

**рекадро™**

Экспертные кадровые решения

**2019**

## Отношение россиян к страхованию



Rekadro

28.06.2019

# ОТНОШЕНИЕ К СТРАХОВАНИЮ В РОССИИ

Период проведения исследования: май – июнь 2019 года.

Источники исследования: открытый опрос россиян - 511 человек.

Практика страхования жизни, здоровья, имущества и своего будущего является нормой во многих государствах. Какова ситуация на этом рынке в современном российском обществе? Как относимся мы к страхованию, страхуем ли свои риски или предпочитаем справляться с ними самостоятельно?

## Опыт приобретения страховых продуктов

35,3% россиян не имеют опыта приобретения страховых продуктов.

Среди причин для страхования россияне назвали, в первую очередь, требования со стороны законодательства или обслуживающих структур (например, при получении кредита в банке). Вторая значимая причина – оценка страхования как грамотного подхода к снижению рисков.

Диаграмма 1. Причины для приобретения страховых продуктов, % респондентов



При этом добровольные страховые продукты никогда не приобретали 49% участников опроса – почти половина, и лишь 14% респондентов продолжают приобретать их и сейчас.

Диаграмма 2. Опыт приобретения продуктов добровольного страхования, % респондентов



**В разрезе различных выборок можно отметить, что:**

- женщины реже, чем мужчины, имеют опыт приобретения продуктов добровольного страхования;
- по мере карьерного роста пользование добровольными видами страхования растет: так, все менеджеры высшего звена, принявшие участие в исследовании, приобретали хотя бы один раз продукты добровольного страхования; в то же время, ни один из студентов/выпускников не имел такого опыта;
- выявить однозначную корреляцию между страхованием и возрастом не удалось – с одной стороны, все респонденты старше 41 года отметили, что приобретали добровольные виды страховых продуктов, с другой – среди респондентов в возрасте 26 – 30 лет самый высокий процент тех, кто этого не делал.

Диаграмма 3. Отсутствие опыта приобретения продуктов добровольного страхования в разрезе гендерного признака, % респондентов

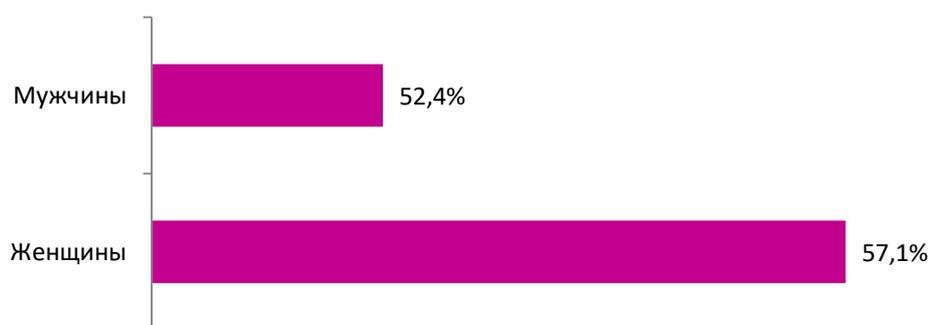


Диаграмма 4. Отсутствие опыта приобретения продуктов добровольного страхования в разрезе категории должности, % респондентов

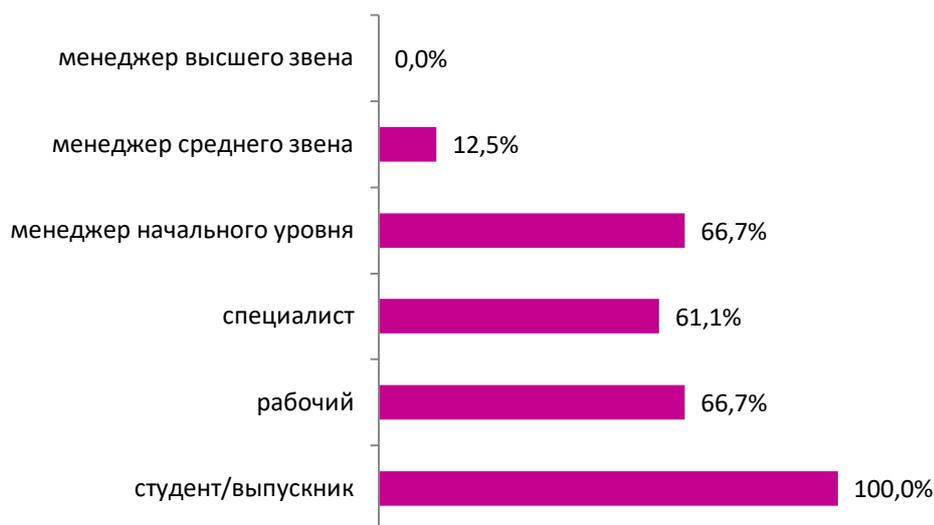
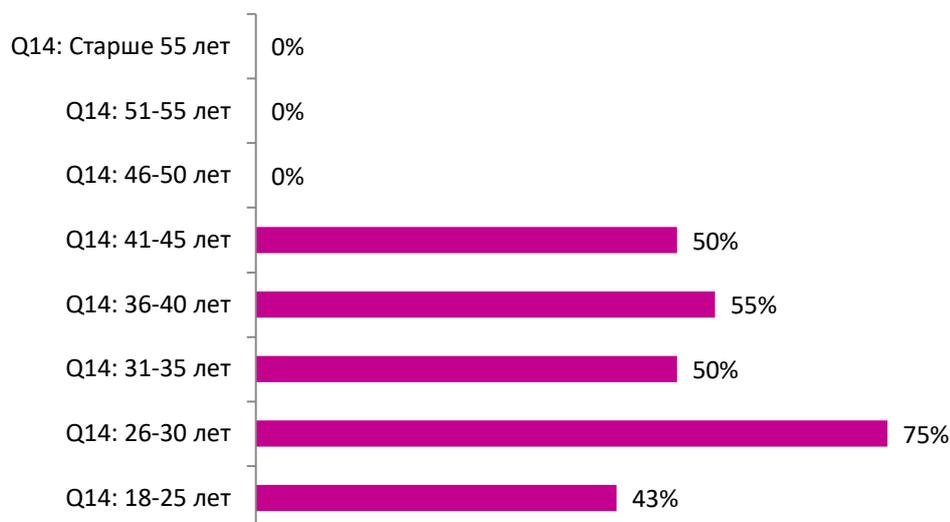


Диаграмма 5. Отсутствие опыта приобретения продуктов добровольного страхования в разрезе возраста, % респондентов



Основная причина, по которой россияне не приобретают страховые продукты - недоверие страховым компаниям (35,3%). Почти пятая часть россиян также считает, что страхование – это потраченные впустую средства, достаточно большая часть респондентов (17,7%) затруднилась ответить на этот вопрос. 7,8% респондентов считают, что государство должно помочь гражданам в чрезвычайных ситуациях.

Диаграмма 6. Причины, по которым россияне не приобретают добровольные виды страховых продуктов, % респондентов



Недоверие страховым компаниям, как и уверенность в том, что скорее всего деньги будут потрачены впустую, сильнее проявляется у женщин; мужчины же отмечают одной из

основных причин достаточный запас личных финансовых средств на непредвиденный случай.

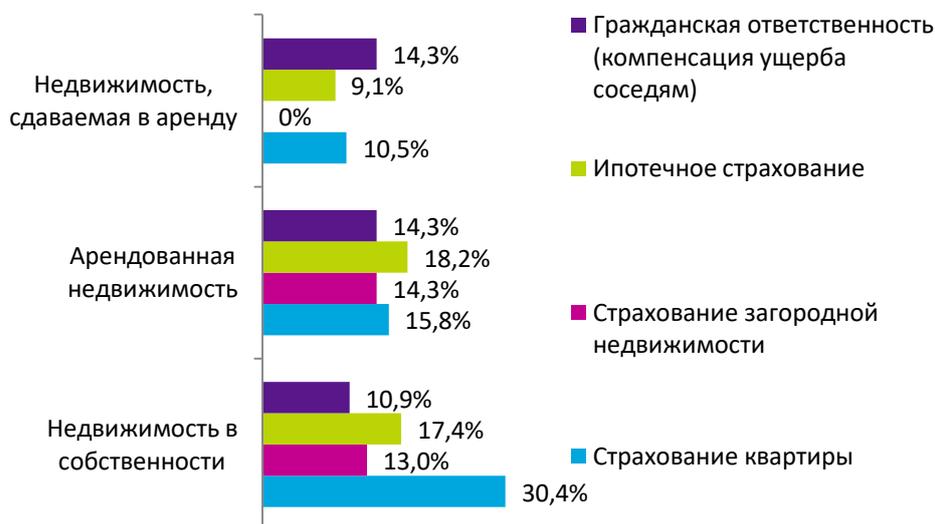
Диаграмма 7. Причины, по которым россияне не приобретают добровольные виды страховых продуктов, в разрезе гендерного признака, % респондентов



## Популярность страховых продуктов в России

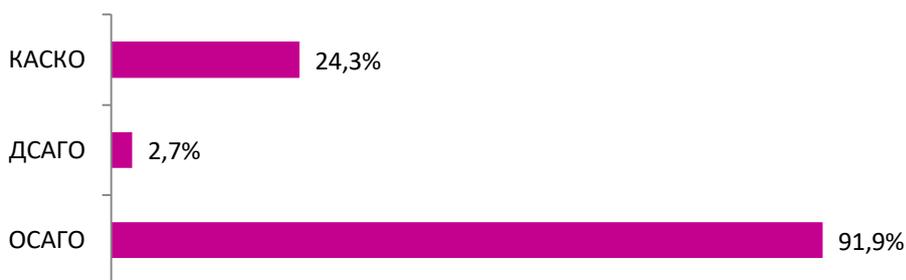
В целом, не более 30,4% россиян страхуют свою квартиру – самый большой процент относится к квартирам в собственности. Реже всего россияне страхуют недвижимость, сдаваемую в аренду.

Диаграмма 8. Страхование недвижимости, % респондентов



Все владельцы автомобилей страхуют своё имущество, но самым популярным видом страхования является обязательный - ОСАГО.

Диаграмма 9. Страхование автомобиля, % респондентов



77% респондентов не страхуют самостоятельно свою жизнь/здоровье. Разница между мужчинами и женщинами, а также в разрезе других выборок, в данном случае практически незаметна – проценты распределились приблизительно в соответствии с общим результатом.

Диаграмма 10. Страхование жизни/здоровья, % респондентов



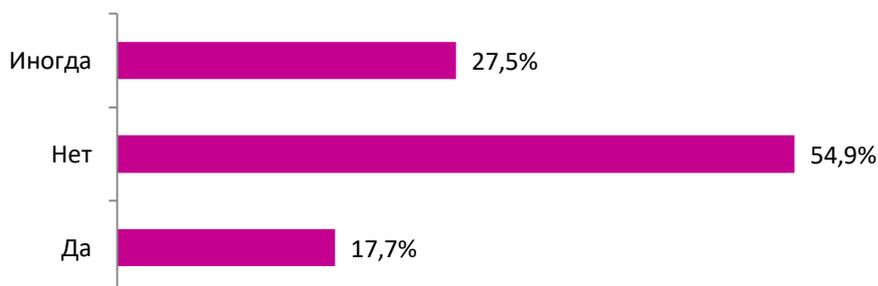
При поездках россияне, как правило, страхуют зарубежные путешествия – скорее всего, это связано с особенностями и правилами приобретения путевок.

Диаграмма 11. Страхование путешествий, % респондентов



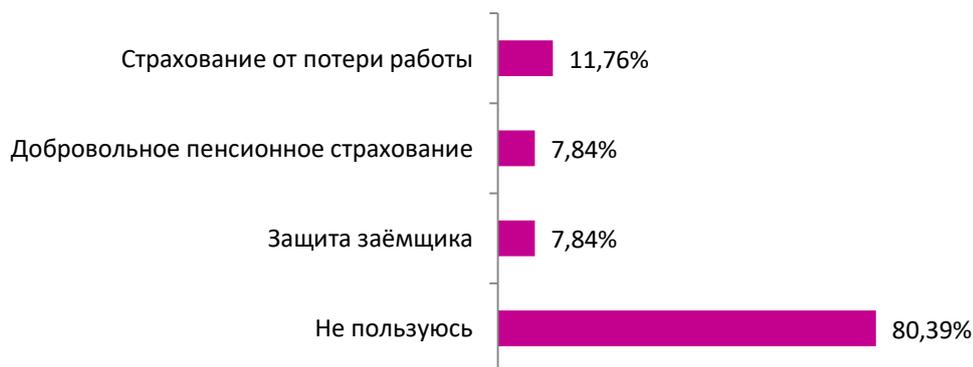
55% респондентов при этом никогда не страхуют свои поездки на общественном транспорте при приобретении билетов.

Диаграмма 12. Оформляете ли вы страховку, предлагаемую вам при покупке билета на общественный транспорт (автобус, поезд, самолет)?; % респондентов



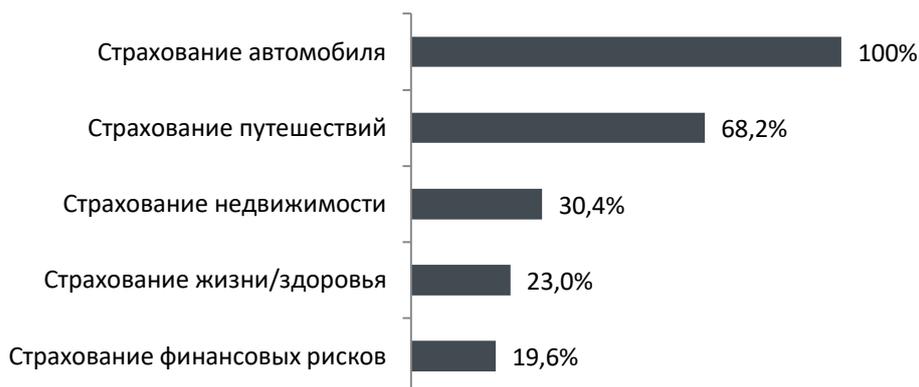
Страхование финансовых рисков также достаточно редкое для россиян явление – 80% респондентов не пользуются такими продуктами.

Диаграмма 13. Страхование финансовых рисков, % респондентов



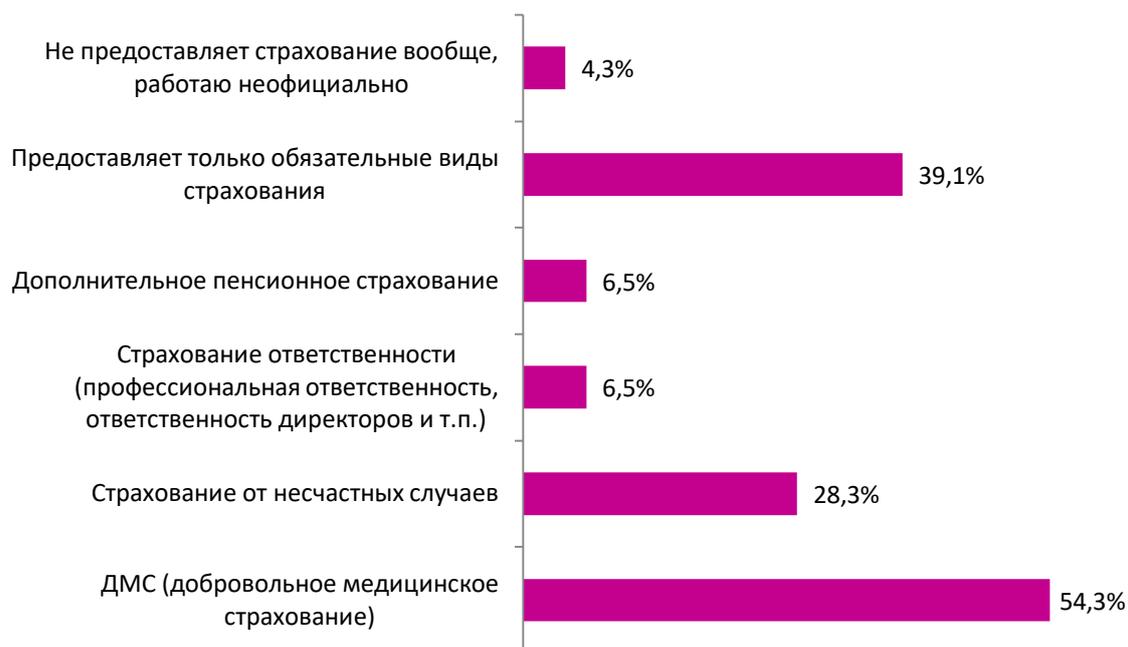
В целом, среди россиян популярны те виды и продукты страхования, которые они вынуждены приобретать в виду законодательства или требований определенных компаний/структур. Добровольные виды страхования, не навязанные, например, правилами банков при выдаче кредита, по-прежнему не пользуются спросом.

Диаграмма 14. Популярность разных видов страхования, % респондентов



Среди работодателей традиционно наиболее популярны такие виды страхования, как ДМС (более половины респондентов), страхование от несчастных случаев (28,3%). 39% участников опроса получают от работодателя только обязательные виды страхования, 4,3% не получают его вообще.

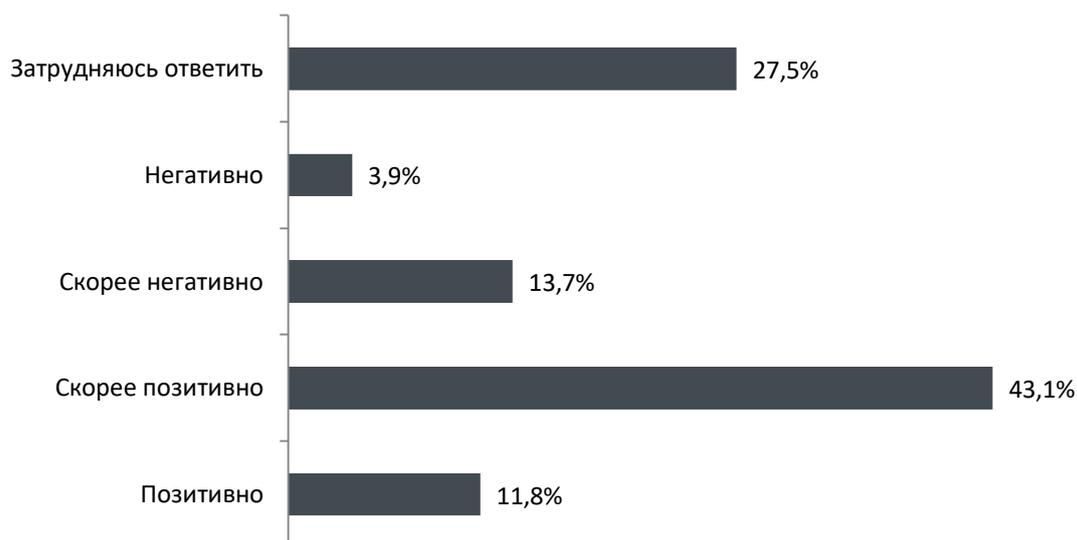
Диаграмма 15. Страхование, предоставляемое работодателем, % респондентов



### Отношение россиян к страхованию

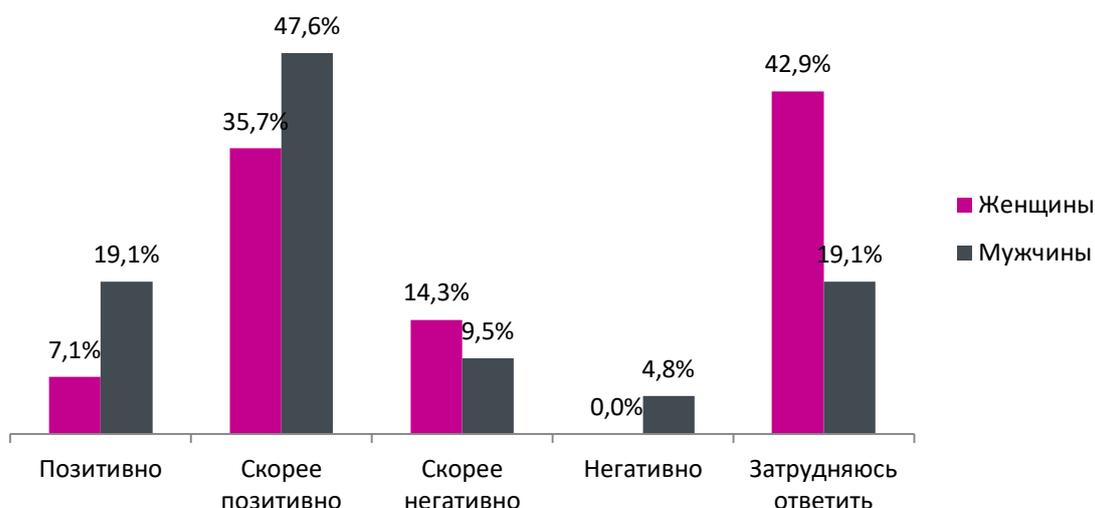
По общей оценке, россияне скорее позитивно относятся к страхованию. Однако значительная часть респондентов – 27,5% - не смогла определиться и затруднилась ответить на этот вопрос.

Диаграмма 16. Отношение к страхованию в целом, % респондентов



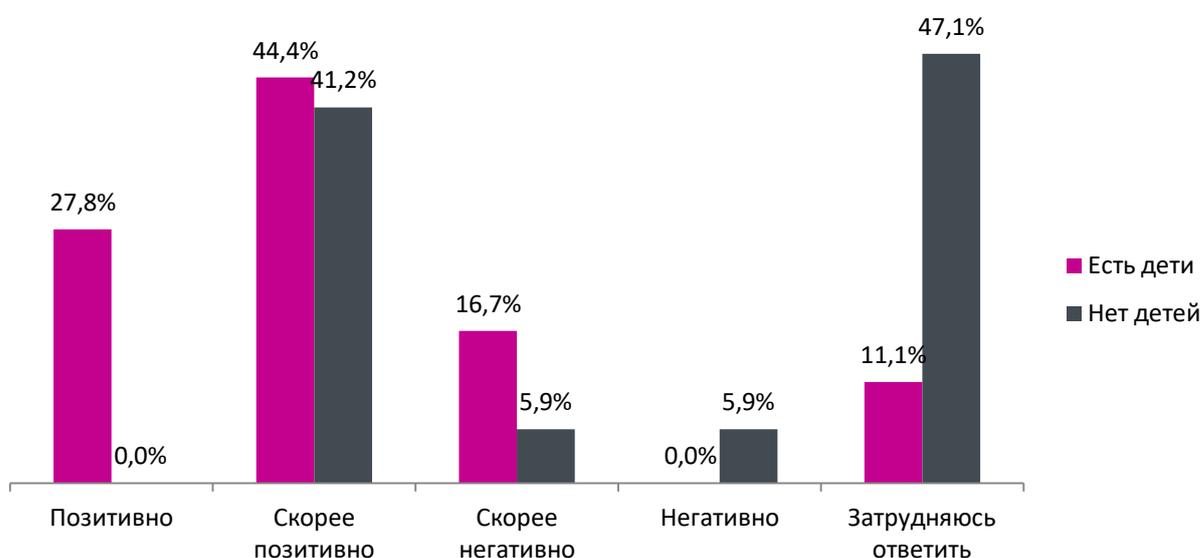
Мужчины больше определились со своим мнением, чем женщины.

Диаграмма 17. Отношение к страхованию в целом в разрезе гендерного признака, % респондентов



Россияне с детьми более позитивно относятся к страхованию – так, 27,8% из них высказали однозначно позитивное отношение, в то время как ни один из респондентов без детей не выбрал такой вариант ответа.

Диаграмма 18. Отношение к страхованию в целом в разрезе наличия детей, % респондентов



Более позитивное отношение к страхованию высказывают люди с более высоким уровнем дохода – все однозначно позитивные оценки отметили респонденты с ежемесячным доходом в 50 000 рублей и более.

## Основные выводы по результатам исследования

- Практика страхования жизни, здоровья, имущества и своего будущего на добровольной основе по-прежнему не популярна в России – 35,3% россиян не имеют опыта приобретения страховых продуктов в принципе. Добровольные страховые продукты никогда не приобретали 49% участников опроса – почти половина, и лишь 14% респондентов продолжают приобретать их и сейчас.
- Основная причина для страхования - требования со стороны законодательства или компаний.
- Россияне всё еще не умеют работать с рисками: 42,4% россиян считают, что страхование – это грамотный подход к снижению рисков, но почти пятая часть россиян при этом считает приобретение страховых продуктов лишней тратой денег, так как шанс, что что-то случится, крайне низок.
- Многие россияне не доверяют страховым компаниям (35,3%) и по этой причине не приобретают страховые продукты.
- В целом, среди россиян популярны те виды и продукты страхования, которые они вынуждены приобретать в виду законодательства или требований определенных компаний/структур. Наиболее популярно страхование автомобиля (ОСАГО), на втором месте – страхование путешествий за границу. Добровольные виды страхования, не навязанные, например, правилами банков при выдаче кредита, по-прежнему не пользуются спросом.
- Работодатели более активно пользуются страховыми продуктами: 61% работодателей участников исследования предлагает своим сотрудникам дополнительное страхование (без учета обязательного). Традиционно среди работодателей наиболее популярны такие виды страхования, как ДМС (более половины респондентов), страхование от несчастных случаев (28,3%).
- В целом, россияне скорее позитивно относятся к страхованию. Однако значительная часть респондентов – 27,5% - не смогла определиться и затруднилась ответить на этот вопрос. В оценке присутствует скорее равнодушие, отсутствие интереса к теме. На рост положительного мнения влияет более высокий уровень дохода и наличие детей.

## Приложение 1. Информация о респондентах

Диаграмма 19. Распределение респондентов по половому признаку

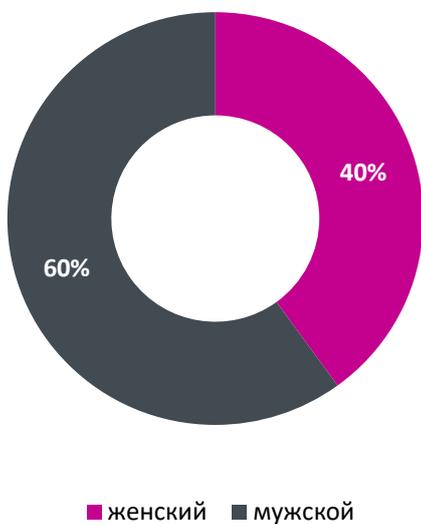


Диаграмма 20. Распределение респондентов по возрасту

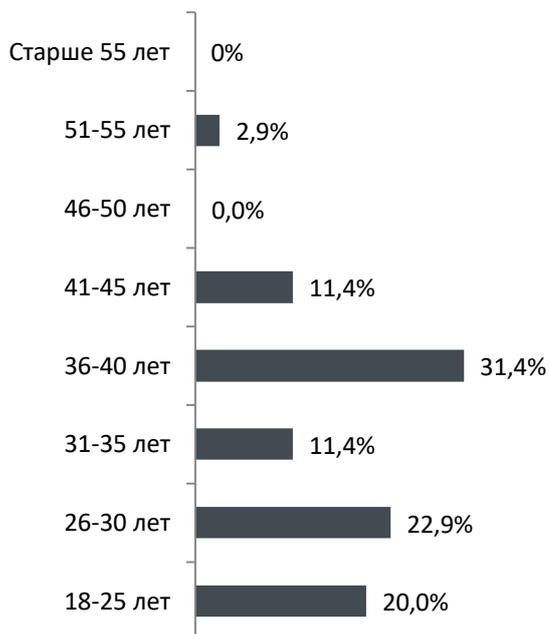


Диаграмма 21. Распределение респондентов по категории должности



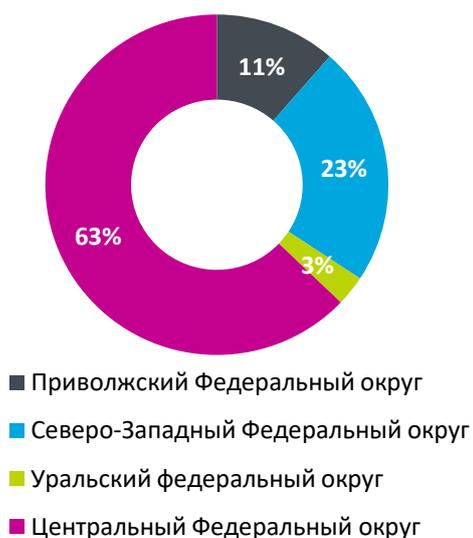
Диаграмма 22. Распределение респондентов по профессиональной сфере



Диаграмма 23. Распределение

Диаграмма 24. Распределение респондентов по

респондентов по географическому признаку



уровню ежемесячного дохода

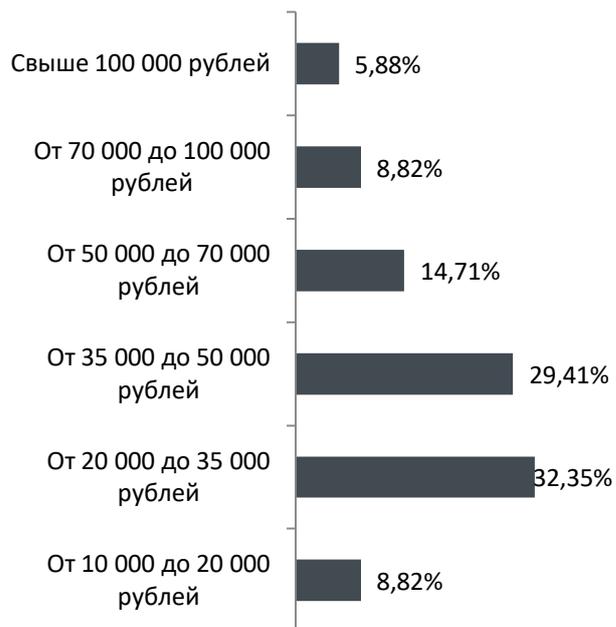


Диаграмма 25. Распределение респондентов по семейному положению

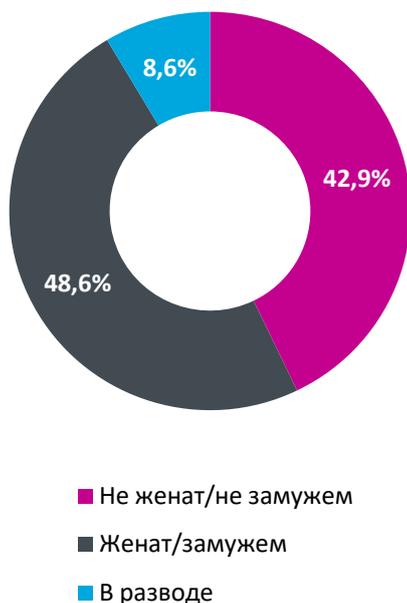


Диаграмма 26. Распределение респондентов по наличию детей

