Józef Garczarczyk

DEMOGRAFICZNO-EKONOMICZNE UWARUNKOWANIA ZACHOWAŃ GOSPODARSTW DOMOWYCH NA RYNKU UBEZPIECZENIOWYM W POLSCE

1. Uwagi wstępne

Polski rynek ubezpieczeń rozwija się bardzo dynamicznie. W końcu roku 2000 zezwolenie na prowadzenie działalności posiadało 69 zakładów, w tym 35 zakładów ubezpieczeń na życie oraz 34 zakłady ubezpieczeń osobowych i majątkowych, co oznacza prawie trzykrotny wzrost w stosunku do stanu na koniec roku 1991.

Wyrazem gwałtownego rozwoju rynku ubezpieczeniowego w Polsce była również wysoka dynamika przyrostu składki ubezpieczeniowej. W ciągu bowiem ostatnich dziesięciu lat składka przypisana brutto wzrosła ponad czternastokrotnie, a w ujęciu realnym blisko 2,5-krotnie. Średnia roczna stopa wzrostu składki wyniosła w tym okresie aż 34,1% (realnie 10%).

Syntetycznym miernikiem znaczenia ubezpieczeń dla gospodarki jest udział składki w PKB (tzw. współczynnik penetracji). Wartość tego współczynnika wzrosła z 1,83% PKB w 1991 roku do 3,02% w 2000 roku, jednakże jest ona nadal znacznie mniejsza niż w wysoko rozwiniętych krajach świata (w krajach OECD średnio 8,04%, a w Unii Europejskiej – 6,92% PKB). Stąd też mimo istotnego wzrostu w Polsce wydatków na ubezpieczenia przypadających na jednego mieszkańca (z 37 USD w 1991 roku do 127 USD w 2000 roku) rola ubezpieczeń w portfelu przeciętnego Polaka jest nadal bardzo mała (średnie roczne wydatki na mieszkańca w krajach Unii Europejskiej wyniosły w 2000 r. 1459 USD).

Tak dynamicznie rozwijający się rynek ubezpieczeniowy postawił po 1990 roku polskie gospodarstwa domowe w zupełnie nowej sytuacji. Mnogość zakładów oferujących usługi ubezpieczeniowe, połączona z systematycznym rozszerzaniem

portfela usług ubezpieczeniowych, zmusiła gospodarstwa do podejmowania decyzji o zakupie ubezpieczenia, a także wyborze ubezpieczyciela. Zważywszy na początkowo niską świadomość i wiedzę gospodarstw o samych ubezpieczeniach, jak i gwałtownie zmieniający się rynek, proces decyzyjny wymagał znacznego wysiłku i systematycznej edukacji.

Jaka jest więc aktualna postawa i aktywność polskich gospodarstw na rynku ubezpieczeniowym? Kto w gospodarstwie podejmuje decyzję o zakupie ubezpieczenia i wyborze ubezpieczyciela? Jakie są główne kryteria wyboru zakładu ubezpieczeń oraz jakie czynniki demograficzno-ekonomiczne wpływają na decyzje rynkowe gospodarstw domowych? Które segmenty polskich gospodarstw są najbardziej aktywne na rynku ubezpieczeniowym? Próbą odpowiedzi na te kwestie jest niniejsze opracowanie.

Ocena i weryfikacja powyższych zagadnień wymagała organizacji specjalnych badań ankietowych wśród gospodarstw domowych[1]. Zostały one przeprowadzone pod kierunkiem autora przez Zakład Badań Marketingowych INFOMARKT w Poznaniu oraz Katedrę Badań Marketingowych Akademii Ekonomicznej w Poznaniu na przełomie 1999 i 2000 roku. Było to badanie ogólnopolskie, prowadzone metodą wywiadu bezpośredniego przy pomocy ankieterów w miejscu zamieszkania badanych. Dobór gospodarstw odbył się przy zastosowaniu schematu losowania systematycznego. Objęło ono swym zasięgiem 126 miejscowości, w tym 63 miasta i tyleż wsi, a uczestniczyło w nim 1370 gospodarstw domowych, w tym 413 ze wsi oraz 957 z miast różnej wielkości. Było to badanie reprezentatywne dla ogółu gospodarstw domowych w Polsce. Wyniki tych badań stanowią bazę źródłową do prezentowanych poniżej ocen i analiz.

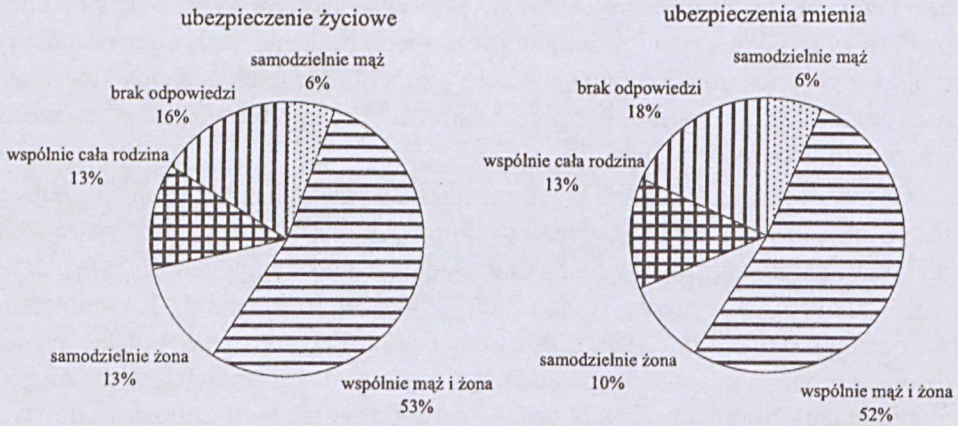
2. Centrum decyzyjne w gospodarstwie w zakresie usług ubezpieczeniowych

Na proces decyzyjny gospodarstwa domowego składają się decyzje podejmowane w obrębie gospodarstwa, jak i na rynku. Celem tych decyzji jest optymalne zaspokojenie potrzeb, w tym także w zakresie ubezpieczeń. W procesie decyzyjnym mogą uczestniczyć wszyscy członkowie gospodarstwa, przy czym ich rola i zakres podejmowanych działań jest zależny od pozycji w gospodarstwie.

[1] Szeroki opis metodologii badań empirycznych można znaleźć w: S. Wierzchosławski, *Węzłowe problemy metodologii badań statystycznych zjawisk społeczno-ekonomicznych w Polsce*, w: *Rozwój metodologii badań statystycznych w Polsce*, GUS, Warszawa 1995, s.18–44.

Zdecydowanie najczęściej, bo w ponad połowie polskich gospodarstw domowych, decyzje o ubezpieczeniu się podejmują wspólnie mąż i żona. Dotyczy to zakupu zarówno ubezpieczeń majątkowych, jak i życiowych.

Wyraźnie rzadziej decyzje w zakresie ubezpieczeń podejmowane są wspólnie przez całą rodzinę lub samodzielnie przez żonę. Na taki sposób postępowania zarówno w przypadku ubezpieczeń majątkowych, jak i życiowych wskazywano odpowiednio w co ósmym i w co dziesiątym gospodarstwie domowym.



Rys. 1. Centrum decyzyjne w gospodarstwie w zakresie ubezpieczeń życiowych i mienia
Źródło: badania własne

Natomiast zdecydowanie najrzadziej o ubezpieczeniu mienia lub życia członków gospodarstwa decydują mężowie. Jedynie w co szesnastym (w zakresie ubezpieczeń majątkowych) – osiemnastym gospodarstwie domowym (w zakresie ubezpieczeń życiowych) podejmują oni tego rodzaju decyzje.

Centrum decyzyjne w gospodarstwie w zakresie ubezpieczeń jest wyraźnie uzależnione od profilu demograficzno-ekonomicznego gospodarstwa domowego[2]. Decyzje dotyczące zakupu ubezpieczeń majątkowych podejmowane są wspólnie przez oboje małżonków relatywnie najczęściej w czteroosobowych gospodarstwach inżynierów i techników, w wieku 40–49 lat. Odsetek gospodarstw, w których decyzje dotyczące ubezpieczeń majątkowych podejmowane są przez oboje małżonków, wzrasta wraz z wykształceniem (od 44% – podstawowe do 56% – wyższe).

Najwyższy odsetek decyzji podejmowanych wspólnie przez oboje małżonków jest w gospodarstwach zamożnych (72%), dużych gospodarstwach rolnych (82%)

[2] Podobny wpływ profilu demograficzno-ekonomicznego na centrum decyzyjne w gospodarstwie stwierdzono również na innych rynkach branżowych. Por. Z. Kędzior, *Zachowania gospodarstw domowych i przedsiębiorstw. Prawidłowości, determinanty*, AE Katowice, Katowice 1997, s. 29–49.

oraz w rodzinach osób pracujących na stanowiskach niekierowniczych (57%). Ponadto częstość podejmowania decyzji w taki sposób wzrasta wraz z dochodami gospodarstwa domowego (od 42% do 58%).

O zakupie ubezpieczeń decydują wspólnie małżonkowie najczęściej (57% wskazań) w wielkopolskich gospodarstwach, zamieszkujących w średniej wielkości miastach (20–50 tys. i 50–100 tys. mieszkańców). Z drugiej strony rzadziej w ten sposób podejmują decyzje mieszkańcy wsi (48%), z regionu południowego (47%).

Zgodnie z oczekiwaniami, decyzje o zakupie ubezpieczeń majątkowych podejmowane są wspólnie przez oboje małżonków stosunkowo najczęściej w gospodarstwach, dla których najważniejsza w życiu jest rodzina (53%). Z kolei najrzadziej w ten sposób postępują gospodarstwa osób ukierunkowanych na karierę zawodową oraz dobra materialne (25%).

Wraz z wykształceniem wzrasta odsetek gospodarstw, w których zakupem ubezpieczeń majątku zajmuje się **samodzielnie żona** (podstawowe – 6%, wyższe – 14%). Ponadto zajmowanie się tymi sprawami jest stosunkowo najczęściej w gestii żony w gospodarstwach pracowników administracji (w co piątym), w których głowa rodziny jest wieku 31–39 lat (w co siódmym). Żona samodzielnie decyduje o ubezpieczeniu majątku relatywnie najczęściej w gospodarstwach niezamożnych (22%), o niskich dochodach (16%), posiadających małe – do 5 ha – gospodarstwa (10%) oraz zamieszkujących w regionie południowym, w największych miastach (13,4%). Głowa rodziny w takich gospodarstwach zajmuje relatywnie najczęściej stanowisko niekierownicze (57%).

Mąż relatywnie częściej decyduje o ubezpieczeniach majątkowych w trzyosobowych gospodarstwach (w co dwunastym), reprezentantów wolnych zawodów (w co czwartym), w wieku 31–39 lat (w co dziesiątym) oraz w zamożnych gospodarstwach (13%) i o wysokich dochodach (10%). Głowa rodziny w tych gospodarstwach zajmuje stanowisko kierownicze (12%). Mężowie także częściej decydują o ubezpieczeniu majątku w gospodarstwach domowych ze średnich (po 8,8%) i dużych miast (8,7%), z regionu wielkopolskiego (9,1%).

Żona lub mąż samodzielnie podejmują decyzje zakupu częściej w gospodarstwach optymistów (13,2% i 6,8%), ukierunkowanych na karierę zawodową (25% i 8,3%).

Rodzinne decyzje o zakupie ubezpieczeń majątkowych zapadają częściej niż przeciętnie w trzyosobowych gospodarstwach (18%), osób z podstawowym lub średnim wykształceniem (po 14%), w wieku przedemerytalnym (20%).

Z kolei **decyzje** dotyczące **nabycia ubezpieczeń życiowych** podejmowane są **wspólnie przez oboje małżonków** relatywnie najczęściej (57–67%) w trzyosobowych gospodarstwach biznesmenów, ze średnim wykształceniem, w wieku 40–49 lat.

Podobnie jak w przypadku ubezpieczeń majątkowych, tak i w ubezpieczeniach życiowych częstość podejmowanych wspólnie (przez oboje małżonków) decyzji

wzrasta wraz z dochodem gospodarstwa domowego (od 45% do 62%). Ponadto w ten sposób postępują relatywnie częściej rodziny zamożne (72%), posiadające ponad 15-hektarowe gospodarstwa rolne (73%), a głowa rodziny zatrudniona jest na stanowisku kierowniczym (58%). W zakresie ubezpieczeń życiowych, mąż i żona podejmują decyzje wspólnie stosunkowo najczęściej w gospodarstwach zamieszkujących w średnich miastach (60%), w centrum kraju (60%), i są to najczęściej optymiści (55%) i osoby, dla których najważniejsza w życiu jest rodzina (55%).

Indywidualne postanowienia w tej sprawie – **samodzielnie przez żonę lub męża**, częściej niż przeciętnie zapadają w gospodarstwach osób z wyższym wykształceniem (odpowiednio 18,3% i 7,6%), w średnim wieku (16,2% i 10,1%). Głos żony jest decydujący przy zakupie ubezpieczeń życiowych w najmniejszych gospodarstwach domowych (21%), kadry nauczycielskiej lub ekonomicznej (18%), a męża – w czteroosobowych gospodarstwach (9%), reprezentantów wolnych zawodów (17%).

Podobnie jak w przypadku ubezpieczeń majątkowych, tak i w przypadku ubezpieczeń życiowych żona decyduje o zakupie relatywnie najczęściej w niezamożnych gospodarstwach (w co piątym), o niskich dochodach (w co szesnastym). Są to ponadto częściej gospodarstwa nierolnicze (13%), osób na stanowiskach niekierowniczych (15%).

Odwrotnie mężowie – posiadają głos decydujący relatywnie najczęściej w zamożnych gospodarstwach (8,9%), rolniczych (ponad 15 ha – 9,1%), o wysokich dochodach (8,3%).

Żona samodzielnie decyduje o zakupie takiej polisy życiowej częściej niż przeciętnie w rodzinach zamieszkujących największe miasta (17,2%), w regionie południowym (17,6%), zaś mąż posiada główny głos w gospodarstwach ze średnich miast (10%), z regionu pomorskiego (10%).

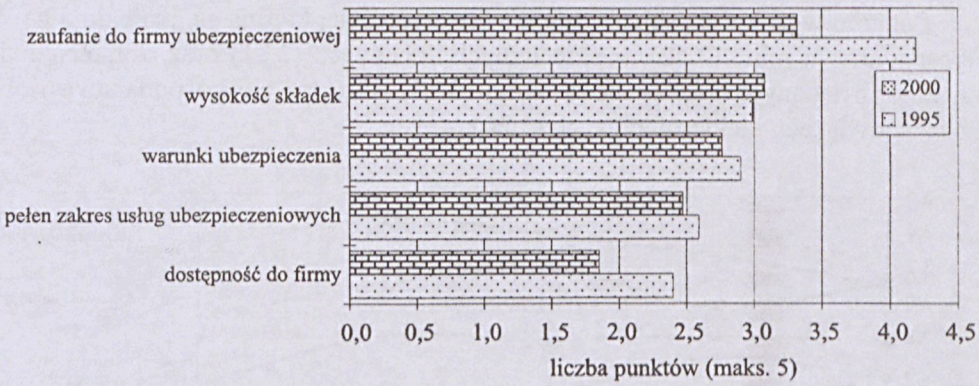
Żony relatywnie częściej decydują o ubezpieczeniach życiowych w gospodarstwach optymistów (15,4%), dla których celem w życiu jest realizacja kariery zawodowej (25%). W gospodarstwach osób o nastawieniu pesymistycznym relatywnie częściej to mąż decyduje o wykupieniu polisy ubezpieczenia na życie (5,9%).

3. *Hierarchia czynników wyboru zakładu ubezpieczeń*

Kolejną kwestią, jaką musi rozstrzygnąć gospodarstwo domowe po podjęciu decyzji o zakupie ubezpieczenia, jest wybór ubezpieczyciela. Wielość ofert, w dodatku dość podobnych do siebie, składanych przez konkurujące ze sobą zakłady ubezpieczeń, sprawia, iż klient na rynku staje przed bardzo trudną, a równocześnie dalekosiężną decyzją. Stąd też, decydując się na jedną z kilkudzie-

sięciu firm ubezpieczeniowych, musi kierować się istotnymi dla siebie kryteriami wyboru. Jakie zatem są to kryteria i jaka jest ich hierarchia? W celu odpowiedzi na te pytania wyodrębniono pięć zasadniczych czynników (zaufanie do firmy, wysokość składki, warunki ubezpieczenia, zakres oferty oraz dostępność firmy) i proszono gospodarstwa domowe o wyrażenie opinii na temat hierarchii ważności tych elementów w wyborze ubezpieczyciela. Do tej oceny posłużono się pięciostopniową skalą, gdzie 1 oznaczało czynnik „najmniej ważny", a 5 – czynnik „najbardziej ważny".

W świetle uzyskanych wyników podstawowym kryterium wyboru zakładu ubezpieczeń jest w opinii gospodarstw domowych zaufanie do ubezpieczyciela (średnia liczba punktów 3,32, na maks. 5). Na pierwszym miejscu, wśród pięciu kryteriów wyboru ubezpieczyciela, ten czynnik wskazało co trzecie gospodarstwo.



Rys. 2. Hierarchia czynników wyboru zakładów ubezpieczeń przez gospodarstwa domowe

Źródło: badania własne

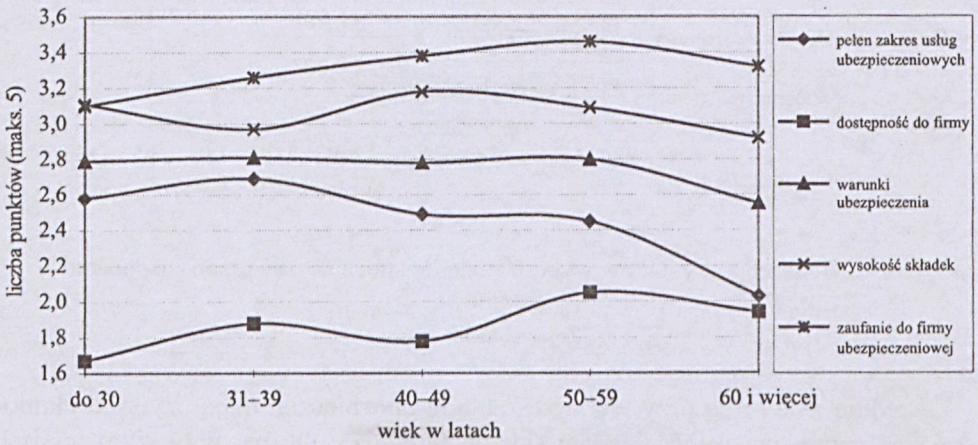
Średnie znaczenie przy wyborze zakładu ubezpieczeń mają czynniki ekonomiczne, czyli wysokość płaconej składki (średnia 3,08; na pierwszym miejscu wymieniona przez 27% gospodarstw), a następnie warunki ubezpieczenia (średnia 2,76; najważniejsze dla ponad co siódmego gospodarstwa). Natomiast do mniej istotnych kryteriów wyboru zakładu zaliczyć należy wielkość oferty (czyli pełny zakres oferowanych usług – średnia 2,47; stawiany na pierwszym miejscu przez co dziewiąte gospodarstwo) oraz dostępność do zakładu ubezpieczeń (tj. lokalizacja, czas pracy – średnia 1,85; czynnik najważniejszy dla jedynie co szesnastego gospodarstwa).

Zaufanie do ubezpieczyciela posiada największą rangę w małych gospodarstwach (średnia liczba punktów 3,40 na 5 maks.), kadry nauczycielskiej i ekonomicznej (3,60), z wyższym wykształceniem (3,46), w wieku przedemerytalnym (3,46).

Czynnik ten ma równocześnie największe znaczenie dla osób ze średnich gospodarstw rolnych (średnia 3,39 na maks. 5), osiągających przeciętne dochody (3,43). Są to ponadto relatywnie najczęściej zamożne gospodarstwa (3,59) oraz właściciele firm (3,83). Zaufanie do firmy jest stosunkowo najczęściej brane pod uwagę przy wyborze zakładu ubezpieczeń przez mieszkańców małych miast (ranga 3,44 punktu na maks.5), z Wielkopolski (3,41). Z drugiej strony to kryterium ma relatywnie najmniejszą rangę wśród mieszkańców wsi (3,17), z centrum kraju (3,11).

Znaczenie czynnika ekonomicznego (**wysokość składki**) wśród kryteriów wyboru ubezpieczyciela wzrasta wraz z wielkością gospodarstwa domowego (od 2,97 – w najmniejszych do 3,17 – w największych), a maleje wraz z wykształceniem głowy rodziny (3,19 – gdy podstawowe do 3,05 – gdy wyższe). Ponadto częściej niż przeciętnie kryterium tym kierują się osoby z wykształceniem technicznym (3,16), w wieku 40–49 lat (3,18).

Ponadto wysokością składki relatywnie najczęściej kierują się małe do 5 ha – gospodarstwa rolne (3,42), o przeciętnych dochodach (3,21) oraz o przeciętnej liczbie posiadanych dóbr trwałego użytku (3,19). Są to częściej gospodarstwa osób na stanowiskach niekierowniczych (3,20).

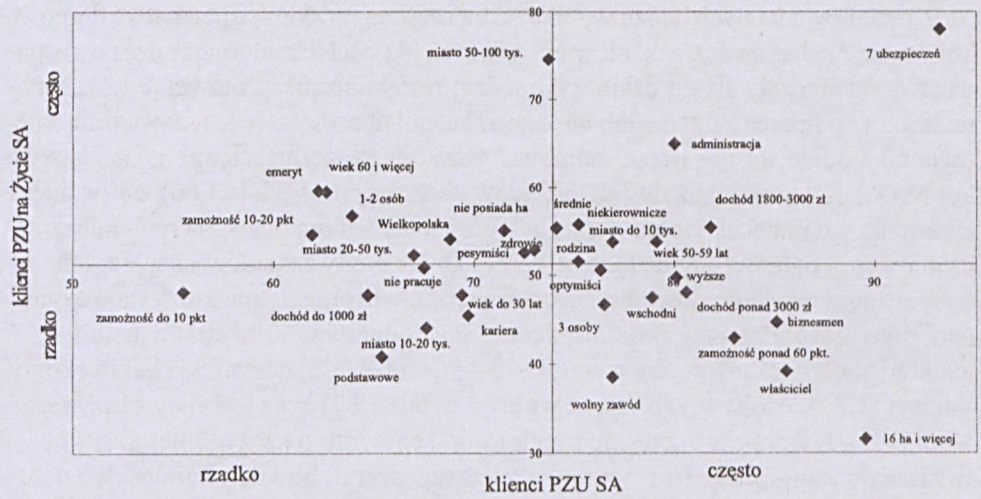


Rys. 3. Hierarchia czynników wyboru zakładów ubezpieczeń przez gospodarstwa domowe według wieku

Źródło: badania własne

Wysokość składki i warunki ubezpieczenia, jako kryterium wyboru zakładu ubezpieczeń, posiadają relatywnie największe znaczenie dla mieszkańców średnich miast (średnio odpowiednio 3,32 i 3,16), z centrum kraju (3,29 i 2,89).

Ponadto **warunki ubezpieczenia** przy wyborze ubezpieczyciela posiadają największe znaczenie dla gospodarstw osób na stanowiskach kierowniczych (3,10), nie posiadających gruntów rolnych lub posiadających nie więcej niż 5 ha ziemi (po



Rys. 4. Profil klientów PZU SA a klientów PZU na Życie SA
Źródło: badania własne

2,79). Ranga tego kryterium wśród gospodarstw wzrasta wraz z dochodami (od 2,49 do 2,96) oraz liczbą posiadanych dóbr trwałego użytku (od 2,53, do 2,96).

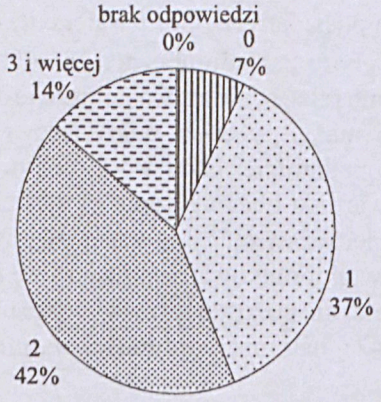
Spośród kryteriów wyboru zakładu ubezpieczeń dla gospodarstw ukierunkowanych w życiu na rodzinę relatywnie najważniejsze jest zaufanie do ubezpieczyciela (3,36 punktu na 5 maks.), a także pełny zakres usług (2,54). Wysokość składki jest stosunkowo najbardziej istotna dla rodzin ceniących sobie w życiu zdrowie (3,19), z kolei warunki ubezpieczenia są najważniejsze dla rodzin zwracających uwagę na bezpieczeństwo (2,82), zaś dostępność do firmy ubezpieczeniowej – dla gospodarstw ukierunkowanych na karierę i dobra materialne (2,12). Ponadto pesymiści częściej niż pozostali przy wyborze ubezpieczyciela kierują się zaufaniem do firmy (3,42), natomiast optymiści warunkami umowy (2,84) oraz zakresem usług (2,65).

4. Zakres korzystania z usług zakładów ubezpieczeń

Jaka jest zatem aktywność polskich gospodarstw domowych na rynku usług ubezpieczeniowych? Jak decyzje podejmowane wewnątrz gospodarstwa domowego przekładają się na konkretne działania na rynku? W ilu zakładach wykupiono polisy ubezpieczeniowe, czy i jakie kontakty utrzymują gospodarstwa z placówkami i agentami ubezpieczeniowymi?

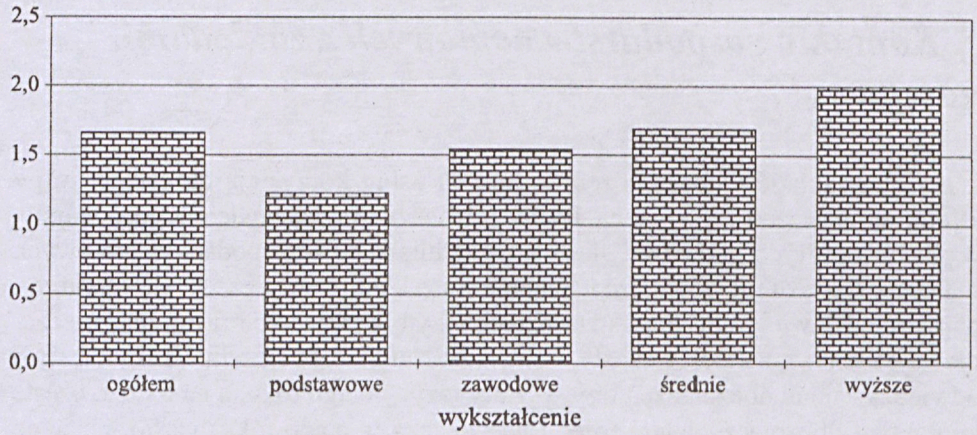
Z przeprowadzonych badań wynika, iż najczęściej polskie gospodarstwa domowe korzystają z usług dwóch zakładów ubezpieczeń (42%). Niemal równie często gospodarstwa ograniczały się do usług tylko jednej firmy ubezpieczeniowej (37%). Natomiast na współpracę z trzema lub więcej zakładami ubezpieczeń decydowało się zaledwie co siódme gospodarstwo domowe. Oznacza to, że przeciętnie gospodarstwo korzysta z usług mniej niż dwóch zakładów ubezpieczeń (średnia 1,66), co świadczy o stosunkowo małej aktywności polskich gospodarstw domowych na rynku ubezpieczeniowym i ograniczonym zakresie korzystania z oferty zakładów ubezpieczeń.

Z usług wielu zakładów ubezpieczeń częściej niż przeciętnie korzystają czteroosobowe gospodarstwa (średnio jedno gospodarstwo korzysta z usług 1,76 zakładu ubezpieczeń), osoby w wieku 40–49 lat (1,77), nauczyciele i kadra ekonomiczna (1,87), osoby wykonujące wolny zawód (1,87) oraz technicy i inżynierowie (1,85). Natomiast biznesmeni należą do segmentu o szczególnej aktywności w zakresie współpracy z firmami ubezpieczeniowymi, bowiem korzystali z usług średnio 2,32 ubezpieczycieli. Ponadto liczba firm ubezpieczeniowych, w których gospodarstwa lokowały swoje ubezpieczenia, wzrasta wraz z wykształceniem głowy gospodarstwa domowego (od średnio 1,23 – wśród osób z podstawowym wykształceniem, do 2,00 – wśród osób z wykształceniem wyższym).



Rys. 5. Liczba zakładów ubezpieczeń, z których korzystały gospodarstwa domowe w Polsce
Źródło: badania własne

Również czynniki ekonomiczne istotnie wpływają na liczbę zakładów ubezpieczeń, z usług których korzystają gospodarstwa domowe. Jest ona bowiem tym większa, im wyższymi dochodami gospodarstwo dysponuje (średnio od 1,33 do ponad 2,09), rośnie także wraz z zasobnością gospodarstwa w dobra trwałego użytku (średnio od 1,15 do 2,04). Ponadto z usług relatywnie większej liczby zakładów ubezpieczeń korzystały częściej największe gospodarstwa rolne (1,74) oraz właściciele firm (2,11).

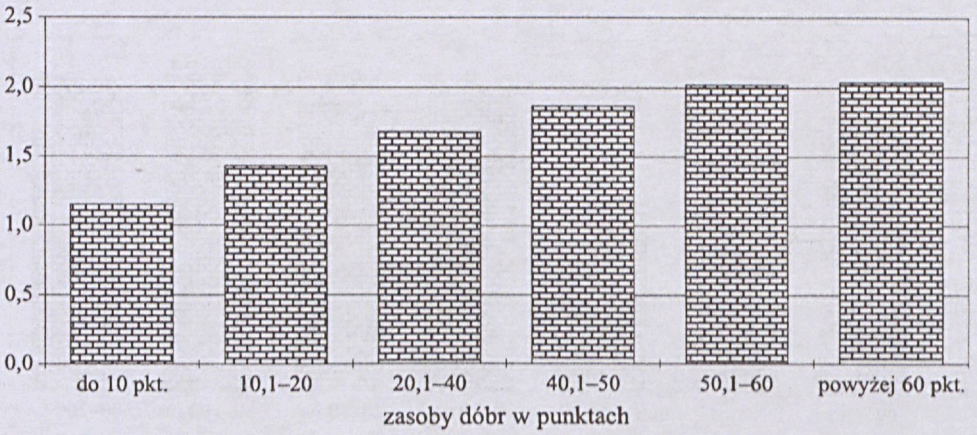


Rys. 6. Liczba zakładów ubezpieczeń, z których korzystały gospodarstwa domowe w Polsce według wykształcenia

Źródło: badania własne

Równocześnie z większą liczbą zakładów ubezpieczeń częściej współpracują mieszkańcy średnich miast (średnio 1,88), z regionu pomorskiego (1,73), zaś do stosunkowo najrzadszych klientów zakładów ubezpieczeń należą natomiast gospodarstwa z małych miast (średnio 1,49), z regionów centralnego i wschodniego (po 1,62).

Z usług większej niż przeciętna liczby zakładów ubezpieczeń relatywnie najczęściej korzystali optymiści (1,79 zakładu na jedno gospodarstwo), dla których najważniejsza w życiu jest rodzina (1,69).



Rys. 7. Liczba zakładów ubezpieczeń, z których korzystały gospodarstwa domowe w Polsce według zasobów dóbr

Źródło: badania własne

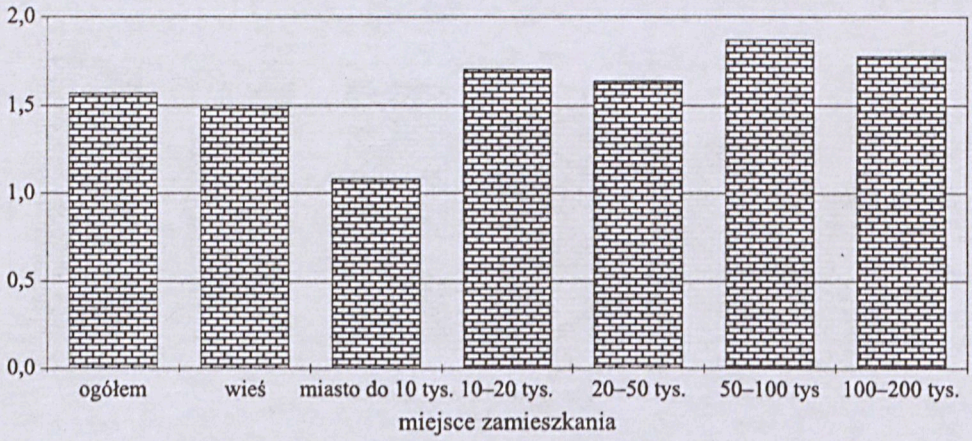
5. Kontakty gospodarstw domowych z zakładami ubezpieczeń

Liczba zakładów ubezpieczeń, z których usług korzystają określone grupy klientów, znacząco wpływa na liczbę odwiedzin przedstawicieli gospodarstw w placówkach tych zakładów. Okazuje się, iż blisko 40% gospodarstw domowych w Polsce ani razu nie odwiedza w ciągu roku zakładu ubezpieczeń. Co czwarty – piąty przedstawiciel gospodarstwa złożył wizytę w placówce firmy ubezpieczeniowej jeden raz, z kolei co szósty – dwa razy. Natomiast co siódme gospodarstwo odwiedza zakład ubezpieczeń trzy – cztery razy w ciągu roku, a na bardzo częste kontakty z ubezpieczycielem (pięć i więcej razy w ciągu roku) wskazano w co trzynastej rodzinie.

Relatywnie najczęstszymi gośćmi w placówkach zakładów ubezpieczeń są biznesmeni (średnio 2,62 wizyty w roku), osoby ze średnim wykształceniem (1,71), w wieku 31–39 lat (1,70), posiadające czteroosobową rodzinę (1,80). Z drugiej strony relatywnie najrzadziej placówkę firmy ubezpieczeniowej odwiedzają osoby najstarsze (1,25), emeryci i renciści (1,30), z podstawowym wykształceniem (1,03).

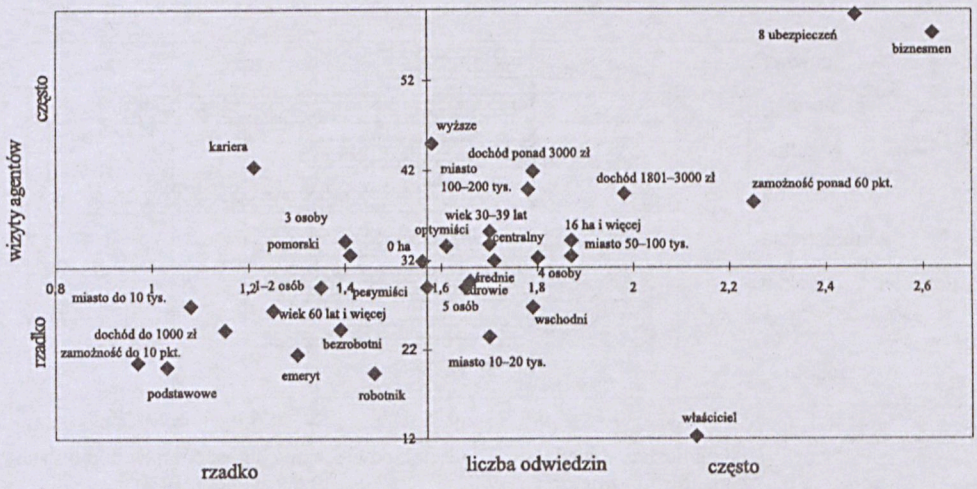
Stosunkowo częściej do placówek zakładów ubezpieczeń przychodzą mieszkańcy średnich miast (średnio 1,87 razy w roku), ze wschodniej części kraju (1,79), natomiast rzadziej odwiedzają placówki ubezpieczeniowe gospodarstwa z najmniejszych miast (średnio 1,08), z regionu pomorskiego (1,41).

Zdecydowanie najczęstszą przyczyną wizyty w firmie ubezpieczeniowej było opłacenie raty składki ubezpieczeniowej (60% wskazań). Nieco rzadziej



Rys. 8. Średnia liczba odwiedzin zakładu ubezpieczeń według miejsca zamieszkania
Źródło: badania własne

odwiedzano placówkę zakładu ubezpieczeń w celu zawarcia ubezpieczenia (41% wskazań), a co szósta – siódma wizyta podyktowana była potrzebą uzyskania informacji o ubezpieczeniach. Część wizyt związana była z powstałą szkodą – co ósmy kontakt z firmą ubezpieczeniową dotyczył zgłoszenia szkody, a co siódmy – likwidacji szkody.



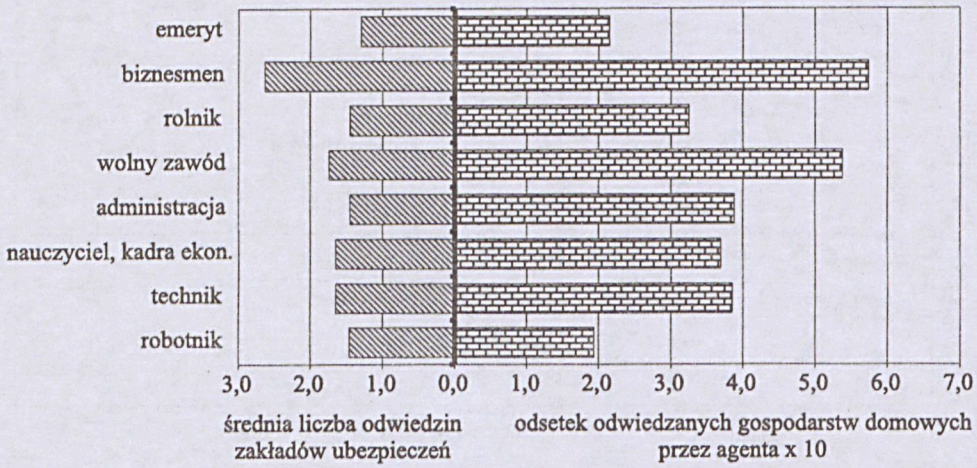
Rys. 9. Wizyty agentów w domu a liczba odwiedzin w placówkach ubezpieczycieli
Źródło: badania własne

Opłata raty składki skłoniła do wizyty w placówce zakładu ubezpieczeń relatywnie najczęściej przedstawicieli gospodarstw pięcioosobowych i liczniejszych (67%), rolników (79%), osoby z podstawowym wykształceniem (84%), w wieku 60 lat i więcej (71%). Z tego powodu placówki zakładów ubezpieczeń były również częściej odwiedzane przez osoby niepracujące zawodowo (68%), przedstawicieli gospodarstw rolnych o powierzchni 6–15 ha (79%), o najniższych dochodach (69%) i przeciętnej zasobności w dobra trwałego użytku (65%) oraz mieszkańców wsi (73%), zamieszkałych we wschodniej części kraju (67%).

Zawarcie ubezpieczenia było powodem odwiedzin placówki częściej niż przeciętnie dla dużych gospodarstw domowych (5 i więcej osób – 43%), biznesmenów (61%), osób z wyższym wykształceniem (50%), w wieku 31–39 lat (46%).

Aby zawrzeć ubezpieczenie, do placówki ubezpieczyciela udawali się najczęściej właściciele firm (57%), rolnicy posiadający ponad 15 ha ziemi (48%). Ponadto były to gospodarstwa o wysokich dochodach (48%) oraz zasobne w dobra trwałego użytku (53%). Chęć zawarcia ubezpieczenia skłaniała do przybycia do oddziału, inspektoratu najczęściej mieszkańców niedużych miast (20–50 tys. mieszkańców – 49%), położonych w centrum kraju (46%).

Natomiast w celach informacyjnych wizytę w placówce ubezpieczyciela składały stosunkowo częściej osoby młode (21%), biznesmeni (13%), ze średnim wykształceniem (18%), pochodzące z małych gospodarstw (19%). Były to gospodarstwa o niskich dochodach (15%), posiadające niewiele dóbr trwałego użytku (20%), zlokalizowane w średnich miastach (50–100 tys. – 24,7%), głównie z regionu centralnego (21%).



Rys. 10. Średnia liczba odwiedzin zakładów ubezpieczeń oraz odsetek odwiedzających gospodarstw domowych przez agenta według zawodu

Źródło: badania własne

Proces świadczenia usług ubezpieczeniowych gospodarstwom domowym przejawia się również w pracy agentów ubezpieczeniowych, którzy docierają do blisko co trzeciego gospodarstwa.

Agenci ubezpieczeniowi relatywnie najbardziej aktywni byli w grupie gospodarstw trzyosobowych (34% wskazań), rodzin biznesmenów (57%), osób w średnim wieku (35%), z wyższym wykształceniem. Częstotliwość wizyt agentów jest tym większa, im wyższym wykształceniem legitymuje się głowa gospodarstwa domowego (podstawowe – 20%, wyższe – 45%) oraz wyższymi dochodami (wzrost od 24% do 42%) i zamożnością (wzrost od 21% do 38%). Ponadto agenci odwiedzali relatywnie najczęściej właścicieli firm (50%), osoby posiadające duże gospodarstwa rolne (34%), a także mieszkańców dużych miast (38,9% wizyt) zlokalizowanych w centralnej części kraju (33,8%). Natomiast relatywnie najrzadziej agenci składali wizytę gospodarstwom domowym zamieszkałe w małych miastach (23,5%), w regionie wschodnim (26,8%).

Spośród agentów ubezpieczeniowych odwiedzających gospodarstwa domowe z ubezpieczeniami majątkowymi stosunkowo najbardziej aktywni okazali się



Rys. 11. Odsetek odwiedzanych przez agenta gospodarstw według dochodu
Źródło: badania własne

agenci PZU SA (blisko 40% wskazań), a w dalszej kolejności przedstawiciele Warty SA, Commercial Union na Życie SA oraz Amplico Life.

Interesująco przedstawiają się także obszary szczególnej aktywności agentów poszczególnych firm ubezpieczeniowych. Częstość odwiedzin gospodarstw przez agentów PZU SA wzrasta wraz z wiekiem głowy gospodarstwa (do 30 lat – 1,7%, 60 i więcej – 57%), natomiast maleje wraz z wykształceniem (podstawowe – 41%, wyższe – 34%), a także wraz z wielkością gospodarstwa domowe (1–2 osobowe – 51%, 5 i więcej – 38%). Relatywnie częściej niż inni agenci przedstawiciele PZU SA odwiedzali rolników (70%).

Z kolei agenci ubezpieczeniowi Warty SA docierali relatywnie najczęściej do rodzin pracowników administracji (9,7%), osób w wieku przedemerytalnym (8,6%), a także do osób z wykształceniem zawodowym (5%). Najbardziej aktywni agenci zakładów ubezpieczeń życiowych, przedstawiciele Commercial Union na Życie SA, szczególną opieką otaczali czteroosobowe gospodarstwa (14,7%), osób młodych (do 30 lat – 18,3%), biznesmenów (25,9%), osób ze średnim wykształceniem (15,2%), natomiast agenci Amplico Life SA relatywnie najczęściej odwiedzali gospodarstwa czteroosobowe (11,2%), pracowników administracji (16,1%), z wyższym lub średnim wykształceniem (po 8,4%), w wieku do 30 lat (12,7%). Z powyższych danych wynika, iż bardzo odmienne są charakterystyki demograficzno-ekonomiczne segmentów strategicznych klientów poszczególnych zakładów ubezpieczeń.

6. Wnioski końcowe

Decyzje dotyczące zakupu ubezpieczeń należą do najtrudniejszych w gospodarstwie domowym, dlatego zdecydowanie najczęściej są one podejmowane w polskich rodzinach wspólnie przez oboje małżonków. Decyzje te dotyczą zarówno wyboru zakładu ubezpieczeń, jak i rodzaju ubezpieczenia.

Najważniejszym kryterium wyboru ubezpieczyciela jest w opinii polskich gospodarstw domowych zaufanie do zakładu ubezpieczeń. Czynnik ten jest dla klientów zdecydowanie ważniejszy niż wysokość składki, warunki ubezpieczenia, kompleksowość usług oraz dostępność do placówki zakładu. Równocześnie hierarchia ważności czynników wyboru ubezpieczyciela zależy w dużym stopniu od cech demograficzno-ekonomicznych gospodarstwa.

Polskie gospodarstwa w ograniczonym jednak jeszcze zakresie korzystają z możliwości, jakie daje rynek ubezpieczeniowy. Rzadko bowiem korzystają oni z usług większej liczby zakładów ubezpieczeń, zdecydowanie najczęściej wybierając jedynie dwóch ubezpieczycieli (są to z reguły: zakład ubezpieczeń majątkowych i życiowych). Potwierdza to tezę o stosunkowo niskiej świadomości ubezpieczeniowej w Polsce, a także w dalszym ciągu małej znajomości rynku ubezpieczeniowego.

Zwiększenie zakresu korzystania z oferowanych usług ubezpieczeniowych zależne jest od aktywności samych zakładów ubezpieczeniowych, w tym w szczególności od profesjonalizmu i zaangażowania agentów ubezpieczeniowych.

Zachowanie klientów indywidualnych na rynku ubezpieczeniowym silnie jest zdeterminowane profilem demograficzno-ekonomicznym gospodarstwa domowego. Szczególnie silnie na aktywność ubezpieczeniową wpływają: wiek, wykształcenie, dochody gospodarstw oraz miejsce zamieszkania.

Józef Garczarczyk

DEMOGRAPHIC-ECONOMIC CONDITIONS OF THE BEHAVIOUR OF HOUSEHOLDS ON THE INSURANCE MARKET IN POLAND

SUMMARY

In the nineties in Poland the market of insurance services developed rapidly which was reflected in a considerable growth of the number of insurance companies and a high dynamics of growth of the insurance premium (on average as much as 34% yearly). Moreover, the number and kind of insurance services offered increased significantly. Therefore, clients faced a problem of decision – which company to choose. In the light of studies carried out on 1300 households in Poland, most significant

decisions as regards insurance are made most frequently by both spouses and when choosing the insurer they keep in mind, above all, the insurer's credibility and trustworthiness. At the same time activity of the Polish households on the insurance market is fairly limited. This is reflected in the fact that households make use of a small number of insurance companies' services (1.66 on average) and their contacts with insurance companies and insurance agents are not very frequent. The features which differentiate in a significant way the attitudes and behaviour of households on the insurance market are: age, education, incomes and place of residence.