

Sylwester Kozak

Katedra Polityki Europejskiej, Finansów Publicznych i Marketingu
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Zmiany strategii zarządzania dystrybucją w sektorze ubezpieczeń w Polsce i krajach Unii Europejskiej w latach 2002–2008

Wstęp

Zarządzanie strukturą produktową i systemem dystrybucji polis ubezpieczeniowych podlegało istotnym zmianom w Polsce i w innych krajach Unii Europejskiej w latach 2002–2008, jednak w każdym przypadku tempo tych przemian było zróżnicowane. Polskie zakłady ubezpieczeń musiały nadrobić narosłe przez wiele lat zaległości w stosunku do ubezpieczycieli z wysoko rozwiniętych krajów UE. Z tego też względu zmiany zachodzące w początkowych latach w dużej mierze były podyktowane koniecznością przystosowania się zakładów ubezpieczeń do spełnienia wymogów technicznych i organizacyjnych, jakie stawały regulacje obowiązujące w sektorze ubezpieczeń Unii Europejskiej. Ponadto, na działalność i wyniki sektora istotny wpływ wywierały zwiększone w tym czasie zaangażowanie kapitałowe zagranicznych ubezpieczycieli i wzrost udziału rynkowego kontrolowanych przez nich zakładów.

W tym samym czasie w krajach UE-15 organizacja sektora ubezpieczeń, zakres jego produktów i sposoby ich dystrybucji nie podlegały tak znacznym zmianom. Sektor ubezpieczeń wykorzystywał ułatwienia, jakie niesło za sobą ustanowienie na początku lat 90. jednolitego europejskiego systemu finansowego i zasady *jednego paszportu* dla instytucji ubezpieczeniowych oraz wprowadzenie wspólnej waluty euro w 1999 r. W większości krajów kontynuowano dotychczasowe kierunki rozwoju, m.in. produktów ubezpieczeniowych na życie, ubezpieczeń komunikacyjnych, ubezpieczeń wypadkowych i chorobowych. Również w sposobie dystrybucji produktów ubezpieczeniowych w krajach unijnych nie zaszły szczególne zmiany. Zakłady kontynuowały głównie rozwój sprzedaży w systemie *bancassurance* za pośrednictwem agentów i brokerów oraz w mniejszym stopniu przez własne placówki.

Celem artykułu jest zaprezentowanie zmian w strategii zarządzania strukturą produktów oraz dystrybucją produktów ubezpieczeniowych, jakie zaszły

w polskim sektorze ubezpieczeń w kontekście zmian zachodzących w krajach Unii Europejskiej w latach 2002–2008. Przeprowadzona analiza bazuje na danych finansowych z polskich zakładów ubezpieczeń publikowanych przez Komisję Nadzoru Finansowego (KNF) i Polską Izbę Ubezpieczeń (PIU) oraz danych z Europejskiego Stowarzyszenia Ubezpieczycieli (CEA). Wyniki analizy wskazują, że wraz ze wzrostem udziału w rynku średnich zakładów, głównie z większościowym kapitałem zagranicznym, obniżyła się koncentracja rynku i poprawiały warunki konkurencji. Jedną z metod poprawy pozycji rynkowej zakładów było wdrożenie systemu *bancassurance*, niemal całkowicie niewykorzystywanego wcześniej w Polsce w dystrybucji ubezpieczeń. System znacznie wcześniej stosowany w krajach UE stał się 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 ważnym, choć nie podstawowym kanałem dystrybucji. Agenci indywidualni i instytucjonalni oraz pracownicy zakładów pozostali nadal ważnymi dystrybutorami polis ubezpieczeniowych.

Takie kierunki rozwoju systemu sprzedaży zbliżają polski sektor ubezpieczeń 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. Do krajów o takiej strukturze sprzedaży należą Austria, Belgia, Francja i Włochy. Systemy finansowe w tych krajach są zorientowane na banki [NBP 2004]. Z kolei kształt systemu sprzedaży ubezpieczeń w Polsce w 2008 r. różnił się zasadniczo od systemu brytyjskiego, który był skoncentrowany na sprzedaży przez sieć agentów i brokerów. Takie zróżnicowanie systemu dystrybucji można uzasadnić m.in. tym, że model systemu finansowego w tym kraju jest zorientowany na rynki finansowe.

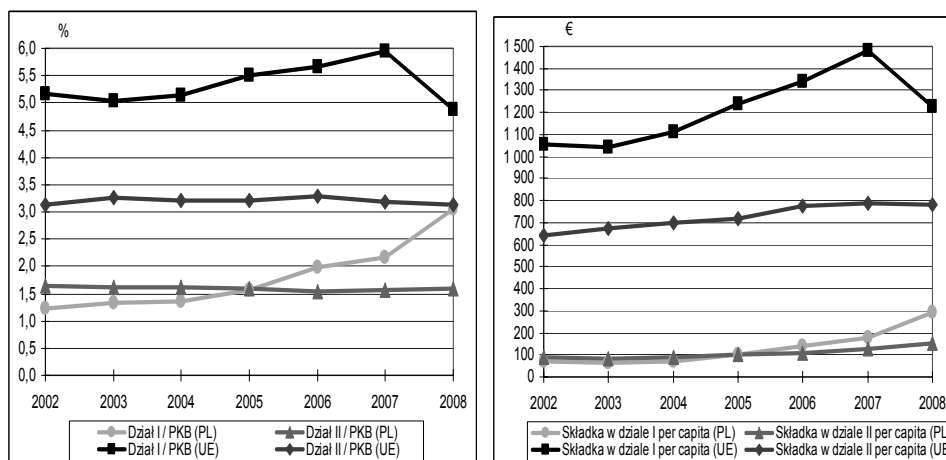
Pozostała część artykułu zorganizowana jest w następujący sposób. Pierwszy rozdział przedstawia strukturę sektora i rozmiary jego działania oraz formy sprzedaży oferowanych przez niego produktów ubezpieczeniowych. Kolejny analizuje kanały dystrybucji stosowane w sprzedaży ubezpieczeń na życie i nie na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

Struktura i wyniki działalności sektora ubezpieczeń w Polsce i Unii Europejskiej

Wraz z wejściem Polski do Unii Europejskiej sektor ubezpieczeń rozpoczął proces integracji z europejskim systemem finansowym. Wspomagała go zwiększająca się obecność zagranicznych instytucji ubezpieczeniowych w Polsce,

które po eliminacji barier w transferze kapitału inwestycyjnego mogły jeszcze łatwiej dofinansowywać posiadane zakłady lub przejmować nowe. Z drugiej jednak strony polskie zakłady ubezpieczeń zostały poddane konkurencji, już nie tylko ze strony podmiotów krajowych, ale również i zagranicznych. Większe możliwości ekspansji oraz silniejsza konkurencja stały się istotnymi motywami dla rozszerzenia asortymentu produktów ubezpieczeniowych i sposobu ich dystrybucji.

Poprawiająca się sytuacja gospodarcza w Polsce stworzyła korzystne warunki do rozwoju sektora ubezpieczeń. Począwszy od II połowy 2003 r. wzrastały zarówno produkt krajowy brutto, jak i średnie płace, co podnosiło popyt na ubezpieczenia na życie i nie na życie. Poprawa koniunktury gospodarczej najsilniej zaznaczyła się w wynikach działu ubezpieczeń życiowych. Gospodarstwa domowe lokowały rosnące oszczędności w polisach na życie, 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 między latami 2002 a 2008 składka przypisana brutto w dziale ubezpieczeń na życie wzrosła niemal czterokrotnie, tj. w tempie znacznie szybszym niż PKB (rys. 1). Lepsze wyniki przedsiębiorstw oraz wzrost importu samochodów w pierwszych latach integracji Polski z UE pozwoliły również zakładom ubezpieczeń nie na życie na istotne podniesienie wartości składki przypisanej brutto, choć jej przyrosty okazały się znacznie niższe.



Rysunek 1

Składka przypisana brutto w dziale ubezpieczeń na życie (Dział I) i nie na życie (Dział II) w Polsce i w Unii Europejskiej (UE-27) w odniesieniu do PKB (lewy panel) i na jednego mieszkańca (prawy panel)

Źródło: CEA, KNF.

Porównanie wyników polskiego sektora ubezpieczeń ze średnimi dla wszystkich krajów Unii Europejskiej pokazuje, że największy rozwój sektora nastąpił w dziale ubezpieczeń na życie. Czterokrotnie niższy w 2002 r. od średniej w UE stopień penetracji (składka/PKB) w 2008 r. był już mniejszy tylko o 50% (rys. 1). Zmiany te świadczyły o dużym potencjale zgromadzonym w sektorze ubezpieczeniowym i dawały motywację do podnoszenia dochodowości działania zakładów i efektywności stosowanych przez nie kanałów dystrybucji.

Rozwój sektora ubezpieczeń w Polsce i UE w latach 2002–2008 wiązał się z częściową konsolidacją, szczególnie małych podmiotów. W efekcie liczba zakładów zmniejszyła się, odpowiednio o 3,4% w UE i 8,7% w Polsce. Jeszcze pod koniec lat 90. cechą charakterystyczną dla sektora ubezpieczeń w Polsce i innych państwach Europy Środkowo-Wschodniej była silna koncentracja rynku¹. Zgodnie z danymi CEA, jeszcze w II połowie tej dekady pięć największych zakładów ubezpieczeń skupiało ponad 90% składki sektora.

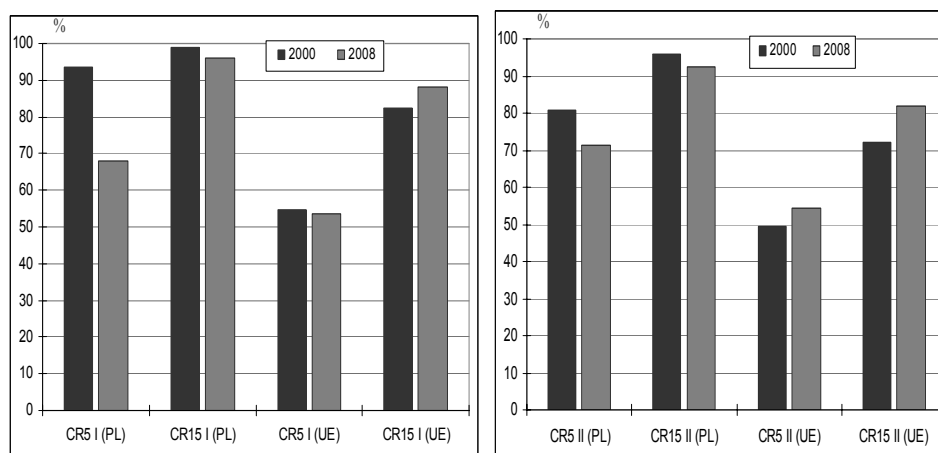
Większe zagraniczne inwestycje kapitałowe przyczyniły się do rozwoju grupy średnich zakładów, obniżając tym samym poziom koncentracji rynku i poprawiając warunki konkurencji. Zwiększone zainteresowanie polskimi zakładami ze strony zachodnioeuropejskiego kapitału wynikało również z perspektywy osiągnięcia wyższych stóp zwrotu z inwestycji niż w ich państwach macierzystych. Tak ważne zmiany strukturalne w sektorze stały się podstawą do poszukiwania optymalnej struktury produktów ubezpieczeniowych oraz kanałów ich dystrybucji. W tym względzie polscy ubezpieczyciele wykorzystywali wiedzę i wieloletnie doświadczenie przekazane przez spółki-matki i w większym stopniu kierowali swoje produkty do klientów przez placówki bankowe. Dodatkowo zakłady wdrożyły nowoczesne technologie, umożliwiające bezpośrednią sprzedaż polis przy użyciu Internetu i telefonu [KNUiFE 2005].

W przypadku sektora ubezpieczeń w krajach UE-15 po 2005 r. nie zaszły istotne zmiany w zakresie oferowanych produktów i w strukturze kanałów ich dystrybucji. Ubezpieczenia na życie stanowiły bezpieczny instrument inwestycji oszczędności. Z kolei w sektorze ubezpieczeń nie na życie kontrolę nad około 80% rynku niemal w trwały sposób utrzymywały ubezpieczenia komunikacyjne, ubezpieczenia zdrowotne i wypadkowe oraz ubezpieczenia majątkowe. Średnie udziały poszczególnych grup tych ubezpieczeń wynosiły odpowiednio 30, 30 i 20%. Procesy konsolidacyjne w europejskim sektorze ubezpieczeń podniosły stopień koncentracji sektora zarówno na życie, jak i nie na życie. W efekcie istotnie zmniejszyła się liczba zakładów: z 4918 w 2000 r. do 4797 w 2007 r. Jedno-

¹Zgodnie z danymi CEA, w 1996 r. w krajach Europy Środkowo-Wschodniej (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.

cznie wzrosła z 760 w 2000 r. do 1033 w 2007 r. liczba oddziałów działających w wielu krajach UE na zasadzie jednego paszportu [CEA 2010].

W Polsce, paradoksalnie, mimo znacznego spadku liczby zakładów, obniżył się też poziom koncentracji rynku. Największych przyrostów wielkości doświadczyły średnie zakłady ubezpieczeń na życie. W 2000 r. zakłady zajmujące pod względem wielkości zgromadzonej składki pozycje od 6 do 15 posiadały 5-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. Jednak sektor ubezpieczeń w UE pozostawał nadal o wiele bardziej zdywersyfikowany. Wskaźniki koncentracji CR5 dla ubezpieczeń na życie i nie na życie w UE były o około 15 punktów procentowych niższe niż w Polsce.

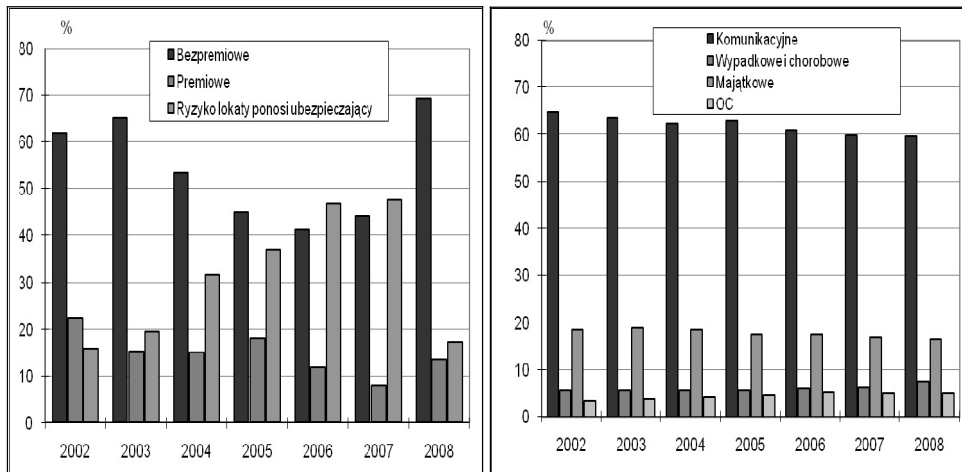


Rysunek 2

Stopień koncentracji sektora ubezpieczeń w Polsce i Unii Europejskiej (UE-27) w dziale ubezpieczeń na życie (lewy panel) i dziale ubezpieczeń nie na życie (prawy panel)

Źródło: CEA, KNF.

Zmiany w poziomie koncentracji rynku ubezpieczeniowego w Polsce nie wiązały się ze zmianą struktury oferowanych przez zakłady produktów. Strukturę przypisu brutto działu I zdominowały ubezpieczenia z grupy pierwszej. Ich największy udział zanotowano w 2008 r. w okresie intensywnej sprzedaży polis-oloklat prowadzonej przy współudziale banków (rys. 3). W sektorze ubezpieczeń nie na życie dominowały ubezpieczenia komunikacyjne. Ich 60-procentowy udział w rynku utrzymał się przez cały okres 2002–2008, podczas gdy średnia w UE spadła w tym samym czasie z około 36 do 30%. 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.

**Rysunek 3**

Struktura sektora ubezpieczeń na życie (lewy panel) i nie na życie (prawy panel) w Polsce

Źródło: CEA, KNF.

Odmierna była sytuacja w przypadku rynku ubezpieczeniowego w UE. Struktura produktowa w dziale ubezpieczeń nie na życie była bardzo silnie zdwersyfikowana. Ponad 80% rynku kontrolowały trzy grupy ubezpieczeń o zbliżonych udziałach, tj. ubezpieczenia wypadkowe i chorobowe (31%), ubezpieczenia komunikacyjne (30%) i ubezpieczenia majątkowe (20%) [CEA 2008]. 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.

Zmiany struktury kanałów dystrybucji ubezpieczeń w Polsce i Unii Europejskiej

Zmiany w działalności sektora ubezpieczeń w Polsce wiązały się w znacznym stopniu z reorganizacją struktury kanałów dystrybucji. Silne przyrosty składki pozyskiwanej przez zakłady ubezpieczeń na życie były jednymi z ważniejszych przyczyn zmian w systemie dystrybucji polis. W latach 2002–2008 utrwaliła się funkcja oszczędnościowa polis na życie. Sprawiało to, że ich dystrybucja w szybszym tempie przesunęła się z placówek własnych zakładów

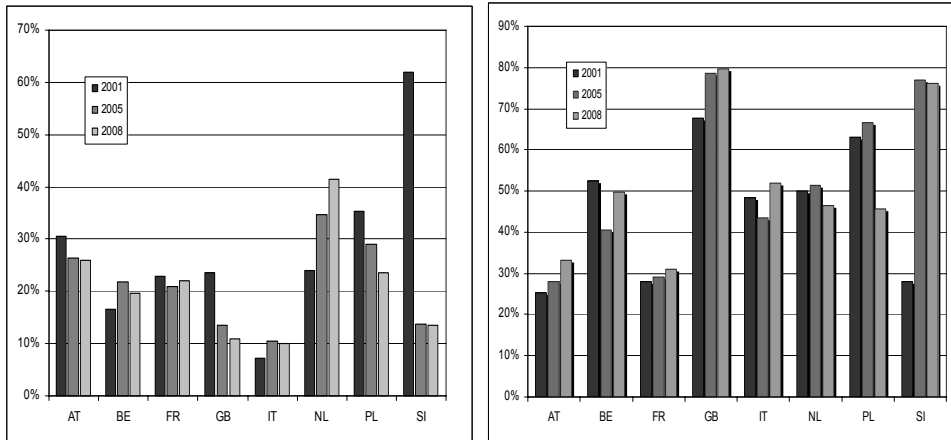
i sieci agentów ubezpieczeniowych do banków i innych instytucji finansowych. Takiemu procesowi nie podlegała natomiast sprzedaż polis nie na życie. Prowadzono ją głównie za pośrednictwem agentów i brokerów, a także w placówkach zakładów ubezpieczeń.

Porównanie zmian udziału sprzedaży własnej zakładów w różnych krajach UE pozwala stwierdzić, 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. Przeciwna sytuacja panuje w sektorze ubezpieczeniowym w Holandii, gdzie w trakcie ostatniej dekady ta forma dystrybucji osiągnęła poziom 41% udziału w rynku. Wzrost ten wynikał 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 krajem zdecydowanie odchodzącym od tej formy sprzedaży jest Wielka Brytania. Spadek w latach 2002–2008 udziału rynkowego sprzedaży przez placówki własne o 13 punktów procentowych do poziomu 11% w 2008 r. wynikał głównie z mniejszego zainteresowania tą formą dystrybucji w ubezpieczeniach nie na życie. W Polsce ograniczenie sprzedaży własnej wystąpiło w dziale ubezpieczeń na życie (spadek o blisko 20 p.p.) oraz w mniejszym stopniu ubezpieczeń nie na życie (spadek o 6 p.p.).

Sprzedaż produktów ubezpieczeniowych przez agentów i brokerów jest nadal jednym z ważniejszych kanałów dystrybucji produktów ubezpieczeniowych. Był on wykorzystywany w sektorze ubezpieczeń głównie w Wielkiej Brytanii (rys. 4). Może to być związane z silnym uzależnieniem systemu ubezpieczeń od rynków finansowych i mniejszą rolą banków w gromadzeniu oszczędności gospodarstw domowych.

Innymi krajami o znaczącej roli tego kanału dystrybucji ubezpieczeń są Słowenia, Włochy i Belgia. Zbliżony charakter struktury sprzedaży przez agentów funkcjonował również w tym czasie w Polsce. W przeciwieństwie do sektora brytyjskiego, w Polsce, podobnie jak i w wymienionych wyżej krajach, sprzedaż przez 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.



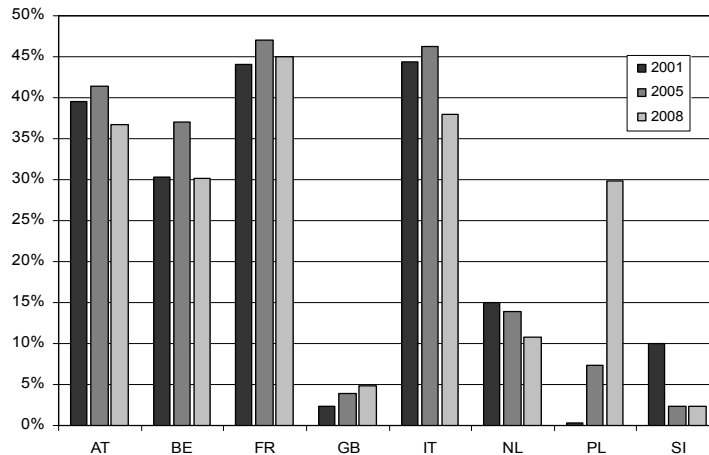
Rysunek 4

Zmiany wysokości udziału sprzedaży ubezpieczeń przez własne placówki zakładów (lewy panel) oraz agentów i brokerów (prawy panel) w Polsce i wybranych krajach UE

Źródło: CEA, PIU.

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

Dystrybucja produktów ubezpieczeniowych przez sieć placówek banków i innych instytucji finansowych odnosi się głównie do ubezpieczeń na życie. We Francji, Włoszech i w Austrii ta forma sprzedaży jest dominującą w dystrybucji wszystkich produktów ubezpieczeniowych (rys. 5). Wzrost zainteresowania *bancassurance* wiąże m.in. ze zmianą organizacji sprzedaży produktów bankowych.



Rysunek 5

Zmiany wysokości udziału sprzedaży ubezpieczeń w systemie *bancassurance* w Polsce i wybranych krajach UE

Źródło: CEA, PIU.

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

Banki oferują swoje podstawowe produkty, tj. kredyty czy rachunki bankowe, w pakietach finansowych wzbogaconych o kilka produktów ubezpieczeniowych.

Banki w wielu wypadkach wykorzystują sprzedaż produktów ubezpieczeniowych po promocyjnej cenie jako narzędzie do pozyskania klienta i uzyskania dochodów ze sprzedaży związanej innych produktów. W latach 2002–2008 w polskim sektorze ubezpieczeniowym nastąpił bardzo silny wzrost wartości sprzedaży w systemie *bancassurance*. Wzrost ten koncentrował się głównie w dziale ubezpieczeń na życie i wynosił dla tego okresu 44 punkty procentowe, osiągając poziom 45% w 2008 r. Jednocześnie tylko 2% składki w dziale ubezpieczeń nie na życie pozyskano za pośrednictwem banków i instytucji finansowych.

Wnioski

1. W latach 2002–2008 sektor ubezpieczeń w Polsce przeszedł silną transformację. W pierwszej części tego okresu zakłady ubezpieczeń koncentrowały swoją działalność na potrzeby technicznego i regulacyjnego dostosowania się do wymogów stawianych przez UE. Druga część to integracja z rynkami europejskimi, absorpcja pozyskanego kapitału właścicielskiego i przygotowanie do sprostania konkurencji ze strony ubezpieczycieli z UE. W tym czasie zakłady zreorganizowały struktury swoich ofert i organizację dystrybucji ubezpieczeń.
2. Zakłady ubezpieczeń w Polsce silnie zdywersyfikowały kanały dystrybucji swoich produktów, ograniczając sprzedaż przez placówki własne oraz sieć agentów i brokerów, zwiększając jednocześnie udział systemu *bancassurance*.
3. W latach 2002–2008 doszło do specjalizacji w systemie sprzedaży produktów ubezpieczeniowych. Dystrybucja przez placówki własne oraz sieć agentów i brokerów dominowała w dziale ubezpieczeń nie na życie. Z kolei *bancassurance* stało się głównym narzędziem dystrybucji ubezpieczeń działy na życie.
4. Struktura kanałów dystrybucji produktów ubezpieczeniowych w Polsce w wielu aspektach zbliżyła 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 stwarza dogodne warunki do łączenia sprzedaży produktów bankowych i ubezpieczeniowych, głównie z działy ubezpieczeń na życie.

Literatura

- CEA 2008: *European Insurance in Figures*, CEA Statistics no. 36, October 2008.
- CEA 2010: *European Insurance – Key Facts*, CEA, September 2010.
- 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.
- NBP 2004: *Rozwój systemu finansowego w Polsce w latach 2002–2003*, Narodowy Bank Polski, Warszawa.
- PIU 2007: *Ubezpieczenia 2006*, Polska Izba Ubezpieczeń, Warszawa.
- PIU 2008: *Ubezpieczenia 2007*, Polska Izba Ubezpieczeń, Warszawa.
- PIU 2009: *Ubezpieczenia 2008*, Polska Izba Ubezpieczeń, Warszawa.
- PIU 2010: *Ubezpieczenia 2009*, Polska Izba Ubezpieczeń, Warszawa.
- Główny Urząd Statystyczny: www.stat.gov.pl
- Polska Izba Ubezpieczeń: www.piu.org.pl
- Urząd Komisji Nadzoru Finansowego: www.knf.gov.pl

Changes of strategies of distribution management in the insurance sector in Poland and the European Union countries in years 2002–2008

Abstract

Integration with the European Union was a source of significant changes in the Polish insurance sector. The period 2002–2008 was characterized with the increase of foreign capital investments and the increase of competition from domestic and foreign insurers. One of the most important consequences of that process was the broadening of the range of products and changing of the struc-

ture 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 years 2002–2008. The research based on data from KNF, PIU i CEA indicate that insurance companies starting to offer more life insurance as an investment vehicle for households' savings and reducing the share of communication insurance and increasing financial and property insurance. Insurers transformed the distribution structure and significantly increased the sales through the banking network and reduced the sales through their own facilities and insurance agents and brokers. Such trend brings closer the distribution structure of the Polish insurance sector to the structure of insurance sectors in Austria, Belgium, France and Italy; it means countries with the bank-oriented financial systems.

