

## СОВРЕМЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ФАКТОРОВ СТРАХОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

И.Р. САРИЕВА



Сариева Ирена Ремаевна — преподаватель кафедры организационной психологии НИУ ВШЭ. Сфера научных интересов: социальная психология, политическая психология, психология протеста.  
Контакты: iren.sarieva@gmail.com

---

### Резюме

*Статья содержит анализ и категоризацию существующих подходов к изучению страхового поведения. Во введении описывается текущее состояние российского страхового рынка и отмечается его тенденция к развитию. В первом разделе описываются два фундаментальных подхода к страховому поведению. Классический «рациональный» подход предполагает, что потребитель тщательно анализирует возможные риски и страховые опции и принимает взвешенное и обоснованное решение о покупке. При этом с конца XX в. популярность набирает так называемый «нерациональный подход», который базируется на тезисе о том, что классическая теория не объясняет многих задокументированных проявлений страхового поведения. Во втором разделе описываются основные факторы, влияющие на страховое поведение. Далее рассматриваются известные стадии страхового поведения, а именно: решение о необходимости приобретения страхового полиса, выбор и приобретение страхового полиса, взаимодействие со страховой компанией в случае наступления страхового случая и решение о продолжении сотрудничества со страховой компанией. Особое внимание уделяется первым двум стадиям. Это обусловлено тем, что именно они чаще всего фигурируют в исследованиях, подкрепленных эмпирическими наблюдениями. В заключительной части статьи формулируется ряд вопросов для дальнейшего изучения, в частности, о применимости модели намеренного поведения при анализе страхового поведения, о взаимосвязанности отдельных факторов, о проблемах субъективных психологических факторов и о влиянии культурной и национальной специфики на страховое поведение.*

**Ключевые слова:** страховое поведение, оценка риска, форма предъявления информации.

---

Выполнено при поддержке Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 гг., проект № 2012-1.2.1-12-000-3005-3961 «Исследование психологических условий и разработка инновационных методик, создающих условия для принятия обоснованных экономических решений в современной России».

Страховое поведение — это форма экономической активности, при которой человек стремится сократить финансовые риски путем их передачи страховщику. Пытаясь оградить себя от финансовых проблем, возникших в результате аварий, преступлений и других событий, которые могут нанести ущерб имуществу, жизни и здоровью, человек приобретает страховые продукты, гарантирующие ему денежную компенсацию при возникновении страхового случая.

В настоящее время страховая индустрия развита во многих странах. Ситуация на российском рынке также свидетельствует о достаточно активном использовании страховых услуг. По данным Национального агентства финансовых исследований на 2012 г., 42% россиян хоть раз пользовались тем или иным видом страхования. Наиболее популярным видом в России является автострахование: полис Обязательного страхования автогражданской ответственности (ОСАГО) имели в 2012 г. 26% россиян. Еще 8% владели полисом добровольного автомобильного страхования КАСКО и столько же пользовались каким-либо имущественным страхованием (Страхование постепенно возвращается, 2012).

В последние годы страховое поведение привлекает внимание представителей разных дисциплин, прежде всего экономистов, социологов и психологов. Основной вопрос, который ставят перед собой исследователи, формулируется так: какие факторы оказывают влияние на вероятность и характер страхового поведения, т.е. какие люди и при каких условиях покупают страховые полисы?

### Подходы к изучению страхового поведения

В настоящее время существует два общих подхода к изучению факторов, оказывающих влияние на страховое поведение. Их сторонники воспринимают человека как эгоиста, который стремится получить максимальное вознаграждение или избежать наказания. В области экономических решений речь идет, прежде всего, о прибыли и уменьшении денежных потерь. Однако они расходятся в оценке способности человека к анализу информации (например: Khan, 2011).

Сторонники *«рационального»* подхода полагают, что, принимая экономические решения, человек тщательно анализирует всю доступную релевантную информацию и на ее основе выносит взвешенное суждение. Эта идея легла в основу целого ряда моделей принятия решения, авторы которых концентрируются на факторах, определяющих выгоду того или иного страхового продукта (например, экономическое положение покупателя страховки, вероятность наступления страхового случая, цена страхового продукта, гарантии, которые он предоставляет, и т.д.).

Однако целый ряд исследователей отмечают, что такой подход не может объяснить страховые решения, являющиеся отклонением от рациональной линии поведения, порождающие излишнюю, на первый взгляд, трату или экономию денег (например: El-Gamal, Grether, 1995; Griffin, Tversky, 1992). К ним относятся спрос на страхование от малых финансовых рисков, бимодальный спрос на страхование от катастроф,

предпочтение небольшой франшизы и спрос на страхование от нематериальных (неденежных) потерь (Schwarcz, 2010).

*Спрос на страхование от малых финансовых рисков.* Согласно «рациональному» подходу, решение человека о приобретении страховки должно зависеть от размера возможных финансовых потерь. Чем больше вероятные потери, тем больше человек склонен покупать страховой полис, тем большую сумму готов за него заплатить. Однако исследования показывают, что люди приобретают страховки даже при малых финансовых рисках. Типичным примером является приобретение расширенной гарантии на различные электронные товары, что по сути является страховым соглашением (Там же).

*Бимодальный спрос на страхование от катастроф.* В соответствии с «рациональным» подходом при покупке страхового полиса человек должен учитывать вероятность наступления событий, способных нанести ему материальный ущерб. Иными словами, он будет страховать себя и своих близких от негативных событий, которые встречаются часто, и пренебрегать страховкой от событий, встречающихся редко. Однако эта закономерность нарушается в случае страхования от природных катастроф, например землетрясений, наводнений и т.д. Люди либо полностью отбрасывают риск природных катаклизмов и отказываются от страхования даже при высокой вероятности подобных событий, либо переоценивают риски и приобретают страховые полисы на слишком большие суммы (Botzen,

2008; Kunreuther et al., 2001; Schmidt, Zank, 2008).

*Предпочтение небольшой франшизы.* Под франшизой в страховании понимается часть ущерба, которая не выплачивается компанией при наступлении страхового случая. Как правило, чем больше франшиза, тем меньше стоимость страхового полиса. Согласно «рациональному» подходу, стремясь минимизировать издержки, человек должен отдавать предпочтение большим франшизам, игнорируя маленькие, и благодаря этому тратить на страхование небольшие суммы. На практике покупатели стараются избегать высоких франшиз, в результате чего многие зарубежные компании перестали предлагать удержание в размере больше чем тысяча долларов (Schwarcz, 2010).

*Спрос на страхование от нематериальных потерь.* В логику «рационального» человека не укладывается страхование от неденежных потерь. Речь идет, например, о страховании жизни ребенка, смерть которого наносит родителям большого материального ущерба и даже избавляет их от затрат по уходу за ним. Тем не менее американские исследования показывают, что подобная страховая услуга довольно популярна (Hsee, Kunreuther, 2000).

Подобные аномалии привлекают внимание сторонников «*нерационального*» подхода, которые рассматривают человека как предубежденного решателя. Они сомневаются в способности людей тщательно анализировать всю релевантную информацию и класть ее в основу суждения. С их точки зрения, при обработке информации люди руководствуются ранее усвоенными готовыми схемами,

используют простые правила — эвристики, следуют своим эмоциям. Принятые с их помощью решения могут быть экономически нецелесообразными. Тем не менее они позволяют человеку сориентироваться в экономических реалиях в условиях лимита времени и недостатка информации о выгоды той или иной альтернативы (Laury, McInnes, 2003).

Для изучения экономического, в том числе страхового, поведения сторонники этого подхода привлекают психологические понятия и модели, позволяющие объяснить отклонения от рационального выбора. Несмотря на возможности, которые этот подход открывает перед исследователями, он не позволяет описать все многообразие факторов, оказывающих влияние на экономические решения и поведение. По-

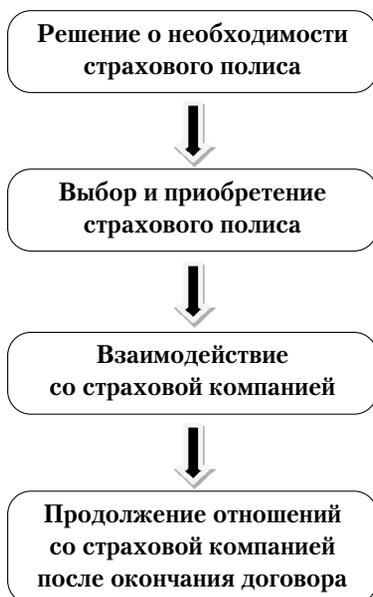
этому в последнее время все чаще появляются исследования, в которых рассматриваются как факторы, определяющие экономическую целесообразность решения, так и переменные, вызывающие отклонения от рационального выбора.

### **Факторы страхового поведения**

Активность человека в области страхования можно рассматривать как процесс, который включает четыре стадии: принципиальное решение о необходимости страхового полиса; выбор страхового продукта и его приобретение в определенной компании; взаимодействие с компанией при наступлении страхового случая; продолжение отношений с компанией после окончания страхового договора (рисунок 1).

*Рисунок 1*

**Стадии страховой активности человека**



Представление о факторах, оказывающих влияние на каждой из этих стадий, формируется на основе двух типов исследований. Исследования первого типа носят общий характер: в них рассматриваются условия, оказывающие влияние на оценку рискованности различных альтернатив и выбор одного варианта из нескольких возможных. Исследования второго типа проводятся на материале страховой активности: в них участвуют люди, принимающие решение о приобретении страхового полиса в экспериментально созданной или реальной ситуации.

В этой статье мы остановимся на относительно немногочисленных исследованиях второго типа. Авторы большинства из них отвечают на вопрос о том, при каких условиях люди склонны приобретать страховку вообще (первая стадия) или каким страховым продуктам они отдадут предпочтение (вторая стадия). Однако содержание факторов позволяет предположить, что одни условия оказывают непосредственное воздействие на оценку издержек и вознаграждений, которые человек может получить, приобретя страховой полис, а другие – опосредованное (рисунок 2). В частности, оценивая

Рисунок 2

#### Иерархическая модель факторов страхового поведения



издержки и вознаграждение от приобретения страховки, человек, скорее всего, ориентируется на вероятность страхового случая, стоимость страховки, способность страховки покрыть издержки и возможность ее приобретения. В то же время такие переменные, как частота обсуждения страхового случая, особенности страховой компании и способ предъявления информации, оказывают опосредованное воздействие.

### *Решение о необходимости страхового полиса*

На первой стадии человек принимает решение о необходимости страховки от определенных событий (автомобильной аварии, пожара, стихийных бедствий, болезни и смерти и т.д.)<sup>1</sup>. Исследования дают возможность предположить, что на этой стадии он оценивает вероятность наступления страхового случая, способность страхового полиса покрыть издержки и возможность приобрести его.

*Вероятность страхового случая.* Человек приобретает страховой полис в том случае, когда считает, что вероятность понести убытки достаточно велика. Приобретение страховки — это попытка предотвратить возможные потери (Schwarcz, 2010). Возникает вопрос: какую информацию человек привлекает при оценке риска?

С одной стороны, большое значение имеет статистика подобных

событий в прошлом, оценка экспертов. Однако их влияние во многом зависит от формы предъявления сведений. Так, исследователи отмечают, что клиенты предпочитают получать информацию о вероятностях различных страховых событий не в числовой, а в вербальной форме (Brun, Teigen, 1988), склонны более позитивно оценивать сообщения с данными, представленными словесно (Wallsten et al., 1993). При наличии такого сообщения люди более склонны заключить договор с невыгодными условиями, чем при наличии сообщения с информацией в виде чисел.

С другой стороны, важную роль играет субъективная уверенность человека в опасности мира, которая зависит как от индивидуальных особенностей, так и от характеристик ситуации. Одним из «субъективных» факторов, оказывающих влияние на оценку риска, является «популярность» страхового случая — частота его обсуждения в средствах массовой информации. Результаты исследований свидетельствуют о том, что повышенный спрос вызывают страховые полисы от часто обсуждаемых событий, таких как теракты, страшные заболевания (например рак) (Botzen, Van den Bergh, 2012) и стихийные бедствия (Botzen, 2008). Вероятно, частое обсуждение опасных событий уменьшает веру человека в собственную неуязвимость и тем самым побуждает его покупать страховой полис.

---

<sup>1</sup> В некоторых случаях первая стадия отсутствует. Например, если в соответствии с законом владельцы автомобиля обязаны застраховать свое транспортное средство, им остается только выбрать страховой план и компанию, предоставляющую соответствующие услуги. Однако в большинстве случаев люди сначала принимают общее, а затем частное решение.

*Способность страхового полиса покрыть издержки.* Некоторые специалисты полагают, что страховые полисы чаще приобретают люди, которым они помогают справиться с нанесенным ущербом. Однако разные исследователи интерпретируют эту идею по-разному. Это ярко проявляется при анализе связи приобретения страховки с уровнем дохода человека. Так, одни специалисты рассматривают страхование как товар «низкого качества», спрос на который падает по мере роста дохода индивида; с их точки зрения, человек откажется от покупки страхования, если будет обладать уровнем дохода, достаточным для того чтобы не бояться неожиданных трат. В то же время другие исследователи считают страхование товаром «высокого качества», спрос на который растет по мере роста дохода; по их мнению, обеспеченный человек с легкостью заплатит за страхование, чтобы избавиться от более крупных потерь (Austin, Fischhoff, 2010).

*Возможность приобрести страховой полис.* Исследования показывают, что решение о приобретении страхового полиса зависит от наличия товара/услуги на рынке. Люди чаще выбирают те страховые услуги, которые легко приобрести (Khan, 2011).

### *Выбор и приобретение страхового полиса*

На второй стадии человек принимает решение о том, с какой компанией ему стоит заключить соглашение и какой страховой полис приобрести. Исследования позволяют предположить, что потенциальные покупатели страхового полиса ори-

ентируются прежде всего на стоимость страховки и возможность с ее помощью покрыть издержки.

*Стоимость страхового полиса.* Люди приобретают тот страховой план, который кажется им наиболее полезным, т.е. способным принести наибольшую выгоду. В частности, к числу наиболее важных факторов, оказывающих влияние на оценку страхового плана, относятся его цена и возможность сэкономить при его приобретении (Khan, 2011; Ranyard, McHugh, 2012).

Однако люди более позитивно оценивают предложенную схему страхования, если она представлена вместе с незначительно, но заметно уступающей альтернативой. Например, в эксперименте Х. Зрека и М. Бэрона 286 испытуемым предложили оценить привлекательность ряда придуманных страховых программ в различных условиях: при наличии выбора между вариантом (А) и вариантом (Б), где (А) превосходит (Б) по большинству показателей, и в случае, когда вариант (А) предлагается сам по себе. Большинство опрошенных более позитивно оценивали страховой план (А), когда он презентовался вместе с уступающей ему альтернативой. Результаты эксперимента показали, что положительный эффект выбора хорошо заметен: в случае с колеблющимися покупателями страховых полисов наличие выбора повышало оценку предложенного страхового плана на 4.5% (Szrek, Baron, 2007).

Однако слишком большое количество альтернатив может отпугнуть потенциального покупателя страховки. Боясь совершить ошибку, некоторые люди выступают за сохранение

текущего положения дел или отказываются от страхования. Например, при анализе конкурентного рынка медицинского страхования в Швейцарии исследователи обнаружили, что потребители не реагируют на наличие большого количества альтернатив и предпочитают добиваться сохранения статус-кво из страха совершить «неправильный» выбор (Kunreuther et al., 1979). Легкость, с которой люди анализируют большое количество экономической информации и делают выбор при наличии многих альтернатив, зависит от целого ряда факторов, к числу которых относятся математические способности. Например, участники одного исследования должны были выбрать один страховой план из нескольких вариантов с учетом ряда дополнительных условий, касающихся экономической ситуации, в которой они оказались. После этого участников просили указать, какую сумму они были бы готовы заплатить за выбранную страховую опцию. Полученные в ходе исследования результаты продемонстрировали, что быстрее и легче решение принимали люди, обладающие хорошими математическими способностями (Szrek, Bundo, 2011).

*Возможность возместить издержки.* Люди отдают предпочтение тем страховым полисам, которые позволяют им гарантированно и быстро возместить нанесенный ущерб. Вероятно, благодаря этому они обращают внимание на надежность компании (ее способность выплатить вознаграждение при наступлении страхового случая) и качество предоставляемых ею услуг (Khan, 2011). Например, покупатели страховки

отдают предпочтение тем компаниям, которым не грозит банкротство. Узнавая о его возможности, потребители либо требуют сильно снизить стоимость страховки (при вероятности банкротства до 1% они требуют понижения стоимости на 20%) (Wakker et al., 1997), либо отказываются приобретать ее. По мнению некоторых исследователей, это происходит, поскольку сам факт риска не получить страховую выплату противоречит цели приобретения полиса. Они отмечают, что клиенты приобретают страховку в поисках спокойствия и уверенности в завтрашнем дне, а информация о возможности дефолта наводит индивидов на мысль о замене одного риска на другой, что противоречит изначальной задаче (Zimmer et al., 2009). Таким образом, страховая активность человека зависит от выгоды приобретения страхового полиса. Однако ее оценка определяется не только экономическими, но и психологическими показателями. Дальнейшее изучение психологических факторов, оказывающих влияние на страховое поведение, может идти по следующим направлениям.

1. Проведенные исследования затрагивают только две стадии страховой активности из четырех. В поле зрения специалистов, как правило, попадают переменные, оказывающие влияние на решение о необходимости страховки, а также выбор страховой компании и услуги. В то же время мало известно о том, что происходит на следующих стадиях: по какому принципу люди выбирают стратегию поведения по отношению к компании при наступлении страхового случая? на основании каких

факторов они принимают решение о продолжении сотрудничества с этой компанией?

В последнее время предпринимаются отдельные попытки получить ответы на эти вопросы. Например, участники одного исследования читали описание ситуации, в которой они могли с выгодой для себя ввести в заблуждение страховую компанию и получить страховое вознаграждение (четвертая стадия). Каждое описание сопровождалось вопросами о том, как человек поступит в предложенной ситуации. Полученные результаты показали, что решение клиента определялось размером страховки (вероятное вознаграждение) и возможностью уголовного преследования (вероятные издержки). Люди демонстрировали большую готовность обмануть страховую компанию, когда речь шла о крупных выплатах, а вероятность уголовного преследования была минимальной (Brinkmann, 2005). Однако пока подобные исследования являются исключением из правила. Таким образом, первым направлением дальнейших исследований является изучение факторов, оказывающих влияние на третью и четвертую стадии страховой активности.

2. Результаты психологических исследований, проведенных в рамках теорий намеренного поведения, свидетельствуют о том, что поступки человека определяются его намерениями, а намерения, в свою очередь, его аттитюдами, субъективными нормами и восприятием контроля. Это означает, что, даже выбрав страховой полис, человек может отказаться от его приобретения, если низко оценивает свои возможности вынести

эффективное экономическое решение и думает, что окружающие негативно отнесутся к его выбору. Вопрос о том, насколько модели намеренного поведения применимы для оценки экономических решений, требует специального изучения.

3. Различные факторы, оказывающие влияние на страховую активность, рассматриваются независимо друг от друга. Однако некоторые исследования, проведенные в последние годы, свидетельствуют о том, что разные факторы связаны друг с другом. Например, в одном из них анализировалась готовность людей приобрести страховой полис, гарантирующий выплату кредита при ухудшении их материального положения, падении уровня дохода. Его результаты показали, что субъективная оценка риска материальных трудностей предсказывает тревогу, тревога – оценку вероятности того, что страховка поможет справиться с проблемой, в результате осуществляется приобретение страховки (Ranyard, McHugh, 2012). Дальнейшее исследование позволит выделить взаимосвязи между факторами и даст возможность точнее определить роль психологических переменных в страховом поведении.

4. Мало внимания уделяется психологическим факторам, обеспечивающим субъективизм страховых решений. Например, выше шла речь о том, что решение о приобретении страхового полиса во многом зависит от оценки риска наступления страхового случая. В то же время психологические исследования, проведенные на неэкономическом материале, позволяют предположить, что эта оценка зависит также от целого ряда

дополнительных личностных и ситуативных переменных, таких, например, как вера человека в опасность мира, размышления о смерти, напоминания о другом опасном событии (прайминг опасности) и т.д. Поэтому четвертым направлением дальнейшего изучения страхового поведения может стать расширение круга психологических факторов, оказывающих влияние на страховую активность человека.

5. Исследования, посвященные страховому поведению, обладают некоторой культурной спецификой: большинство из них было проведено в странах с развитой индустрией страхования, прежде всего в США. В этой связи следует учитывать специфику страхового рынка этой страны, которая, в свою очередь, накладывает определенные ограничения на применимость зарубежных исследований на российской почве. Необходимость

кросс-культурного сравнения подчеркивают результаты отдельных исследований, позволивших выявить межкультурные различия в предпочтении форм страхования (Wharton, Nagmatz, 1989). Следовательно, пятым направлением изучения страхового поведения может стать кросс-культурное сравнение в этой области.

6. Страховое поведение изучается изолированно от других форм экономического поведения – потребления, сбережения, инвестирования. Однако, принимая решение о покупке страхового полиса, человек учитывает другие траты, которые он должен произвести. Каждый раз он оказывается перед выбором, как именно использовать имеющиеся средства. Поэтому шестым направлением исследований может стать анализ взаимосвязи страхового поведения с другими формами экономической активности.

## Литература

Страхование постепенно возвращается // Национальное агентство финансовых исследований. 2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10584.html> (дата обращения: 19.02.2013).

Austin L.C., Fischhoff B. Consumers' collision insurance decisions: a mental models approach to theory evaluation // Journal of Risk Research. 2010. 13. 7. 895–911.

Botzen W.J.W. Report on a survey about perceptions of flood risk, Willingness to pay for flood insurance, and willingness to undertake mitigation measures: explanation of the survey instrument // Institute for Environmental Studies, Vrije Universiteit, 2008.

Botzen W.J.W., Van den Bergh J.C.J.M. Risk attitudes to low-probability climate change risks: WTP for flood insurance // Journal of Economic Behavior & Organization. 2012. 82. 154–166.

Brinkmann J. Understanding insurance customer dishonesty: outline of a situational approach // Journal of Business Ethics. 2005. 61. 183–197.

Brun W., Teigen K.H. Verbal probabilities: ambiguous, context-dependent, or both? // Organizational Behavior and Human Decision Processes. 1988. 41. 390–404.

El-Gamal M. A., Grether D.M. Are people Bayesian? Uncovering behavioral strategies // Journal of the American Statistical Association. 1995. 90. 1137–1145.

Griffin D., Tversky A. The weighing of evidence and the determinants of confidence // *Cognitive Psychology*. 1992. 24. 411–435.

Hsee C., Kunreuther H. The affection effect in insurance decisions // *Journal of Risk and Uncertainty*. 2000. 20. 141–159.

Khan S. Impact of rationality in creating consumer motivation // *Journal of Managerial Sciences*. 2011. 5. 1. 98–105.

Kunreuther H., Meyer R., Zeckhauser R.P., Slovic P., Schwartz B., Schade C., Luce M.F., Lippman S., Krantz D., Kahn B., Hogarth R. High stakes decision-making: normative, descriptive and prescriptive considerations // *Marketing Letters*. 2002. 13. 259–268.

Kunreuther H.C., Novemsky N., Kahneman D. Making low probabilities useful // *Journal of Risk and Uncertainty*. 2001. 23. 161–186.

Laury S.K., McInnes M.M. The impact of insurance prices on decision making biases: an experimental analysis // *Journal of Risk and Insurance*. 2003. 70. 219–233.

Ranyard R., McHugh S. Defusing the risk of borrowing: The psychology of payment protection insurance decisions // *Journal of Economic Psychology*. 2012. 33. 738–748.

Schmidt U., Zank H. Risk aversion in cumulative prospect theory // *Management Science*. 2008. 54. 208–216.

Schwarcz D. Insurance demand anomalies and regulation // *Journal of Consumer Affairs*. 2010. 44. 557–577.

Szrek H., Baron J. The value of choice in insurance purchasing // *Journal of Economic Psychology*. 2007. 28. 529–544.

Szrek H., Bundorf M.K. Age and the purchase of prescription drug insurance by older adults // *Psychology and Aging*. 2011. 26. 308–320.

Wallsten T.S., Budescu D.V., Zwick R. Comparing the calibration and coherence of numerical and verbal probability judgments // *Management Science*. 1993. 39. 176–190.

Wharton J.D., Hartzel H.R. An exploratory investigation of how cultural attitudes related to life insurance holdings: a cross-cultural comparison // *Journal of Economic Psychology*. 1989. 10. 217–227.

Zimmer A., Schade C., Grundl H. Is default risk acceptable when purchasing insurance? Experimental evidence for different probability representations, reasons for default and framings // *Journal of Economic Psychology*. 2009. 30. 11–23.

## Contemporary Studies of Insurance Behavior

I.R. Sarieva

Lecturer, Department of Psychology NRU HSE. E-mail: Iren.sarieva@gmail.com

Address: NRU HSE, 46 B Volgogradsky pr., Moscow, Russia 109316

### Abstract

The existing approaches to insurance decision-making and behavior research are analyzed and categorized in the paper. The introduction describes the present state of the Russian insurance market and tendencies therein. The first section presents two fundamental approaches to understanding insurance purchase behavior, the classical 'rational' approach (where the consumer is supposed to have analyzed the possible risks and insurance options to make a reasonable and well-grounded purchase decision) and the contemporary 'irrational approach' based on the idea that the classical theory fails to explain many of the documented patterns of insurance behavior. The second section describes the principal factors that influence insurance decision-making and behavior at its different stages (decision concerning the necessity of insurance, choice and purchase of insurance policy, interaction with the insurance company in case of insured event occurrence, and decision to continue or discontinue insurance). Particular attention is given to the first two stages that are focused on in most empirical studies. The concluding section of the paper formulates a number of questions for future research, including the issues of applicability of the planned behavior theory to insurance behavior, the associations between the factors that underlie it, as well as the role of subjective psychological and cultural variables in influencing insurance behavior.

**Keywords:** insurance behavior, risk evaluation, information presentation form.

### References

- Austin, L.C., & Fischhoff, B. (2010). Consumers' collision insurance decisions: a mental models approach to theory evaluation. *Journal of Risk Research*, 13(7), 895–911.
- Botzen, W.J.W. (2008). *Report on a survey about perceptions of flood risk, willingness to pay for flood insurance, and willingness to undertake mitigation measures: explanation of the survey instrument*. Institute for Environmental Studies, Vrije Universiteit, Amsterdam.
- Botzen, W. J. W., Van den Bergh J. C. J. M. (2012). Risk attitudes to low-probability climate change risks: WTP for flood insurance. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 82(1), 154–166.
- Brinkmann, J. (2005). Understanding insurance customer dishonesty: outline of a situational approach. *Journal of Business Ethics*, 61(2), 183–197.
- Brun, W., & Teigen, K.H. (1988). Verbal probabilities: ambiguous, context-dependent, or both? *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 41(3), 390–404.
- El-Gamal, M. A., & Grether, D.M. (1995). Are people Bayesian? Uncovering behavioral strategies. *Journal of the American Statistical Association*, 90, 1137–1145.

- Griffin, D., & Tversky, A. (1992). The weighing of evidence and the determinants of confidence. *Cognitive Psychology*, 24(3), 411–435.
- Hsee, C., & Kunreuther, H. (2000). The affection effect in insurance decisions. *Journal of Risk and Uncertainty*, 20(2), 141–159.
- Khan, S. (2011). Impact of rationality in creating consumer motivation. *Journal of Managerial Sciences*, 5(1), 98–105.
- Kunreuther, H., Meyer, R., Zeckhauser, R.P., Slovic, P., Schwartz, B., Schade C., ... Hogarth R. (2002). High stakes decision-making: normative, descriptive and prescriptive considerations. *Marketing Letters*, 13(3), 259–268.
- Kunreuther, H.C., Novemsky, N., & Kahneman, D. (2001). Making low probabilities useful. *Journal of Risk and Uncertainty*, 23(2), 103–120.
- Laury, S. K., & McInnes, M.M. (2003). The impact of insurance prices on decision making biases: an experimental analysis. *Journal of Risk and Insurance*, 70(2), 219–233.
- Natsional'noe agentstvo finansovoykh issledovaniy [National agency of financial studies] (2012). *Strakhovanie postepenno vozvrashaetsia* [Insurance is slowly coming back]. Available at: <http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10584.html> (accessed 10 February 2013).
- Ranyard, R., & McHugh, S. (2012). Defusing the risk of borrowing: The psychology of payment protection insurance decisions. *Journal of Economic Psychology*, 33(4), 738–748.
- Schmidt, U., & Zank, H. (2008). Risk aversion in cumulative prospect theory. *Management Science*, 54(1), 208–216.
- Schwarz, D. (2010). Insurance demand anomalies and regulation. *Journal of Consumer Affairs*, 44(3), 557–577.
- Szrek, H., & Baron, J. (2007). The value of choice in insurance purchasing. *Journal of Economic Psychology*, 28(5), 529–544.
- Szrek, H., & Bundorf, M. K. (2011). Age and the purchase of prescription drug insurance by older adults. *Psychology and Aging*, 26(2), 308–320.
- Wallsten, T. S., & Budescu, D. V., & Zwick R. (1993). Comparing the calibration and coherence of numerical and verbal probability judgments. *Management Science*, 39, 176–190.
- Wharton, J.D., & Harmatz, H.R. (1989). An exploratory investigation of how cultural attitudes related to life insurance holdings: a cross-cultural comparison. *Journal of Economic Psychology*, 10(2), 217–227.
- Zimmer, A., Schade, C., & Grundl, H. (2009). Is default risk acceptable when purchasing insurance? Experimental evidence for different probability representations, reasons for default and framings. *Journal of Economic Psychology*, 30(1), 11–23.