

*Sylwester Kozak*

## **Zmiany struktury kanałów dystrybucji a poprawa warunków konkurencji w sektorze ubezpieczeń w Polsce w latach 2002-2009**

### **Changes of distribution channels and improvements of the competition conditions in the insurance sector in Poland for the period 2002-2009**

*Integracja z systemem finansowym Unii Europejskiej była źródłem istotnych zmian w polskim sektorze ubezpieczeń. Okres lat 2002-2009 charakteryzował się wzrostem inwestycji zagranicznego kapitału oraz zwiększeniem konkurencji ze strony zakładów krajowych i zagranicznych. Jedną z istotniejszych konsekwencji tego procesu było rozszerzenie asortymentu o nowe usługi oraz zmiana struktury kanałów dystrybucji ubezpieczeń. Celem badań jest analiza zmian w strukturze produktów ubezpieczeniowych oraz struktury kanałów ich dystrybucji w latach 2002-2009. Badania przeprowadzono na podstawie danych o zakładach ubezpieczeń, jakie publikuje Komisja Nadzoru Finansowego (KNF) i Polska Izba Ubezpieczeń (PIU). Wyniki analizy wskazują, że wraz ze zwiększeniem zaangażowania kapitału zagranicznego w sektorze oraz poprawą sytuacji gospodarczej po integracji Polski z UE wzrosło znaczenie grupy średnich zakładów i spadł poziom koncentracji rynku. Zakłady zmieniły strukturę produktów częściowo oferując polisy ubezpieczeń na życie jako instrument inwestycji oszczędności oraz zmniejszając udział ubezpieczeń komunikacyjnych na korzyść ubezpieczeń finansowego i majątkowych. Ubezpieczyciele przebudowali strukturę kanałów dystrybucji zwiększając istotnie sprzedaż produktów ubezpieczeniowych przez sieć placówek bankowych, doprowadzając do silnej dywersyfikacji form sprzedaży ubezpieczeń w Polsce. Wzrastającym kanałem dystrybucji, choć nadal o niewielkich rozmiarach, stała się sprzedaż przez Internet i telefon.*

### **Wstęp**

W latach 2002-2009 sektor ubezpieczeń w Polsce podlegał istotnej restrukturyzacji. W początkowym okresie zmiany w dużej mierze wynikały z konieczności przystosowania się zakładów ubezpieczeń do wypełnienia wymogów technicznych i organizacyjnych stawianych przez regulacje obowiązujące w sektorze ubezpieczeń Unii Europejskiej. Dodatkowo na działalność i wyniki sektora istotny wpływ wywarło zwiększone zaangażowanie kapitałowe zagranicznych ubezpieczycieli i wzrost udziału w rynku kontrolowanych przez nich zakładów.

Druga część analizowanego okresu to proces integracji z europejskim sektorem ubezpieczeń. Eliminacja barier w transferze kapitału inwestycyjnego z innych obszarów UE, wzrost konkurencji i konieczność rozszerzenia asortymentu o nowe usługi, a także

potrzeba przetrwania skutków globalnego kryzysu finansowego to ważniejsze czynniki kształtujące stan sektora ubezpieczeń w Polsce po 2004 r.

Dla sposobu funkcjonowania sektora ubezpieczeń, a także tworzących go zakładów jedną z ważniejszych kwestii jest sposób organizacji rynku oraz struktura kanałów dystrybucji produktów ubezpieczeniowych. W Polsce, podobnie jak w innych państwach Europy Środkowo-Wschodniej do końca lat 1990. sektor ubezpieczeń pozostawał silnie skoncentrowany<sup>1</sup>. Ze względu na oczekiwane wejście do Unii Europejskiej, na początku lat 2000. zakłady uzyskały nie tylko teoretyczną, ale i praktyczną możliwość pozyskiwania większej kwoty kapitału zagranicznego. Wynikało to ze zwiększonego zainteresowania zachodnioeuropejskich ubezpieczycieli wejściem na polski rynek, który dawał perspektywę szybkiego rozwoju i uzyskania wyższych stóp zwrotu z inwestycji niż w ich państwach macierzystych.

W konsekwencji wzrosło znaczenie grupy średnich zakładów o większościowym kapitale zagranicznym. Doprowadziło to do obniżenia koncentracji rynku ubezpieczeń i poprawy warunków konkurencji. Wyższa konkurencja, już nie tylko ze strony krajowych, ale i zagranicznych ubezpieczycieli stała się podstawą do poszukiwania optymalnej struktury kanałów dystrybucji produktów ubezpieczeniowych. Dla utrzymania dogodnej pozycji na rynku zakłady wykorzystywały wieloletnie doświadczenie zagranicznych ubezpieczycieli i skierowały swoją ofertę do klientów poprzez placówki bankowe, a także wdrożyły nowoczesne technologie umożliwiające bezpośrednio sprzedaż polis przy użyciu Internetu i telefonu.

Celem artykułu jest zaprezentowanie zmian produktowej i organizacyjnej struktury rynku ubezpieczeń oraz zmian struktury kanałów dystrybucji produktów ubezpieczeniowych, jakie zaszły w Polsce w latach 2002-2009. Przeprowadzona analiza bazuje na danych z zakładów ubezpieczeń publikowanych przez Komisję Nadzoru Finansowego (KNF) i Polską Izbę Ubezpieczeń (PIU). Jej wyniki wskazują, że wraz z obniżaniem się koncentracji rynku i poprawą warunków konkurencji zakłady w znacznym stopniu wykorzystywały system *bancassurance* oraz Internet do sprzedaży ubezpieczeń działu I i działu II. W przypadku ubezpieczeń na życie, w drugiej połowie dekady lat 2000. placówki bankowe stały się jednym z podstawowych kanałów dystrybucji, wspólnie ze sprzedażą własną i przy pomocy agentów prywatnych. W przypadku ubezpieczeń działu II sieć bankowa i Internet istotnie zwiększyły swe znaczenie w systemie sprzedaży, stając się ważnymi, choć nie podstawowymi kanałami dystrybucji. Agenci indywidualni i instytucjonalni oraz pracownicy zakładów pozostali nadal głównymi dystrybutorami polis ubezpieczeniowych.

Pozostała część artykułu zorganizowana jest w następujący sposób. Pierwszy rozdział przedstawia strukturę sektora i rozmiary jego działania oraz formy sprzedaży oferowanych przez niego produktów ochrony ubezpieczeniowej. Kolejny analizuje kanały dystrybucji stosowane w sprzedaży ubezpieczeń działu I i II, a następny skalę wykorzystania podstawowych kanałów dystrybucji w całym sektorze ubezpieczeń. Całość podsumowano we wnioskach.

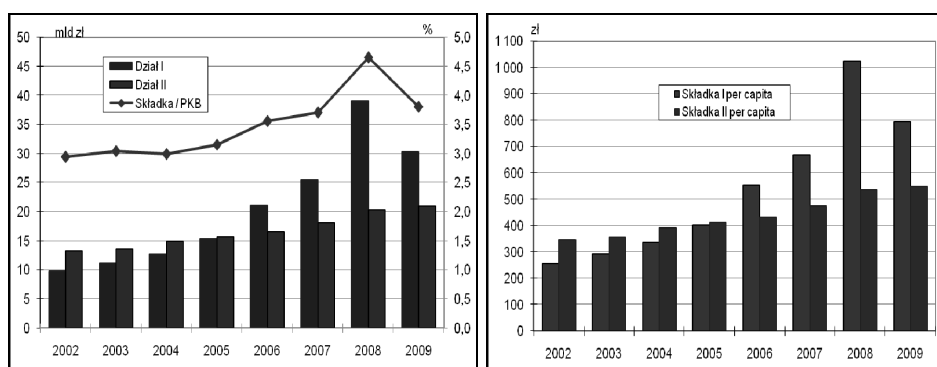
---

<sup>1</sup> Zgodnie z danymi CEA w 1996 r. w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, tj. Czechy, Polska, Słowacja, Słowenia, Węgry wskaźnik udziału w rynku pięciu największych zakładów znacznie przekraczał 90%, zarówno w sektorze ubezpieczeń na życie, jak i nie na życie; zob. CEA, *European Insurance in Figures*, CEA Statistics no. 36, October 2008.

## Struktura i wyniki działalności sektora ubezpieczeń w Polsce

Poprawiająca się sytuacja gospodarcza w Polsce stwarzała korzystne warunki do rozwoju sektora ubezpieczeń. Począwszy od II połowy 2003 r. zarówno produkt krajowy brutto, jak i średnie płace zwiększały swoje wartości podnosząc popyt na ubezpieczenia działu I i działu II (rys. 1). Poprawa koniunktury gospodarczej najsilniej zaznaczyła się w wynikach działu I. Gospodarstwa domowe lokowały wzrastające oszczędności w polisach na życie (grupa 1), a w okresie silnych wzrostów cen na giełdzie papierów wartościowych w latach 2006-2007, w polisach na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. W efekcie, pomiędzy 2002 r. a 2008 r. składka przypisana brutto w dziale I wzrosła niemal czterokrotnie. Lepsze wyniki przedsiębiorstw, wzrost importu samochodów w pierwszych latach integracji Polski z UE pozwoliły również zakładom ubezpieczeń działu II na istotne podniesienie wartości składki przypisanej brutto.

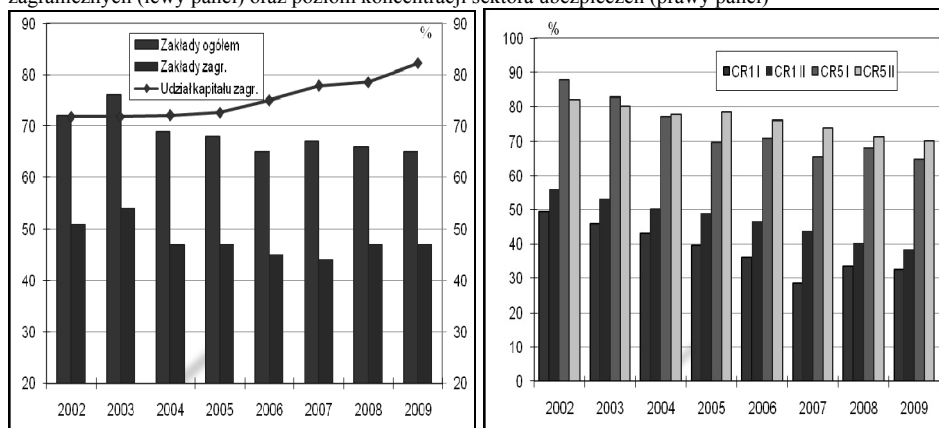
Rysunek 1. Składka przypisana brutto ubezpieczeń działu I i II oraz składka sektora w odniesieniu do PKB (lewy panel) i składka działu I i II per capita (prawy panel)



Źródło: GUS, KNF.

Czynnikiem wzmacniającym popyt na produkty ubezpieczeniowe było przystąpienie Polski do UE w 2004 r. Konsekwencją eliminacji barier w transferze dóbr i kapitału, a także włączenia polskiego sektora finansowego do jednolitego rynku finansowego było zwiększenie inwestycji zagranicznych w sektorze realnym i sektorze finansowym oraz poprawa koniunktury gospodarczej. W przypadku sektora ubezpieczeń zagraniczni inwestorzy dokapitalizowali kontrolowane dotychczas zakłady, a także tworzyli nowe podmioty (rys. 2). Wzrost ich udziału w rynku doprowadził do osłabienia dominacji największych podmiotów, zarówno w dziale I, jak i dziale II. Ich udział w rynku spadł z około 50% do poziomu, odpowiednio, 32% i 38%. Takie przemiany miały korzystne znaczenie dla warunków konkurencji na rynku ubezpieczeń. Wskaźniki koncentracji pięciu największych zakładów obniżając się w 2009 r. do poziomów 65% (dział I) i 70% (dział II) zbliżyły się do wartości średnich dla całej Unii Europejskiej wynoszących około 56%.

Rysunek 2. Liczba zakładów ubezpieczeń i udział rynkowy zakładów kontrolowanych przez inwestorów zagranicznych (lewy panel) oraz poziom koncentracji sektora ubezpieczeń (prawy panel)



Zródło: KNF, PIU.

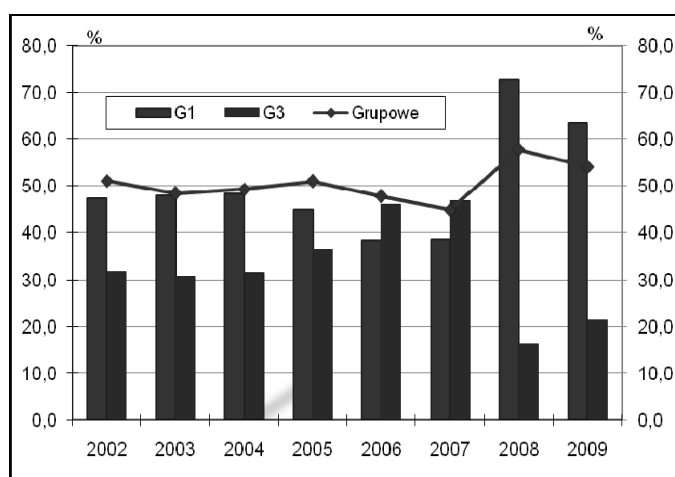
Zwiększona konkurencja ze strony zakładów o większościowym kapitale zagranicznym, poprawiająca się koniunktura gospodarcza i ogólny rozwój sektora ubezpieczeń przyczyniły się do zmiany jego struktury produktowej. W dziale I, zarówno przed, jak i po wejściu do UE, dominującymi produktami pozostały ubezpieczenia na życie i dożycie (grupa 1) (rys. 3). W większości przypadków pełniły one funkcję instrumentów inwestycyjnych, a w latach 2008-2009, sprzedawane przez banki w formie poliso-lokat, stały się substytutem krótkoterminowych lokat bankowych. Drugim produktem, pod względem udziału w rynku, stały się ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Jednak wielkość składki przypisanej brutto ubezpieczeń z grupy 3 nie była stabilna. Silnie zwiększała się w okresie wzrostów indeksów giełdowych, ale i w jeszcze szybszym tempie malała w okresach spadających cen akcji. Znacznie mniejszy wpływ na pozyskiwanie składki działo I miały ubezpieczenia wypadkowe i chorobowe, a ich udział utrzymywał się na średnim poziomie około 15%. Pozostałe produkty działo I nie miały istotnego znaczenia dla działalności zakładów.

Dla wyników finansowych zakładów, a także dla organizacji dystrybucji produktów działo I, ważnym okazał się sposób zawierania umowy ubezpieczenia. Wielkości pozyskanej składki przy pomocy umów grupowych i indywidualnych przez wiele lat utrzymywały się na zbliżonym poziomie. Jednak w ostatnich dwóch latach, charakteryzujących się silnym wzrostem składki, szczególnie pozyskiwanej w systemie *bancassurance*, zaznaczyła się wyraźna przewaga umów grupowych. Ich udział w 2008 r. dochodził do poziomu 58% (rys. 3). W wielu wypadkach ubezpieczenia grupowe wykorzystywały przedsiębiorstwa włączając je do systemu wynagradzania pracowników, jako element motywacji.

W składce przypisanej brutto w dziale II przeważająca część pochodzi z ubezpieczeń komunikacyjnych (grupy: 3 i 10) (rys. 4). Początkowy wzrost popytu na te produkty wynikał ze zwiększonego importu samochodów z krajów Europy Zachodniej

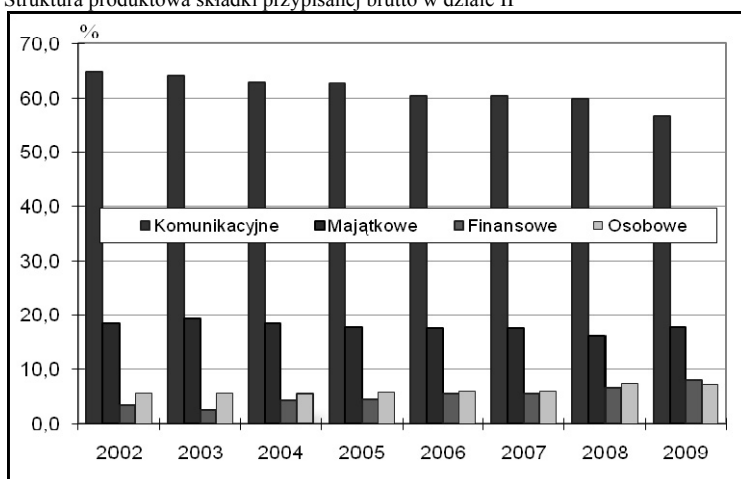
w pierwszych latach po wejściu Polski do UE<sup>2</sup>. Jednak w kolejnych latach ich udział systematycznie się obniżał. Drugim pod względem wielkości źródłem składki przypisanej brutto w dziale II są ubezpieczenia majątkowe (grupa 8 i grupa 9). Ich udział niemal przez cały okres utrzymywał się na poziomie zbliżonym do 18%. Duża wartość składki była wynikiem m.in. z rosnących cen ubezpieczanych nieruchomości.

Rysunek 3. Struktura produktowa składki przypisanej brutto w dziale I oraz struktura pod względem formy zawierania umowy ubezpieczenia



Źródło: KNF, PIU.

Rysunek 4. Struktura produktowa składki przypisanej brutto w dziale II



Źródło: KNF, NBP.

<sup>2</sup> KNUiFE, *Rynek Ubezpieczeń 2005*, Komisja Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Warszawa 2006.

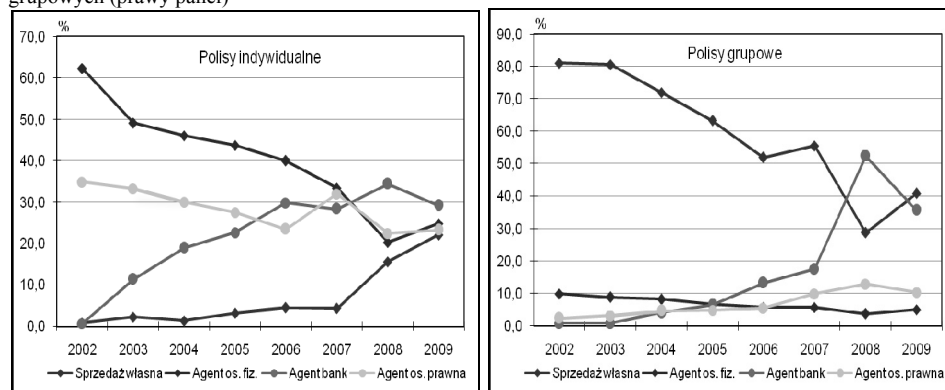
Wzrastający udział w rynku stanowiły ubezpieczenia finansowe (grupa 14-16). Składka pozyskana przez te ubezpieczenia na koniec 2009 r. stanowiła 8,1%, podczas gdy w 2002 r. tylko 3,4%. Umowy ubezpieczenia ryzyka finansowego stały się często stosowaną formą zabezpieczenia kredytów bankowych. Wzrost sumy udzielanych przez banki kredytów mieszkaniowych i konsumpcyjnych pozwala ubezpieczycielom na sprzedaż nowych polis. Ubezpieczenia osobowe to kolejna grupa ubezpieczeń o znacznie szybciej wzrastającej składce niż ubezpieczenia komunikacyjne. Wzrost składki z tytułu zawarcia tego rodzaju ubezpieczeń również miał istotny związek z działalnością kredytową banków. Stosowały je bowiem zamiennie zamiast prowizji od udzielanego kredytu, a także jako jego dodatkowe zabezpieczenie w przypadku nieszczęśliwego wypadku lub choroby kredytobiorcy, uniemożliwiającej mu zarobkowanie. Wartość składki przypisanej brutto dla ubezpieczeń z grup 1 i 2 wyraźnie wzrosła w 2008 r. w okresie nasilenia przez banki akcji kredytowej. Zahamowanie tempa wzrostu sumy kredytów mieszkaniowych w 2009 r. przyczyniło się do nieznacznego obniżenia udziału tych ubezpieczeń w rynku.

### **Zmiana struktury kanałów dystrybucji ubezpieczeń działów: I i II**

Wzrost zaangażowania zagranicznych inwestorów w sektorze ubezpieczeń miał istotny wpływ na udoskonalenie metod zarządzania zakładami oraz podniesienia technologicznego poziomu ich wyposażenia. Nowoczesne technologie umożliwiły ubezpieczycielom zmianę organizacji sprzedaży produktów ubezpieczeniowych. Zmiany te miały również związek z poprawą koniunktury gospodarczej. Wzrost popytu na produkty finansowe, zarówno pożyczkowe, jak i lokacyjne zmienił strukturę i lokalizację sprzedaży produktów ubezpieczeniowych. Coraz częściej popyt na ochronę ubezpieczeniową zaspakajany był w placówkach banków lub innych instytucji finansowych. Innymi miejscami zawierania umów ubezpieczenia były zakłady pracy, gdzie pracodawcy wykorzystywali je jako dodatkowe wynagrodzenie i podniesienie jakości warunków pracy.

Czynniki te wywierały wpływ na strategię sprzedaży zakładów ubezpieczeń. Indywidualne umowy ubezpieczenia działu I w coraz mniejszym stopniu zawierano za pośrednictwem indywidualnego agenta (rys. 5). Z niemal dwukrotnego spadku udziału tego kanału dystrybucji najbardziej skorzystały banki i zakłady ubezpieczeń, które przez sieć swoich placówek pozyskali ponad połowę składki przypisanej brutto z tytułu indywidualnych ubezpieczeń działu I. Silny wzrost udziału sprzedaży w systemie *bancassurance* w 2008 r. świadczy o dużym znaczeniu tego kanału w dystrybucji indywidualnych polis na życie i dożycie mających charakter lokacyjny, tzw. polis-lokat. Spadek udziału agentów indywidualnych w rynku wynikał m.in. ze wzrostu świadomości ekonomicznej społeczeństwa oraz powszechnej dostępności do informacji o ofertach ubezpieczeniowych przez strony internetowe i infolinie.

Rysunek 5. Struktura kanałów dystrybucji ubezpieczeń działu I dla polis indywidualnych (lewy panel) i polis grupowych (prawy panel)



Zródło: KNF, PIU.

W dystrybucji grupowych ubezpieczeń działu I w latach 2002-2009 największe znaczenie miała sieć placówek bankowych i sieć własnych placówek zakładu ubezpieczeń. Podobnie jak w przypadku dystrybucji polis indywidualnych w 2002 r. *bancassurance* było praktycznie niestosowaną metodą sprzedaży. Największy wzrost znaczenia tego kanału dystrybucji nastąpił w okresie poprawiającej się koniunktury gospodarczej, wzrostu zamożności gospodarstw domowych i wzrostu działalności kredytowej banków. Pozostałe kanały dystrybucji polis grupowych, m.in. brokerski, nie miały już tak istotnego znaczenia w działalności zakładów ubezpieczeń działu I.

W sektorze ubezpieczeń działu II, przez cały okres lat 2002-2009, najważniejszym kanałem dystrybucji byli agenci indywidualni. Wartość pozyskiwanej przez nich składki wzrosła szczególnie w latach 2005-2007. Można to wiązać ze zwiększonym importem samochodów do Polski. Działalność agentów indywidualnych jest najczęściej kojarzona ze sprzedażą polis ubezpieczeń komunikacyjnych, stąd wahania na rynku samochodowym znajdowały swoje odbicie w ich wynikach sprzedaży.

Sprzedaż własna zakładów ubezpieczeń była drugim pod względem udziału w rynku kanałem dystrybucji. Jej znaczenie systematycznie spadało, przede wszystkim, na rzecz sprzedaży przez agentów indywidualnych. Jednak w najbliższych latach należy oczekiwać poprawy ich wyników ze względu na stały, choć jeszcze niewielki, wzrost sprzedaży bezpośredniej przy użyciu Internetu i telefonu. Wielkość pozyskanej składki przypisanej brutto działu II poprzez ten nowoczesny kanał dystrybucji wzrosła z 93 mln zł w 2004 r. do 316 mln zł w 2008 r.<sup>3</sup>

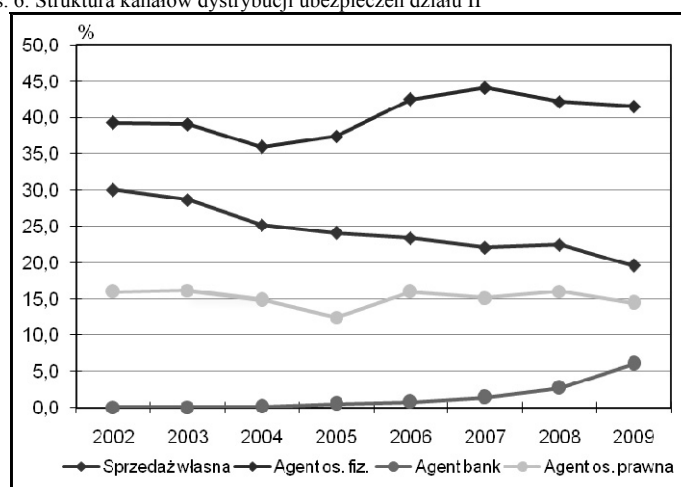
Kolejnym wzrostowym kanałem dystrybucji produktów ubezpieczeniowych działu II w latach 2002-2009 stała się sprzedaż w placówkach banków i innych instytucji finansowych, m.in. SKOK<sup>4</sup>-ów. Na początku pierwszej dekady lat 2000. system *bancassurance* w dystrybucji ubezpieczeń działu II był praktycznie niezauważalny.

<sup>3</sup> Dane z raportów rocznych PIU za lata 2005-2009.

<sup>4</sup> SKOK (spółdzielcza kasa oszczędnościowo-kredytowa) instytucją finansową działającą na podstawie ustawy z dnia 14 grudnia 1995 r. o spółdzielczych kasach oszczędnościowo-kredytowych. (Dz. U. z dnia 4 stycznia 1996 r.).

W 2002 r. poprzez placówki bankowe pozyskano składkę o wartości 28 mln zł, podczas gdy w 2009 r. już 1,3 mld zł. *Bancassurance* zawdzięcza swój rozwój głównie zwiększonej akcji kredytowej banków, notowanej po integracji Polski z rynkiem europejskim. Banki często dołączały różnego ubezpieczenia do pakietów podstawowych usług bankowych, m.in. rachunku bankowego, karty płatniczej, kredytu mieszkaniowego, samochodowego czy pożyczki gotówkowej. Rodzaj tych ubezpieczeń zależał od produktu bankowego, a do najczęstszych należały ubezpieczenia osobowe, majątkowe, komunikacyjne, finansowe i odpowiedzialności cywilnej.

Rys. 6. Struktura kanałów dystrybucji ubezpieczeń działu II



Źródło: KNF, PIU.

W analizowanym okresie ważnym kanałem dystrybucji ubezpieczeń działu II pozostawali również agenci-osoby prawne, którymi są m.in. dealerzy samochodów i placówki opieki medycznej. Wielkość sprzedaży polis przez dealerów w dużej mierze jest pochodną stanu rynku samochodowego, gdyż w największym stopniu oferują oni ubezpieczenia ryzyka komunikacyjnego. Z kolei rola placówek opieki medycznej w dystrybucji ubezpieczeń wynika ze wzrostu zainteresowania społeczeństwa dodatkowymi ubezpieczeniami opieki medycznej, m.in. medyczne *assistance*. Na stałym, bo około 15-procentowym poziomie utrzymywał się udział kanału brokerskiego, którego zasadniczą częścią są brokerzy-osoby prawne.

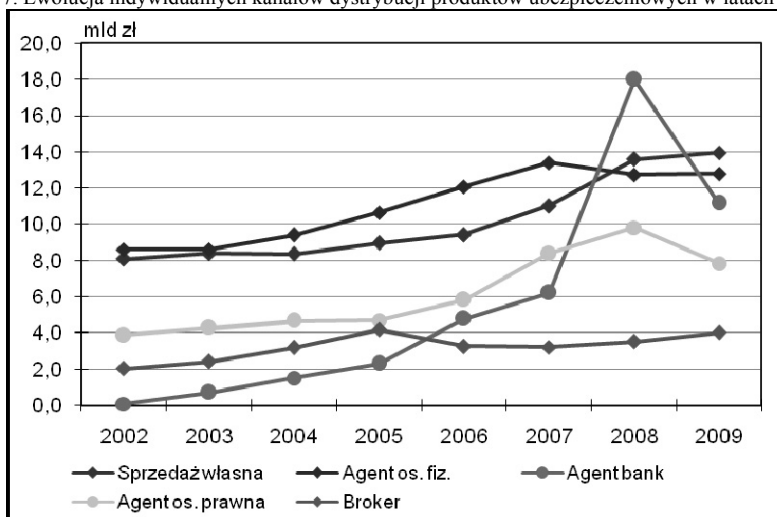
## Ewolucja kanałów dystrybucji produktów ubezpieczeniowych

Zapoczątkowana w II połowie 2003 r. poprawa koniunktury gospodarczej, a także wzrost zamożności gospodarstw domowych i podniesienie ich świadomości ekonomicznej stały się czynnikami kształtującymi strukturę kanałów dystrybucji produktów ubezpieczeniowych. Istotną rolę odegrał w tym względzie rozwój sektora bankowego i rynków finansowych. Na początku dekady lat 2000. Produkty ubezpieczeniowe sprzedawali głównie agenci indywidualni i pracownicy zakładów



ubezpieczeń (rys. 7). Taka struktura utrzymywała się niemal do początków integracji gospodarczej i finansowej Polski z UE. W dalszym okresie wzrost gospodarczy, import dużej liczby samochodów, a także wzrost akcji kredytowej banków przyczyniły się do zwiększenia sprzedaży przez placówki bankowe i agentów-osoby prawne.

Rysunek 7. Ewolucja indywidualnych kanałów dystrybucji produktów ubezpieczeniowych w latach 2002-2009



Źródło: KNF, PIU.

Analizując przebieg rozwoju indywidualnych metod sprzedaży produktów ubezpieczeniowych należy rozpocząć od sprzedaży własnej zakładów, która pomimo rosnącej konkurencji ze strony innych podmiotów, stała się największym, pod względem pozyskanej składki, kanałem dystrybucji produktów ubezpieczeniowych. Przez placówki zakładów, a także pracowników oddelegowanych do pracy w innych przedsiębiorstwach zakłady najczęściej sprzedawały ubezpieczenia działu II oraz grupowe polisy ubezpieczeń działu I. Największe wartości sprzedaży w placówkach własnych zakładów zanotowano w latach 2007-2009. Do dalszej poprawy wyników tego kanału dystrybucji może przyczynić się rosnąca, choć nadal bardzo niska, popularność sprzedaży bezpośredniej za pośrednictwem Internetu i telefonu.

Drugi pod względem wielkości sprzedaży kanał dystrybucji w latach 2002-2009 tworzyli agenci indywidualni. Obszarem ich największej aktywności były ubezpieczenia działu II. Wzrost sprzedaży przez ten kanał dystrybucji w latach 2004-2007 można wiązać ze wzrostem importu i sprzedaży samochodów. W sektorze ubezpieczeń działu I agenci indywidualni stracili nieznacznie swój udział na rzecz banków i instytucji finansowych. Dodatkowo wzrost sprzedaży przy użyciu Internetu i telefonu pozwala oczekiwać dalszego spadku sprzedaży polis przez agentów indywidualnych.

Kanałem dystrybucji produktów ubezpieczeniowych, który najsilniej rozwinął się w pierwszej dekadzie lat 2000. była sprzedaż przez placówki banków i instytucji finansowych. W największym stopniu wynika to ze wzrostu sprzedaży ubezpieczeń działu I, zarówno grupowych jak i indywidualnych. Uczestnictwo największych polskich banków w konglomeratach finansowych o kapitale założycielskim z Belgii, Hiszpanii,

Portugalii, czy Włoch, gdzie udział systemu *bancassurance* w sprzedaży ubezpieczeń na życie przekracza 50%, a w przypadku Portugalii wynosi 82%<sup>5</sup>, pozwala oczekiwać, że banki-córki w Polsce będą jeszcze bardziej niż dotychczas wykorzystywały ten kanał dystrybucji. W przypadku ubezpieczeń działu II, pomimo dynamicznego przyrostu wielkości sprzedaży w systemie *bancassurance* i osiągnięcia w 2009 r. 6-procentowego udziału w rynku, nie należy jednak oczekiwać tak silnego dalszego wzrostu. W żadnym kraju UE maksymalny udział *bancassurance* dla działu II nie przekracza 12%.

Dystrybucja ubezpieczeń przez agentów-osoby prawne w latach 2002-2009 systematycznie zwiększała swe znaczenie. Silny rozwój tego kanału dystrybucji notowany w latach 2004-2007 oznacza, że jest on w dużej mierze uzależniony od sytuacji na rynku motoryzacyjnym. Innym obszarem obecności agentów-osób prawnych są ubezpieczenia działu I, w tym ubezpieczenia grupowe, w których osiągnęli w drugiej części tego okresu coraz większe sukcesy.

Kanał brokerski nie zyskał sobie w analizowanym okresie większego zainteresowania. Stosunkowo niska sprzedaż ubezpieczeń przez brokerów świadczy, że, szczególnie po wejściu Polski do UE tracili oni udział w rynku na rzecz, m.in. agentów-osób prawnych.

## Wnioski

W latach 2002-2009 sektor ubezpieczeń w Polsce przeszedł silną transformację. Pierwsza część tego okresu charakteryzowała się dostosowywaniem zakładów ubezpieczeń do technicznych i regulacyjnych wymogów stawianych przez wspólnotowy system finansowy. Druga natomiast była okresem integracji z rynkami europejskimi i napływem kapitału inwestycyjnego do polskiego sektora ubezpieczeń. W tym czasie zakłady reorganizowały struktury swoich ofert i organizację dystrybucji ubezpieczeń, zarówno działu I, jak i działu II. Przemiany te przyniosły następujące efekty.

1. Zakłady ubezpieczeń silnie zdywersyfikowały kanały dystrybucji swoich produktów. W początkowym okresie niemal całkowicie sprzedaż prowadzono we własnych placówkach oraz przez agentów indywidualnych. Z kolei w ostatnich funkcjonowały trzy kanały o zbliżonych do siebie wartościach sprzedaży, tj. placówki własne, agenci-prywatni i *bancassurance*. Istotne znaczenie miała również dystrybucja przez agentów-osoby prawne oraz brokerów.
2. Pomimo pewnego osłabienia zainteresowania sprzedażą własną w latach 2004-2007, w porównaniu do innych form sprzedaży, stała się ona najsilniejszym kanałem dystrybucji ubezpieczeń. Jej pozycja może ulec w przyszłości poprawie w związku ze zwiększającą się bezpośrednią sprzedażą ubezpieczeń.
3. Agenci indywidualni nadal utrzymują wysoki udział w rynku ubezpieczeń. Obszarem ich największej aktywności były ubezpieczenia działu II, szczególnie ubezpieczenia komunikacyjne. Natomiast istotnie maleje ich udział w sprzedaży indywidualnych ubezpieczeń działu I.

---

<sup>5</sup> Dane z: CEA, *European Insurance in Figures*, CEA Statistics no. 42, November 2010.

4. Sprzedaż w systemie *bancassurance* doznała największych przyrostów w latach 2002-2009. Zakłady ubezpieczeń wykorzystywały tę formę dystrybucji głównie w stosunku do ubezpieczeń działu I, a w znacznie mniejszym stopniu w ubezpieczeniach działu II. Rozwój *bancassurance* w Polsce, w najbardziej zauważalnym stopniu, nastąpił po wejściu do UE w 2004 r., co było w dużej mierze efektem wzrostu akcji kredytowej banków, a także potrzeby lokowania oszczędności przez gospodarstwa domowe. Fakt uczestnictwa polskich instytucji finansowych w konglomeratach finansowych mających siedzibę w krajach o wysokim udziale *bancassurance* pozwala oczekiwać przeniesienia w przyszłości takiej strategii również do Polski.

### **Literatura:**

- CEA (2008): *European Insurance in Figures*, CEA Statistics no. 36, October 2008  
CEA (2010): *European Insurance in Figures*, CEA Statistics no. 42, November 2010  
GUS (2008): *Towarzystwa ubezpieczeniowe 2006-2007*, Główny Urząd Statystyczny Departament Finansów, Warszawa.  
GUS (2009): *Polski rynek ubezpieczeń 2004-2008*, Główny Urząd Statystyczny Departament Finansów, Warszawa.  
GUS (2010): *Polski rynek ubezpieczeń 2004-2010*, Główny Urząd Statystyczny Departament Finansów, Warszawa.  
KNF (2010): *Raport o stanie sektora ubezpieczeń po III kwartale 2009 roku*, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Warszawa.  
KNUiFE (2003): *Raport o sytuacji sektora ubezpieczeń 2002*, Urząd Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Warszawa.  
KNUiFE (2004): *Rynek Ubezpieczeń 2003*, Urząd Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Warszawa.  
KNUiFE (2005): *Sprzedaż ubezpieczeń przez Internet*, Urząd Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Warszawa.  
KNUiFE (2006): *Rynek Ubezpieczeń 2005*, Urząd Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Warszawa.  
PIU (2007): *Ubezpieczenia2006*, Polska Izba Ubezpieczeń, Warszawa.  
PIU (2008): *Ubezpieczenia2007*, Polska Izba Ubezpieczeń, Warszawa.  
PIU (2009): *Ubezpieczenia2008*, Polska Izba Ubezpieczeń, Warszawa.  
PIU (2010): *Ubezpieczenia2009*, Polska Izba Ubezpieczeń, Warszawa.  
Główny Urząd Statystyczny: [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)  
Polska Izba Ubezpieczeń: [www.piu.org.pl](http://www.piu.org.pl)  
Urząd Komisji Nadzoru Finansowego: [www.knf.gov.pl](http://www.knf.gov.pl)

### **Summary**

*Integration with the European Union was a source of significant changes in the Polish insurance sector. The period of 2002-2009 was characterized with the increase of foreign capital investment and the increase of competition from domestic and foreign insurers. One of the more important consequences of that process was the broadening of the range of products and changing of the structure of distribution channels. The goal of the analysis is the examination of the directions and scale of changes in the structure of insurance products and the structure of distribution channels in the year 2002-2009. The research is based on the data on insurance*

*companies from the Polish Financial Authorities (KNF) and the Polish Chamber of Insurance (PIU). The results indicate that with the increase of the foreign investments the insurance sector and the improvement of the economic situation of Poland, the significant increase of the market share of mid-sized insurance companies was recorded. At the same time the level of the sector concentration was lowered. Insurance companies changed the product structure, inter alia, by offering more life insurance as an investment vehicle for households' savings and reducing the share of communication insurance and increasing financial and property insurance. Transformation of the insurance sector during the period of 2002-2009 was also associated with the restructure of the sales system and a significant increase of the sales in the bancassurance system. As a result insurers achieved sales diversification in the insurance sector in Poland. Additionally the distribution with Internet and telephone became a growing distribution channel.*

**Informacje o autorze:**

**Dr Kozak Sylwester**

*Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego*

*Katedra Polityki Europejskiej, Finansów Publicznych i Marketingu*

*ul. Nowoursynowska 166*

*02-787 Warszawa*

*tel. 0-22 593 4060*

*e-mail: Sylwester\_Kozak@sggw.pl*