Revue Internationale des Sciences de Gestion
ISSN: 2665-7473
Volume 5 : Numéro 3

Déterminants du placement des ménages en assurance-vie à Kinshasa

Determinants of household placement in life insurance in Kinshasa

MUJINGA KAPEMBA Alain
Professeur à l'Université Protestante au Congo (UPC)
République Démocratique du Congo (RDC), Kinshasa
alainmujinga@gmail.com

NKASHAMA MUKENGE Jean-Claude
Assistant à l'Université Pédagogique Nationale (UPN)
République Démocratique du Congo (RDC), Kinshasa
jackonkashama@gmail.com

Date de soumission : 25/04/2022

Date d'acceptation : 17/07/2022

Pour citer cet article:

MUJINGA KAPEMBA A. & NKASHAMA MUKENGE J.C. (2022) «Déterminants du placement des ménages en assurance-vie à Kinshasa», Revue Internationale des Sciences de Gestion «Volume 5 : Numéro 3» pp : 185 - 211

Résumé

Les études microéconomiques relatives à la demande d'assurance-vie des ménages en RD. Congo sont peu documentées voire inexistante. L'objectif de cette étude était double ; identifier les facteurs déterminants de la souscription des ménages dans une population homogène dans la ville de Kinshasa aux produits d'assurance-vie et d'autre part, déterminer la probabilité de souscrire une assurance-vie par les chefs de ménages dans la population cible. L'enquête s'était déroulée du 2 septembre au 3 Octobre 2021. Notre échantillon était constitué de 100 ménages à participation volontaire du quartier plateau des Professeurs de l'Université de Kinshasa. Les estimations du modèle Probit, nous a révélé que la probabilité des ménages à pouvoir souscrire à l'assurance vie augmente avec les variables sexe, statut matrimonial, enfants de moins de cinq ans, revenu, et la confiance aux entreprises d'assurances. La majorité, soit 52% des ménages sont disposés à souscrire à une assurance-vie.

Mots-clés : Assurance-vie ; Kinshasa ; Ménages ; Placement ; Probit.

Classification JEL : C25, C42, D12, G22.

Abstract

Microeconomic studies relating to household life insurance demand in the DR. Congo are poorly documented or even non-existent. The objective of this study was twofold, identify the determining factors of the subscription of the homogeneous population in the city of Kinshasa to life insurance products and on the other hand, determine the probability of taking out life insurance by heads of households in the target population. The survey took place from September 2 to October 3, 2021. Our sample consisted of 100 volunteer households from the plateau district of the participation of Professors of the University of Kinshasa. Probit model estimates, revealed that the probability of households being able to purchase life insurance increases with the variables sex, marital status, children under five, income and confidence in insurance companies. The majority, i.e., 52% of households are willing to take out life insurance.

Key words: Life insurance; Kinshasa; Households; Placement; Probit.

JEL Classification : C25, C42, D12, G22.

Introduction

Tous les individus sont soumis à des aléas, y compris sur la durée de vie humaine. Ces aléas peuvent avoir des conséquences financières susceptibles de menacer leur patrimoine ainsi que leur avenir. Les pauvres sont davantage exposés à ces risques (maladies, décès, incendie, accident, sinistres agricoles et catastrophes naturelles ou humaines) que le reste de la population et sont pourtant les plus démunis lorsqu'une situation de crise se présente **(**Kamega, A et Planchet F., 2012**)**.

Outre les pertes financières considérables auxquelles ils sont exposés, les ménages vulnérables se trouvent dans une incertitude permanente quant à savoir si ces pertes surviendront à quel moment. Et l'un des moyens dont disposent les pauvres pour se prémunir des risques est l'assurance.

Jadis, les riches n'avaient pas besoin de recourir aux assurances puisqu'ils pouvaient pour la plupart s'auto-assurer. Par la suite les points de vue se sont inversés avec la prise de conscience des riches de leurs propres vulnérabilités **(**Craig C., 2006**)**. Les deux premières études sur la demande d'assurance traitaient de la demande individuelle d'assurance-vie **(**Yaari ME., 1965**)** et la demande individuelle d'assurance de propriété **(**Mossin J., 1968**)**.

A ce jour, il existe une littérature abondante, voire indénombrables du point de vue théoriques et empiriques sur la demande d'assurance ; à savoir celles de Hakansson (1969), Fisher (1973), Borch (1974), Campbell (1980) et Campbell (1991) pour l'assurance-vie. Et plus récemment Pliska et Ye (2007), considèrent l'assurance vie, dans l'hypothèse de l'incertitude liée à la durée de vie humaine, soit comme une forme d'épargne en vue de la retraite soit comme un legs en cas de décès de l'assuré **(**Ward D, & Zurbruegg R., 2002, Zietz EN., 2003, Baek E & DeVaney SA., 2005, et Li D, et Al., 2007**)**.

De ce qui précède, il se dégage la question générale de savoir : comment caractériser le comportement des ménages Kinois en matière de placement en assurance-vie ? De manière spécifique, cette étude se propose de répondre aux questions ci-après : (1) Quels sont les facteurs déterminants de la demande potentielle d'assurance-vie par les ménages vivants à Kinshasa ? (2) Quelle est la probabilité pour un ménage vivant dans la ville de Kinshasa de souscrire à un produit d'assurance-vie ?

Cette étude repose sur l'approche hypothético-déductive. Etant une étude de recherche de cause, la méthode quantitative sera utilisée dans cette étude et sera appuyée par la collecte des données qui seront issues d'enquête réalisée auprès des ménages de la ville province de

Kinshasa. Pour analyser ces données de l'enquête, hormis les statistiques descriptives et mathématiques, nous allons faire recourt à plusieurs autres méthodes et/ou techniques d'analyse à savoir : le modèle probit étant donné que notre variable dépendante sera dichotomique.

La présente étude s'articulera autour de quatre principaux points. Le premier sera consacré à la revue de littérature ; le deuxième présentera l'approche méthodologique ; le troisième présentera les résultats empiriques de notre étude ; et le quatrième fera l'objet des discussions et limitations des résultats.

1. Revue de littérature

1.1. Revue théorique

L'assurance vie est considéré comme étant un produit ou service offert par les entreprisses d'assurances à leurs demandeurs. D'où la notion du comportement du consommateur y est évoquée. En marketing l'étude du comportement du consommateur est une étape très importante. A travers l'analyse des besoins et motivations et des différents processus menant à l'acte d'achat, les paramètres aussi à prendre en compte pour établir une étude du comportement du consommateur pertinente. Différents aspects sont pris en compte dans l'analyse du comportement du consommateur. Parmi ceux-ci, on retrouve notamment les besoins et désirs, les influences internes et externes, les activités du consommateur, le processus d'achat et les rôles que peut jouer un consommateur (acheteur, payeur, prescripteur, utilisateur…).

La littérature nous renseigne l'exitance de trois principaux modèles de comportement d'achat. Le modèle de Nicosia (1966), le modèle de Howard et Sheth (1969), et le modèle d'Engel, Kollatet et Blackwell (1968).

Le premier modèle, à savoir celui de Nicosia (1966) explique la prise de décision du consommateur pendant qu'un nouveau produit est lancé. Trois facteurs sont retenus : facteurs internes (Influence de l'entreprise), facteurs externes (besoins, personnalités et attitudes), et facteurs manquantes (motivation, perception, culture, famille, classe sociale, et facteurs institutionnels). L'analyse et l'application de ce modèle s'est révèle peu opérationnel. Il repose sur l'idée simpliste que si on communique sur un produit (Média ou autre), cela suffit à influencer le comportement du consommateur. Donc, Seule la communication influence le consommateur.

Le deuxième modèle d'Engel, Kollatet et Blackwell (1968) est une approche adoptée et est centrée sur les différentes étapes du processus de décision et les facteurs qui sont susceptibles de l'affecter. (Romeyns, Melissa, 2019). Ce modèle repose sur 5 étapes : la reconnaissance du problème, la recherche de solutions, l'évaluation des options, la décision et acte d'achat et l'évaluation après achat. (Gnoufougou, 2021). Ce modèle explique le processus menant de l'apparition et la perception des stimuli jusqu'au déclenchement du comportement et aux conséquences de ce comportement. Pour cela, il détaille les différents facteurs d'influence : (1) Des différences individuelles : les ressources (temps, argent, information, attitudes, motivation et implication, valeurs et styles de vie) et (2) des influences environnementales : culture classe sociale, influence personnelle, famille, situation, processus psychologiques, attitude).

Le troisième modèle d'Howard et Sheth (1969), enrichit fondamentalement l'analyse de la formation des attitudes en proposant trois niveaux de réponses comportementales : cognitif, affectif, conatif. Le processus de décision sera différent suivant la situation d'achat dans laquelle se trouvera le consommateur. Ce modèle explique le comportement du consommateur pour faciliter le choix des marques. Les principaux éléments sont :

(1) Stimuli ou inputs : Il s'agit des facteurs à même de déclencher un processus conduisant à l'achat (les caractéristiques du produit et les caractéristiques qui transparaissent après une publicité ou l'avis du vendeur).

(2) Les réponses **:** cognitives (attention ou compréhension), affectives, et conatives (achat).

(3) Les variables exogènes : expliquent les différences entre les individus (statut financier, importance d'achat, traits de personnalité, cadre social et organisationnel, classe sociale et culturelle, et le temps disponible pour effectuer l'achat).

(4) Les processus internes : Ce qui intervient entre lestimuli et les réponses. Le consommateur raconte ses processus et actes d'achat. Avec effet : concepts perceptuels (les variables liées à l'information : sensibilité en matière d'information, biais perceptuels, recherche d'information) ; concepts d'apprentissage (satisfaction après achat, motivations, ensemble évoqué, critères de choix, feins à l'achat).

Les principaux facteurs influençant le comportement des consommateurs sont : les facteurs socio-culturels, les facteurs psycho-sociaux, les facteur personnels, et les facteurs psychologiques.

En ce qui nous concerne, partant de la littérature théorique et les facteurs cités ci-dessus, nous regroupons les principaux déterminants affectant la souscription aux produits d'assurance-vie des ménages en 4 principaux facteurs : les facteurs socio-démographiques, les facteurs socio-psychologiques, les facteurs socio-économiques, et les facteurs socio-culturels et de santé.

1.2. Revue empirique

Une exploration de la littérature empiriques existantes est nécessaire pour arriver à comprendre le fait que bon nombre de personnes se montrent sceptiques dès qu'il s'agit de payer des primes pour un produit immatériel qui peut ne jamais leur rapporter le moindre bénéfice.

Les deux premières études sur la demande d'assurance traitaient de la demande individuelle d'assurance-vie (Yaari, 1965) et la demande individuelle d'assurance de propriété (Mossin, 1968). A ce jour, il existe une littérature abondante, voire indénombrables du point de vue théoriques et empiriques sur la demande d'assurance ; à savoir celles de Hakansson (1969), Fisher (1973), Borch (1974), Campbell (1980) et Bernheim (1991) pour l'assurance-vie. Et plus récemment Pliska et Ye, (2007), considèrent l'assurance vie, dans l'hypothèse de l'incertitude liée à la durée de vie humaine, soit comme une forme d'épargne en vue de la retraite soit comme un legs en cas de décès de l'assuré.

La majorité d'études présentées ci-dessous ont été réalisées un peu partout dans le monde, mais beaucoup plus dans les pays anglophones ou la notion d'assurance-vie est plus développée. Il sied de signaler que ces études ont abouti aux résultats qui divergent parfois. Dans le cadre de cette étude, les principaux résultats ont été regroupé en trois facteurs : les facteurs sociodémographiques, socio-psychologiques et socio-économiques.

S'agissant des facteurs sociodémographiques, les facteurs explicatifs suivants ont été identifiés : l'âge, le sexe, le niveau d'instruction, le statut matrimonial et la taille du ménage. L'influence de ces facteurs sur la probabilité de souscrire à une assurance-vie présentent de nombreux résultats empiriques contradictoires.

L'influence de l'âge du chef de ménage sur sa probabilité de souscrire à une assurance-vie présentent de nombreux résultats empiriques contradictoires. Premièrement, plusieurs auteurs ont constaté que l'âge avait un effet positif et significatif dans la demande d'assurance vie des ménages. (Baek DeVaney, 2005 ; Curak et al., 2013 et Shiferaw, 2017). Deuxièmement, certains pensent que l'âge influe négativement sur la demande d'assurance vie et cette relation est significative (Sze, 2015). Troisièmement, d'autres études indiquent par ailleurs que l'âge

ne semble pas exercer d'influence sur la demande d'assurance. Différents groupes d'âge des individus se comportent différemment en ce qui concerne l'achat d'assurance-vie (Mini, 2008 et Novovic, 2017).

Concernant l'influence du genre dans la souscription aux produits d'assurance-vie, plusieurs résultats empiriques se contredisent également. Primo, certains auteurs ont trouvé que les femmes étaient moins susceptibles d'être assurées que les hommes (Wang, 2010 ; Sarkodie et Yusif, 2015 ; Luciano et al., 2016). Secundo, si le chef de ménage est un homme, la probabilité de souscrire une assurance-vie diminue. Les femmes sont plus susceptibles d'augmenter leur consommation d'assurance-vie. (Heo et al., 2013 ; Sze, 2015 ; Narradda Gamage et coll., 2016 ; Kurdys-Kujawaska, 2019). Tertio, le sexe du chef de ménage n'a pas un effet significatif sur la demande d'assurance vie. Il n'existe donc pas des différences de comportement face au risque de décès liées au sexe (Yiing et Yi, 2012 ; Curak et al., 2013 et Sossou et al., 2013).

S'agissante de la taille du ménage, La littérature empirique présente plusieurs conclusions par rapport à son influence sur la probabilité de souscrire à une assurance-vie. Les ménages ayant plus d'enfants ou des personnes à charges augmenterait la probabilité de détenir une assurance-vie. (Ward et Zurbruegg, 2002 ; Li et al., 2007 ; Mini, 2008 ; Wang, 2010 et Yiing et Yi, 2012 ; Liebenberg et Al., 2012 ; Kurdys-Kujawaska, 2019 et Abdul-Fatawu et al., 2019). Plus le nombre de personnes à la charge du chef de ménage est élevé moins il est disposé à souscrire un contrat d'assurance vie (Sossou et al., 2013 ; et Gemmo et Al., 2016). Certaines études soutiennent que les ménages à grande taille n'influent pas sur la probabilité des ménages à la souscription d'assurance-vie (Wang, 2010 ; Curak et Al., 2013 ; Sze, 2015).

Concernant le niveau d'instruction, les études se partagent à ce sujet : certains auteurs ont trouvés que la souscription n'est pas corrélée au niveau d'instruction du chef de ménage parce qu'elle constitue un facteur d'ouverture d'esprit qui peut amener l'individu à adopter des comportements prudent d'auto assurance surtout dans un domaine où l'obligation ne lui est pas faite de prendre un contrat d'assurance (Hau, 2000 ; Beck et Webb, 2003 ; Wang, 2010 ; Treerattanapun, 2011 ; Curak et Al., 2013 ; Sossou et al., 2013). Par contre d'autres auteurs pensent que les consommateurs moins scolarisés peuvent compter davantage sur l'assurance-vie, car ils peuvent avoir un emploi moins stable et moins de prestations de retraite (Wang, 2010). Mais il y a également de ces auteurs qui pensent que l'enseignement supérieur conduisait à une pénétration plus élevée de l'assurance-vie et à une densité d'assurance-vie

plus élevée (Zietz, 2003 ; Baek et DeVaney, 2005 ; Kjosevski, 2012 ; Liebenberg et al., 2012 ; Sze, 2015 ; Novovic, 2017).

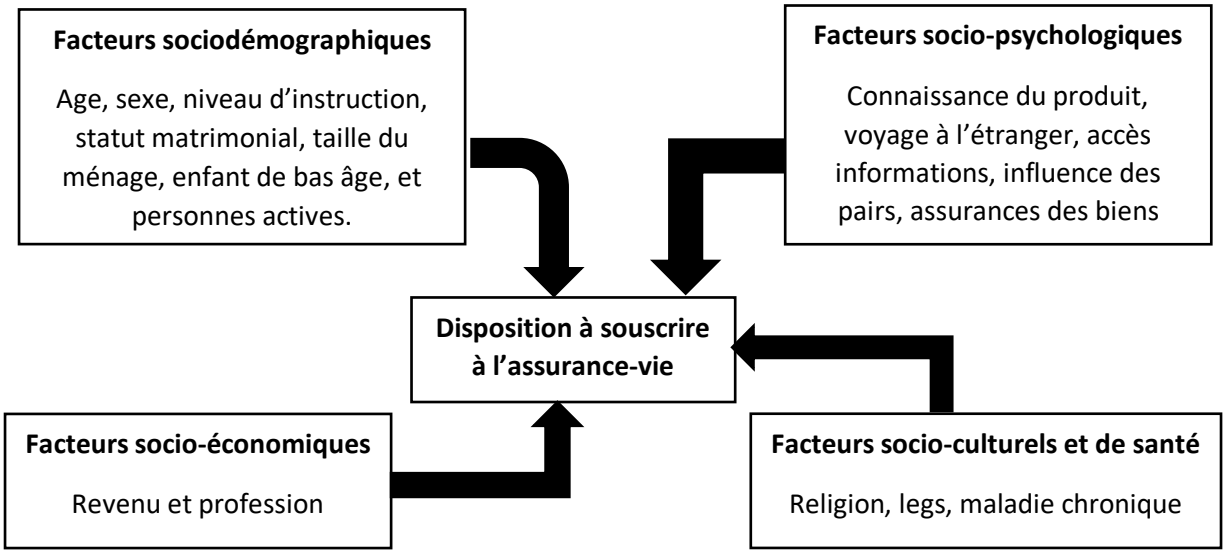
Le statut matrimonial a fait également l'objet de plusieurs débats empiriques. L'état matrimonial n'a pas d'influence statistiquement significative (Curak et Al., 2013). Par contre d'autres auteurs ont trouvé qu'il existe une association négative entre le mariage et les dépenses en consommation d'assurance. La probabilité de souscrire un contrat d'assurance vie auprès des compagnies diminue lorsqu'on passe des célibataires aux mariés (Sossou et al., 2013). Les ménages mariés ont une plus grande probabilité de détenir une assurance-vie et de se faire souscrire un montant relativement plus élevé puisqu'il y a une ou plusieurs personnes en fonction des revenus du ménage marié. Le divorcé, augmente la probabilité de renoncer à une police d'assurance-vie existante pour un ménage (Gemmo et Al., 2016).

Quant aux facteurs socio-économiques, les facteurs explicatifs suivants ont été identifiés : le revenu et la profession du chef de ménage. Il ressort des conclusions de plusieurs études que les ménages qui disposent d'un revenu élevé sont disposés à souscrire à une assurance vie. (Ward & Zurbruegg, 2002 ; Beck & Webb, 2003 ; Sossou et Al., 2003 ; Li et.al., 2007 ; Mini, 2008 ; Sibel et Mustafa, 2009 ; Redzuan, Zuriah et Aidid, 2009 ; Wang, 2010 ; Odemba, 2013 ; Shiferaw, 2017). Par contre Sze (2015) a trouvé qu'il n'y a pas d'association entre le revenu et la consommation d'assurance-vie.

Concernant l'emploi, il influence positivement l'assurance-vie dans la mesure ou les personnes employées disposent de fonds nécessaire pour souscrire à une assurance-vie (Novovic, 2017 et Curak et Al., 2013). S'agissant des facteurs socio-psychologiques, Seuls deux articles de recherche ont examiné l'influence de l'état de santé ou l'espérance de vie sur la souscription d'une assurance vie. Zhu (2007) a constaté qu'une probabilité accrue de survivant encourageait l'individu à souscrire plus d'assurance-vie. De même, Baek et DeVaney (2005) ont montré qu'un ménage dont le chef est en bonne santé dépense plus en assurance-vie.

Partant de la revue de littérature developpée ci-dessus, nous proposons un cadre conceptuel en rapport avec cette étude qui repose sur l'extension des combinaisons des modèles présentés par Shiferaw (2017), Sze (2015), et Odemba (2013). D'après leurs modèles, le comportement de ménage est fonction de trois grandes caractéristiques : les caractéristiques sociodémographiques, les facteurs socio-psychologiques, et les caractéristiques socio-économiques.

Figure 1 : Cadre conceptuel



Source : Auteurs

L'extension proposée du modèle ajoute une autre caractéristique très importante à savoir les facteurs socio-culturels et de santé qui peuvent avoir de l'influence sur le comportement de consommation des ménages en assurance vie. En outre, il sied de mentionner aussi l'ajout des certaines variables dans différentes caractéristiques tels que les enfants de moins de cinq ans, le voyage à l'étranger, les habitudes d'assurer ses biens et l'influence des pairs.

La représentation du modèle ci-dessus (Figure 1) nous renseigne que : les facteurs sociodémographiques, les facteurs socio-économiques, les facteurs socio-psychologiques, et les facteurs socio-culturels et de santé expliquent la propension à consommer des produits d'assurance vie. C'est dans ce cadre qu'il a été retenu 20 variables dont une expliquée et 19 explicatives qui sont disposées dans le tableau ci-dessous avec les signes attendus.

De la représentation du cadre conceptuel ci-dessus et la littérature empirique exploitée, nous formulons les hypothèses théoriques suivantes :

- H_1 : la majorité des ménages de Kinshasa seraient disposés à placer une partie de leurs revenus dans la consommation des produits d'assurances vies ;
- H_2 : les facteurs sociodémographiques, les facteurs socio-économiques, les facteurs socio-psychologiques, et les facteurs socio-culturels et de santé seraient les facteurs affectant la propension à consommer des produits d'assurance vie.

2. Méthodologie

2.1. Contexte de l'étude

Le phénomène des comportements de placement des ménages étant un fait social méconnu dans le contexte Congolais, les objectifs fixés éprouvent des besoins réels à expliquer. De ce fait, ce problème s'inscrit dans le cadre d'une recherche empirique de vérification.

Etant une étude de recherche de cause, la méthode quantitative a été utilisée avec à l'appui la collecte des données issues d'enquête non probabiliste suite au manque d'information sur le nombre de ménages que compte le plateau des Professeurs de l'Université de Kinshasa (UNIKIN) dans la Ville province de Kinshasa. L'enquête a été réalisé pendant un mois, du 2 septembre au 3 Octobre 2021 avec un questionnaire administré en face à face pour minimiser les biais liés au lieu et au moment de la collecte des données. Notre échantillon était constitué de 100 ménages à participation volontaire.

2.2. Définitions opérationnelles et des concepts

Il ressort des tableaux 1 et 2 ci-dessous, la liste de variables potentiellement associées à la disposition à souscrire à une assurance-vie, leurs mesures ainsi que les signes attendus. Le signe positif veut dire que cette variable augmente la probabilité de souscription à l'assurance-vie tandis que le signe négatif implique que cette variable réduit la probabilité qu'un ménage soit disposé à pouvoir souscrire à cette assurance.

Tableau 1 : Opérationnalisation des variables

Variables	Type de variable	Mesure	Signes attendus
Sexe (X1)	Qualitative binaire	1=Masculin 0=Féminin	Positif
Age (X2)	Qualitative multimodale	1=Inférieur à 30 ans 2=30-39 ans 3=40-49 ans 4=50-59 ans 5=plus de 60 ans	Positif ou Négatif
Statut matrimonial (X3)	Qualitative multimodale	1= Célibataire 2=Marié 3=Divorcé 4=Veuf	Positif ou Négatif
Niveau d'étude (X4)	Qualitative multimodale	1=Diplômé d'Etat 2=Graduat et licence	Positif ou Négatif

		3=Master ou DEA 4=Doctorat	
Profession (X5)	Qualitative multimodale	1=Professeur 2=Chef de travaux 3=Administratif 4=Assistant 5=Autre	Positif
Religion (X6)	Qualitative multimodale	1=Protestante 2=Catholique 3=Eglise de réveil 4=Autre	Négatif

Source : Auteurs.

Du tableau ci-haut (tableau 1), les hypothèses empiriques suivantes sont émises :

Les hommes sont en majorité chefs de ménage en Afrique. Ils seraient plus susceptibles de souscrire à une assurance vie par rapport aux femmes. D'où le signe positif est attendu à l'issu d'analyse ;

L'âge du chef de ménage est mesuré en fonction des groupes d'âge, qui se comportent différemment en ce qui concerne l'achat d'assurance-vie, puisque leur souscription d'assurance vie est conforme à la théorie du cycle de vie en raison de la variabilité des revenus aux cours de la vie du chef de ménage ;

Le statut matrimonial ne permet pas aux individus de percevoir les assurances-vie dans un même angle. Les ménages dont le chef est marié ont une plus grande probabilité de souscrire à une assurance vie puisqu'il y a une ou plusieurs personnes en fonction des revenus du ménage marié. Par contre, la probabilité de souscrire en contrat d'assurance vie peut également diminuer lorsqu'on passe du célibataire au marié du fait qu'un chef de ménage peut souscrire individuellement aux assurances vies sans tenir compte des membres de son ménage. D'où, son statut marié ne détermine pas son attitude face au risque de décès ;

Le niveau d'étude ne permet pas aux individus d'avoir la même perception des assurances-vie. Les consommateurs avec un niveau d'études supérieures ou universitaires peuvent avoir moins de préférence pour l'assurance-vie car ils peuvent substituer ce produit à d'autres formes de sécurité financière telles qu'une pension ou des soins médicaux. Donc, le consommateur moins scolarisé peut compter sur les assurances vies car ils peuvent avoir moins de prestations de retraite et peu de chance de bénéficier des soins médicaux.

La profession est une variable qui accroit la demande d'assurance-vie. Ceci peut s'expliquer dans la mesure où les enseignants en RDC étant abandonnés à leur propre sort, sans aucune couverture maladie ou même en cas de décès ; ce produit d'assurance serait bien perçu auprès d'eux.

Le degré d'hyper religiosité serait négativement associé à la souscription aux produits d'assurance. Le fait d'être trop croyant à une doctrine quelconque pourrait constituer une barrière à la consommation d'une assurance-vie. Par exemple, l'interdiction de penser et parler de la mort subite prématurée rend la vente d'une assurance-vie difficile à un consommateur croyant.

Tableau 2 : Opérationnalisation des variables (Suite 1)

Variables	**Type de variable**	**Mesure**	**Signes attendus**
Taille du ménage (X7)	Quantitative	Nombre de personne au ménage	Positif
Personne active (X8)	Quantitative	Nombre de personne active au ménage	Négatif
Présence d'enfant de bas âge ; moins de 5 ans (X9)	Qualitative binaire	1=Oui 0=Non	Positif
Héritage des parents (X10)	Qualitative binaire	1=Oui 0=Non	Négatif
Problème dans le legs d'héritage (X11)	Qualitative binaire	1=Oui 0=Non	Positif
Héritage pour les enfants (X12)	Qualitative binaire	1=Oui 0=Non	Positif

Source : Auteurs.

Du tableau ci-haut (tableau 2), les hypothèses empiriques suivantes sont émises :

La taille du ménage influence positivement la demande d'assurance vie dans la mesure où l'assuré avec une famille nombreuse est plus conscient du risque et souscrit à l'assurance vie pour fournir aux membres de la famille une sécurité financière en cas de mort subite ;

Le nombre de personnes actives réduit la charge auprès du chef de ménage qui par conséquent réduit la probabilité des ménages de souscrire à une assurance-vie ;

La présence des enfants de moins de cinq ans est très important dans l'adoption du produit d'assurance-vie puisque qu'elle augmente la probabilité de léguer à ces derniers son patrimoine en cas de réalisation du risque de décès. Un tel ménage peut comporter une plus grande demande de ressources financières si le chef de ménage décède ;

Les bénéficiaires de legs sont moins susceptibles de souscrire à l'assurance vie compte tenu du fait qu'ils bénéficient déjà d'une certaine garantie en cas de risque de décès ou maladie. D'où l'attente du signe négatif ;

Ceux qui ont connus de problèmes successoraux de legs sont influencés positivement à souscrire à l'assurance vie au risque de perdre sa vie dans des problèmes familiaux tant complexe en Afrique ;

L'héritage pour les enfants est positivement associé à la probabilité de ménage à souscrire à l'assurance vie, car ces derniers ne voudront pas exposer ses héritiers à un quelconque problèmes familiale ou autres en cas de risque de décès ou maladie.

Tableau 3 : Opérationnalisation des variables (suite 2)

Variables	**Type de variable**	**Mesure**	**Signes attendus**
Revenu (X13)	Qualitative multimodale	1=Moins de 500$ 2=500-999$ 3=1000-1499$ 4=1500-1999$ 5=Plus de 2000$	Positif
Voyage à l'étranger (X14)	Qualitative binaire	1=Oui 0=Non	Positif
Accès aux informations sur l'assurance vie (X15)	Qualitative binaire	1=Oui 0=Non	Négatif
Confiance aux entreprises d'assurance (X16)	Qualitative binaire	1=Oui 0=Non	Positif
Entourage qui a souscrit à une assurance vie (X17)	Qualitative binaire	1=Oui 0=Non	Positif
Habitude d'assurer les biens (X18)	Qualitative binaire	1=Oui 0=Non	Positif ou Négatif
Présence d'une maladie chronique (X19)	Qualitative binaire	1=Oui 0=Non	Positif

Source : Auteurs.

Du tableau ci-haut (tableau 2), les hypothèses empiriques suivantes sont émises :

Le niveau de revenu affecte positivement la décision de ménage dans la consommation de produits d'assurance vie. Ne peut souscrire à cette assurance que celui qui a un certain revenu qui soit permanent et consistant ;

Les ménages dont le chef a eu à vivre à l'étranger, dans les pays où les assurances vies sont plus développées seront plus susceptibles de souscrire à l'assurance vie. Les ménages qui ont

comme principale source d'information le bouche à oreille, auront moins d'intention à consommer les assurances vie que ceux qui font recours aux médias. D'où le signe négatif attendu ;

Le fait d'avoir confiance aux entreprises affecte positivement le comportement des ménages dans la consommation des produits d'assurances vies. L'influence des pairs peut avoir un impact positif sur la demande d'assurance vie des ménages ;

Les habitudes d'assurer ses biens peuvent influencer positivement la consommation des assurances vies en cas de satisfaction, et négativement en cas d'insatisfaction. D'où l'indifférence dans le signe attendu. Le fait que la maladie chronique expose le ménage en augmentant le risque de décès de celui qui en souffrent peut influencer positivement ce dernier à souscrire à une assurance-vie.

2.3.Modèle d'analyse

Les données ont été encodées à l'aide du logiciel Microsoft Excel version 2016, ayant ainsi constitué la base de données, elles étaient exportées après vérification au logiciel STATA version 16 pour être analysées. Pour analyser ces données d'enquête, hormis les statistiques descriptives et mathématiques, le recours au modèle Probit a été nécessaire pour ressortir les variables déterminantes dans la souscription aux produits d'assurance-vie.

La disposition à souscrire aux produits d'assurance-vie a été utilisé comme variable dépendante dichotomique qui prend la valeur 1 si la personne est disposée à souscrire et 0 sinon. Le modèle se présente comme suit :

$$\text{Probit disposition (Y)} = BX + \mu \quad (1)$$

Dans l'équation (1), X représente le vecteur des variables susceptibles d'affecter la demande d'assurance-vie ; B est un vecteur des paramètres ; et μ représente le terme de l'erreur. Les critères de décision pour désigner la variable Y observable (dichotomique) sont :

$$Y \begin{cases} 1 = \textit{disposé à souscrire (oui)} \\ 0 = \textit{non disposé à souscrire (non)} \end{cases} \quad (2)$$

La forme empirique du modèle Probit est spécifiée de la manière suivante : :

$$Probit\ Y = \beta_0 + \beta_i X_i + \epsilon, \forall i = 1,2,3,\ldots,24$$

3. Résultats

3.1. Caractéristiques générales de la population d'étude (univariée)

Tableau 4 : Statistiques descriptives des variables quantitatives

Variables	Observation	Moyenne	Min	Max
Taille du ménage	98	5.29	1	14
Personne active	98	2.74	1	7

Source : Résultats issus des analyses du logiciel Stata 16.

Les résultats du tableau 4 indiquent que La taille moyenne de ménage enquêté est de 5 personnes dont 3 sont actives en moyenne.

Tableau 5 : Statistiques descriptives des variables qualitatives

Variables	**Fréquences**	**Pourcentages**
Disposition à souscrire à l'assurance vie	Oui=52	52.00
	Non=48	48.00
Sexe	Masculin=63	63.00
	Féminin=37	37.00
Age	Inférieur à 30 ans=34	34.00
	30-39 ans=31	31.00
	40-49 ans= 6	6.00
	50-59 ans=2	2.00
	Plus de 60 ans=27	27.00
Statut matrimonial	Célibataire=43	43.00
	Marié=51	51.00
	Divorcé=1	1.00
	Veuf=5	5.00
Niveau d'étude	Diplômé d'Etat= 12	12.00
	Graduat et licence=59	59.00
	Master ou DEA=11	11.00
	Doctorat=18	18.00
Profession	Professeur= 17	17.17
	Chef de travaux= 9	9.09
	Administratif=10	10.10
	Assistant=17	17.17
	Autre=46	46.46
Religion	Protestante= 24	24.00
	Catholique= 47	47.00
	Eglise de réveil=19	19.00
	Autre= 10	10.00

Présence d'enfant de bas âge (moins de 5 ans)	Oui= 25 Non=75	25.00 75.00
Héritage des parents	Oui=30 Non=70	30.00 70.00
Problème dans le lègue d'héritage	Oui=3 Non=97	3.00 97.00
Héritage pour les enfants	Oui=59 Non=41	59.00 41.00

Source : Résultats issus des analyses du logiciel Stata 16.

Les statistiques descriptives repris au tableau ci-haut (tableau 5) de notre étude nous renseignent sur les caractéristiques suivantes de notre échantillon :

Les estimations démontrent un fort taux de disposition, soit 52% des ménages enquêtés qui sont disposés à pouvoir souscrire à l'assurance-vie. Concernant l'âge des enquêtées, plus de la moitié font partie de la tranche d'âge inférieure à 40 ans ; avec 34% inférieurs à 30 ans et 31% entre 30-39 ans, et ils sont en majorité de sexe masculin (63%) et des mariés (51%).

Par rapport à leur niveau d'étude, plus de la moitié des enquêtés sont gradué ou licencié (59%). Concernant la religion, la majorité sont des Catholiques (47%) suivi des Protestants (24%). Seuls 25% des ménages enquêtés ont des enfants de moins de 5 ans, et le taux d'héritier est faible (30%) avec seulement 3% qui ont connu un problème de lègue.

Tableau 6 : Statistiques descriptives des variables qualitatives (suite)

Variables	**Fréquences**	**Pourcentages**
Revenu	Moins de 500$=44 500-999$= 17 1000-1499$= 8 1500-1999$=3 Plus de 2000$=18	48.89 18.89 8.89 3.33 20.00
Voyage à l'étranger	Oui= 64 Non=36	64.00 36.00
Accès aux informations sur l'assurance vie	Oui= 52 Non=48	52.00 48.00
Confiance aux entreprises d'assurance	Oui= 34 Non=66	34.00 66.00
Entourage qui a souscrit à une assurance vie	Oui= 29 Non=71	29.00 71.00
Habitude d'assurer les biens	Oui= 44 Non=56	44.00 56.00
Présence d'une maladie chronique	Oui=23 Non=77	23.00 77.00

Source : Résultats issus des analyses du logiciel Stata 16.

Les statistiques descriptives repris au tableau ci-haut (tableau 6) de notre étude nous renseignent sur les caractéristiques suivantes de notre échantillon :

La majorité ont un revenu inférieur à 1000$ soit 44% moins de 500$ et 17% entre 500-999$ dont plus de la moitié (59%) ont des héritages pour leurs enfants. La majorité ont déjà été à l'étranger (64%) et plus de la moitié (52%) ont accès facilement aux informations sur l'assurance-vie, tandis que seulement 34% font confiance aux entreprises œuvrant dans ce secteur.

La majorité n'ont pas de proches qui ont déjà souscrit à l'assurance-vie et seulement 44% ont l'habitude d'assurer leurs biens. La majorité d'enquêté (77%) ne souffrent pas de maladie chronique.

3.2. Déterminants du placement des ménages (bivariée)

Tableau 7 : Test de normalité

Skewness/Kurtosis tests for Normality

Variable	Obs	Pr(Skewness)	Pr(Kurtosis)	joint adj chi2(2)	joint Prob>chi2
personneac~e	98	0.0004	0.3539	11.28	0.0036
taille_men~e	98	0.1907	0.1381	4.02	0.1337

Source : Résultats issus des analyses du logiciel Stata 16.

Il ressort de notre test de normalité, que la variable taille de ménage est normalement distribué par contre la variable personnes actives n'est pas normalement distribuées. Ce qui nous conduit aux différents tests de Student et Mann-Withney (voir tableau 8) respectivement pour les variables taille de ménage et personnes actives en les associant avec la variable dépendante.

Tableau 8 : Tests de Student et Mann-Whitney

Variables	**Moyenne**	**Ecart-type**	**Statistique**	**Probabilité**
Taille du ménage			Student	0.7172
Non souscription	5.4375	2.17	0.5766	
Souscription	5.16	2.56		
Personnes active	-	-	Mann-Whitney	0.0841
Non souscription			1.728	
Souscription				

Source : Résultats issus des analyses du logiciel Stata 16.

Nous concluons à l'issue des tests de Student et Mann-Withney qu'aucunes variables n'influent sur la disposition des ménages à pouvoir souscrire à une assurance-vie.

Tableau 9 : Test de khi-deux

Variables	Proportion de souscription	Chi-deux	Probabilité
Sexe		1.8043	0.179
Masculin	69%		
Féminin	31%		
Age		14.2403	**0.007**
Inférieur à 30 ans	33%		
30-39 ans	42%		
40-49 ans	10%		
50-59 ans	2%		
Plus de 60 ans	13%		
Statut matrimonial		3.2462	0.355
Célibataire	46%		
Marié	50%		
Divorcé	2%		
Veuf	2%		
Niveau d'étude		2.3078	0.511
Diplômé d'Etat	10%		
Graduat et licence	61%		
Master ou DEA	8%		
Doctorat	21%		
Profession		5.4039	0.248
Professeur	21%		
Chef de travaux	4%		
Administratif	8%		
Assistant	16%		
Autre	51%		
Religion		0.6729	0.880
Protestante	21%		
Catholique	48%		
Eglise de réveil	21%		
Autre	10%		

Source : Résultats issus des analyses du logiciel Stata 16.

Il ressort du tableau 9 les résultats du test de Khi-deux qui nous renseignent que seule la variable âges est statistiquement associés à la disposition des ménages à souscrire à une police

d'assurance vie. Ceux qui ont un âge compris entre 30-39 ans sont plus susceptibles (42%) de souscrire à l'assurance vie, suivi de ceux qui ont moins de 30 ans (33%).

Tableau 10 : Test de khi-deux (suite 1)

Variables	Proportion de souscription	Chi-deux	Probabilité
Présence d'enfant de bas âge (moins de 5 ans)		10.4701	**0.001**
Oui	38%		
Non	62%		
Héritage des parents		1.2897	0.256
Oui	25%		
Non	75%		
Problème dans le lègue		0.2665	0.606
Oui	4%		
Non	96%		
Héritage pour les enfants		1.1896	0.275
Oui	54%		
Non	46%		
Revenu		6.7929	0.147
Moins de 500$	47%		
500-999$	12%		
1000-1499$	12%		
1500-1999$	6%		
Plus de 2000$	23%		
Voyage à l'étranger		3.1854	0.074
Oui	56%		
Non	44%		
Accès aux informations		0.0003	0.987
Oui	52%		
Non	48%		
Confiance aux entreprises		19.0148	**0.000**
Oui	54%		
Non	46%		

Source : Résultats issus des analyses du logiciel Stata 16.

Il ressort du tableau 10 les résultats du test de Khi-deux qui nous renseignent que seules les variables confiance aux entreprises d'assurance et la présence d'enfants de moins de 5 ans sont statistiquement associés à la disposition des ménages à souscrire à une police d'assurance vie. Les ménages qui n'ont pas d'enfants de moins de 5 ans sont plus disposé (62%) à

souscrire à l'assurance-vie. Par contre ceux qui ont confiance aux entreprises d'assurance sont les plus disposé (54%) à cette souscription.

Tableau 11 : Test de khi-deux (suite 2)

Variables	Proportion de souscription	Chi-deux	Probabilité
Entourage qui a souscrit		0.0012	0.972
Oui	29%		
Non	71%		
Habitude d'assurer les biens		1.3487	0.246
Oui	38%		
Non	62%		
Maladie chronique		5.5654	**0.018**
Oui	13%		
Non	87%		

Source : Résultats issus des analyses du logiciel Stata 16.

Il ressort du tableau 11 les résultats du test de Khi-deux qui nous renseignent que seule la variable maladie chronique est statistiquement associée à la disposition des ménages à souscrire à une police d'assurance vie. Ceux qui n'en souffrent pas sont plus disposé (87%) à souscrire à l'assurance-vie.

3.3. Déterminants du placement des ménages (multivariée)

Les résultats du modèle Probit (Tableau 12) nous révèlent que le modèle estimé est globalement bon au seuil de 1% (p<1%), cela suggère qu'il existe au moins une variable explicative qui soit significatif.

Tableau 12 : Résultat du modèle Probit

Probit régression	Nombre d'observation=85 Wald chi2 (19)=47.51		Prob>chi2=0.0003 Pseudo R2=0.6389	
Disposition à souscrire	Effets marginaux	Coefficient	Z	Prob
Sexe (Masculin)	0.6159221	1.746293	3.05	**0.002*****
Age (30-39 ans)	-0.388138	-0.9921856	-2.80	**0.005*****
Statut matrimonial (Mariés)	0.9599548	2.453904	3.61	**0.000*****
Niveau d'étude (Licence)	0.2876178	0.7352288	1.13	0.259
Profession	0.0728566	0.1862412	0.58	0.561
Religion	-0.0168128	-0.42978	-0.17	0.865
Taille du ménage	0.0856238	0.2188775	1.81	**0.071***
Personnes active	-0.1895249	-0.4844768	-1.95	**0.052****

Enfant de moins de 5 ans	0.6929294	3.189279	4.43	**0.000*** **
Héritage des parents	-0.1566301	-0.3972403	-0.73	0.464
Héritage pour les enfants	-0.7644446	-2.555823	-3.59	**0.000*** **
Revenu	0.3954195	1.010799	2.65	**0.008*** **
Voyage à l'étranger	-0.1641161	-0.4281134	-0.59	0.555
Accès aux informations	-0.2116157	-0.5477968	-1.11	0.265
Confiance aux entreprises	0.8900398	4.071924	3.58	**0.000*** **
Influence des pairs	-0.2268898	-0.5794614	-0.95	0.341
Habitude d'assurance	-0.4944365	-1.34512	-2.12	**0.034** **
Maladie chronique	0.3580981	1.026324	1.17	0.242
_Cons		-5.168428	-1.71	0.088

Légende : ***significative à 1%, **significative à 5%, *significative à 10%

Source : Résultats issus des analyses du logiciel Stata 16.

Le modèle estimé nous renseigne que les variables sexe, statut matrimonial, taille du ménage, enfants de moins de 5 ans, revenu, confiance aux entreprises d'assurance influent positivement sur la décision des ménages à souscrire à une assurance vie. Par contre les variables âge pour la tranche de 30-39 ans, personnes actives, héritage pour enfants et habitudes d'assurance influent négativement sur la probabilité des ménages à pouvoir souscrire à l'assurance vie.

4. Discussion et limitations

Nos résultats convergent avec ceux Wang (2010), Sarkodie et Yusif (2015) et Luciano et al. (2016) dans la mesure où les ménages dont le chef de famille sont des hommes sont plus disposés à souscrire à une assurance vie et ceci confirme notre signe attendu.

Concernant le statut matrimonial, le résultat trouvé dans cette étude converge avec celui de Gemmo et Al. (2016) qui atteste que les mariés ont une plus grande probabilité de détenir une assurance-vie. Ceci peut être expliquer par le fait que la majorité des mariés en Afrique ont souvent plus de charge à supporter.

Les ménages qui ont des enfants de bas âge (moins de 5 ans) sont disposés à souscrire à une assurance vie. Ces résultats rencontrent celui de Leibenberg et Coll. (2012) qui constatent une relation significative entre les évènements de la vie individuelle, tels que la nouvelle parentalité et la demande d'assurance vie. Ceci peut s'expliquer dans la mesure ou plus un ménage à des enfants de bas âges, plus il sera tenté de souscrire à l'assurance vie suite aux besoins de soutiens financiers que la famille peut avoir lorsque des circonstances imprévues

surviennent au pilier financier familial tel qu'une mort subite. Ça confirme également notre signe attendu.

S'agissant du revenu, les résultats de cette étude corroborent avec ceux de Wang (2010), Shiferaw (2017), Redzuan (2009) et Odemba (2013) qui soutiennent que les ménages qui disposent d'un revenu élevé sont plus disposés à souscrire à une assurance vie. Ce qui vient confirmer notre signe attendu.

La confiance aux entreprises d'assurances est un facteur très déterminant dans la souscription aux assurances vie des ménages. Etant donné que cette assurance qui contribue d'une part à la sécurité des familles et à la pérennité des entreprises est réalisé par compensation des conséquences des accidents qui menacent leur patrimoine ou la sécurité de leurs revenus et d'autres part, elle suscite une épargne collective qui est investi à l'économie nationale et contribue fortement au développement de cette dernière. Ces résultats confirment valident notre signe attendu.

Les résultats renseignent que l'âge dans la tranche de 30-39 ans influe négativement sur la demande d'assurance vie. Ceci peut s'expliquer dans la mesure ou une population vieillissante perd d'habitude d'épargne en raison du manque de fonds financiers ainsi que des dépenses élevées en matière de primes et croissance du risque de décès ne peut pas se permettre d'acheter des produits d'assurance vie. Mais aussi, les veilles personnes sont plus collées aux coutumes en Afrique et cela peut avoir de l'influence négative sur le comportement des ménages (2017). Le signe attendu a bel et bien été validé.

Concernant l'héritage pour les enfants, les résultats trouvés ne corroborent pas au signe attendu puise qu'ils renseignent une influence négative sur la demande d'assurance vie ce qui n'était pas le cas à l'hypothèse empirique posée. Mais il peut être expliquer dans la mesure où si les chefs de famille préfèrent laisser un legs à leurs enfants, ils doivent tenir compte des éventuelles taxes successorales. Parfois, la taxe peut être de trop important pour être payé en utilisant leurs liquidités existantes. Les héritiers peuvent utiliser les prestations de décès de l'assurance-vie de l'assuré pour payer la facture des droits de succession. Ce qui explique l'attitude négative des ménages à l'égard de laisser un legs soit négativement associée à la souscription des assurances vie.

Le fait que certains ménages assurent leurs biens impact négativement sur la demande d'assurance vie. Ceci peut s'expliquer du fait que la SONAS ayant échoué dans ses missions avant la libéralisation du secteur, peut être un facteur de réticence de certains ménages.

Conclusion et perspectives

Les résultats de cette étude présentent également quelques limites que nous relevons comme suit :

(i) La taille de l'échantillon non probabiliste de 100 ménages ne nous permet pas de généraliser les résultats sur l'ensemble de la population Kinoise suite à sa non représentativité ;

(ii) Plusieurs autres facteurs non pris en compte pourraient également expliquer le comportement des ménages en matière de placement en assurance vie tels que : l'origine linguistique, les actifs non financiers, les attitudes face au risque, etc.

Au-delà de toutes ces limites, la présente étude a le mérite d'être considéré comme une réponse clé auxquelles le secteur des assurances pourrait se focaliser pour accroitre son offre en produits d'assurance vie ; mais aussi faire comprendre aux consommateurs potentiels qui sont les ménages de la nécessité de ce produit d'assurance.

Il convient de marteler que l'adoption des produits d'assurances vies auprès des ménages de Kinshasa connaitra une réussite que si les entreprises travaillent sur les facteurs déterminant affectant le comportement des ménages en matière de placement en assurance vie tels que : La confiance vis-à-vis de ces entreprises en proposant un service de qualité ; L'offre des nouveaux produits personnalisés par exemple aux nouvelles parentalités, aux nouveaux mariés ainsi qu'à ceux qui assurent leurs biens, question de les booster à assurer également leurs propres vies ; et la nécessité d'élever le niveau d'éducation de la population pour améliorer la compréhension des produits financiers présentés sur le marché et des avantages possibles de leur utilisation par les consommateurs potentiels.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES :

1. Abdul-Fatawu M, Logubayom AI & Abonongo J. (2019). Determinants of the demand for life insurance in the Northern Region of Ghana – A study of the Tamale Metropolis. The Journal of Risk Management and Insurance, **23**(1): 52-69.
2. Baek E & DeVaney SA. (2005). Human capital, bequest motives, risk, and the purchase of life insurance. Journal of Personal Finance, **4**(2): 62-84.
3. Beck T & Webb I. (2003). Economic, Demographic and Institutional Determinants of Life Insurance Consumption across Countries, The World Bank Economic Review, **17**(1): 51-88.
4. Bernheim BD. (1991). How strong are bequest motives? Evidence based on estimates of the demand for life insurance and annuities. Journal of Political Economy, **99** : 899-927.
5. Borch K. (1974). The Mathematical Theory of Insurance, D. C. Health and Company Lexington.
6. Campbell RA. (1980). The demand for life insurance: an application of the economics of uncertainty, the journal of finance, **35**(5): 1155-72.
7. Chen R, Wong KA & Lee HC. (2001). Age, period and cohort effects on life insurance purchases in the U.S. The Journal of Risk and Insurance, **68:** 303-327.
8. Craig C. (2006). La protection des pauvres : guide de micro-assurance, co-publié par le bureau international du travail (BIT), la fondation Munich-Re et le CGAP, Genève.
9. Curak M, Dzaja I and Pupur S. (2013). The effect of social and demographic factor on life insurance demand in croatia, **4(**9).
10. Fischer S. (1973). A life cycle model of life insurance purchases, in International Economic Review, **14**: 132-152.
11. Gemmo I and Gotz M. (2016). Life insurance and demographic change: an empirical analysis of surrender decisions based on panel data, international center for insurance regulation, Goethe Univesity Frankfurt, Working paper, series Number 24.
12. Gnoufougou Doman. (2021) « Effet de l'implication du consommateur sur le co mportement d'achat de produits alimentaires b iologiques : Rô les modérateurs de l'âge et du niveau du revenu », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 4 : Numéro 1 » pp : 125 -149.
13. Hakansson NH. (1969). Optimal Investment, and Consumption Strategies Under Risk, An Uncertain Lifetime, and Insurance, in International Economic Review, **10**: 443-466.

14. Hau A. (2020). Liquidity, estate liquidation, charitable motives and life insurance demand by retired singles. The Journal of Risk and Insurance, **67**(1): 123–141.
15. Hau, A. (2000) Liquidity, estate liquidation, charitable motives and life insurance demand by retired singles. The Journal of Risk and Insurance. 67(1), pp. 123–141, disponible sur : https://doi.org/10.2307/253680
16. Heo W, Grable, EJ & Charterrjee S. (2013). Life Insurance Consumption as a Function of Wealth Change, Financial Services Review, **22**(4): 389-404.
17. Kamega A et Planchet F. (2012). Présentation du marché de l'assurance vie en Afrique subsaharienne francophone, Version 1.12, paris.
18. Kjosevski J. (2012). The determinants of life insurance demand in central and Southeastern Europe, International Journal of Economics and Finance, **4**(3): 237–247.
19. Kurdys-Kujawaska A and Sompolska-Rzechula A. (2019). Determinants of demand for life insurance: the example of farmers from north-west poland, Researsh papers of wroclaw university of economics, Volume 63, Number 7.
20. Li D, Moshirian F, Nguyen P & Wee T. (2007). The demand for life insurance in OECD countries, Journal of Risk & Insurance, **74(**3): 637-652.
21. Liebenberg AP, Carson JM and Dumm RE. (2012). A dynamic analysis of the demand for life insurance. The Journal of Risk and Insurance, **79**(3): 619–644.
22. Luciano E, Outreville JF and Rossi M. (2016). Life Insurance Ownership by Italian Households: A Gender-Based Differences Analysis. The Geneva Papers on Risk and Insurance - Issues and Practice, **41**(3): 468-490.
23. Mini, Li, (2008) Factors influencing households' demand for life insurance, a thesis presented to the faculty of the graduate school at the university of missouri-columbia, in partial fulfillment of the requirements for the degree master of science.
24. Mossin J. (1968). Aspects of Rational Insurance Purchasing, in The Journal of Political Economy, **76**: 553-568.
25. Narradda SK, Lin L & Haq I. (2016). Economic and demographic characteristics, social capital, and demand for life insurance: Evidence from Central Region of Sri Lanka. Ecoforum, **2**(9): 74-82.
26. Novovic BM, Bacovic M, Julija C and Lipovina BM. (2017). Factors influencing life insurance market development in Montenegro, Periodica polytechnica social and management sciences, 141–149.

27. Odemba J. (2013). Factors affecting uptake of life insurance in kenya, a research project submitted in partial fulfillment of the requirement for the award of the degree of master of business administration, school of business, university of Nairobi.
28. Pliska SR & Ye J. (2007). Optimal life insurance purchase and consumption/investment under uncertain lifetime. Jounal of Banking & finance, **31**: 1307-1319.
29. Redzuan H, Zuriah AR & Aidid S. (2009). Economic Determinants of Family Takaful Consumption: Evidence from Malaysia, International Review of Business Research Papers, **5**(5): 193-211.
30. Redzuan, H. (2011) Analysis Of The Demand For Life Insurance And Family Takaful.
31. Romeyns, Melissa. (2019). Sommes-nous tous indifférents face aux stratégies marketing des sites de vente en ligne Le cas des acheteurs impulsifs. Louvain School of Management, Université catholique de Louvain. Prom. : Olivier de Broqueville. http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:21003
32. Sarkodie E & Yusif HM. (2015). Determinants of life insurance demand, consumer perspective − a case study of the Ayeduase-Kumasi Community, Ghana. Business and Economics Journal, **6**(3): 670-682.
33. Shiferaw A. (2017). Factors affecting life insurance demand: a case study on Ethiopian insurance corporation, A Research Submitted to the School of Graduate Studies of Saint Merry University in Partial Fulfillment of Degree of Masters of General Business Administration.
34. Sibel, C., & Mustafa, M. K. (2009) Determinants of Demand for Life Insurance in European Countries. Problems and Perspectives in Management, 7 (3), 32-37.
35. Sossou G.A. and Gbere I.Y. (2003) La demande d'asssurance vie dans un environnement de libéralisation financière : cas du Benin, Bureau international du travail.
36. Sze yin G. (2015). Factors influencing life insurance consumption, A research project submitted in partial fulfilment of the requirement for the degree of Master of Business Administration, Universiti Tunku Abdul Rahman Faculty of Accountancy and Management.
37. Treerattanapun, A. (2011) The impact of culture on non-life insurance consumption. Paper presented at Wharton Research Scholars Project. The University of Pennsylvania. http://repository.upenn.edu/cgi/view-content.cgi?article=1078&context=wharton_research_scholars

38. Wang H. (2010). Factors influencing consumers' life insurance purchasing decisions in china, a thesis submitted to the faculty of graduate studies of the university of manitoba in partial fulfillment of the requirements for the degree of master of science department of agribusiness and agricultural economics university of manitoba winnipeg, Manitoba.
39. Ward D, & Zurbruegg R. (2002). Law, Politics and Life Insurance Consumption in Asia, Geneva Papers on Risk and Insurance, **27 (**3): 395-412.
40. Yaari ME. (1965). Uncertain Lifetime, Life Insurance, and the Theory of Consumer, Review of Economic Studies, **32**: 132-150.
41. Yiing JL, & Yi YG. (2012). Purchase Decision of Life Insurance Policies among Malaysians, International Journal of Social Science and Humanity, **2**(5): 415- 20.
42. Zietz EN. (2003). An examination of the demand for life insurance. Risk Management and Insurance Review. **6**(2): 159–191.