



Оригинальная статья

УДК 316.455

JEL O35

https://doi.org/10.52180/1999-9836_2025_21_1_10_139_156

EDN BZSCRE

Дилемма страхователя и страховщика ОСАГО: опыт Приморского края

Дмитрий Владимирович Колодин¹, Ольга Сергеевна Ивченко², Владислав Сергеевич Витюнин³

^{1,2,3}Приморский научно-исследовательский центр социологии и гражданских инициатив, Владивосток, Россия

¹Владивостокский государственный университет, Владивосток, Россия

¹(info@dkolodin.ru), (<https://orcid.org/0000-0002-4618-4242>)

²(empiray@mail.ru), (<https://orcid.org/0009-0001-2304-6007>)

³(vityunin777@mail.ru), (<https://orcid.org/0009-0003-0314-777X>)

Аннотация

Цель исследования заключается в комплексном анализе проблемного поля текущих коммуникативных практик между страховщиками ОСАГО и страхователями. В рамках работы решались задачи анализа доступности полиса в электронном и офлайн форматах, исследование затруднений, возникающих при оформлении полиса и получении страховых выплат, выявление барьеров и разработка предложений для оптимизации коммуникативных практик участников страхового рынка. Методологическая основа строится на сочетании количественного и качественного методов. Исследование опирается на методологический индивидуализм, предложенный Ф. Хайеком, который объясняет социальные феномены через индивидуальные действия людей. Теоретическую базу исследования составляют теория социальных дилемм в ключе индивидуалистического-холистического антагонизма, изменяющегося под влиянием процессов цифровой трансформации. Актуальность обусловлена изменением взаимодействия страхователя и страховщика под влиянием цифровизации. Новые формы коммуникации оптимизируют процессы оформления полисов и выплат. Научная новизна исследования заключается в выявлении этических проблем сформулированных дилемм страховщика и страхователя, проведён анализ их содержания. Определены недостатки и позитивный потенциал цифровизации коммуникаций, указанных между субъектами. Информационными источниками послужили научные статьи и исследования, раскрывающие проблематику страхования и ОСАГО, статистические данные Российского союза автостраховщиков, а также данные социологических исследований, проведённых Приморским научно-исследовательским центром социологии и гражданских инициатив в ноябре 2023 года. Большинство автовладельцев предпочитают оформлять полис через посредников, что увеличивает их расходы. Около четверти респондентов смогли успешно оформить электронный полис, при этом многие сталкиваются с рядом технических трудностей. Данные свидетельствуют о необходимости проведения просветительских кампаний, призванных повысить уровень информированности населения о возможностях электронного оформления полисов и механизмах правовой защиты при отказе страховых компаний. Авторы отмечают, что цифровая трансформация может способствовать решению дилеммы страховщика и страхователя, делая страхование более доступным и эффективным.

Ключевые слова: ОСАГО, страхование, страхователь, страховщик, дилемма, цифровизация, социологическое исследование

Для цитирования: Колодин Д.В., Ивченко О.С., Витюнин В.С. Дилемма страхователя и страховщика ОСАГО: опыт Приморского края // Уровень жизни населения регионов России. 2025. Том 21. № 1. С. 139–156. https://doi.org/10.52180/1999-9836_2025_21_1_10_139_156
EDN BZSCRE



RAR (Research Article Report)

JEL O35

https://doi.org/10.52180/1999-9836_2025_21_1_10_139_156

Dilemmas of Policyholder and the CTP Insurer: the Experience of Primorsky Krai

Dmitrii V. Kolodin¹, Ol'ga S. Ivchenko², Vladislav S. Vityunin³

^{1,2,3}Primorsky Research Center for Sociology and Civil Initiatives, Vladivostok, Russia

¹Vladivostok State University, Vladivostok, Russia

¹(info@dkolodin.ru), (<https://orcid.org/0000-0002-4618-4242>)

²(empiray@mail.ru), (<https://orcid.org/0009-0001-2304-6007>)

³(vityunin777@mail.ru), (<https://orcid.org/0009-0003-0314-777X>)

Abstract

The purpose of the study is to comprehensively analyze the problem field of current communication practices between CTP insurers and policyholders. Within the framework of the work, the tasks of analyzing the availability of the policy in electronic and offline formats, investigating the difficulties encountered in issuing a policy and receiving insurance payments, identifying barriers and developing proposals to optimize the communication practices of insurance market participants were solved. The methodological basis is based on a combination of quantitative and qualitative methods. The research is based on methodological individualism proposed by F. Hayek, who explains social phenomena through the individual actions of people. The theoretical basis of the research is the theory of social dilemmas in the key of individualistic-holistic antagonism, changing under the influence of digital transformation processes. The relevance is due to the change in the interaction of the policyholder and the insurer under the influence of digitalization. New forms of communication optimize the processes of issuing policies and payments. The scientific novelty of the study is to identify the ethical problems of the formulated dilemmas of the insurer and the policyholder, and an analysis of their content is carried out. The disadvantages and positive potential of digitalization of com-



munications indicated between the subjects are identified. The information sources were scientific articles and studies revealing the problems of insurance and CTP, statistical data from the Russian Union of Motor Insurers, as well as data from sociological studies conducted by the KGAU Primorsky Research Institute of Sociology and Civil Initiatives in November 2023. Most car owners prefer to take out a policy through intermediaries, which increases their costs. About a quarter of the respondents were able to successfully issue an electronic policy, while many face a number of technical difficulties. The data indicate the need for educational campaigns designed to raise public awareness of the possibilities of electronic registration of policies and mechanisms of legal protection in case of refusal of insurance companies. The authors note that digital transformation can contribute to solving the dilemma of the insurer and the policyholder, making insurance more affordable and effective.

Keywords: CTP, insurance, policyholder, insurer, dilemma, digitalization, sociological research

For citation: Kolodin D.V., Ivchenko O.S., Vityunin V.S. Dilemmas of Policyholder and the CTP Insurer: the Experience of Primorsky Krai. *Uroven' zhizni naseleniya regionov Rossii=Living Standards of the Population in the Regions of Russia*. 2025;21(1):139–156. https://doi.org/10.52180/1999-9836_2025_21_1_10_139_156 (In Russ.)

Введение

Обязательное страхование автогражданской ответственности (далее ОСАГО), представляет собой облигатную форму экономического взаимодействия индивида (страхователь) и институции (страховщик), результирующим фактором которого является финансовая гарантия, в случае наступления оговоренного срока в одном случае и наступления страхового случая – в другом. Страховой продукт ОСАГО призван обеспечить защиту автовладельцев и пострадавших в случае дорожно-транспортных происшествий. С момента своего внедрения в 2003 году ОСАГО существенно изменило ландшафт взаимоотношений участников дорожного движения, повысив уровень социальной справедливости в отношении всех сторон этой сферы социальной реальности. Традиционно, любая оптимизация в сфере экономики и финансов создаёт сумму практик, в которые зачастую входят неформализованные, сомнительные, а иногда и осознанно противоправные действия, направленные на собственное обогащение. Попытка снизить объёмы подобных нелегитимных с точки зрения правовых институтов практик, создать благоприятную среду для легального обмена между страховщиком и страхователем неминуемо привело к цифровизации страховой системы ОСАГО в Российской Федерации.

Правовая и экономическая коммуникация между субъектом и объектом страхования при помощи информационно-технологических средств должна была обрести «рёбра жесткости» системность, прозрачность процедур и открытость. Необходимость реализации полисов ОСАГО в электронном формате имеет не только экономический генезис. Это, согласно изменениям в Федеральном законе № 40-ФЗ, одно из требований регулятора.

Цифровизация занимает центральную роль в современной трансформации рынка ОСАГО. В научном сообществе звучит идея об этой отрас-

ли, как о наиболее благоприятной с точки зрения внедрения цифрового взаимодействия [1]. В иностранном^{1,2} и российском [2; 3; 4] научном сообществе уже проводилось теоретическое осмысление цифровой трансформации рынка страхования. В этом ключе цифровизация интересна не только как системообразующие преобразования, но как качественное изменение самих коммуникаций [5]. Прогнозирование последствий цифровизации для страховщиков и страхователей во многом опирается на рисковую составляющую. В исследовании 2019 года Р. Малхотра³ размышляет на предмет прогнозирования и реакции на риски. Прежде всего, исследователь отмечает, что многие страховые компании столкнутся с рисками социального генезиса – при реализации своих цифровых инициатив необходимо будет решать проблему развития цифровых навыков и компетенций у сотрудников [6].

Цифровизация позволила извлечь страхового агента из триады страховщик – агент – страхователь. Внедрение мобильных приложений для регистрации полиса ОСАГО позволяет не только снизить издержки на содержание бизнес-процессов, но и увеличить объём клиентской базы, таким образом снизив количество водителей, не пользующихся полисом ОСАГО. Необходимо понимать, что замена страхового агента мобильным приложением, равно как и реинжиниринг бизнес-процессов страховых компаний решают вопрос процедурный, но не социальный. Смена финансовой

¹ Insurance trends 2019 // PricewaterhouseCoopers: [сайт]. URL: <https://www.pwccn.com/en/research-and-insights/global-ceo-survey/22/insurance-trends-2019.pdf> (дата обращения: 22.10.2024).

² Pring B., Clifton M. Seven Key Trends Shaping the Future of Work in the Insurance Industry // Cognizant: [сайт]. URL: <https://app.glueup.com/resources/protected/organization/857/event/10715/e1f69e1a-c68d-484f-91fd-6f1a51139ed7.pdf> (дата обращения: 22.10.2024).

³ Malhotra R. The insurance workforce of the future: Why will so many insurers fail to achieve their digital potential? // Accenture: [сайт]. URL: <https://financialservicesblog.accenture.com/pov/accenture-insurance-workforce-pov.pdf> (дата обращения: 22.10.2024).

и корпоративной ориентации на страхователя не всегда можно сопрягать с эффективностью, поскольку децентрализация не отменяет пристального контроля, а для удержания конкуренции на рынке страхования необходимо поддерживать уровень сервиса, даже если он (сервис) остаётся «ширмой».

В результате оба участника страхового рынка сталкиваются с выбором стратегии холистического-индивидуалистического характера:

– страхователи – страховать свою автогражданскую ответственность или ездить без страхового полиса;

– страховщики – добросовестно выполнять все требования законодательства и оформлять полис всем интересантам или создавать только видимость таких процессов в случае, когда финансовые риски превалируют над прибылью.

Дилемма индивидуальной и холистической рациональности при выборе стратегии несколькими субъектами, когда потенциальный результат в пользу сиюминутной выгоды перевешивает преимущества, получаемые обществом – одна из главных проблем современного рынка страхования в Приморском крае. Традиционно, проблему понимания холистической и индивидуальной рациональности предлагалось решить при помощи методологического индивидуализма. Как пишет Ф. Хайек, «нет другого пути к объяснению социальных феноменов, кроме как через наше понимание индивидуальных действий, обращённых на других людей и исходящих из их ожидаемого поведения» [7, с. 8], но в этой трактовке не учитывается индивидуальный экономический интерес «атома» социума, который может быть предельно индивидуализирован.

Цель исследования заключается в комплексном анализе проблемного поля текущих коммуникативных практик между страховыми компаниями, предоставляющими полис ОСАГО и владельцами автотранспортных средств, определении основных факторов, оказывающих влияние на эффективность и качество данных взаимодействий.

Объект исследования – автовладельцы Приморского края.

Предмет исследования – мнение автовладельцев Приморского края относительно процесса оформления полиса ОСАГО.

Гипотеза исследования: социально-экономическая ситуация в сфере взаимодействия участников страхового рынка создаёт базис для возникновения дилемм страховщика и страхователя. Дилеммы страхователя и страховщика могут быть разрешены с помощью инструментария цифровой трансформации общества.

Теоретические и методологические положения

Страховой рынок является важной частью финансовой системы. Чем более развито страхование в регионе, тем активнее финансовый рынок региона. Динамика потребления финансовых услуг, включая страховые, относятся к индикаторам развития региональной экономики [8, с. 226]. Страховая отрасль стратегически важна для национальной экономики, так как обеспечивает налоговые выплаты и снижает финансовые риски для граждан и организаций. Развитие страхового рынка связано с внедрением **новых технологий и цифровизации**, что способствует росту продаж страховых продуктов, повышению эффективности и рентабельности страховой деятельности. Инновации и оптимизации страховых продуктов, а также развитие цифровых технологий оптимизируют управление страховыми рисками и способствуют экономическому развитию Приморского края.

При наступлении страхового случая цифровизация всех этапов жизненного цикла страхования и выплаты компенсаций должна быть приоритетной, поскольку она служит инструментом снижения экономической нагрузки на страхователя. Несмотря на переход Приморского края, с точки зрения страхования из «красной зоны»⁴ в «желтую зону»⁵ ситуация остаётся затруднительной. Это обусловлено высокой долей водителей, не страхующих автогражданскую ответственность, а также высоким объёмом страховых выплат относительно страховых премий в Приморском крае. Данное обстоятельство усложняется высокой плотностью страховых случаев (в Приморском крае это значение на 25% превышает среднее значение по РФ)⁶.

Приморский край, по мнению авторов, один из наиболее заинтересованных регионов в части внедрения информатизации сферы автострахования. Подразумевается, что результатом успешной интеграции и распространения электронной регистрации полисов ОСАГО [9], помимо очевидных плюсов для всех участников рынка, должна стать «тонкая» настройка, гибкая и индивидуальная тарификация, а также защита страхователя от необоснованного отказа в страховании.

Сдерживающими факторами информатизации, обнаруженным исследователями 2010-х годов, были высокая стоимость технологий, отсут-

⁴ Мониторинг региональных рисков недобросовестных действий в ОСАГО № 9 на 01.10.2021 // Банк России: [сайт]. URL: https://cbr.ru/collection/collection/file/39598/monitoring_osago_2021-9.pdf (дата обращения: 22.10.2024).

⁵ Мониторинг региональных рисков недобросовестных действий в ОСАГО № 19 на 01.04.2024 // Банк России: [сайт]. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/49282/monitoring_OSAGO_2024-19.pdf (дата обращения: 22.10.2024).

⁶ Там же.

твие широкого спроса на цифровые продукты и программы [10, с. 84], компетентностный фактор, затрагивающий как страхователей, так и сотрудников страховщиков. Преимущества в виде учёта рисков, таргетирования тарифов, прогнозирования экономической устойчивости ещё не перевешивали риски и затраты на разработку и внедрение новых программных сред. Однако COVID-19 и последующие преобразования экономики и социума переломили указанные барьеры, что способствовало массовому внедрению цифровых технологий страховщиками.

Внедрение новых цифровых технологий облегчает взаимодействие между страховщиками и страхователями, повышая эффективность и прозрачность страховых процессов. Это выражается в снижении рисков, оптимизации управления данными и снижении затрат на обработку запросов страхователей. Важным аспектом является имплементация электронных полисов ОСАГО, что упрощает процесс оформления и верификации страховых договоров [11, с. 151]. Внедрение технологии дистанционного урегулирования убытков позволяет сократить временные и финансовые затраты, что положительно сказывается на уровне удовлетворённости клиентов [12, с. 52–53]. Интеграция цифровых технологий влечёт за собой создание нового типа посредников между страхователем и страховщиком, что влечёт за собой ряд изменений. Речь идёт о новом термине, который в иностранной литературе называется InsurTech [13] или Insurance Technologies. Insurtech – это термин, который объединяет в «страхование» (insurance) и «технологии» (technology) и представляет совокупность технологических решений, призванных оптимизировать коммуникацию страхователя и страховщика. Развитие технологий InsurTech, благодаря использованию больших данных и искусственного интеллекта помогает страховщикам таргетировать и индивидуализировать тарифную сетку, как только под это будет создана правовая основа. Для страхователя InsurTech позволяет сопоставлять предложения страховщиков на этапе приобретения полиса, отслеживать статус заявленных документов, продлевать действие текущего полиса ОСАГО без повторной загрузки документов, держать оперативную связь с технической и клиентской поддержкой, получать адресную консультацию в случае наступления страхового случая. Страховщикам такой инструмент необходим для автоматизации расчётов, прогнозирования рисков, минимизации ошибок человеческого генезиса, сокращения избыточных издержек. Можно заключить, что технологически страховая

отрасль способна перейти к персонификации тарифов и оптимизации отношений между страхователем и страховщиком, а также к повышению прозрачности бизнес-процессов при оформлении полиса или выплат по страховому случаю. На данном этапе стоит задать вопрос, готовы ли к таким преобразованиям субъекты таких отношений, поскольку это может сузить выбор стратегии поведения, если говорить о проблеме дилемм страховщика и страхователя.

При выборе страховщика страхователь учитывает влияние факторов различного происхождения. Личностные характеристики (возраст, стаж вождения, предыдущий опыт страхования), экономические факторы (уровень дохода, стоимость транспортного средства) [14, с. 60], а также географические и региональные особенности также формируют предпочтения страхователя в выборе страховщика. Количественное и качественное понимание этих факторов важно для разработки и формирования эффективного взаимодействия участников страхового процесса, что обуславливает применение искусственного интеллекта и массива больших данных при индивидуализации маркетингового подхода.

Различия в доступе к информации между страхователями и страховщиками могут привести к неверной оценке рисков и финансовым потерям. Недостаточная информированность автовладельцев о страховых продуктах и условиях и системе регулирования ОСАГО, снижает доверие к страховым компаниям и увеличивает вероятность отказа от страхования. Обязательное раскрытие информации о страховых премиях и выплатах является важным шагом к повышению прозрачности и снижению информационной асимметрии [15]. Проведение просветительских программ и информационных кампаний для автовладельцев может существенно повысить уровень их осведомленности и доверия к системе ОСАГО. В условиях низкой осведомленности, жители склонны выбирать дилемму индивидуалистскую.

Подобным образом, анализ социальных дилемм в различных контекстах, включая страхование автогражданской ответственности, позволяет глубже понять, как индивидуальные действия и решения могут приводить к коллективным последствиям. Социальные дилеммы возникают тогда, когда поведение, рациональное для отдельного индивида, приводит к негативным последствиям для группы в целом. Питер Коллок [16] и Робин Доуз [17] рассматривают социальные дилеммы и их основные типы, подчёркивая важность факторов, способствующих сотрудничеству, таких как нормы и доверие. Исследования Де Кремера и его

коллег [18; 19; 20] углубляют понимание социальных дилемм, показывая, что сильная социальная идентификация с группой и высокий уровень доверия повышают готовность к сотрудничеству, тогда как низкое доверие снижает вклад в коллективное благо. Крамер и Голдман [21] исследовали влияние социальных мотивов и групповой идентичности и показали, что идентификация с группой усиливает склонность к кооперативному поведению в ресурсных дилеммах.

Использованные данные и методы работы с ними

Исследование проведено в ноябре 2023 года на территории Приморского края, методология которого включала качественную и количественную компоненту.

Качественный этап состоял в организации и проведении серии фокус-групповых исследований в отдельных населенных пунктах Приморского края, количественная часть исследования включала серию стандартизированных интервью с использованием технических средств фиксации по технологии CAPI.

В качественном исследовании приняли участие 40 человек (таблица 1), где требования к участникам фокус-группового исследования по полу и возрасту не выставлялись. Основным критерием отбора участников являлось наличие автотранспортного средства и регулярное участие в дорожном движении в качестве водителя, а также проживание в крупных городах региона, где сосредоточена основная часть автовладельцев (г. Владивосток, г. Уссурийск, с. Михайловка, г. Артем).

Таблица 1

Демографическая характеристика выборки качественного исследования, чел.

Table 1

Demographic Characteristics of the Qualitative Research Sample, People

Возраст, лет	Женщины	Мужчины	Итого
18–24	1	1	2
25–34	4	3	7
35–44	7	10	17
45–54	5	4	9
55–65	3	2	5
Итого	20	20	40

Источник: данные авторского социологического исследования.

Задачи серии фокус-групповых исследований сводились к обсуждению проблем доступности приобретения полиса ОСАГО, оформления полиса ОСАГО, контролю за наличием полиса ОСАГО, получение выплат по полису ОСАГО.

Для достижения цели в количественном исследовании была применена целевая выборка, где респондентами выступили владельцы автомобилей, пользующиеся ими регулярно в качестве водителей. Объём выборочной совокупности составил 1500 респондентов, проживающих в 22 муниципальных образованиях Приморского края (в их числе 11 городских округов – ГО, 9 муниципальных округов – МО, а также 2 муниципальных района – МР).

Критериями отбора административно-территориальных образований Приморского края в качестве районов проведения исследования служили следующие факторы:

– основная часть населения Приморского края проживает в городах (78,5%), соответственно здесь же сосредоточена большая часть автовладельцев. В городах Владивосток, Уссурийск, Находка и Артём в совокупности проживает около 1,1 млн человек, что

обусловило необходимость включения упомянутых городских округов в перечень районов для проведения исследования (1052 респондента) (рисунок 1);

– выявленные в ходе первичного анализа проблемы, возникающие при оформлении ОСАГО, носят общий для большинства муниципальных районов и округов характер, в этой связи было принято решение проводить исследование и анализ существующих проблем по укрупненным районам Приморского края, с включением в каждый район группы муниципальных образований, в том числе:

а) северные районы края (Дальнегорский городской округ, Ольгинский, Кавалеровский, Тернейский муниципальные районы – 67 респондентов;

б) центральные районы края (Арсеньевский городской округ, Лесозаводский, Спасск-Дальний, Кировский; Михайловский, Октябрьский, Черниговский муниципальные районы и округа) – 189 респондентов;

в) южные и юго-восточные районы края (Партизанский городской округ, Фокино, Большой камень; Надеждинский, Партизанский, Хасанский и Шкотовский муниципальные районы и округа) – 192 респондента.

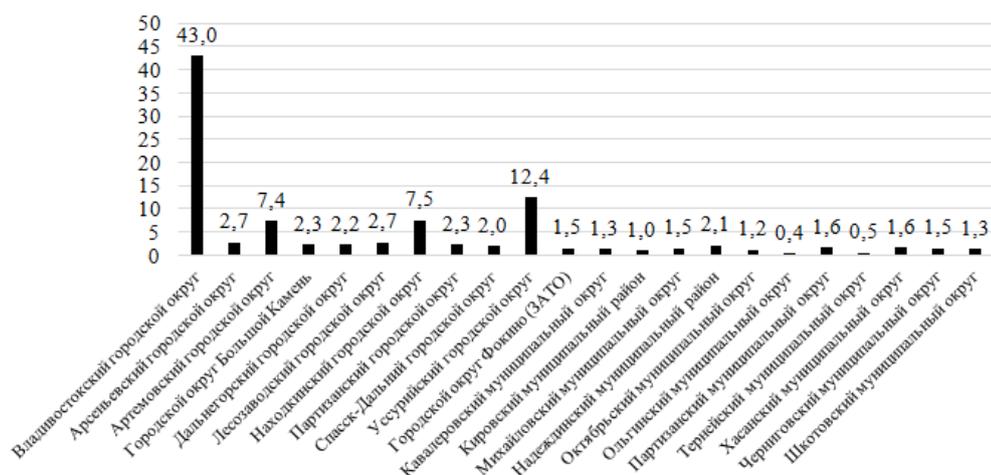


Рисунок 1. Муниципальное образование Приморского края, на территории которого проводился опрос, %

Figure 1. The Municipality of Primorsky Krai, on the Territory of Which the Survey Was Conducted, %

Источник: данные авторского социологического исследования.

Социально-демографическая структура выборочной совокупности в большей мере представлена опытными автоводителями мужского

пола (65,6%), стаж вождения которых составляет более 14 лет (рисунок 2).

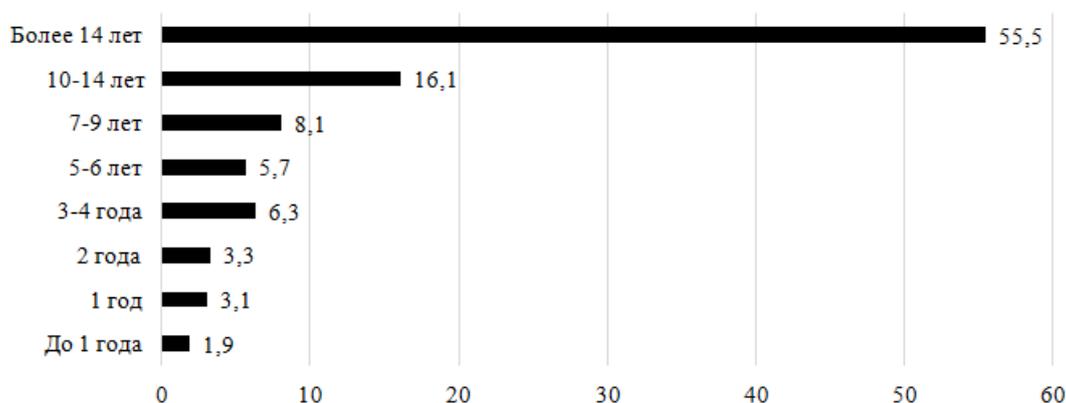


Рисунок 2. Стаж вождения респондентов, %

Figure 2. Driving Experience of the Respondents, %

Источник: данные авторского социологического исследования.

Основные результаты исследования

Несмотря на то, что преобладающее число респондентов (81,2%) воспринимают страховой продукт как полезный и нужный, а у 77,8% респондентов не возникает проблем при оформлении полиса ОСАГО, обращает на себя внимание (рисунок 3), что 42,5% опрошенных не оформляют полис самостоятельно и переплачивают за услуги агента. Только 26,1% автоводителей имеют личный опыт приобретения электронных полисов ОСАГО, а 24,7% обращались в офис страховой организации.

Большинство участников исследования (30,4%), которые столкнулись с проблемами оформления полиса и предпочли использовать услуги агента для оформления электронного полиса ОСАГО, 12,0% оформили бумажный полис через агента. Примечательно, что некоторые респонденты управляют автомобилем без действующего полиса ОСАГО, так как-либо они не оформляли, либо не смогли оформить полис (рисунок 4).



Рисунок 3. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Возникли ли у Вас трудности при оформлении действующего полиса ОСАГО?», %

Figure 3. Distribution of Respondents' Answers to the Question: «Do You Have Any Difficulties in Obtaining a Valid CTP Policy?», %

Источник: данные авторского социологического исследования.

Наиболее распространённой проблемой оформления полиса являются технические неполадки на сайте / в приложении страховой компании, агента или РСА, так ответили более половины автомобилистов. 14,4% респондентов при личном обращении в офис страховщика получили отказ страховой компании. Практически каждый десятый сталкивался с навязыванием дополнительных услуг при оформлении полиса ОСАГО. 8,7% не смогли оплатить полис онлайн, 4,6% отметили, что страховая компания запросила неожиданно высокую страховую премию. К «другим» респонденты отнесли такие проблемы как отказ

из-за возраста, стажа вождения, особенностей автомобиля, а также, связанные с долгим ожиданием страховки.

5,0% респондентов признались, что ездят на своём автомобиле без ОСАГО, из которых 1,3% не смогли оформить полис самостоятельно, а 3,7% даже не пытались его оформить. Экспертная оценка по данным Российского союза автостраховщиков (РСА), доля незастрахованных по ОСАГО автовладельцев в целом по РФ по итогам 2023 года составила 8,3% (годом ранее она составляла 9,6%)⁷. В масштабах страны наблюдается рост числа водителей, использующих оформление полиса ОСАГО.

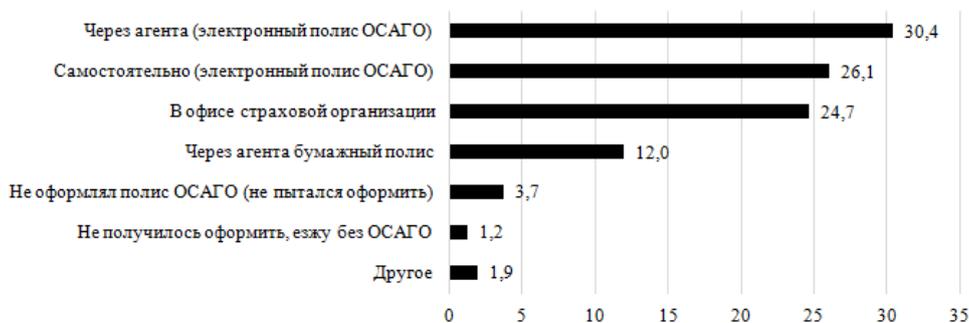


Рисунок 4. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каким способом Вы оформляли действующий полис ОСАГО?», %

Figure 4. Distribution of Respondents' Answers to the Question: «How Did You Apply for a Valid CTP Policy?», %

Источник: данные авторского социологического исследования.

В целом участники исследования отмечают, что оформление полиса ОСАГО – это обязанность и необходимость для каждого автовладельца и несмотря на повышение общей стоимости страховки

(в основном за счёт увеличения стоимости услуг посредников) многие оценивают её как доступную для себя и своих близких. Однако, вопрос целесообразности полиса также является проблемным полем, о чём уже звучали высказывания в научном сообществе [22, с. 46]. Это подтверждается данными фокус-группового исследования, где звучала мысль о том, что цена не вполне справедливая:

⁷ Доля незастрахованных по ОСАГО водителей в целом по РФ в 2023 году снизилась, однако в ряде регионов ситуация катастрофическая // Российский Союз Автостраховщиков: [сайт]. URL: https://autoins.ru/novosti/tekushchie/?ELEMENT_ID=1284606 (дата обращения: 22.10.2024).

– «Дорого, недорого, но я считаю, что он (полис ОСАГО) нужен»;

– «Сейчас я для себя считаю доступно, в принципе, оформление и по стоимости, но пока не вписывают туда дочь. Она без стажа»;

– «На все три мои машины – это очень дорого. То есть, ну, в смысле как сказать, ну они того не стоят, чтобы такие деньги отдавать»;

Большая часть участников фокус-групп оформляют полис посредством неформальных практик взаимодействия с представителями страховщиков в страховых компаниях или обращаются к посредникам, что связано с затруднениями, возникающими при самостоятельном оформлении полиса в электронном виде через сайты страховых компаний (информанты отмечают «зависание» форм, ужесточение требований к формам электронных документов, отсутствие в базах данных автотранспортных средств, требования к наличию VIN и других регистрационных данных автомобилей). Обращение к неформальным практикам обусловлено возможностью оформить полис в короткий срок, без сопутствующих проблем с документами.

Барьеры на пути оформления полиса создаются не только в приложениях и на сайте. Для возрастной категории 55 лет и старше, оформление страхового полиса в офисе страховой компании – типичная практика. В среднем, около 40% представителей данной возрастной когорты оформляют полис в

офисе страховой компании. На этом фоне создаётся безвыходность ситуации для жителей старшего поколения: в селе Михайловка и городе Уссурийск участники фокус-групповых исследований обратили внимание на отсутствие офисов ряда компаний:

– «Единственная проблема, не у всех страховой компании есть офисы, которые занимаются физическими лицами»;

– «Сейчас офисы закрылись, какая-то проблема, случается, должен ехать во Владивосток, потому что офисов мы не видим. И попробуй ещё к ним запишись»;

Данные наглядно демонстрируют действие дилеммы страховщика. Авторы видят создание «ширмы» рабочей институции, при этом создаются искусственные барьеры для легальной покупки полиса. Ситуация создаёт обратный эффект, когда жители при отсутствии возможности оформить полис, вынуждены идти на правонарушение и ездить без оформленного полиса. По мнению авторов, это приводит к дилемме страхователя, при которой личная выгода, вынужденная необходимость ездить без страховки и отсутствие объективного контроля побуждают жителей Приморья избегать оформление полиса. Осознание массовости также играет роль. Каждый второй респондент, признавшийся, что он ездит без полиса ОСАГО, ответил, что среди его знакомых есть люди, кто также ездит без ОСАГО (таблица 2).

Таблица 2

Распределение ответов респондентов, не имеющих полиса ОСАГО на вопрос: «Есть ли среди Ваших близких или знакомых люди, которые ездят на автомобиле без полиса ОСАГО?», %

Table 2

Distribution of Responses of Respondents Who Do Not Have a CTP Policy to the Question: «Are There Any People Among Your Relatives or Acquaintances Who Drive a Car without a CTP Policy?», %

Варианты ответов	Есть ли среди Ваших близких или знакомых люди, которые ездят на автомобиле без полиса ОСАГО?			Итого
	Да	Нет	Затрудняюсь ответить	
Не оформлял полис ОСАГО (не пытался оформить, езжу без ОСАГО)	56,4	20,0	23,6	100,0
Не получилось оформить, езжу без ОСАГО	63,2	36,8	0,0	100,0

Источник: данные авторского социологического исследования.

Данные количественного исследования подтверждают выводы, полученные в ходе качественного исследования. Примерно каждый пятый участник качественного исследования заявил об отсутствии у него полиса ОСАГО (таблица 3).

Таблица 3

Наличие полиса ОСАГО (сопряжение со стажем вождения), чел.

Table 3

The Presence of a CTP Policy (Coupled with Driving Experience), People

Стаж вождения	Наличие полиса ОСАГО		Всего
	да	нет	
Менее 4-х лет	3	1	4
5–10 лет	6	1	7

Окончание Таблицы 3

Стаж вождения	Наличие полиса ОСАГО		Всего
	да	нет	
Более 10 лет	24	5	29
Всего	33	7	40

Источник: данные авторского социологического исследования.

Наиболее популярным способом оформления полиса ОСАГО среди всех возрастных групп является оформление электронного полиса через агента (30,4%) (таблица 4). Данный способ особенно актуален среди возрастной группы 25–34 года (36,8%) и 35–44 года (34,8%). Самостоятельное оформление электронного полиса также является значимым (26,1%), особенно среди молодёжи 18–24 лет (31,3%). Отметим также,

что доля оформления полиса в офисе страховой организации возрастает с возрастом респондентов, достигая максимума у группы 65 лет и старше (42,4%). Это указывает на предпочтение старшего поколения личных визитов и консультаций при оформлении документов. В противовес этому, молодое поколение 18–24 лет чаще оформляет полис самостоятельно в электронном виде (31,3%).

Таблица 4

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каким способом Вы оформляли действующий полис ОСАГО?» (сопряжение с возрастом), %

Table 4

Distribution of Respondents' Answers to the Question: «How Did You Apply for a Valid CTP Policy?» (Pairing with Age), %

Возраст	Каким способом Вы оформляли действующий полис ОСАГО?							Итого
	Самостоятельно (электронный полис ОСАГО)	Через агента (электронный полис ОСАГО)	Через агента бумажный полис	В офисе страховой организации	Не оформлял полис ОСАГО (не пытался оформить, езжу без ОСАГО)	Не получилось оформить, езжу без ОСАГО	Другое	
18–24	31,3	21,1	5,5	24,2	11,7	3,1	3,1	100,0
25–34	26,6	36,8	13,5	15,2	5,0	1,5	1,5	100,0
35–44	27,9	34,8	11,0	21,1	2,1	1,1	2,1	100,0
45–54	26,4	27,8	13,0	27,1	2,9	0,4	2,5	100,0
55–64	20,5	25,9	15,1	35,5	1,8	0,6	0,6	100,0
65 и старше	20,9	19,4	11,5	42,4	2,2	1,4	2,2	100,0
Интегральное значение	26,1	30,4	12,0	24,7	3,7	1,2	1,9	100,0

Источник: данные авторского социологического исследования.

Заметим, что респонденты с разным стажем вождения предпочитают различные способы оформления полиса ОСАГО. Так, водители со стажем вождения до 4 лет чаще всего выбирают самостоятельное оформление электронного полиса ОСАГО (29,2%). Также среди этой группы наибольшая доля тех, кто не оформлял полис ОСАГО (12,5%). Для водителей со стажем вождения от 5 до 10 лет наиболее популярным способом является оформление полиса через агента в электронном виде (39,6%), что значительно выше

по сравнению с другими группами. Эта группа также реже других выбирает самостоятельное оформление электронного полиса (24,5%), что потенциально указывает на предпочтение профессиональной помощи при оформлении документов. Процент водителей этой группы, которые не смогли оформить полис или не пытались это сделать, минимален (3,1%). Интересно, что с повышением стажа вождения растёт процент респондентов, которые оформляли бумажный полис через агентов (таблица 5).

Таблица 5

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каким способом Вы оформляли действующий полис ОСАГО?» (сопряжение со стажем вождения), %

Table 5

Distribution of Respondents' Answers to the Question: «How Did You Apply for a Valid CTP Policy?» (Pairing with Driving Experience), %

Стаж вождения	Каким способом Вы оформляли действующий полис ОСАГО?							Итого
	Самостоятельно (электронный полис ОСАГО)	Через агента (электронный полис ОСАГО)	Через агента бумажный полис	В офисе страховой организации	Не оформлял полис ОСАГО (не пытался оформить, езжу без ОСАГО)	Не получилось оформить, езжу без ОСАГО	Другое	
До 4-х лет	29,2	21,8	8,8	25,0	10,2	2,3	2,8	100,0
5–10 лет	24,5	39,6	12,3	17,9	2,8	0,3	2,5	100,0
Более 10 лет	26,0	29,2	12,6	26,9	2,5	1,3	1,6	100,0
Интегральное значение	26,1	30,4	12,0	24,7	3,7	1,2	1,9	100,0

Источник: данные авторского социологического исследования.

54% респондентов, у которых возникли проблемы при самостоятельном оформлении полиса, заявляют, что сталкиваются с техническими проблемами на сайте/в приложении при оформлении полиса ОСАГО (рисунок 5). 12,1% говорят о слишком долгом оформлении полисов. Расшифровка открытых ответов показала, что некоторые

респонденты ожидают оформления по несколько дней. 3,9% оговаривают, что им было в той или иной форме сказано о неподходящем годе выпуска транспортного средства, расположении руля (в Приморском крае преимущественно используются автомобили с правым расположением руля), марке автомобиля (рисунок 6).



Рисунок 5. Распределение ответов респондентов на вопрос: «С какими проблемами Вы столкнулись?», %
Figure 5. Distribution of Respondents' Responses to the Question: «What Problems Have You Encountered?», %

Источник: данные авторского социологического исследования.

Поскольку вариант «Другое» был выбран в 32,3% случаев, расшифровка была представлена ниже.



Рисунок 6. Распределение ответов респондентов на вопрос: «С какими проблемами Вы столкнулись?» (Расшифровка варианта «Другое»), %

Figure 6. Distribution of Respondents' Responses to the Question: «What Problems Have You Encountered?» (Decryption of the «Other» Option), %

Источник: данные авторского социологического исследования.

Каждый третий опрошенный (32,4%) отметил, что в его окружении есть люди, которые ездят на автомобиле без полиса ОСАГО. Большинство (53,7%) утверждают, что им неизвестны случаи езды без полисов ОСАГО, в то время как 13,9% затруднились дать ответ на данный вопрос.

Большая часть опрошенных, а именно 80,2% считают доступность услуги ОСАГО в целом достаточной. Остальные 19,8% считают в целом недоступной (рисунок 7).

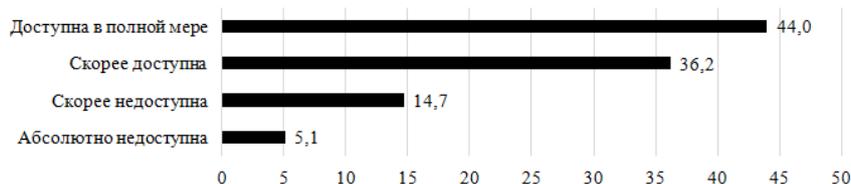


Рисунок 7. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы в целом оцениваете доступность услуги по приобретению полиса ОСАГО в Приморском крае?», %

Figure 7. Distribution of Respondents' Answers to the Question: «How Do You Generally Assess the Availability of Services for the Purchase of a CTP Policy in the Primorsky Territory?», %

Источник: данные авторского социологического исследования.

В случае, когда страховщик путём навязывания избыточных услуг и повышения результирующей цены полиса, отказывает в оформлении по «надуманным», формальным поводам, у страхователя есть право обратиться в регулирующие органы. Регулятор должен обеспечивать законность и этичность работы страховой компании. Это должно помогать мониторинговым и управленческим функциям регулятора. При этом, 78,7% опрошенных не осведомлены о том, куда они могут обращаться при уклонении страховой организации от оформления полиса ОСАГО (рисунок 8). На уточняющий вопрос, куда обращаться в случае отказа страховой компании от оформления полиса ОСАГО, только 5,6% респондентов

корректно указали регулирующий орган, что свидетельствует о низкой информированности граждан относительно возможностей решения подобных ситуаций.

Результаты опроса показывают, что на практике с искомвым заявлением (жалобой) в связи с отказом или уклонением страховой компании в оформлении полиса ОСАГО обратились только 2,7% опрошенных (рисунок 8). Результаты фокус-групповых исследований также показывают низкую осведомлённость автовладельцев относительно проблемы с уклонением страховщиков от регистрации страховки. Только один участник во Владивостоке и два в Уссурийске уверенно указали назвали регулятора.



Рисунок 8. Распределение ответов респондентов на вопросы: «Знаете ли Вы, куда нужно обращаться при уклонении страховой организации от оформления полиса ОСАГО?» и «Обращались ли Вы с иском (жалобой) в связи с отказом или уклонением страховой компании в оформлении полиса ОСАГО?», %

Figure 8. Distribution of Respondents' Answers to the Questions: «Do You Know Where to Go When an Insurance Company Evades Registration of a CTP Policy?» and «Have You Filed a Claim (Complaint) in Connection with the Refusal or Evasion of the Insurance Company in Obtaining a CTP Policy?», %

Источник: данные авторского социологического исследования.

Мнения респондентов относительно удовлетворённости стоимостью полиса ОСАГО разделились практически поровну: полностью устраивает и скорее устраивает цена полиса 28,3%

и 25,5% автомобилистов соответственно, в то же время 23,0% считают, что стоимость полиса их скорее не устраивает, а 23,2% абсолютно не устраивает (рисунок 9).

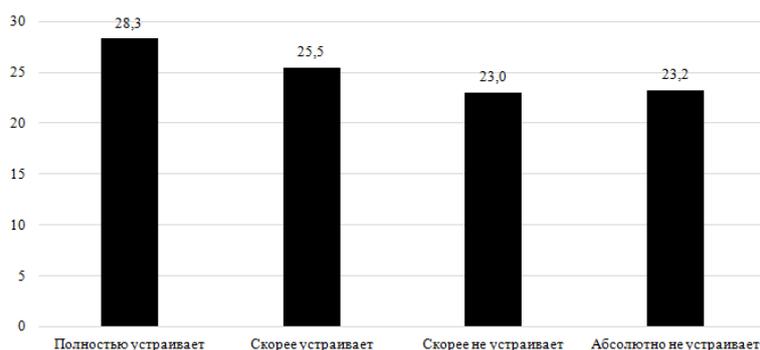


Рисунок 9. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Вас устраивает стоимость Вашего полиса ОСАГО?», %

Figure 9. Distribution of Respondents' Answers to the Question: «Are You Satisfied with the Cost of Your CTP Policy?», %

Источник: данные авторского социологического исследования.

Действие унифицированных тарифов усложняет решение дилеммы страховщика и страхователя. Повышенная стоимость услуги для водителей, регулярно попадавших в аварийные ситуации и нарушающих правило дорожного движения должно привести индивидуальную рациональность индивида к максимизации полезности и минимизации рисков. Это же снизит рисковую нагрузку на страховщиков, позволяя им поощрять «аккуратных» водителей и санкционировать «аварийных» и водителей – нарушителей правил дорожного движения. Остаётся проблема соци-

ального восприятия подобных изменений, «регион реальности», в котором органы власти могли бы видеть риски негодования, а при негативном сценарии – акции протеста. Однако, данное решение находит положительный отклик среди населения. Общественное мнение в оценке дифференциации тарифов склоняется к последнему. 78,5% участников опроса предпочли бы перераспределение тарифов – установить повышенный тариф тем, кто регулярно попадает в аварийные ситуации, и пониженный тариф для «аккуратных» водителей (рисунок 10).

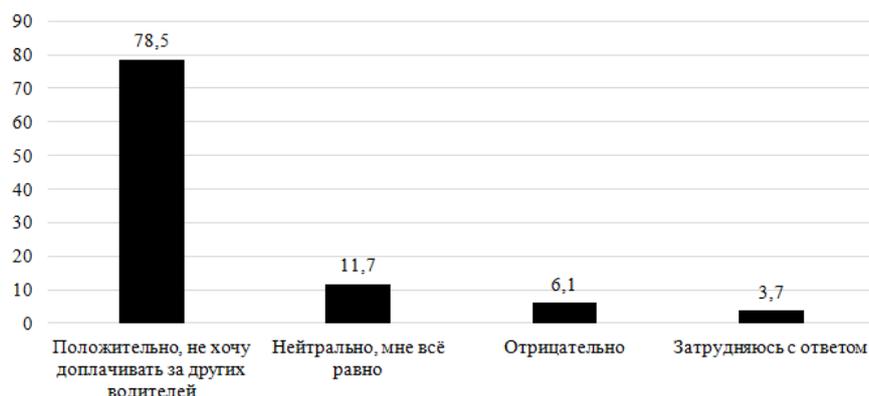


Рисунок 10. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как вы оцениваете дифференциацию тарифов ОСАГО по принципу «плати, как водишь» (аккуратные водители платят меньше)?», %
Figure 10. Distribution of Respondents' Answers to the Question: «How Do You Assess the Differentiation of CTP Tariffs Based on the Principle of "Pay as You Drive" (Careful Drivers Pay Less)?», %

Источник: данные авторского социологического исследования.

Опыт респондентов в получении штрафов за отсутствие, просрочку полиса ОСАГО или отсутствие водителя в списке лиц, допущенных к управлению автомобилем, можно охарактеризовать следующим образом: подавляющее большинство (87,5%) не получали такие штрафы (рисунок 11).

Опыт респондентов в получении штрафов за отсутствие, просрочку полиса ОСАГО или отсутствие водителя в списке лиц, допущенных к управлению автомобилем, можно охарактеризовать следующим образом: подавляющее большинство (87,5%) не получали такие штрафы (рисунок 11).

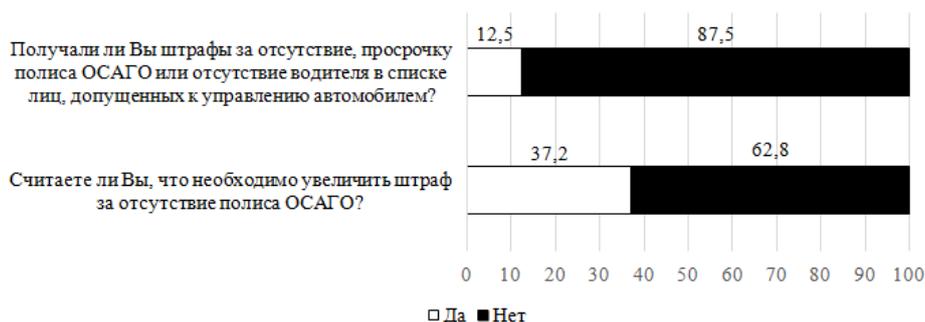


Рисунок 11. Распределение ответов респондентов на вопросы: «Получали ли Вы штрафы за отсутствие, просрочку полиса ОСАГО или отсутствие водителя в списке лиц, допущенных к управлению автомобилем?» и «Считаете ли Вы, что необходимо увеличить штраф за отсутствие полиса ОСАГО?», %

Figure 11. Distribution of Respondents' Answers to the Questions: «Have You Received Fines for the Absence, Delay of the CTP Policy or the Absence of a Driver From the List of Persons Allowed to Drive a Car?» and «Do You Think That It Is Necessary to Increase the Fine for the Absence of a CTP Policy?», %

Источник: данные авторского социологического исследования.

39,5% респондентов, являющихся страхователями, одобряют предложение о введении автоматического вынесения штрафов за отсутствие страховки с помощью дорожных камер. Треть респондентов (31,0%), не использующих ОСАГО, ожидаемо высказали противоположное мнение относительно такой инициативы (таблица 6). На этом фоне, данные проведенных фокус-групп указывают, что контроль за наличием полиса ОСАГО осуществляется достаточно редко:

– «Ни по краю, ни по городу. Не знаю. Машины четыре года, брал 26 000 километров, сейчас

174 000 километров за четыре года два раза, если проверяли по краю там однажды...»;

– «Меня не проверяли. Меня просто спрашивали: Есть? Есть! Главное уверенно ответить. Полис имеется»;

Отсутствие неотвратимости штрафов за езду без страховки несёт часть формирующей функции дилеммы страхователя. Нет необходимости выбирать стратегию получения полиса и холистический подход, если это играет исключительно роль финансовой потери. Для информантов проще однажды выплатить штраф, чем заниматься

оформлением полиса и регулярно его оплачивать:

- «Имеет место. Некоторые уже так живут. Большинство»;
- «Разговоры идут. Проще штраф заплатить»;

– «***** (лишних забот – прим.) меньше. И если штрафы платить быстрее, будет дешевле, чем оплатить страховку».

Таким образом, респонденты признают, что эгоистическая стратегия финансово более выгодная, чем покупка полиса.

Таблица 6

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы относитесь к фиксации автомобилей без полисов ОСАГО при помощи дорожных камер?», %

Table 6

Distribution of Respondents' Answers to the Question: «How Do You Feel about Fixing Cars without CTP Policies Using Traffic Cameras?», %

Респонденты	Как Вы относитесь к фиксации автомобилей без полисов ОСАГО при помощи дорожных камер?				
	Положительно	Нейтрально	Отрицательно	Затрудняюсь ответить	Итого
Имеющие ОСАГО	40,5	27,1	29,6	2,8	100,0
Не имеющие ОСАГО	18,9	18,9	59,5	2,7	100,0
Интегральный показатель по всем респондентам	39,5	26,7	31,0	2,8	100,0

Источник: данные авторского социологического исследования.

Как видно из данных опроса, отсутствие штрафов за передвижение на автомобиле без ОСАГО соседствует с полным попустительством со стороны линейных органов контроля на дороге. Доля респондентов, высказывающих мнение против повышения суммы штрафов, соотносится с долей респондентов, не получивших штраф за подобный проступок и с теми, у кого инспекторы ГИБДД проверяют наличие полиса с частотой, стремящейся к «иногда», «редко» и т.д.

Автоматизированный контроль за наличием полиса ОСАГО – тот механизм, которым мог бы решить дилемму страхователя, рассматриваемую в работе. Авторы считают такую систему системообразующей константой, создающий непрерывный контроль за наличием и неотвратимость финансовых санкций за отсутствие страхового полиса. Цифровизация в этом контексте послужит интегрирующей и комбинирующей функцией, делающей автоматизацию работающей системой. Это же решает дилемму страховщика, исключая использование автомобиля без страховки или делая такое использование финансово несостоятельным. Если рассматривать штрафы не как санкционирующую механику, а как профилактику, мы неминуемо приходим к всеобщей цифровизации дорожного движения и максимальному контролю со стороны государства за наличием полиса.

39% респондентов положительно относятся к возможной фиксации автомобилей без ОСАГО при помощи дорожных камер при этом, 31% высказали негативное мнение, а 26,7% высказали

индифферентную позицию, что говорит об отсутствии социального консенсуса в указанном вопросе.

Установка видеокамер вызывает много вопросов со стороны участников дискуссии. В основном вопросы связаны с механизмом фиксации нарушения и получения штрафа (как часто будет приходиться штраф, раз в день, раз в месяц, будет ли нарушение фиксировать каждая камера). Однако в целом участники считают, что данная мера дисциплинирует участников дорожного движения, не оформляющих полис ОСАГО, и избавит участников ДТП от обращения в суд:

– «Люблю людей, но всё-таки роботы не ошибаются. Поэтому, конечно же, я за внедрение».

– «Ну, я вообще положительно отношусь к этому. То есть человек должен планировать процесс именно замены страховки».

– «Вообще полис – это не право, это обязанность, он должен быть у каждого. Если видеофиксация есть, то слава Богу, пусть будет дальше!»;

Информанты понимают, что в случае интеграции общей дисциплинирующей институции, покрытие ОСАГО будет всеобщей, а наказание за отсутствие станет неотвратимым, доступность и общественный порядок станут ближе к состоянию нормы. Однако у этой инициативы есть и противники, указывающие на несовершенство правовой базы и системы, а также на использование ситуативных неформальных практик:

– «Наверное, отрицательно. Отрицательно, потому что не всегда есть возможность доказать свою правоту»;

– «То есть камера же не спрашивает, почему у человека нет полиса ОСАГО. Если что, сотруднику ДПС можно объяснить, он видит тебя, он видит твою адекватность, он видит, как ты водишь. Грубо говоря, штраф по камере – это будет, ну, тупое отбирание денег»;

– «Ни одна камера ещё не спасла от аварии. Это просто наполнение бюджета и как бы принуждение людей».

– «Надо сначала, чтобы оформить ОСАГО, не было проблем, чтобы человек это спокойно мог сделать. И тогда в данный момент уже устанавливать камеру».

Дилемма страховщика складывается в вопросе инструментари, когда поднимается тема выплат по страховым случаям.

Анализ степени вовлечённости респондентов в процесс получения страховых выплат по

ОСАГО показал, что значительная часть (41,5%) участников исследования имеет опыт получения таких выплат. При этом, у большинства из них (83,3%) не возникало сложностей при оформлении страховой выплаты (рисунок 12). Немногие участники фокус-групп сталкивались с получением выплат по полису ОСАГО, а если ущерб небольшой, то участники ДТП предпочитают «разбираться на месте», выплачивая пострадавшей стороне сумму за причинённый ущерб. Если у участников ДТП оформлен полис ОСАГО, проблемы тоже возникают редко. Но если один из участников не имеет полиса, возникают существенные трудности и необходимость судебного разбирательства, что существенно осложняет процесс восстановления автотранспортного средства и получения выплат.



Рисунок 12. Распределение ответов респондентов на вопросы: «Был ли у Вас опыт получения выплат по ОСАГО?» и «Возникали ли у Вас проблемы в процессе оформления выплаты?», %
Figure 12. Distribution of Respondents' Answers to the Questions: «Have You Had Any Experience Receiving CTP Payments?» and «Did You Have Any Problems in the Payment Processing Process?», %

Источник: данные авторского социологического исследования.

Заключение

В ходе исследования было рассмотрено взаимное воздействие дилеммы страховщика и дилеммы страхователя в контексте цифровой трансформации экономики. Цифровая трансформация способствует оптимизации процесса оформления полиса ОСАГО, до четверти респондентов смогли оформить электронный полис самостоятельно. Также цифровизация способна решить вопрос интеграции и синхронизации процессов для реализации автоматической фиксации наличия полиса и снижения вероятности появления человеческой ошибки. Цифровизация также может выступить двигателем оптимизации отношений между страхователем и страховщиком. Для решения дилеммы страховщика необходимы дополнительные усилия имплементации таких процессов. Авторы видят необходимость в повышении стабильности и прозрачности процессов

для устранения социальной инертности и искусственных барьеров для оформления страховки. Автоматизация фиксации и контроля наличия полисов ОСАГО средствами видеонаблюдения видится авторам механикой, способной решить дилемму страховщика – сделать ОСАГО по настоящему массовым в Приморском крае и минимизировать плотность нелегитимных практик, создавая благоприятную среду для обмена между страховщиком и страхователем. При этом, необходимо понимать проблему низкой осведомленности страхователей о процедурах регулирования продукта, что может приводить к недобросовестному поведению страховщиков, таким как навязывание дополнительных услуг, отказ от оформления полиса и др. Дополнительные риски для законопослушных автолюбителей создают водители, выбирающие индивидуалистическую стратегию поведения, обуславливающую персо-

нальную, сиюминутную выгоду в ущерб социальной. Неотвратимость штрафов при отсутствии полиса – понятная модель для пресечения таких практик. По мнению авторов, широкая социальная дискуссия, проведение социальных

исследований и просветительских мероприятий может мотивировать страховщиков устранить барьеры при оформлении полисов ОСАГО и максимально оптимизировать процессы его оформления.

Список литературы

1. Никулина Н.Н., Березина С.В., Шапкина М.Е. Сущность и технологии индивидуализации страхования в условиях цифровизации // Вестник Московского университета МВД России. 2020. № 3. С. 254–259. <https://doi.org/10.24411/2073-0454-2020-10182> EDN UMNFFUA
2. Ахвледиани Ю.Т. Трансформация страхового рынка в условиях цифровизации // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2021. Том 18. № 3(117). С. 5–11. <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2021-3-5-11> EDN CETESX
3. Адамчук Н.Г. Глобальные постпандемические риски для страхового рынка // Формирование страховой культуры: финансовое просвещение и ответственный бизнес: Сборник трудов XXV Международной научно-практической конференции, Москва, Россия, 04 июня 2024. Москва: Издательство Прометей, 2024. С. 266–271. EDN XUPOEG
4. Гребенищев Э.С., Злобин Е.В., Сарычева Т.В. Страхование через призму цифровой экономики // Финансы. 2018. № 7. С. 46–47. EDN ХТҮВІD
5. Обухова А.С., Колмыкова Т.С. Роль цифровых технологий в трансформации рынка страховых услуг // Индустриальная экономика. 2020. № 2. С. 37–42. EDN PVMKCS
6. Ватолина О.В., Колодин Д.В. К вопросу о цифровой трансформации экономики // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2024. № 1(72). С. 97–106. EDN UEBNTU
7. Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок / пер. с англ. О.А. Дмитриевой под ред. Р.И. Капелюшниковой. Челябинск: Социум, 2011. 394 с. ISBN 978-5-91603-030-3
8. Закирова О.В. Оценка страхового рынка и управления рисками Нижегородской области // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2022. № 2. С. 225–238. <https://doi.org/10.15593/2224-9354/2022.2.15> EDN TKUZCZ
9. Шобей Л.Г., Семченко М.П. Цифровизация страхового рынка России: состояние, проблемы и перспективы // Региональные проблемы преобразования экономики. 2021. № 6(128). С. 184–192. <https://doi.org/10.26726/1812-7096-2021-6-184-192> EDN MCDQKL
10. Брызгалов Д.В., Грызенкова Ю.В., Цыганов А.А. Перспективы цифровизации страхового дела в России // Финансовый журнал. 2020. Том 12. № 3. С. 76–90. <https://doi.org/10.31107/2075-1990-2020-3-76-90> EDN LBRPEN
11. Стащенко С.П., Токолов А.В. Кибермошенничество в сфере оборота электронных страховых полисов страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств // Вестник Московского университета МВД России. 2024. № 1. С. 150–153. <https://doi.org/10.24412/2073-0454-2024-1-150-153> EDN ZHBRTK.
12. Фирсова С.Н., Шибабудинова Э.Р. Цифровизация как фактор развития ОСАГО // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2023. Том 19. № 4. С. 48–55. <https://doi.org/10.22213/2618-9763-2023-4-48-55> EDN GCTVYM
13. Lehmann M., Eling M. The Impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks // Geneva Papers on Risk and Insurance. Issues and Practice. 2017. Vol. 43. No. 3. P. 359–396. <https://doi.org/10.1057/s41288-017-0073-0>
14. Синявская Т.Г., Трегубова А.А. Кто выбирает разные типы страхования: эконометрический анализ // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2019. № 8. С. 58–68. <https://doi.org/10.25198/2077-7175-2019-8-58> EDN JAKWTV
15. Козлова М.А., Дьяченко П.А. Влияние информационной асимметрии на современное состояние рынка автострахования в России // Российский экономический вестник. 2022. Том 5. № 5. С. 262–267. EDN JZBWNG
16. Kollock P. Social Dilemmas: The Anatomy of Cooperation // Annual Review of Sociology. 1998. Vol. 24. P. 183–214. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.24.1.183>
17. Dawes R.M. Social Dilemmas // International Journal of Psychology. 2000. Vol. 35. Issue 2. P. 111–116. <https://doi.org/10.1080/002075900399402>
18. De Cremer D., Van Vugt M. Social Identification Effects in Social Dilemmas: A Transformation of Motives // European Journal of Social Psychology. 1999. Vol. 29. P. 871–893. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(199911\)29:7%3C871::AID-EJSP962%3E3.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(199911)29:7%3C871::AID-EJSP962%3E3.0.CO;2-I)
19. De Cremer D., Snyder M., Dewitte S. The Less I Trust, the Less I Contribute (or Not)?: The Effects of Trust, Accountability and Self-monitoring in Social Dilemmas // European Journal of Social Psychology. 2001. Vol. 31. P. 93–107. <https://doi.org/10.1002/ejsp.34>
20. Social Dilemmas as Strong Versus Weak Situations: Social Value Orientations and Tacit Coordination under Resource Size Uncertainty / E.W. De Kwaadsteniet, E. Van Dijk, A. Wit, D. De Cremer // Journal of Experimental Social Psychology. 2006. Vol. 42. Issue 4. P. 509–516. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2005.06.004>
21. Kramer R.M., Goldman L. Helping the Group or Helping Yourself? Social Motives and Group Identity in Resource Dilemmas // Social Dilemmas: Perspectives on Individuals and Groups / ed. by D. A. Schroeder. Westport: Praeger. 1995. P. 49–67.
22. Туленцы Д.С. К вопросу об адекватности цен и маржинальности в ОСАГО // Имущественные отношения в РФ. 2020. № 10(229). С. 40–51. <https://doi.org/doi:10.24411/2072-4098-2020-11002> EDN JQPDZT

Информация об авторах:

Дмитрий Владимирович Колодин – кандидат социологических наук, начальник отдела исследований и методических разработок, Приморский научно-исследовательский центр социологии и гражданских инициатив; доцент кафедры общей и юридической психологии, Владивостокский государственный университет (SPIN-code: 3535-7356) (РИНЦ Author ID: 907654)

Ольга Сергеевна Ивченко – директор Приморского научно-исследовательского центра социологии и гражданских инициатив (SPIN-code: 4751-2355) (РИНЦ Author ID: 812911)

Владислав Сергеевич Витюнин – ведущий социолог, Приморский научно-исследовательский центр социологии и гражданских инициатив

(SPIN-код: 2551-0602) (РИНЦ Author ID: 1233500)

Заявленный вклад авторов:

Д.В. Колодин – концептуализация.

О.С. Ивченко – администрирование исследования.

В.С. Витюнин – курирование данных.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Автор, ответственный за переписку – Дмитрий Владимирович Колодин.

Статья поступила в редакцию 06.09.2024; одобрена после рецензирования 01.11.2024; принята к публикации 19.03.2025.

References

1. Nikulina N.N., Berezina S.V., Shashkina M.E. The Essence and Technology of Individualization of Insurance in the Context of Digitalization. *Vestnik Moskovskogo Universiteta MVD Rossii=Bulletin of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*. 2020;(3):254-259. <https://doi.org/10.24411/2073-0454-2020-10182> (In Russ.)
2. Akhvedian Yu.T. Insurance Market Transformation in Conditions of Digitalization. *Vestnik Rossiiskogo Ekonomicheskogo Universiteta imeni G.V. Plekhanova=Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics*. 2021;18(3(117)):5-11. <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2021-3-5-112021> (In Russ.)
3. Adamchuk N.G. Global Post-Pandemic Risks to the Insurance Market. In: *Formirovanie Strakhovoi Kul'tury: Finansovoe Proshchchenie i Otvetstvennyi Biznes*. XXV International Scientific and Practical Conference; June 04, 2024; Moscow, Russia. Moscow: Publishing house Prometei. 2024:266-271. (In Russ.)
4. Grebenschikov E.H.S., Zlobin E.V., Sarycheva T.V. Strakhovanie Cherez Prizmu Tsifrovoy Ekonomiki. *Finansy*. 2018;(7):46-47. (In Russ.)
5. Obukhova A.C., Kolmykova T.S. Role of Digital Technologies in Transformation of the Insurance Services Market. *Industrial'naya Ekonomika=Industrial Economy*. 2020;(2):37-42. (In Russ.)
6. Vatolina O.V., Kolodin D.V. The Issue of Digital Transformation of the Economy. *Vestnik Tikhookeanskogo Gosudarstvennogo Universiteta=Bulletin of Pacific National University*. 2024;(1(72)):97-106. (In Russ.)
7. Hayek F.A. Individualism and Economic Order. Transl. from Engl. O.A. Dmitrieva by ed. R.I. Kapelyushnikov. Chelyabinsk: Publishing House «Sotsium»; 2011. 394 p. ISBN 978-5-91603-030-3 (In Russ.)
8. Zakirova O.V. Assessment of the Insurance Market and Risk Management in Nizhny Novgorod Region. *Vestnik Permskogo Natsional'nogo Issledovatel'skogo Politekhnicheskogo Universiteta. Sotsial'no-ekonomicheskie Nauki=PNRPU Sociology and Economics Bulletin*. 2022;(2):225-238. <https://doi.org/10.15593/2224-9354/2022.2.15> (In Russ.)
9. Shobei L.G., Semchenko M.P. Digitalization of the Russian Insurance Market: Status, Problems and Prospects. *Regional'nye Problemy Preobrazovaniya Ekonomiki*. 2021;(6(128)):184-192. <https://doi.org/10.26726/1812-7096-2021-6-184-192> (In Russ.)
10. Bryzgalov D.V., Gryzenkova YU.V., Tsyganov A.A. Prospects for Digitalization of the Insurance Business in Russia. *Finansovyy Zhurnal=Financial Journal*. 2020;12(3):76-90. <https://doi.org/10.31107/2075-1990-2020-3-76-90> (In Russ.)
11. Stashchenko S.P., Tokolov A.V. Cyberbullying in the Sphere of Turnover of Electronic Insurance Policies of Civil Liability Insurance of Vehicle Owners. *Vestnik Moskovskogo Universiteta MVD Rossii=Bulletin of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*. 2024;(1):150-153. <https://doi.org/10.24412/2073-0454-2024-1-150-153> (In Russ.)
12. Firsova S.N., Shiabutdinova E.R. Digitization as a Factor of MTPL Development. *Sotsial'no-ekonomicheskoe Upravlenie: Teoriya i Praktika*. 2023;19(4):48-55. <https://doi.org/10.22213/2618-9763-2023-4-48-55> (In Russ.)
13. Lehmann M., Eling M. The Impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks. *Geneva Papers on Risk and Insurance. Issues and Practice*. 2017;43(3):359-396. <https://doi.org/10.1057/s41288-017-0073-0>
14. Sinyavskaya T.G., Tregubova A.A. Who Chooses Different Types of Insurance: Econometric Analysis. *Intellekt. Innovatsii. Investitsii=Intellect. Innovation. Investments*. 2019(8):58-68. <https://doi.org/10.25198/2077-7175-2019-8-58> (In Russ.)
15. Kozlova M.A., D'yachenko P.A. Impact of Information Asymmetry on the Current State of the Car Insurance Market in Russia. *Rossiiskii Ekonomicheskii Vestnik=Russian Economic Bulletin*. 2022;5(5):262-267. (In Russ.)
16. Kollock P. Social Dilemmas: The Anatomy of Cooperation. *Annual Review of Sociology*. 1998;24:183-214. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.24.1.183>
17. Dawes R.M. Social Dilemmas. *International Journal of Psychology*. 2000;35(2):111-116. <https://doi.org/10.1080/002075900399402>
18. De Cremer D., Van Vugt M. Social Identification Effects in Social Dilemmas: A Transformation of Motives. *European Journal of Social Psychology*. 1999;29:871-893. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(199911\)29:7%3C871::AID-EJSP962%3E3.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(199911)29:7%3C871::AID-EJSP962%3E3.0.CO;2-I)
19. De Cremer D., Snyder M., Dewitte S. The Less I Trust, the Less I Contribute (or Not)? The Effects of Trust, Accountability and Self-monitoring in Social Dilemmas. *European Journal of Social Psychology*. 2001;31:93-107. <https://doi.org/10.1002/ejsp.34>

20. De Kwaadsteniet E.W., Van Dijk E., Wit A., et al. Social Dilemmas as Strong Versus Weak Situations: Social Value Orientations and Tacit Coordination under Resource Size Uncertainty. *Journal of Experimental Social Psychology*. 2006;42(4):509-516. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2005.06.004>
21. Kramer R.M., Goldman L. Helping the Group or Helping Yourself? Social Motives and Group Identity in Resource Dilemmas. In: Schroeder D. A. (ed.) *Social Dilemmas: Perspectives on Individuals and Groups*. Westport: Praeger; 1995. P. 49–67.
22. Tulenty D.S. On the Issue of Price Adequacy and Margin in Compulsory Motor Liability Insurance. *Imushchestvennyye Otnosheniya v RF=Property Relations in the Russian Federation*. 2020;(10(229)):40-51. <https://doi.org/doi:10.24411/2072-4098-2020-11002> (In Russ.)

Information about the authors:

Dmitrii V. Kolodin – PhD in Sociology, Head of the Research and Methodological Development Department, Primorsky Scientific Research Center for Sociology and Civic Initiatives; Associate Professor, the Department of General and Legal Psychology, Vladivostok State University

(SPIN-code: 3535-7356) (RSCI Author ID: 907654)

Ol'ga S. Ivchenko – Director of the Primorsky Research Center for Sociology and Civic Initiatives

(SPIN-code: 4751-2355) (RSCI Author ID: 812911)

Vladislav S. Vityunin – Leading Sociologist, Primorsky Scientific Research Center for Sociology and Civic Initiatives

(SPIN-code: 2551-0602) (RSCI Author ID: 1233500)

Authors' declared contribution:

Dmitrii V. Kolodin – conceptualization.

Ol'ga S. Ivchenko – administration of research.

Vladislav S. Vityunin – data curation.

The authors declare no conflict of interest.

The author responsible for the correspondence is Dmitrii V. Kolodin.

The article was submitted 06.09.2024; approved after reviewing 01.11.2024; accepted for publication 19.03.2025.