

**UNIVERSITATEA DIN CRAIOVA
FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR**

**REZUMATUL
tezei de doctorat intitulată:**

PIAȚA ASIGURĂRILOR DE VIAȚĂ ÎN CONTEXTUL CRIZEI GLOBALE

Conducător științific: Prof. univ. dr. Gheorghe MATEI

Doctorand: Ana GÂRBEA (PREDA)

1. CUPRINSUL TEZEI DE DOCTORAT

INTRODUCERE

CAPITOLUL I

ABORDĂRI TEORETICE ALE ASIGURĂRILOR

1.1. Conceptul de asigurare

1.2. Funcțiile asigurărilor

1.3. Riscul în societatea modernă

1.3.1. Noțiunea de risc

1.3.2. Particularități ale riscurilor în asigurările de viață

1.3.3. Categoriile de riscuri în asigurările de viață

1.4. Coordonatele istorice ale asigurărilor

1.4.1. Apariția și dezvoltarea asigurărilor pe plan internațional

1.4.2. Activitatea de asigurare în România

1.4.2.1. Apariția și evoluția asigurărilor până în anul 1990

1.4.2.2. Asigurările după anul 1990

1.5. Necesitatea social - economică a asigurărilor și influența acestora asupra creșterii economice

CAPITOLUL II

ANALIZA COMPARATIVĂ A PRODUSELOR DE ASIGURĂRI DE VIAȚĂ VÂNDUTE PE PIAȚA ASIGURĂRILOR

2.1. Tipuri de produse de asigurări de viață

2.1.1. Produsele de asigurări clasice

2.1.2. Produsele de asigurări unit-linked

2.1.3. Asigurările de persoane altele decât cele de viață

2.2. Principalele elemente tehnice ale asigurărilor de viață

2.3. Simularea beneficiilor așteptate ale asiguratului pentru contractele de asigurări de tip unit-linked și a celor tradiționale - prezentare comparativă

2.3.1. Produs cu componentă investițională și cu plata anuală a primei de asigurare

2.3.2. Produs cu componentă investițională și cu plata unică a primei de asigurare

2.3.3. Produs tradițional cu plata anuală a primei de asigurare

2.4. Eficiența produselor de asigurare - indicatori de evaluare

2.4.1. Analiza eficienței activității de asigurare la nivelul asiguratului

2.4.2. Analiza eficienței activității de asigurare la nivelul asigurătorului

CAPITOLUL III

IMPACTUL CRIZEI FINANCIARE ASUPRA PIEȚEI ASIGURĂRILOR DE VIAȚĂ

3.1. Conceptul și caracterizarea generală a pieței asigurărilor

3.1.1. Cererea - determinarea nevoilor financiare și oferta - soluții financiare propuse

3.1.2. Particularități ale vânzării în domeniul asigurărilor de viață

3.2. Dezechilibre și declin pe piața asigurărilor - efecte ale crizei economice

3.2.1. Simptome ale crizei și semnale de alarmă

- 3.2.2. *Consecințele globale și naționale ale crizei economice*
- 3.3. Organizarea și funcționarea pieței internaționale de asigurări
 - 3.3.1. *Piața internațională a asigurărilor în perioada ante-criză*
 - 3.3.2. *Piața internațională a asigurărilor sub influența crizei financiare*
 - 3.3.3. *Piața internațională a asigurărilor în perioada post –criză*
- 3.4. Prognoza principalilor indicatori de dimensionare a pieței internaționale a asigurărilor de viață
 - 3.4.1. *Prognoza volumului primelor din asigurările de viață subscribe la nivel global*
 - 3.4.2. *Prognoza densității asigurărilor de viață la nivel mondial*
 - 3.4.3. *Prognoza gradului global de penetrare a asigurărilor de viață*
- 3.5. Piața unică europeană a asigurărilor
- 3.6. Caracteristicile și evoluția pieței asigurărilor din România
 - 3.6.1. *Contextul economic actual*
 - 3.6.2. *Indicatori de dimensionare a pieței de asigurări a țării noastre*
- 3.7. Tendințe în evoluția pieței asigurărilor

CAPITOLUL IV

ANALIZA CERERII DE ASIGURĂRI DE VIAȚĂ PE PIAȚA ASIGURĂRILOR DIN VALEA JIULUI

- 4.1. Justificarea analizei cererii asigurărilor de viață în Valea Jiului
- 4.2. Construirea bazei de date necesare analizei cererii asigurării de viață în Valea Jiului
 - 4.2.1. *Alegerea variabilelor analizate*
 - 4.2.2. *Prelucrarea statistică a variabilelor de analiza a cererii asigurării de viață*
- 4.3. Verificarea normalității distribuțiilor statistice obținute din analiza variabilelor
 - 4.3.1. *Depistarea outlierilor*
 - 4.3.2. *Verificarea normalității distribuțiilor*
- 4.4. Analiza statistică univariată a datelor
- 4.5. Analiza răspunsurilor dihotomice
- 4.6. Analiza statistică corelațională
 - 4.6.1. *Corelații Spearman pentru variabilele ordinale*
 - 4.6.2. *Testul χ^2 pentru asocierea variabilelor nominale*
 - 4.6.2.1. *Asocierea dintre variabila „societatea de asigurări la care există intenție de asigurare” și alte variabile*
 - 4.6.2.2. *Asocierea dintre variabila „motivele pentru care nu se încheie o asigurare” și alte variabile*
 - 4.6.2.3. *Asocierea dintre variabila „venit” și alte variabile*
- 4.7. Analiza factorială exploratorie în cererea asigurărilor de viață în Valea Jiului

CONCLUZII, PROPUNERI SI DEZVOLTĂRI ULTERIOARE

BIBLIOGRAFIE

INDEXUL TABELOR

INDEXUL FIGURILOR

2. CUVINTE CHEIE: asigurare de viață, primă de asigurare, densitatea asigurărilor, gradul de penetrare al asigurărilor, piața asigurărilor, produs unit-linked, produs tradițional, program de investiții, simularea beneficiului asiguratului, criză financiară, venit, cerere de asigurare, eficiență, prognoză, modele de regresie, contract de asigurare, indemnizații plătite, rezerve tehnice, societate de asigurări, risc, bază de date, variabilă, analiză corelațională, analiză univariată, analiză factorială, creștere economică.

3. SINTEZA PRINCIPALELOR PĂRȚI ALE TEZEI DE DOCTORAT

Singurul element considerat nesubstituibil și căruia nu i se poate stabili un preț în cadrul societății noastre este „viața”. Grija omului pentru prezent dar mai ales pentru viitor, a dat naștere asigurării, menirea ei fiind garantarea unei protecții împotriva unor evenimente neprevăzute sau a unor evenimente sigure, dar incerte ca dată de producere. Astăzi, când nimic nu se imaginează, în afara asigurărilor, orice casa, orice mașină, orice credit, orice nouă viață implică automat și încheierea unei polițe de asigurare, într-o gândire modernă bazată pe o parte naturală a simțului de prevenire, pe educație, pe modul natural de gândire în perspectivă și chiar pe instinct.

Asigurare este o noțiune complexă, cu semnificații multiple, și care se contrapune unui sistem complicat și variat de riscuri. Cu toată complexitatea sa, purtătorii de risc au fost cei care, au intuit necesitatea asigurării, și-au asumat protecția și au validat în practică acest concept. Prin funcțiile îndeplinite asigurarea a devenit nu doar o componentă a pieței financiare ci și a pieței economice, având în vedere trecerea, de la o activitate autohtonă, strict specializată de asigurări, la o activitate de tip conglomerat, în cadrul căreia funcționează companii de asigurare, bănci comerciale și alte entități cu profil variat. Domeniul asigurărilor se caracterizează printr-o inversare a ciclului clasic în afaceri: companiile de asigurări încasează prime, reprezentând remunerația pentru serviciile prestate, înainte de a plăti despăgubirile pentru daune, respectiv de a presta serviciul pentru care sunt plătite. Fondurile astfel colectate, sunt investite de către asigurator și supuse la diferite riscuri de care răspunde sau nu asiguratorul, în funcție de tipul produsului de asigurare. În plus, companiile de asigurări trebuie să facă față unor riscuri specifice domeniului lor de activitate: subcotare a primelor de asigurare, calcul greșit al rezervelor tehnice, schimbări imprevizibile ale frecvenței daunelor, daune catastrofale, reasigurare inadecvată.

Procesul firesc de implementare a unor noi concepte și reguli în acest domeniu presupune implicare, receptivitate și educare din partea tuturor protagoniștilor pieței asigurărilor. Toate aceste îmbunătățiri trebuie să se pleze pe un cadru legislativ stabil, pe un mediu economic favorabil dezvoltării pieței și componentelor ei, pe echidistanța și imparțialitatea celor care impun regulile pe piață, plecând de la premisa că în interesul suprem al clientului regulile mai stricte aduc beneficii

majore pe termen mai lung. Evenimentele care au avut loc în ultimii ani pe piața mondială a asigurărilor și reasigurărilor au scos în evidență faptul că volatilitatea piețelor financiare și dinamica tot mai accentuată a mediului de afaceri și-au pus o amprentă puternică asupra securității financiare a companiilor de asigurări.

Evoluția asigurărilor în plan mondial a demonstrat nu doar oportunitatea protecției în fața unor riscuri, în mod organizat, cât mai ales necesitatea stringentă a transferului de risc de la purtători, la companii specializate. În țările dezvoltate, sectorul asigurărilor de viață este considerat unul primordial, care influențează nivelul de dezvoltare economică, și care este la rândul său influențat de acesta, aspect ce marchează interdependența complexă dintre conceptele de „bunăstare” și „asigurare”. Din acest motiv, resursele acestui domeniului ating, în unele țări, valori semnificative în raport cu produsul intern brut, deoarece există convingerea că investiția în asigurare se reîntoarce la un moment dat în economie. În alte state însă, polarizarea veniturilor populației a avut ca efect diminuarea cererii pentru aceste produse în ciuda sporirii și diversificării acestora.

În plan național în ultimele două decenii s-au produs mutații semnificative pe piața asigurărilor, relevate prin: creșterea numărului de operatori pe piață; creșterea apelului la protecția prin asigurare: creșterea cifrei de afaceri în societățile de asigurare și reasigurare; intensificarea concurenței între companiile de asigurare, puse în situația de a-și adapta oferta de asigurare la pretențiile și posibilitățile clienților; nivelul redus al potenței financiare de asigurare a populației și chiar a altor entități de stat și private; de la demonopolizarea statală, prin fuziuni și achiziții de firme, piața națională de asigurare evoluează spre un alt tip de monopol, respectiv al companiilor multinaționale, devenind în bună măsură o piață captivă. Pentru o țară precum România, aflată în mijlocul unui amplu, profund și complex proces de transformare (în plan economic, financiar, social și politic), stabilirea unor obiective strategice precise, în domeniul asigurărilor, către care să fie concentrate eforturile tuturor, precum și cunoașterea exactă a etapelor care trebuie parcurse în vederea îndeplinirii acestor obiective devin două demersuri esențiale.

Problemele cu care se confruntă asigurările de viață în plan economic, financiar și social, la nivelul fiecărei persoane în parte, dar și la nivel general sunt extrem de numeroase, variate, consistente și foarte importante. Acțiunile individuale ale acestui studiu s-au concentrat pe seama influențării gradului de cunoaștere și implicit, pe stimularea dorinței ca efect al cunoașterii, fără a putea influența dorința omului, posibilitățile financiare de a achiziționa o asigurare de viață și tocmai de aici derivă necesitatea și actualitatea prezentei lucrări. Pentru ca sectorul asigurărilor de viață să se poată dezvolta semnificativ e nevoie, în primul rând, de o masă mare de persoane care să înțeleagă utilitatea produselor de asigurări de viață și să dorească să le achiziționeze, iar lucrarea de față își propune să facă un efort consistent în această direcție.

Sectorul asigurărilor de viață se poate dezvolta doar dacă eforturile ca rezultate ale științei, dorinței și putinței sunt concentrate împreună, de jos (de la indivizi), în sus (companiile de profil, instituții specifice), deoarece preocupările asigurătorilor de a concepe și promova pe piață produse de o calitate foarte bună se pot dovedi a fi inutile dacă omul de rând nu conștientizează utilitatea unei asigurări de viață, nu le doare și / sau nu și le permit deoarece nu dispun de bani suficienți.

Prin intermediul studiului întreprins s-a realizat o analiză critică a pieței asigurărilor de viață, sub amprenta crizei economice globale, la nivel mondial, european, național și local, și s-au identificat elementele ce pot fi utilizate pentru dezvoltarea sistemului de asigurări de viață din România.

În primul capitol intitulat **„Abordări teoretice ale asigurărilor”** s-a realizat o analiză conceptuală a noțiunii de asigurare din perspectiva diverselor curente de gândire. Asigurarea se relevă ca sistem de relații economice care survin între purtătorii de risc, persoane fizice și juridice, care solicită și acceptă transferul de risc, pe de o parte, și entitățile asigurătoare, care preiau protecția riscurilor, desigur, în condiții oneroase, dar și relații dintre entitățile asigurătoare și stat, instituțiile de credit etc. Asigurarea se relevă apoi ca activitatea practică, ramură prestatoare de servicii, o activitate încadrabilă în sfera serviciilor financiare cu produse invizibile, necorporale, pe o piață care prin natura sa are, în prim plan, riscul și protecția și doar în plan secund, granițele teritoriale. Semnificația dată asigurării de intermediar financiar rezidă în caracterul dual, al ofertei de asigurare, pe de o parte, ca pârghie de protecție față de riscul acceptat prin poliță, iar pe de altă parte, ca instrument de economisire, mai ales în asigurarea de viață, dar chiar și în asigurările generale, întrucât în fața cazului asigurat, a riscului care s-a produs, raportul: prime plătite - despăgubiri pentru pagube certe, protecția, prin asigurare, apare, pentru asigurat, o economie reală, înfăptuită. Apoi, ca activ financiar, asigurarea reflectă convergența între valoarea nominală și valoarea reală a sumei acumulate.

Cu ajutorul diverselor studii de specialitate conceptul de asigurare a fost studiat din punct de vedere juridic, economic și financiar, întrucât asigurările sunt dependente de factorul monetar. Funcțiile tradiționale atribuite finanțelor nu pot fi ignorate în sfera asigurărilor, adică cea de repartiție și cea de control dar s-au pus în discuție și alte funcții specifice asigurărilor: funcția de acoperire a pagubelor; funcția de prevenire a pagubelor și funcția financiară. Problematika riscului și a incertitudinii a preocupat de-a lungul timpului specialiștii în domeniul asigurărilor și ne va preocupa și pe noi în cadrul acestei lucrări, deoarece fără risc nu există asigurare. Noțiunea risc are un cadru cvasigeneral de abordare, iar în domeniul asigurării, este folosit cu sensul de „pericol împotriva căruia se asigură ” sau cu înțelesul de „persoană sau proprietate protejată prin asigurare”. Societățile de asigurări de viață nu pot prelua sub protecție financiară orice risc existent, ci numai pe acelea care îndeplinesc, cumulativ, caracteristicile riscurilor asigurabile. Pe lângă riscurile

tradiționale adică riscul de deces, riscul de supraviețuire, riscul pierderii capacității de muncă, riscul de accidentare, riscul de îmbolnăvire. există și o categorie aparte a acestor evenimente, și anume cea a riscurilor lumii moderne, privite ca fiind o nouă amenințare la adresa indivizilor.

În cadrul acestui capitol s-au studiat reperele istorice ale asigurărilor, origini și evoluții atât la nivel mondial cât și la nivelul României. După studierea lucrărilor de specialitate referitoare la apariția asigurărilor se desprinde ideea că ele nu pot fi identificate cu precizie în spațiu și timp, totuși primul act scris a fost descoperit la Genova în jurul anului 1424. În ceea ce privește asigurările în România, ele au apărut încă din secolele XVII-XVIII, atât în cadrul breslelor, cât și al obștilor sătești locuitorii prin diferite forme de întraajutorare reciprocă. Un prim pas important în dezvoltarea asigurărilor în România a fost apariția primei societăți de asigurări de viață în anul 1844, naționalizarea societăților de asigurări în anul 1948 a fost al doilea pas important iar al treilea pas a fost înființarea Administrația Asigurărilor de Stat - ADAS, cu capital integral de stat românesc, specializată în operațiuni de asigurări, reasigurări. Democrația din țara noastră după 1989, a condus la schimbări majore în domeniul asigurărilor și reasigurărilor, prin reorganizarea societăților de asigurări, perfecționarea instrumentelor și tehnicilor și schimbarea cadrului legislativ din domeniul asigurărilor

În încheierea primului capitol o atenție importantă este acordată necesității social - economice a asigurărilor și influența acestora asupra creșterii economice. Sentimentul de nesiguranță stă la baza dorinței de protecție împotriva unor eventuale pagube și evenimente nedorite fiind o bună motivație pentru asigurare. Asigurările oferă oamenilor, de la un moment al evoluției lor, o anumită siguranță, o consolare, un sprijin sau o alternativă atunci când a fost confruntat cu evenimente deosebite în existența sa. Creșterea economică poate fi influențată de industria asigurărilor însă ipoteza nu este general valabilă. Această idee se desprinde din analiza cronologică comparativă a rezultatelor obținute de alți cercetători care au studiat această problemă, și care au folosit diverse metode de cercetare: modele de regresie, corelații statistice, teste de cauzalitate, teste de cointegrare, analiza statistică, analiza în secțiune transversală. În România nu există nici o corelație, între piața asigurărilor, măsurată prin gradul de penetrare a asigurărilor, precum și gradul de densitate și creșterea economică, măsurată prin PIB-ul pe cap de locuitor.

Cel de-al doilea capitol **„Analiza comparativă a produselor de asigurări de viață vândute pe piața asigurărilor”** prezintă tipurile de asigurări de viață, caracteristicile acestor produse începând cu cele mai reprezentative și mai frecvent întâlnite: asigurarea de supraviețuire asigurarea de deces, asigurarea mixtă de viață, urmate de cele mai recent apărute, asigurările unit-linked cu componentă investițională. Asigurările unit-linked își păstrează modernitatea în cadrul asigurărilor pe plan mondial, având un mare succes în Statele Unite și în Europa, adică acolo unde investițiile reprezintă forma preferată de asociere cu protecția prin asigurare. Aceste produse sunt

complexe, care îmbină componenta de protecție cu cea de investiție, în plus, au o mare flexibilitate în ceea ce privește: alegerea primelor de asigurare, alegerea sumei asigurate, alegerea tipului de investiție, alegerea părții de investiție și a părții de risc. Administrarea portofoliului este realizată de profesioniști în domeniu prin programele de investiții create și administrate de asigurator, prin experți în investiții, aceștia fiind cei care înțeleg cel mai bine riscurile și beneficiile unei investiții dar administrarea este dificilă datorită faptului că deținătorul asigurării este îndreptățit să facă oricând modificări. În cazul asigurărilor tradiționale, riscul investiției aparține asiguratorului, iar răspunderea față de contract este mare. În aceste condiții, asiguratorul, dat fiind dobânda tehnică promisă, va fi obligat să investească banii cu multă prudență, de obicei în depozite bancare și obligațiuni de stat care, deși nu duc la obținerea unor beneficii mari, sunt investiții sigure. În cazul produsului unit-linked, situația este alta, deoarece riscul investițional aparține contractantului asigurării, aceasta fiind deosebirea fundamentală între un produs unit-linked și produsele de asigurare tradițională. Asigurările au elemente comune, ele implică o serie de factori, persoane fizice și juridice între care se stabilesc niște raporturi sau relații juridice, în baza legii.

În cadrul acestui capitol am realizat o analiză comparativă, cu ajutorul programului Eviews 8.00, între produse de asigurări clasice și cele cu componentă investițională, în funcție de prima de asigurare plătită de asigurat, adică primă unică sau anuală. S-a analizat situația în care asiguratul supraviețuiește până la sfârșitul contractului de asigurare când va primi valoarea contului, sau suma asigurată după caz, în funcție de tipul de produs de asigurare, după încheierea contractului fiind prezentate evoluțiile contului în funcție de programul investițional ales. Au fost luate în calcul trei programe investiționale cu grad de risc diferit, 2, 4, 6, pe o scală de la 1 la 6:

- ✚ investirea primei pentru investiții 100% în acțiuni, în titluri de participare, grad de risc foarte ridicat 6;
- ✚ investirea primei pentru investiții 50% în instrumente cu venit fix (titluri de stat, obligațiuni, depozite), 50% în acțiuni, în titluri de participare, grad de risc 4;
- ✚ investirea primei pentru investiții 100% în instrumente cu venit fix (titluri de stat, obligațiuni, depozite) grad de risc 2.

Ecuția valorii contului la produsului cu componentă investițională, funcție de prima investită, și respectiv a sumei asigurate în caz de supraviețuire funcție de suma primelor pentru componenta de supraviețuire, sunt determinate cu ajutorul modelelor de regresie. Modelul clasic de regresie liniară reprezintă una dintre tehnicile statistice cele mai des utilizate în analiza economică.

Cea mai simplă modalitate de a specifica o ecuație liniară de regresie, este de a preciza lista variabilelor care se doresc a fi utilizate în ecuație. Având specificată ecuația, în continuare trebuie aleasă o metodă de estimare. În cadrul modelului clasic de regresie estimarea se realizează cu ajutorul metodei celor mai mici pătrate. Analiza a fost realizată cu ajutorul sistemelor cu o singură

variabilă de intrare și o singură variabilă de ieșire, dependența dintre cele două variabile fiind una directă de tip liniar, aproape în toate cazurile analizate.

Punctul central al acestui capitol îl constituie determinarea produsului de asigurări optim, cel mai avantajos din punct de vedere financiar pentru asigurat. Având în vedere evoluțiile produselor analizate, produsul cu rezultatele financiare cele mai bune, la finele contractului, în cazul în care asiguratul supraviețuiește până la finele contractului, este produsul cu componentă investițională, cu plata primei unice și investirea acesteia 100% în acțiuni. Riscul pe care și-l asuma asiguratul pentru a obține aceste rezultate este cel mai mare și trebuie totodată trebuie să dispună de banii necesari pentru a achita la începutul contractului toată prima de asigurare. Am arătat că achiziționarea unui produs tradițional este cel mai optim pentru asigurat, situat undeva la mijloc între produsele UL cu primă unică și cele cu primă anuală, din punctul de vedere al rezultatului financiar obținut de asigurat. Există trei argumente pentru a susține acest lucru: asiguratul nu își asumă riscul pentru investițiile făcute, plătește o primă anuală, valoarea sumei asigurate la finele contractului este substanțială și apropiată ca valoare de rezultatele obținute prin cumpărarea unui produs UL cu plata primei anuală și investirea ei într-un program investițional cu grad de risc 6 pe scală.

În încheierea celui de-al doilea capitol am analizat eficiența produselor de asigurare atât din punct de vedere al asiguratului cât și din punctul de vedere al asigurătorului prin prisma a diferiți indicatori de evaluare.

În capitolul al III-lea „**Impactul crizei financiare asupra pieței asigurărilor de viață**” am tratat conceptul și caracterizarea generală a pieței asigurărilor punând accent pe faptul că nu se poate vorbi despre o singură piață a asigurărilor ci de mai multe piețe, fiecare fiind individualizată prin preponderența unor anumite tipuri de tranzacții, prin existența unor anumite societăți de asigurare, cutume, mod de funcționare, tranzacționare, reguli.

Actorii pieței asigurărilor de viață se grupează în două categorii principale: asigurătorii sunt emitenții de polițe de asigurare de viață care, în urma studierii pieței, „produc” produse și servicii conform necesităților identificate și asigurații fiind subscriitorii de polițe de asigurare, reprezentanți ai cererii, atât persoane fizice cât și persoane juridice (firme). Produsul de asigurare de viață va fi definit ca un obiect intangibil, durabil, care circumscrie atributele fizice, psihice și simbolice care îl fac necesar asiguratului în vederea protecției financiare a acestuia și a familiei sale în cazul apariției riscului asigurat, precum și pentru crearea posibilităților de acumulare în vederea constituirii din timp a unor sume de bani necesare pentru acoperirea unor nevoi previzibile sau nu în viitor. Au fost scoase în evidență principalele caracteristici ale produselor de asigurare: intangibilitatea durabilitatea, flexibilitatea, standardizarea, materializarea / dematerializarea, complexitatea și personalizarea lor. Fiecare companie de profil promovează pe piață mai multe produse cu diferențe mai mult sau mai puțin relevante, astfel încât să poată satisface optim nevoile clienților. O atenție

deosebită va fi acordată particularităților activității de vânzare în domeniul asigurărilor de viață. Procesul de vânzare în domeniul asigurărilor, se desfășoară altfel decât în cazul comercializării altor tipuri de produse. Spre deosebire de alte produse, asigurarea este un lucru nepalpabil, abstract, nefamiliar pentru client, asigurătorii vând un produs intangibil și nu unul fizic. Astfel că, pentru a putea vinde un astfel de serviciu, este necesară convingerea clientului de nevoia pe care o are față de acest produs și de modul în care, o asigurare, îl poate ajuta, trebuie să i se explice în mod teoretic mecanismul de funcționare și beneficiile care se obțin în urma utilizării lui deoarece în mod practic “consumarea” produsului nu se poate demonstra, vânzarea unei asigurări se face pe baza unei relații de încredere între agentul de vânzări și client, de aceea înainte de a vinde trebuie câștigată încrederea clientului.

Procesului de vânzare a unei asigurări de viață debutează cu prospectarea pieței, căreia îi urmează contactarea potențialilor clienți, pentru stabilirea unei întâlniri în care să fie identificate necesitățile acestora, pentru ca ulterior, pe baza informațiilor culese, să fie elaborate soluțiile și să fie recomandat produsul de asigurare care să corespundă nevoilor clientului. De asemenea au fost identificate caracteristicile „modelului ideal al unui agent de vânzări”.

Analiza pieței asigurărilor continuă cu prezentarea dezechilibrelor produse de criza globală: (economice, morale, spirituale, manageriale, politice, psihologice, reflectate prin intermediul a diferiți indicatori. Semne ale crizei mondiale s-au înregistrat la sfârșitul anului 2007, devenind însă un fenomen de amploare în cursul anului 2008 în S.U.A., de unde s-a răspândit, apoi, în mod rapid, pe întreg globul pământesc. Anul 2009 este anul maximei intensități și extinderi a crizei financiar-economice la nivel mondial. În mod sintetic, au fost trecute în revistă consecințele globale și naționale ale crizei economice precum și efectele asupra pieței asigurărilor la nivel mondial și la nivelul României.

Organizarea și funcționarea pieței internaționale de asigurări a fost analizată atent prin prisma indicatorilor de dimensionare, perioada analizată fiind împărțită în trei decade: ante-criză, în timpul crizei financiare și post-criză. Pentru analiza pieței asigurărilor în principalele regiuni ale lumii: America, Europa, Asia, Africa și Oceania au fost folosiți următorii indicatori: volumul primelor încasate, densitatea asigurărilor și gradul de penetrare al asigurărilor.

Analiza a fost făcută asupra întregii activități de asigurare (viață și non-viață) la nivel mondial prin determinarea volumului primelor și a ponderilor acestora în totalul pieței de asigurări pe principalele regiuni ale lumii, în cele trei perioade analizate, determinând astfel o imagine de ansamblu asupra acestui domeniu de activitate. Apoi studiul s-a adâncit prin analiza indicatorilor la nivelul asigurărilor de viață, evidențiind importanța lor în activitatea de asigurare la nivel mondial. Concentrarea pieței asigurărilor la nivel mondial a fost demonstrată prin alcătuirea topului primelor zece țări care dictează mersul asigurărilor în lume, și găsirea locului țării noastre în acest context.

Piața mondială a asigurărilor, înaintea crizei financiare se caracterizează prin dinamism, printr-o concentrare puternică, prin dominarea întregii piețe mondiale de către piețele Europene care sunt într-o continuă ascensiune, prin decăderea ușoară a pieței Americii și a Asiei. Efectele crizei financiare asupra pieței mondiale au fost vizibile însă Europa este în continuare cea mai mare piață din lume, ponderea în totalul pieței în fiecare an analizat fiind 39-40%. Ideea principală care se desprinde din analiza făcută sub influența crizei financiare este că piața Americii a fost cea mai afectată de criza financiară, dacă din punct de vedere al volumul primelor din asigurări totale, viață și non-viață, este pe locul 2, la asigurările de viață este devansată de piața Asiei.

Din analiza indicatorilor în perioada post - criză se poate observa că piața mondială este pe drumul recuperării după criza financiară, se remarcă creșterea semnificativă a pieței din Asia, care trece pe locul 1 mondial la asigurările de viață în anii 2011 și 2012, piața Americii începe să-și revină, fiind pe un trend crescător după criză, iar cea a Europei într-o continua scădere atât în timpul crizei cât și în perioada post criză, abia în ultimii doi ani ai analizei crește nesemnificativ.

Prognoza celor trei indicatori de dimensionare a pieței internaționale a asigurărilor de viață, este un alt punct forte al studiului, folosind modele autoregresive și de medie alunecătoare. Analiza evoluției în timp a volumul primelor de asigurare subscribe la nivel global, a densității asigurărilor de viață la nivel mondial și a gradului de penetrare a asigurărilor de viață în PIB, a fost studiată pe o perioadă de 15 ani. Modelele cu ajutorul cărora s-au realizat previziunile seriilor de date sunt modele monovariabile, specifice sistemelor economice cu o singură variabilă de intrare și o singură variabilă de ieșire (SISO). Prognoza indicatorilor arată că nu vor fi fluctuații majore pe piața internațională a asigurărilor de viață, că nu se întrevede un viitor spectaculos, ba chiar va înregistra o ușoară decădere în viitorii ani.

În cadrul acestui capitol a fost analizată și piața europeană a asigurărilor pentru perioada care precede criza, sub influența crizei și post-criză. Au fost utilizați alți indicatori de dimensionare, și anume: numărul de societăți care practică asigurările de viață, indemnizațiile plătite și structura portofoliilor asigurătorilor care vând asigurările de viață. Ideea de a crea un top al primelor zece țări prin prisma acestor indicatori a fost menținută în continuare și de asemenea ideea de determinare a locului ocupat de România în acest cadru analizat. Piața europeană a asigurărilor înregistrează schimbări rapide și de consolidare, mai ales ca urmare a planurilor și strategiilor elaborate de Uniunea Europeană, care vizează extinderea tranzacțiilor cu asigurări. Criza financiară a afectat grav țările din UE încă din toamna anului 2007, cea mai afectată fiind piața Marii Britanii.

Piața asigurărilor din România a fost analizată prin prisma capitalului social al societăților de asigurări, a aportului investitorilor străini la capitalul social, a rezervelor tehnice, prin determinarea ponderii primelor brute subscribe din asigurările de viață, în totalul primelor încasate a celor mai importante zece societăți care activează pe piața românească. Piața românească a

asigurărilor a cunoscut și ea efecte ale crizei, nu foarte diferite de cele din alte țări, dar, desigur, ponderate cu dimensiunea pieței: reducerea vânzărilor, rezilierea unui număr mult mai mare de polițe de asigurări de viață, reorientarea asigurătorilor către soluții alternative privind noi produse, facilități noi pentru asigurările existente, noi canale de distribuție, un alt mod de comunicare cu clienții.

În încheierea capitolului al III-lea ne-am exprimat opiniile cu privire la tendințele pieței asigurărilor în viitor, prezentând punctele tari ale pieței asigurărilor pe care se va baza în următorii ani dezvoltarea acesteia și totodată și punctele slabe care vor diminua dezvoltarea acestui sector.

Capitolul al IV-lea intitulat „**Analiza cererii de asigurări de viață pe piața asigurărilor din Valea Jiului**” a fost dedicat unei analize a cererii asigurărilor de viață în orașele depresiunii intramontane situată pe râul Jiu: Petroșani, Vulcan, Petrila, Aninoasa, Lupeni, Uricani. S-a realizat justificarea alegerii analizării acestei zone atipice din punct de vedere al cererii de asigurare de viață. Datele au fost prelevate direct de la subiecți prin aplicarea unui chestionar pe un eșantion de 450 de subiecți folosind eșantionarea prin stratificare. Cu ajutorul programului IBM SPSS Statistica 20, s-a creat o bază de date formată din mai multe variabile: tipurile de asigurări cunoscute de către subiecții chestionați (deces, mixtă de viață, unit - linked, asigurări de sănătate), necesitatea acestor tipuri de asigurări, existența unor polițe de asigurare deja încheiate, anul când a fost încheiată asigurarea, intenția de a se asigura, anul probabil în care intenționează să se asigure, motive pentru care nu se încheie o asigurare, societatea la care s-ar asigura, suma pe care ar fi dispuși să o aloce lunar pentru plata primei asigurării, venitul subiectului, numărul membrilor familiei, vârsta, sexul orașul în care locuiește subiectul și nivelul de studii. Baza de date astfel constituită a fost verificată din punct de vedere al outlierilor, normalității distribuțiilor prin procedeele grafice Q-Q Plot.

Studiul debutează cu analiza univariată a datelor și continuă cu analiza răspunsurilor dihotomice asupra numărului și a procentului în care sunt cunoscute asigurările specificate, în funcție de o variabilă nominală: sex, oraș, domiciliu. Tot în cadrul analizei răspunsurilor multiple sunt analizate opiniile referitoare la societatea de asigurări la care subiecții și-ar cumpăra o poliță de asigurare de viață luând în considerare suma pe care ar fi dispuși să o plătească pentru plata primei de asigurare și nivelul lor de studii. Intenția de asigurare a subiecților și tipul de produs dorit de aceștia sunt studiate în funcție de vârstă și de venitul lunar al subiecților. Următorul pas în studiul nostru este analiza corelațională a variabilelor luate în calcul. Cum majoritatea variabilelor considerate sunt nominale sau ordinale pe o scară Likert, s-a putut calcula pentru oricare două variabile ordinale corelația Spearman și ρ - coeficientul de corelație Spearman. În funcție de corelațiile semnificative ($p < 0,001$) se vor determina factorii care influențează cererea asigurărilor de viață pe piața asigurărilor din Valea Jiului, după criteriile lui Cohen. Studiul a fost aprofundat prin aplicarea testelor neparametrice, adică testul binomial și testul χ^2 de ajustare.

Testul binomial permite compararea unei proporții observate cu o valoare specificată, adică dacă testul este reprezentativ în funcție de o serie de variabile dihotomice precum sexul, intenția de asigurare, nivelul de studii. Testul χ^2 a fost folosit și în descoperirea unor preferințe/opinii față de un anumit produs de asigurare sau societatea la care ar cumpăra o poliță de asigurare. Un alt obiectiv al studiului nostru este acela de a determina „motivele pentru care nu se încheie o asigurare” adică dezinteresul, lipsa informațiilor referitoare la aceste produse, costul ridicat sunt doar câteva piedici în procesul de achiziționare a unei polițe de asigurare de viață.

Cea mai importantă asociere studiată este cea a venitului lunar al subiecților cu celelalte variabile. Corelat cu oricare dintre ele asocierea este semnificativă, indicatorul Cramer, după criteriile lui Cohen ne indică acest lucru. Efectul obținut prin această asociere este puțin probabil să fi apărut din întâmplare, efectul pare a fi destul de important din punct de vedere practic, în plus, efectul este semnificativ statistic. De fapt, prin testarea ipotezelor nu se verifică dacă efectul există sau nu, ci mai degrabă dacă acesta are sau nu o valoare ce merită luată în considerare.

Capitolul al IV-lea se încheie cu analiza factorială exploratorie a celor mai importante variabile considerate în prezentul studiu. Matricea corelațională este formată din zece variabile esențiale cu valoarea 1 pe diagonala principală. Analiza factorială este o tehnică de sintetizare a datelor folosită pentru reducerea unui număr mare de variabile la un set redus de factori care să exprime informații esențiale conținute în variabilele observabile. Model factorial ales este valid și stabil fiind testă condiția referitoare la mărimea eșantionului de subiecți care trebuie să se găsească peste raportul 5:1 sau față de variabile. Testul KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) arată același lucru, indexul KMO măsoară adecvarea eșantionului de itemi pentru modelul factorial, s-a calculat determinantul matricei de corelații, iar valoarea acestuia trebuie este peste 0,00001. Metoda de extragere folosită este PCA (Principal Component Analysis) care caută să reducă un număr de variabile la un număr redus de factori. Pentru determinarea numărul de factori considerați s-a aplicat criteriul lui Kaiser adică fiind reținuți toți factorii care au valori proprii (eigenvalue) peste 1. Modelul factorial creat a grupat variabilele după interdependența dintre ele, evidențiind factorii care influențează cererea pe piața asigurărilor:

- venitul disponibil este principalul factor care influențează cererea de asigurare de viață din Valea Jiului, vârsta este un alt factor important care influențează;

- numărul membrilor familiei care, în literatura de specialitate influențează cererea de asigurări, în cazul nostru nu se verifică această ipoteză;

- nivelul de educație ar trebui să afecteze pozitiv cererea de asigurări de viață prin faptul că un nivel mai ridicat al educației este asociat cu o dorință mai mare de a proteja persoanele dependente și de protecție a standardului de viață al acestora, însă nici această ipoteză nu se verifică în cazul

studiului făcut pe piața asigurărilor din Valea Jiului, numărul celor cu studii superioare este mai mic decât a celor cu studii medii luând în considerare intenția de asigurare a subiecților analizați;

- este de așteptat ca asigurările de viață să genereze vânzări mai mari în zonele care au un înalt nivel de dezvoltare financiară. Nu este cazul Văii Jiului, nivelul de sărăcie în această zonă este unul destul de ridicat

Pentru a nu rămâne doar studiu teoretic, lucrarea se încheie cu un succint set de propuneri, și sugestii

- ✚ acordare unor facilități fiscale, atât societăților care operează în acest sector de activitate, cât și clienților interesați de un astfel de instrument financiar, ar duce la creșterea numărului de asigurați chiar dacă pe moment ar însemna o relaxare fiscală în domeniul asigurărilor de viață care se va concretiza într-o diminuare a veniturilor încasate la bugetul de stat, efectele ce se vor produce pe termen mediu și lung în urma acestei „atitudini” vor lua o amploare deosebită: pe de o parte se vor recupera integral „pierderile” inițiale de venit la buget, iar pe de altă parte se vor genera încasări mult mai mari față de situația neintroducerii facilităților fiscale. Acest lucru ar fi o dovadă concretă că statul sprijină dezvoltarea acestui sector de activitate;
- ✚ organizarea unor ample campanii de informare în masă a populației în legătură cu riscurile la care fiecare individ e expus zilnic, la consecințele fizice și financiare negative generate de ivirea unor evenimente nedorite, conștientizarea nevoii de asigurare de viață, ca o soluție optimă de protejare împotriva riscurilor personale. Susținută financiar din resursele bugetului de stat, fără a face vreo referire la un asigurător sau la altul, ori la un produs anume, în timp, o astfel de acțiune va determina un număr substanțial și în creștere de persoane să analizeze oportunitatea achiziționării unei asigurări de viață, să devină clienții unei companii care oferă astfel de produse;
- ✚ supervizarea extrem de corectă, profesionistă, și riguroasă a tuturor companiilor de asigurări, a societăților de reasigurări, precum și a brokerilor care operează pe piața asigurărilor de viață reprezintă un alt aspect important căruia autoritățile trebuie îi acorde atenția cuvenită;
- ✚ dezvoltarea unor produse de asigurări de viață care să acopere necesitățile de bază ale unei persoane și care, în același timp, să fie suficient de simple și transparente încât să fie înțelese de clienți;
- ✚ crearea unei baze cu clienții care au fraudat companiile de asigurări de viață;
- ✚ acordarea unei atenții deosebite în momentul în care se ia decizia de a achiziționa o asigurare de viață, siguranței financiare a asigurătorului, experiența și renumele pe care și l-a

câștigat pe piață de-a lungul timpului, modul în care își onorează obligațiile asumate față de clienți, în ce măsură produsul propus de către consultant răspunde nevoilor financiare personale, valoarea primei de plată, profesionalismul și moralitatea consultantului de asigurări de viață care realizează consilierea și intermediază vânzarea.

Sugestii pentru asigurători în perioadă de criză:

- ✚ menținerea permanentă a limitelor legale de solvabilitate;
- ✚ evitarea asumării unor riscuri peste limitele admise și menținerea unei lichidități suficiente;
- ✚ menținerea portofoliului de clienți existent;
- ✚ intensificarea comunicării cu clienții;
- ✚ dezvoltarea produselor prin introducerea diferențelor între ele;
- ✚ protejarea poziției pe piață prin explorarea zonelor de nișă pentru asigurările de viață;
- ✚ standardizarea valorilor profesionale ale celor care vând asigurări;
- ✚ intrarea pe noi piețe și vinderea produselor de asigurări la prețuri mult mai mici decât în perioadele de creștere economică;
- ✚ o mai mare atenție managementului de risc;
- ✚ revenirea la stabilitatea financiară și recâștigarea încrederii consumatorilor rămân cele mai importante obiective.