

DAMIAN GAJDA
TOMASZ JURKIEWICZ

Ubezpieczenia w sektorze MSP w latach 2007-2010 (wyniki badań ankietowych)

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) jest ważną częścią rynku ubezpieczeniowego. Rozwój gospodarczy i przemiany zachodzące w Polsce powodują także zmiany w zachowaniach przedsiębiorców na rynku ubezpieczeń. Lata 2007-2010 to okres, w którym na świecie mieliśmy do czynienia z kryzysem finansowym i recesją. W Polsce był to okres spowolnienia gospodarczego. Autorzy w artykule przedstawiają wyniki corocznych badań reprezentatywnych małych i średnich przedsiębiorstw zrealizowanych w latach 2007-2010. W ramach badań zbierane były informacje o świadomości ubezpieczeniowej przedsiębiorców, ich opiniach i zachowaniach na rynku ubezpieczeń.

Wprowadzenie

Sektor przedsiębiorstw w Polsce stanowi ważną część klientów na rynku ubezpieczeniowym. Według danych KNF za rok 2008 prawie 60 proc. składki przypisanej brutto w ubezpieczeniach osobowych pochodziło z ubezpieczeń grupowych (część składki z umów zawieranych indywidualnie także pochodziła od przedsiębiorstw). W Dziale II prawie 40 proc. składek ogółem wniosły przedsiębiorstwa.

Małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią istotną część rynku dla zakładów ubezpieczeń działających w Polsce. Wynika to zarówno z wielkości (sektor MSP to ponad 1,7 mln aktywnych podmiotów gospodarczych), jak i znaczenia tego sektora w tworzeniu Produktu Krajowego Brutto oraz zatrudnienia w polskiej gospodarce. W ostatnich latach sektor MSP dawał zatrudnienie prawie 70 proc. pracownikom oraz wytwarzał niemal połowę PKB¹. Z tego względu zakłady ubezpieczeniowe nie mogły nie dostrzec potencjału jaki tkwi w grupie małych i średnich przedsiębiorstwa, i coraz aktywniej kierowały ofertę do sektora MSP.

1. *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008*, PARP, Warszawa 2009.

Kwestię korzystania z ubezpieczeń przez MSP należy również rozpatrywać z punktu widzenia znaczenia dla polskiej gospodarki. Ubezpieczenia są bardzo ważnym elementem zarządzania ryzykiem w przedsiębiorstwach. Dzięki odpowiednio dobranej ofercie ubezpieczeniowej zwiększają one bezpieczeństwo prowadzonej działalności i stabilność sytuacji finansowej przedsiębiorstw. Z tego względu ubezpieczenia dla małych i średnich przedsiębiorstw mają duże znaczenie dla rozwoju i ciągłości działalności².

Rola ubezpieczeń w małych i średnich przedsiębiorstwach jest od wielu lat tematem badań i publikacji, a zaobserwowane problemy są tematem szeregu analiz³. Głównym problemem, jaki stoi przed ubezpieczeniami skierowanymi do sektora MSP jest specyfika i różnorodność tych przedsiębiorstw. Zdecydowaną większość stanowią w niej mikroprzedsiębiorstwa, które zatrudniają do 9 pracowników (ok. 95 proc. firm). Często są to firmy niewielkie, słabe ekonomicznie, z krótką historią istnienia na rynku. Jedna trzecia powstałych firm nie dożywa jednego roku, połowa firm osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą nie przetrwa zazwyczaj dwóch lat⁴. Ponadto wiele przedsiębiorstw z sektora MSP ma niewielką rentowność, więc opłacanie składek ubezpieczeniowych może być traktowane jako dodatkowe obciążenie dla przedsiębiorstwa. Sprawę komplikuje także problem znalezienia źródeł finansowania rozwoju przedsiębiorstwa. Sektor finansowy w Polsce często traktuje małe i średnie przedsiębiorstwa jak bardziej ryzykownego klienta, przez co większość tych przedsiębiorstw realizuje inwestycje ze środków własnych. Toteż wiele firm ma do wyboru albo inwestować i obniżyć koszty (na przykład koszty ochrony ubezpieczeniowej), albo zmniejszyć inwestycje. O problemach sektora MSP w Polsce może świadczyć porównanie z innymi krajami Unii Europejskiej, gdzie poziom ochrony ubezpieczeniowej jest znacznie wyższy. Wynika to po części z mniejszej świadomości ubezpieczeniowej Polaków, co znajduje swoje odzwierciedlenie także w sektorze MSP⁵. Część przedsiębiorców nieufnie podchodzi do ubezpieczeń jako takich oraz nie jest zainteresowana ofertą ubezpieczeniową zakładów ubezpieczeń.

W celu przeanalizowania zaistniałej sytuacji, autorzy w artykule badają stopień wykorzystania przez MSP z produktów ubezpieczeniowych oraz wskazują na główne czynniki, które wpływały na poziom korzystania z tych usług. Analiza została oparta na danych pierwotnych z lat 2007-2010 z badań reprezentatywnych „Finanse MSP” przeprowadzanych corocznie przez firmę Qualifact Badania Rynkowe i Doradztwo sp. z o.o. Badania te obejmują szeroki zakres zagadnień związanych z finansami, inwestycjami i ubezpieczeniami w MSP. Oparte są każdorazowo na reprezentatywnej próbie ponad tysiąca MSP, prowadzone są metodą wywiadu bezpośredniego w siedzibie badanej

-
2. Jedynak P., *Podaż usług ubezpieczeniowych a ciągłość działalności małych i średnich przedsiębiorstw*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” 2009 nr 4.
 3. Borda M., Kwiecień I., *Analiza wykorzystania ubezpieczeń gospodarczych w zarządzaniu ryzykiem przedsiębiorstw*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” 2007 nr 3/4; Mikulska A., *Świadomość ubezpieczeniowa przedsiębiorców sektora MSP. Wyniki badania praktyk ubezpieczeniowych*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” 2009 nr 2.
 4. *Warunki powstania i działania oraz perspektywy rozwojowe polskich przedsiębiorstw powstałych w latach 2001-2004*, GUS, Warszawa 2006.
 5. Mikulska A., *Świadomość ubezpieczeniowa przedsiębiorców sektora MSP. Wyniki badania praktyk ubezpieczeniowych*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” 2009 nr 2.

firmy z wykorzystaniem kwestionariusza papierowego (PAPI). Wywiady realizowane są na przełomie lutego i marca. Dzięki cykliczności badań i porównywalności narzędzia badawczego możliwe stało się także określenie kierunków zmian w zakresie korzystania z ubezpieczeń przez małe i średnie przedsiębiorstwa.

1. Struktura i wielkość badanych prób MSP

Wielkość próby przebadanych małych i średnich przedsiębiorstw wynosiła 1308 firm w 2007 roku, 1326 w 2008 roku, 1346 w 2009 roku. W 2010 roku próba była znacznie większa, efektywnie zrealizowanych wywiadów było 1812. W stosunku do poprzednich lat zwiększeniu uległa zwłaszcza grupa przebadanych mikroprzedsiębiorstw.

W badaniu stosowano dobór warstwowy. Warstwy określane były przez wielkość firmy (mikro, małe, średnie), branżę i województwo. Z uwagi na dominujący udział firm mikro w populacji alokacja próby była nieproporcjonalna. Zwiększona w stosunku do rzeczywistych proporcji była liczba badanych firm małych (bez mikro) i średnich tak, aby możliwe było wnioskowanie nie tylko dla firm ogółem, ale także w poszczególnych grupach. Strukturę próby według wielkości firmy przedstawia Tablica 1.

Tablica 1. Struktura próby MSP wg wielkości firmy

Wielkość firmy	2007	2008	2009	2010
Mikro (do 9 zatrudnionych)	572	603	607	1018
Mała (10-49 zatrudnionych)	472	484	486	505
Średnia (50-249 zatrudnionych)	264	239	253	289
Ogółem	1308	1326	1346	1812

Źródło: Obliczenia własne.

Dla pozostałych dwóch zmiennych warstwujących planowana była alokacja proporcjonalna. Strukturę próby wg siedziby firmy przedstawia Tablica 2.

Tablica 2. Struktura próby MSP wg siedziby firmy

Województwo	2007	2008	2009	2010
Dolnośląskie	101	101	86	119
Kujawsko-pomorskie	63	67	74	97
Lubelskie	57	59	59	87
Lubuskie	31	39	40	51
Łódzkie	98	100	101	128
Małopolskie	113	119	120	161
Mazowieckie	213	211	197	278
Opolskie	32	28	35	48
Podkarpackie	45	48	47	72
Podlaskie	30	27	23	36
Pomorskie	82	92	95	129
Śląskie	180	169	167	212

Ciąg dalszy tabeli na str. 22.

Ciąg dalszy tabeli ze str. 21.

Województwo	2007	2008	2009	2010
Świętokrzyskie	37	31	40	43
Warmińsko-mazurskie	43	39	35	57
Wielkopolskie	129	136	143	196
Zachodniopomorskie	54	60	84	98
Ogółem	1308	1326	1346	1812

Źródło: Obliczenia własne.

W badaniu uwzględnione były jedynie wybrane branże, pominięto między innymi firmy z branż, których udział w populacji jest znikomy. Strukturę próby wg branż przedstawiono w Tablicy 3.

Tablica 3. Struktura próby MSP wg branży

Branża	2007	2008	2009	2010
Produkcja	242	254	234	305
Budownictwo	129	144	143	185
Handel	337	332	348	474
Hotele/restauracje	37	41	41	88
Transport	62	75	60	98
Pośrednictwo finansowe	28	27	27	51
Obsługa nieruchomości	153	148	177	213
Edukacja	126	131	145	143
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	62	66	65	108
Pozostałe	132	108	106	147
Ogółem	1308	1326	1346	1812

Źródło: Obliczenia własne.

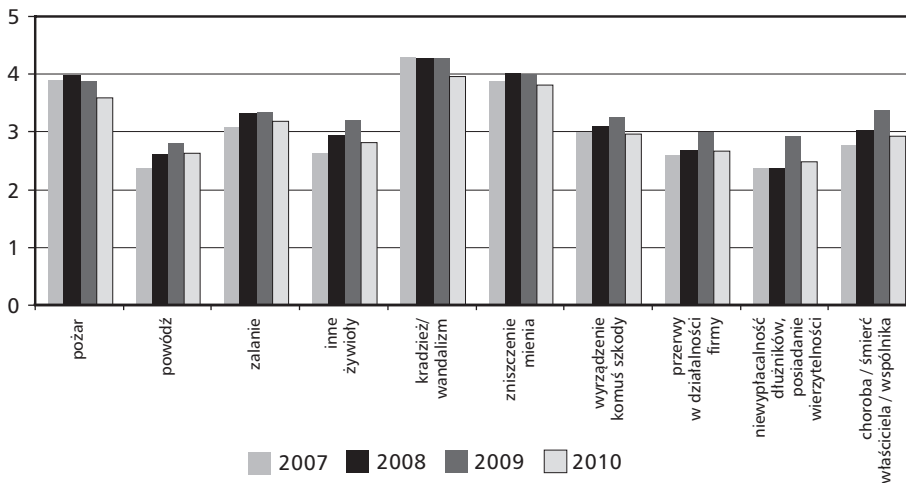
W toku realizacji pracy terenowej uzyskana próba nieznacznie różniła się od planowanej (wskaźniki podobieństwa struktur w poszczególnych latach były na poziomie 0,89-0,95). Dlatego też przy opracowaniu wyników zastosowano system wag, który pozwalał na uogólnianie informacji o badanej populacji. Przedstawiane poniżej wyniki badania są wynikami ważonymi.

2. Ocena występowania zagrożeń i posiadanych zabezpieczeń

Jednym z celów badania było ustalenie świadomości zagrożeń i posiadanych zabezpieczeń jako jednego z ważnych elementów zarządzania ryzykiem w przedsiębiorstwie. Dla szeregu zagrożeń przedstawionych w ankiecie respondenci określali stopień zagrożenia danym ryzykiem (w skali od 1 – brak ryzyka do 6 – maksymalny poziom ryzyka) oraz oceniali poziom posiadanych zabezpieczeń (w skali od 1 – brak zabezpieczenia do

6 – najwyższy poziom zabezpieczenia). Wśród głównych zagrożeń dla przedsiębiorstw wskazywali ogień, kradzież, zniszczenie mienia, a w znacznie mniejszym stopniu takie ryzyka jak powódź, niewyłączalność kontrahenta, czy przerwy w działalności firmy (por. Wykres 1.). O ile do roku 2009 ocena zagrożeń w prawie wszystkich kategoriach rosła, o tyle w roku 2010 spadła do poziomu z roku 2008, różnice nie są jednak zbyt znaczące.

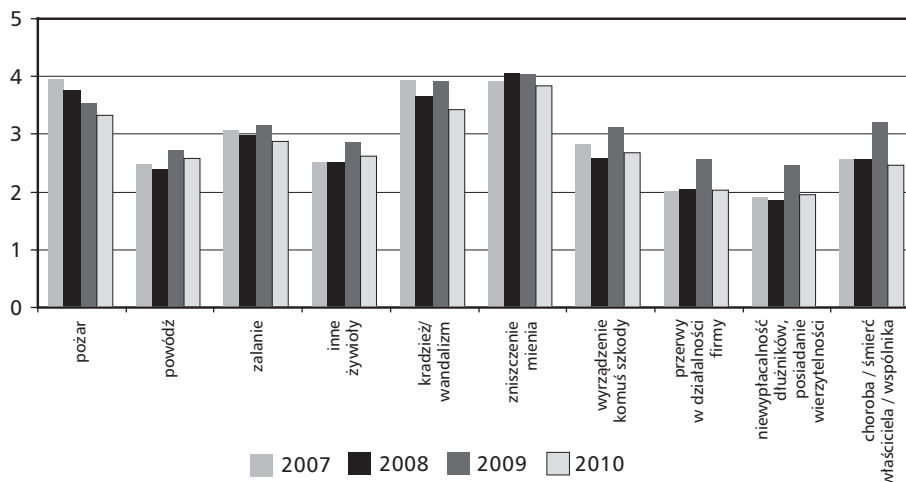
Wykres 1. Średnia ocena poziomu zagrożenia poszczególnymi ryzykami



Źródło: Obliczenia własne.

Analogiczne prawidłowości uzyskano w przypadku oceny stopnia zabezpieczenia poszczególnych ryzyk, średni poziom oceny zabezpieczenia jest jedynie nieco niższy niż oceny występowania ryzyka (por. Wykres 2.).

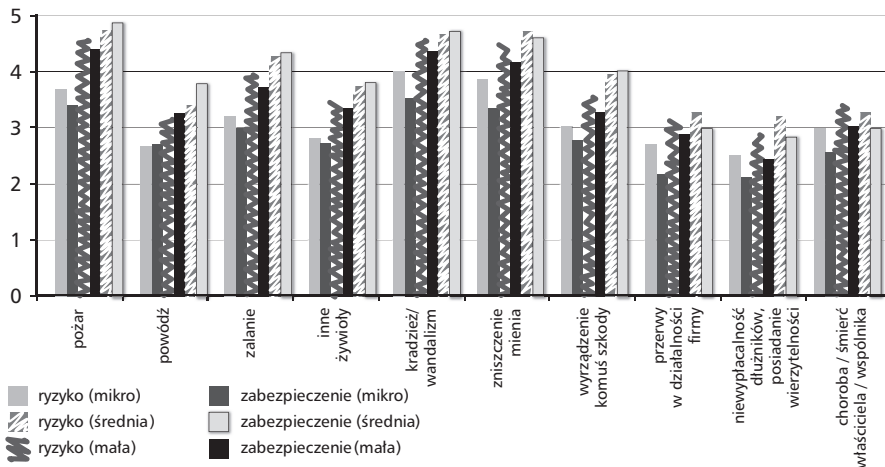
Wykres 2. Średnia ocena poziomu zabezpieczenia poszczególnych ryzyk



Źródło: Obliczenia własne.

Zarówno ocena ryzyka, jak i poziomu zabezpieczenia, zależy od wielkości firmy. Generalnie im firma jest większa, tym świadomość zagrożeń jest większa i równocześnie wyższa jest ocena poziomu zabezpieczenia. Jedynym wyjątkiem jest ryzyko związane z chorobą czy śmiercią właściciela lub wspólnika, w przypadku firm średnich ocena jest nieznacznie niższa niż w przypadku firm małych (por. Wykres 3.).

Wykres 3. Średnia ocena poziomu zagrożenia i zabezpieczenia poszczególnych ryzyk w roku 2010 wg wielkości firmy



Źródło: Obliczenia własne.

3. Korzystanie z ubezpieczeń

3.1. STRUKTURA MSP KORZYSTAJĄCYCH Z UBEZPIECZEŃ

Korzystanie z ubezpieczeń jako formy zarządzania ryzykiem zależy od wielkości przedsiębiorstwa. Im większa firma, tym częściej posiada co najmniej jedno ubezpieczenie, co wynika głównie z faktu, że większe przedsiębiorstwo częściej posiada składniki majątku, które mogą być ubezpieczone, np. samochód zarejestrowany na firmę, lokal, budynek (w badaniu pytano tylko i wyłącznie o ubezpieczenia przedsiębiorstwa a nie prywatne). W 2010 roku w grupie firm mikro ubezpieczenie posiadało 65 proc. przedsiębiorstw, w małych 87 proc., w dużych 92 proc. (por. Tablica 4.). Do roku 2009 odsetek firm korzystających z ubezpieczeń wzrastał. W roku 2010, głównie wśród mikroprzedsiębiorstw, nastąpił dość znaczący spadek.

Tablica 4. Korzystanie z ubezpieczeń przez MSP wg wielkości firmy

Wielkość firmy	2007	2008	2009	2010
Mikro (do 9 zatrudnionych)	70	72	74	65
Mała (10-49 zatrudnionych)	82	84	88	87
Średnia (50-249 zatrudnionych)	91	90	95	92
Ogółem	70	73	74	66

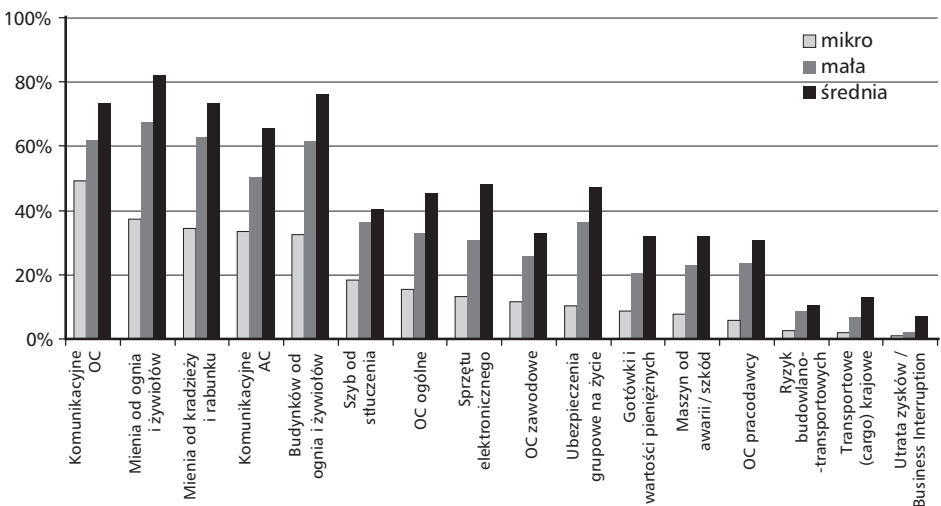
Źródło: Obliczenia własne.

Najbardziej z ubezpieczeń korzystają firmy działające w formie jednoosobowej działalności gospodarczej, a więc przede wszystkim firmy najmniejsze. Ta sama zależność odzwierciedla się także w przypadku sposobu prowadzenia księgowości/rachunkowości, najbardziej posiadają ubezpieczenia podatnicy działający w oparciu o kartę podatkową, 53 proc. w 2007, 55 proc. w 2010. Zaobserwować można także różnice między branżami, najczęściej z ubezpieczeń korzystają firmy z branży transportowej (w roku 2007 96 proc., w 2010 zaledwie 79 proc.), ochrony zdrowia (odpowiednio 81 proc. i 80 proc.). Najbardziej z ubezpieczeń korzystały firmy zajmujące się pośrednictwem finansowym (70 proc. w 2007 i 50 proc. w 2010) i branża hotelarsko-restauracyjna (odpowiednio 67 proc. i 53 proc.). Z uwagi na bardzo małe liczebności firm w czterech wymienionych branżach (transport, ochrona zdrowia, pośrednictwo finansowe, usługi hotelarsko-restauracyjne) zaobserwowane różnice mogą być również efektem błędu losowego, trudno więc wyciągać w tym zakresie jednoznaczne wnioski.

3.2. RODZAJE UBEZPIECZEŃ

Najpopularniejszym rodzajem posiadanego przez MSP ubezpieczenia jest obowiązkowe ubezpieczenie komunikacyjne OC, w roku 2010 posiadała je co druga firma. W dalszej kolejności największą popularnością cieszyły się ubezpieczenia mienia od ognia i żywiołów oraz kradzieży i rabunku, komunikacyjne AC i budynków (por. Wykres 4.). Najbardziej wykorzystywane były ubezpieczenia finansowe, gwarancje i ubezpieczenia należności, zakupiło je mniej niż 1 proc. przedsiębiorstw (wśród firm średniej wielkości w roku 2010 ok. 5 proc., odsetek ten był znacząco wyższy w roku 2009 i 2010 niż w 2007). Niewielką popularnością cieszą się ubezpieczenia od utraty zysków, jednak należy zauważyć, że ubezpieczenie *business interruption* jest skierowane raczej do dużych przedsiębiorstw, głównie z branży produkcyjnej⁶.

Wykres 4. Rodzaje posiadanych ubezpieczeń w roku 2010 wg wielkości firmy



Źródło: Obliczenia własne.

6. Zaron A., Stomiński P., *Nie zapomnieć o idei*, „Miesięcznik Ubezpieczeniowy” 2006 nr 3.

Zmiany odsetka MSP posiadających ubezpieczenia związane są zapewne z efektami kryzysu finansowego. W przypadku ubezpieczeń komunikacyjnych zmniejszenie liczby podmiotów posiadających to ubezpieczenie (zwłaszcza dobrowolne AC) był widoczny dopiero w 2010 roku, natomiast w 2009 roku można było zauważyć wzrost liczby podmiotów w stosunku do poprzedniego roku. Z kolei w przypadku ubezpieczeń mienia i budynków to rok 2009 był rokiem ograniczenia w korzystaniu z tego rodzaju ubezpieczeń. W roku 2010 w firmach mikro obserwuje się dalszy spadek, ale już w przedsiębiorstwach średniej wielkości odnotować można wzrost (por. Tablica 5.).

Tablica 5. Odsetek firm posiadających wybrane rodzaje ubezpieczeń wg wielkości firmy (w proc.)

Rodzaj ubezpieczeń	2007	2008	2009	2010
Mikro				
Komunikacyjne OC	49	49	53	49
Komunikacyjne AC	35	32	39	33
Mienia od ognia i żywołów	45	48	46	38
Mienia od kradzieży i rabunku	43	47	41	35
Budynków od ognia i żywołów	43	44	35	33
Małe				
Komunikacyjne OC	61	54	63	63
Komunikacyjne AC	49	44	54	51
Mienia od ognia i żywołów	68	66	67	68
Mienia od kradzieży i rabunku	59	60	59	63
Budynków od ognia i żywołów	65	64	60	62
Średnie				
Komunikacyjne OC	67	58	79	74
Komunikacyjne AC	58	53	71	66
Mienia od ognia i żywołów	82	81	77	83
Mienia od kradzieży i rabunku	73	78	70	73
Budynków od ognia i żywołów	81	80	75	76

Źródło: Obliczenia własne.

W związku z „kryzysem finansowym” w badaniu w 2009 roku pojawiło się pytanie o potrzebę specjalnej oferty ubezpieczeniowej zabezpieczającej przedsiębiorstwa przed spowolnieniem gospodarczym. Zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw negatywnie odniosła się do tego pomysłu (97 proc.), zapotrzebowanie na tego typu ubezpieczenia nie zależy od wielkości przedsiębiorstwa.

3.3. MIEJSCE/SPOSÓB ZAKUPU UBEZPIECZEŃ

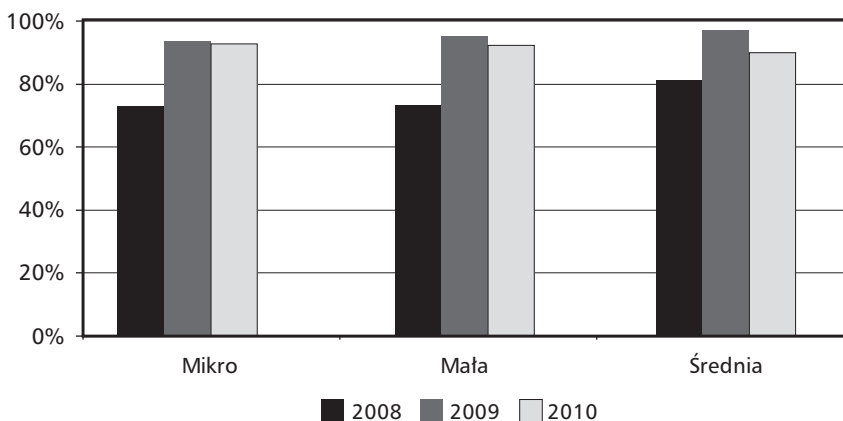
Interesujące wyniki zaobserwowano w zakresie sposobu zakupu ubezpieczeń przez badane przedsiębiorstwa. Pomimo coraz większej popularności zakupu ubezpieczeń w Polsce przez nowe kanały dystrybucji, takie jak internet lub telefon, zdecydowana większość przedsiębiorców decyduje się na zakup ubezpieczeń tradycyjnymi sposobami poprzez sieć agentów oraz w mniejszym stopniu przez brokerów. Wcześniejsze, dość

optymistyczne, prognozy odnośnie ubezpieczeń typu „direct” nadal pozostają niespełnione⁷.

W zależności od rodzaju ubezpieczenia, zmieniał się kanał dystrybucji, ale ogólnie można stwierdzić, że udział zakupu ubezpieczeń poprzez agentów ubezpieczeniowych w badanym okresie spadał z ponad osiemdziesięciu do sześćdziesięciu kilku procent, na drugim miejscu (z tendencją rosnącą) był zakup w placówce zakładu ubezpieczeń (por. Tablica 6.). Udział sprzedaży ubezpieczeń przez brokerów był na poziomie kilku procent, przy czym częściej z usług brokera korzystały firmy średnie. Bardzo słabo prezentują się wyniki udziału zakupu przez telefon (najlepszy wynik 2,2 proc. w przypadku ubezpieczenia AC w 2009 roku) oraz przez internet (1,3 proc. OC w 2010).

Od 2008 roku w ankiecie znalazły się pytania o stosunek przedsiębiorców do nowych kanałów dystrybucji i oceny zakładów ubezpieczeń oferujących ubezpieczenia „direct”. O ile w 2008 roku rozpoznawalność tego typu sposobu zawierania ubezpieczeń była na poziomie 73 proc., to w 2009 i 2010 przekraczała 93 proc. Nieznacznie niższą rozpoznawalność obserwowano w firmach mikro (por. Wykres 5.).

Wykres 5. Rozpoznawalność ubezpieczeń „direct” wg wielkości firmy



Źródło: Obliczenia własne.

Stosunkowo niewielką popularność ubezpieczeń typu „direct” można wytłumaczyć podobnym zachowaniem w przypadku klientów indywidualnych. W przypadku nawet najbardziej popularnych ubezpieczeń komunikacyjnych jedynie 10 proc. kierowców sprawdzało ofertę ubezpieczycieli „direct” w ciągu ostatnich 2 lat⁸.

Większość badanych przedsiębiorców w 2008 i 2009 roku, uważało iż ceny polis sprzedawanych przez internet lub telefon nie są niższe niż w tradycyjnych formach sprzedaży (ponad połowa pytanym nie miała zdania). Gwałtowna zmiana z prawie 30 proc. na ponad 70 proc. nastąpiła w 2010 roku, co może wskazywać, że MSP w związku ze spowolnieniem gospodarczym zapoznały się dokładniej z ofertą rynkową ubezpieczeń. Decydującym czynnikiem nieskorzystania z ubezpieczeń „direct” jest mniejsze

7 Szulik J., *Agent w systemie direct*, „Miesięcznik Ubezpieczeniowy” 2007 nr 6.

8 *Moto Scan 2009*, Qualifact, „Miesięcznik Ubezpieczeniowy” 2010 nr 3.

Tablica 6. Miejsce/sposób zakupu wybranych rodzajów ubezpieczeń (w proc.)

	Mienia od ognia i żywiołów		Komunikacyjne OC		Budynków od ognia i żywiołów		Komunikacyjne AC		Mienia od kradzieży i rabunku						
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010			
Agent	81,2	77,6	68,3	70,6	67,7	62,7	82,8	76,9	64,6	68,9	69,9	63,0	79,9	73,2	69,6
Broker	5,1	4,2	4,2	4,1	5,5	3,6	4,3	4,5	3,4	4,3	5,5	4,6	4,9	5,6	3,9
Placówka	13,0	16,9	19,4	22,2	21,9	26,3	12,2	18,4	22,3	23,0	19,2	24,8	14,6	20,3	19,4
Bank	0,3	0,1	2,3	0,9	0,6	1,4	0,4	0,1	2,6	0,9	0,8	1,5	0,3	0,1	2,0
Salon samochodowy	0,0	0,4	0,2	1,0	1,4	1,9	0,0	0,0	0,3	1,5	1,8	2,4	0,0	0,4	0,3
Telefon	0,0	0,0	0,0	0,6	2,0	1,4	0,0	0,0	0,0	0,7	2,2	0,8	0,0	0,0	0,0
Internet	0,0	0,0	0,2	0,3	1,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,2	0,5	1,2	0,0	0,3	0,3
Inne	0,3	0,8	5,3	0,3	0,0	1,4	0,4	0,0	6,8	0,5	0,0	1,8	0,4	0,0	4,6

Źródło: Obliczenia własne.

Tablica 7. Ocena ubezpieczeń „direct” wg wielkości firmy (odsetek odpowiedzi zdecydowanie lub raczej tak, bez uwzględnienia niemających zdania) w proc.

	Mikro			Mała			Średnia		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Są wyraźnie tańsze	29	27	72	41	40	62	40	43	74
Można liczyć na szybką i sprawną pomoc po wystąpieniu szkody	36	36	63	49	40	53	40	39	58
Procedury likwidacji szkody są mniej skomplikowane	40	42	59	55	43	51	51	38	53
Ograniczone zaufanie do firm sprzedających swoje usługi wyłącznie przez telefon	31	29	66	32	29	69	32	43	57
Trudniej uzyskać rzetelną wycenę likwidowanej szkody	38	40	57	39	47	61	41	50	62

Źródło: Obliczenia własne.

zaufanie do tych zakładów ubezpieczeń, które oferują tego typu ubezpieczenia. Nieufność ta w 2010 roku także znacząco wzrosła (por. Tablica 7.).

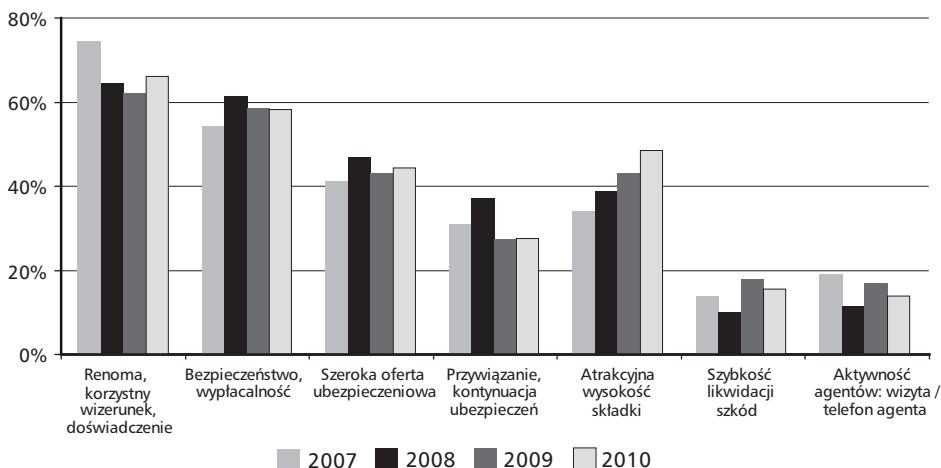
Około dwóch trzecich przedsiębiorstw korzysta z ubezpieczeń w pakietach, co związane jest z otrzymywaniem upustu od ubezpieczycieli. W badaniach przedsiębiorcy określali ponadto jakie średnio upusty otrzymują przy zakupie ubezpieczeń. Najczęściej zniżki dla badanych przedsiębiorstw oscylowały w granicach 6-10 proc., choć w roku 2007 i 2008 około jedna piąta firm deklarowała otrzymanie zniżek większych niż 25 proc. W 2009 roku firm tych było już jednak poniżej 10 proc. Wielkość upustu zależała od wielkości firmy, co naturalnie większym przedsiębiorstwom łatwiej było negocjować wyższe zniżki. W 2010 roku zadano pytanie o poziom zniżki, który byłby dla firmy interesujący, połowa firm podawała realne upusty w granicach do 30 proc., choć nie ma było takich (prawie 20 proc.), które za interesujący uznały upust 99 proc.

3.4. WYBÓR UBEZPIECZYCIELA

Pomimo wielu działających na rynku zakładów ubezpieczeń, większość przedsiębiorców wskazywało PZU SA jako głównego ubezpieczyciela. Największy zakład ubezpieczeń w Polsce ma pozycję zdecydowanego lidera w zakresie ubezpieczeń oferowanych małym i średnim przedsiębiorstwom. W ciągu badanego okresu jego udział w rynku nieznacznie spadł, jednak jego pozycja wydaje się ciągle niezagrożona. Kolejne zakłady ubezpieczeń to Warta SA oraz Ergo Hestia SA, której popularność rośnie z wielkością przedsiębiorstwa.

Dużą koncentrację na rynku ubezpieczeń skierowanych do małych i średnich przedsiębiorstw można wytłumaczyć także poprzez kryteria wyboru oferty danego zakładu ubezpieczeń. Dla badanych przedsiębiorstw kluczowe znaczenie miała renoma i subiektywna ocena stabilności zakładu ubezpieczeń, w dalszej kolejności liczyła się szeroka oferta ubezpieczeniowa. Warto zauważyć, że stale rosła waga ceny ubezpieczenia jako czynnika decydującego o wyborze (por. Wykres 6.).

Wykres 6. Główne czynniki decydujące o wyborze ubezpieczyciela (do wskazania były 3 przyczyny z 12)



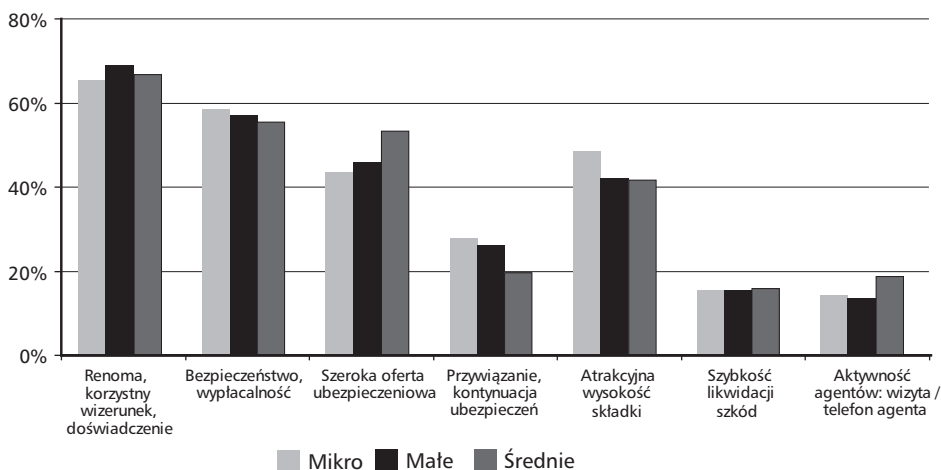
Źródło: Obliczenia własne.

Wiele przedsiębiorstw wybiera ten sam zakład ubezpieczeń od wielu lat i niechętnie zmienia głównego ubezpieczyciela. Rezygnację z usług jakiegoś ubezpieczyciela w ciągu ostatnich trzech lat deklarowało zaledwie mniej niż co dwudzieste przedsiębiorstwo i zazwyczaj głównym impulsem jest niezadowolenie z procesu likwidacji szkody. Jednak waga przywiązania deklarowana przez firmy jest stosunkowo niewielka.

Wizerunek ubezpieczyciela, jego renoma, jest ciągle jeszcze najważniejszą deklarowaną przyczyną decyzji o zakupie. Jednakże, o ile czynnik ten na pierwszym miejscu wskazywało 51 proc. firm w 2007 roku, to już w 2010 zaledwie 36 proc. Rosty natomiast wskazania jako głównego czynnika bezpieczeństwa/wypłacalności (z 12 proc. do 20 proc.) i atrakcyjnej wysokości składki (z 11 proc. do 19 proc.).

W przypadku kryteriów wyboru nie ma dużych różnic między firmami różnej wielkości. Firmy średnie częściej niż małe (z mikro) wskazywały na wagę szerokiej oferty oraz wpływ aktywności agentów (por. Wykres 7.). Z kolei waga przywiązania i wrażliwości na cenę malała wraz z wielkością firmy. Oferta pakietowa (specjalna oferta dodatkowa) raczej mniej istotna dla firm mikro w przypadku firm średnich była wskazywana przez 16 proc. firm.

Wykres 7. Czynniki decydujące o wyborze ubezpieczyciela wg wielkości firmy



Źródło: Obliczenia własne.

Zakończenie

Sektor MSP jest ważną częścią rynku dla firm ubezpieczeniowych, a jego rola zapewne będzie rosła wraz z rozwojem gospodarczym i wzrostem świadomości ubezpieczeniowej przedsiębiorców. Już obecnie można zauważyć wzrost uwagi ubezpieczycieli skierowanej na ten sektor rynku co przejawia się między innymi coraz szerszą ofertą i większą konkurencją. Okres 2007-2010 to czas kryzysu finansowego na świecie i spowolnienia gospodarczego w Polsce. Zaburzenia te oddziaływały także na sektor MSP i korzystanie przez przedsiębiorstwa z ubezpieczeń jako narzędzia zarządzania ryzykiem.

Świadomość występowania różnych zagrożeń rośnie wraz z wielkością przedsiębiorstwa. Z jednej strony może to być związane z lepszym wykształceniem zarządzających, ale też i z większą ilością zagrożeń. Ocena zagrożeń jest raczej stabilna w czasie, zmiany związane są raczej z aktualnymi wydarzeniami, np. wzrost zagrożenia ze strony niewypłacalnych dłużników w 2009 był najprawdopodobniej efektem głośnej sprawy opcji walutowych.

Spowolnienie gospodarcze odbiło się w sferze ubezpieczeń z pewnym opóźnieniem, o ile w roku 2009 odnotowano jeszcze wzrost odsetka firm ubezpieczonych, to w 2010 nastąpił w firmach najmniejszych, które i tak korzystają z ubezpieczeń w najmniejszym stopniu, dość znaczny spadek. Najpopularniejsze w sektorze MSP są klasyczne ubezpieczenia mienia i budynków oraz komunikacyjne, nadal małą popularnością cieszą się ubezpieczenia skierowane typowo do przedsiębiorstw, np. finansowe.

Dominującym kanałem dystrybucji ubezpieczeń są agenci ubezpieczeniowi, jednak ich rola systematycznie spada. Może to być związane z działaniami ubezpieczycieli, gdyż rynek ten przejmowany jest głównie przez ich placówki. Niewiele na rynku sprzedaży, wbrew wcześniejszym prognozom, dokonali ubezpieczyciele typu „direct”. Mogą oni jednak zyskać na znaczeniu, gdyż najprawdopodobniej na skutek spowolnienia gospodarczego ponad dwukrotnie większa liczba podmiotów zaczęła oceniać te ubezpieczenia jako tańsze, co może wskazywać na dokładniejsze zapoznanie się z ofertą. Jednak równolegle wzrosła też znacząco nieufność do tego typu kanału sprzedaży.

Ważnym czynnikiem, który muszą uwzględnić ubezpieczyciele w kształtowaniu swojej strategii, są zmiany kryteriów wyboru ofert. Wprawdzie MSP są wiernymi klientami, jednakże coraz większe znaczenie przywiązują do kosztów ubezpieczenia.

Wykaz źródeł:

- Borda M., Kwiecień I., *Analiza wykorzystania ubezpieczeń gospodarczych w zarządzaniu ryzykiem przedsiębiorstw*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” 2007 nr 3/4.
- Warunki powstania i działania oraz perspektywy rozwojowe polskich przedsiębiorstw powstałych w latach 2001-2004*, GUS, Warszawa 2006.
- Jedynak P., *Podaż usług ubezpieczeniowych a ciągłość działalności małych i średnich przedsiębiorstw*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” 2009 nr 4.
- Mikulska A., *Świadomość ubezpieczeniowa przedsiębiorców sektora MSP. Wyniki badania praktyk ubezpieczeniowych*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” 2009 nr 2.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007–2008*, PARP, Warszawa 2009.
- Moto Scan 2009*, Qualifact, „Miesięcznik Ubezpieczeniowy” 2010 nr 3.
- Szulik J., *Agent w systemie direct*, „Miesięcznik Ubezpieczeniowy” 2007 nr 6.
- Zaron A., Słomiński P., *Nie zapomnieć o idei*, „Miesięcznik Ubezpieczeniowy” 2006 nr 3.
- KNF, Dane roczne, Biuletyn Roczny. Rynek ubezpieczeń 2008, Część V – Sprawozdanie statystyczne KNF-02 http://www.knf.gov.pl/Images/V%2E%20Sprawozdanie_stat_2008_k_tcm75-12134.xls (19.06.2010).

Insurance in the SME sector in the years 2007-2010 (results of survey research) – Summary

The sector of small and medium-sized enterprises (SME) is an important part of the insurance market. The economic growth and changes taking place in Poland also lead to changes in entrepreneurs' behaviour on the insurance market. The years 2007-2010 was a period in which the world had to cope with the financial crisis and recession and for Poland it was a period of economic slowdown.

In the article, the authors present results of annual representative research on small and medium-sized enterprises carried out in the years 2007-2010. During the research, information about entrepreneurs' insurance awareness, about their opinions and behaviour on the insurance market was collected.

Mgr DAMIAN GAJDA jest asystentem w Katedrze Statystyki na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego.

Dr TOMASZ JURKIEWICZ jest adiunktem w Katedrze Statystyki na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego.

Recenzenci: dr inż. Lech Gąsioriewicz, dr Małgorzata Mierzejewska.