

# Ubezpieczenia wobec wyzwań XXI

pod redakcją  
**Wandy Ronki-Chmielowiec**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2011

Recenzenci: Jerzy Handschke, Jan Monkiewicz, Kazimierz Ortyński, Wanda Sułkowska,  
Włodzimierz Szkutnik, Tadeusz Szumlicz, Stanisław Wieteska

Redaktor Wydawnictwa: Elżbieta Kożuchowska

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Barbara Cibis

Łamanie: Małgorzata Czupryńska

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna na stronie [www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl)

Streszczenia opublikowanych artykułów są dostępne w międzynarodowej bazie danych  
The Central European Journal of Social Sciences and Humanities <http://cejsh.icm.edu.pl>  
oraz w The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),  
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon [http://kangur.uek.krakow.pl/  
bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php)

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się  
na stronie internetowej Wydawnictwa  
[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie  
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2011

**ISSN 1899-3192**

**ISBN 978-83-7695- 191-1**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	11
<b>Katarzyna Barczuk, Ewa Łukasik:</b> Formy zabezpieczenia emerytalnego w wybranych krajach europejskich .....	13
<b>Teresa H. Bednarczyk:</b> Działalność sektora ubezpieczeniowego a wzrost gospodarczy.....	23
<b>Anna Bera, Dariusz Pauch:</b> Programy edukacyjne jako instrument zwiększania świadomości ubezpieczeniowej w zakresie przestępczości ubezpieczeniowej .....	31
<b>Jacek Białek:</b> Ocena grupowa w analizie Otwartych Funduszy Emerytalnych.....	40
<b>Sylwia Bożek:</b> Czynności monitorujące i kontrolne w procesie zarządzania ryzykiem w przedsiębiorstwie ubezpieczeniowym .....	51
<b>Anna Celczyńska:</b> Należności od ubezpieczających z umów ubezpieczenia OC posiadaczy pojazdów mechanicznych.....	60
<b>Magdalena Chmielowiec-Lewczuk:</b> Problemy kalkulacji kosztów zakładów ubezpieczeń na tle powiązań w grupach finansowych .....	68
<b>Dominika Cichońska:</b> Rola ubezpieczeń w zarządzaniu ryzykiem w zakładach opieki zdrowotnej.....	78
<b>Krystyna Ciuman:</b> Zakłady ubezpieczeń a inne instytucje pośrednictwa finansowego w Polsce w latach 2005–2009.....	87
<b>Tadeusz Czernik:</b> O pewnym sformułowaniu zagadnienia ruiny .....	94
<b>Teresa Czerwińska:</b> Uwarunkowania polityki dywidend spółek ubezpieczeniowych.....	106
<b>Robert Dankiewicz:</b> Determinanty rozwoju rynku ubezpieczeń kredytu kupieckiego w Polsce .....	116
<b>Beata Dubiel:</b> Ubezpieczeniowe aspekty ryzyka ekologicznego .....	126
<b>Roman Garbicz:</b> Ryzyko starości jako element konstruowania systemów emerytalnych w Unii Europejskiej .....	135
<b>Waldemar Glabiszewski:</b> Znaczenie innowacji technologicznych w działalności ubezpieczeniowej .....	146
<b>Łukasz Gwizdała:</b> Możliwości analizy systemów bonus-malus w świetle procesów Markowa.....	156
<b>Magdalena Homa:</b> Kalkulacja składki w inwestycyjnych ubezpieczeniach na życie typu unit-linked .....	168
<b>Beata Jackowska:</b> Charakterystyka wybranych metod wyrównywania tablic trwania życia – wnioski dla zastosowań aktuarialnych .....	179

<b>Beata Jackowska, Tomasz Jurkiewicz, Ewa Wycinka:</b> Grupowe ubezpieczenia na życie w sektorze MSP .....	190
<b>Marietta Janowicz-Lomott:</b> Produkty strukturyzowane w formie ubezpieczeń w Polsce.....	201
<b>Anna Jędrzychowska, Ewa Poprawska:</b> Próba zidentyfikowania czynników mających wpływ na wysokość składki przypisanej brutto w ubezpieczeniach komunikacyjnych w Polsce.....	213
<b>Tomasz Jurkiewicz, Agnieszka Pobłocka:</b> Ocena praktycznych metod szacowania rezerwy IBNR w ubezpieczeniach majątkowych .....	222
<b>Piotr Kania:</b> Specjalistyczne fundusze inwestycyjne otwarte jako forma zewnętrznego zarządzania ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi zakładów ubezpieczeń na życie .....	232
<b>Robert Kurek:</b> Uprawnienia organów nadzoru w zakresie kontroli wypłacalności – ujęcie w Solvency II.....	241
<b>Jacek Lisowski:</b> Rola biegłego rewidenta w ocenie gospodarki finansowej ubezpieczyciela – unormowania prawne .....	250
<b>Jerzy Łańcucki:</b> Przesłanki i kierunki zmian w regulacjach dotyczących pośrednictwa ubezpieczeniowego .....	258
<b>Krzysztof Łyskawa:</b> Zagrożenie równowagi odszkodowania i szkody w obowiązkowych ubezpieczeniach mienia.....	267
<b>Aleksandra Małek:</b> Obowiązki banku jako ubezpieczającego w świetle Rekomendacji Dobrych Praktyk Bancassurance .....	277
<b>Piotr Manikowski:</b> Rynek ubezpieczeń w Polsce a cykle underwritingowe ..	286
<b>Dorota Maśniak:</b> Ubezpieczyciel jako główne ogniwo transgranicznego systemu ochrony ofiar wypadków drogowych .....	295
<b>Artur Mikulec:</b> Efektywność systemów emerytalnych krajów UE i EFTA w latach 2005–2008 .....	305
<b>Aniela Mikulska:</b> Małe i średnie przedsiębiorstwa jako odbiorcy usług ubezpieczeniowych .....	316
<b>Marek Monkiewicz:</b> Jednolity rynek ubezpieczeniowy UE w warunkach globalnego kryzysu finansowego 2007–2009 – pomoc publiczna a wspólnotowe reguły konkurencji .....	325
<b>Joanna Niżnik:</b> Reforma systemów emerytalnych Ameryki Łacińskiej na przykładzie Chile i Argentyny .....	335
<b>Magdalena Osak:</b> Medyczne konto oszczędnościowe jako mechanizm finansowania ochrony zdrowia .....	344
<b>Dorota Ostrowska:</b> Kapitał międzynarodowy a dostęp do produktów ubezpieczeniowych strategicznych dla rozwoju gospodarki polskiej.....	352
<b>Anna Ostrowska-Dankiewicz:</b> Polisa strukturyzowana jako forma inwestycji alternatywnej na rynku polskim.....	362
<b>Renata Pajewska-Kwaśny:</b> Perspektywy rozwoju tradycyjnych i nowatorskich form sprzedaży ubezpieczeń w Polsce – cz. I .....	373

<b>Monika Papież:</b> Analiza przyczynowości na rynku ubezpieczeń życiowych w latach 2003–2010 .....	383
<b>Agnieszka Pawłowska:</b> Ubezpieczenie <i>business interruption</i> w zarządzaniu ryzykiem przerw w działalności gospodarczej .....	394
<b>Krzysztof Piasecki:</b> Rozmyte zbiory probabilistyczne w rachunku aktuarnym .....	402
<b>Piotr Pisarewicz:</b> Rola funduszy inwestycyjnych w rozwoju programów emerytalnych w USA .....	409
<b>Ryszard Pukała:</b> Procesy integracyjne rynków ubezpieczeniowych krajów Europy Środkowej i Wschodniej .....	416
<b>Małgorzata Rutkowska-Podolowska, Nina Szczygiel:</b> Medical savings account as a funding mechanism for health .....	426
<b>Grażyna Sordyl:</b> Rola i działalność holenderskiego funduszu gwarancyjnego (College voor Zorgverzekeringen CVZ) w obszarze prywatnych ubezpieczeń zdrowotnych .....	435
<b>Ewa Spigarska:</b> Sprawozdanie finansowe zakładu ubezpieczeń a Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej w świetle wprowadzanych zmian .....	445
<b>Elżbieta Izabela Szczepankiewicz, Maria Kiedrowska:</b> Organizacja audytu wewnętrznego w zakładach ubezpieczeń w świetle <i>Solvency II</i> oraz standardów audytu .....	454
<b>Anna Szkarłat-Koszalka:</b> Instrumenty systemu rachunkowości a kontrola bezpieczeństwa finansowego ubezpieczyciela .....	463
<b>Tomasz Szkutnik:</b> Funkcje łączące w agregacji ryzyka ubezpieczyciela .....	472
<b>Włodzimierz Szkutnik:</b> Ryzyko uruchomienia rezerw katastroficznych .....	483
<b>Anna Szymańska:</b> Czynniki determinujące wybór ubezpieczyciela na rynku ubezpieczeń komunikacyjnych OC .....	494
<b>Ilona Tomaszewska:</b> Perspektywy rozwoju tradycyjnych i nowatorskich form sprzedaży ubezpieczeń w Polsce – cz. II .....	507
<b>Damian Walczak, Agnieszka Żołądkiewicz:</b> Świadomość ubezpieczeniowa oraz skłonność do ryzyka studentów .....	515
<b>Stanisław Wanat:</b> Modelowanie zależności w kontekście agregacji kapitałowych wymogów wypłacalności w <i>Solvency II</i> .....	525
<b>Stanisław Wieteska:</b> Adaptacja zakładów ubezpieczeń majątkowych do likwidacji skutków efektu cieplarnianego na terenie Polski .....	537
<b>Ewa Wycinka, Mirosław Szreder:</b> Statystyczna ocena wpływu przekraczania prędkości na liczbę wypadków drogowych w Polsce .....	547

## Summaries

<b>Katarzyna Barczuk, Ewa Łukasik:</b> Forms of retirement security in selected European countries .....	22
<b>Teresa H. Bednarczyk:</b> The activity of insurance sector vs. economic growth.....	30
<b>Anna Bera, Dariusz Pauch:</b> Educational programs as an instrument to increase awareness of the crime of insurance cover .....	39
<b>Jacek Bialek:</b> Group evaluation of open pension funds .....	50
<b>Sylvia Bożek:</b> Monitoring and control activities in the risk management process of an insurance company.....	59
<b>Anna Celczyńska:</b> Accounts receivable from motor vehicle owners insured under third party insurance agreements .....	67
<b>Magdalena Chmielowiec-Lewczuk:</b> Problems of cost calculation of insurance companies against the background of connections in financial groups .	77
<b>Dominika Cichońska:</b> The role of insurance in risk management in health care facilities .....	86
<b>Krystyna Ciuman:</b> Insurance companies versus other financial intermediaries in Poland in the years 2005–2009.....	93
<b>Tadeusz Czernik:</b> An alternative formulation of ruin problem.....	105
<b>Teresa Czerwińska:</b> Determinants of the dividend policy in the insurance companies .....	115
<b>Robert Dankiewicz:</b> Determinants of development of trade credit insurance market in Poland .....	125
<b>Beata Dubiel:</b> Insurance aspects of ecological risk .....	134
<b>Roman Garbiec:</b> The risk of old age as the component of constructing the pension systems in the European Union .....	145
<b>Waldemar Glabiszewski:</b> The importance of technological innovations in the insurance sector.....	155
<b>Łukasz Gwizdała:</b> The capabilities of analyzing bonus-malus systems in the light of Markov processes .....	167
<b>Magdalena Homa:</b> Correct calculation of net premium in unit-linked investment insurance .....	178
<b>Beata Jackowska:</b> Characterization of selected methods of the graduation of life tables in the perspective of their actuarial applications .....	189
<b>Beata Jackowska, Tomasz Jurkiewicz, Ewa Wycinka:</b> Group life insurance in the SME sector.....	200
<b>Marietta Janowicz-Lomott:</b> Structured products in the form of insurance in Poland .....	212
<b>Anna Jędrzychowska, Ewa Poprawska:</b> An attempt to identify the factors having influence on the gross written premium in motor insurance in Poland .....	221

<b>Tomasz Jurkiewicz, Agnieszka Poblocka:</b> Evaluation of practical methods of estimation of incurred but not reported reserves in non-life insurance..	231
<b>Piotr Kania:</b> Specialized open-end investment funds as an external management form of investment funds of life insurance companies.....	240
<b>Robert Kurek:</b> Powers of supervision authorities regarding solvency control – Solvency II perspective.....	249
<b>Jacek Lisowski:</b> The role of the auditor in assessing the financial management of the insurer – legal norms .....	257
<b>Jerzy Łańcucki:</b> Regulations on insurance mediation – stressing premises and directions of change .....	266
<b>Krzysztof Łyskawa:</b> Threat of compensation balance and damages in compulsory property insurance .....	276
<b>Aleksandra Malek:</b> Duties of a bank acting as an coverage buying entity in the context of Recommendations on the Bankassurance Activity.....	285
<b>Piotr Manikowski:</b> The insurance market in Poland and underwriting cycles	294
<b>Dorota Maśniak:</b> Insurer as a major link in a cross-border system for protection of victims of road accidents – the role of co-operation of private and public entities.....	304
<b>Artur Mikulec:</b> Effectiveness of pension systems in EU and EFTA countries in the years 2005–2008.....	315
<b>Aniela Mikulska:</b> Small and medium-sized companies as recipients of insurance services .....	324
<b>Marek Monkiewicz:</b> Single insurance market in the EU and global financial crisis 2007–2009 – public intervention and Community competition rules.....	334
<b>Joanna Niżnik:</b> The reform of pension systems in Latin America. The Chilean and Argentinean models.....	343
<b>Magdalena Osak:</b> Medical savings account as a funding mechanism of health care.....	351
<b>Dorota Ostrowska:</b> The access to the insurance products strategic for the development of Polish economy in reference to the international capital..	361
<b>Anna Ostrowska-Dankiewicz:</b> Structured policy as a form of alternative investment on Polish market.....	372
<b>Renata Pajewska-Kwaśny:</b> Prospects of development of traditional and innovative forms of insurance sales in Poland – part I.....	382
<b>Monika Papież:</b> Causality analysis on the life insurance market in the period 2003–2010 .....	393
<b>Agnieszka Pawłowska:</b> Business interruption insurance implementation in risk management for interrupted activities .....	401
<b>Krzysztof Piasecki:</b> Probabilistic fuzzy sets in the actuarial calculation .....	408
<b>Piotr Pisarewicz:</b> Mutual funds role in retirement programs’ development in the USA.....	415

<b>Ryszard Pukała:</b> Integration processes of insurance markets in Middle and Eastern Europe.....	425
<b>Małgorzata Rutkowska-Podolowska, Nina Szczygiel:</b> Medyczne konto oszczędnościowe jako mechanizm finansowania ochrony zdrowia .....	434
<b>Grażyna Sordyl:</b> The Role and Activity of the Dutch Guarantee Fund (College voor Zorgverzekeringen CVZ) in the area of private health insurance .....	444
<b>Ewa Spigarska:</b> Financial statement of insurance company vs. International Standards of Financial Reporting in the light of changes.....	453
<b>Elżbieta Izabela Szczepankiewicz, Maria Kiedrowska:</b> Organization of internal auditing in insurance companies in the light of Solvency II and audit standards .....	462
<b>Anna Szkarłat-Koszalka:</b> Instruments of accounting system vs. control of financial security of an insurer.....	471
<b>Tomasz Szkutnik:</b> Copula functions in the aggregation of insurer risk .....	482
<b>Włodzimierz Szkutnik:</b> The risk of using catastrophic reserves .....	493
<b>Anna Szymańska:</b> Factors determining the choice of the insurer on the CR automobile insurance market.....	506
<b>Iłona Tomaszewska:</b> Prospects of development of traditional and innovative forms of insurance sales in Poland – part II .....	513
<b>Damian Walczak, Agnieszka Żołądkiewicz:</b> Students' insurance awareness and risk seeking .....	524
<b>Stanisław Wanat:</b> Modeling of dependencies in the context of the aggregation of solvency capital requirements in Solvency II .....	536
<b>Stanisław Wieteska:</b> Property insurance companies adaptation process to reduce the impact of greenhouse effect in Poland .....	546
<b>Ewa Wycinka, Mirosław Szreder:</b> Statistical analysis of speeding as a factor affecting car accidents in Poland .....	556



**Ilona Tomaszewska**

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

---

## PERSPEKTYWY ROZWOJU TRADYCYJNYCH I NOWATORSKICH FORM SPRZEDAŻY UBEZPIECZEŃ W POLSCE – CZ. II

---

**Streszczenie:** Obserwacja zachowań ubezpieczycieli na rynku polskim z punktu widzenia strategii dystrybucji pozwala stwierdzić, że zakłady ubezpieczeń wyraźnie dążą do dywersyfikacji kanałów sprzedaży poprzez zmniejszenie roli kanału wiodącego. Tradycyjne zakłady ubezpieczeń, jak Allianz, AXA czy PZU, zobaczyły potrzebę docierania do klienta również poprzez nowoczesne media, jakimi są telefon i Internet, natomiast typowi ubezpieczyciele *directowi*, jak Link4, BRE Ubezpieczenia czy Liberty Direct, wyraźnie dążą do dywersyfikacji sieci sprzedaży produktów ubezpieczeniowych poprzez wykorzystanie kanałów tradycyjnych, głównie agencyjnego. Wydaje się, że struktura pozyskania składki przez poszczególne kanały w najbliższym czasie się nie zmieni, ale nie ulega wątpliwości, że tradycyjne kanały dystrybucji będą traciły na znaczeniu, choć nadal pozostaną głównymi dostawcami składki.

**Słowa kluczowe:** agent ubezpieczeniowy, broker, sprzedaż *direct*, kanał dystrybucji, strategia sprzedaży.

### 1. Wstęp

Współczesny konsument, mniej lub bardziej świadomy potrzeby posiadania polisy ubezpieczeniowej, ma możliwość zakupu owej polisy w różnych miejscach i o różnej porze dnia, nierzadko 24 godziny na dobę. Tak bardzo przez wszystkich ubezpieczycieli pożądanym wzrost wartości składki przypisanej brutto nie jest tylko wynikiem większego popytu na usługi ubezpieczeniowe, ale również możliwości, jakie zakłady ubezpieczeń stwarzają swoim docelowym klientom w zakresie sposobu pozyskania tej ochrony.

Pod presją zmieniających się wymagań nabywców, globalizacji i konkurencji na rynku zakłady ubezpieczeń stanęły przed wyzwaniem, w jakim stopniu oprzeć swoją działalność na wypracowanych już, tradycyjnych mechanizmach sprzedaży, a w jakim wykorzystać nowoczesne medium, jakim jest Internet, czy poszukiwać alternatywnych kanałów sprzedaży ubezpieczeń.

Nie ulega wątpliwości, że klient współczesny to coraz częściej klient wymagający nie tylko dobrego produktu, ale także szybkiej i nieskomplikowanej obsługi

przy minimalnym zaangażowaniu czasowym ze swojej strony. Taka postawa strony popytowej wymusza na ubezpieczycielu ciągłe modyfikacje w sposobie dotarcia do klienta i obsłudze tego klienta, szczególnie w procesie likwidacji szkody, jak i dywersyfikację samych kanałów sprzedaży produktów ubezpieczeniowych.

Pierwsza część artykułu: „Perspektywy rozwoju tradycyjnych i nowatorskich form sprzedaży ubezpieczeń w Polsce – cz. I”, autorstwa dr Renaty Pajewskiej-Kwaśny, poświęcona była analizie kanałów dystrybucji ubezpieczeń w ujęciu historycznym, pokazując, jak tracą na znaczeniu tradycyjne modele sprzedaży ubezpieczeń przy wzrastającej roli nowych form, jak *bancassurance* czy telefon i Internet.

Celem niniejszego artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie, w którym kierunku obserwowane zmiany w sposobie dystrybucji ubezpieczeń będą podążać w najbliższej przyszłości.

## 2. Kierunki zmian w dystrybucji ubezpieczeń

Obserwacja zachowań zakładów ubezpieczeń na rynku polskim z punktu widzenia strategii dystrybucji pozwala stwierdzić, że zakłady ubezpieczeń wyraźnie dążą do dywersyfikacji kanałów sprzedaży poprzez zmniejszenie roli kanału wiodącego. Zjawiska te widać zarówno wśród towarzystw operujących w ramach tradycyjnych kanałów (Allianz, AXA, PZU itp.) jak i wśród typowych towarzystw tzw. *directowych* (Link4 czy Liberty Direct). Wzrost znaczenia rynku *directowego* (telefon i Internet) i niewątpliwy sukces pierwszego towarzystwa ubezpieczeń działającego w systemie *direct* – Link4, doprowadziły do reorientacji dystrybucyjnej wielu tradycyjnych zakładów ubezpieczeń, które uwzględniły w swojej sieci sprzedaży nowe medium, czyli telefon i Internet. Kolejne były: MTU (wrzesień 2005 r.), Benefia (maj 2006 r.), AXA (listopad 2006 r.), Allianz Direct (styczeń 2007 r.), a następnie Aviva Direct i Generali Direct. W grudniu 2008 r. swój program sprzedaży bezpośredniej uruchomił także największy ubezpieczyciel na rynku ubezpieczeń komunikacyjnych – PZU.

Z drugiej strony, działające na rynku typowi ubezpieczyciele *directowi*, jak Link4, który powstał w 2003 r., BRE Ubezpieczenia (luty 2007 r.) czy Liberty Direct (listopad 2007 r.), wyraźnie dążą do dywersyfikacji sieci sprzedaży produktów ubezpieczeniowych. Link4 oferuje ubezpieczenia za pośrednictwem sieci punktów finansowych Unilink. Zakład BRE Ubezpieczenia podjął się sprzedaży ubezpieczeń w umiejscowionych w galeriach handlowych kioskach należących do mBanku. Liberty Direct z kolei, sprzedaje ubezpieczenia także poprzez multiagencje, komisje samochodowe oraz kanał *bancassurance*. Które kanały zatem będą traciły na znaczeniu, a które zyskiwały w przeszłości?

### 2.1. Pracownicy etatowi i agenci

Wydaje się, że zgodnie z zaobserwowanymi tendencjami udział składki pozyskiwanej drogą tradycyjną, czyli przez pracowników etatowych zakładów ubezpie-

czeń, jak i poprzez agentów, będzie wykazywał tendencję malejącą. Wysoki udział pracowników zakładów ubezpieczeń w dystrybucji ubezpieczeń na rynku polskim jest przede wszystkim konsekwencją zaszczości historycznych i związanych z tym przyzwyczajęń znacznej części społeczeństwa. Przez ostatnie dwudziestolecie dominował bowiem w Polsce tradycyjny model sprzedaży ubezpieczeń oparty na rozbudowanej sieci placówek stacjonarnych. Nie bez znaczenia jest również relatywnie niska świadomość ubezpieczeniowa znacznej części społeczeństwa, przejawiająca się m.in. w utożsamianiu instytucji ubezpieczeniowych głównie z PZU, czyli towarzystwem posiadającym bardzo rozbudowaną sieć placówek stacjonarnych.

Rola pracowników etatowych w sprzedaży ubezpieczeń jest uzależniona od strategii dystrybucyjnej danego towarzystwa ubezpieczeniowego. Warunkiem wykorzystania tego kanału sprzedaży jest bowiem posiadanie przez zakłady ubezpieczeń gęstej sieci placówek (oddziały, przedstawicielstwa, inspektoraty).

Wpływ na wybór pracowników etatowych jako kanału sprzedaży ubezpieczeń ma charakter oferowanych produktów. Wynika to ze szczególnie skomplikowanej konstrukcji niektórych oferowanych usług. Dotyczy to głównie ubezpieczeń należności kupieckich i gwarancji ubezpieczeniowych, których sprzedaż ze względu na ocenę i wycenę ryzyka ubezpieczeniowego ma bardzo indywidualny charakter.

Konieczność ograniczenia kosztów, z którymi niewątpliwie wiąże się utrzymywanie rozbudowanej sieci placówek, spowoduje stopniowe wygaszanie tego kanału sprzedaży. Zapowiedzi PZU o redukcji zatrudniania o 2000 osób dotkną także pracowników etatowych zajmujących się sprzedażą ubezpieczeń. Nie ulega wątpliwości, że spadkowi liczby pracowników etatowych w sektorze ubezpieczeniowym towarzyszyć będzie wzrost efektywności tego kanału sprzedaży (mierzony wzrostem wartości składki przypisanej brutto w przeliczeniu na pracownika zakładu ubezpieczeń).

Sprzedaż ubezpieczeń przez agentów należy do najpopularniejszych form sprzedaży ubezpieczeń w Polsce. Kanał agencyjny w najbliższych latach będzie dalej kanałem dominującym zarówno w dziale ubezpieczeń na życie, jak i ubezpieczeń majątkowych.

Liczba agentów w Polsce systematycznie wzrasta, przy czym zmienia się charakter działalności agencyjnej. Zmniejsza się udział agentów wyłącznych, świadczących usługi tylko dla danego zakładu w ramach jednej grupy kapitałowej, a zwiększa się udział multiagentów. Jest to spowodowane wysoką konkurencją na rynku pośrednictwa ubezpieczeniowego i stosowaniem wielu zachęć przez towarzystwa ubezpieczeniowe, zwłaszcza te, które nie mają dostatecznie rozwiniętej sieci pośrednictwa. Wydaje się, że właśnie w tym kierunku będzie przeobrażał się kanał agencyjny, aczkolwiek dla zakładów ubezpieczeń z szeroko zaawansowanym, wieloletnim systemem i programem szkoleń agencyjnych przekształcanie się agentów w multiagentów nie jest zjawiskiem pożądanym.

## 2.2. Kanał *bancassurance* i *direct*

Najbardziej dynamicznie rozwijającymi się kanałami w Polsce są kanały *bancassurance* i *direct*, a udział ich w pozyskiwaniu składki z roku na rok rośnie.

Wydaje się, że rynek *bancassurance* jest już nasycony, mimo to składka pozyskiwana tym kanałem z roku na rok powinna być coraz większa. Przyczyni się do tego wzrost zadłużenia gospodarstw domowych z tytułu kredytów hipotecznych i konsumpcyjnych. Z jednej strony pobudzi to sprzedaż ubezpieczeń na życie, jako zabezpieczenie głównie do kredytów hipotecznych, ale też spłaty rat kredytów konsumpcyjnych, z drugiej – wzrost akcji kredytowej przyczyni się do sprzedaży ubezpieczeń w dziale II. Spodziewane w najbliższych latach ożywienie na rynku nieruchomości będzie oznaczało wzrost sprzedaży ubezpieczeń pomostowych, niskiego wkładu, a także ubezpieczeń nieruchomości (ubezpieczenie murów oraz elementów stałych). Coraz większego znaczenia zyskuje ubezpieczenie od utraty pracy.

Wpływ na rozwój tego kanału będą miały również zmiany o charakterze prawnym. Zapowiadane od stycznia 2012 r. przez resort finansów zmiany w przepisach podatkowych, które wyeliminują korzyści wynikające z tzw. lokat jednodniowych, mogą wskazywać na powrót do strategii związanej z polisolokatami.

Jednak z zapowiedzi ubezpieczycieli wynika, że nie będą oni zbyt skłonni rozwijać współpracy z bankami w tym obszarze. Jednym z argumentów przytaczanych przez zakłady ubezpieczeń są obostrzenia kapitałowe wynikające z wejścia na początku 2013 r. projektu Solvency II.

Ostatecznie przyszłość polisolokat będzie zależeć od następujących czynników:

- popytu na kredyt i inne instrumenty dłużne, które zmuszą banki i SKOK-i do intensywnego pozyskiwania wolnych środków finansowych z rynku, dzięki oferowaniu atrakcyjnego oprocentowania produktów oszczędnościowych,
- limitów wprowadzonych przez zakłady ubezpieczeń w zakresie angażowania się w polisolokaty,
- stopnia pokrycia rezerw ubezpieczeniowych kapitałami własnymi.

Sprzedaż *direct* jest dziś najbardziej dynamicznie rozwijającym się kanałem dystrybucji, głównie w obszarze ubezpieczeń komunikacyjnych (ponad 90% zebranej składki w tym kanale pochodzi właśnie od ubezpieczeń komunikacyjnych). Ponadto w kanale tym sprzedawane są ubezpieczenia NNW, ochrony prawnej, ubezpieczenia mieszkaniowe, medyczne oraz ubezpieczenia turystyczne. Obserwowane tendencje wzrostowe w poszczególnych zakładach ubezpieczeń pozwalają prognozować, że przypis składki pozyskanej w 2011 r. poprzez telefon i Internet przekroczy 1,1 mld zł [Rynek polis... 2011].

Poziom składki pozyskanej przez kanał *direct* w najbliższych latach będzie wykazywał tendencję rosnącą z kilku powodów. Po pierwsze, wzrost popularności kanału *direct* spowodowany będzie szerszym dostępem społeczeństwa do Internetu, wzrostem świadomości i zaufania do tej formy zakupu polisy. Po drugie, wzrost składki podyktowany będzie nie tylko naturalnym trendem rozwoju nowoczesnych

kanałów, ale też silnym wzrostem cen w ubezpieczeniach komunikacyjnych, zarówno w AC, jak i OC. Wojna cenowa między towarzystwami będzie malała ze względu na wysoką szkodowość, jaką odnotowały towarzystwa w 2009 r., a która pogłębiła się jeszcze w 2010 r. (w 2010 strata z ubezpieczeń komunikacyjnych była większa o ponad 300 mln zł w stosunku do roku poprzedniego). Stąd też wzrost cen zarówno w polisach OC, jak i AC będzie kontynuowany w 2011 r. Po trzecie, przewiduje się wejście na rynek polski dwóch nowych towarzystw z kapitałem francuskim mających działać w tym systemie, czyli Groupamy (na koniec 2011 r.) i MAAF. Zaostrzy to konkurencję na rynku *direct*, ale jednocześnie przyczyni się do promocji tego typu formy sprzedaży. Po czwarte, niebagatelne znaczenie dla wzrostu poziomu składki ma podniesienie stawki podatku VAT do 23%, co podnosi wartość pojazdu i koszty jego naprawy. Po piąte zaś, wpływ na wyższy poziom zebranej składki z ubezpieczeń komunikacyjnych w przyszłości może mieć także orzeczenie Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w sprawie zrównania cen stawek ubezpieczeniowych dla mężczyzn i kobiet. Będzie to skutkowało podniesieniem ceny za polisy płacone przez kobiety.

### 2.3. Kanał brokerski

Coraz większego znaczenia w Polsce nabiera kanał brokerski. Udział brokerów w ściąganiu składki ubezpieczeniowej stanowi ok. 2% w dziale ubezpieczeń na życie i ok. 17% w dziale ubezpieczeń majątkowych i pozostałych osobowych (rok 2009). Szacuje się, że wartość rynku brokerskiego mierzona przychodami przekroczyła w 2010 r. 630 mln zł, co stanowi 14% wzrost w stosunku do roku poprzedniego.

Znaczenie brokera w obsłudze ubezpieczeniowej firm nieustannie wzrasta. Jeszcze kilka lat temu jego działalność sprowadzała się w zasadzie do tworzenia programu ubezpieczeń oraz pośrednictwa w zawarciu umowy ubezpieczenia. Obecnie liczące się na rynku firmy brokerskie podejmują działania związane z wszechstronną pomocą podczas likwidacji szkód i reprezentacji wobec zakładów ubezpieczeń. Coraz większa wiedza brokera, jego doświadczenie, znajomość przepisów (nie tylko ubezpieczeniowych) i procedur doskonale służą zabezpieczeniu interesów klientów, powodując, że kanał ten zyskuje zaufanie coraz większej rzeszy klientów. Te wyjątkowe atrybuty pracy brokera są coraz bardziej pomocne przy budowaniu kompleksowych programów ubezpieczeniowych, jak np. ostatnio kilka domów brokerskich (m.in. STBU i Willis), połączywszy siły, opracowało wspólnie program ubezpieczeniowy dla miasta Gdańska pod nazwą Polisa City. Przedsięwzięcie takie nie zostało by zrealizowane przy wykorzystaniu innych dostępnych kanałów dystrybucji.

Zakłady ubezpieczeń zaczynają doceniać współpracę z brokerami, a dla wielu z nich ten kanał dystrybucji staje się strategicznym sposobem dystrybucji polis.

Należy przypuszczać, że w najbliższych latach nastąpi stopniowy, powolny wzrost znaczenia brokerów w sprzedaży produktów ubezpieczeniowych i będzie on w dużej mierze uzależniony od koniunktury gospodarczej, rozwoju inwestycji,

w tym zwłaszcza zagranicznych. Wynikać będzie on także z coraz wyższej świadomości ubezpieczeniowej społeczeństwa, jak również rosnącego zapotrzebowania na złożone i indywidualnie dopasowane oferty ubezpieczeniowe dla wielu przedsiębiorstw. Należy wspomnieć też o tym, że w ostatnich miesiącach znacznie obniżono bariery wejścia do elitarnej w Polsce grupy zawodowej, jaką są brokerzy. Podwyższyła się znacznie zdawalność egzaminu brokerskiego, przy stale wysokiej liczbie osób zainteresowanych pracą w tym zawodzie. Należy mieć tylko nadzieję, że liberalizacja nie wpłynie na obniżenie profesjonalizmu wśród osób świadczących te wysoko specjalistyczne usługi.

#### 2.4. Inne kanały

Istnieje pewna grupa kanałów dystrybucji, która nierozzerwalnie związana jest z rodzajem sprzedawanego produktu ubezpieczeniowego. Najlepszym tego przykładem są sieci dealerskie i sprzedawane przez nie ubezpieczenia komunikacyjne. Obecnie nie ma już autoryzowanego salonu samochodowego, który nie miałby w swojej ofercie ubezpieczeń komunikacyjnych. Powoduje to bardzo wysoką penetrację i duże nasycenie rynku. Poziom sprzedaży polis komunikacyjnych bezpośrednio w salonach samochodowych przekracza 90%. Tak wysoki odsetek jest wynikiem bardzo atrakcyjnych cenowo pakietów ubezpieczeniowych.

Wartość pozyskanej składki przez dealerów niewątpliwie będzie rosła, ale będzie ona determinowana liczbą sprzedanych samochodów i ich ceną oraz poziomem stawek ubezpieczeniowych. Wszystkie te czynniki są wypadkową aktualnej koniunktury gospodarczej i zmian o charakterze prawnym.

Chociaż sprzedaż polis, zwłaszcza komunikacyjnych dla właścicieli nowych pojazdów, za pośrednictwem dealerów osiągnęła już apogeum, to na dużą uwagę zasługuje rynek komisów samochodowych, w którym można szukać nowych dystrybutorów i odbiorców polis.

Innym przykładem powiązania kanału sprzedaży z rodzajem produktu są ubezpieczenia turystyczne i medyczne. Sprzedaż ubezpieczeń turystycznych przez pracowników biur podróży traktowana jest jako czynność dodatkowa wspomagająca działalność podstawową.

Do wzrostu przypisu składki pozyskanej przez tzw. OWCE (czyli osoby wykonujące działalność agencyjną) może się przyczynić także spodziewany rozwój komercyjnych ubezpieczeń zdrowotnych, które mogą być sprzedawane np. za pośrednictwem placówek medycznych. Coraz więcej i częściej mówi się, że towarzystwa ubezpieczeń chcą wyjść z ofertą ubezpieczeń zdrowotnych, i coraz częściej słyszy się również zapowiedzi banków o chęci dystrybuowania tych ubezpieczeń (co może wpłynąć na kanał *bancassurance*). Ubezpieczenia zdrowotne niewątpliwie są takim typem produktów, które choć bardzo powoli, ale będą się rozwijać, a ich sprzedaż będzie widoczna w różnych kanałach.



### 3. Zakończenie

Analiza kanałów dystrybucji na rynku polskim pozwala wysnuć wniosek, że struktura pozyskania składki przez poszczególne kanały w najbliższym czasie się nie zmieni. Nie ulega wątpliwości, że tradycyjne kanały dystrybucji będą traciły na znaczeniu, ale nadal pozostaną głównymi dostawcami składki.

Chociaż wskazuje się na bardzo dynamiczny rozwój kanału *direct*, to jednak stosunkowo słaby dostęp do Internetu wśród gospodarstw domowych i ograniczony dostęp do tego środka komunikacji powodują, że kanał *direct* nie może pretendować do rangi wiodącego sposobu dystrybucji produktów ubezpieczeniowych. Dlatego też większość zakładów ubezpieczeń, zwłaszcza tych, które dysponują gęstą siecią agentów ubezpieczeniowych, Internet traktuje jako wsparcie pracy agentów. W ten sposób następuje synergia tradycyjnego i nowoczesnego sposobu docierania do klienta, a nie wzajemna kanibalizacja obydwu kanałów.

Widoczna jest tendencja do rozwoju serwisów przez firmy ubezpieczeniowe. Chcąc lepiej zaspokoić potrzeby klientów, towarzystwa rozbudowały bardzo mocno swoje strony www. Problemem nadal pozostaje użyteczność oraz architektura informacji i nawigacji w witrynach. Sprzedaż *on-line* ubezpieczeń w Polsce rośnie z każdym rokiem, ale wzrasta również konkurencja na rynku *direct*, gdzie często najbardziej wrażliwym czynnikiem jest oferowana cena. Rynek ogranicza także fakt, że sprzedaż w sieci wymaga elastycznej i w miarę prostej konstrukcji ubezpieczeń oraz procesu zgłoszenia i likwidacji szkody.

### Literatura

*European Insurance In Figures*, CEA Statistics no. 42, November 2010, [www.cea.eu](http://www.cea.eu).

Monkiewicz J. (red.) [2002], *Podstawy ubezpieczeń*, t. III: *Przedsiębiorstwo*, Poltext, Warszawa.

*Rynek polis direct przekroczy w tym roku 1 mld zł*, „Dziennik Gazeta Prawna”, 16.03.2011.

Szumlicz T. [2011], *W sprawie kształtowania popytu na ochronę ubezpieczeniową*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe”, nr 1.

[www.piu.org.pl](http://www.piu.org.pl).

[www.knf.gov.pl](http://www.knf.gov.pl).

### PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF TRADITIONAL AND INNOVATIVE FORMS OF INSURANCE SALES IN POLAND – PART II

**Summary:** Observing the behavior of insurers on the Polish market in terms of distribution strategy lets us notice that insurance companies try to diversify sales channels by reducing the role of the lead channel. On the one hand, traditional insurance companies such as Allianz,

Axa and PZU see the need to reach the customer also through modern media i.e. telephone and the Internet. On the other hand, typical direct insurers such as Link4, BRE and Liberty Direct want to diversify insurance products sales network through the use of traditional channels, mainly insurance agents. The analysis of the distribution channels on the Polish market can conclude that the structure of the premium collection by the individual channels will not change in the near future. There is no doubt that the traditional distribution channels will lose its importance but still remain the main providers of premium.

**Keywords:** insurance agents, broker, direct sale, distribution channels, sales strategies.