

**MAREK MOCEK**

# Wahania koniunktury na polskim rynku ubezpieczeniowym w 2008 roku w świetle wyników testu koniunktury

*W artykule dokonano oceny tendencji zmian, jakie w opinii menedżerów reprezentujących zakłady ubezpieczeń wystąpiły w kolejnych kwartałach 2008 roku na krajowym rynku usług ubezpieczeniowych zarówno w ujęciu ogólnym, jak i w przekroju rodzajów zakładów (życiowe, majątkowe) oraz wielkości zakładów (duże, małe).*

*Bazę źródłową dla tych ocen stanowią wyniki czterech kwartalnych badań koniunktury na rynku ubezpieczeniowym w Polsce realizowanych metodą testu koniunktury przez Katedrę Badań Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i wykonanych w kwietniu, lipcu, październiku 2008 roku oraz w styczniu 2009 roku.*

*Przedmiotem prezentowanych w artykule analiz jest kierunek i natężenie zmian w zakresie liczby obsługiwanych klientów, liczby klientów rezygnujących z ubezpieczeń, liczby zawartych ubezpieczeń, wartości zebranej składki, liczby zgłoszonych roszczeń, wartości wypłaconych odszkodowań i świadczeń, wskaźnika szkodowości, oraz sytuacji finansowej zakładów ubezpieczeń. Podsumowanie tych analiz stanowi omówienie kształtowania się wielkości syntetycznego wskaźnika koniunktury PIKU na tle jego wysokości rejestrowanej we wcześniejszych latach.*

## 1. Wprowadzenie

W większości procesów zachodzących w gospodarce rynkowej występują zmiany w poziomie aktywności gospodarczej, przejawiające się w mniej lub bardziej regularnych wahaniami koniunkturalnych. Mechanizm i cechy morfologiczne tych wahań są różnorodne w zależności od rozpatrywanego zjawiska bądź sektora i podlegają one ciągłym przeobrażeniom wraz ze zmianą czynników je determinujących.

Identyfikacja wahań koniunkturalnych w oparciu o empiryczne analizy *ex post* i *ex ante* ma istotne znaczenie poznawcze, gdyż daje możliwości zbadania właściwości współczesnych fluktuacji koniunkturalnych. Jednocześnie też tego typu analizy mają duże znaczenie dla podmiotów gospodarczych, gdyż umożliwiają im podejmowanie

racjonalnych decyzji w szybko zmieniającym się otoczeniu i trafne dostosowanie strategii działania do występujących uwarunkowań.<sup>1</sup>

Diagnozowanie i prognozowanie wahań koniunkturalnych jest szczególnie istotne w sektorze finansowym. Sektor finansowy, jako składowa gospodarki, w pewnym sensie tworzy koniunkturę ogólnogospodarczą, a równocześnie jest pod wpływem procesów w pozostałych sektorach gospodarki. Stąd też informacje o koniunkturze w tym sektorze, będącym regulatorem gospodarki, są niezbędne zarówno dla centrum decyzyjnego państwa, jak i dla wszystkich podmiotów gospodarczych.

Celem niniejszego artykułu jest podjęcie próby zdiagnozowania i oceny tendencji zmian koniunktury na jednym z głównych elementów składowych rynku usług finansowych, jakim jest rynek usług ubezpieczeniowych. Analizowane będą – w świetle wyników badań empirycznych – tendencje zmian, jakie miały miejsce na tym rynku w 2008 roku i to zarówno w ujęciu ogólnym, jak i w podstawowych jego segmentach.

Badanie zmian koniunktury nie jest zadaniem prostym, zaś przy jego realizacji możliwe są dwa istotnie różniące się podejścia. Pierwsze polega na dokonywaniu diagnoz, ocen i porównań w oparciu o odpowiednio dobrany zestaw danych statystycznych, natomiast drugie polega na korzystaniu w tym celu z opinii uzyskanych w wyniku realizacji specjalnych badań empirycznych wśród firm działających na badanym rynku. W niniejszym artykule to drugie podejście stanowi podstawę prowadzonych analiz.

Bazę źródłową do prezentowanych w opracowaniu analiz stanowiły głównie wyniki czterech kolejnych kwartalnych badań rynku usług ubezpieczeniowych przeprowadzonych metodą testu koniunktury przez Katedrę Badań Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego. Trzy z tych badań zrealizowane zostały w 2008 roku (odpowiednio na przełomie marca/kwietnia, czerwca/lipca i września/października), a ostatnie na przełomie roku 2008/2009 (grudzień/styczeń). Badania te opatrzone numerami od 60 do 63 stanowiły kontynuację monitoringu rynku ubezpieczeniowego prowadzonego nieprzerwanie od 1993 roku według metodologii szczegółowo przedstawionej w następnej części artykułu. Rezultaty monitoringu sprzed 2008 roku zostały w niniejszej pracy wykorzystane jedynie jako tło porównawcze do zasadniczych analiz dotyczących koniunktury w 2008 roku.

Przedmiotem prowadzonych w dalszych częściach artykułu analiz są zmiany w zakresie wybranych kategorii ekonomicznych charakteryzujących w ujęciu ogólnym wahania koniunktury na rynku ubezpieczeniowym opisane za pomocą prostych wskaźników jakościowych koniunktury (sald koniunktury). Wskaźniki te dotyczą liczby obsłużonych klientów, liczby zawartych ubezpieczeń, liczby klientów rezygnujących z usług, wartości pozyskanej składki, liczby zgłoszonych szkód, wartości wypłaconych odszkodowań i świadczeń, poziomu wskaźnika szkodowości i ogólnej sytuacji finansowej. Analiza obejmuje również zmiany wielkości pionierskiego dla polskiego rynku ubezpieczeniowego syntetycznego wskaźnika jakościowego koniunktury PIKU.

1. Szeroka prezentacja istoty oraz podstaw metodologicznych empirycznych analiz wahań koniunkturalnych znajduje się m.in. w pracy: R. Barczyk, *Teoria i praktyka polityki antycyklicznej*, AE w Poznaniu, Poznań 2004, s. 37-52. Interesujące omówienie zastosowań empirycznych badań koniunktury gospodarczej znajduje się w pracy: E. Adamowicz, *Badania koniunktury gospodarczej i ich skuteczność, w: Rynek usług finansowych w Polsce w latach 1990-2001. Diagnozowanie i prognozowanie koniunktury*, red. J. Garczarczyk, Zeszyty Naukowe, nr 37, AE w Poznaniu, Poznań 2003, s. 88 i dalsze.

## 2. Istota metody testu koniunktury

Test koniunktury należy do najpopularniejszej metody, obok barometrów koniunktury, wykorzystywanej w ocenie i przewidywaniu koniunktury gospodarczej.<sup>2</sup> Jej stosowanie zapoczątkowano w końcu lat dwudziestych XX wieku w USA, zaś w Europie Zachodniej systematyczne badania tą metodą zaczęto realizować w 1949 roku w niemieckim instytucie IFO w Monachium. Pierwsze praktyczne zastosowanie testu koniunktury w Polsce odnotowano natomiast w pierwszej połowie lat siedemdziesiątych minionego wieku, a do rozwoju metodologii oraz wykorzystywania tej metody istotny wkład wniosły w szczególności Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Instytut Rozwoju Gospodarczego SGH w Warszawie oraz Główny Urząd Statystyczny w Warszawie.<sup>3</sup>

Istota testu koniunktury jako metody badania rynku polega na dokonywaniu oceny aktualnej sytuacji rynkowej i formułowania krótkookresowych prognoz kształtowania się procesów i zjawisk rynkowych na podstawie ocen jakościowych dokonywanych przez wybrane podmioty rynku. Zasadniczym celem stosowania testu z punktu widzenia praktyki gospodarczej jest otrzymywanie za pomocą stosunkowo prostej metody szybkiej operatywnej informacji o aktualnej koniunkturze na wybranym rynku oraz przewidywaniem jej rozwoju w najbliższym czasie.

Do zasadniczych cech charakteryzujących powyższą metodę zaliczyć można<sup>4</sup>:

- pierwotny charakter źródła informacji – dane o zmianach sytuacji w zakresie badanych kategorii ekonomicznych są zbierane bezpośrednio w firmach lub gospodarstwach domowych z zastosowaniem metody wywiadu lub ankiety,
- pozyskiwane informacje mają charakter jakościowy – nie zawierają z zasady liczb, a określają jedynie tendencje zmian badanych wielkości ekonomicznych w stosunku do przyjętego okresu odniesienia (spadek-wzrost), bądź ocenę ich stanu (zły-dobry),
- badanie ma najczęściej charakter niewyczerpujący – realizowane jest na odpowiednio dobranej próbie jednostek, na podstawie której wnioskuje się o koniunkturze na całym badanym rynku,
- przedmiotem pomiaru są tendencje zmian lub stany odpowiednio dobranych wielkości ekonomicznych mających istotne znaczenie dla kształtowania się koniunktury

---

2. Na duże znaczenie metody wskazuje fakt, że już w 1995 roku test koniunktury wykorzystywano w 350 cyklicznych badaniach realizowanych w blisko 60 krajach świata (zob. M. Bieć, *Test koniunktury. Metody, techniki, doświadczenia*, Prace i Materiały IRG, nr 48, SGH, Warszawa 1996, s. 22). O stale rosnącym zakresie stosowania metody świadczy też tematyka referatów prezentowanych na cyklicznych światowych kongresach przygotowywanych przez CIRET (Centre for International Research on Economic Tendency Surveys z siedzibą w Zurychu), organizację skupiającą instytucje z ponad 50 krajów świata zajmujące się badaniami koniunktury gospodarczej.

3. Szerzej na temat zastosowań testu koniunktury w Polsce w: J. Garczarczyk, R. Matuszewicz, M. Mocek, *Koniunktura na rynku bankowym i ubezpieczeniowym w Polsce*. Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2001, s. 38-40, 52-61; J. Garczarczyk, M. Rekowski, *25th anniversary of Business Tendency Surveys in the Poznan University of Economics*, w: *Business Tendency Surveys at the Poznan University of Economics*, Zeszyty Naukowe, nr 70, AE w Poznaniu, Poznań 2006, s. 7-23,

4. Zob. m.in. D. Hübner, M. Lubiński, W. Małecki, Z. Matkowski, *Koniunktura gospodarcza*, PWE, Warszawa 1994, s.221-227; M. Lubiński, *Analiza koniunktury i badanie rynków*, Dom Wydawniczy ELIPSA, Warszawa 2002, s. 247-253.

na danym rynku (z uwzględnieniem jego specyfiki), zaobserwowane przez respondenta we własnej firmie lub gospodarstwie domowym,

- narzędziem pomiaru jest kwestionariusz o określonej budowie – zawiera on zawsze grupę pytań diagnostycznych oraz grupę pytań prognostycznych, będących pytaniami zamkniętymi wyskalowanymi z zastosowaniem skali porządkowej 3- lub 5-stopniowej;
- podczas przetwarzania wyników pomiaru dokonuje się ważenia uzyskanych odpowiedzi według ustalonego wcześniej systemu wag,
- rezultatem procesu przetwarzania są struktury ważonych odpowiedzi, salda koniunktury – spełniające funkcje prostych wskaźników jakościowych koniunktury o unormowanej wielkości (od -100 do +100) oraz wyznaczone w oparciu o nie wskaźniki złożone koniunktury o różnej konstrukcji.<sup>5</sup>

Duże zainteresowanie stosowaniem testu koniunktury w badaniach wahań koniunkturalnych spowodowane jest szeregiem zalet, jakie ta metoda posiada. Do najważniejszych z nich należy:

- szybkość otrzymywania informacji – do formułowania ocen przez respondentów nie są konieczne sprawozdawcze dane liczbowe i stąd wyniki testu znacznie wyprzedzają oficjalną statystykę rynkową,
- brak kwantyfikacji – dokonywanie ocen jakościowych nie tylko przyspiesza udzielanie odpowiedzi przez respondentów, ale równocześnie gwarantuje zachowanie tajemnicy co do rzeczywistego poziomu badanych wielkości ekonomicznych w firmie czy gospodarstwie,
- systematyczność i rytmiczność – realizacja badań w regularnych cyklach pozwala analizować kierunki zmian koniunktury w dłuższych okresach czasu,
- wyprzedzenie czasowe – jakościowe wskaźniki koniunktury mają najczęściej charakter wyprzedzający w stosunku do faktycznych zmian koniunktury i stąd stanowią istotne źródło informacji do kształtowania decyzji rynkowych,
- możliwość uzyskania informacji dotyczących wielkości ekonomicznych nie objętych sprawozdawczością statystyczną.

Z kolei do pewnych wad tej jakościowej metody zaliczyć trzeba ograniczoną precyzję uzyskiwanych wyników ze względu na subiektywny charakter ocen formułowanych przez respondentów oraz brak kwantyfikacji zjawisk. Nierzadko podnoszonym mankamentem metody są też relatywnie dość wysokie koszty badania, co wynika z konieczności prowadzenia badań terenowych oraz stosowania metody panelu.<sup>6</sup>

- 
5. Więcej o rodzajach wskaźników koniunktury i ich budowie m.in. w: R. Barczyk, *Wartość poznawcza złożonych wskaźników koniunktury opartych na danych jakościowych*, Ekonomista, 1996, nr 4, s. 491 i dalsze; R. Barczyk, Z. Kowalczyk, *Metody badania koniunktury gospodarczej*, PWN, Warszawa-Poznań 1993, s.70 i dalsze; M. Bieć, *Test koniunktury ...*, op. cit., s. 97 i dalsze; Z. Matkowski, *Złożone wskaźniki koniunktury dla gospodarki polskiej oparte na wynikach badań ankietowych*, w: *Koniunktura gospodarcza w Polsce*, SGH, Warszawa 1999, s. 141 i dalsze; J. Garczarczyk, M. Mocek, I. Olejnik, R. Skikiewicz, *Wskaźniki koniunktury finansowej w diagnozowaniu i prognozowaniu rozwoju gospodarki*, AE w Poznaniu, Poznań 2006, s. 55 i dalsze.
6. Szerzej na temat zalet i wad metody m.in. w: D. Hübner, M. Lubiński, W. Małecki, Z. Matkowski, *Koniunktura ...*, op. cit. s. 235-238; J. Garczarczyk, R. Matuszewicz, M. Mocek, *Koniunktura ...*, op. cit. s.41-42; M. Lubiński, *Analiza koniunktury ...*, op. cit., s. 254-256.

### 3. Metodyka badań koniunktury na rynku ubezpieczeniowym

Badania metodą testu koniunktury na rynku usług ubezpieczeniowych podjęte zostały po raz pierwszy w Polsce, a także w Europie przez Katedrę Badań Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu wraz z Zakładem Badań Marketingowych INFOMARKT w Poznaniu.<sup>7</sup> Badania te realizowane są w cyklu kwartalnym, nieprzerwanie od II kwartału 1993 roku.<sup>8</sup> Populację badaną stanowią centrale, oddziały (inspektoraty) i przedstawicielstwa zakładów ubezpieczeń prowadzących działalność operacyjną na terenie Polski w zakresie ochrony życiowej, osobowej i majątkowej.

Systematyczne, cokwartalne badania mają zasięg ogólnopolski i realizowane są na próbie panelowej liczącej 400-450 jednostek. Przy doborze jednostek do próby zastosowano dobór warstwowy. Warstwy wyodrębniono według trzech kryteriów: rodzaju oferowanych ubezpieczeń, wartości kapitału akcyjnego i udziału w rynku oraz regionu na terenie którego znajduje się jednostka badana. Ze względu na pierwsze kryterium wyróżniono zakłady oferujące ubezpieczenia typu *life* (Dział I) i *non-life* (Dział II), a drugie kryterium było podstawą podziału zakładów ubezpieczeń na duże, średnie i małe. Z kolei w ramach kryterium przestrzennego zakłady podzielono na pięć regionów: pomorski, centralny, wielkopolski, południowy i wschodni.<sup>9</sup>

Informacje od wylosowanych do próby jednostek pozyskuje się metodą ankiety pocztowej. Kwestionariusze testu koniunktury są rozsyłane około dwa tygodnie przed upływem każdego kwartału. Dla zwiększenia zwrotności kwestionariuszy pod koniec kwartału wysyła się do jednostek, które nie odesłały kwestionariusza, pismo monituujące. Uzyskiwana ostatecznie zwrotność wynosi 38-50 proc. Wynik ten należy uznać za korzystny biorąc pod uwagę dość niestabilną sytuację wynikającą z bardzo dużej rotacji kadr menedżerskich (szczególnie w placówkach terenowych), zmian własnościowych oraz fuzji zakładów ubezpieczeń.

7. Badania początkowo realizowane były przez ZBM INFOMARKT, a następnie przez Katedrę Badań Marketingowych (wcześniej pod nazwą: Katedra Badań Rynku i Usług) Uniwersytetu Ekonomicznego (wcześniej Akademii Ekonomicznej) w Poznaniu w ramach badań statutowych, projektów badawczych KBN nr H02D 001 16 oraz nr H02C 086 24, a ostatnio projektu badawczego MNiSW nr N N113 1728 33.

8. Badania rynku ubezpieczeniowego metodą testu koniunktury od 1999 roku prowadzi również Pentor Research International. Są to badania realizowane w cyklu kwartalnym z zastosowaniem metody wywiadu telefonicznego (więcej o metodyce tych badań w: Monitoring Ubezpieczeniowy, PIU/Pentor, 1999, nr 1, s.1-2). Ponadto począwszy od 2003 roku badania metodą testu koniunktury wśród firm świadczących usługi pośrednictwa finansowego (sekcja J według Polskiej Klasyfikacji Działalności) wykonuje GUS. W ramach tych badań, realizowanych w cyklu miesięcznym, wyodrębniono grupę jednostek prowadzących działalność z zakresu ubezpieczeń i funduszy emerytalno-rentowych (więcej o tych badaniach w: I. Zagoździńska, *Koniunktura w wybranych jednostkach sektora finansowego i czynniki ją kształtujące*, w: M. Mocek (red.), *Diagnozowanie i prognozowanie koniunktury gospodarczej w Polsce*, AE w Poznaniu, Poznań 2006, s. 43 i dalsze).

9. W skład poszczególnych regionów wchodzi aktualnie następujące województwa: region pomorski – kujawsko-pomorskie, pomorskie, zachodnio-pomorskie; region centralny – łódzkie, mazowieckie, świętokrzyskie; region wielkopolski – lubuskie, wielkopolskie; region południowy – dolnośląskie, opolskie, śląskie, małopolskie; region wschodni – podkarpackie, lubelskie, podlaskie, warmińsko-mazurskie.

Wykorzystywany w badaniach rynku ubezpieczeniowego kwestionariusz testu koniunktury charakteryzuje się dość dużym stopniem szczegółowości. Można wyodrębnić w nim dwie zasadnicze części.

W pierwszej części zamieszczono pytania charakteryzujące ogólne zmiany w badanej jednostce. Obejmują one zmiany zaobserwowane w badanym kwartale oraz przewidywane w nadchodzącym kwartale w zakresie: ogólnej sytuacji finansowej, liczby świadczonych usług, liczby obsłużonych klientów, liczby zawartych ubezpieczeń, wartości pozyskanych składek, liczby szkód, wartości wypłaconych odszkodowań i świadczeń, liczby klientów rezygnujących z płacenia kolejnych rat składki, wskaźnika szkodowości oraz liczby oferowanych rodzajów ubezpieczeń.

W części drugiej kwestionariusza zawarto szczegółowe pytania diagnostyczne i prognostyczne dotyczące zmian w zakresie poszczególnych rodzajów usług ubezpieczeniowych oferowanych przez ubezpieczycieli. Pytania te dotyczą takich wielkości, jak: wartość pozyskanej składki, stopa składki, liczba szkód oraz wartość odszkodowań. Dla celów tego badania usługi ubezpieczeniowe podzielono na pięć zasadniczych grup, a w ramach nich wydzielono jeszcze od 3 do 6 podgrup. Wyróżnione zostały następujące grupy usług ubezpieczeniowych:

- ubezpieczenia na życie (w tym 5 podgrup),
- ubezpieczenia osobowe (w tym 4 podgrupy),
- ubezpieczenia majątkowe (w tym 6 podgrup),
- ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej (w tym 4 podgrupy),
- ubezpieczenia finansowe (w tym 3 podgrupy).

Cechą charakterystyczną kwestionariusza wykorzystywanego w prezentowanych badaniach rynku ubezpieczeniowego jest stosowanie pięciostopniowej skali odpowiedzi: silny spadek, niewielki spadek, bez zmian, niewielki wzrost, silny wzrost (lub znaczne pogorszenie, niewielkie pogorszenie, bez zmian, niewielka poprawa, znaczna poprawa). Zastosowanie takiej skali pozwala na dokonanie oceny przez respondenta nie tylko kierunku zmian, ale również i ich natężenia. Należy także podkreślić, że zarówno oceny sytuacji w danym kwartale jak i jej przewidywania dokonywane są poprzez porównywanie z sytuacją w analogicznym kwartale sprzed roku. Przyjęcie takiego okresu odniesienia w dużym stopniu eliminuje – już na etapie pierwotnego pomiaru – wpływ wahań sezonowych na formułowane przez respondentów opinie.

W pierwszym etapie procesu opracowywania zebranego materiału empirycznego dokonuje się ważenia opinii menedżerów reprezentujących poszczególne jednostki badania. Jako kryteria ważenia w opracowanym dla potrzeb omawianego badania systemie wag przyjęto wielkość udziału w rynku oraz wielkość kapitału podstawowego zakładu ubezpieczeń.

Kolejny etap prac polega na agregacji ważonych jednostkowych odpowiedzi oraz wyznaczeniu ich struktury. Uzyskane w wyniku tego wskaźniki struktury określają jak często odnotowano występowanie określonego typu tendencji zmian w zakresie badanej wielkości (kategorii) ekonomicznej. Ważone odpowiedzi stanowią równocześnie bazę do wyznaczania sald koniunktury, spełniających funkcję podstawowych, prostych wskaźników koniunktury. Wskaźniki proste dotyczą poszczególnych kategorii ekonomicznych oraz rodzajów usług ubezpieczeniowych.



Przy stosowanej w badaniach rynku ubezpieczeniowego 5-stopniowej skali odpowiedzi salda koniunktury wyznaczone są według następującej formuły:

$$SK = \frac{-100 \cdot \sum_{i=1}^k w_{i_1} - 50 \cdot \sum_{i=1}^k w_{i_2} + 0 \cdot \sum_{i=1}^k w_{i_3} + 50 \cdot \sum_{i=1}^k w_{i_4} + 100 \cdot \sum_{i=1}^k w_{i_5}}{\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^5 w_{i_j}}$$

gdzie:

$SK$  – saldo koniunktury,

$w_{i_1}$  – ważone odpowiedzi wskazujących na „silny spadek”/„duże pogorszenie”,

$w_{i_2}$  – ważone odpowiedzi wskazujących na „niewielki spadek”/„niewielkie pogorszenie”,

$w_{i_3}$  – ważone odpowiedzi wskazujących na „brak zmian”,

$w_{i_4}$  – ważone odpowiedzi wskazujących na „niewielki wzrost”/„niewielką poprawę”,

$w_{i_5}$  – ważone odpowiedzi wskazujących na „silny wzrost”/„dużą poprawę”.

Tak wyliczone salda koniunktury są wielkościami unormowanymi i przyjmują wartości z przedziału od -100 do +100. Znak salda oznacza kierunek zmiany zaobserwowanej przez podmioty badania w zakresie określonej wielkości ekonomicznej w ustalonym okresie czasu (wartość dodatnia oznacza wzrost, poprawę koniunktury, a ujemna świadczy o spadku, pogorszeniu koniunktury), natomiast bezwzględna wartość salda wyraża natężenie tej zmiany (im wartość wyższa, tym tendencja zmian silniejsza). Jednocześnie podkreślić trzeba, że szczegółowa interpretacja wysokości salda jest już z natury rzeczy „miękką” i zależy od reguł ustalonych przez zespoły prowadzące badania i analizujące ich wyniki. I tak, w omawianych badaniach koniunktury na rynku ubezpieczeniowym stosuje się następującą interpretację wysokości sald koniunktury<sup>10</sup>:

do 10 – bez zmian,

11-25 – minimalny, niewielki, umiarkowany wzrost (spadek),

26-50 – pewien, wyraźny wzrost (spadek),

51-75 – istotny, duży, znaczny wzrost (spadek),

76-90 – silny wzrost (spadek),

ponad 90 – bardzo silny wzrost (spadek).

Syntetyczną ocenę koniunktury na rynku usług ubezpieczeniowych w Polsce prezentuje – skonstruowany w Katedrze Badań Marketingowych UE w Poznaniu – złożony wskaźnik jakościowy o nazwie Poznański Indeks Koniunktury Ubezpieczeniowej PIKU. Jest on średnią arytmetyczną ważoną dziesięciu prostych wskaźników koniunktury, w tym pięciu diagnostycznych oraz pięciu prognostycznych.

10. Taki sposób interpretacji sald od wielu lat konsekwentnie stosuje w swoich badaniach Katedra Badań Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Jednocześnie należy dodać, że przedstawiony sposób interpretacji sald dotyczy wyników badań uzyskanych przy wykorzystaniu pięciostopniowej skali odpowiedzi. Zob.: J. Garczarczyk, R. Matusiewicz, M. Mocek, *Koniunktura na rynku...*, op. cit., s. 48.

Wartość PIKU wyznaczana jest według następującej formuły:

$$PIKU = \frac{UOWUO + UOWS - UOWO - UOLR + UOSF + UPKLN + UPLUO + UPWS - UPSZ + UPSF}{10}$$

gdzie:

*UOWUO* – saldo oceny wielkości świadczonych usług w kwartale *t*,

*UOWS* – saldo oceny wartości pozyskanej składki w kwartale *t*,

*UOWO* – saldo oceny wartości wypłaconych odszkodowań w kwartale *t*,

*UOLR* – saldo oceny liczby klientów rezygnujących z ubezpieczenia w kwartale *t*,

*UOSF* – saldo oceny ogólnej sytuacji finansowej zakładów ubezpieczeń w kwartale *t*,

*UPKLN* – saldo prognozy liczby nowych klientów w kwartale *t+1*,

*UPLUO* – saldo prognozy liczby zawartych ubezpieczeń w kwartale *t+1*,

*UPWS* – saldo prognozy wartości pozyskanej składki w kwartale *t+1*,

*UPSZ* – saldo prognozy wskaźnika szkodowości w kwartale *t+1*,

*USPF* – saldo prognozy sytuacji finansowej zakładów ubezpieczeń w kwartale *t+1*.

Podobnie jak proste wskaźniki koniunktury powyższy wskaźnik syntetyczny jest wielkością unormowaną i przyjmuje wartości z przedziału od -100 (bardzo silny spadek, pogorszenie koniunktury) do +100 (bardzo silny wzrost, poprawa koniunktury). Jest on wyznaczany dla: całego rynku ubezpieczeniowego, a także oddzielnie dla rynku ubezpieczeń życiowych i majątkowych, dla grup zakładów ubezpieczeń klasyfikowanych według ich wielkości (duże, średnie i małe) oraz dla wyznaczonych według kryterium przestrzennego pięciu regionów (pomorskiego, centralnego, wielkopolskiego, południowego i wschodniego).

Należy podkreślić, że analizę ogółu wyników uzyskiwanych w omawianych badaniach rynku ubezpieczeniowego prowadzi się zarówno w ujęciu statystycznym (kwartalnym), jak i dynamicznym (wieloletnim). Kompleksowe wyniki kolejnych badań prezentowane są w cokwartalnych raportach, zaś ich synteza upowszechniana jest w formie cokwartalnej informacji o sytuacji na rynku usług ubezpieczeniowych oraz w artykułach publikowanych od kilkunastu lat w „Wiadomościach Ubezpieczeniowych”.

Warto również odnotować, że relatywnie już długie szeregi danych uzyskiwanych z przedstawionych wyżej badań pozwalają na podejmowanie pierwszych prób określania cech morfologicznych cykli koniunkturalnych występujących na polskim rynku usług ubezpieczeniowych<sup>11</sup>. Zgromadzone dane umożliwiają także podejmowanie

11. Zob.: J. Garczarczyk, R. Matuszewicz, M. Mocek, *Koniunktura na rynku...*, op. cit., s. 146-155; M. Mocek, *Analiza wahań koniunkturalnych na polskim rynku usług ubezpieczeniowych w świetle badań metodą testu koniunktury*, w: (red.) M. Kuchlewska, *Szkice o ubezpieczeniach*, Zeszyty Naukowe, nr 75, AE w Poznaniu, Poznań 2006, s. 227 i dalsze; J. Garczarczyk, M. Mocek, I. Olejnik, R. Skikiewicz, *Wskaźniki koniunktury ...*, op. cit., s.162-167 i 169-171; J. Garczarczyk, M. Mocek., I. Olejnik., *Business Tendency Surveys in Diagnosing and Forecasting the Market of Insurance Services in Poland*, w: (red.) E. Adamowicz, J. Klimkowska, *Economic Tendency Surveys and Cyclical Indicators*, Prace i Materiały IRG, Zeszyt 75, SGH,



w coraz większym zakresie nie tylko analiz trafności prognoz koniunktury na rynku ubezpieczeniowym uzyskiwanych za pomocą metody testu koniunktury<sup>12</sup>, ale również możliwości wykorzystania wyników z testu koniunktury do budowych ilościowych prognoz dotyczących rozwoju tego rynku.<sup>13</sup>

#### 4. Ocena koniunktury w zakresie klientów oraz sprzedaży

W minionym roku odnotowano wyraźnie niepomysłne tendencje w zakresie liczby klientów obsłużonych przez zakłady ubezpieczeń. Już bowiem w pierwszych trzech miesiącach 2008 roku dynamika wzrostu tej wielkości była nie tylko znacznie mniejsza niż w analogicznym okresie sprzed roku (saldo koniunktury niższe o 16 punktów), ale również niższa od zarejestrowanej w poprzednim kwartale (spadek salda koniunktury o 7 punktów). Ta niekorzystna tendencja słabnącego tempa wzrostu utrzymywała się w okresie całego 2008 roku i w konsekwencji w ostatnim kwartale zarejestrowano stagnację. Saldo osiągnęło bowiem poziom zaledwie +5 punktu i było najniższe od ponad sześciu lat. Na skalę zaistniałych zmian wskazuje fakt, że o ile jeszcze w I kwartale badanego roku na zwiększenie klientów wskazywało 59 proc. placówek, a na ich zmniejszenie 25 proc., o tyle w IV kwartale niewielki wzrost klientów sygnalizowało już tylko 42 proc. placówek, a równocześnie nieco tylko mniej placówek (39 proc.) odnotowało spadek.

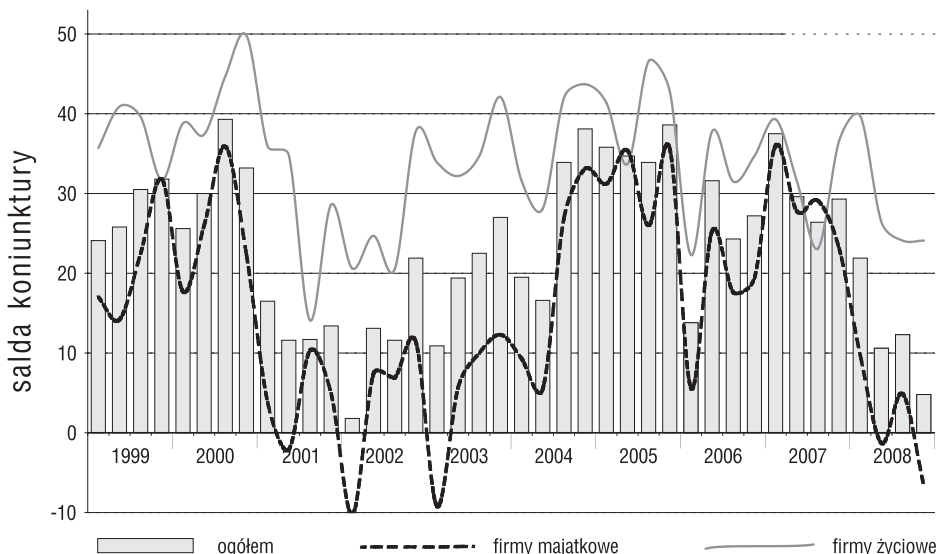
Warto podkreślić, że zaobserwowane w końcu 2007 roku – po raz pierwszy od 14 kwartałów – zjawisko relatywnie silniejszego przyrostu liczby obsłużonych podmiotów gospodarczych niż osób fizycznych, było również notowane w ciągu całego minionego roku. Ponadto należy zauważyć, że w miarę upływu czasu skala tej różnicy ulegała zwiększeniu (w I kwartale odpowiednie salda różniły się o 4 punkty, natomiast w IV kwartale różnica przekroczyła 9 punktów).

---

Warszawa 2005, s. 105 i dalsze; M. Mocek, I Olejnik, *Diagnosing the Changes in the Market of Insurance Services. Using the Business Tendency Surveys*, w: (red.) J. Garczarzyk, M. Rekowski, *Business Tendency Surveys at the Poznań University of Economics*, Zeszyty Naukowe, nr 70, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2006, s. 93 i dalsze; M. Mocek, *Business Tendency Fluctuations on the Insurance Market in Poland in the Years 1993-2006*, w: (red.) R. Barczyk, *Theoretical and Empirical Aspects of Business Activity in Poland under Transition*, Zeszyty Naukowe, nr 95, AE w Poznaniu, Poznań 2007, s. 143 i dalsze.

12. Zob.: J. Garczarzyk, R. Matusewicz, M. Mocek, *Koniunktura na rynku...*, op. cit., s. 181 i dalsze; M. Mocek, *Przydatność testu koniunktury w prognozowaniu sytuacji na rynku usług ubezpieczeniowych*, w: *Badania gospodarki polskiej. Stan bieżący i perspektywy rozwoju*, Prace i Materiały IRG, tom 72, SGH, Warszawa 2002, s. 211 i dalsze; M. Mocek, *Ocena trafności prognoz koniunktury na polskim rynku ubezpieczeniowym*, w: (red.) J. Garczarzyk, *Rynek usług finansowych w Polsce w latach 1990-2001. Diagnozowanie i prognozowanie koniunktury*, Zeszyty Naukowe, nr 37, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2003, s. 120 i dalsze.
13. Zob.: J. Garczarzyk, M. Mocek, I. Olejnik, R. Skikiewicz, *Wskaźniki koniunktury ...*, op. cit., s. 189-203 i 224-247; M. Mocek, *Diagnozowanie i prognozowanie rozwoju sektora ubezpieczeniowego w oparciu o wyniki testu koniunktury*, w: (red.) E. Adamowicz, *Koniunktura gospodarcza – 20 lat doświadczeń Instytutu Rozwoju Gospodarczego SGH*, Prace i Materiały IRG, tom 80, SGH, Warszawa 2008, s. 141 i dalsze.

Wykres 1. Dynamika zmian liczby obsługiwanych klientów – salda koniunktury



Źródło: Badania własne Katedry Badań Marketingowych UE w Poznaniu

Niekorzystne zmiany dotyczące obsługiwanych klientów – w skali całego minionego roku – wystąpiły przede wszystkim w zakładach sprzedających ubezpieczenia majątkowe. Choć już w I kwartale zakłady te odnotowały dość gwałtowne zmniejszenie dynamiki przyrostu klientów (spadek salda koniunktury o 14 punktów), to jeszcze w tym okresie relatywnie więcej placówek wskazywało na zwiększenie liczby obsługiwanych klientów (49 proc.) niż na jej zmniejszenie (38 proc.). Natomiast w kolejnych trzech kwartałach sytuacja była odwrotna i placówki częściej sygnalizowały spadek liczby klientów niż wzrost (w ostatnim kwartale spadek zarejestrowało 53 proc., a wzrost tylko 36 proc.). Z kolei w zakładach życiowych po początkowo – w pierwszych trzech miesiącach – stosunkowo dość dużym przyroście klientów (saldo +40, najwyższe od dwóch lat) nastąpiło znaczne osłabienie tempa wzrostu ich liczby do poziomu umiarkowanego zwiększenia i takie też utrzymywało się do końca minionego roku (saldo w granicach od +24 do +26).

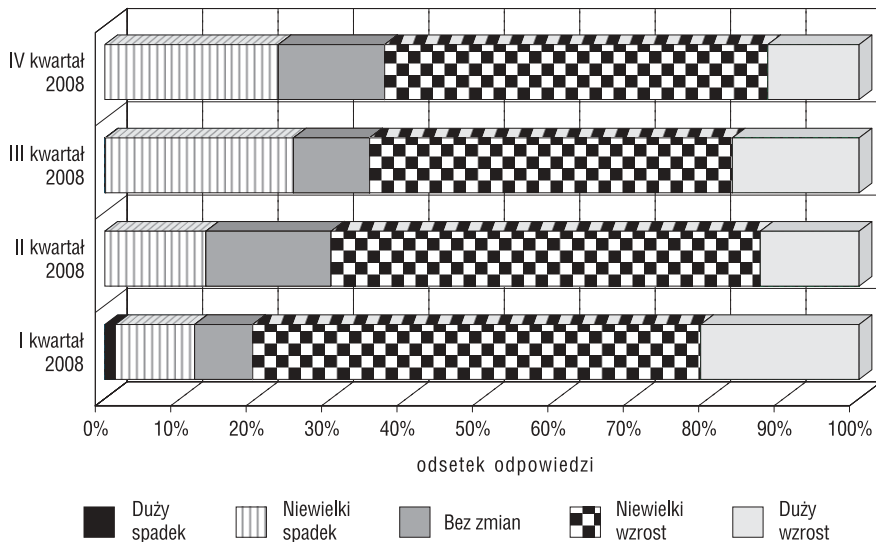
Pogarszanie sytuacji w zakresie liczby obsługiwanych klientów miało miejsce w minionym roku zarówno w firmach dużych jak i małych. Należy jednak podkreślić, że o ile w tych pierwszych dynamika wzrostu liczby klientów w kolejnych kwartałach malała systematycznie i równocześnie w miarę łagodnie (spadek salda w skali roku z +16 do +4), o tyle w firmach małych ulegała ona na przemian relatywnej poprawie a następnie pogorszeniu, by ostatecznie w ciągu roku ulec osłabieniu z poziomu dość wyraźnego wzrostu do stagnacji (spadek salda aż o 33 punkty).

Wraz ze słabnącymi przyrostami liczby obsługiwanych klientów następowało również systematyczne zmniejszanie skali rejestrowanego wzrostu ogólnej liczby zawartych ubezpieczeń. W kolejnych kwartałach badanego roku malał bowiem stale odsetek jednostek notujących zwiększenie liczby sprzedanych ubezpieczeń (z 76 proc. w ostatnich

miesiącach 2007 roku, do 36 proc. w ostatnim kwartale minionego roku), a równocześnie istotnie rósł odsetek jednostek sygnalizujących ich spadek (z 10 proc. do 37 proc.). W konsekwencji powyższych niekorzystnych tendencji w ostatnim kwartale 2008 roku wystąpiła na całym rynku wyraźna stagnacja w zakresie liczby sprzedanych polis (saldo koniunktury +3, najniższe od II kwartału 2002 roku).

W analizowanym roku koniunktura w zakresie zawartych ubezpieczeń była zdecydowanie gorsza w zakładach majątkowych niż w zakładach życiowych. W tych pierwszych początkowo zarejestrowano jeszcze umiarkowany wzrost liczby sprzedanych polis (w I kwartale – saldo +22), ale w kolejnych kwartałach koniunktura systematycznie ulegała pogorszeniu, zaś w ostatnim odnotowano już minimalny bezwzględny spadek (na zmniejszenie sprzedaży wskazywała co druga placówka, natomiast nieduże jej zwiększenie sygnalizowała tylko co trzecia). Inaczej przedstawiała się sytuacja w przypadku zakładów ubezpieczeń na życie. Przez trzy kolejne kwartały dynamika zmian sprzedaży utrzymywała się bowiem na poziomie pewnego wzrostu (saldo w granicach od +31 do +36), a istotne jej osłabienie (do poziomu niewielkiego wzrostu) nastąpiło dopiero w ostatnim kwartale (spadek salda o 17 punktów). Należy też odnotować, że w całym 2008 roku systematycznie słabnące tempo przyrostu omawianej wielkości obserwowano zarówno w firmach małych jak i dużych, przy czym stale stosunkowo lepiej kształtowała się sytuacja w tych pierwszych niż drugich (saldo wyższe o 7-20 punktów).

Wykres 2. Ocena zmian wartości zebranej składki w 2008 roku (struktura odpowiedzi)



Źródło: Badania własne Katedry Badań Marketingowych UE w Poznaniu

Relatywnie wyraźniej lepsza koniunktura od dotyczącej liczby obsłużonych klientów oraz liczby zawartych umów ubezpieczeniowych występowała w ciągu całego minionego roku w przypadku wartości zebranej składki. Chociaż dynamika jej wzrostu

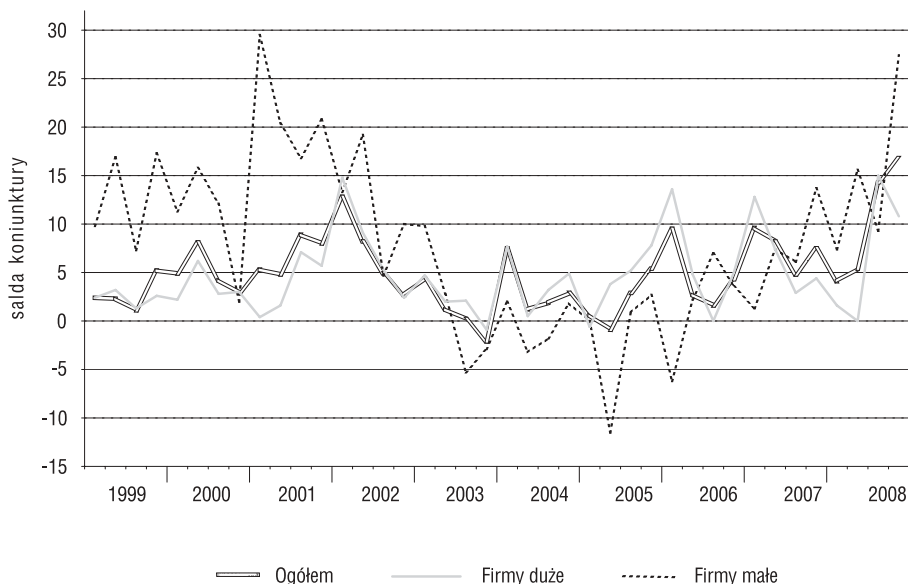
również w badanym okresie wykazywała tendencję spadkową, to jednak dotyczyło to przyrostów kształtujących się na istotnie wyższym poziomie od rejestrowanych w zakresie wcześniej wymienionych zmiennych. I tak, o ile w końcu 2007 roku zakłady ubezpieczeń odnotowały generalnie wyraźny wzrost pozyskanej składki (zwiększenie sygnalizowało 84 proc. placówek, saldo + 46), to tylko nieco słabszy jej przyrost nastąpił w I kwartale 2008 roku (saldo niższe za ledwie o 2 punkty). W stosunkowo najmniej pomyślnym IV kwartale zaobserwowano natomiast wcale nie mały, gdyż bardziej niż umiarkowany wzrost składki. W tym bowiem kwartale jej zwiększenie zarejestrowało prawie 2/3 placówek, a obniżenie nastąpiło tylko w co czwartej, piątej placówce.

W analizowanym roku zdecydowanie lepsza koniunktura w zakresie pozyskanej składki była w zakładach ubezpieczeń na życie niż w zakładach ubezpieczeń majątkowych. (różnica odpowiednich sald w poszczególnych kwartałach wynosiła od 14 do 35 punktów). Jednocześnie podkreślić trzeba, że zarówno w tych pierwszych zakładach jak i w drugich przyrosty składki wykazywały tendencję spadkową, przy czym była ona zróżnicowana zarówno pod względem regularności jak i intensywności (w zakładach życiowych saldo uległo obniżeniu w skali roku o 12 punktów, a w zakładach majątkowych – o 21 punktów). Warto też odnotować, że generalnie słabsze niż przeciętnie tendencje zmniejszania się dynamiki wzrostu analizowanej wielkości zaobserwowano w dużych zakładach ubezpieczeń (spadek salda w skali roku o 11 punktów), natomiast dużo silniejsze wystąpiły w zakładach małych (zmniejszenie odsetka placówek rejestrujących wzrost z 81 proc. do tylko 36 proc., spadek salda aż o 35 punktów).

Jedną z istotnych przyczyn pogarszania się w minionym roku koniunktury dotyczącej zbieranej składki, oprócz malejącego zainteresowania klientów firm ubezpieczeniowych zakupem nowych ubezpieczeń, było ujawnienie się relatywnie dość silnej tendencji wzrostowej w zakresie liczby klientów rezygnujących z płacenia kolejnych rat składki. Wskazuje na to fakt, iż o ile w ostatnim kwartale 2007 roku odsetek placówek rejestrujących zwiększenie rezygnacji wynosił 17 proc., to już w pierwszych trzech miesiącach 2008 roku wzrósł do 24 proc., a po dalszym systematycznym powiększaniu się w kolejnych kwartałach, w ostatnim osiągnął poziom 41 proc. Na tle wcześniej obserwowanej dynamiki wzrostu analizowanej wielkości wyróżnia się szczególnie sytuacja w drugim półroczu minionego roku. W tym bowiem podokresie odnotowano stosunkowo największy od 1993 roku wzrost liczby rezygnujących. Ogólnie jednak biorąc tempo wzrostu rezygnacji nie było jeszcze zbyt wysokie, na co wskazują kwartalne salda koniunktury wynoszące +14 i +17.

W każdym kwartale minionego roku relatywnie silniejszy wzrost liczby rezygnujących wystąpił w zakładach sprzedających ubezpieczenia majątkowe niż w zakładach oferujących ubezpieczenia na życie. Przeważnie też w badanym roku więcej klientów rezygnujących rejestrowały firmy małe niż duże, a największa różnica wystąpiła w ostatnim kwartale 2008 roku. Wtedy to bowiem firmy małe zanotowały – w prawie co drugiej placówce – bardziej niż umiarkowany wzrost rezygnacji (saldo +27), natomiast w firmach dużych był on tylko minimalny (saldo +11).

Wykres 3. Liczba klientów rezygnujących z ubezpieczenia – salda koniunktury



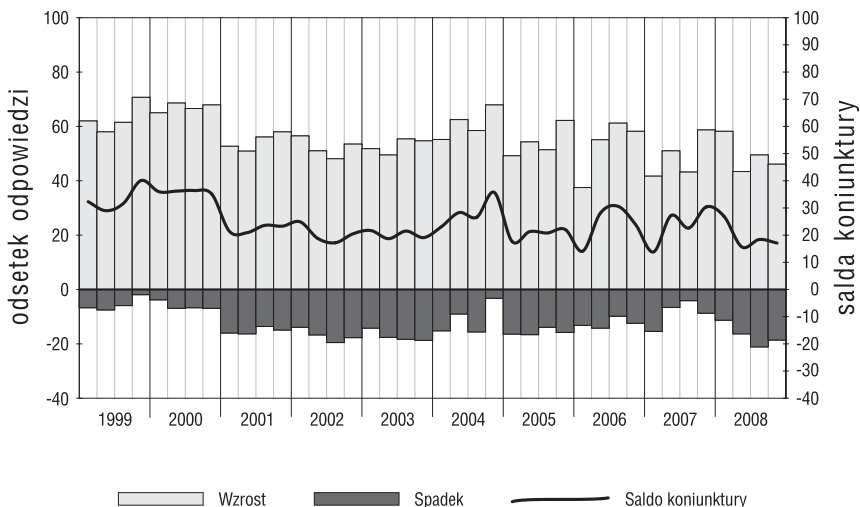
Źródło: Badania własne Katedry Badań Marketingowych UE w Poznaniu

## 5. Ocena koniunktury w zakresie szkodowości

Ogólnie biorąc w analizowanym roku miały miejsce korzystne zmiany w przypadku liczby zgłoszonych **roszczeń odszkodowawczych**. Już bowiem w I kwartale 2008 roku dynamika ich wzrostu była nieco słabsza niż kwartał wcześniej (spadek salda koniunktury o 3 punkty). Wyrażna natomiast poprawa sytuacji nastąpiła począwszy od II kwartału, kiedy to po istotnym osłabieniu przyrostu roszczeń do poziomu niewielkiego wzrostu (zarejestrowanego w 43 proc. placówek), w kolejnych dwóch kwartałach tempo wzrostu było tylko minimalnie wyższe (wzrost zgłaszało 46-49 proc. placówek, a równocześnie spadek 19-21 proc.). Wartym podkreślenia jest fakt, że salda koniunktury uzyskane dla roszczeń w ostatnich dziewięciu miesiącach i mieszczące się granicach od +15 do +18 były najniższe dla takich samych podokresów od sześciu lat.

Poprawa koniunktury w stosunku do 2007 roku nastąpiła również w badanym roku w przypadku **wartości wypłaconych odszkodowań i świadczeń**, przy czym zaobserwowano to przede wszystkim w okresie ostatnich trzech kwartałów (salda niższe od uzyskanych w analogicznym podokresie sprzed roku o 6-8 punktów). Należy również odnotować, iż mimo zauważalnego obniżenia dynamiki wzrostu wypłat, tylko w pierwszym półroczu 2008 roku ich ogólna wartość rosła wolniej niż wartość zebranej składki, natomiast już w drugim półroczu sytuacja była odwrotna i relatywnie szybciej rosły wypłaty (saldo wyższe początkowo o 3 punkty a później o ponad 5 punktów).

Wykres 4. Liczba zgłoszonych roszczeń odszkodowawczych



Źródło: Badania własne Katedry Badań Marketingowych UE w Poznaniu

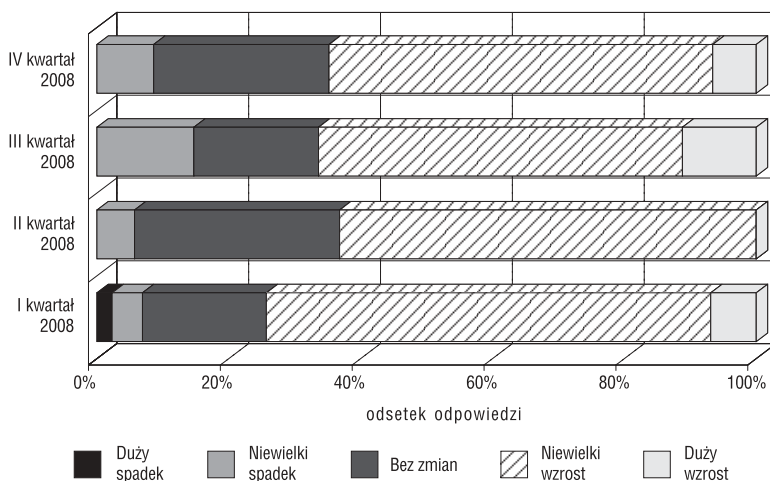
Bardzo korzystne tendencje zmian zarejestrowano w całym minionym roku w zakresie wysokości ogólnego wskaźnika szkodowości. Już wcześniej niezbyt duża dynamika wzrostu tego wskaźnika (w drugim półroczu 2007 roku – umiarkowane zwiększenie w 46-51 proc. placówek), w kolejnych kwartałach 2008 roku ulegała istotnemu osłabieniu i to do tego stopnia, że w ostatnim kwartale odnotowano stagnację. Choć w kwartale tym co trzecia placówka sygnalizowała nieznaczne pogorszenie omawianego wskaźnika, to równocześnie prawie tak samo często placówki wskazywały na jego poprawę. Otrzymane w konsekwencji tego saldo wynoszące +4 punkty było najniższym, jakie uzyskano od ponad piętnastu lat.

W 2008 roku sytuacja w zakresie szkodowości, podobnie jak w przypadku sprzedaży, była zróżnicowana w wyróżnionych typach zakładów ubezpieczeń. I tak, w zakładach oferujących ubezpieczenia majątkowe liczba roszczeń odszkodowawczych zwiększyła się minimalnie tylko w I i III kwartale, natomiast w pozostałych dwóch nie odnotowano istotniejszych zmian. Podobnie na przemian silniejsze i słabsze lecz ogólnie kształtujące się na wyższym poziomie przyrosty, wystąpiły w przypadku wartości odszkodowań (salda koniunktury w granicach od +20 do +29). Z kolei w zakładach sprzedających ubezpieczenia na życie nie tylko tempo wzrostu obu rozpatrywanych wielkości było wyraźnie silniejsze niż w zakładach majątkowych (w poszczególnych kwartałach salda dla roszczeń wyższe o 16-33 punkty, a dla wypłat wyższe o 12-28 punktów). Także inaczej przebiegały zmiany wysokości tego tempa, gdyż w okresie pierwszych trzech kwartałów skala przyrostów systematycznie malała, ale już w ostatnim kwartale odnotowano istotne jej zwiększenie (wzrost sald o 10 punktów).

Zróżnicowane tendencje zaobserwowano również w badanym roku w zakładach różnej wielkości. Przede wszystkim należy podkreślić, że dynamika wzrostu liczby zgłoszonych szkód w firmach dużych była stale niższa i relatywnie mniej zróżnicowana w czasie niż w firmach małych (największa różnica sald w III kwartale – ponad 26



**Wykres 5. Ocena zmian wartości wypłaconych odszkodowań i świadczeń w 2008 roku – struktura odpowiedzi**



Źródło: Badania własne Katedry Badań Marketingowych UE w Poznaniu

punktów). W mniejszym natomiast zakresie wystąpiły różnice w przypadku wartości wypłaconych odszkodowań i świadczeń. Tylko bowiem w dwóch środkowych kwartałach 2008 roku tempo ich wzrostu w firmach dużych było istotnie inne niż w firmach małych (w II kwartale wyższe, a w III kwartale niższe), natomiast w pozostałych kwartałach utrzymywało się na podobnie wysokim poziomie określanym jako pewien wzrost (saldo w granicach od +34 do +36)

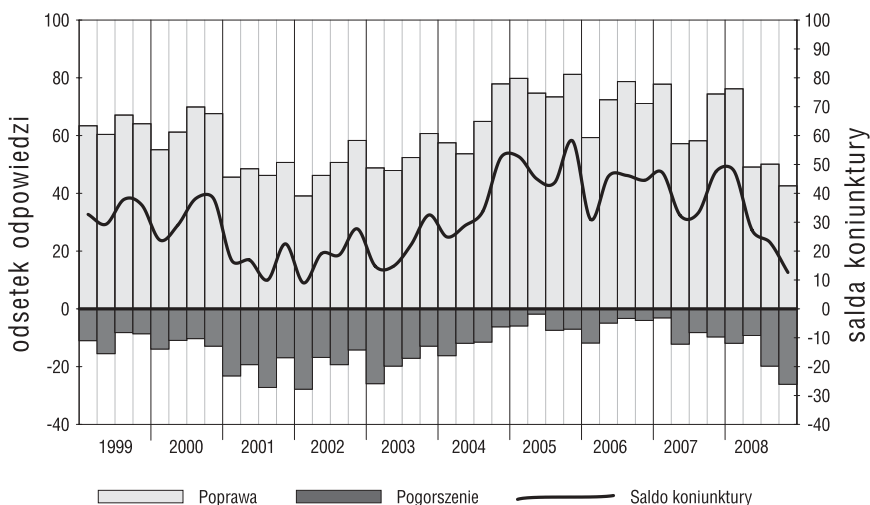
Stosunkowo najmniej zróżnicowana w rozpatrywanych rodzajach zakładów była sytuacja w zakresie ogólnego wskaźnika szkodowości. Jednakże warto zauważyć, iż nieco korzystniejsze od ogólnych tendencje w tym względzie zarejestrowały zakłady ubezpieczeń majątkowych oraz firmy małe. W ich bowiem przypadku po początkowo – w I kwartale – niewielkim wzroście wskaźnika, w kolejnych trzech kwartałach jego wysokość nie ulegała istotnym zmianom (saldo w granicach od -3 do +5). Relatywnie gorzej przedstawiała się natomiast sytuacja w firmach dużych oraz w zakładach ubezpieczeń życiowych, w których wysokość rozpatrywanego wskaźnika w każdym kolejnym kwartale nieznacznie rosła (w firmach dużych saldo od +8 do +12, w zakładach życiowych saldo od +14 do +17).

## 6. Ocena koniunktury w zakresie sytuacji finansowej

W kolejnych kwartałach 2008 roku zmniejszał się istotnie odsetek placówek ubezpieczeniowych, w których nastąpiła poprawa sytuacji finansowej. Jeszcze w I kwartale był on podobny do rejestrowanego w analogicznym kwartale przed rokiem i wynosił 76 proc., natomiast w ostatnim kwartale zmniejszył się do 43 proc. Równocześnie też w tym samym czasie w relatywnie dużym stopniu powiększył się udział jednostek, które sygnalizowały pogorszenie swojej kondycji finansowej (wzrost z 12 proc. do 26 proc.).

Wskutek powyższych zmian uzyskane salda koniunktury wykazywały w całym badanym roku wyraźną tendencję spadkową. Sprawilo to, że otrzymane w ostatnim kwartale saldo w wysokości +13 było nie tylko aż o 35 punktów niższe od uzyskanego przed rokiem, ale jednocześnie też najniższe od ponad sześciu lat.

Wykres 6. Ogólna sytuacja finansowa zakładów ubezpieczeń



Źródło: Badania własne Katedry Badań Marketingowych UE w Poznaniu

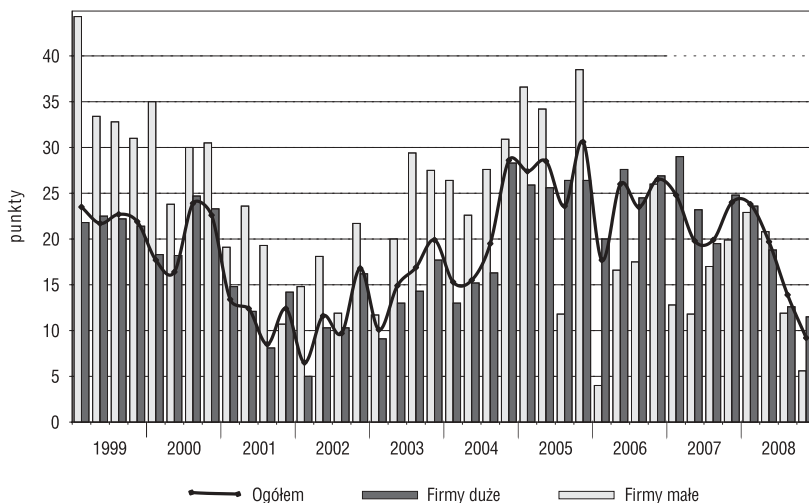
Na tle ogólnie dość szybko malejącego w badanym roku tempa poprawy sytuacji finansowej zakładów ubezpieczeń (z poziomu wyraźnego polepszenia do jedynie minimalnego), relatywnie nieco korzystniejsze zmiany wystąpiły w zakładach życiowych, natomiast nieznacznie gorsze miały miejsce w zakładach majątkowych. Dotyczy to generalnie I oraz III i IV kwartału, gdyż wówczas skala poprawy kondycji finansowej była istotnie większa w zakładach życiowych niż w zakładach majątkowych (różnica sald od 8 do 20 punktów).

Warto również zauważyć, że w firmach dużych tempo poprawy *standingu* malało w kolejnych kwartałach systematycznie i w dość podobnym stopniu (w ciągu całego roku spadek salda o 31 punktów). Natomiast w firmach małych po korzystnych zmianach zarejestrowanych w I kwartale (poprawę sygnalizowało 81 proc. placówek), w kolejnym nastąpiło gwałtowne osłabienie skali poprawy do poziomu zaledwie minimalnej (polepszenie odnotowała tylko co trzecia placówka, spadek salda aż o 41 punktów). Tak niski stopień poprawy sytuacji finansowej utrzymywał się również w tych firmach w całym drugim półroczu minionego roku.

## 7. Poznański indeks koniunktury ubezpieczeniowej

W 2008 roku występowało systematyczne osłabianie koniunktury na rynku usług ubezpieczeniowych, czego wyrazem był stały spadek – w kolejnych kwartałach – wartości syntetycznego wskaźnika PIKU. Osiągnięta przez niego wartość w I kwartale równa +23,8 punktu świadczy o generalnie umiarkowanym rozwoju sektora usług ubezpieczeniowych w tym okresie, nieco jednak słabszym niż w analogicznym kwartale 2007 roku (wskaźnik syntetyczny niższy o jeden punkt). W kolejnych trzech kwartałach wskaźnik PIKU szybko małał (średnio w kwartale o prawie 5 punktów), co świadczy o postępującym z relatywnie dużą intensywnością wyhamowywaniu tendencji rozwojowych sektora w minionym roku. Stąd też uzyskana przez niego wartość w ostatnim kwartale równa + 9,2 była najniższa od ponad sześciu lat (dokładniej od II kwartału 2002 roku). Taka wartość PIKU oznacza, że ogólnie biorąc w ostatnich miesiącach 2008 roku na rynku ubezpieczeniowym jeszcze w niewielkim stopniu przeważały korzystne tendencje rozwojowe, ale były one już bardzo słabe i ogólnie można je określić co najwyżej jako minimalne.

Wykres 7. POZNAŃSKI INDEKS KONIUNKTURY UBEZPIECZENIOWEJ P I K U



Źródło: badania własne Katedry Badań Marketingowych UE w Poznaniu

W analizowanym roku następowało stałe relatywne pogarszanie się koniunktury w zakładach z ubezpieczeniami majątkowymi oraz począwszy od II kwartału również w zakładach sprzedających ubezpieczenia na życie. Jednocześnie też należy podkreślić, że w każdym badanym kwartale lepsza była koniunktura w zakładach życiowych niż majątkowych. Warto też odnotować, iż najmniejsza różnica w ocenie koniunktury w powyższych typach zakładów miała miejsce w II kwartale (wartości PIKU różniły się o 6 punktów), a zdecydowanie największa wystąpiła w III kwartale (PIKU różnił się o prawie 14 punktów). W tym bowiem kwartale w zakładach życiowych obserwowano

jeszcze dość wysokie, bo umiarkowane tendencje wzrostowe, natomiast w zakładach majątkowych już wtedy dość gwałtownie ujawniły się pierwsze symptomy stagnacji (spadek PIKU o 8 punktów, do poziomu poniżej +9). Ostatecznie w ostatnim kwartale odnotowano w zakładach życiowych tylko niewielką i jedynie bezwzględną poprawę koniunktury (PIKU +15). Nie zarejestrowano natomiast istotniejszych zmian sytuacji w zakładach majątkowych, co oznaczało, że w tej grupie firm zapanowała stagnacja (PIKU poniżej +6).

W każdej grupie firm wyróżnianych ze względu na wielkość koniunktura w badanym roku począwszy od II kwartału ulegała relatywnemu pogorszeniu, ale nie odbywało się to na takim samym poziomie i z jednakową intensywnością. I tak, o ile w trzech pierwszych kwartałach stosunkowo najkorzystniejsza koniunktura była w firmach ubezpieczeniowych średniej wielkości (wartość PIKU w granicach od +29 – w I kwartale, do +22 – w III kwartale), o tyle w ostatnim kwartale relatywnie najlepsza występowała w firmach dużych (PIKU +12), zaś w firmach małych oraz średnich odnotowano stagnację (PIKU odpowiednio +5,5 i +1,5). Warto przy tym zwrócić uwagę, że w stosunku do III kwartału w ostatnim kwartale gwałtownie pogorszyła się koniunktura w firmach średnich (spadek PIKU aż o 20 punktów), natomiast bardzo niewielkie osłabienie tendencji wzrostowych nastąpiło w firmach dużych (obniżenie wartości PIKU tylko o jeden punkt).

*Dr MAREK MOCEK jest pracownikiem naukowym Katedry Badań Marketingowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.*

*Recenzenci: prof. dr hab. Kazimierz Ortyński, prof. dr hab. Józef Garczarczyk.*

## Wykaz źródeł

- Adamowicz E., *Badania koniunktury gospodarczej i ich skuteczność*, w: „Rynek usług finansowych w Polsce w latach 1990-2001. Diagnozowanie i prognozowanie koniunktury”, red. J. Garczarczyk, Zeszyty Naukowe, nr 37, AE w Poznaniu, Poznań 2003,
- Barczyk R., *Teoria i praktyka polityki antycyklicznej*, AE w Poznaniu, Poznań 2004,
- Barczyk R., *Wartość poznawcza złożonych wskaźników koniunktury opartych na danych jakościowych*, „*Ekonomista*”, 1996, nr 4,
- Barczyk R., Kowalczyk Z., *Metody badania koniunktury gospodarczej*, PWN, Warszawa-Poznań 1993,
- Bieć M., *Test koniunktury. Metody, techniki, doświadczenia*, Prace i Materiały IRG, nr 48, SGH, Warszawa 1996,
- Garczarczyk J., Matusewicz R., Mocek M., *Koniunktura na rynku bankowym i ubezpieczeniowym w Polsce*, AE w Poznaniu, Poznań 2001,
- Garczarczyk J., Mocek M., Olejnik I., *Business Tendency Surveys in Diagnosing and Forecasting the Market of Insurance Services in Poland*, w: „Economic Tendency Surveys and Cyclical Indicators”, red. E. Adamowicz, J. Klimkowska, Prace i Materiały IRG, Zeszyt 75, SGH, Warszawa 2005,

- Garczarczyk J., Mocek M., Olejnik I., Skikiewicz R., *Wskaźniki koniunktury finansowej w diagnozowaniu i prognozowaniu rozwoju gospodarki*, AE w Poznaniu, Poznań 2006,
- Garczarczyk J., Rekowski M., *25th anniversary of Business Tendency Surveys in the Poznan University of Economics*, w: „Business Tendency Surveys at the Poznan University of Economics”, Zeszyty Naukowe, nr 70, AE w Poznaniu, Poznań 2006,
- Hübner D., Lubiński M., Małecki W., Makowski Z., *Koniunktura gospodarcza*, PWE, Warszawa 1994,
- Lubiński M., *Analiza koniunktury i badanie rynków*, Dom Wydawniczy ELIPSA, Warszawa 2002,
- Makowski Z., *Złożone wskaźniki koniunktury dla gospodarki polskiej oparte na wynikach badań ankietowych*, w: Koniunktura gospodarcza w Polsce, SGH, Warszawa 1999,
- Mocek M., *Business Tendency Fluctuations on the Insurance Market in Poland in the Years 1993-2006*, w: Theoretical and Empirical Aspects of Business Activity in Poland under Transition, red. R. Barczyk, Zeszyty Naukowe, nr 95, AE w Poznaniu, Poznań 2007,
- Mocek M., *Analiza wahań koniunkturalnych na polskim rynku usług ubezpieczeniowych w świetle badań metodą testu koniunktury*, w: Szkice o ubezpieczeniach, red. M. Kuchlewska Zeszyty Naukowe, nr 75, AE w Poznaniu, Poznań 2006,
- Mocek M., *Diagnozowanie i prognozowanie rozwoju sektora ubezpieczeniowego w oparciu o wyniki testu koniunktury*, w: Koniunktura gospodarcza – 20 lat doświadczeń Instytutu Rozwoju Gospodarczego SGH, red. E. Adamowicz, Prace i Materiały IRG, tom 80, SGH, Warszawa 2008,
- Mocek M., *Ocena trafności prognoz koniunktury na polskim rynku ubezpieczeniowym*, w: Rynek usług finansowych w Polsce w latach 1990-2001. Diagnozowanie i prognozowanie koniunktury, red. J. Garczarczyk, Zeszyty Naukowe, nr 37, AE w Poznaniu, Poznań 2003,
- Mocek M., Olejnik I., *Diagnosing the Changes in the Market of Insurance Services. Using the Business Tendency Surveys*, w: Business Tendency Surveys at the Poznań University of Economics, red. J. Garczarczyk, M. Rekowski, Zeszyty Naukowe, nr 70, AE w Poznaniu, Poznań 2006,
- Mocek M., *Przydatność testu koniunktury w prognozowaniu sytuacji na rynku usług ubezpieczeniowych*, w: „Badania gospodarki polskiej. Stan bieżący i perspektywy rozwoju”, Prace i Materiały IRG, tom 72, SGH, Warszawa 2002,
- Zagoździńska I., *Koniunktura w wybranych jednostkach sektora finansowego i czynniki ją kształtujące*, w: „Diagnozowanie i prognozowanie koniunktury gospodarczej w Polsce”, red. M. Mocek, AE w Poznaniu, Poznań 2006,

## **Business fluctuations on Polish insurance market in 2008 – summary**

*In the paper the tendency of fluctuations prevailing in subsequent quarters of 2008 on the domestic market of insurance services, both in general terms and split by lines of business (life, non-life) and by insurers' size (large, small), has been assessed in the opinion of managers representing insurance companies.*

*These assessments have been based on the results of four quarterly studies concerning business situation on the Polish insurance market carried out using business situation test method by the Institute of Marketing Studies of the University of Economics in Poznań in April, July and October 2008 and in January 2009.*

*The subject of the analyses presented in the article are the direction and intensity of fluctuations in respect of the number of clients, number of clients served, number of cancelled insurance agreements, number of agreements concluded, value of premium collected, number of claims reported, value of indemnities and benefits paid, loss ratio, and insurers; financial standing. These analyses have been summarized by discussing the fluctuations of synthetic business situation ratio PIKU, as compared to its value reported in former years.*