



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

KIERUNKI ZMIAN STRUKTURY PRODUKTOWEJ I KANAŁÓW SPRZEDAŻY W SEKTORZE UBEZPIECZENIOWYM W POLSCE I W UNII EUROPEJSKIEJ W LATACH 2002-2008

Sylwester Kozak

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Streszczenie: Celem badania jest analiza zmian w strukturze produktów ubezpieczeniowych i kanałów ich sprzedaży w latach 2002-2008 w Polsce w kontekście przemian dokonujących się w sektorach ubezpieczeń w innych krajach UE. Do badań wykorzystano dane z Komisji Nadzoru Finansowego, Polskiej Izby Ubezpieczeń i Europejskiego Stowarzyszenia Ubezpieczycieli CEA. Wyniki wskazują, że zakłady istotnie zmieniły strukturę produktową. Częściej oferowały ubezpieczenia na życie jako instrument inwestycji oszczędności, a także zmniejszyły udział ubezpieczeń komunikacyjnych na korzyść ubezpieczeń majątkowych i finansowych. Zmiana struktury produktowej wymagała reorganizacji struktury dystrybucji. Wzrosła sprzedaż przez placówki bankowe, a jednocześnie spadła sprzedaż w placówkach własnych oraz przez sieć agentów i brokerów. Taka tendencja przybliżyła strukturę dystrybucji produktów ubezpieczeniowych w Polsce do struktury występującej w Austrii, Belgii, Francji i Włoszech, tj. w krajach o systemach finansowych zorientowanych bankowo.

Słowa kluczowe: ubezpieczenia, kanały dystrybucji, integracja europejska

Wstęp

W latach 2002-2008 struktura kanałów sprzedaży produktów ubezpieczeniowych podlegała istotnym zmianom w Polsce i w innych krajach Unii Europejskiej. Skala zmian jest jednak w obu przypadkach istotnie zróżnicowana. Sektor ubezpieczeń w Polsce musiał nadrabiać zaległości jakie przez wiele lat narosły w stosunku do sektorów ubezpieczeń w wysoko rozwiniętych krajach UE. Spowodowało to, że w początkowych latach zakłady ubezpieczeń dążyły do wypełnienia wymogów technicznych i organizacyjnych, jakie stawiały regulacje obowiązujące w sektorze ubezpieczeń Unii Europejskiej. Ponadto na działalność i wyniki sektora istotny wpływ wywierało zwiększone w tym czasie zaangażowanie kapitałowe zagranicznych ubezpieczycieli i wzrost udziału rynkowego kontrolowanych przez nich zakładów.

Z kolei organizacja sektora ubezpieczeń w krajach UE-15 nie uległa większym zmianom. Zarówno zakres produktów, jak i sposób ich dystrybucji utrzymywały się w tym okresie w ustalonym kształcie. Zakłady ubezpieczeń wykorzystywały ułatwienia jakie niosły za sobą reguły jednolitego europejskiego systemu finansowego i zasady *jednego paszportu* dla instytucji ubezpieczeniowych, ustanowione na początku lat 1990. Kolejnym czynnikiem stymulującym rozwój sektora ubezpieczeń było wprowadzenie wspólnej waluty euro w 1999 r. Ubezpieczyciele w większości krajów kontynuowali dotychczasowe kierunki rozwoju, m.in. produktów ubezpieczeniowych na życie, czy ubezpieczeń komunikacyjnych, ubezpieczeń wypadkowych i chorobowych. Podobnie, niewielkim zmianom

podlegała struktura kanałów sprzedaży produktów ubezpieczeniowych w krajach EU-15. Zakłady głównie rozwijały sprzedaż w systemie *bancassurance*, za pośrednictwem agentów i brokerów, a w mniejszym stopniu poprzez własne placówki.

Celem artykułu jest zaprezentowanie zmian struktury kanałów sprzedaży produktów ubezpieczeniowych jakie miały miejsce w polskim sektorze ubezpieczeń oraz porównanie ich do odpowiednich zmian zachodzących w krajach Unii Europejskiej w latach 2002-2008. Dla potrzeb analizy wykorzystano dane finansowe nt. polskich zakładów ubezpieczeń publikowanych przez Komisję Nadzoru Finansowego (KNF) i Polską Izbę Ubezpieczeń (PIU) oraz danych z Europejskiego Stowarzyszenia Ubezpieczycieli (CEA). Uzyskane wyniki wskazują, że wraz ze wzrostem znaczenia w sektorze średnich zakładów, głównie z wielkościowym kapitałem zagranicznym, obniżała się koncentracja rynku i poprawiały warunki konkurencji. W strukturze kanałów sprzedaży produktów ubezpieczeniowych coraz większą rolę pełnił system *bancassurance*, który jeszcze na początku analizowanego okresu był niemal nieobecny w Polsce, natomiast w krajach UE był jednym z podstawowych kanałów dystrybucji ubezpieczeń na życie. W przypadku ubezpieczeń nie na życie model *bancassurance* istotnie zwiększył swe znaczenie w systemie sprzedaży, stając się istotnym, choć nie podstawowym kanałem dystrybucji. Sprzedaż polis ubezpieczeniowych za pośrednictwem agentów indywidualnych i instytucjonalnych oraz w placówkach zakładów pozostały nadal ważnymi kanałami dystrybucji produktów ubezpieczeniowych.

Takie kierunki zmian w organizacji systemu sprzedaży w polskim sektorze ubezpieczeń przybliżają go do standardów stosowanych przez część krajów UE opierających sprzedaż produktów ubezpieczeniowych głównie na sieci placówek bankowych oraz agentów i brokerów ubezpieczeniowych, a w znacznie mniejszym stopniu na sprzedaży własnej. Krajami stosującymi tego rodzaju rozwiązania są: Austria, Belgia, Francja i Włochy. Należy jednocześnie zauważyć, że kraje te posiadają systemy finansowe zorientowane bankowo (NBP 2004). Krajem, w którym organizacja kanałów sprzedaży ubezpieczeń zasadniczo się różni od systemu stosowanego w 2008 r. w Polsce jest Wielka Brytania. W systemie brytyjskim sprzedaż produktów ubezpieczeniowych skoncentrowana jest głównie w sieci agentów i brokerów. Takie zróżnicowanie systemu dystrybucji może również wynikać, m.in. z modelu systemu finansowego występującego w tym kraju, który jest zorientowany na rynki finansowe.

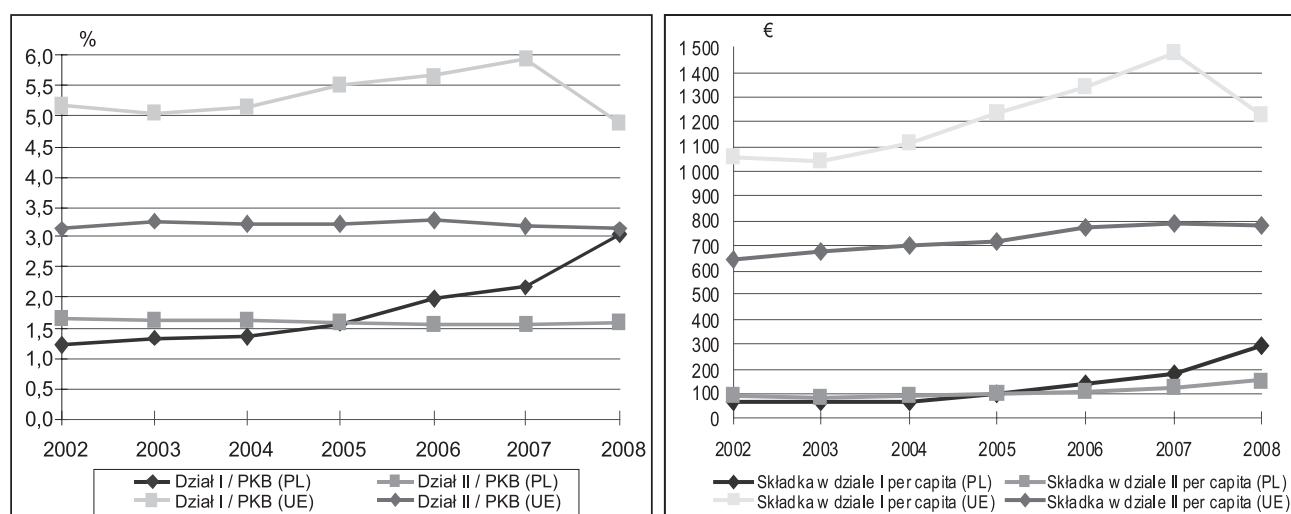
Pozostała część artykułu zorganizowana jest w następujący sposób. Pierwszy rozdział przedstawia stan sektora ubezpieczeń oraz panującą w nim organizację sprzedaży w Polsce i w UE. Kolejny analizuje strukturę kanałów sprzedaży produktów ubezpieczeniowych na życie i nie na życie, a następny skalę wykorzystania podstawowych kanałów dystrybucji w Polsce i w UE. Całość podsumowano we wnioskach.

Sytuacja sektora ubezpieczeń w Polsce i Unii Europejskiej

Funkcjonowanie sektora ubezpieczeniowego w Polsce w okresie poprzedzającym wejście do Unii Europejskiej charakteryzowało się harmonizacją i dostosowaniem modelu panującego w krajach EU-15. W procesie

tym istotną rolę odegrały zagraniczne instytucje ubezpieczeniowe, które systematycznie zwiększały swoje zaangażowanie w Polsce. Wyeliminowanie ograniczeń w transferze kapitału inwestycyjnego zwiększyło możliwości inwestycyjne i stało się jedną z przyczyn wzrostu udziału inwestorów zagranicznych w kapitałach podstawowych zakładów ubezpieczeń. Realizowano to zarówno przez dofinansowanie dotychczas kontrolowanych zakładów, jak też przejmowano nowe. Otwarcie rynku wiązało się również ze wzrostem presji konkurencyjnej, która pochodziła już nie tylko ze strony krajowych konkurentów, ale również ze strony podmiotów zagranicznych. Motywowało to instytucje ubezpieczeniowe w Polsce do przebudowy oferty produktowej, rozszerzenia asortymentu i zmiany metod sprzedaży.

Kolejnym czynnikiem istotnie wpływającym na stan sektora ubezpieczeń w Polsce była rosnąca wartość produktu krajowego brutto (PKB). Począwszy od II połowy 2003 r. systematycznie się on podnosił, a wraz z nim wartość średnich płac. Czynniki te okazały się stymulatorami wzrostu popytu, zarówno na ubezpieczenia na życie i nie na życie. Szczególnie odnosiło się to do sektora ubezpieczeń życiowych. Część gospodarstw domowych ulokowało w polisach na życie swe rosnące oszczędności. Szczególne nasilenie inwestycji w polisy na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym miało miejsce w latach 2006-2007, tj. w okresie silnych wzrostów cen papierów wartościowych notowanych na giełdzie. W efekcie wartość przypisu w dziale I wzrosła blisko czterokrotnie w latach 2002 – 2008 (rys. 1). Natomiast w przypadku wzrostu przypisu w sektorze ubezpieczeń nie na życie jedną z ważniejszych przyczyn była poprawa wyników przedsiębiorstw sektora realnego i wzrost



Rysunek 1. Wartość składki przypisanej brutto w dziale ubezpieczeń na życie (Dział I) i nie na życie (Dział II) w Polsce i w Unii Europejskiej (UE-27) w relacji do PKB (lewy panel) i per capita (prawy panel)

Figure 1. The value of gross written premiums in life (Division I) and non-life (Division II) insurance in Poland and the European Union (EU-27) in relation to GDP (left panel) and per capita (right panel)

Źródło: CEA, KNF

Source: CEA, PFSa

importu samochodów w pierwszych latach integracji Polski z UE.

Zestawienie wyników sektora ubezpieczeń w Polsce oraz średnich wartości dla wszystkich krajów Unii Europejskiej pozwala stwierdzić, że najsilniejszy rozwój dokonał się w dziale ubezpieczeń na życie. W 2002 r. stopień penetracji, tj. relacja składki do PKB, był w Polsce czterokrotnie niższy od średniej dla UE. Z kolei w 2008 r. był on już tylko mniejszy o 50% (rys. 1). Świadczy to o dużym potencjale wzrostu zgromadzonym w sektorze ubezpieczeniowym oraz zdolności do podnoszenia dochodowości działania zakładów. Poprawa relacji stopnia penetracji świadczy również o poprawie efektywności kanałów sprzedaży stosowanych w polskim sektorze.

Ważnym czynnikiem rozwoju sektora ubezpieczeń była konsolidacja, która w latach 2002-2008 miała miejsce zarówno w Polsce, jak i w UE. W szczególności odnosiła się do małych podmiotów. W efekcie liczba zakładów zmniejszyła się, odpowiednio, o 3,4% w UE i 8,7% w Polsce. Zmiany te miały istotne znaczenie dla koncentracji rynku ubezpieczeń. Jeszcze pod koniec lat 1990. cechą charakterystyczną sektora ubezpieczeń w Polsce i innych państwach Europy Środkowo-Wschodniej była ich silna koncentracja. Dane europejskiego stowarzyszenia CEA wskazują, że w krajach naszego regionu jeszcze w II połowie lat 1990. pięć największych zakładów ubezpieczeń skupiało ponad 90% składki, zarówno w sektorze ubezpieczeń na życie, jak i nie na życie (CEA 2008).

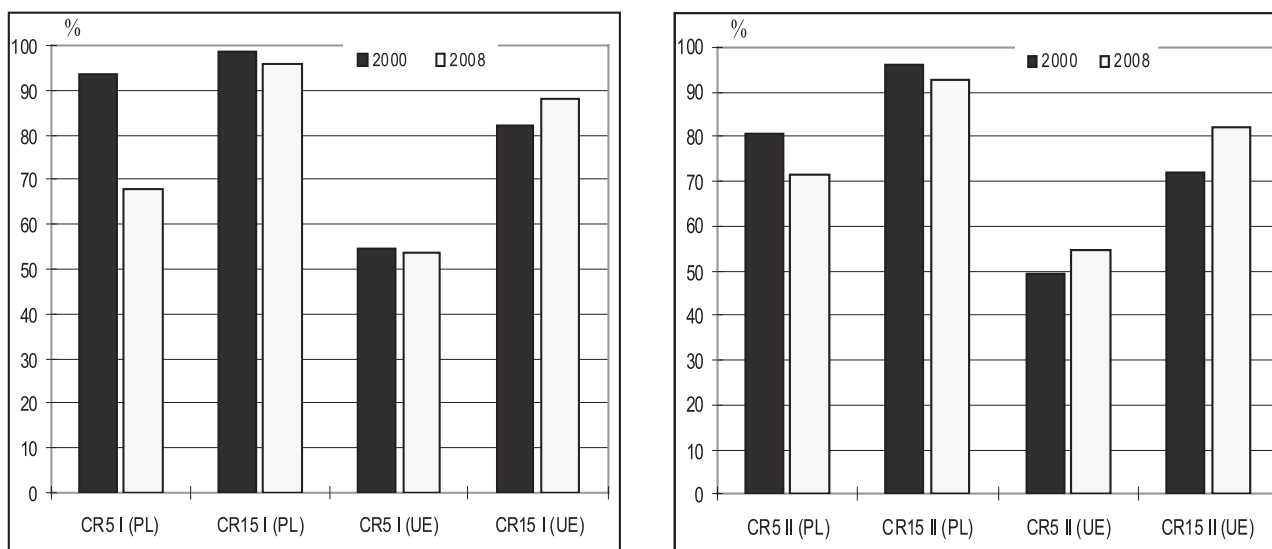
W przypadku rozwoju grupy średnich zakładów, zwiększone zagraniczne inwestycje kapitałowe przyczyniły się do wzrostu ich udziału w rynku, skutkowało to obniżeniem się poziomu koncentracji sektora

i poprawą warunków konkurencji. Jednym z motywów zwiększonego zaangażowania zachodnioeuropejskiego kapitału w polskich zakładach była lepsza perspektywa uzyskania wysokich stóp zwrotu z inwestycji, znacznie wyższych niż w ich państwach macierzystych.

Istotne przemiany strukturalne zachodzące w sektorze stały się podstawą do wypracowania optymalnej struktury produktów ubezpieczeniowych oraz kanałów ich sprzedaży. W przeobrażeniach tych polscy ubezpieczyciele kierowali się wiedzą i doświadczeniem swoich spółek-matek. Kanałem dystrybucji szczególnie rozpropagowanym w tym okresie stały się placówki bankowe. Innym efektem transferu know-how ze spółek-matek do polskich zakładów było zwiększenie wykorzystania w sprzedaży nowoczesnych technologii umożliwiających bezpośrednią sprzedaż polis przy użyciu Internetu i telefonu (KNUiFE 2005).

Bardziej łagodny przebieg miały zmiany struktury produktowej i struktury kanałów sprzedaży w sektorze ubezpieczeń w krajach UE-15 w latach 2002-2008. Dane stowarzyszenia ubezpieczycieli CEA wskazują, że w sektorze ubezpieczeń na życie dominowały polisy ubezpieczeń na życie, stanowiąc dla gospodarstw domowych bezpieczny instrument inwestycji oszczędności. Z kolei w sektorze ubezpieczeń nie na życie największą część rynku stanowiły trzy rodzaje ubezpieczeń, tj. komunikacyjne, zdrowotne i wypadkowe oraz majątkowe. Ich łączny udział w rynku wynosił około 80%, przy czym poszczególne rodzaje kontrolowały odpowiednio, 30%, 30% i 20% rynku.

Z kolei procesy konsolidacyjne mające miejsce w europejskim sektorze ubezpieczeń zwiększyły koncentrację sektora, zarówno na życie, jak i nie na ży-



Rysunek 2. Wartości wskaźników koncentracji CR5 i CR15 w Polsce i Unii Europejskiej (UE-27) w dziale ubezpieczeń na życie (lewy panel) i dziale ubezpieczeń nie na życie (prawy panel)

Figure 2. The values of concentration ratios CR5 and CR15 in Poland and the European Union (EU-27) in the life insurance sector (left panel) and non-life insurance section (right panel)

Źródło: CEA, KNF
Source: CEA, PFSa

cie. W efekcie zmniejszyła się liczba zakładów z 4.918 w 2000 r. do 4.797 w 2007 r. Jednocześnie wzrosła z 760 w 2000 r. do 1.033 w 2007 r. liczba oddziałów działających w wielu krajach UE na zasadzie jednego paszportu (CEA 2010).

Procesy konsolidacyjne w Polsce miały specyficzny charakter. Z jednej strony zmniejszała się liczba zakładów, podczas gdy w tym samym czasie obniżał się stopień koncentracji rynku. Taka sytuacja wynikała, m.in. z faktu, że konsolidacji podlegały głównie mniejsze podmioty, tworzące w efekcie dużą grupę średniej wielkości zakładów. Jednocześnie odbierały one stopniowo udział w rynku największych zakładów, PZU i PZU Życie. W 2000 r. zakłady na życie zajmujące pod względem wielkości zgromadzonej składki pozycje od 6 do 15 posiadały 5-cio procentowy udział w rynku (rys. 2), natomiast w 2008 r. już 28%. W dziale ubezpieczeń nie na życie średnie podmioty notowały przyrosty udziału w rynku, choć już nie tak duże. W tym samym okresie zakłady o pozycji od 6 do 15 kontrolowały odpowiednio, 15% (2000 r.) i 21% (2008 r.) rynku. Pomimo tak istotnych przemian w strukturze rynku, sektor ubezpieczeń w Polsce pozostawał nadal bardziej skoncentrowany niż w UE. Wskaźniki koncentracji CR5 dla ubezpieczeń na życie i nie na życie w UE były o około 15 punktów procentowych niższe niż w Polsce.

Zmiany w poziomie koncentracji rynku ubezpieczeniowego w Polsce nie wiązały się ze zmianą struktury oferowanych przez zakłady produktów. Szczególnie sektor ubezpieczeń nie na życie został zdominowany przez jeden rodzaj ubezpieczeń, tj. ubezpieczenia komunikacyjne. Ich sześćdziesięcioprocentowy udział w rynku utrzymał się przez cały okres lat 2002-2008, podczas gdy średnia w UE spadła w tym samym czasie z około 36% do 30% (rys. 3). Niewielkie zmiany

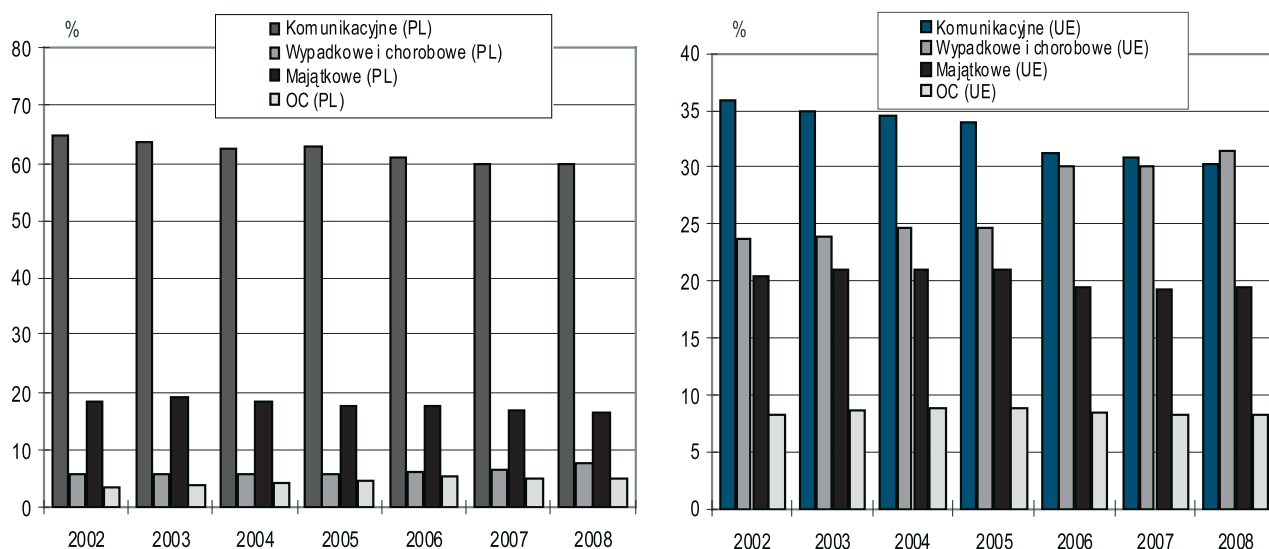
zaszły w innych rodzajach ubezpieczeń. Tylko o około 2 punkty procentowe wzrósł udział ubezpieczeń wypadkowych i chorobowych i o tyle samo zmniejszył się udział ubezpieczeń majątkowych.

Odmierna sytuacja miała miejsce w przypadku rynku ubezpieczeniowego w UE. Struktura produktowa w dziale ubezpieczeń nie na życie była bardzo silnie zdywersyfikowana. Ponad 80% rynku kontrolowały trzy grupy ubezpieczeń o zbliżonych udziałach, tj. ubezpieczenia wypadkowe i chorobowe (31%), ubezpieczenia komunikacyjne (30%) i ubezpieczenia majątkowe (20%). W kolejnych latach można zatem oczekiwać silniejszego spadku udziału ubezpieczeń komunikacyjnych w polskim sektorze ubezpieczeń na korzyść ubezpieczeń wypadkowych i chorobowych oraz ubezpieczeń finansowych i odpowiedzialności cywilnej.

Struktura kanałów sprzedaży produktów ubezpieczeniowych w Polsce i w UE

Transformacja sektora ubezpieczeń w Polsce prowadziła w dużej mierze do reorganizacji systemu dystrybucji. Znaczne przyrosty przypisu w dziale ubezpieczeń na życie wymagały nowych, bardziej efektywnych form dystrybucji polis. Fakt upowszechnienia się polis na życie jako form oszczędzania przyczynił się do przesunięcia sprzedaży tego rodzaju polis z placówek własnych zakładów do sieci placówek bankowych. Z kolei idea ubezpieczeń nie na życie, związanych w większości z ryzykiem w transporcie samochodowym, sprawiała, że ich dystrybucją zajmowali się głównie agenci i brokerzy, a także pracownicy zakładów ubezpieczeń (rys. 4).

Zestawienie wartości udziałów sprzedaży własnej zakładów dla różnych krajów UE pozwala stwierdzić,

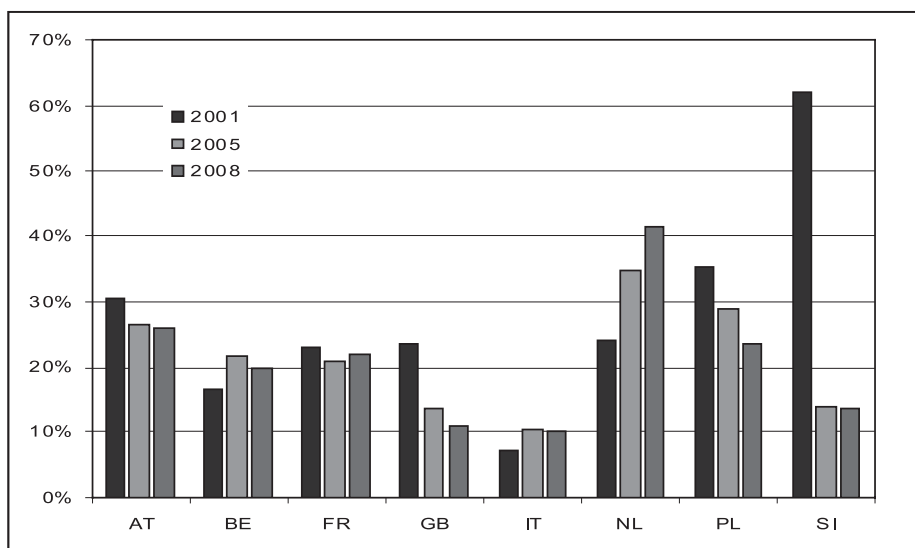


Rysunek 3. Struktura sektora ubezpieczeń nie na życie w Polsce (lewy panel) i Unii Europejskiej (UE-27) (prawy panel)

Figure 3. The structure of the non-life insurance sector in Poland (left panel) and the European Union (EU-27) (right panel)

Źródło: CEA, KNF

Source: CEA, PFSa



Rysunek 4. Wielkość udziału sprzedaży ubezpieczeń przez własne placówki zakładów w Polsce i wybranych krajach UE

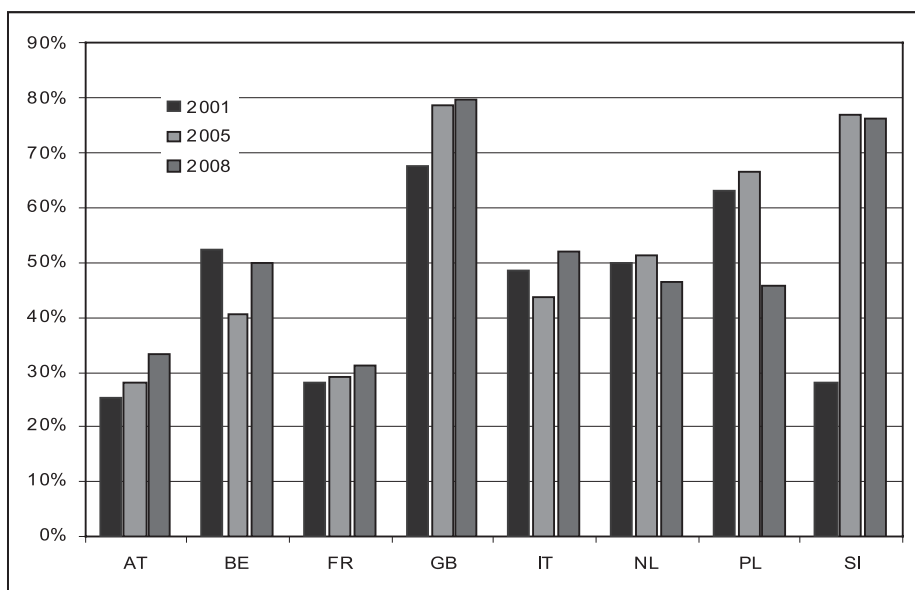
Figure 4. The share of insurance sales through its own facilities in Poland and in selected EU countries

Źródło: CEA, KNF
Source: CEA, PFSA

że Polska należy do grupy krajów, które w znaczący sposób wykorzystują placówki zakładów w dystrybucji produktów ubezpieczeniowych. Wielkość tego udziału w Polsce ma jednak silną tendencję spadkową. Odmienna sytuacja panuje w sektorze ubezpieczeniowym w Holandii, gdzie w trakcie ostatniej dekady ta forma dystrybucji osiągnęła poziom 41% udziału w rynku. Wynikało to, m.in. ze zwiększenia skali sprzedaży ubezpieczeń nie na życie, w tym silnie

wzrastających w tym okresie ubezpieczeń wypadkowych i chorobowych. Podobny do Polski poziom wykorzystania placówek własnych w dystrybucji zanotowano w całym analizowanym okresie w takich krajach jak Austria, Francja i Belgia. W tych krajach, podobnie jak w Polsce tę formę sprzedaży wykorzystywano w większości w dziale ubezpieczeń nie na życie.

Z kolei Wielka Brytania jest krajem zdecydowanie odchodzącym od tej formy sprzedaży. Notowany w la-



Rysunek 5. Wielkość udziału sprzedaży ubezpieczeń przez agentów i brokerów w Polsce i wybranych krajach UE

Figure 5. The share of insurance sales by agents and brokers in Poland and in selected EU countries

Źródło: CEA, PIU
Source: CEA, PFSA

Uwaga: Dla Polski dla 2001 r. użyto danych za 2002 r.
Note: For Poland for 2001 data of 2002 were applied

tach 2002-2008 spadek udziału rynkowego sprzedaży przez placówki własne o 13 punktów procentowych do poziomu 11% w 2008 r. odnosił się głównie działu ubezpieczeń nie na życie. W Polsce wyraźne obniżenie się udziału tej formy sprzedaż wynikało głównie ze zmniejszenia sprzedaży w placówkach zakładów ubezpieczeń na życie (spadek o blisko 20 pp.) oraz w mniejszym stopniu ubezpieczeń nie na życie (spadek o 6 pp.).

Jednym z ważniejszych kanałów dystrybucji produktów ubezpieczeniowych pozostaje nadal sprzedaż przez agentów i brokerów. Ten kanał dystrybucji był bardzo silnie wykorzystywany w Wielkiej Brytanii (rys. 5). Udział sprzedaży za pośrednictwem agentów i brokerów w 2008 r. wynosił odpowiednio, 96% i 62% dla ubezpieczeń na życie i nie na życie. Taka charakterystyka rynku brytyjskiego może mieć swe uzasadnienie w rynkowej orientacji tamtejszego systemu finansowego oraz mniejszej roli banków w gromadzeniu oszczędności gospodarstw domowych.

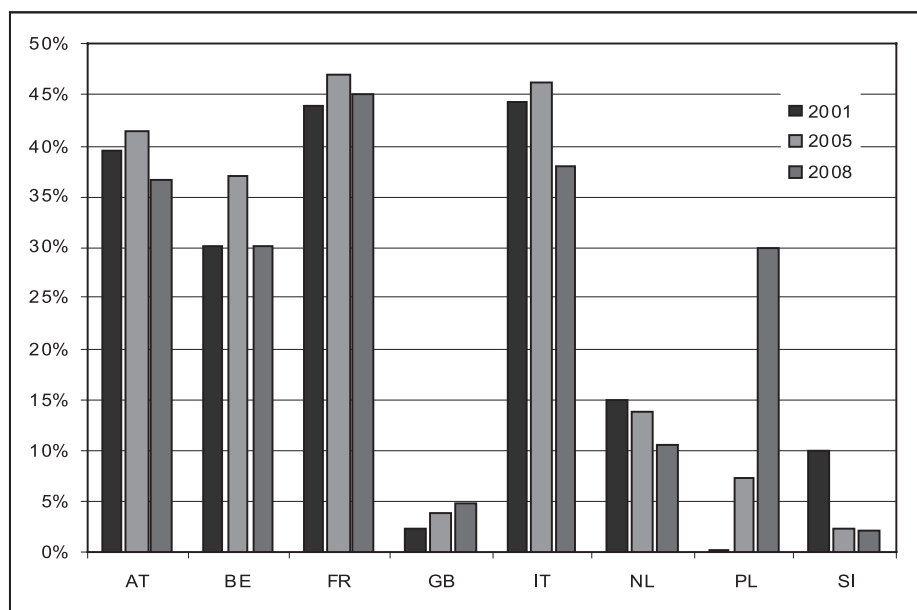
Innymi krajami o znaczącej roli tego kanału dystrybucji ubezpieczeń są Słowenia, Włochy i Belgia. Zbliżona wielkość sprzedaży przez agentów miała również miejsce w Polsce. Jednak w tym wypadku sprzedaż poprzez agentów i brokerów dotyczyła głównie ubezpieczeń nie na życie. Taki profil sprzedaży pogłębiał się stosunkowo silnie w latach 2002-2008. Udział sprzedaży za pośrednictwem agentów i brokerów spadł w tym czasie o 27 punktów procentowych do poziomu 30% w dziale ubezpieczeń na życie, natomiast wzrósł o 5 punktów procentowych, do 73% w dziale ubezpieczeń nie na życie.

Dystrybucja ubezpieczeń w placówkach banków i innych instytucji finansowych dotyczyła przede wszystkim produktów życiowych. Choć we Francji, Włoszech i Austrii ta forma sprzedaży dominowała w dystrybucji wszystkich produktów ubezpieczeniowych (rys. 6). Ogólny wzrost zainteresowania systemem *bancassurance* wynika, m.in. ze zmiany organizacji sprzedaży produktów bankowych. Banki oferują swoje podstawowe produkty, tj. kredyty, czy rachunki bankowe w formie pakietów różnych produktów finansowych, w tym przede wszystkim ubezpieczeniowych.

Banki w wielu wypadkach wykorzystują sprzedaż produktów ubezpieczeniowych po promocyjnej cenie jako metodę pozyskania klienta, przy jednoczesnym uzyskaniu dodatkowych dochodów ze sprzedaży związanej innych produktów. Taka forma sprzedaży miała w latach 2002-2008 w polskim sektorze finansowym bardzo silną tendencję wzrostową. W dużej mierze związane było to z produktami z działu ubezpieczeń na życie, gdzie wzrost udziału sprzedaży poprzez banki wyniósł 44 punkty procentowe osiągając poziom 45% w 2008 r. W tym samym roku tylko 2% składki w dziale ubezpieczeń nie na życie pozyskano za pośrednictwem banków i instytucji finansowych.

Wnioski

Polski sektor ubezpieczeń przeszedł silną transformację w latach 2002-2008. W pierwszym okresie zakłady ubezpieczeń koncentrowały się na dostosowaniu poziomu technologicznego i organizacyjnego do



Rysunek 6. Wielkość udziału sprzedaży ubezpieczeń w systemie *bancassurance* w Polsce i wybranych krajach UE

Figure 6. The share of insurance sales in the system of *bancassurance* in Poland and in selected EU countries

Źródło: CEA, PIU

Source: CEA, PFSA

Uwaga: Dla Polski dla 2001 r. użyto danych za 2002 r.

Note: For Poland for 2001 data of 2002 were applied

wymogów regulacyjnych stawianych przez UE. Wraz z wejściem do UE zwiększyło się zaangażowanie kapitałowe zagranicznych instytucji ubezpieczeniowych, co wiązało się ze wzrostem udziału zakładów o kapitale zagranicznym w sektorze. W tym czasie obniżyła się również koncentracja rynku ubezpieczeniowego.

Zmiany mające miejsce w sektorze ubezpieczeń w Polsce doprowadziły do dywersyfikacji kanałów dystrybucji, dzięki ograniczeniu sprzedaży poprzez placówki własne oraz sieć agentów i brokerów i jednocześnie zwiększeniu udziału systemu *bancassurance*.

Dystrybucja produktów ubezpieczeniowych uległa istotnej specjalizacji. Sprzedaż produktów działu II prowadzona jest w większości przez placówki własne oraz sieć agentów i brokerów, natomiast system *bancassurance* dominuje w sprzedaży ubezpieczeń działu I.

Struktura kanałów sprzedaży produktów ubezpieczeniowych w Polsce w wielu aspektach przybliżyła się do struktury występującej w takich krajach jak Austria, Belgia, Francja i Włochy, gdzie istotną rolę pełni sprzedaż w systemie *bancassurance*. Podobnie jak w Polsce, systemy finansowe w tych krajach są zorientowane bankowo, co może stwarzać dogodne warunki do łączenia sprzedaży produktów bankowych i ubezpieczeniowych, głównie z działu ubezpieczeń na życie.

Podziękowania

Autor pragnie podziękować Paniom Annie Dąbrowskiej i Edycie Domańskiej, studentkom Wydziału Nauk Ekonomicznych SGGW za pomoc w przygotowaniu danych do analizy.

Literatura:

1. CEA (2008), *European Insurance in Figures*, CEA Statistics no. 36, October 2008.
2. CEA (2010), *European Insurance — Key Facts*, CEA, September 2010.
3. CEA (2010), *European Insurance in Figures*, CEA Statistics no. 42, November 2010.
4. GUS (2008), *Towarzystwa ubezpieczeniowe 2006-2007*, Główny Urząd Statystyczny Departament Finansów, Warszawa.
5. GUS (2009), *Polski rynek ubezpieczeń 2004-2008*, Główny Urząd Statystyczny Departament Finansów, Warszawa.
6. GUS (2010), *Polski rynek ubezpieczeń 2004-2010*, Główny Urząd Statystyczny Departament Finansów, Warszawa.
7. KNF (2010), *Raport o stanie sektora ubezpieczeń po III kwartale 2009 roku*, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Warszawa.
8. KNUiFE (2003), *Raport o sytuacji sektora ubezpieczeń 2002*, Urząd Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Warszawa.
9. KNUiFE (2004), *Rynek Ubezpieczeń 2003*, Urząd Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Warszawa.
10. KNUiFE (2005), *Sprzedaż ubezpieczeń przez Internet*, Urząd Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Warszawa.
11. KNUiFE (2006), *Rynek Ubezpieczeń 2005*, Urząd Komisji Nadzoru Ubezpieczeń i Funduszy Emerytalnych, Warszawa.
12. NBP (2004), *Rozwój systemu finansowego w Polsce w latach 2002-2003*, Narodowy Bank Polski, Warszawa.
13. PIU (2007), *Ubezpieczenia 2006*, Polska Izba Ubezpieczeń, Warszawa.
14. PIU (2008), *Ubezpieczenia 2007*, Polska Izba Ubezpieczeń, Warszawa.
15. PIU (2009), *Ubezpieczenia 2008*, Polska Izba Ubezpieczeń, Warszawa.
16. PIU (2010), *Ubezpieczenia 2009*, Polska Izba Ubezpieczeń, Warszawa.
17. Główny Urząd Statystyczny, www.stat.gov.pl.
18. Polska Izba Ubezpieczeń, www.piu.org.pl.
19. Urząd Komisji Nadzoru Finansowego: www.knf.gov.pl.

CHANGES IN THE STRUCTURE OF PRODUCTS AND SALES CHANNELS IN THE INSURANCE SECTOR IN POLAND AND IN THE EUROPEAN UNION IN YEARS 2002-2008

Sylwester Kozak

Warsaw University of Life Sciences

Summary: The goal of the analysis is to examine the changes in the structure of insurance products and channels of their distribution in Poland in the years 2002-2008 in the context of the changes taking place in insurance sectors in other EU countries. The research is based on the data on insurance companies obtained from the Polish Financial Authorities, the Polish Chamber of Insurance and the European Federation of Insurers and Reinsurers CEA. The results indicate that insurance companies changed their product structure, inter alia by offering more life insurance as an investment vehicle for household savings, as well as by reducing the share of motor insurance and increasing that of financial and property insurance. Insurers transformed the distribution structure: they significantly increased sales through the banking network and reduced sales through their own facilities and insurance agents and brokers. This trend brings the distribution structure of the Polish insurance sector closer to the structure of insurance sectors in Austria, Belgium, France and Italy, i.e. countries with bank-oriented financial systems.

Key words: insurance, distribution channels, European integration

Adres do korespondencji/ Mailing address: Sylwester_Kozak@sggw.pl