

2003



RAPORT

**Ubezpieczenia
przez Internet**

printpol.pl
serwis ubezpieczeniowy

Raport „Ubezpieczenia przez Internet”

Autorzy raportu:

Tomasz Gulla (Printpol.pl)

dr Alicja Wolny (Akademia Ekonomiczna w Katowicach)

Cel badania

Celem badania było określenie zainteresowania Internautów zawieraniem ubezpieczeń on-line jak również ustalenie czynników, które wpływają na chęć lub niechęć do tego typu transakcji.

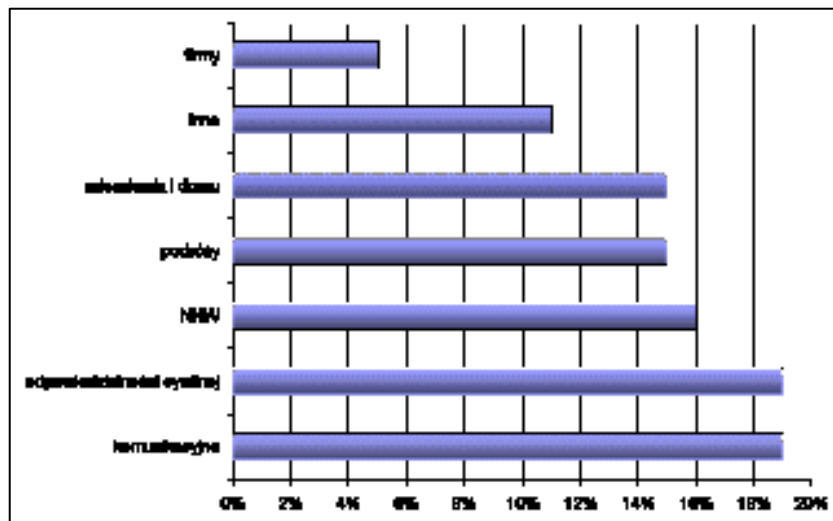
Forma badania

Badanie przeprowadzone zostało przez Internet, gdzie informacja o ankiecie ukazywała się w okresie od 1 października 2002 roku do 1 stycznia 2003 roku na stronach serwisu www.printpol.pl. Liczebność próby wyniosła 927 osób. Pozyskana grupa respondentów nie jest grupą reprezentatywną jednak uzyskane wyniki mogą być wskazówką dla firm planujących świadczenie ubezpieczeniowych usług internetowych oraz dla dalszych badań.

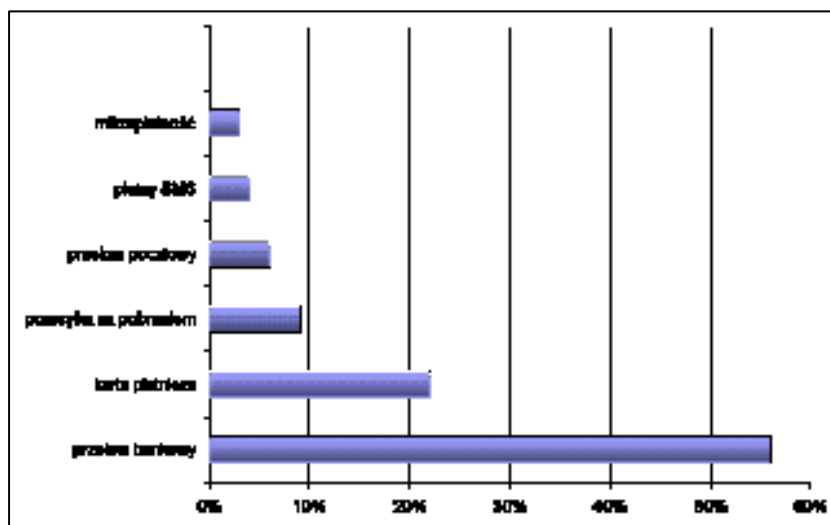
Opinie na temat ubezpieczeń internetowych

Na podstawie przeprowadzonej ankiety można zauważyć, że wśród respondentów istnieje zainteresowanie zawieraniem polis ubezpieczeniowych poprzez Internet, co wyraziło 48% respondentów. Negatywnie do tej formy ubezpieczeń nastawionych jest 24% badanych natomiast 28% osób nie ma zdania. Tak wysoki odsetek niezdecydowanych może wynikać z faktu, iż na rynku informacja na temat tego typu usług jest bardzo uboga, jednak na skutek kampanii reklamowej firmy **LINK4** liczba ta może się zmienić.

Osoby zainteresowane zakupem ubezpieczeń internetowych w zasadzie nie różnicują rodzaju ubezpieczeń, które byłyby w stanie zawrzeć. Jedynie ubezpieczenie firm wskazane zostało przez nieliczną grupę badanych:



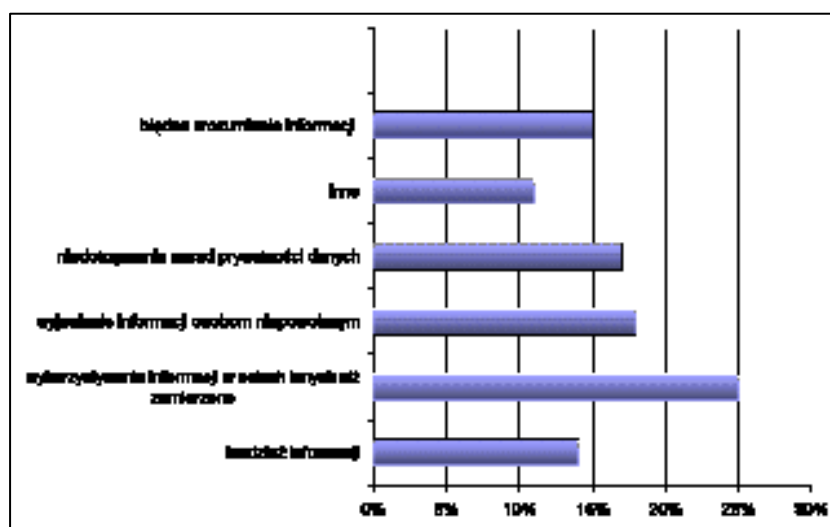
Najpopularniejszą formą płatności za ubezpieczenie internetowe jest przelew bankowy a następnie karta płatnicza. Mało popularne to przesyłka za pobraniem, przekaz pocztowy, SMS czy mikropłatność.



Z zakupami internetowymi wiąże się nierozłącznie przesyłanie informacji osobowych jak również płatność co powoduje, iż istotne jest odpowiednie zabezpieczenie takich transakcji. Wśród respondentów zaufanie do bezpieczeństwa w sieci jest wysokie, gdyż aż 62% uważa zawarcie ubezpieczenia przez Internet za bezpieczne:

Zawarcie ubezpieczenia przez Internet jest bezpieczne?	
Tak	62%
Nie	18%
Nie wiem	20%


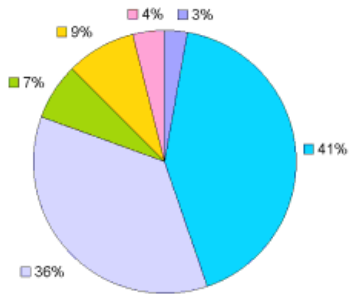
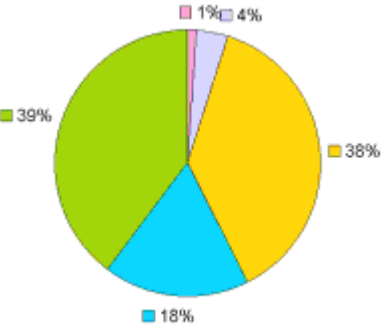
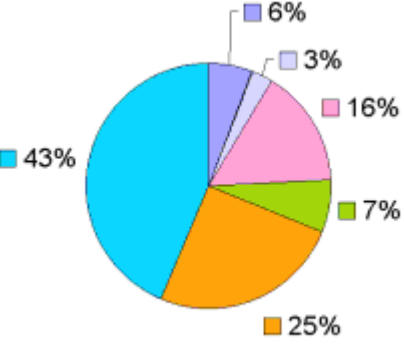
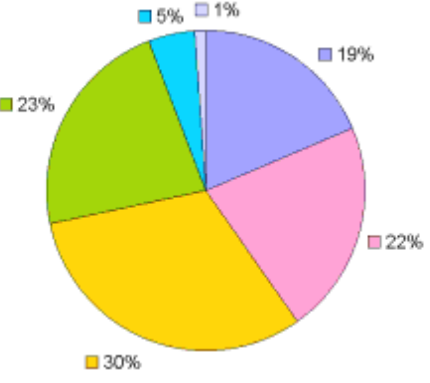
Obawy dotyczące przesyłania informacji drogą internetową dotyczą głównie wykorzystywania uzyskanych informacji w celach innych niż zamierzone, wyjawienie informacji osobom niepowołanym, niedotrzymanie zasad prywatności danych.

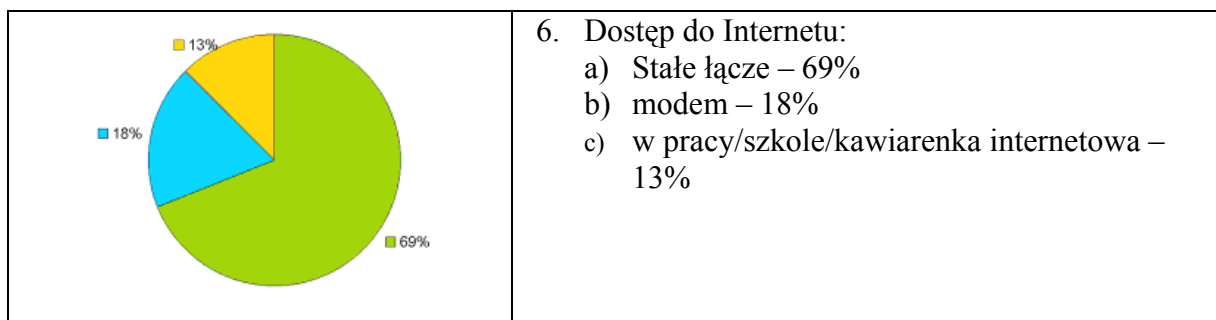


Wśród badanych, którzy nie zawarliby ubezpieczenia on-line aż 72% badanych uważa transakcję jako niebezpieczną a jedynie 24% jako bezpieczną. Dlatego, aby spopularyzować ubezpieczenia internetowe niezbędne jest położenie nacisku na bezpieczeństwo w sieci we wszelkich akcjach reklamowo-informacyjnych.

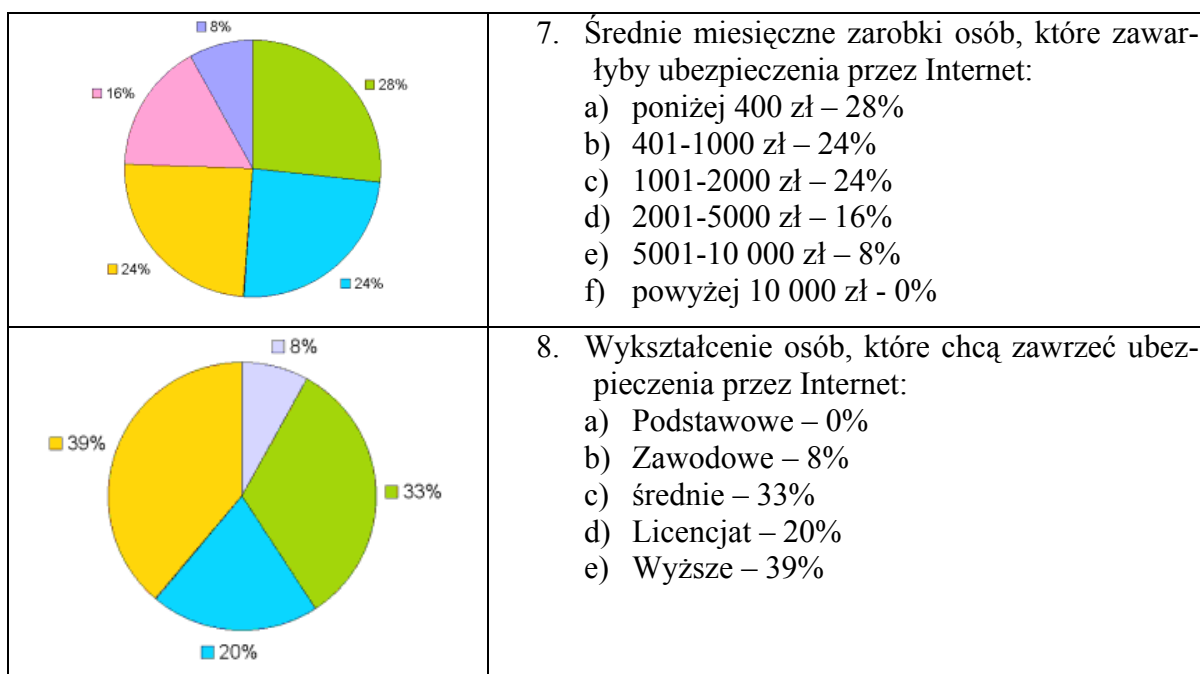
Charakterystyka próby

W badaniu udział wzięli głównie mężczyźni w wieku od 19 do 35 lat posiadający głównie wykształcenie wyższe lub średnie i zamieszkali w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Szczegółowy rozkład próby przedstawiają poniższe dane.

	<p>1. Płeć:</p> <p>a) Mężczyzna - 85%</p> <p>b) Kobieta - 15%</p>
	<p>2. Wiek:</p> <p>a) poniżej 18 lat - 3%</p> <p>b) 19 - 25 lat - 41%</p> <p>c) 26 - 35 lat - 36%</p> <p>d) 36 - 45 lat - 7%</p> <p>e) 46 - 55 lat - 9%</p> <p>f) powyżej 56 lat - 4%</p>
	<p>3. Wykształcenie:</p> <p>a) Podstawowe – 1%</p> <p>b) Zawodowe – 4%</p> <p>c) średnie – 38%</p> <p>d) Licencjat – 18%</p> <p>e) Wyższe – 39%</p>
	<p>4. Zamieszkanie:</p> <p>a) wieś - 6%</p> <p>b) poniżej 10 tys. – 3%</p> <p>c) 10-50 tys. – 16%</p> <p>d) 50-100 tys. – 7%</p> <p>e) 100-500 tys. – 25%</p> <p>f) powyżej 500 tys. – 43%</p>
	<p>5. Średnie zarobki miesięczne na członka rodziny:</p> <p>a) poniżej 400 zł – 19%</p> <p>b) 401-1000 zł – 22%</p> <p>c) 1001-2000 zł – 30%</p> <p>d) 2001-5000 zł – 23%</p> <p>e) 5001-10 000 zł – 5%</p> <p>f) powyżej 10 000 zł - 1%</p>



Natomiast respondenci, którzy wykazali chęć zawierania umów ubezpieczeniowych poprzez Internet posiadają głównie wykształcenie wyższe lub średnie i osiągają dochód poniżej 2000 PLN.



Charakterystyka serwisów ubezpieczeniowych

Za 5 lat sprzedaż polis przez Internet na świecie będzie warta około 23 miliardów USD. Na zachodzie klienci preferują sklepy ubezpieczeniowe (Insurance Malls), niż witryny samych towarzystw ubezpieczeniowych. Jest to oczywiście zrozumiałe, gdyż klient nie ogranicza się tylko do jednej oferty ubezpieczeniowej, ale ma możliwość wybrania najkorzystniejszej z pośród kilku. W USA dominują dwa sklepy ubezpieczeniowe Insure Market firmy Quicken i InsWeb firmy Softbank. Przy liczbie kilku milionów odsłon kwartalnie, osiągają kilkadziesiąt tysięcy zapytań miesięcznie.

Porównując wygląd jak i zawartość polskich a zagranicznych witryn ubezpieczeniowych o dziwo korzystniej wypadają te pierwsze. Polskie serwisy traktują sprzedaż polis jako coś dodatkowego - odwrotnie jest z zagranicznymi.

Witryna Printpol.pl nie tylko umożliwia zawarcie ubezpieczenia, ale również zakup specjalistycznego oprogramowania dla pośredników ubezpieczeniowych. Zagraniczny portal Term4Sale czerpie zyski ze sprzedaży oprogramowania i opłat za umieszczenie danych teleadresowych agentów ubezpieczeniowych w swojej bazie. W Polsce portal Ubezpieczyciel.pl również stworzył taką bazę.

Nasze portale przegrywają z zachodnimi co do oferty w postaci liczby ubezpieczeń i towarzystw ubezpieczeniowych, oraz upustów cenowych. Należy zauważyć, że koszt administracyjny zawarcia ubezpieczenia przez bezpośredni kontakt wynosi do 19 USD, natomiast internetowy do 0,45 USD.

Internetowa sprzedaż polis na rynku polskim spotyka się często z oporem samych towarzystw ubezpieczeniowych. Ta forma dystrybucji byłaby szansą na sprzedaż ubezpieczeń nieskomplikowanych i słabo sprzedających się u pośredników ubezpieczeniowych np. NNW, podróży, mieszkań i domów, OC z tytułu wykonywanego zawodu. Agenci ubezpieczeniowi żyją głównie ze sprzedaży ubezpieczeń komunikacyjnych, tj. OC, AC, Zielona Karta.

Dwa pierwsze ubezpieczenia nie nadają się na sprzedaż za pośrednictwem Internetu. Zawarcie ubezpieczenia komunikacyjnego OC wymaga przedstawienia przez Ubezpieczającego dowodu rejestracyjnego pojazdu, oraz zaświadczenia o bezszkodowym przebiegu ubezpieczenia w celu uzyskania ewentualnych zniżek. W ubezpieczeniu AC problemem jest sprawdzenia stanu faktycznego pojazdu. Bez takiej procedury Internet stałby się idealną drogą do wyłudzeń. Z ubezpieczeniem „Zielona karta” nie ma już takich problemów. Aktualnie tylko Printpol.pl oferuje klientom to ubezpieczenie on-line.

Uwagi końcowe

Każda firma ubezpieczeniowa obarczona jest dominującą liczbą ubezpieczeń komunikacyjnych, co skutkuje czasem poważnymi kłopotami finansowymi a w ostateczności bankructwem. Koszt administracyjny zawarcia ubezpieczenia według Swiss Re w kanale dystrybucji direct (np. TU LINK4) wynosi do 8 USD, bezpośredni kontakt - to aż 19 USD, natomiast **internetowy do 0,45 USD**. Internet jest wielką szansą na sprzedaż ubezpieczeń mało popularnych, ale wypowiedzi przedstawicieli towarzystw ubezpieczeniowych nie są zbyt entuzjastyczne. Tylko niektórzy widzą w tym przyszłość.