

Издательский центр “Академия”, 2005, – 304 с.

2. Орлов Ю.М. Восхождение к индивидуальности: Кн. для учащихся / Ю. М. Орлов. – М.: Просвещение, 1987. – 224 с. – с. 82-83; 138-139.
3. Психологічна енциклопедія / Автор – упорядник О. М. Степанов – К.: Академвидав, 2006. – 424 с.
4. Реан А.А. Психология развития личности. Средний возраст, старение, смерть: Навчальний посібник / А. А. Реан. – М.: АСТ; СПб.: ЕВРОЗНАК, 2007. – 384 с. – С. 84-85.
5. Рогов Е.И. Выбор профессии: Становление профессионала / Е. И. Рогов. – М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. – 336 с.
6. Столяренко Л.Д. Основы психологии. – Учебное пособие / Л. Д. Столяренко. – Ростов н \ Д: Феникс, 2003, – 672 с.

In the article the analysis of theoretical looks is produced to the problem of professional expectations of future specialists on the stage of their primary professionalization. The factors playing an important role in forming of presentations of personality about a quarry prospect as bases of corresponding expectations are defined, namely, the dominant current needs of the individual, the motives of choice of profession, awareness and understanding of the chosen profession, awareness of self and their own proficiency to the specifics of future professional activity, the degree of attractiveness of the chosen profession, level of personal harassment and “image I”, locus of control and personal experience.

Keywords: necessities, motivation, professional expectations.

Отримано: 11.08.2011

УДК 159.9

Ю.В.Центелевич

Професіографічний аналіз діяльності страхового агента

У статті здійснено професіографічний аналіз діяльності страхового агента, який створений на основі принципу системності. Розкрито “психологічне ядро” професійної діяльності страхового агента, виходячи з якого необхідно розробляти систему підбору та підготовки страхових агентів.

Ключові слова: професіографічний аналіз, страховий агент, діяльність страхового агента, предмет праці агента, мета праці агента, знаряддя праці агента.

В статтю проведено професіографічний аналіз діяльності страхового агента на основі принципу системності. Раскрито “психологічне ядро” професіональної діяльності страхового агента, исходя из которого, необходимо разрабатывать систему отбора и подготовки страховых агентов.

Ключевые слова: професіографічний аналіз, страховий агент, діяльність страхового агента, предмет праці агента, мета праці агента, знаряддя праці агента.

Люди живуть в системі ризиків. Намагаючись забезпечити себе від них, вдається до способів, де одні із них спрямовані на попередження загрози, а інші – на її подолання. Одним із таких способів стає страхування, яке репрезентує “інтенцію” бажання, надію, очікування, проєкцію майбутнього, прагнення розпізнати ймовірну перспективу негативного характеру [22].

Коли обсяг страхування виріс до масштабів його виокремлення в окрему діяльність, як наслідок з’являється потреба діяльності фахівців, які б забезпечували її обслуговування. Насамперед йдеться про потребу в тих, хто безпосередньо здійснював б просування страхових послуг на ринку, виступаючи посередником між страховою компанією та споживачем цих послуг – клієнтом. Провідне місце в цьому аспекті належить страховому агенту, чийми безпосередніми обов’язками, в результаті розподілу праці, є здійснення поставлених завдань [7] і від якості виконання яких залежить ефективність функціонування ринку страхування.

Метою даної статті є здійснення професіографічного аналізу професійної діяльності для визначення тих вимог, які діяльність ставить до суб’єкта діяльності. Необхідність здійснення такого аналізу виникає ще й тому, що його результати будуть використовуватися для визначення критеріїв відбору та розробки системи підготовки до здійснення діяльності на професійному рівні.

Здійснені спроби дослідження професійної діяльності та самого суб’єкта страхової діяльності [16; 19; 23;], хоча й формують певне уявлення про зміст професійної діяльності, але є недостатніми для здійснення вказаних завдань. Такий висновок випливає із одержаних результатів аналізу існуючих професіограм. В одних дослідженнях предмет та засоби праці не були включені в саму систему аналізу, навіть протиставлялися такому аналізу – “більш ефективно орієнтуватися на професіограми, створені на основі психологічного вивчення професій, ніж на конкретних характеристиках предмета та засобів

праці” [16, С.8]. Вінших – ініціатива здійснення професіографічного аналізу діяльності в розрізі провідних функціональних обов’язків в аналізі діяльності, передана самим страховим агентам [19]. В результаті, запропонована модель професіограми розкладає особистість на структурні елементи, що призводить до відсутності цілісного уявлення і про професійну діяльність, і про особистість суб’єкта страхової діяльності. Вказані спроби варто розглядати як певну підказку, орієнтир на шляху розкриття психологічного змісту страхової діяльності. Потрібно не стільки емпірично, а науково-обгрунтовано проаналізувати професійну діяльність страхового агента. Успішність у досягненні вказаної мети залежить від критеріїв, які будуть покладені в основу такого аналізу.

Зважаючи на це, при здійсненні професіографічного аналізу діяльності агента, ми виходили із принципу системності Б.Ф.Ломов, В.Д.Шадріков та інші), практично реалізувавши його через використання моделі, запропонованої провідним вітчизняним психологом Є.А.Клімовим. Критеріями аналізу, вказаної моделі, виступають наступні структурні компоненти: предмет праці, мета, засоби та умови праці [9]. Базуючись на вказаному підході, було визначено провідні ознаки предметного змісту страхової діяльності, її “психологічне ядро”. До нього відноситься модифікація безпосередньої взаємодії, – особливий вид переконуючої комунікації “страховий агент – клієнт”.

Системоутворюючою ознакою даної класифікації виступає предмет праці, який розглядається як динамічна “система властивостей та взаємовідносин речей, явищ, процесів, якими людина, що працює на певному посту, повинна мисленнево або практично оперувати (розпізнавати, враховувати, впорядковувати, перетворювати, зберігати або відшукувати) [8, С.43; 9, С.17]”.

За характером взаємодії професійна діяльність страхового агента належить до соціонемічного типу професій, тобто професій типу “людина – людина”. Особистість, в ролі клієнта, виступає провідним предметом діяльності страхового агента.

Розкриваючи зміст відносин, які виникають між суб’єктом діяльності та його предметом, варто звернутися до значення самого поняття “соціонемія”, (з грецької “соціо” – суспільство, а “номос” – закон), яке пов’язує в собі, на найбільш загальному рівні, суспільство і закон. Регулювання суспільних відносин, знання механізмів їх виникнення і розвитку складає основу загального предмета праці цього типу професій [2].

Характеризуючи особливості взаємодії агента із предметом, варто вказати на такі провідні ознаки, *невизначеність, дина-*

мічність, складність. Невизначеність характеризує предмет діяльності агента як такий, що не може бути повністю відкритим, зрозумілим, що в результаті ускладнює точний прогноз, передбачення його вчинків. Причиною цього є те, що особистість клієнта одночасно виступає і суб'єктом, і об'єктом взаємовідносин, а вплив, який виникає є взаємонаправленим, що призводить до внутрішніх змін кожного із її учасників. Перш за все це демократичний стиль взаємодії, оснований на рольовому паритеті учасників, діалогічний по типу контактування, що протікає, як правило, на особистісному (А.У.Хараш) рівні. Клієнт є рівноправним, активним її учасником, має право на вільний вибір, на висловлювання своєї неповторюваної позиції й повною мірою реалізує його. Постійна змінюваність, рухливість предмета діяльності визначає його третю характеристику – динамічність. Динамічність обумовлено впливом зовнішніх об'єктивних та внутрішніх суб'єктивних чинників, де серед перших варто зазначити конкретні соціально-економічні, історичні умови, а до других – саморух особистості клієнта, його постійний розвиток.

Соціономічність професійної діяльності страхового агента визначає й способи вирішення задач, із якими йому доводиться стикатися в професійній діяльності: агент не вирішує проблему замість клієнта, а, виконуючи роль фасилітатора, – супроводжує клієнта у відшуканні власного рішення [2]. Реалізація цього відбувається шляхом пробудження інтересів клієнта, направляє судження, підготовлюючи його до певного розуміння фактів, які є предметом комунікації. Агент відшуковує способи подачі інформації різним категоріям людей, розсуваючи рамки звичного розуміння ними питання. Вдаючись до ораторських прийомів, агент стимулює людей до пошуку істини. Такий пошук сприяє й підвищенню фінансової грамотності партнера по взаємодії. Отже, агент здійснює навчальну функцію.

Описуючи особливості задач, з якими доводиться мати справу, агенту варто вказати на той факт, що в професіях цього типу, як правило, переважна більшість їх, не існує у готовому вигляді з чіткою умовою, вимогою чи способом вирішення. Агент спочатку визначає умови та вимоги і на основі такого визначення віднаходить способи їх вирішення [2]. Цьому передують визначення причин, які викликають ту чи іншу реакцію клієнта. При чому, із кожним клієнтом способи вирішення їх є індивідуальними, хоча умови й вимоги задачі можуть бути типовими. Тому, способи дій агента, конкретизуються, у відповідності до індивідуальних особливостей клієнта, його потреб, інтересів, переконань. В результаті це проявляється в способі аргументації, її змісті, у виборі стратегії

взаємодії: йти за клієнтом чи вести його за собою. В цьому контексті, швидкість темпу мовлення, повтор і виклад інформації в залежності від рівня готовності клієнта для досягнення зрозумілості тексту [3] відіграє важливе значення. Інформація, яка адресується клієнту, представляється таким чином, щоб забезпечити співпадіння із семантичним його полем [10]. Агент перетворює її із ретіально організованої (побудовану безвідносно до рівня знань та інтересів клієнта) в аксіальні (адресні) форми. Прикладом такої ретіально організованої інформації є економіко-правові відомості про страхову послугу, які представляються клієнту у відповідності до його власних інтересів. В результаті, замість чужих для клієнта суджень та фактів, агент в центр ставить особистість клієнта, допомагаючи йому розглянути власні інтереси, потреби, цілі та їхнє досягнення через призму страхового захисту.

Взаємодія агента із клієнтом відбувається в процесі комунікації. За своїм характером така комунікація є двонаправленою [15]: монологічною, оскільки вона націлена в чужу “свідомість” вбачаючи в ній свою мету та, водночас, діалогічною, оскільки висловлює власну позицію агента щодо предмета взаємодії, веде до зустрічі з позицією клієнта.

Будь-який зміст, який входить у свідомість клієнта, перед тим, як стати невіддільною частиною його особистості “обговорюється в свідомості” (за А.У.Харашем). Комунікативний вплив, побудований за діалогічним зразком покликаний полегшити таке “обговорення”, передбачаючи всі складнощі, через яке потрібно пройти [15]. Вихідною позицією діалогічності є взаємовідносини такої, якості при якій є рівні права “у ставленні до істини”, що реалізується на пошуку взаємовигідності [1].

Обслуговування інтересів клієнтів та компанії передбачає здійснення кількох, гармонійно поєднаних функцій, які визначені на основі вимог до діяльності агента, представлених в Законі України “Про страхування”, Класифікаторі професій УДК:2010. До них належать наступні: дослідницька, інформаційна, організаційна, експертна, фасилітативна [7]. Зупинимось детально на аналізі кожної із них.

Дослідницька функція – полягає у вивченні попиту на страхові послуги, як на регіональному рівні, так і на особистісному рівні. Реалізуючи цю функцію на регіональному рівні, агент аналізує склад регіонального контингенту потенційних клієнтів, досліджує неосвоєні “ніші” страхових послуг. Метою здійснення дослідницької функції є вивчення агентом кола інтересів клієнта, зокрема: майновий стан, фінансових можливостей. Здійснення дослідницької функції забезпечує знаходження індивідуального підходу до клієнта.

Інформаційна функція полягає у “трансляванні” змісту страхової послуги, інформуванні клієнта щодо її економіко-правових умов, існуючого досвіду використання послуг. В результаті клієнт повинен зрозуміти, яким чином його інтереси можуть бути захищені, межу їх захищеності. Здійснення цього вимагає від агента знань самого страхового продукту та предмета страхування, на такому рівні, щоб були відсутні помилки, перш за все, у розкритті діапазону дії страхової послуги, у здійсненні фінансових розрахунків та внесенні інформації у страховий поліс.

Проте, він не тільки навчений (його підготовка відповідає певним стандартам), але й вміє адаптувати інформацію у відповідності до особистості клієнта, його індивідуально-психологічних особливостей.

Здійснення *організаційної функції* відбувається на двох рівнях:

- на формальному рівні – організаційне забезпечення всього процесу надання страхової послуги, обслуговування клієнта;
- на психологічному – самоорганізація та рефлексивне управління процесом взаємодії із клієнтом, встановлення та розвитку контакту з метою досягнення згоди.

Експертна функція здійснюється агентом у питанні досягнення взаємовигідності домовленостей агента та клієнта. Агент виступає для клієнта експертом захисту його майнових інтересів, для чого він здійснює визначення критеріїв і міри ризику, які компанія приймає на страхування з огляду на особливості клієнта, наприклад, стан здоров'я, вік, рівень матеріального забезпечення, що характеризують клієнта.

Дослідницька, інформаційна, організаційна, експертна функції, що є не психологічними за своїм змістом, стають результативними в тому випадку, якщо на їхній основі буде здійснюватися психологічно-фасилітативна. Здійснюючи *фасилітативну функцію* забезпечується “полегшення”, – допомога клієнту в знаходженні індивідуальних способів захисту інтересів. Така допомога проявляється в процесі знаходження особистісного значення страхової послуги. Завданням агента в цьому контексті є, досліджуючи, інформуючи клієнта, організуючи спільну взаємодію з ним, консультуючи його з питань страхування, допомогти віднайти йому найбільш прийнятний, з точки зору клієнта, спосіб страхового захисту.

За комплексом ознак “мета праці” робота класифікується як така, що належить до “перетворювальних” спеціальностей. Однією із центральних її задач є здійснення впливу, переконання, приєднання клієнта до ідеї страхування.

Формальною метою діяльності страхового агента є підписання договору та одержання коштів від клієнта, проте це складний, з психологічної точки зору, процес.

Суспільне значення діяльності страхового агента полягає в сприянні населенню знаходження найбільш прийнятних способів захисту майнових інтересів. Осмислення суспільної значущості страхової послуги знаходиться лише на етапі свого становлення. Це обумовлено такими умовами, в яких населенню України довелося стати очевидцями та учасниками заходів, що призвели й надалі продовжують призводити до втрати коштів (знецінення коштів на ощадних книжках при розпаді СРСР; МММ [18], “Еліта-Центр” [5], банкрутство кредитних спілок [4]). Недовіра та упередженість визначають ставлення українця навіть до самого себе: “українець нікому не довіряє. Навіть власному сприйняттю” [6; 17].

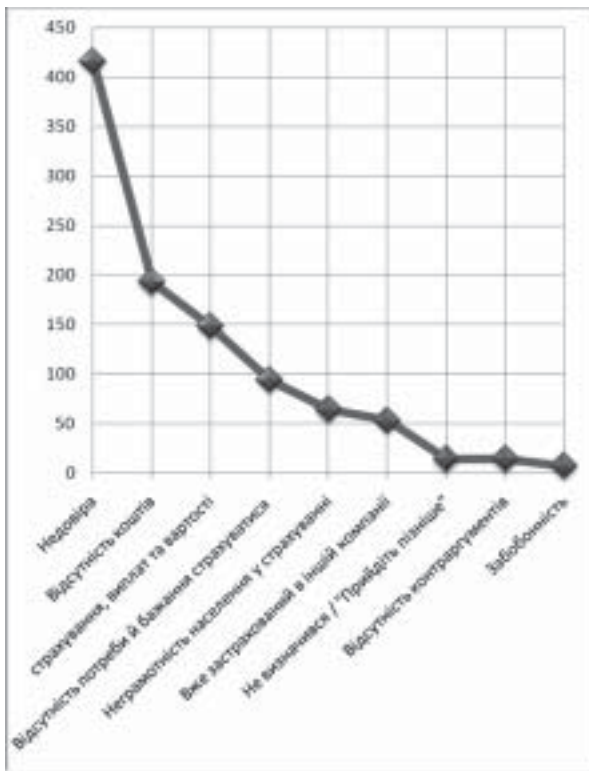


Рис.1. Найбільш поширені контраргументи, з якими доводиться мати справу страховому агенту

На недовіру, як сумнів щодо ймовірності одержання страхового відшкодування: “все рівно не виплатять”, “не платите”, “не вірю у виплати” (із протоколів опитування), як провідний чинник, що провокує ускладнення ділового спілкування, вказуються і самі страхові агенти. Такі дані були одержані в результаті опитування страхових агентів. Кількість опитаних – 450 страхових агентів. Агентам необхідно було відповісти на запитання, які контраргументи їм доводилось чути найбільш часто, як причину відмови у придбанні страхової послуги, на осі У вказана назва контраргументу, на який вказували страхові агенти, по осі Х – частотність відзначення.

Метою, яка є прихованою від зовнішнього спостереження, але в дійсності має місце, є наближення вимог клієнта до можливостей ринку страхових послуг. В процесі її здійснення відбувається певна селекція тих потреб, які можуть бути обслужені, а які – ні. Узгоджуючи інтереси учасників взаємодії, агент створює умови для наближення життєвих обставин клієнта та способів їх убезпечення, які пропонує агент, як представник страхової компанії. Він виступає в ролі організатора діалогу “пропозиція – згоди”, в процесі якого і пропозиція, і згода, з’являються та, як правило, змінюються й уточнюються.

В результаті, єдність із клієнтом, в контексті захисту його інтересів, стає смислоутворюючою, кінцевою метою комунікації, що проявляється у згоді (за Т. Шибутані) [20]. Остання не є ні абсолютною, ані статичною. Вона є безперервним процесом встановлення, узгодження спільної картини світу, де в певний момент в різних людей з’являється однакове тлумачення ситуації. Йдеться про динамічність згоди, розвиток її спільними зусиллями учасників взаємодії. Характеристикою згоди є її парціальність, оскільки вона ніколи не буває повною. Неможливість досягнення повної згоди виходить із самої мети комунікації, а саме її взаємовигідності. Саме в пошуку взаємовигідності домовленостей і відбувається розвиток, підтримка або занепад згоди. Згода виникає шляхом постійного взаємообміну між агентом та клієнтом, де кожен із учасників взаємодії проявляє свої наміри, які слугують іншим основою для суджень.

Взаємовигідність характеризується узгодженням інтересів клієнта та компанії, яку він представляє, що в результаті робить можливим і задоволення інтересів самого суб’єкта діяльності.

Використовуючи соціально-психологічні жести (за Шибутані), агент сприяє поглибленню змісту й розширенню зони впливу досягнутої згоди. Ціллю такого впливу є регуляція поведінки клієнта із подальшою саморегуляцією [14]. Такий вплив здійсню-

ється не завдяки тиску, імперативним вказівкам, наказам, проханням, що є малоприйнятним у діяльності агента, оскільки відсутні важелі такого впливу, а за допомогою спільного тлумачення інформації, узгодження позицій, переконування, а також вдаючись до прийомів навіювання, контактування на прийнятному для партнера рівні, налагодження особистих зв'язків взаємної симпатії. Кінцевою метою такого впливу є зміна суб'єктивних характеристик людини, а саме: потреб, ставлень, установок, поведінки [10, С.41-49], переструктурування його психологічних характеристик чи моделей поведінки, необхідним для агента чином. Приєднання клієнта до власної позиції відбувається шляхом використання психологічних доказів, які подаються мовою свідомості клієнта.

Психологічним механізмом перетворення внутрішніх умов є створення конфліктної ситуації в свідомості клієнта – колізії, що призводить до виникнення когнітивного дисонансу (за Л.Фестінг-ром) [21], який виникає в результаті подання інформації таким чином, щоб вона суперечила знанням клієнта. Дисонанс приводить до виникнення неприємних психічних станів, які спричиняють прагнення його подолання. Інтенсивність його прояву залежить від таких чинників, як значення, яке клієнт надає цьому ставленню, ступеня зрілості такого ставлення та авторитетності особи, яка намагається змінити дане ставлення. Проявом його позбавлення є зміна поведінки, установок, ставлень, переконань [3].

Отже, досягнення згоди відбувається шляхом перетворення внутрішніх психологічних структур особистості клієнта: переконань, ставлень, установок по відношенню до страхової послуги, як способу захисту власних інтересів. Для цього йому доводиться формувати ставлення у клієнта, а саме: підсилювати його або змінювати вже існуюче, послаблювати, ліквідувати, змінювати його полюс.

У своїй професійній діяльності агент використовує знаряддя праці, в психологічному їх значенні, які можна класифікувати, як *зовнішні об'єктивні чинники, матеріалізовані та функціональні*. Зовнішні об'єктивні чинники становлять собою ті економічні, правові, історичні умови, в яких відбувається діяльність страхового агента.

Матеріалізованими засобами праці є документи, які регулюють діяльність агента, а саме: нормативно-правові акти, положення, інструкції; види страхових послуг та умови різних видів страхування; правові основи розвитку страхової діяльності з обліком регіональних специфічних умов; методи оцінки ризику та оцінки

заподіяного збитку; основи ринкової економіки; порядок укладання договорів страхування; основи трудового законодавства; правила та норми охорони праці [13, С.504]. Конкретний перелік таких засобів визначений у законі України “Про страхування”, Класифікаторі професій УДК: 2010, Посадовій інструкції страхового агента, де, як правило, вони стосуються фінансово-правових аспектів та етичних стандартів діяльності агента.

Функціональними засобами діяльності агента виступає його особистість: психологічні здібності та здатності. Завдяки силі особистісного впливу досягається більша ефективність переконання іншого, ніж завдяки аргументам [20]. Знання, вміння та навички агента, які використовуються, як засоби управління діалогічною взаємодією з клієнтом, що вимагає їх розвитку на рівні інтелектуальних вмінь. Розкриття особливостей професійної діяльності, пов’язаних із міжособистісною взаємодією з клієнтом, вказує на одне із провідних якостей його особистості, яке професійними задачами ставиться якби під критичне навантаження. Це здібність передбачити поведінку партнера по взаємодії в ситуації, що розгортається, та оперативно знаходити управління такою комунікацією. Йдеться про прийоми, так званого, рефлексивного управління, серцевиною якого є вміння страхового агента уявляти “внутрішню картину світу” інших людей [11; 12]. Йдеться про те, що страховий агент повинен не лише мати сформоване ставлення до предмета взаємодії, але й вміти відстоювати точку зору, імітувати їх судження, передбачати їхні думки. До того ж, страховий агент не лише розуміє поведінку іншого, але й вміє змінювати її: прагнучи поглибити та розширити їх уявлення.

Крім здатності до рефлексивного відображення картини світу іншої людини, принципове значення має прагнення до активної діяльності, що проявляється в ініціативності та гнучкості мислення, прагнення вести за собою, швидко реагувати на зміни в ситуації, тобто вміння виділити проблему та вирішувати її. Така здібність до активного впливу називається динамізмом особи страхового агента, що проявляється в умінні переконувати, ініціативності та самостійності – організаційних здібностях.

Одержані результати свідчать про перспективність розробки цього напрямку, яка розкривається в кількох аспектах. Такими аспектами будуть:

- суттєве підвищення кваліфікації працівників страхового ринку, насамперед агента;
- залучення більшої частини населення, яка б могла довіряти послугам, що надається страховим агентом;

– відслідковування зворотного зв'язку між тими програмами, що напрацьовані, інноваційними програмами та ефективністю роботи самих страхових агентів.

Окремо виникає питання про методичне забезпечення спеціалістів, що опікуються підготовкою бажаючих працювати страховими агентами в сучасних страхових компаніях.

Список використаних джерел

1. Братченко С.Л. Диалог / Братченко С.Л., Леонтьев Д.А. // Экзистенциальная традиция: философия, психология, психотерапия. – 2007. – № 2 (11). – С. 23-28.
2. Буркова Л.В. Характеристика типології навчальних професійних задач для підготовки фахівців соціономічних професій / Л.В.Буркова // Вісник Національної академії оборони України. – 2009. – №3(11). – С. 14 – 20.
3. Войтасик Л. Психология политической пропаганды / Леслав Войтасик. – М.: Прогресс, 1981. – 278 с.
4. В Україні зростає кількість людей, які постраждали від кредитних спілок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ua.ukrvideo.com/ukraine/v_ukrayini_zrostaye_kilkist_lyudey_yaki_postrazhdali_vid_kreditnih_spilok/
5. Жертв “Елита Центр” обеспечат жильем [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kiyany.obozrevatel.com/news/2008/3/13/42789.htm>
6. Доверие к финансовым институтам: имидж банков стабилен [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fomfinance.wordpress.com/2011/03/31>
7. Закон України “Про страхування”, № 85\96-ВР від 07.03.1996 р.
8. Иванова Е.М. Основы психологического изучения профессиональной деятельности / Елена Михайловна Иванова. – М.: Издательство Московского университета, 1987. – 208 с.
9. Климов Е.А. Путь в профессию [пособие для старших классов общеобразовательной школы] / Евгений Александрович Климов. – Л.: Лениздат, 1974. – 192 с.
10. Ковалев Г.А. Три парадигмы в психологии – три стратегии психологического воздействия / Г.А.Ковалев Г.А.// Вопросы психологии. – 1987. – № 3. – С. 41-49
11. Мусатов С.А. Деловая игра как метод подготовки пропагандистов экономических и научно-технических знаний / Сергей Александрович Мусатов. – Киев: Знание, 1982. – 23 с.
12. Мусатов С.А. Психологические условия формирования готовности пропагандиста к взаимодействию со слушателями:

- автореф. дис. канд. психол. наук: спец. 19.00.07 “Педагогическая и возрастная психология” / С.А. Мусатов. – Киев. – 1991. – 20 с.
13. Національний класифікатор України ДК 003:2010 “Класифікатор професій”. – К.: Держспоживстандарт України, 2010. – 697 с.
 14. Панасюк А.Ю. Психология риторики: теория и практика убеждающего воздействия / Александр Юрьевич Панасюк. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007. – 208с.
 15. Психолого-педагогические проблемы общения / [под ред. А. А. Бодалева]. – М.: НИИ ОПП АПН СССР, 1979. – С. 17-35.
 16. Романова Е.С. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профиограммы / Евгения Сергеевна Романова. – СПб.: Питер, 2008. – 464 с.
 17. Український характер: не вір, бійся і проси? [Електронний ресурс]: за результатами соціологічних досліджень. – Режим доступу: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/news/2011/06/110613_ukraine_sociology_az.shtml
 18. Самые известные финансовые пирамиды в России [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://cripo.com.ua/?sect_id=9&aid=108478
 19. Сухоруков М.М. Профессия страхового агента / Михаил Михайлович Сухоруков. – М.: Анкил, 2005 – 216 с.
 20. Шибутани Т. Социальная психология / Т. Шибутани. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – 544 с.
 21. Фестінгер Л. Теорія когнітивного дисонансу / Леон Фестінгер. – СПб.: Ювента, 1999. – 320 с.
 22. Фельгенгауэр Е.А. Социокультурное измерение страхования: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / Елена Александровна Фельгенгауэр. – 2004. – 140 с.
 23. Roe A. The psychology of occupations / Ann Roe. – New York: John Wiley. – 1956. – 340 p.

The article is devoted to the job analysis of insurance agent occupation on the system principle. The author is discovered the “psychological core” of insurance agent occupation with the aim of future creation system of selection and training of insurance agents.

Keywords: job analysis, insurance agent, occupation of insurance agent, subject, aim, instruments of insurance agent occupational.

Отримано: 29.08.2011