

Anna Jędrzychowska

Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu

OCENA JAKOŚCI USŁUG UBEZPIECZENIOWYCH ŚWIADCZONYCH PRZEZ AGENTÓW

1. Wstęp

Agent reprezentuje zakład ubezpieczeń, dlatego przy ocenie zakładów ubezpieczeń należy dokonać analizy i oceny jakości usług, jakie w imieniu ubezpieczyciela świadczy pośrednik. Celem niniejszego opracowania jest więc analiza trudno mierzalnego aspektu działalności ubezpieczeniowej, którym jest jakość usług świadczonych przez agentów. Za definicję jakości usług ubezpieczeniowych przyjęto postrzeganie przez klienta zakładu ubezpieczeń stopnia, w jakim praca agenta zaspokaja jego potrzeby. Podstawowym miernikiem jakości świadczonych usług ubezpieczeniowych jest zgodność działań agenta z regulacjami dotyczącymi jego zawodu, zawartymi w Ustawie o pośrednictwie ubezpieczeniowym z dnia 22 maja 2003 r. (ze zmianami z dnia 18 lutego 2005 r., DzU nr 48, poz. 447), w wewnętrznych przepisach, regulacjach i zasadach zakładu ubezpieczeń. Jednak takie badanie będzie niekompletne, pominięty zostanie istotny element oceny usługi przez usługobiorcę. To właśnie od decyzji odbiorcy zależy, czy na wolnym rynku wybierze on dany zakład ubezpieczeń oraz czy pozostanie klientem już wybranego ubezpieczyciela.

Do podstawowych zadań agenta należą m.in.: podejmowanie starań w celu zawarcia umów i pośredniczenie przy ich zawieraniu, dostarczanie informacji, inkasowanie składki, przyjmowanie od klientów zawiadomień i oświadczeń związanych z wykonywaniem umowy ubezpieczenia, przedłużanie i wznawianie umów ubezpieczenia [Ronka-Chmielowiec 2002, s. 98].

Na koniec 2005 r. było 23 000 agentów (o 1300 mniej niż rok wcześniej). Wzrosła natomiast liczba podmiotów świadczących usługi agencyjne. Można przyjąć, że praca licznych pośredników ma wpływ na postrzeganie jakości usług danego zakładu

ubezpieczeń. Bazując na podstawowych zadaniach agenta przywołanych powyżej, skonstruowany został formularz ankietowy. Badanie przeprowadzono na próbie 185 osób, a do pomiaru jakości usług ubezpieczeniowych wybrano skalę Likerta oraz skalę dyferencjału semantycznego, które są najczęściej wykorzystywane w mierzeniu wrażeń i odczuć [DeVellis 1991, s. 68-71].

2. Badanie ankietowe

Odczucie związane z jakością otrzymanej usługi świadczonej przez agenta jest subiektywne i nie jest informacją dającą się zmierzyć bezpośrednio, jest więc cechą ukrytą. Przyjęto, że jakość usług jest pojęciem wielowymiarowym, dającym się opisać przez odpowiednią liczbę wymiarów. Pomiar zmiennej ukrytej odbywa się przez konstrukcję narzędzi pomiarowych, którymi są zmienne obserwowalne powiązane ze zmienną ukrytą [Bollen 1989, s. 181]. Są to skale Likerta (skala porządkowa) i dyferencjału semantycznego (skala różnicowania słownego). Składają się one z wielu pozycji powiązanych z jedną cechą ukrytą, wobec których ustosunkowuje się respondent [Walesiak 1996, s. 29-34]. Pozycją w skali Likerta (od 9 – „całkowicie się zgadzam” – do 1 – „zupełnie się nie zgadzam”) będzie stwierdzenie odnoszące się do pewnego wymiaru jakości usług, natomiast w skali dyferencjału (również dziewięciostopniowej) pozycją jest para przeciwstawnych określeń jakości usług. W analizie statystycznej pozycje skali traktowane są jako obserwowalne zmienne losowe, a odpowiedzi respondentów – jako ich realizacje. Wykorzystano dwa typy skal, aby porównać uzyskane wyniki za pomocą każdej z nich.

Dla skali Likerta opracowane zostały 33 stwierdzenia, dla skali dyferencjału semantycznego – 25 par przeciwstawnych określeń, a respondent oceniał pracę agenta, wybierając jedną z 9 kategorii umieszczonych pomiędzy określeniami odzwierciedlającymi stopień występowania danej cechy. Badaniu poddano zaocznych studentów ekonomii, deklarujących posiadanie wiedzy teoretycznej i praktycznej z zakresu ubezpieczeń. Do analizy wybrano 164 ankiety. W ankiecie zbadano: kulturę osobistą agentów (KA), etykę postępowania (EP), kompetencję (KOM), komunikatywność (K), organizację pracy (O) i ogólne wrażenie (OW). W formularzu ankietowym zawarto następujące kwestie:

1. W czasie rozmowy agent budzi zaufanie klienta (KOM2).
2. Agent przykładá dużą wagę do swojego wyglądu zewnętrznego (KA2).
3. *Agent skupia się bardziej na kampanii produktowej (sprzedaży konkretnego produktu ubezpieczeniowego) niż na potrzebach klienta (KA3).*
4. Agent dobrze prowadzi dziennik dotyczący spraw swojego klienta (KOM8).
5. Agent ustala spotkania z klientem, kierując się komfortem klienta (miejsce i czas) (O4).
6. Agent rzetelnie doradza klientowi (EP3).

7. *Na rozmowę z klientem agent nie przygotowuje potrzebnych formularzy i dokumentów (KOM1).*
8. *Klient sam musi dopytywać się o koszty związane z ubezpieczeniem (K3).*
9. *Agent nie dotrzymuje umówionych terminów spotkań (OI).*
10. *Agent jest merytorycznie przygotowany do rozmowy z klientem (KOM5).*
11. *Po wywiadzie z klientem agent potrafi wskazać najlepsze rozwiązanie ubezpieczeniowe (K1).*
12. *Klient jest traktowany w sposób indywidualny (KA7).*
13. *Agent przekazuje klientowi materiały, które są pomocne w pozyskaniu wiedzy na temat interesującego go produktu (K5).*
14. *W czasie spotkania agent wykonuje wyłącznie czynności, przy których musi być obecny klient, pozostałe wykonuje później (O5).*
15. *Agent przedstawia w sposób klarowny wszystkie etapy i procedury związane z procesem ubezpieczeniowym (K2).*
16. *Agent w czasie rozmowy unika omawiania tych elementów warunków ubezpieczenia, które są zawile i mogą być niekorzystne dla klienta (EP1).*
17. *Zdarza się, że w czasie spotkania agent odbiera telefony od innych klientów (KA8).*
18. *Klient jest obsługiwany bez staranności (KA4).*
19. *Agent w czasie rozmowy z klientem przyjmuje eleganckie postawy ciała (KA6).*
20. *Agent sprawia wrażenie nastawionego wyłącznie na zysk finansowy (EP6).*
21. *Agent ma porządek w dokumentacji klienta (KOM6).*
22. *Agent tłumaczy problematyczne kwestie związane z ubezpieczeniem w sposób niejasny (K4).*
23. *Agent nie potrafi wytłumaczyć niektórych kwestii związanych z ubezpieczeniem (KOM3).*
24. *Agent proponuje klientowi tylko te produkty, które są dla agenta korzystne finansowo (EP4).*
25. *Agent zawsze podaje rozwiązanie najlepsze dla klienta (EP2).*
26. *Klient sam musi upominać się o materiały informacyjne na temat interesującego go ubezpieczenia (KOM9).*
27. *Agent jest przesadnie grzeczny (KA5).*
28. *Agent na spotkanie ma przygotowane pomoce (kartkę, długopis, kalkulator, informatory, formularze itp.) (O2).*
29. *Agent kontaktuje się z klientem tylko wtedy, kiedy ma mu do zaoferowania kolejne produkty (EP5).*
30. *Z powodu niekompetencji agenta do zawarcia umowy ubezpieczenia (i załatwienia innych spraw) potrzebne jest dodatkowe spotkanie (KOM7).*
31. *Finansowa wiedza agenta jest szersza niż związana z oferowanymi przez niego produktami ubezpieczeniowymi (KOM4).*
32. *Klient ma poczucie, że agent ma czas na wysłuchanie jego potrzeb (KA1).*

33. *Przygotowane przez agenta symulacje nie są dostosowane do podanych wcześniej oczekiwań klienta (O3).*

Część pozycji skali została wyrażona w formie negatywnej (oznaczone kursywą). Wartości otrzymane dla tych zmiennych przeskalowano tak, aby w każdym przypadku wyższe wartości uzyskane dla zmiennej obserwowalnej wskazywały na lepszą ocenę jakości działania agenta w ramach świadczenia usług.

3. Analiza danych

3.1. Podstawowe zależności

Analizując podstawowe statystyki opisowe dotyczące danych pochodzących z badania, można zauważyć, że ankietowani najwyżej ocenili cztery stwierdzenia dla skali Likerta (KA1, KOM5, K5, KOM1) – średnia powyżej 6,8 – oraz dwa dla skali dyferencjału (KA4, KA6) – średnia powyżej 8,02. Dla klienta ważne jest, aby agent budził jego zaufanie poprzez merytoryczne przygotowanie i kulturalne zachowanie, a także dobrą organizację pracy. Najniższą wariancję, a co za tym idzie – najbardziej typowe dla badanych opinie, osiągnęły przygotowanie agenta do rozmowy z klientem (skala Likerta, KOM1 i KOM5, odchylenie poniżej 1,4) oraz etyczność, organizacja pracy (skala dyferencjału semantycznego, odchylenie poniżej 1,1). Zbadano też, które czynniki mają największy wpływ na ogólną ocenę jakości usług. W skali pierwszej są to KOM1 oraz O1, a w drugiej – wszystkie zmienne dotyczące organizacji pracy. Można zatem uznać, że klienci przyjmują zasadę, iż sprawne przeprowadzenie ich przez procedury związane z zawieraniem ubezpieczenia pozwala im najwyżej oceniać pracę agenta. Na to, jak klienci postrzegają pracę agenta, najmniejszy wpływ miały zmienne: KA6 oraz EP4 (skala Likerta), a także EP1 i EP2 (skala dyferencjału). Można więc uznać, iż etyka postępowania agentów ma nikły wpływ na ogólną ocenę zakładu ubezpieczeń. Wyliczona mediana wskazuje na najbardziej typowe odpowiedzi. Dla obu list zmiennych dotyczyły one zwłaszcza etyki pracy agenta z klientem.

3.2 Analiza czynnikowa

Analiza czynnikowa jest sposobem określania stopnia wymiarowości stosowanej skali. Pozwala na takie przekształcenie danego wzajemnie skorelowanego układu zmiennych, aby uzyskać nowy układ zmiennych wzajemnie nieskorelowany, lecz porównywalny z układem wyjściowym. Pierwszym krokiem jest zbudowanie macierzy korelacji. Jeżeli współczynniki korelacji są niskie lub żadna ze zmiennych nie koreluje wysoko z którąkolwiek z pozostałych, to stosowanie dalszej procedury modelu analizy czynnikowej może prowadzić do niewiarygodnych wyników. Zwykle macierz korelacji poddaje się dalszej analizie, jeżeli przeciętne

współczynniki korelacji są większe od 0,3. Odpowiednio dla skali Likerta średni współczynnik korelacji wynosi 0,3928, a dla skali dyferencjału semantycznego – 0,48961, co pozwala na zastosowanie analizy czynnikowej w badaniu. Następnie określa się liczbę głównych składowych.

Do badań prezentowanych w niniejszym artykule została wykorzystana metoda wartości własnej α większej od jedności. Metoda ta powinna być stosowana, gdy liczba zmiennych jest większa od 20, przy mniejszej liczbie zmiennych istnieje tendencja do wyodrębniania zbyt małej liczby czynników. Model analizy czynni-

kowej ma postać: $X_k = \sum_{i=1}^n \lambda_{ki} Z_i + \varepsilon_i$, gdzie X_k oznacza zmienną losową i odpow-

wiednio dla skali Litera przebiega po 33 danych, a dla skali dyferencjału po odpowiednio 25; λ_{ki} – oznacza ładunek czynnikowy, Z_j to zmienna ukryta (w obu przypadkach j przebiega od 1 do 3) oraz ε_i to błąd pomiaru zmiennej losowej X_k .

Tabela 1. Wartości ładunków czynnikowych dla danych z pomiaru dokonanej skalą Likerta

Wyszczególnienie	Czynnik 1	Czynnik 2	Czynnik 3	Wyszczególnienie	Czynnik 1	Czynnik 2	Czynnik 3
KA1	0,163338	0,592701	0,148291	KOM5	-0,024230	0,591649	0,036938
KA2	-0,128224	-0,107577	0,008564	KOM6	0,128330	0,626516	0,111081
KA3	0,131437	-0,047330	0,815149	KOM7	0,611213	0,039962	0,098156
KA4	-0,018430	-0,097512	0,787495	KOM8	0,257464	0,509111	0,007208
KA5	0,072573	-0,055533	0,715212	KOM9	0,606550	0,136110	-0,003996
KA6	-0,112237	0,078710	0,326701	K1	0,110760	0,662477	-0,058019
KA7	0,080765	0,566796	-0,039013	K2	0,251640	0,659422	-0,164209
KA8	0,542361	0,060889	0,104159	K3	0,693383	0,114096	-0,027106
EP1	0,687957	0,043620	-0,115788	K4	0,600490	0,058445	-0,026022
EP2	0,255900	0,514196	-0,039609	K5	0,054055	0,534834	0,074443
EP3	0,333941	0,567047	-0,137857	O1	0,607559	0,064042	0,074774
EP4	0,545906	-0,012415	-0,111788	O2	-0,136114	0,624239	-0,046575
EP5	0,662232	0,095050	-0,130744	O3	0,717702	0,084901	0,080454
EP6	0,741683	0,142595	-0,078178	O4	0,165690	0,512351	-0,038739
KOM1	0,627104	0,110024	-0,026551	O5	-0,130988	0,449707	0,84737
KOM2	0,191470	0,550024	-0,109390	War. wyj.	6,923593	4,978603	2,133981
KOM3	0,689080	0,145208	0,117920	Udział	0,199503	0,170867	0,164666
KOM4	-0,102704	0,502846	0,129624				

Źródło: obliczenia własne wykonane za pomocą pakietu Statistica.

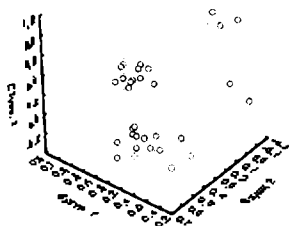
Wyznaczone ładunki czynnikowe pozwalają na nazwanie nowych zmiennych wnoszących tylko nowe informacje do badania. Ładunki czynnikowe są uznawane za nośniki tej samej informacji, co prowadzi do wniosku, że można je zastąpić nowymi – czynnikami głównymi [Walesiak 1996, s. 140-144]. Uzyskane ładunki czynnikowe zostały poddane technice rotacji. Zastosowano metodę varimax, aby uprościć interpretację czynników (zminimalizowano liczbę zmiennych wyjaśniających czynnik) oraz maksymalizację wariancji znormalizowanych ładunków czynnikowych zmiennych dla każdego czynnika.

Tabela 2. Wartości ładunków czynnikowych dla danych z pomiaru dokonanej skalą dyferencjału semantycznego

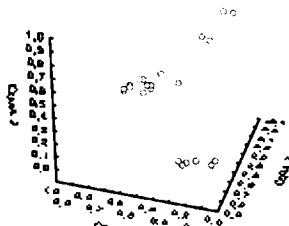
Wyszczególnienie	Czynnik 1	Czynnik 2	Czynnik 3	Wyszczególnienie	Czynnik 1	Czynnik 2	Czynnik 3
KA1	0,760822	0,025374	0,062847	KOM5	0,627174	0,261263	0,447857
KA2	0,808122	0,140895	0,126217	K1	0,249052	0,279392	0,278544
KA3	0,870642	0,014200	0,036747	K2	0,511792	0,230982	0,192236
KA4	0,807687	0,079772	0,122904	K3	0,588145	0,187372	0,240435
EP1	0,179695	0,183745	0,630743	O1	-0,024743	0,798347	0,159873
EP2	0,172482	0,113784	0,847192	O2	0,232829	0,813667	0,133302
EP3	0,102913	0,167582	0,881163	O3	0,027441	0,811307	0,156642
EP4	0,282566	0,257340	0,731762	O5	0,132818	0,811412	0,178376
KOM1	0,493354	0,272168	0,255559	O6	0,234632	0,788869	0,139779
KOM2	0,595009	0,245810	0,276725	O7	0,238404	0,773565	0,110555
KOM3	0,622164	0,322587	0,256597	War. wyj.	5,410666	4,615791	3,320851
KOM4	0,618917	0,370994	0,380682	Udział	0,245939	0,209809	0,150948

Źródło: obliczenia własne wykonane za pomocą pakietu Statistica.

Ładunki czynn. czynnik 1 wz. czynn. 2 wz. czynn. 3



Ładunki czynn. czynnik 1 wz. czynn. 2 wz. czynn. 3



Rys. 1. Wykresy wzajemnego położenia nowych składowych mierzonych skalą Likerta (lewy) i dyferencjału semantycznego (prawy)

Źródło: obliczenia własne wykonane za pomocą pakietu Statistica.

Przeprowadzona analiza pozwala na identyfikację czynników, które są znaczące, i pominięcie tych elementów, które są nieistotne bądź „zastępowalne” czy uzupełniane przez inne. W przypadku obu skal w dalszej analizie pominięto po dwa czynniki. Przyjęto wartość 0,5 za minimalną wartość dla ładunku czynnikowego w odniesieniu do obu skal, różnicę przynajmniej 0,1 względem wartości ładunku innego czynnika w przypadku skali Likerta oraz wartość 0,15 w przypadku skali dyferencjału semantycznego (ponieważ dane te cechują się wyższym skorelowaniem zmiennych i wyższymi ładunkami czynnikowymi). Ze zmiennych obserwowalnych, których ładunki czynnikowe są przedstawione w tab. 2 pogrubioną czcionką, skonstruowano nowe skale mierzące poszczególne czynniki. Czynniki te są traktowane jako zmienne ukryte. Nowo wyznaczone wymiary jakości usług, którym nadano nazwy odzwierciedlające treść stwierdzeń, wchodzi do ich skal pomiaro-

wych. Do dalszej analizy wybrano jedynie te zmienne, które okazały się mocno skorelowane tylko z jednym czynnikiem.

3.3. Identyfikacja nowych zmiennych

Ostatnim krokiem jest nazwanie powstałych czynników. W tym celu wyodrębniono zmienne o najwyższych ładunkach czynnikowych względem danych czynników i przez analizę nazw zmiennych znaleziono wspólne ich odniesienie do danego, głębszego wymiaru. Po identyfikacji zmiennych określających uzyskane niezależne wymiary sprawdzono rzetelność podskal składających się na nie.

Tabela 3. Wyodrębnione czynniki jakości usług dla skali Likerta

Czynnik 1	Czynnik 2	Czynnik 3
KA 8, EP1, EP4, EP5, EP6, KOM1, KOM3, KOM7, KOM9, K3, K4, O1, O3	KA1, KA7, EP2, EP3, KOM2, KOM4, KOM5, KOM6, KOM8, K1, K2, K5, O2, O4	KA3, KA4, KA5, O5
Sposób zachowania się agenta	Oferta, jaką agent składa klientowi	Techniki, jakie stosuje agent

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4. Wyodrębnione czynniki jakości usług dla skali Likerta

Czynnik 1	Czynnik 2	Czynnik 3
KA1, KA2, KA3, KA4, KOM2, KOM3, KOM4, KOM5, K2, K3	O1, O2, O3, O4, O5, O6	EP1, EP2, EP3, EP4
Sposób zachowania się agenta	Organizacja pracy agenta	Etyka postępowania agenta

Źródło: opracowanie własne.

W wyniku zastosowania metody analizy czynnikowej z 33 wziętych do analizy zmiennych w skali Likerta otrzymano 3 główne czynniki zawierające 53,49% zmienności wspólnej, a w przypadku zmiennych pochodzących ze skali dyferencjalu, wyznaczone 3 główne czynniki wyjaśniają 60,66% ogólnej wariancji (tab. 3-4).

4. Analiza rzetelności pomiaru

Dla wyznaczonych wskaźników policzono współczynnik rzetelności, który określa, w jakim stopniu zmienność odpowiedzi na pozycje skali jest wywołana przez mierzoną cechę ukrytą, a w jakim stopniu należy ją przypisać błędom pomiaru. Podana jest tutaj wartość najczęściej stosowanego współczynnika rzetelności, którym jest współczynnik α -Cronbacha. Za minimalną wartość współczynnika α , wymaganą do rzetelnego pomiaru danej cechy ukrytej za pomocą sumy wyników dla pozycji skal, przyjmuje się zwykle 0,6 lub 0,7. Liczba wyznaczanych czynników ograniczona jest w ten sposób wartością współczynnika rzetelności dla zmiennych mierzących nowo wyznaczony czynnik. Jeżeli α nie przekracza wartości 0,7, to należy poprzestać na mniejszej liczbie czynników. Wyznaczone czynniki

poszerzono w przypadku obu skal o wartości odpowiednich zmiennych badających ocenę ogólną. W rezultacie otrzymano skale, które w rzetelny sposób mierzą wyznaczone czynniki.

Tabela 5. Wartości α -Cronbacha dla poszczególnych czynników z obu skal pomiarowych

Skala Likerta	Czynnik 1 Zachowanie się agenta	Czynnik 2 Oferta produktowa	Czynnik 3 Stosowane techniki	Czynnik 4 Ogólne wrażenie
Wartość α	0,885388	0,853737	0,538177	0,57331
Skala dyferencjału semantycznego	Czynnik 1 Zachowanie się agenta	Czynnik 2 Organizacja pracy	Czynnik 3 Etyka postępowania	Czynnik 4 Ogólne wrażenie
Wartość α	0,917965	0,91407	0,869952	0,8577914

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyliczeń w pakiecie Statistica.

W dalszej analizie wartościami cech ukrytych były średnie z wyników uzyskanych dla zmiennych mierzących daną cechę. Jest to pewna modyfikacja skalowania, w której zamiast średnich oblicza się sumy. Modyfikacja ta nie zmienia jednak wartości współczynników korelacji, na których bazuje analiza trafności, natomiast umożliwia uwzględnienie brakujących danych przez obliczenie średniej udzielonych odpowiedzi.

5. Analiza trafności uzyskanych skal

W badaniu wykorzystano dwie skale pomiarowe, co miało umożliwiać porównanie wyników pomiarów jakości pracy agenta, jakie obie te skale dały. W tym celu zastosowano metodę trafności skal, tj. dokonano sprawdzenia, czy skale mierzą właściwe cechy. Analiza ta polega na zbadaniu korelacji wyników pomiarów tej samej cechy uzyskanej różnymi miarami. Ponieważ w przypadku tak skali Likerta, jak i skali dyferencjału semantycznego za główne czynniki wyznaczające jakość usługi agenta ubezpieczeniowego uznano zachowanie agenta oraz zmierzono wrażenie ogólne, do oceny trafności pomiaru można zastosować macierz wielu cech i wielu metod [DeVellis 1991, s. 48-50]. W jednej tablicy należy umieścić współczynniki korelacji pomiędzy tymi samymi cechami mierzonymi za pomocą różnych metod. Na przekątnej umieszcza się wartość współczynnika rzetelności (zamiast wartości 1), przyjmuje się to za skorelowanie wyników pomiaru tej samej cechy za pomocą tej samej metody, która stanowi jakby maksymalny punkt odniesienia dla pozostałych wartości.

Tabela 6. Macierz wielu cech i wielu metod dotycząca dwóch czynników wspólnych dla obu skal

Wyszczególnienie	Zachowanie się agenta – L	Zachowanie się agenta – DS	Ogólne wrażenie – L	Ogólne wrażenie – DS
Zachowanie się agenta – L	0,885388			
Zachowanie się agenta – DS	0,3765	0,917965		
Ogólne wrażenie – L	0,33454	0,34423	0,573108	
Ogólne wrażenie – DS	0,17654	0,36008	0,52076	0,8577194

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyliczeń w pakiecie Statistica.

Kolejną metodą statystyczną zastosowaną do analizy trafności skal i badania właściwości pomiaru była regresja liniowa. Jeżeli pomiar cech ukrytych jest trafny, to równania regresji powinny dobrze wyjaśniać zmienność ogólnego wrażenia i mieć zbliżone współczynniki regresji dotyczące odpowiednich zmiennych. Poniżej przedstawione zostały równania regresji liniowej dotyczące naszych danych.

1. Dla skali Likerta: $OWL = 0,40114 Cz1L + 0,33396 Cz2L + 0,42056 Cz3L - 0,1559387$.

2. Dla skali dyferencjału: $OWD = 0,762197 Cz1D + 0,503006 Cz2D + 0,6444 Cz3D + 0,060443$.

Otrzymane współczynniki determinacji są dość wysokie (odpowiednio: 0,67 oraz 0,84), zatem zmienne mówiące o ogólnej ocenie jakości usług świadczonych przez agentów ubezpieczeniowych są dobrze oszacowywane przez równania regresji liniowej wobec wyznaczonych czynników jakości usług. Znaczący brak analogii w otrzymanych równaniach regresji wskazuje jednak na to, że ogólna ocena jakości usług mierzona na obu skalach jest w inny sposób zależna od czynników wyznaczonych na tych skalach. Różne jest skorelowanie zmiennych mierzących ogólne wrażenie z poszczególnymi czynnikami jakości usług wyznaczonymi na obu skalach. Nieistotna jest korelacja cząstkowa poszczególnych zmiennych. Może to być spowodowane tym, że z konieczności porównano czynniki wyznaczone jako główne czynniki skal (zachowanie agenta) i dane pierwotne (ogólna ocena). Głównym źródłem rozbieżności są zapewne różnice w treści pozycji mierzących te same cechy w obu skalach.

6. Wnioski

Analizy wyników pomiaru wskazują, że choć utworzone skale charakteryzują się wystarczająco dużą rzetelnością, to nie można uznać, że obie mogą w pełni trafnie mierzyć badane cechy, mimo że zostały zaprojektowane do mierzenia tych samych wymiarów jakości usług. Wydaje się, że jakość usług zakładów dokładniej mierzy skala Likerta, lecz bez dalszych badań nie można tego zweryfikować. Do zastosowań praktycznych w określonych zakładach ubezpieczeń powinna zostać utworzona skromniejsza, czyli zawierająca mniej pozycji, skala pomiarowa. Ograniczeniem przedstawionego badania jest stosunkowo nieliczna i nielosowa próba respondentów. Oceniani byli różni ubezpieczyciele wybierani przez respondentów, co z jednej strony pozwoliło odkryć ogólne wymiary jakości usług ubezpieczeniowych odnoszące się do wszystkich zakładów, z drugiej jednak strony mogły zostać zatarte zależności między wymiarami jakości usług charakterystyczne tylko dla niektórych zakładów. Badanie przeprowadzone z zastosowaniem zmniejszonych skal pomiarowych na kolejnych próbach respondentów oceniających usługi tego samego zakładu ubezpieczeń mogłoby potwierdzić wysunięte wnioski co do liczby czynników jakości usług oraz rzetelności i trafności skal pomiarowych.

Literatura

- Bollen K.A. (1989), *Structural Equations with Latent Variables*, Wiley, New York.
- Chakrapani Ch. (1998), *How to Measure Service Quality & Customer Satisfaction*, American Marketing Association, Chicago.
- DeVellis R.F. (1991), *Scale Development: Theory and Applications*, SAGE, Newbury Park.
- Ostasiewicz W. (2003), *Istota pomiaru statystycznego*, [w:] W. Ostasiewicz (red.), *Pomiar statystyczny*, AE, Wrocław.
- Ronka-Chmielowiec W. (2002), *Ubezpieczenia. Rynek i ryzyko*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Walesiak M. (1996), *Metody analizy danych marketingowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Sarantakos S. (1998), *Social Research*, Macmillan Press, Hampshire.

EVALUATION OF QUALITY OF SERVICES OFFERED BY INSURANCE BROCCERS

Summary

The article is an attempt to supplement a complex evaluation of insurance brokers as regards the services they offer. In rating evaluation, apart from the ability of an insurance company to fulfill the insurance deal. The paper consists in an analysis of evaluation of quantity of services offered by insurance companies. To show it, I used a questionnaire completed by 180 extramural students of economy, who declared to have sufficient knowledge on insurance and to be receivers of insurance goods. The questionnaire analyses the offer of insurance companies, the insurance company insurance system, employee training, professional ethics and sophistication. General evaluation of insurance companies is the final outcome of the paper. To carry out the research I used the 9 grades Likert Scale (from 'very bad grade' to 'very good grade'). In the analysis I use the factor analysis, evaluate the dependence between the single evaluations (i.e. their influence on the general evaluation) and show those elements of the work of insurance companies that according to respondents have the greater influence on how they perceive the services offered by insurance companies.