

TERESA H. BEDNARCZYK

TOMASZ PASIERBOWICZ

<https://doi.org/10.33995/wu2024.3.3>

date of receipt: 24.05.2024

date of acceptance: 12.11.2024

Motywy korzystania z *peer-to-peer insurance* w różnych modelach biznesowych

Peer-to-peer (P2P) insurance (w polskim tłumaczeniu tzw. ubezpieczenia społecznościowe) są przejawem stopniowego wprowadzania na rynek ubezpieczeniowy mechanizmów innowacyjnego i niekonwencjonalnego modelu obiegu zasobów, opartego na technologiach cyfrowych i zdecentralizowanej komunikacji, określanego jako digital peer-to-peer economy (gospodarka rówieśników). Dzięki technologiom cyfrowym model peer-to-peer w działalności ubezpieczeniowej pozwala indywidualnym osobom na wchodzenie w bezpośrednie interakcje wymiany ryzyka, redukując tym samym rolę profesjonalnego ubezpieczyciela i obniżając koszty transakcyjne usług ubezpieczeniowych. Jak na razie ubezpieczenia społecznościowe mają ograniczony zasięg działania, stąd też pozostają jeszcze rzadko podejmowanym obszarem badań akademickich. Niniejszy artykuł prezentuje wyniki własnych badań empirycznych, poprzedzonych badaniami literaturowymi. W literaturze rozpoznano trzy modele biznesowe funkcjonowania P2P insurance: model brokerski, model ubezpieczyciela oraz model czysty. Celem opracowania stała się identyfikacja znaczenia motywów, które skłaniają użytkowników do korzystania z poszczególnych modeli ubezpieczeń społecznościowych. Realizacja celu wymagała przeprowadzenia własnego badania sondażowego, które zrealizowano w grudniu 2021 roku, przy użyciu autorskiego kwestionariusza ankietowego. Wywiady przeprowadzono techniką Computer-Assisted Web Interview (CAWI), na celowo dobranej próbie respondentów, korzystających z ubezpieczeń społecznościowych w różnych modelach biznesowych. Badanie empiryczne miało charakter anonimowy. Respondenci wartościowali trzy grupy motywów: ekonomiczne, społeczne oraz dotyczące postrzeganej użyteczności (wybór autorski). Znaczenie poszczególnych rodzajów motywów mierzono za pomocą pięciostopniowej skali Likerta, na której 1 oznaczał nieważne, a 5 bardzo ważne. Weryfikacji poddano następujące hipotezy badawcze: H1 – istnieją różnice znaczenia motywów ekonomicznych dla korzystających z poszczególnych modeli P2P insurance; H2 – istnieją różnice znaczenia motywów społecznych dla korzystających z poszczególnych modeli P2P insurance; H3 – istnieją różnice znaczenia motywów związanych z postrzeganą użytecznością dla korzystających z poszczególnych modeli P2P insurance.

Słowa kluczowe: gospodarka współdzielenia, peer-to-peer (P2P) insurance, ubezpieczenia społecznościowe, motywy korzystania, badanie ankietowe.

Motives for using *peer-to-peer insurance* services in various business models

The purpose of this paper is to explain how P2P insurance is used in various business models and identify importance of selected motives behind participation in such schemes. In the initial stage of the research three P2P insurance business models were identified, i.e. the self-governing also called the self-organizing model, the intermediary also called the broker model and the carrier also called insurer model. The following hypotheses were verified: H1 – there are differences in the importance of economic motives for users of various P2P insurance models; H2 – there are differences in importance of social motives for users of various P2P insurance models; H3 – there are differences in importance of motives linked to perceived usefulness for users of various P2P insurances models. The paper presents the results of the own empirical survey.

Keywords: *sharing economy, peer-to-peer (P2P) insurance, motives for users, empirical survey.*

DR HAB. TERESA H. BEDNARCZYK, prof. UMCS – Katedra Ubezpieczeń i Inwestycji w Instytucie Ekonomii i Finansów, WE UMCS w Lublinie.

e-mail: teresa.bednarczyk@mail.umcs.pl

ORCID: 0000 0002 9340 6864

DR TOMASZ PASIERBOWICZ – broker ubezpieczeniowy.

e-mail: tomasz.pasierbowicz@gmail.com