

# ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



**ΤΜΗΜΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ  
ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ  
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ**

## **ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΜΕΘΟΔΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ**

Ειρήνη Γ. Κυριακούλη

Διπλωματική Εργασία

που υποβλήθηκε στο Τμήμα Στατιστικής και Ασφαλιστικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Αναλογιστική Επιστήμη και την Διοικητική Κινδύνου

Πειραιάς  
Ιούνιος 2012

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**



**ΤΜΗΜΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ  
ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ  
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ**

**ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΜΕΘΟΔΩΝ  
ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ  
ΑΓΟΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ**

Ειρήνη Γ. Κυριακούλη

Διπλωματική Εργασία

που υποβλήθηκε στο Τμήμα Στατιστικής και Ασφαλιστικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Αναλογιστική Επιστήμη και την Διοικητική Κινδύνου

Πειραιάς  
Ιούνιος 2012

Η παρούσα Διπλωματική Εργασία εγκρίθηκε ομόφωνα από την Τριμελή Εξεταστική Επιτροπή που ορίστηκε από τη ΓΣΕΣ του Τμήματος Στατιστικής και Ασφαλιστικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς στην υπ' αριθμ. .... συνεδρίασή του σύμφωνα με τον Εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στην Αναλογιστική Επιστήμη και Διοικητική Κινδύνου

Τα μέλη της Επιτροπής ήταν:

- κ. Νεκτάριος Μιλτιάδης (Επιβλέπων)
- κ. Πανοπούλου Αικατερίνη
- κ. Τήνιος Πλάτων

Η έγκριση της Διπλωματικής Εργασίας από το Τμήμα Στατιστικής και Ασφαλιστικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς δεν υποδηλώνει αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα.

**UNIVERSITY OF PIRAEUS**



**DEPARTMENT OF STATISTICS  
AND INSURANCE SCIENCE**

**POSTGRADUATE PROGRAM IN  
ACTUARIAL SCIENCE AND RISK MANAGEMENT**

**COMPARATIVE ANALYSIS OF METHODS  
OF SALES IN THE INSURANCE MARKETS  
OF EUROPEAN UNION**

Irene G. Kyriakouli

MSc Dissertation

Submitted to the Department of Statistics and Insurance Science of the University of Piraeus in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Science in Actuarial Science and Risk Management

Piraeus, Greece

June 2012

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Στους γονείς μου  
Γεώργιο και Βασιλική

Πανεπιστήμιο Πειραιώς



## Ευχαριστίες

Η παρούσα πτυχιακή μελέτη εκπονήθηκε από την φοιτήτρια Κυριακούλη Ειρήνη του Μεταπτυχιακού τμήματος Αναλογιστικής Επιστήμης και Διοικητικής Κινδύνου του Πανεπιστημίου Πειραιά.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες στον κύριο Μιλτιάδη Νεκτάριο για την καθοδήγηση του καθ' όλη τη διάρκεια διεκπεραίωσης της παρούσας πτυχιακής.

Τις ευχαριστίες μου επίσης στην κυρία Πανοπούλου Αικατερίνη τον κύριο Τήνιο Πλάτων και τον κύριο Κοσμέα Ιωάννη που με τις παρατηρήσεις τους με βοήθησαν στην βελτίωση της δομής και του περιεχομένου της παρούσας πτυχιακής.

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

## Περίληψη

Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας γίνεται μία προσπάθεια για την περιγραφή των διαφορετικών μεθόδων ασφαλιστικής διαμεσολάβησης, σε πρακτικό επίπεδο. Θα αναλύσουμε ουσιαστικά θέματα που αφορούν τα ασφαλιστικά συστήματα διαμεσολάβησης που χρησιμοποιούνται, τα οποία βασίζονται στις οικονομικές θεωρίες βάσει των οποίων οργανώνονται οι εταιρίες, και θα πραγματευτούμε δημόσια πολιτική και ρυθμιστικά ζητήματα που αφορούν τα συστήματα της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης. Θα εστιάσουμε στις βασικές χρηματοοικονομικές κατηγορίες της ασφαλιστικής διανομής, στην επιλογή του διανεμητικού συστήματος από μία ασφαλιστική εταιρία, στην φύση της σχέσης της ασφαλιστικής εταιρίας και του πράκτορα συμπεριλαμβάνοντας την δομή των προμηθειών, τη διατήρηση της τιμής μεταπώλησης και την ρυθμιστική επίβλεψη της ασφαλιστικής διανομής συμπεριλαμβάνοντας τους κανονισμούς της εισόδου και της πληροφόρησης των καταναλωτών. Θα αναφερθούμε στο Bancassurance και το Διαδίκτυο ως μέσα προώθησης ασφαλιστικών προϊόντων και θα ολοκληρώσουμε με την ποσοτική κατανομή και σύγκριση των συστημάτων ασφαλιστικής διαμεσολάβησης στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

## **Abstract**

In the frames of the present dissertation we try to detail the use of insurance distribution systems, in practice. We will analyze substantially subjects that concern the choice of an insurance distribution channel by an insurance company and the economic theories on which the companies are organized, we will also study the public policy and regulatory issues related to the insurance distribution. Our study focuses on the major economic issues in insurance distribution which concern the distribution system choice, the nature of the insurer-agent relationship with particular area of interest: the structure of agent compensation and the resale price maintenance. We will study the regulatory oversight of insurance distribution activities including the regulations of entry and information of consumers. To continue, there will be a reference to the Bancassurance-led and the Internet-led distribution systems and finally we will complete the study with the quantitative comparison of the insurance distribution systems in the countries of European Union.

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

## Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
1.1 Πρόλογος.....	1
1.2 Εισαγωγή.....	3
1.3 Ασφαλιστικές Λειτουργίες και Εργασίες – Η Ασφαλιστική Διαμεσολάβηση στην Ελλάδα.....	7
1.4 Τα Απαιτούμενα Επαγγελματικά Προσόντα του Ασφαλιστικού Διαμεσολαβητή.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗΣ.....	15
2.1 Μεθοδολογικές δυσκολίες που αναφέρει η Βιβλιογραφία.....	15
2.2 Ορισμός Ασφαλιστικής Διαμεσολάβησης.....	17
2.3 Η Εξέλιξη της Ασφαλιστικής Διαμεσολάβησης.....	17
2.4 Ασφάλιση κλάδου Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης.....	22
2.4.1 Σχέσεις Ασφαλιστικής – Πράκτορα.....	22
2.5 Ασφάλιση κλάδου Ζωής.....	23
2.5.1 Σχέσεις Ασφαλιστικής – Πράκτορα.....	25
2.6 Άμεση Προώθηση και Ανεξάρτητη Πρακτόρευση.....	26
2.6.1 Σύγκριση Κόστους και Κέρδους.....	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΑΜΟΙΒΗΣ ΤΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΩΝ – ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΙΜΗΣ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ.....	31
3.1 Συστήματα Αμοιβής Πρακτόρων και Διατήρηση Τιμής Μεταπώλησης.....	31
3.2 Σύστημα Αμοιβής Πρακτόρων μέσω Προμηθειών.....	32
3.2.1 Αμοιβή Πρακτόρων και Κίνητρα.....	32
3.2.2 Ασφαλιστικοί Πράκτορες και Ηθική Συμπεριφορά.....	33
3.2.3 Εναλλακτικά Συστήματα Αμοιβής.....	35
3.3 Διατήρηση Τιμής Μεταπώλησης.....	37
3.3.1 Η Οικονομική Θεωρία σχετικά με την Διατήρηση Τιμών.....	38
3.3.2 Οι Εξελίξεις στο Θέμα της Τιμής Μεταπώλησης.....	42
3.4 Η Νομοθεσία στην Ασφαλιστική Διαμεσολάβηση.....	43

3.4.1 Περιορισμοί Εισόδου .....	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: BANCASSURANCE ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ – Η ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ .....	47
4.1 Τι είναι το Bancassurance και ποιοί Παράγοντες το υποκινούν.....	47
4.2 Η χρήση του Διαδικτύου ως μέσο Διαμεσολάβησης των Ασφαλιστικών Εταιριών ....	53
4.3 Η Ασφαλιστική Διαμεσολάβηση στην Ευρώπη – Συγκριτική Ανάλυση μεταξύ των χωρών (Μέρος Α) .....	57
4.3.1 Η Ασφαλιστική Διαμεσολάβηση στην Ευρώπη με Ποσοτικά Στοιχεία .....	59
4.4 Η Ασφαλιστική Διαμεσολάβηση στην Ευρώπη – Συγκριτική Ανάλυση μεταξύ των χωρών (Μέρος Β) .....	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	77
5.1 Συμπεράσματα .....	77
Παράρτημα 1.....	81
Παράρτημα 2.....	82
Παράρτημα 3.....	105
Τα Μέλη της CEA .....	105
Παράρτημα 4.....	106
Πίνακες .....	106
Βιβλιογραφία .....	111



Πανεπιστήμιο Πειραιώς

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

## 1.1 Πρόλογος

Η ασφαλιστικός κλάδος αποτελεί έναν πολύ σημαντικό και ενδιαφέροντα τομέα ο οποίος επηρεάζεται σημαντικά από τις τεχνολογικές και χρηματοοικονομικές εξελίξεις μίας χώρας. Μάλιστα όσο πιο ανεπτυγμένος είναι σε μία κοινωνία ο ασφαλιστικός θεσμός, τόσο πιο λίγα είναι τα κοινωνικά προβλήματα που εμφανίζονται. Η ασφαλιστική αγορά συμβάλλει με πολλούς τρόπους στην προαγωγή της οικονομίας και της κοινωνικής σταθερότητας μιας χώρας μέσω της παροχής των ασφαλιστικών υπηρεσιών.

Πιο συγκεκριμένα ο ασφαλιστικός κλάδος συμβάλει στην οικονομική και κοινωνική υγεία των μελών των σύγχρονων κοινωνιών. Αρχικά, όσον αφορά την συμβολή του στην οικονομία, οι ασφαλιστικές επιχειρήσεις ως σύγχρονες οικονομικές μονάδες αποτελούν ένα σημαντικό πεδίο απασχόλησης εργαζομένων αλλά και πηγή φορολογικών εσόδων των κρατών, υπηρετώντας συγχρόνως έναν θεσμό με πολλαπλές θετικές παραμέτρους για την οικονομική ευμάρεια μίας κοινωνίας. Έτσι λοιπόν ο ασφαλιστικός κλάδος βοηθάει στην αποκατάσταση ζημιών κάθε είδους και αποτρέπει τη σοβαρή διατάραξη οικονομικών, επιχειρηματικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων ώστε να εξασφαλίζεται η σταθερότητα και η συνέχεια. Επιπλέον ο ασφαλιστικός κλάδος ενθαρρύνει και προάγει την αποταμίευση με τα κεφάλαια που συγκεντρώνονται από τα ασφάλιστρα να αποτελούν ουσιαστικά διαθέσιμα αποταμιευμένα κεφάλαια, τα οποία συμβάλλουν στη δημιουργία υγιούς και ισχυρής χρηματαγοράς. Επίσης, είναι σημαντικό να αναφερθούμε στην συμβολή του ασφαλιστικού κλάδου στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας (το προστατευτικό δίκτυο των ασφαλειών μειώνει τον κίνδυνο ανάληψης ρίσκου από τους επιχειρηματίες), την ανάπτυξη της έρευνας και της τεχνολογίας (ο ασφαλιστικός κλάδος στηρίζει οικονομικά και ενθαρρύνει επιστημονικές έρευνες που συνδέονται με την υγεία και τις αιτίες πρόκλησης ατυχημάτων και παράλληλα κάνει εφικτή την παραγωγή προϊόντων προχωρημένης τεχνολογίας) και την διάσωση προσωπικών, οικογενειακών και εθνικών πόρων (το ποσοστό ΑΕΠ θα ήταν σημαντικά μικρότερο εάν δεν υπήρχε ο ασφαλιστικός θεσμός). Στη συνέχεια, όσον αφορά την σημαντική κοινωνική συμβολή του ασφαλιστικού κλάδου, στην υγεία την σταθερότητα και την

συνοχή της οικογένειας, μπορούμε να διακρίνουμε την ψυχική και πνευματική υγεία (το σημαντικότερο ίσως από όλα τα αγαθά που προσφέρει είναι το αίσθημα της ασφάλειας που μειώνει δραστικά την πίεση το άγχος και τα στρες), την καλύτερη ποιότητα ζωής καθώς και τη διατήρηση της περιουσίας και των εσόδων.

Αντιλαμβανόμενοι λοιπόν την σημασία του ασφαλιστικού κλάδου για την ανθρώπινη κοινωνία, κατανοούμε την ανάγκη που προκύπτει για την εύρυθμη λειτουργία όλων των επιμέρους δραστηριοτήτων και μηχανισμών που απαρτίζουν την ασφάλιση, με την δημιουργία κατάλληλων ασφαλιστικών προϊόντων για την κοινωνία, την κατάλληλη προώθηση των προϊόντων και την διανομή τους στο κοινό, καθώς και την παροχή πολύτιμων υπηρεσιών που αφορούν τα συμβόλαια. Η ύπαρξη καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού στον τομέα των πωλήσεων των ασφαλιστικών προϊόντων καθώς και η κατάλληλη τεχνολογική υποστήριξη που αφορά τον τομέα της προώθησης, είναι δύο πολύ βασικοί παράγοντες που βοηθούν στην γρήγορη και ευρεία διάδοση των ασφαλιστικών προϊόντων μίας εταιρίας

Η ασφαλιστική διαμεσολάβηση είναι το αντικείμενο με το οποίο θα ασχοληθούμε στην παρούσα εργασία. Αρχικά, στο πρώτο κεφάλαιο θα κάνουμε μια σύντομη αναφορά στις μεθόδους ασφαλιστικής διαμεσολάβησης και πιο συγκεκριμένα στην άμεση προώθηση και την ανεξάρτητη πρακτόρευση, τα οποία χρησιμοποιούνταν από τις ασφαλιστικές εταιρίες στο παρελθόν, και θα μας βοηθήσουν να αντιληφθούμε που βρίσκονται οι ρίζες της διαμεσολάβησης. Στη συνέχεια του κεφαλαίου θα δούμε κάποια βασικά χαρακτηριστικά της ασφαλιστικής πρακτόρευσης στην Ελλάδα πληροφορίες που αφορούν τις διάφορες ασφαλιστικές λειτουργίες και τα απαιτούμενα προσόντα που πρέπει να διαθέτουν οι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές. Στο δεύτερο κεφάλαιο θα κάνουμε μία ιστορική ανασκόπηση της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης για να κατανοήσουμε πώς λειτουργούσαν τα παλαιότερα χρόνια οι ασφαλιστικές στον τομέα των πωλήσεων. Στη συνέχεια θα μελετήσουμε τις βασικές ασφαλιστικές μεθόδους διαμεσολάβησης (ή αλλιώς κανάλια διαμεσολάβησης) μέσω των οποίων προωθούνται και διανέμονται τα ασφαλιστικά προϊόντα ενώ θα εστιάσουμε στα κανάλια διανομής της άμεσης προώθησης και της ασφαλιστικής πρακτόρευσης. Στο τρίτο κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με το σύστημα αμοιβής των πρακτόρων, θα μας απασχολήσει η έννοια της διατήρησης της τιμής μεταπώλησης και η ηθική των πρακτόρων (ηθική και ανήθικη συμπεριφορά). Περνώντας στο τέταρτο κεφάλαιο, θα αναφερθούμε σε δύο νέα κανάλια διανομής ασφαλιστικών

προϊόντων, το bancassurance και το διαδίκτυο ως βασικοί δίαυλοι διανομής, ενώ στη συνέχεια του τρίτου κεφαλαίου θα ασχοληθούμε με ποσοτικές μελέτες που αφορούν τη διανομή των ασφαλιστικών προϊόντων διαφόρων ασφαλιστικών κλάδων στην Ευρώπη και πώς διακρίνονται μεταξύ των διαφόρων κρατών. Τέλος στο πέμπτο κεφάλαιο παραθέτουμε τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τις παραπάνω μελέτες σε σύγκριση με τις αρχικές οικονομικές θεωρίες που αναφέρθηκαν σε προηγούμενο κεφάλαιο..

Ο κύριος στόχος της εργασίας είναι να κατανοήσουμε βασικά πράγματα που αφορούν την ασφαλιστική διαμεσολάβηση, να δούμε τον ρόλο που διαδραματίζει στην διανομή των ασφαλιστικών προϊόντων καθώς και πώς διακρίνονται τα κανάλια διανομής για τους διάφορους κλάδους στις διάφορες χώρες. Είναι σημαντικό να παρατηρήσουμε ότι ο τομέας της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης λαμβάνει τα βασικά του στοιχεία από πεδία σημαντικών επιστημών όπως χρηματοοικονομικά, μάρκετινγκ, μανάτζμεντ και πωλήσεις, και απαιτεί άτομα άρτια καταρτισμένα καθώς όλοι οι επαγγελματίες ασφαλιστικοί πράκτορες φέρουν αστική ευθύνη επαγγέλματος προς τους πελάτες τους. Τέλος θα προσπαθήσουμε να δούμε πτυχές του συγκεκριμένου τομέα που πιθανόν να χρήζουν βελτίωσης ή αναδιάρθρωσης.

## **1.2 Εισαγωγή**

Οι εταιρίες στην ασφαλιστική βιομηχανία ποικίλουν σε ένα μεγάλο φάσμα εργασιών που περιλαμβάνει τα συστήματα διανομής των ασφαλιστικών προϊόντων. Μια ευρεία ποικιλία διανεμητικών μεθόδων χρησιμοποιούνται στην ασφαλιστική βιομηχανία. Τα ασφαλιστικά συστήματα διανομής εκτείνονται σε φάσμα από τη χρήση επαγγελματιών υπαλλήλων στην πώληση, σε συμβάσεις με ανεξάρτητους αντιπροσώπους πωλητές, στις μεθόδους άμεσης πώλησης (direct writing) όπως μέσω διαδικτύου και τηλεφώνου. Η ανταγωνιστική εποχή στην οποία αναπτύσσονται οι εταιρίες, ως απόρροια της τεχνολογικής επανάστασης, έχει αποφέρει στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες των βιομηχανιών την μεγαλύτερη κατάκτηση της διανομής στην αγορά προϊόντων και την μεγαλύτερη χρήση των πολλαπλών διανεμητικών μεθόδων από τις εταιρίες, συμπεριλαμβάνοντας την καθιέρωση των σχέσεων μάρκετινγκ καθώς και συμμαχίες με μη ασφαλιστικούς παράγοντες.

Σκοπός μας λοιπόν είναι η ενασχόληση μας με τα ασφαλιστικά συστήματα διανομής «insurance distribution systems», να κατανοήσουμε τη χρήση τους από θεωρητικής πλευράς και να δούμε τους κανονισμούς, τη νομοθεσία και άλλα ρυθμιστικά ζητήματα που σχετίζονται με την ασφαλιστική διανομή προϊόντων. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφέρουμε πρώτον ότι ένα σημαντικό μέρος της βιβλιογραφίας που αφορά στην ασφαλιστική διαμεσολάβηση, έχει επικεντρωθεί στις ΗΠΑ, όμως γίνεται αναφορά και σε άλλες χώρες όπου υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία και δεύτερον ότι υπάρχει αρκετά λεπτομερής βιβλιογραφία, στην οποία όμως υπάρχουν πολλά και ενδιαφέροντα θέματα που δεν έχουν ερευνηθεί και δεν έχουν λάβει την απαραίτητη προσοχή. Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να μελετήσει την υπάρχουσα βιβλιογραφία και να θέσει ερωτήματα βασιζόμενα στις ισχύουσες οικονομικές θεωρίες τα οποία χρειάζονται περαιτέρω διερεύνηση.

Η οικονομική θεωρία προβλέπει ότι για την εξισορρόπηση του ανταγωνισμού μακροπρόθεσμα, η τιμή ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας πρέπει να ισούται με το κατώτερο μέσο κόστος παραγωγής του, σε συνδυασμό με τη χρήση του καταλληλότερου επιπέδου τεχνολογίας. Αυτό οδηγεί τις εταιρίες που έχουν υψηλότερα μέσα κόστη και που δεν χρησιμοποιούν επαρκή τεχνολογικά συστήματα να αντιμετωπίζουν προβλήματα επιβίωσης. Η συνύπαρξη κατά τη διάρκεια μακρινών χρονικών περιόδων των εναλλακτικών τεχνολογικών μεθόδων που χρησιμοποιούνται για την εκτέλεση της ίδιας λειτουργίας με διαφορετικά κόστη παραγωγής, θέτει έναν ενδιαφέροντα οικονομικό γρίφο για την ύπαρξη και την μακροπρόθεσμη επιβίωση των συγκεκριμένων εταιριών που τις χρησιμοποιούν (Fama 1985).

Στο σημείο αυτό θα εστιάσουμε στην ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα περίπτωση της διανομής ασφαλιστικών και χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών. Πιο συγκεκριμένα, στις ασφαλιστικές αγορές έχουν συνυπάρξει για πολλές δεκαετίες δύο διαφορετικοί τύποι ασφαλιστικής διαμεσολάβησης για την προώθηση και διανομή των ασφαλιστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Ο πρώτος τύπος είναι η άμεση προώθηση των ασφαλιστικών προϊόντων, που αφορά τη διανομή τους μέσω των ασφαλιστικών υπαλλήλων και των αποκλειστικών ασφαλιστικών πρακτόρων οι οποίοι συνεργάζονται και αντιπροσωπεύουν μία συγκεκριμένη ασφαλιστική εταιρία και ο δεύτερος τύπος είναι οι ανεξάρτητοι ασφαλιστικοί πράκτορες, οι οποίοι συνεργάζονται και αντιπροσωπεύουν περισσότερες από μία ασφαλιστικές εταιρίες. Αυτά τα συστήματα έχουν αποτελέσει αντικείμενο μελέτης από διάφορους ερευνητές

διότι έχουν καταφέρει να συνυπάρχουν μέσα στο χρόνο ακόμα κι αν οι ανεξάρτητοι ασφαλιστικοί πράκτορες παρουσιάζουν τις υψηλότερες δαπάνες (π.χ., Joskow 1973, Cummins και VanDerhei 1979, Pauly, Kunreuther και Kleindorfer 1986, Kim, Mayers και Smith 1996).

Αρχικά δύο βασικές υποθέσεις είχαν προωθηθεί για να εξηγήσουν τη συνύπαρξη των δύο συστημάτων, η υπόθεση της ατελούς αγοράς και η υπόθεση της ποιότητας του προϊόντος. Σύμφωνα με την υπόθεση της ατελούς αγοράς (market imperfection hypothesis) οι ανεξάρτητοι ασφαλιστικοί πράκτορες (independent-agency insurers) επιβιώνουν παρέχοντας ουσιαστικά τις ίδιες υπηρεσίες με τους αποκλειστικούς ασφαλιστικούς πράκτορες (direct – writing insurers) λόγω των ατελειών της αγοράς, όπως ο κανονισμός των τιμών (Joskow 1973, Cummins και VanDerhei 1979, Weiss 1990), η αργή διάχυση των πληροφοριών στις ασφαλιστικές αγορές (Berger, Kleindorfer και Kunreuther 1989) και οι δαπάνες αναζήτησης, που επιτρέπουν στις ανεπαρκείς εταιρίες να επιβιώνουν μαζί με τις αποδοτικές εταιρίες (Dahlby και West 1986). Σύμφωνα λοιπόν με αυτή την υπόθεση, οι αποδοτικές εταιρίες αναμένονται να εμφανίσουν κέρδη πέραν του κανονικού επιπέδου, ενώ οι ανεπαρκείς εταιρίες θα εμφανίσουν κέρδη σε πιο μέτρια επίπεδα.

Σε αντίθεση με την προηγούμενη υπόθεση, σύμφωνα με την υπόθεση της ποιότητας του προϊόντος (product – quality hypothesis) οι υψηλότερες δαπάνες των ανεξάρτητων ασφαλιστικών πρακτόρων αντιπροσωπεύουν τις δαπάνες που συνδέονται με την παραγωγή υψηλότερης ποιότητας των προϊόντων ή μεγαλύτερης έντασης υπηρεσιών, όπως η παροχή επιπρόσθετης εξυπηρέτησης προς τους πελάτες, η εξυπηρέτησή των πελατών σε θέματα αξιώσεών τους (εμφάνιση ζημιών), η προσφορά μεγαλύτερης ποικιλίας για την επιλογή ασφαλιστικών προϊόντων που μειώνει τις δαπάνες αναζήτησης των ασφαλισμένων (Pauly 1986; Kim. 1996; Regan και Tennyson 1996). Αυτή η υπόθεση προβλέπει κανονικά επίπεδα κέρδους για την άμεση και την ανεξάρτητη ασφαλιστική αντιπροσώπευση.

Η υπόθεση της ποιότητας του προϊόντος υποστηρίζει ότι οι εταιρίες ταξινομούνται σε θέσεις αγοράς που αφορούν την ποιότητα παραγωγής του προϊόντος ή της έντασης παροχής των υπηρεσιών, και οι πελάτες που προτιμούν υψηλή ποιότητα πληρώνουν περισσότερο για το προϊόν. Οι υψηλότερες τιμές που λαμβάνονται από τους προμηθευτές με την υψηλότερη ποιότητα προϊόντων, καλύπτουν τις πρόσθετες

δαπάνες παραγωγής τους και επιτρέπουν σε αυτές τις εταιρίες να επιβιώνουν. Αυτή η λογική καλύπτει σε ευρύ βαθμό την ύπαρξη των εναλλακτικών τεχνολογιών (Mayers και Smith 1981, Kim 1996). Παραδείγματος χάριν, προβλήματα όπως οι συγκρούσεις μεταξύ των κινήτρων της επιχείρησης με τα κίνητρα των αγοραστών μπορεί να είναι σημαντικότερα για μερικούς αγοραστές ή για κάποιες παραλλαγές προϊόντων και να οδηγούν στην επιβίωση των συστημάτων διανομής που ασχολούνται αποτελεσματικά με αυτόν τον τύπο σύγκρουσης κινήτρου. Κατά συνέπεια, οι ανεξάρτητοι ασφαλιστικοί πράκτορες επιβιώνουν επειδή αυτοί πιθανόν μεσολαβούν στο να πληρώνονται οι νόμιμες αξιώσεις των πελατών με άμεσο και ακριβή τρόπο από τις ασφαλιστικές. Πέραν αυτού, οι ανεξάρτητοι πράκτορες (independent agents) δεν αποτελούν αποκλειστικούς συνεργάτες, όπως οι αποκλειστικοί πράκτορες (ή αλλιώς «δεμένοι» συνεργάτες – tied agents) της ασφαλιστικής εταιρίας, με αποτέλεσμα πολλές φορές να προσφεύγουν σε ενέργειες μεταφοράς του χαρτοφυλακίου από μία ασφαλιστική εταιρία σε μία άλλη ασφαλιστική, ένα θέμα στο οποίο θα αναφερθούμε και αργότερα.

Επειδή η ποιότητα των προϊόντων στην ασφαλιστική βιομηχανία δεν είναι εύκολα αντιληπτή, οι ερευνητές δεν έχουν καταφέρει επιτυχώς μια συναίνεση για το ποια από τις δύο υποθέσεις, η υπόθεση της ατελούς αγοράς ή η υπόθεση της ποιότητας του προϊόντος, είναι πιο σύμφωνη με τα παρατηρηθέντα στοιχεία δαπανών. Αυτή η έλλειψη συναίνεσης αφήνει ανοικτό το χρηματοοικονομικό ερώτημα εάν η αγορά λειτουργεί σωστά με την ελαχιστοποίηση των δαπανών διανομής προϊόντων και αφήνει εκκρεμές το ζήτημα εάν οι δαπάνες μάρκετινγκ στην ασφάλιση είναι υπερβολικές και ίσως πρέπει να λάβουν μία ρυθμιστική προσοχή. Επάνω στο θέμα αυτό έχουν γίνει μελέτες που προτείνουν μεθοδολογίες διάκρισης μεταξύ των δύο υποθέσεων. Με τη χρήση μεθόδων μέτρησης – αποδοτικότητας υπολογίζονται τα κόστη και τα κέρδη των ανεξάρτητων και εξαρτημένων ασφαλιστικών πρακτόρων. Με την μέτρηση της επάρκειας του κόστους και του κέρδους οδηγούμαστε σε συμπεράσματα που αφορούν την παροχή προϊόντων υψηλότερης ποιότητας στους καταναλωτές και κατά πόσο είναι πρόθυμοι οι πελάτες να πληρώσουν παραπάνω για να αγοράσουν τα προϊόντα αυτά. Τέλος, η προσέγγισή της επάρκειας κέρδους μελετά την πιθανότητα για κάποιες εταιρίες που παρέχουν υψηλότερης ποιότητας υπηρεσίες με υψηλότερο λειτουργικό κόστος κατά μέσον όρο, αναλαμβάνοντας

συμπληρωματικές δαπάνες, να ανταμείβονται με την επίτευξη υψηλότερων εισοδημάτων (Berger, Cummins και Weiss, 1997).

### **1.3 Ασφαλιστικές Λειτουργίες και Εργασίες – Η Ασφαλιστική Διαμεσολάβηση στην Ελλάδα**

Ο όρος "Ασφαλιστής" για την κοινή γνώμη ουσιαστικά αποδίδεται με τον όρο «ασφαλιστικός διαμεσολαβητής». Αντιθέτως, για την ελληνική νομοθεσία, ο Ασφαλιστής ορίζεται ως η Ασφαλιστική Εταιρία. Στο παρόν κεφάλαιο θα μελετήσουμε την έννοια του «ασφαλιστή» θεωρώντας ως το σύνολο των ελεύθερων επαγγελματιών, υπαλλήλων, εργοδοτών, φυσικών ή νομικών προσώπων που εμπλέκονται στην διαδικασία λειτουργίας της ασφαλιστικής αγοράς, χωρίς να περιορίζουμε την έρευνα σε μια επαγγελματική ομάδα.

Με την έννοια λοιπόν του ασφαλιστή χαρακτηρίζεται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο με τις ενέργειες του συμμετέχει στην διαδικασία ασφάλισης, δηλαδή στην κάλυψη των χρηματοοικονομικών αναγκών των καταναλωτών και στην αποζημίωσή τους στην περίπτωση απωλειών που μπορεί να υποστούν μετά από την επέλευση του ασφαλιστικού κινδύνου (αποζημίωση ή ασφάλισμα), έναντι πληρωμής ασφαλίστρου.

Στη παρούσα εργασία ο δόκιμος και αποδεκτός τίτλος από την ασφαλιστική αγορά είναι: "εργαζόμενος στον κλάδο της ιδιωτικής ασφάλισης" και καλύπτει τόσο τους ασφαλιστικούς διαμεσολαβητές, όσο και τους ασφαλιστικούς υπαλλήλους. Δηλαδή ο εργαζόμενος στον κλάδο της ιδιωτικής ασφάλισης ή ασφαλιστής όπως έχει καθιερωθεί παρουσιάζεται με τις δύο ιδιότητες:

Η πρώτη επαγγελματική Ιδιότητα (Α) είναι: ο Ασφαλιστικός Διαμεσολαβητής (Ασφαλιστικός Σύμβουλος, Συντονιστής Ασφαλιστικών Συμβούλων, Ασφαλιστικός Πράκτορας, Μεσίτης Ασφαλίσεων) και

Η δεύτερη επαγγελματική Ιδιότητα (Β) είναι: ο Ασφαλιστικός Υπάλληλος (Εκτιμητής Κινδύνων, Διακανονιστής Ζημιών, Οικονομικός Διαχειριστής, Αναλογιστής)

Για την άσκηση του επαγγέλματος του Ασφαλιστικού Διαμεσολαβητή είναι απαραίτητη η άδεια που χορηγείται από το Υπουργείο Ανάπτυξης μετά από υποχρεωτική παρακολούθηση εκπαιδευτικού προγράμματος 100 ωρών και επιτυχείς εξετάσεις, ενώ



για την άσκηση του επαγγέλματος του Αναλογιστή απαιτείται ειδική άδεια που χορηγεί το Υπουργείο Ανάπτυξης μετά από επιτυχείς εξετάσεις σε ειδικά μαθήματα που ορίζονται από το νόμο. Τέλος για την οικονομική διαχείριση απαιτούνται τα προσόντα που νόμος ορίζει ειδικά για την υπογραφή των οικονομικών καταστάσεων.

**Ακολούθως θα περιγράψουμε συνοπτικά τις ανωτέρω ειδικότητες.**

### **Ι) Ασφαλιστικός Διαμεσολαβητής**

Ο βασικός στόχος του ασφαλιστικού διαμεσολαβητή είναι να προσεγγίζει τον πελάτη και αναλύει τις ανάγκες για ασφάλιση. Αυτό το πετυχαίνει με **το πρώτο στάδιο δραστηριοτήτων:**

- Προσεγγίζοντας υποψήφιους πελάτες για την ασφάλιση των περιουσιακών τους στοιχείων, της επαγγελματικής τους δραστηριότητας καθώς και για την ασφάλιση της ζωής, της περίθαλψής και της συνταξιοδότησης τόσο της δικής τους όσο και των μελών της οικογένειάς τους και των εργαζομένων στην επιχείρησή τους.
- Συγκεντρώνοντας και αναλύοντας τις πληροφορίες που του δίνει ο πελάτης σχετικά με τους κινδύνους που επιθυμεί να ασφαλίσει, καθώς και τους εναλλακτικούς τρόπους ασφάλισης που διαθέτει και τις οικονομικές δυνατότητες που έχει ο πελάτης που είναι δυνατόν να καλύψουν αποτελεσματικά ορισμένες περιπτώσεις ασφάλισης.
- Προσδιορίζοντας, με βάση τα στοιχεία που προκύπτουν, τους κινδύνους και τα περιουσιακά στοιχεία του πελάτη που πρέπει να ασφαλιστούν, καθώς και την έκταση ενδεχόμενης ζημιάς και εκτιμά τα ποσά της ασφάλισης.

Το δεύτερο στάδιο της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης περιλαμβάνει τον σχεδιασμό και την παρουσίαση των ασφαλιστικών προϊόντων στον πελάτη έτσι ώστε να καλύψει πλήρως τις ανάγκες του.

- Αναζητά μετά τον εντοπισμό των κινδύνων και την εκτίμηση των περιουσιακών στοιχείων του πελάτη που πρέπει να ασφαλιστούν, τα κατάλληλα ασφαλιστικά προγράμματα που καλύπτουν τις ανασφάλιστες ανάγκες του.
- Σχεδιάζει και προσαρμόζει τα ασφαλιστικά προγράμματα για την ασφάλιση των αναγκών του πελάτη με τις παροχές, τους ειδικούς όρους και τα ποσά ασφάλισης κατά περίπτωση.

- Παρουσιάζει στον πελάτη τα σχέδια των ασφαλιστικών προγραμμάτων που καλύπτουν τις ανάγκες του, έτσι όπως αυτές προέκυψαν από την ανάλυση των αναγκών με βάση τις δικές του πληροφορίες.

Στο τρίτο στάδιο δραστηριοτήτων του, ο ασφαλιστικός διαμεσολαβητής συμμετέχει και υποστηρίζει τον πελάτη στη διαδικασία ασφάλισης του και την έκδοση και παράδοση του ασφαλιστηρίου συμβολαίου. Εισπράττει και αποδίδει τα ασφάλιστρα στην ασφαλιστική εταιρία (αφορά τους πράκτορες και τους μεσίτες).

- Συντάσσει σε συνεργασία με τον πελάτη τα αναγκαία από το νόμο έγγραφα και αυτά που ορίζει κατά περίπτωση η ασφαλιστική εταιρία για την σύναψη της ασφάλισης του και τα παραδίδει στην ασφαλιστική εταιρία για την έκδοση του ασφαλιστηρίου συμβολαίου.

- Φροντίζει για την παράδοση του ασφαλιστηρίου συμβολαίου και των πρόσθετων πληροφοριακών εγγράφων που ορίζει ο νόμος 2496/96 και το ΝΔ 400/1970 στον ασφαλισμένο για την πλήρη και ορθή ενημέρωσή του.

- Φροντίζει για την είσπραξη των ασφαλίσεων στις ημερομηνίες που έχουν καθοριστεί με το ασφαλιστήριο συμβόλαιο και παραδίδει στον πελάτη τη σχετική απόδειξη ασφαλίσεων υπογεγραμμένη.

- (Πρέπει να σημειωθεί ότι η εργασία αυτή ασκείται μόνο μετά από ειδική συμφωνία μεταξύ ασφαλιστικής εταιρίας και ασφαλιστικού διαμεσολαβούντα. Σε κάθε όμως περίπτωση το δικαίωμα της είσπραξης ασφαλίσεων παρέχεται αυτοδίκαια στα πρόσωπα που έχουν την ιδιότητα του Ασφαλιστικού Πράκτορα και του Μεσίτη Ασφαλίσεων).

Στο **τέταρτο στάδιο** της δραστηριότητάς του ο ασφαλιστικός διαμεσολαβητής υποστηρίζει και συνδράμει τον πελάτη στη διαδικασία αποζημίωσης του μέχρι να ολοκληρωθεί η διαδικασία αυτή.

- Συντάσσει σε περίπτωση επέλευσης του ασφαλιστικού κινδύνου και σε συνεργασία με τον πελάτη τα σχετικά έγγραφα και τα παραδίδει στην ασφαλιστική εταιρία μαζί με τις απαραίτητες πληροφορίες και έγγραφα για την έκταση της ζημιάς και το κόστος που απαιτείται για την αποκατάστασή της.

- Ενημερώνει τον πελάτη για την εξέλιξη της διαδικασίας σχετικά με την αποζημίωση του και για οποιοδήποτε πρόσθετο στοιχείο και δικαιολογητικό ζητήσει η ασφαλιστική εταιρία.

- Φροντίζει για την πληρωμή του πελάτη με το ποσό της αποζημίωσης που τελικά έχει προσδιορίσει η ασφαλιστική εταιρία με βάση την πραγματογνωμοσύνη, τα δικαιολογητικά έγγραφα και τους όρους του ασφαλιστηρίου συμβολαίου και παρέχει διευκρινίσεις στον πελάτη σχετικά με την αποζημίωση του.

Μέρος των αρμοδιοτήτων του ασφαλιστικού διαμεσολαβητή είναι η στρατολόγηση, η εκπαίδευση και η υποστήριξη των ασφαλιστικών συμβούλων (κατά κύριο λόγο αφορά τους Συντονιστές Ασφαλιστικών Συμβούλων)

- Σε συνεργασία με την ασφαλιστική εταιρία, σχεδιάζει και υλοποιεί μεθόδους στρατολόγησης υποψήφιων για το επάγγελμα του Ασφαλιστικού Συμβούλου εφαρμόζοντας σύγχρονες μεθόδους επικοινωνίας και προσέγγισης μέσω κέντρων επιρροής και αναζήτησης εργασίας.

- Εκπαιδεύει Ασφαλιστικούς Συμβούλους σε θέματα σύγχρονων μεθόδων εξεύρεσης και προσέγγισης υποψήφιων πελατών καθώς και σε όλα τα θέματα που αφορούν την πώληση των ασφαλιστικών προγραμμάτων της επιχείρησης με την οποία συνεργάζεται.

- Παρακολουθεί την παραγωγική δραστηριότητα των Ασφαλιστικών Συμβούλων που εποπτεύει καθώς και την συνολική τους επαγγελματική απόδοση και σχεδιάζει και οργανώνει δραστηριότητες για την παρακίνηση τους με στόχο την αύξηση της ασφαλιστικής παραγωγής και την ποιοτική βελτίωση της.

## **II) Εκτιμητής κινδύνων**

Αντικείμενο αυτής της ειδικότητας είναι η εκτίμηση των προς ασφάλιση κινδύνων και η αποδοχή ή η απόρριψη της ασφάλισής τους.

- Εκτιμά με βάση τις πληροφορίες που ο Ασφαλιστικός Διαμεσολαβητής του δίνει με τα έγγραφα του πελάτη σχετικά με τον ασφαλιστικό κίνδυνο, την «ασφαλισιμότητα», το βαθμό του ασφαλιστικού κινδύνου και ορίζει το κόστος και τους όρους της ασφάλισης.

- Εκδίδει το ασφαλιστήριο συμβόλαιο και το παραδίδει στον πελάτη μέσω του Ασφαλιστικού Διαμεσολαβητή για να γνωρίζει τους όρους της ασφάλισης του και το ασφάλιστρο που υποχρεούται να καταβάλλει στις καθορισμένες σ' αυτό ημερομηνίες.

- Αρχαιοθετεί τα στοιχεία του πελάτη και του ασφαλιστικού κινδύνου και τα ενημερώνει με τις διάφορες αλλαγές που επέρχονται κατά τη διάρκεια της ασφάλισης, που είναι αναγκαία για την τεχνική διαχείριση της ασφάλισης και την έκδοση των σχετικών εγγράφων κατ' έτος, εφόσον η ασφάλιση συνεχίζεται.

- Συνεργάζεται με αντασφαλιστικές επιχειρήσεις για την αντασφάλιση των κινδύνων που με βάση τα τεχνικά τους στοιχεία και το μέγεθος τους πρέπει να αντασφαλιστούν.

### **III) Διακανονιστής ζημιών**

Η συγκεκριμένη ειδικότητα διακανονίζει και διαχειρίζεται τις ασφαλιστικές αποζημιώσεις, ώστε να αποζημιωθεί ο πελάτης πλήρως και ορθώς με βάση τους όρους του ασφαλιστηρίου συμβολαίου.

- Συγκεντρώνει τις αναγκαίες πληροφορίες και τα έγγραφα σχετικά με την αιτία της ζημιάς με σκοπό να προσδιορίσει την ευθύνη της ασφαλιστικής εταιρίας με βάση τους όρους και τα ασφαλιστικά ποσά που αναφέρονται στο ασφαλιστήριο συμβόλαιο.

- Εκτιμά την έκταση της ζημιάς, ορίζει το ποσό της αποζημίωσης που απαιτείται για την αποκατάσταση της σύμφωνα με το ασφαλιστήριο συμβόλαιο και εκδίδει τα σχετικά έγγραφα αποζημίωσης.

- Αρχαιοθετεί τα στοιχεία της ασφαλιστικής αποζημίωσης και το ιστορικό της για τη δημιουργία στατιστικών στοιχείων συχνότητας και έκτασης των ζημιών που είναι χρήσιμα για την ορθή εκτίμηση των κινδύνων που αναλαμβάνει.

### **IV) Οικονομικός Διαχειριστής**

Ο Οικονομικός Διαχειριστής διαχειρίζεται τα οικονομικά μεγέθη της ασφαλιστικής εταιρίας με σκοπό την εκπλήρωση των υποχρεώσεων της.

- Φροντίζει για την οικονομική και λογιστική διαχείριση σύμφωνα με την οικονομικό - λογιστική επιστήμη και το κλαδικό λογιστικό σχέδιο και τη σύνταξη και

δημοσίευση των οικονομικών καταστάσεων για την εξασφάλιση της χρηστής και αποτελεσματικής λειτουργίας της ασφαλιστικής επιχείρησης σύμφωνα με το νόμο.

- Διαχειρίζεται και επενδύει όλα τα καθοριζόμενα από το νόμο οικονομικά μεγέθη (τεχνικά αποθέματα) που απαιτούνται για την διαχρονική εξασφάλιση των υποχρεώσεων της ασφαλιστικής εταιρίας με βάση τους κινδύνους που έχει αναλάβει με τα ασφαλιστήρια συμβόλαια.

- Ενημερώνει τους λογαριασμούς πελατών, συνεργατών και τρίτων της ασφαλιστικής εταιρίας και φροντίζει για την ρευστοποίηση των απαιτήσεων της για να καλύπτονται οι βραχυχρόνιες και μακροχρόνιες υποχρεώσεις της προς τους ασφαλισμένους (αποζημιώσεις), τους συνεργάτες (προμήθειες) και τους μετόχους της.

#### **V) Αναλογιστής**

Ο Αναλογιστής υπολογίζει τα ασφάλιστρα, τα τεχνικά αποθέματα και γενικά τα οικονομικά μεγέθη των οποίων ο υπολογισμός γίνεται με τη χρήση αναλογιστικών μεθόδων. Πιο συγκεκριμένα:

- Υπολογίζει το κόστος (ασφάλιστρο) των ασφαλιστικών προγραμμάτων με όλα τα εξαρτώμενα από αυτό οικονομικά μεγέθη, με σκοπό τη βιωσιμότητα και κερδοφορία του ασφαλιστικού προγράμματος σύμφωνα με την αναλογιστική επιστήμη και ασφαλιστική τεχνική καθώς και τους βιομετρικούς και οικονομικούς παράγοντες που η Εποπτεύουσα Αρχή ορίζει κατά περίπτωση με νομοθετικές και κανονιστικές διατάξεις.

- Καθορίζει και συγκεντρώνει τα απαραίτητα τεχνικά στοιχεία κατά ασφαλιστήριο συμβόλαιο για τον υπολογισμό των ασφαλιστικών προβλέψεων (αποθέματα), υπογράφει τη σχετική βεβαίωση και τον ισολογισμό της ασφαλιστικής εταιρίας.

- Συντάσσει τους γενικούς και ειδικούς όρους των ασφαλιστηρίων Ζωής και ορίζει το πλαίσιο αποδοχής των κινδύνων για κάθε ασφαλιστικό πρόγραμμα.

- Ενημερώνει το βιβλίο τεχνικών σημειωμάτων και γενικών όρων που ορίζει ο νόμος για όλους τους κλάδους ασφάλισης καθώς και την Εποπτεύουσα Αρχή με τα ετήσια στατιστικά στοιχεία της ασφαλιστικής εταιρίας.

- Συντάσσει και παρακολουθεί την εφαρμογή του τριετούς προγράμματος δραστηριότητας που ορίζει ο νόμος για την επέκταση της ασφαλιστικής εταιρίας σε νέους κλάδους ασφάλισης. (Σημειώσεις ασφαλιστικής διαμεσολάβησης καθηγητή κ. Ι. Κοσμέα )

#### **1.4 Τα Απαιτούμενα Επαγγελματικά Προσόντα του Ασφαλιστικού Διαμεσολαβητή**

Σε αυτό το σημείο μπορούμε να δούμε πιο συγκεκριμένα με βάση το Άρθρο 4 του Προεδρικού Διατάγματος 190 τα απαιτούμενα επαγγελματικά προσόντα (άρθρο 4 της οδηγίας, 2003).

1. Κάθε ενδιαφερόμενος που ζητά την εγγραφή του στο οικείο μητρώο ως ασφαλιστικός διαμεσολαβητής, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 3 της Οδηγίας (Εγγραφή σε μητρώο), υποβάλλει τα ακόλουθα:

Α. Αν πρόκειται για δραστηριότητα μελέτης της αγοράς, παρουσίασης και πρότασης λύσεων ασφαλιστικής κάλυψης των αναγκών του πελάτη για την κατάρτιση ασφαλιστικών συμβάσεων με ασφαλιστικές επιχειρήσεις ή ασφαλιστικούς πράκτορες ή μεσίτες ή συντονιστές ασφαλιστικών συμβούλων, για την διεύρυνση των εργασιών τους (ασφαλιστικός σύμβουλος) έναντι αμοιβής:

α) απολυτήριο λυκείου

β) πιστοποιητικό ποινικού μητρώου από το οποίο προκύπτει ότι δεν έχει καταδικασθεί σε φυλάκιση τουλάχιστο τριών μηνών για έγκλημα κατά της περιουσίας ή σχετιζόμενο με χρηματοπιστωτικές δραστηριότητες και ειδικότερα για αισχροκέρδεια, απάτη, απιστία, δωροδοκία, δόλια χρεοκοπία, εκβίαση, κλοπή, λαθρεμπορία, πλαστογραφία, υπεξαίρεση και καθ' υποτροπή έκδοση ακάλυπτων επιταγών,

γ) πιστοποιητικό που βεβαιώνει ότι δεν έχει πτωχεύσει ή, αν έχει πτωχεύσει, ότι έχει αποκατασταθεί,

δ) πιστοποιητικό που βεβαιώνει ότι δεν έχει υποβληθεί σε στερητική ή επικουρική δικαστική συμπαράσταση,

ε) έγγραφα που αποδεικνύουν ότι κατέχει γενικές εμπορικές ή επαγγελματικές γνώσεις.

στ) έγγραφο από το οποίο αποδεικνύεται ότι έχει συνάψει ασφάλιση επαγγελματικής αστικής ευθύνης, η οποία καλύπτει το σύνολο του εδάφους της Ευρωπαϊκής Κοινότητας και του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου ή οποιαδήποτε άλλη σύμβαση ανάλογης εγγύησης της επαγγελματικής αστικής ευθύνης του για ποσό τουλάχιστον 1.000.000 ευρώ για κάθε απαίτηση και συνολικά 1.500.000 ευρώ κατ' έτος για όλες τις απαιτήσεις. Η ασφάλιση αυτή δεν απαιτείται, αν η ασφαλιστική επιχείρηση επ' ονόματι της οποίας ενεργεί ή από την οποία έχει εξουσιοδοτηθεί να ενεργεί ο ασφαλιστικός διαμεσολαβητής, έχει παράσχει την ασφάλιση αυτή ή έχει αναλάβει πλήρως την ευθύνη για τις ενέργειες του. Με απόφαση του αρμόδιου Υπουργού τα ανωτέρω ποσά αναπροσαρμόζονται κάθε πέντε χρόνια, προκειμένου να λαμβάνεται υπόψη η εξέλιξη του Ευρωπαϊκού δείκτη τιμών καταναλωτή όπως δημοσιεύεται στην Eurostat.

Ο ασφαλιστικός σύμβουλος συνδέεται με ασφαλιστική επιχείρηση ή ασφαλιστικό πράκτορα ή μεσίτη ή συντονιστή ασφαλιστικών συμβούλων με σύμβαση έργου, δεν δικαιούται όμως να αντιπροσωπεύει την ασφαλιστική επιχείρηση ή τον ασφαλιστικό πράκτορα ή μεσίτη και να υπογράφει ασφαλιστήρια. Αντίθετη συμφωνία δεν μπορεί να ισχύει. Η ασφαλιστική επιχείρηση έχει τη δυνατότητα με ειδική συμφωνία να αναθέτει στον ασφαλιστικό σύμβουλο την είσπραξη ασφαλιστρών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗΣ

### 2.1 Μεθοδολογικές δυσκολίες που αναφέρει η Βιβλιογραφία

Τρία σημαντικά μεθοδολογικά προβλήματα – δυσκολίες έχουν αντιμετωπιστεί στη βιβλιογραφία που αφορά την μελέτη των συστημάτων ασφαλιστικής διαμεσολάβησης.

Η πρώτη δυσκολία αφορά το επίπεδο της ποιότητας των ασφαλιστικών προϊόντων, το οποίο δεν διακρίνεται εύκολα λόγω της άυλης φύσης των συγκεκριμένων προϊόντων. Σε περιπτώσεις που ορισμένες ασφαλιστικές εταιρίες αναλαμβάνουν συμπληρωματικές δαπάνες και παρέχουν προϊόντα υψηλότερης ποιότητας και κόστους στους καταναλωτές, όπως για παράδειγμα η ουσιαστική εξυπηρέτηση των ασφαλισμένων στο θέμα της τακτοποίησης των αξιώσεών τους σε περιπτώσεις επέλευσης του κινδύνου που ασφαλίζουν, ή η προσφορά μεγαλύτερης ποικιλίας προϊόντων, αυτό μπορεί να προσδιοριστεί εσφαλμένα ως ανεπάρκεια δαπανών εκτός αν πραγματοποιηθούν κατάλληλοι έλεγχοι της ποιότητας των προϊόντων που προσφέρονται. Αρχικά, πιθανόν να αναμένεται από τους ανεξάρτητους ασφαλιστικούς πράκτορες υψηλότερο επίπεδο παροχής υπηρεσιών επειδή μπορούν να προσφέρουν στους πελάτες πολλές διαφορετικές επιλογές μεταξύ των προϊόντων πολλών διαφορετικών ασφαλιστικών εταιρειών, ιδίως εάν προσαρμόζουν με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο το ασφαλιστικό προϊόν στις ανάγκες του κάθε μεμονωμένου πελάτη. Σε αντίθεση με αυτό όμως, υπάρχει η πιθανότητα οι ανεξάρτητοι πράκτορες να ενεργήσουν ως συνήγοροι για τους πελάτες τους, για παράδειγμα σε περίπτωση που υπάρξει διαφωνία στη διαδικασία τακτοποίησης των αξιώσεων – ζημιών τους από τους αποκλειστικούς πράκτορες, δεδομένου ότι οι ανεξάρτητοι πράκτορες δεν είναι «αποκλειστικά δεμένοι» σε μία ασφαλιστική και μπορούν να καθοδηγήσουν σε σκληρές, για την ασφαλιστική εταιρία, διαπραγματεύσεις εάν ο διακανονισμός των αξιώσεων δεν είναι ικανοποιητικός για τον ασφαλισμένο (Kim 1996). Δυστυχώς, οι μεταβλητές ελέγχου για την ποιότητα των ασφαλιστικών προϊόντων είναι ελλιπής στα στοιχεία που είναι διαθέσιμα στους ερευνητές.



Η δεύτερη σημαντική δυσκολία που συναντούν οι εμπειρικές μελέτες της ποιότητας των προϊόντων στα θέματα ανεπάρκειας, βρίσκεται στην προδιαγραφή των άκυρων και εναλλακτικών υποθέσεων. Οι περισσότερες μελέτες παίρνουν ως αρχική υπόθεση το ότι όλοι οι ασφαλιστικοί πράκτορες έχουν την ίδια διαχειριστική ικανότητα και ότι όλοι είναι το ίδιο αποδοτικοί. Σαν εναλλακτική υπόθεση σε αυτές τις μελέτες, έχουμε ότι οι προβλεπόμενες δαπάνες διαφέρουν μόνο σε μια σταθερά για τις ομάδες των εταιριών των ανεξάρτητων και των αποκλειστικών ασφαλιστικών πρακτόρων (π.χ., Joskow 1973, Cummins και VanDerhei 1979, Pauly. 1986). Δηλαδή διατηρούν την υπόθεση για τις δοκιμές, ότι δεν υπάρχει καμία διαφορά αποδοτικότητας στις ομάδες, με την εναλλακτική υπόθεση που επιτρέπει μόνο μια ακατέργαστη μετατόπιση στην αποδοτικότητα μεταξύ των δύο ομάδων.

Η τρίτη δυσκολία που εμφανίζεται στην βιβλιογραφία είναι ότι οι καθορισμένες συναρτήσεις κόστους είναι συχνά εξειδικευμένες. Σε γενικότερο επίπεδο, η παραγωγή μετριέται από μία αντιπροσωπευτική μεταβλητή – τις συνολικές ζημιές ή τα ασφάλιστρα – παρά την πολυπλοκότητα της φύσης των ασφαλιστικών προϊόντων (π.χ., Joskow 1973, Braeutigam και Pauly 1986, Pauly. 1986). Στα επόμενα χρόνια, στη βιβλιογραφία της επάρκειας των ορίων των οικονομικών υπηρεσιών, έχει επιτραπεί σε πολλαπλά προϊόντα και χρησιμοποιούμενα χαρακτηριστικά, η τυποποιημένη συνάρτησης κόστους (π.χ., Weiss 1990, Cummins και Weiss 1993). Το ζήτημα της συνύπαρξης των δύο συστημάτων διανομής στην ασφαλιστική βιομηχανία, δεν έχει ερευνηθεί χρησιμοποιώντας αυτές τις πολύ – παραγωγικές τεχνικές επάρκειας ορίων.

Οι πιο μεταγενέστερες μελέτες επάρκειας οικονομικών ινστιτούτων έχουν προχωρήσει την έρευνα σε δύο επόμενα επίπεδα. Το πρώτο αφορά την ανάλυση της επάρκειας κόστους με την παράλληλη ανάλυση της επάρκειας κέρδους, το οποίο περιλαμβάνει την επάρκεια του κόστους και των εσόδων και βοηθάει στη μείωση του προβλήματος της μη παρατήρησης της διαφοράς της ποιότητας μεταξύ των προϊόντων (Berger, Hancock και Humphrey 1993, Akhavein, Berger και Humphrey 1997, Akhavein, Swamy, Taubman και Singamsetti 1997). Το δεύτερο αφορά την υιοθέτηση πιο εύκαμπτων συναρτήσεων για τον υπολογισμό του κόστους και του κέρδους και είναι μία σφαιρική προσέγγιση που έχει αποδειχθεί ότι κυριαρχεί στην αντιστοίχιση των οικονομικών δεδομένων (McAllister και McManus 1993, Mitchell και Onvural 1996, Berger, Leusner, και Mingo 1997). Οι σφαιρικές αυτές

προσεγγίσεις είναι ιδιαίτερα σημαντικές για τη μελέτη μιας βιομηχανίας όπως είναι η ασφαλιστική, όπου οι εταιρίες που περιλαμβάνονται σε αυτή και το μίγμα του προϊόντος ποικίλλει ευρέως (Berger, Cummins και Weiss 1997).

## **2.2 Ορισμός Ασφαλιστικής Διαμεσολάβησης**

Για να ορίσουμε την έννοια της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης βάσει του Προεδρικού Διατάγματος, αριθμός 190 (1985), ως «ασφαλιστική διαμεσολάβηση» νοείται κάθε δραστηριότητα παρουσίασης, πρότασης, παροχής προπαρασκευαστικών εργασιών που χρειάζεται για τη σύναψη συμβάσεων ασφάλισης ή για την παροχή συνδρομής κατά τη διαχείριση και την εκτέλεση των εν λόγω συμβάσεων, ιδίως σε περίπτωση επελεύσεως του ασφαλιστικού κινδύνου. Οι δραστηριότητες αυτές δεν θεωρούνται ως ασφαλιστική διαμεσολάβηση, όταν ασκούνται από ασφαλιστική επιχείρηση ή από υπάλληλο ασφαλιστικής επιχείρησης, ο οποίος συνδέεται με σχέση εργασίας με αυτήν και ο οποίος ενεργεί υπό την ευθύνη της επιχείρησης αυτής. Κατ' εξαίρεση, ο υπάλληλος της ασφαλιστικής επιχείρησης μπορεί να ασκεί πράξεις ασφαλιστικής διαμεσολάβησης, εφόσον τα ετήσια ακαθάριστα έσοδά του από τις πράξεις αυτές δεν υπερβαίνουν, στο σύνολό τους, το ποσό των πέντε χιλιάδων (5.000) ευρώ. Δεν θεωρούνται ως ασφαλιστική διαμεσολάβηση οι δραστηριότητες που συνίστανται στην περιστασιακή παροχή πληροφοριών στο πλαίσιο της άσκησης άλλης επαγγελματικής δραστηριότητας, υπό τον όρο ότι σκοπός αυτής της δραστηριότητας δεν είναι η συνδρομή του πελάτη στη σύναψη ή την εκτέλεση ασφαλιστικής σύμβασης, καθώς και η κατ' επάγγελμα διαχείριση περιπτώσεων ζημιών ασφαλιστικής επιχείρησης ή οι δραστηριότητες εκτίμησης και διακανονισμού ζημιών.

## **2.3 Η Εξέλιξη της Ασφαλιστικής Διαμεσολάβησης**

Η ασφαλιστική αγορά τα τελευταία χρόνια, με την εξέλιξη της τεχνολογίας και της τεχνογνωσίας του ασφαλιστικού κλάδου, υπόκειται σε διάφορους μετασχηματισμούς οι οποίοι μοιραία την οδηγούν σε σημαντικές αλλαγές. Οι αλλαγές αυτές αφορούν τα ήδη υπάρχοντα ασφαλιστικά προϊόντα και τα χαρακτηριστικά τους, τη δημιουργία νέων ασφαλιστικών προϊόντων λόγω της κοινωνικοοικονομικής εξέλιξης και της

ανακάλυψης νέων καταναλωτικών αναγκών, καθώς και το ευρύτερο φάσμα των δραστηριοτήτων – υπηρεσιών των ασφαλιστικών εταιριών.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η ασφαλιστική διαμεσολάβηση, η οποία επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές ενημερώνονται, επιλέγουν και αγοράζουν τα ασφαλιστικά προϊόντα. Με την πάροδο του χρόνου, οι ήδη υπάρχουσες μέθοδοι ασφαλιστικής διαμεσολάβησης εξελίσσονται και συμπληρώνονται από τη δημιουργία νέων μεθόδων, εμπλουτίζονται με νέα χαρακτηριστικά και απευθύνονται σε νέους πελάτες ή προσπαθούν να διευρύνουν το ήδη υπάρχον κοινό – στόχο.

Οι εταιρίες στην ασφαλιστική βιομηχανία διαφέρουν μεταξύ τους σε διάφορα επίπεδα που αφορούν τα συστήματα διανομής προϊόντων διότι χρησιμοποιούν μία ευρεία ποικιλία μεθόδων διαμεσολάβησης. Τα ασφαλιστικά συστήματα διανομής εκτείνονται σε φάσμα από τη χρήση επαγγελματιών – υπαλλήλων που ασχολούνται με την πώληση, σε συμβάσεις με ανεξάρτητους αντιπροσώπους – πωλητές, και στις μεθόδους άμεσης πώλησης (direct writing) όπως είναι η προώθηση προϊόντων μέσω του διαδικτύου (πωλήσεις μέσω internet) ή μέσω τηλεφώνου. Ο ανταγωνισμός και οι τεχνολογικές εξελίξεις στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες βιομηχανιών έχουν αποφέρει την μεγαλύτερη κατάτμηση της διανομής στην ασφαλιστική αγορά και την μεγαλύτερη χρήση πολλαπλών διανεμητικών μεθόδων από τις εταιρίες, συμπεριλαμβάνοντας την καθιέρωση των σχέσεων μάρκετινγκ αλλά και τις συμμαχίες με εταιρίες εκτός του συγκεκριμένου κλάδου.

**Τα δίκτυα διανομής των ασφαλιστικών προϊόντων μπορούν να κατηγοριοποιηθούν στους εξής τύπους:**

- (1) Μαζικό μάρκετινγκ ή άμεσες πωλήσεις/μάρκετινγκ (mass marketing – direct selling),
- (2) Υπάλληλοι ασφαλιστικών εταιριών – ως αντιπρόσωποι πωλήσεων της ασφαλιστικής εταιρίας – εργοδότη (employee sales representatives),
- (3) Αποκλειστικοί ασφαλιστικοί σύμβουλοι – οι οποίοι προωθούν τα ασφαλιστικά προϊόντα μίας συγκεκριμένης ασφαλιστικής εταιρίας αλλά δεν είναι υπάλληλοι της εταιρίας (non – employee agents who sell for a single company),

(4) Ανεξάρτητοι ασφαλιστικοί πράκτορες που πουλάνε ασφαλιστικά προϊόντα διαφόρων ασφαλιστικών εταιριών (non-employee agents who sell for more than one company),

(5) Ασφαλιστικοί μεσίτες (brokers),

(6) Προώθηση ασφαλιστικών προϊόντων μέσω τραπεζών (Bancassurance),

(7) Διαδίκτυο (Internet).

Σε απόλυτη ερμηνεία των συστημάτων, όσον αφορά τις μεθόδους άμεσης προώθησης, μάρκετινγκ και πωλήσεων των ασφαλιστικών εταιριών, αυτές δεν περιλαμβάνουν ανθρώπινο δυναμικό με τη μορφή πωλητών ή μεσαζόντων, ενώ τα προωθητικά μηνύματα μεταφέρονται στο κοινό με τη χρήση μαζικών μηνυμάτων (e – mails, sms, ταχυδρομείο), διαφημιστικών μηνυμάτων μέσω τηλεόρασης και ραδιοφώνου καθώς και της αυξανόμενης χρήσης του διαδικτύου. Σε πολλές όμως περιπτώσεις, σε διάφορες χώρες στον υπολογισμό των μεριδίων αγοράς του συγκεκριμένου καναλιού συμπεριλαμβάνονται και οι πωλήσεις των ασφαλιστικών υπαλλήλων των εταιριών όπου θεωρούνται ένας βασικός δίαυλος διανομής.

Οι ασφαλιστικοί υπάλληλοι που ενεργούν ως μεσάζοντες για την προώθηση και την πώληση των ασφαλιστικών προϊόντων, αποτελούν μία αφοσιωμένη δύναμη πωλήσεων κάτω από τον άμεσο εργοδότη – που είναι η ασφαλιστική εταιρία.

Το βασικό κανάλι διανομής της ασφάλισης στο οποίο θα αναφερθούμε είναι αυτό του συνδεδεμένου ασφαλιστικού διαμεσολαβητή, όπου νοείται κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που ασκεί δραστηριότητα ασφαλιστικής διαμεσολάβησης εξ ονόματος και για λογαριασμό μίας ασφαλιστικής επιχείρησης ή περισσότερων της μιας ασφαλιστικών επιχειρήσεων, εφόσον τα σχετικά ασφαλιστικά προϊόντα δεν είναι ανταγωνιστικά μεταξύ τους, δεν εισπράττει τα ασφάλιστρα ή τα ποσά που προορίζονται για τον πελάτη και ενεργεί υπό την πλήρη ευθύνη των εν λόγω ασφαλιστικών επιχειρήσεων για τα προϊόντα που αφορούν κάθε μία από αυτές (Προεδρικό Διάταγμα, 190/1985).

Πιο συγκεκριμένα, οι πράκτορες που δεν αποτελούν υπαλλήλους της ασφαλιστικής εταιρίας ανεξαρτητοποιούνται από την ασφαλιστική, ουσιαστικά αποτελούν μικρές επιχειρήσεις ή υποκαταστήματα της εταιρίας και έχουν καθορισμένη – μέσω

σύμβασης – σχέση με μία συγκεκριμένη ασφαλιστική. Συχνά, αυτοί οι πράκτορες αποκαλούνται και αποκλειστικοί πράκτορες (exclusive agents). Οι πράκτορες που δεν αποτελούν υπαλλήλους της ασφαλιστικής εταιρίας, είναι ανεξάρτητες επιχειρήσεις με συμβάσεις που τους επιτρέπεται να πωλούν ασφαλιστικά προϊόντα πολλών διαφορετικών ασφαλιστικών εταιριών. Αυτοί οι πράκτορες συνήθως αποκαλούνται ανεξάρτητοι πράκτορες (independent agents).

Εν συνεχεία, οι μεσίτες είναι επίσης ανεξάρτητες επιχειρήσεις που μπορούν να πουλάνε τα προϊόντα περισσότερων από μία ασφαλιστικών εταιριών. Ωστόσο, σε αντίθεση με τους αποκλειστικούς και τους ανεξάρτητους πράκτορες, οι μεσίτες δεν έχουν απλές – τυπικές σχέσεις μέσω συμβάσεων με τις ασφαλιστικές εταιρίες και ως εκ τούτου αντιπροσωπεύουν τους ασφαλιστικούς αγοραστές σαν να είναι δικοί τους πελάτες. Αυτός ο διαχωρισμός σημαίνει ότι ο μεσίτης δεν μπορεί να δεσμεύσει μία ασφαλιστική και να παρέχει ασφαλιστική κάλυψη χωρίς η ασφαλιστική εταιρία να την έχει αρχικά αποδεχθεί, παρόλα αυτά πολλοί ανεξάρτητοι ασφαλιστικοί πράκτορες μπορούν να δεσμεύσουν την ασφαλιστική ώστε να παρέχει μία κάλυψη. Στην πράξη βέβαια, η συνεχής αντιπροσώπηση των ασφαλιστικών εταιριών από ανεξάρτητους πράκτορες και μεσίτες, τα καθιστούν παρόμοια συστήματα διαμεσολάβησης.

Μια από τις σημαντικότερες αλλαγές στον τομέα των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, είναι η εμφάνιση και η ανάπτυξη του «bancassurance». Οι τραπεζικοί οργανισμοί και οι ασφαλιστικές εταιρείες έχουν ανακαλύψει ότι το «bancassurance» είναι ένα ελκυστικό και συχνά κερδοφόρο επίτευγμα που συμπληρώνει τις υπάρχουσες δραστηριότητές τους. Οι επιτυχίες που καταδεικνύονται από τις διάφορες διαδικασίες του «bancassurance», έχουν προσελκύσει την προσοχή του χρηματοοικονομικού τομέα υπηρεσιών και όλο και περισσότερες λειτουργίες συνεχίζουν να οργανώνονται τακτικά. Το «bancassurance» καλύπτει ένα ευρύ φάσμα οργανωμένων ρυθμίσεων μεταξύ των τραπεζών και των ασφαλιστικών εταιριών και σε όλες τις περιπτώσεις περιλαμβάνει τη διάταξη ασφαλιστικών και τραπεζικών προϊόντων ή υπηρεσιών από τις ίδιες πηγές ή στην ίδια βάση πελατών. Επειδή υπάρχει μεγάλο εύρος στις στρατηγικές και δεν υπάρχει κάποιο τυποποιημένο πρότυπο για το «bancassurance» ακόμη και στα πλαίσια μιας χώρας, θα χρησιμοποιήσουμε τον ορισμό «bancassurance» με την έννοια της παροχής ασφαλιστικών και τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών μέσω ενός κοινού διαύλου διανομής στην ίδια βάση πελατών.» (bancassurance in Practice, Yiannis Violaris).

Η πιο σύγχρονη μέθοδος διαμεσολάβησης είναι η προώθηση και η πώληση ασφαλιστικών προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου (το Internet – led channel αποτελεί το πιο μοντέρνο κανάλι πώλησης). Η ευρεία διάδοση του διαδικτύου, τα τελευταία χρόνια έχει οδηγήσει στην ραγδαία ανάπτυξη των ηλεκτρονικών καναλιών, συμπεριλαμβανομένων των άμεσων καναλιών (direct channels πχ. εταιρικό web site), των ηλεκτρονικών αγορών και των ηλεκτρονικών μεσαζόντων μέσω των οποίων πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους πολλοί αγοραστές και πωλητές (Malone 1987) και άλλοι μεσάζοντες μέσω του διαδικτύου (Sarkar 1995). Το βασικό παραδοσιακό κανάλι πώλησης ασφαλιστικών προϊόντων πριν την εξάπλωση του Internet ήταν η ασφαλιστική διαμεσολάβηση και συγκεκριμένα οι ανεξάρτητοι και οι εξαρτημένοι ασφαλιστικοί πράκτορες. Αρχικά το Internet αναμενόταν να επιφέρει αρνητικό αντίκτυπο στα παραδοσιακά κανάλια πώλησης, δηλαδή της πρακτόρευσης. Ωστόσο, οι πελάτες δεν έχουν επιδείξει αξιοσημείωτη προτίμηση για την αγορά ασφαλιστικών προϊόντων μέσω του διαδικτύου (Trembly, 2001). Ποσοστό μικρότερο του δύο τοις εκατό των ασφαλιστικών προϊόντων αγοράζονται μέσω διαδικτύου (Dumm, Hoyt, 2002).

Καθώς οι κλάδοι ασφαλίσεων Ζωής και Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης έχουν εξελιχθεί ξεχωριστά, τα συστήματα διαμεσολάβησης διαφέρουν σε σημαντικό βαθμό. Οι συνεργασίες και οι συγχωνεύσεις των ασφαλιστικών εταιριών και η επέκταση των προσφορών προϊόντων από τα ασφαλιστικά πρακτορεία, οδηγούν σε αλλαγές στους κανονισμούς και στις δυνάμεις της αγοράς που επιφέρουν μεγαλύτερη ολοκλήρωση στις πωλήσεις ασφαλίσεων κλάδου Ζωής και κλάδου Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης. Εν τούτοις, οι διαφορές παραμένουν κατά την διείσδυση στις αγορές των ανταγωνιστικών διαμεσολαβητικών συστημάτων των ασφαλειών κλάδων Ζωής και Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης. Οι συμβατικές σχέσεις μεταξύ των πρακτόρων και των ασφαλιστικών εταιριών και οι λειτουργίες των πρακτόρων, διαφέρουν επίσης ανάμεσα στις ασφαλιστικές εταιρίες Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης και Ζωής. Κάποιες από αυτές τις διαφορές έχουν αντίκτυπο σε οικονομικά θέματα που αφορούν τα συστήματα διαμεσολάβησης που χρησιμοποιούν οι δύο βιομηχανίες. Για αυτούς τους λόγους, είναι απαραίτητο να περιγράψουμε ξεχωριστά τις δύο βιομηχανίες Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης και Ζωής.

## **2.4 Ασφάλιση κλάδου Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης**

Οι ασφάλειες του κλάδου Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης αρχικά πωλούνταν κυρίως από επαγγελματίες πράκτορες. Ανεξάρτητοι πράκτορες (συμπεριλαμβανομένων των μεσιτών) και αποκλειστικοί ασφαλιστικοί πράκτορες (οι οποίοι συνεργάζονται αποκλειστικά με μία ασφαλιστική είτε είναι υπάλληλοι της ασφαλιστικής είτε όχι) είναι υπεύθυνοι για το μεγαλύτερο μέρος των εισοδημάτων (άμεσων ασφαλιστρών) της ασφαλιστικής βιομηχανίας.

### **2.4.1 Σχέσεις Ασφαλιστικής – Πράκτορα**

Το καθεστώς των προμηθειών διαφοροποιείται για τους ανεξάρτητους πράκτορες σε σχέση με τους αποκλειστικούς πράκτορες. Οι ανεξάρτητοι πράκτορες συμπεριλαμβανομένων και των μεσιτών, πληρώνονται βάσει συμφωνημένων συμβάσεων. Τα ποσοστά των προμηθειών ποικίλλουν στα διάφορα ασφαλιστικά προϊόντα, στις νέες ασφαλίσεις ή στις ανανεώσεις οι οποίες συνήθως λαμβάνουν το ίδιο ποσοστό.

Οι αποκλειστικοί πράκτορες επίσης πληρώνονται βάσει συμφωνημένων συμβάσεων. Τα ποσοστά των συμβάσεων τείνουν να είναι χαμηλότερα από εκείνα για τους ανεξάρτητους πράκτορες και τα ποσοστά των προμηθειών των συμβάσεων για τις ανανεώσεις συμβολαίων είναι χαμηλότερα από εκείνα για τις νέες καλύψεις. Στον τομέα των προμηθειών που λαμβάνουν από τη στρατολόγηση νέων ασφαλιστικών πρακτόρων, οι αποκλειστικοί πράκτορες λαμβάνουν μικρότερο κέρδος σε σχέση με τους ανεξάρτητους πράκτορες (Regan και Tennyson, 1996). Εντούτοις, άλλες μορφές προμηθειών ή προνομίων, συμπεριλαμβανομένης της συμμετοχής τους σε συνταξιοδοτικά προγράμματα, μπορούν να διατεθούν στους αποκλειστικούς πράκτορες. Οι ασφαλιστικοί υπάλληλοι που εργάζονται και ως ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές αμείβονται κανονικά με τον συμφωνημένο μισθό βάσει της σύμβασης του ασφαλιστικού υπαλλήλου καθώς επίσης με προμήθειες ή με μπόνους για τις πωλήσεις που πραγματοποιούν.

Η παροχή σεμιναρίων εκπαίδευσης και άλλων μηχανισμών υποστήριξης στους αποκλειστικούς πράκτορες ή υπαλλήλους από τις ασφαλιστικές εταιρίες, τείνει να είναι μεγαλύτερη σε σχέση με αυτή που παρέχεται στους ανεξάρτητους πράκτορες.

Οι αποκλειστικοί ασφαλιστικοί πράκτορες συχνά αντιμετωπίζουν τους νέους πράκτορες ως υπαλλήλους κατά τη διάρκεια της καθορισμένης περιόδου της εκπαίδευσής τους. Ο πράκτορας γίνεται ένας ανεξάρτητος ανάδοχος που πληρώνεται με καθεστώς προμηθειών μόνο μετά από αυτήν την περίοδο (Rejda, 1998). Οι αποκλειστικοί πράκτορες διαφημίζουν επίσης περισσότερο τις εταιρίες με τις οποίες συνεργάζονται σε σχέση με τους ανεξάρτητους πράκτορες, με αποτέλεσμα οι εταιρίες να μπορούν να στηριχθούν περισσότερο στις προσπάθειες μάρκετινγκ των αποκλειστικών πρακτόρων (Regan, 1997).

Οι λειτουργίες που αφορούν την εξυπηρέτηση των πελατών όπως η τιμολόγηση και ο διακανονισμός των αξιώσεων λόγω επέλευσης ζημιών, πραγματοποιούνται από την ασφαλιστική εταιρεία συνήθως κατόπιν συνεννόησης και διαπραγμάτευσης με τα συστήματα των αποκλειστικών πρακτόρων ή των ασφαλιστικών υπαλλήλων. Παραδοσιακά, οι ανεξάρτητοι πράκτορες παρείχαν τις περισσότερες από αυτές τις υπηρεσίες για τους πελάτες τους. Με την πάροδο του χρόνου όμως, οι ασφαλιστικές εταιρίες χρησιμοποιώντας τους ανεξάρτητους πράκτορες, παρέχουν αυτές τις υπηρεσίες σε πιο ολοκληρωμένο βαθμό. Στα μέσα της δεκαετίας του '80 πολλοί ανεξάρτητοι ασφαλιστικοί πράκτορες μετέφεραν τον διακανονισμό των αξιώσεων ζημιών, την είσπραξη των ασφαλιστρών, την έκδοση συμβολαίων και τις λειτουργίες επικοινωνίας και εξυπηρέτησης ασφαλισμένων, σε ελεγχόμενα κέντρα υπηρεσιών. Ένας άλλος τύπος αναδόμησης είναι η εξυπηρέτηση πελατών από ασφαλιστικά πρακτορεία και υποκαταστήματα των εταιριών. Κάτω από το κέντρο ασφαλιστικών υπηρεσιών η μείωση των προμηθειών των πρακτόρων αντανακλά στη μείωση των ασφαλιστικών τους δραστηριοτήτων. Κάτω από το κεντρικό ασφαλιστικό πρότυπο υπηρεσιών κάθε πράκτορας καταβάλλει συγκεκριμένη αμοιβή στο κέντρο για να υποστηρίξει την παροχή υπηρεσιών, ενώ οι ασφαλιστές πρέπει γενικά να συμφωνούν με τις ρυθμίσεις του κέντρου υπηρεσιών.

## **2.5 Ασφάλιση κλάδου Ζωής**

Όπως συμβαίνει στην ασφάλιση του κλάδου Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης, η διανομή μέσω των επαγγελματιών πρακτόρων είναι η κυρίαρχη μορφή πώλησης και στις ασφάλισεις του κλάδου Ζωής. Στις περισσότερες χώρες, συμπεριλαμβανομένων των Ηνωμένων Πολιτειών, του Καναδά, της Γερμανίας και της Ιαπωνίας, η



πλειονηφία των ασφαλιστικών πρακτόρων του κλάδου Ζωής είναι είτε υπάλληλοι της εταιρίας, είτε αποκλειστικοί πράκτορες που πωλούν τα προϊόντα μόνο μιας επιχείρησης. Εντούτοις, υπάρχουν χώρες όπως το Ηνωμένο Βασίλειο όπου οι μεσίτες και οι σύμβουλοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών είναι επικρατέστερες. Οι υπηρεσίες εταιριών μάρκετινγκ παίζουν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο σε μερικές χώρες και η πώληση των ασφαλιστικών προϊόντων κλάδου Ζωής μέσω των τραπεζών κερδίζει επίσης την αποδοχή. Η τελευταία τάση είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στις ευρωπαϊκές χώρες, ειδικότερα στη Γαλλία, όπου οι πωλήσεις τραπεζών αντιπροσωπεύουν πάνω από το 50 τοις εκατό των ασφαλιστρών ζωής (Regan and Tennyson, 1998).

Οι διαφορές στα συστήματα διανομής ασφαλίσεων κλάδου Ζωής στις Ηνωμένες Πολιτείες είναι λιγότερο έντονες από εκείνες στις ασφάλειες κλάδου Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης. Να σημειωθεί ότι στην ασφάλιση κλάδου Ζωής δεν υπάρχει καμία διαφορά σχετικά με την ιδιοκτησία της ασφαλιστικής ανανέωσης, με την ασφαλιστική εταιρεία να διατηρεί την ιδιοκτησία στο πλαίσιο όλων των συστημάτων. Εντούτοις, υπάρχουν διαφορές στο βαθμό κάθετου ελέγχου του συστήματος διανομής. Οι ασφαλιστικές μπορούν να ενεργοποιήσουν ένα αποκλειστικό σύστημα αντιπροσωπειών στο οποίο οι ανεξάρτητοι ανάδοχοι είναι βάσει του νόμου αναγκασμένοι να πωλήσουν τα προϊόντα μόνο ενός ασφαλιστή. Αυτό καλείται συνήθως σύστημα αντιπροσωπειών σταδιοδρομίας (career agency system), όπου η ασφαλιστική επενδύει σημαντικά στη στρατολόγηση και την κατάρτιση μιας αφοσιωμένης δύναμης πωλητών. Το δυναμικό των αντιπροσωπειών σταδιοδρομίας μπορεί να διαχειριστεί άμεσα από την ασφαλιστική μέσω διαδικτυακών υποκαταστημάτων ή μέσω των συνεργατών που διαχειρίζονται τους πράκτορες που λειτουργούν με την ιδιότητα του ασφαλιστή. Οι ασφαλιστικές μπορούν επίσης να αντιπροσωπευτούν από τους ανεξάρτητους πράκτορες ή τους μεσίτες με τις μη αποκλειστικές συμβάσεις αντιπροσώπευσης. Σε αυτήν την περίπτωση, ο έλεγχος της ασφαλιστικής εταιρίας για τα δίκτυα διανομής είναι πολύ χαλαρότερος και ο ασφαλιστής δεν επενδύει στους πράκτορες.

## 2.5.1 Σχέσεις Ασφαλιστικής – Πράκτορα

Στις Ηνωμένες Πολιτείες οι αποκλειστικοί ασφαλιστικοί πράκτορες του κλάδου ζωής μιας ασφαλιστικής οργανώνονται κάτω από δίκτυο καταστημάτων («branch offices») ή βρίσκονται κάτω από την εποπτεία των γενικών πρακτόρων – διευθυντών της ασφαλιστικής εταιρείας. Στο πλαίσιο του συστήματος των branch offices οι πράκτορες αναφέρονται στο περιφερειακό γραφείο και η στρατολόγηση, η κατάρτιση και ο έλεγχος των πρακτόρων παρέχονται συχνά σε αυτό το επίπεδο της οργάνωσης. Στο πλαίσιο του γενικού συστήματος πρακτόρευσης, ο διευθύνων πράκτορας είναι ανεξάρτητος ανάδοχος που επενδύει το κεφάλαιό του και είναι υπεύθυνος για την οικοδόμηση μιας πλήρους απασχόλησης – δύναμης πωλήσεων – πρακτόρων, για έναν μεμονωμένο ασφαλιστή. Ο γενικός διαχειριστής – πράκτορας δεν συμμετέχει στην προσωπική πώληση αλλά αμείβεται με καθεστώς προμηθειών από την παραγωγή των πρακτόρων. Όπως και στην ασφάλιση Περιουσίας – Αστικής ευθύνης, η ασφαλιστική εταιρία παρέχει εκπαίδευση και άλλα στοιχεία που δημιουργούν σχέση δέσμευσης με τους πράκτορες, η οποία είναι σχετικά υψηλότερη στο πλαίσιο αυτών των δεμένων συστημάτων αντιπροσωπειών σε σχέση με το πλαίσιο άλλων συστημάτων διαμεσολάβησης.

Η ανεξάρτητη πρακτόρευση στην ασφάλιση ζωής λαμβάνει δύο αρχικές μορφές, γνωστές αντίστοιχα ως παραγωγή προσωπικής γενικής πρακτόρευσης (personal producing general agency) και μεσιτεία (brokerage). Αντίθετα από τη διαχείριση των γενικών πρακτόρων, ο βασικός στόχος της πρακτόρευσης είναι η πώληση ασφαλειών. Αν και ο προσωπικός γενικός διευθυντής – πράκτορας έχει μια αρχική σχέση με μια συγκεκριμένη ασφαλιστική, ο προσωπικός πράκτορας παραγωγής και οι πράκτορες που διορίζονται από τον προσωπικό – γενικό πράκτορα παραγωγής, μπορούν να πωλήσουν τα προϊόντα για περισσότερες από μια επιχειρήσεις. Όπως συμβαίνει στην πρακτόρευση κλάδου ασφάλισης Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης, οι ασφαλιστικοί μεσίτες ζωής προωθούν τα προϊόντα και αντιπροσωπεύουν περισσότερες από μία ασφαλιστικές. Χαρακτηριστικά, η ασφαλιστική έχει το ρόλο του «κατασκευαστή προϊόντων», που τα παρέχει για την πώληση (πχ. ασφαλίσεις ζωής) και η πώλησή τους μπορεί να αναπτυχθεί από άλλες οργανώσεις. Παραδείγματος χάριν, πολλές ασφαλιστικές εταιρίες διανέμουν τα προϊόντα τους μέσω των δυνάμεων των ανεξάρτητων αντιπροσωπειών ασφάλισης Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης ή μέσω

των εμπόρων ή των τραπεζών. Οι μεσίτες διορίζονται από τον ασφαλιστή ως εξουσιοδοτημένοι αντιπρόσωποι και αμείβονται με βάση το καθεστώς προμηθειών.

Στο πλαίσιο όλων των συστημάτων διανομής στην ασφάλεια ζωής, η αμοιβή των πρακτόρων γίνεται κατά ένα μεγάλο μέρος μέσω προμηθειών. Τα σχέδια των ασφαλιστικών επιτροπών ζωής τείνουν σημαντικά προς την επιβράβευση των νέων πωλήσεων σε ασφαλίσεις προϊόντων και όχι τόσο στις ανανεώσεις των υπαρχόντων συμβολαίων ή της συνολικής αποδοτικότητας. Ένα μεγάλο μέρος του ασφαλιστρού του πρώτου έτους που πληρώνεται από τον ασφαλισμένο – καταναλωτή αφιερώνεται συχνά στην απόδοση της προμήθειας του πράκτορα με ένα πολύ μικρότερο ποσοστό των ετήσιων ασφαλιστρών για τις επόμενες ανανεώσεις (μερικές φορές μέχρι και 10 έτη) να πληρώνεται επίσης ως προμήθεια στον πράκτορα.

## **2.6 Άμεση Προώθηση και Ανεξάρτητη Πρακτόρευση**

Υπάρχει μια μεγάλη ακαδημαϊκή βιβλιογραφία που στρέφεται σε ερωτήματα σχετικά με τις μεθόδους με τις οποίες οι πωλήσεις των ασφαλιστικών προϊόντων είναι πιο αποδοτικές. Η μεγάλη πλειοψηφία αυτών των μελετών έχει γίνει για τον κλάδο ασφάλισης Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης σε σχέση με την ασφάλιση Ζωής. Αυτό οφείλεται πιθανώς στις μεγάλες διαφορές στις οργανωτικές σχέσεις μεταξύ των εταιριών και των πρακτόρων στο πλαίσιο των συστημάτων Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης. Επιπλέον, η ιστορική ανάπτυξη των συστημάτων διανομής Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης σε σχέση με τον κανονισμό των ποσοστών σε αυτήν την βιομηχανία έχει καταστήσει αυτές τις διαφορές εντελώς προφανείς.

Οι συγκριτικές μελέτες των συστημάτων ασφαλιστικής διανομής ομαδοποιούν τα διάφορα συστήματα σε δύο κύριες κατηγορίες που βασίζονται στο βαθμό κάθετου ελέγχου της δύναμης πωλήσεων. Οι δύο ευρείες κατηγορίες που αναλύονται είναι η «άμεση προώθηση» και η «ανεξάρτητη πρακτόρευση». Η κατηγορία της άμεσης προώθησης καλύπτει το μαζικό μάρκετινγκ, την διαμεσολάβηση των ασφαλιστικών υπαλλήλων και των αποκλειστικών πρακτόρων στις πωλήσεις ασφαλιστικών προϊόντων. Οι ανεξάρτητοι ασφαλιστικοί πράκτορες και οι μεσίτες καλύπτουν το ανεξάρτητο σύστημα αντιπροσωπειών.

Υπάρχουν δύο ευδιάκριτα μέρη στη βιβλιογραφία για την επιλογή των ασφαλιστικών συστημάτων διαμεσολάβησης. Το πρώτο μέρος, αφορά την εμπειρική βιβλιογραφία που συγκρίνει τις σχετικές δαπάνες ή την αποδοτικότητα των δύο συστημάτων διαμεσολάβησης. Αυτές οι μελέτες έχουν διαπιστώσει ότι οι ασφαλιστικές εταιρίες γενικών ασφαλίσεων που χρησιμοποιούν το ανεξάρτητο σύστημα αντιπροσωπειών, έχουν τις υψηλότερες δαπάνες από εκείνες που χρησιμοποιούν το σύστημα της άμεσης προώθησης. Το δεύτερο μέρος της βιβλιογραφίας προσπαθεί να ερμηνεύσει ή να εξηγήσει τη συνύπαρξη των δύο συστημάτων, λαμβάνοντας υπόψη τις παρατηρήσεις αποκλίσεων των δαπανών. Τα αρχικά αποτελέσματα αυτής της μελέτης έδειχναν την ύπαρξη της ανεξάρτητης πρακτόρευσης βιώσιμη μόνο βραχυπρόθεσμα, ενώ τα πιο πρόσφατα αποτελέσματα υποστηρίζουν ότι η συνύπαρξη συστημάτων διανομής θα αποδώσει μια μακροπρόθεσμη ισορροπία.

### **2.6.1 Σύγκριση Κόστους και Κέρδους**

Διάφορες μελέτες έχουν πραγματοποιηθεί με σκοπό να συγκρίνουν το μέσο κόστος μεταξύ των συστημάτων ασφαλιστικής διαμεσολάβησης. Οι περισσότερες από αυτές τις μελέτες χρησιμοποιούν στοιχεία ασφαλιστικών εταιριών ώστε να υπολογίσουν ένα πρότυπο μοντέλο για την μέση ασφαλιστική μεταβλητή δαπάνη. Για την διεξαγωγή αυτών των υπολογισμών ενσωματώνουν μια πλαστή μεταβλητή για να μπορούν να διακρίνουν τις εταιρίες με διαφορετικά συστήματα διανομής. Κάτω λοιπόν από την υπόθεση ότι οι ασφαλιστικές εταιρίες προσφέρουν ομοιογενή προϊόντα και χρησιμοποιούν την ίδια τεχνολογία παραγωγής, μια εκτίμηση στον συντελεστή της πλαστής μεταβλητής η οποία διαφέρει σημαντικά από το μηδέν υπονοεί διαφορές στα μέσα κόστη μεταξύ των δύο συστημάτων διαμεσολάβησης.

Η πρώτη τέτοια ανάλυση έγινε από τον Joskow (1973), στη μελέτη του για την οργάνωση της ασφαλιστικής βιομηχανίας του κλάδου Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης. Ο Joskow μετρά τα κόστη ως αναλογία της κάλυψης των δαπανών για την ανάληψη των κινδύνων (κόστη underwriting) προς τα ασφάλιστρα (η αναλογία δαπάνης), και υπολογίζει τα γραμμικά πρότυπα της αναλογίας του κόστους ως λειτουργία του συνολικού όγκου ασφαλίστρου, την χρήση της αντασφάλισης, την μορφή της ιδιοκτησίας (αποθεματικά ή αμοιβαία) και του συστήματος διανομής. Χρησιμοποιώντας τα στοιχεία για 157 ασφαλιστικές εταιρίες που αφορούν

ασφαλίσεις κλάδου πυρός και αυτοκινήτων για το 1970 – 1971, ο Joskow εκτιμά ότι οι αναλογίες δαπάνης των ασφαλιστών που χρησιμοποιούν την άμεση προώθηση είναι περίπου 11 τοις εκατό χαμηλότερες από εκείνες των ασφαλιστών που χρησιμοποιούν την ανεξάρτητη πρακτόρευση.

Οι επόμενες μελέτες εξετάζουν τις αποκλίσεις στα κόστη για πιο μεταγενέστερες χρονικές περιόδους και ενσωματώνουν τον καθορισμό πρότυπων μοντέλων, προδιαγραφών και στοιχείων στη βασική ανάλυση του Joskow. Οι Cummins και Vanderhei (1979) εξέτασαν τη συνολική μέτρηση μεταβλητών δαπανών καθώς επίσης και την αναλογία της δαπάνης για τον έλεγχο και την ανάληψη ενός νέου κινδύνου για τη σύναψη νέας ασφάλισης (underwriting). Οι συνολικές μεταβλητές δαπάνες περιλαμβάνουν ρύθμιση απώλειας κόστους (δαπάνες της τακτοποίησης αξιώσεων λόγω εμφάνισης ζημιών) πέραν της δαπάνης για το underwriting. Έτσι για τους ανεξάρτητους πράκτορες οι οποίοι για παράδειγμα ασχολούνται με την τακτοποίηση αξιώσεων των πελατών τους, είναι πιθανό τα επιπλέον κόστη διακανονισμού ζημιών να εμφανιστούν ως επιπλέον μέρος του κόστους underwriting της ασφάλισης σε αντίθεση με την μέθοδο της άμεσης προώθησης των ασφαλιστικών εταιριών. Αυτή η λογιστική διαφορά θα μπορούσε να παράγει προφανείς διαφορές στα κόστη εάν μετρηθεί με την αναλογία δαπάνης. Οι συγκεκριμένοι μελετητές υπολογίζουν επίσης τα μακρό – γραμμικά πρότυπα για τα κόστη που προτάσσονται σε μια λειτουργία παραγωγής Cobb – Douglas. Οι Barrese και Nelson (1992) ξεκαθαρίζουν τις διαφορές μεταξύ της άμεσης προώθησης των εταιριών και των ανεξάρτητων ασφαλιστικών πρακτόρων με την ενσωμάτωση μιας συνεχούς μεταβλητής που καθορίζεται να είναι το ποσοστό των ασφαλιστών μιας ασφαλιστικής ομάδας που λαμβάνονται από τους ανεξάρτητους πράκτορες με την προσθήκη μιας πρόσθετης πλαστής μεταβλητής για τις ομάδες που χρησιμοποιούν τις άμεσες μεθόδους προώθησης και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Πειραματίζονται επίσης με τη χρήση των πραγματοποιηθέντων εξόδων ως μέτρο της ασφαλιστικής παραγωγής του ασφαλιστή παρά με τη χρήση παραγωγής ασφαλιστών.

Ακόμη και με αυτούς τους καθορισμούς οι ερευνητές βρίσκουν αποτελέσματα που είναι σύμφωνα με τον Joskow. Η άμεση προώθηση φαίνεται να έχει τις χαμηλότερες μέσες δαπάνες και για τα δύο σύνολα συνολικά και για την ζημιά αυτοκινήτων ξεχωριστά, ενώ τα αποτελέσματα προκύπτουν κάτω από τις γραμμικές και μακρό – γραμμικές προδιαγραφές. Αυτές οι μελέτες δεν βρίσκουν επίσης καμία σημαντική

πτώση στο πλεονέκτημα κόστους της άμεσης προώθησης με την πάροδο του χρόνου. Οι Cummins και Vanderhei χρησιμοποιούν στοιχεία για το χρονικό διάστημα 1968 – 1979, και οι Barrese και Nelson χρησιμοποιούν στοιχεία για την περίοδο 1978 – 1990, καμία μελέτη δεν βρίσκει ότι η απόκλιση δαπανών στα συστήματα διανομής είναι μικρότερη στις περιόδους των τελευταίων ετών και των αντίστοιχων δειγμάτων τους.

Η Regan (1999) επεκτείνει αυτόν τον τύπο ανάλυσης σε ένα πολύ μεγαλύτερο δείγμα εταιριών, και αναλύει μια μεγαλύτερη ποικιλία των ασφαλιστικών γραμμών του κλάδου Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης. Στα πρότυπα των αναλογιών δαπανών underwriting της ασφάλισης για την Αστική Ευθύνη οχημάτων, για τους κινδύνους Περιουσίας, τον Εμπορικό κίνδυνο, την αποζημίωση εργαζομένων και τη γενική ασφάλιση ευθύνης για 260 εταιρίες το 1990, η Regan διαπιστώνει ότι τα κόστη άμεσου ελέγχου διαφέρουν σημαντικά. Οι αναλογίες δαπανών των άμεσων μεθόδων διαμεσολάβησης των ασφαλιστικών εταιριών είναι σημαντικά χαμηλότερες από εκείνες των ανεξάρτητων πρακτόρων στις ασφάλειες Περιουσίας και στην εμπορική ασφάλιση κινδύνου. Σύμφωνα με τις προηγούμενες μελέτες, εντούτοις, τα αποτελέσματά τους δείχνουν ότι οι άμεσοι έλεγχοι έχουν τις σημαντικά χαμηλότερες αναλογίες δαπάνης όταν συνδυάζονται όλες οι γραμμές επιχείρησης.

Διάφορες άλλες μελέτες έχουν υποθέσει ότι οι υψηλότερες αναλογίες δαπάνης των ανεξάρτητων ασφαλιστικών πρακτόρων μπορούν να απεικονίσουν την παροχή υψηλότερης ποιότητας στην υπηρεσία που προσφέρουν. Ο Etgar (1976) ψάχνει τα άμεσα στοιχεία των διαφορών ποιότητας των υπηρεσιών στα συστήματα διαμεσολάβησης ασφαλιστικών προϊόντων με τη σύγκριση των υπηρεσιών που παρέχονται από 116 πράκτορες εταιριών που αναπτύσσουν δραστηριότητα στην πολιτεία της Καλιφόρνιας. Χρησιμοποιώντας τα στοιχεία από μια έρευνα για τις πρακτικές των πρακτόρων, η μελέτη αποκαλύπτει ότι οι ανεξάρτητοι πράκτορες επεμβαίνουν στην τακτοποίηση αξιώσεων συχνότερα από τους αποκλειστικούς πράκτορες αλλά δεν βρίσκει καμία άλλη σημαντική διαφορά στην παροχή υπηρεσιών. Μια μεγαλύτερη έρευνα για τις διαδικασίες των ανεξάρτητων αντιπροσώπων ανέλαβαν οι Cummins και Weisbart (1977), λαμβάνοντας τις απαντήσεις από σχεδόν 700 προσωπικούς πράκτορες σε τρία διαφορετικά κράτη. Ενώ αυτή η μελέτη διαπιστώνει ότι οι ανεξάρτητοι πράκτορες είναι πιθανότερο να παρέχουν τη βοήθεια αξιώσεων και να αναθεωρήσουν τις καλύψεις συχνότερα από

τους αποκλειστικούς πράκτορες, σε κάποιες άλλες περιοχές οι ανεξάρτητοι πράκτορες παρέχουν λιγότερη υπηρεσία από τους αποκλειστικούς πράκτορες.

Το συμπέρασμα που προκύπτει από αυτές τις μελέτες, είναι ότι στις ασφάλειες του κλάδου Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης οι μέθοδοι άμεσης προώθησης ασφαλιστικών προϊόντων έχουν τις χαμηλότερες δαπάνες *underwriting* κατά μέσον όρο από τους ανεξάρτητους ασφαλιστικούς πράκτορες. Αυτή η μικρή απόκλιση δαπανών παραμένει με την πάροδο του χρόνου, η οποία θα λέγαμε ότι είναι σχετικά μικρής σημασίας. Η απόκλιση δαπανών εντούτοις, δεν μεταφράζεται σε πιθανές διαφορές όσον αφορά την κερδοφορία – αποδοτικότητα. Ενώ αυτά τα συμπεράσματα μας δείχνουν ότι οι διαφορές στην παροχή υπηρεσιών, ποιότητας και προϊόντων είναι πιθανοί λόγοι ότι τα δύο συστήματα διανομής συνυπάρχουν, δεν αποκλείουν άλλες πιθανότητες. Παραδείγματος χάριν, ακόμα κι αν οι ανεξάρτητοι ασφαλιστές επιβιώσουν στην αγορά μόνο εξαιτίας των κανονισμών που τους προστατεύουν από τον ανταγωνισμό, η άμεση προώθηση θα μπορούσε να οδηγήσει σε κανονικά κέρδη μέσω της διαφήμισης και άλλων μέσων ανταγωνισμού. Ένα δεύτερο παράδειγμα αφορά στην αποτυχία των καταναλωτών να αγοράσουν προϊόντα και υπηρεσίες χαμηλού κόστους εξαιτίας του υψηλού κόστους αναζήτησης με αποτέλεσμα να κερδίσουν οι ανεξάρτητοι πράκτορες κανονικά κέρδη παρά τις υψηλότερες δαπάνες σε σχέση με την άμεση προώθηση.

Γενικότερα, η συνύπαρξη δύο συστημάτων διαμεσολάβησης με διαφορετικά κόστη για την ασφαλιστική εταιρία και τους καταναλωτές, θα μπορούσε να αποτελεί απλά ένα βραχυπρόθεσμο φαινόμενο ή να οδηγεί σε μια μακροπρόθεσμη ισορροπία. Υπενθυμίζουμε ότι η ανεξάρτητη πρακτόρευση ήταν το αρχικό σύστημα διαμεσολάβησης στην ασφαλιστική βιομηχανία και ότι η άμεση προώθηση αναπτύχθηκε αργότερα. Ως εκ τούτου, η χρήση της ανεξάρτητης αντιπροσώπευσης θα μπορούσε να είναι μια προσωρινή φάση στην εξέλιξη της βιομηχανίας.

Εναλλακτικά, μπορούν να υπάρξουν όροι κάτω από τους οποίους η ανεξάρτητη πρακτόρευση να είναι βέλτιστη για τις εταιρίες και τους καταναλωτές παρά τις υψηλότερες δαπάνες της. Κάτω από αυτές τις περιστάσεις η ανεξάρτητη πρακτόρευση θα συνεχίσει να υπάρχει στη μακροπρόθεσμη ισορροπία. Και οι δύο απόψεις έχουν υποβληθεί στη βιβλιογραφία, με την τελευταία να επικρατεί με την πάροδο του χρόνου.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΑΜΟΙΒΗΣ ΤΩΝ ΠΡΑΚΤΩΡΩΝ – ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΙΜΗΣ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ**

### **3.1 Συστήματα Αμοιβής Πρακτόρων και Διατήρηση Τιμής Μεταπώλησης**

Λόγω των ανταγωνιστικών και ρυθμιστικών ανησυχιών, το σύστημα με το οποίο αμείβονται οι ασφαλιστικοί πράκτορες διερευνάται διαρκώς μέσα στην ασφαλιστική βιομηχανία και μεταξύ των πολιτικών φορέων. Οι ασφαλιστικοί πράκτορες συνήθως αμείβονται μέσω των συμβάσεων που σχετίζονται με το συνολικό ασφάλιστρο των πωλήσεων τους.

Άμεσα συνδεδεμένη με το θέμα της αμοιβής των πρακτόρων είναι και η διατήρηση των τιμών μεταπώλησης. Οι περιορισμοί διατήρησης τιμών μεταπώλησης στην ασφαλιστική βιομηχανία αποτρέπουν τους ασφαλιστικούς πράκτορες από το να μειώνουν την τιμή της ασφαλιστικής κάλυψης κάτω από εκείνη που καθορίζεται αρχικά από την ασφαλιστική εταιρία, με τις προμήθειες των πρακτόρων να είναι ενσωματωμένες στη λιανική τιμή. Αυτή η περιοριστική πρακτική είναι νόμιμη και απαιτούμενη στην ασφαλιστική βιομηχανία και ισχύει ουσιαστικά από τους κρατικούς νόμους της δεκαετίας του '40 στις ΗΠΑ. Αυτοί οι νόμοι καθορισμού των προμηθειών (anti – rebating), απαγορεύουν τους πράκτορες από την επιστροφή οποιασδήποτε μερίδας των προμηθειών των πωλήσεων τους στον πελάτη. Ο λόγος ύπαρξης αυτής της νομοθεσίας είναι για να αποτρέπει τους πράκτορες από την ανώφελη αντικατάσταση των καλύψεων ως τρόπο αύξησης εισοδήματος και προμηθειών. Λόγω αυτής της σχέσης μεταξύ των προμηθειών και των κινήτρων των πρακτόρων μελετάται η διατήρηση της τιμής μεταπώλησης από κοινού με άλλα ζητήματα σχετικά με την αποζημίωση μέσω προμηθειών.



## 3.2 Σύστημα Αμοιβής Πρακτόρων μέσω Προμηθειών

### 3.2.1 Αμοιβή Πρακτόρων και Κίνητρα

Οι οικονομικές θεωρίες που μελετούν τον βέλτιστο σχεδιασμό συμβάσεων οδηγούν στην αποτελεσματική λειτουργία των μεθόδων αμοιβής μέσω προμηθειών για τις υπηρεσίες των ασφαλιστικών πρακτόρων. Η προοπτική αυτών των θεωριών είναι ότι οι ασφαλιστικοί πράκτορες ενδιαφέρονται κυρίως για τα ατομικά τους συμφέροντα και ως εκ τούτου πρέπει να ενθαρρυνθούν ώστε να συμπεριφερθούν με τρόπο που να προάγουν περισσότερο το συμφέρον της εταιρίας με την οποία έχουν συνάψει σύμβαση. Περαιτέρω, θεωρούμε ότι οι πράκτορες λαμβάνουν ατομική πληροφόρηση σχετικά με τα αποτελέσματα τους – (την παραγωγή τους – πωλήσεις τους), με τις δυνατότητές τους, τις συνθήκες της αγοράς οι οποίες επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τις πωλήσεις τους και ότι τα αποτελέσματα της εταιρίας (πωλήσεις και κέρδη) και συσχετίζονται κυρίως στοχαστικά με τα αποτελέσματα των πρακτόρων (προσπάθειες ή ικανότητες). Η ασυμμετρία πληροφοριών μεταξύ του εργοδότη και του πράκτορα πωλήσεων και η πιθανολογική φύση της παραγωγής αποκλείουν τη χρήση του άμεσου ελέγχου και την επιβολή συγκεκριμένων συμπεριφορών στους πράκτορες από τον εργοδότη – ασφαλιστική εταιρία. Σε αυτό το περιβάλλον, το σύστημα αμοιβής μπορεί να παρέχει τα οικονομικά κίνητρα για να παρακινήσει τον πράκτορα ώστε να ενεργήσει προς όφελος της εταιρίας.

Το απλούστερο σύστημα αμοιβής των πρακτόρων μέσω του καθεστώτος των προμηθειών, είναι η πληρωμή μόνο των συμφωνημένων προμηθειών. Ένα τέτοιο σχέδιο είναι ο λιγότερο δαπανηρός τρόπος να παρακινηθεί ένας πράκτορας ουδέτερος στον κίνδυνο («risk – neutral»), ώστε να ενεργήσει προς όφελος της εταιρίας, με την ευθυγράμμιση της άμεσης πληρωμής του πράκτορα και την εξόφληση του εργοδότη. Οι πράκτορες που αποστρέφονται τον κίνδυνο («risk – averse»), προτιμούν το σύστημα αμοιβής που περιλαμβάνει σταθερό μισθό. Αν και το σύστημα της απευθείας προμήθειας παρέχει καλύτερα κίνητρα, είναι αναγκαία η πληρωμή του «risk – averse» πράκτορα για τον εισοδηματικό κίνδυνο που φέρνει στην εταιρία αν και η μορφή αυτή της πληρωμής τελικά είναι δαπανηρότερη. (Basu 1985).

Άλλες θεωρητικές προοπτικές επίσης προβλέπουν ότι τα βέλτιστα σχέδια αμοιβών των πρακτόρων μπορούν να περιλάβουν κάποιο τμήμα μισθών. Οι ερευνητές στον τομέα του μάρκετινγκ και της διοίκησης επισημαίνουν ότι το σύστημα που βασίζεται

στις προμήθειες από μόνο του αποτελεί φτωχό όργανο για την οικοδόμηση των μακροπρόθεσμων σχέσεων (John και Weitz, 1989). Η θεωρία δαπανών των συναλλαγών σημειώνει ότι η αμοιβή των πρακτόρων με προμήθειες δεν παρέχει στους πράκτορες τα κίνητρα για να επενδύσουν στο ανθρώπινο δυναμικό της εταιρίας (Anderson, 1985). Αυτά τα επιχειρήματα υπονοούν ότι αποκλειστική αμοιβή μέσω προμηθειών θα προτιμηθεί μόνο όταν η δύναμη πωλήσεων μπορεί εύκολα να αναπληρωθεί, διαφορετικά το βέλτιστο σχέδιο αμοιβής θα περιλάβει επίσης ένα τμήμα μισθών. Κατά αυτήν την άποψη, η βέλτιστη στάθμιση των μισθών και των προμηθειών, απεικονίζει μια ανταλλαγή μεταξύ των κινήτρων προσπάθειας και της δημιουργίας σχέσης.

Αυτές οι θεωρητικές προβλέψεις που αφορούν την αξία του συμφωνημένου μισθού σε σχέση με τις προμήθειες επιβεβαιώνονται στην ασφαλιστική βιομηχανία. Συνήθως παρατηρείται το φαινόμενο η αμοιβή των ανεξάρτητων πρακτόρων να βασίζεται κατά κύριο λόγο στο προμηθειικό καθεστώς ενώ οι συνδεδεμένοι πράκτορες να λαμβάνουν συχνά κάποια πρόσθετη σταθερή αμοιβή. Μερικοί ασφαλιστικοί υπάλληλοι αμείβονται μόνο με μισθό και επιδόματα. Αυτές οι διαφορές αφορούν τις ευκαιρίες για τη μεγαλύτερη διαφοροποίηση στις αποδοχές των ανεξάρτητων πρακτόρων (ζητήματα κινδύνου) και την δημιουργία αδύναμης σχέσης με έναν συγκεκριμένο ασφαλιστή (ζητήματα σχέσης).

Ενδιαφέρον προκαλεί και το σύστημα της αμοιβής των πρακτόρων στον κλάδο ασφάλισης Ζωής. Σύμφωνα με τις παραπάνω θεωρίες, ένα συγκεκριμένο ζήτημα που εξετάζεται για τις ασφαλιστικές εταιρίες ζωής και τις αλλαγές στα συστήματα αμοιβής είναι η ανικανότητα να δημιουργηθούν μακροπρόθεσμες σχέσεις με τους πράκτορες. Οι ασφαλιστές του κλάδου Ζωής δοκίμαζαν την περίοδο 1996 ένα μέσο ετήσιο ποσοστό κύκλου εργασιών για τους πράκτορες περίπου 26%, και ένα μέσο τετραετές ποσοστό διατήρησης νέων πρακτόρων μόνο 18% (Hoesly, 1996). Οι ασφαλιστές που ασχολούνται με το κόστος αυτού του κύκλου εργασιών, προτείνουν ότι η υπάρχουσα δομή αμοιβής των πρακτόρων είναι ακατάλληλη στο τρέχον περιβάλλον για τα ασφαλιστικά προϊόντα ζωής.

### **3.2.2 Ασφαλιστικοί Πράκτορες και Ηθική Συμπεριφορά**

Η επιχειρησιακή ηθική σχετίζεται με τις δράσεις των εργαζομένων στο εσωτερικό ενός οργανισμού καθώς και με τις ενέργειες και τη συμπεριφορά ενός οργανισμού ως

σύνολο. Διάφορες εναλλακτικές λύσεις μπορούν να δοθούν σε οργανωτικά προβλήματα ενώ ορισμένες φορές δεν υπάρχει σωστή και λάθος λύση. Πολλές είναι μάλιστα οι περιπτώσεις όπου δεν υπάρχει αμοιβαία συμφωνία από όλους για το τι είναι σωστό ή λάθος, καλό ή κακό, ηθικό ή ανήθικο. (Lewis 1985)

Η ανήθικη συμπεριφορά σε ένα επιχειρησιακό περιβάλλον επεκτείνεται σε όλους τους τομείς των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, ιδίως στον τομέα των ασφαλίσεων. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ο ασφαλιστικός τομέας συχνά αντιμετωπίζει προβλήματα εικόνας (image) που προκαλούνται από κενά στην ηθική. Τα ασφαλιστικά προϊόντα έχουν αρκετά σύνθετη φύση και συχνά αυτό προκαλεί σύγχυση στους πελάτες. Κατά συνέπεια οι πελάτες στον κλάδο αυτό είναι συχνά στο έλεος της ηθικής συμπεριφοράς του ασφαλιστικού διαμεσολαβητή, η οποία επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες όπως αξίες και ηθική ανάπτυξη. Ο προσδιορισμός των παραγόντων που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε μία αντιδεοντολογική συμπεριφορά μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να θεσπίσουν με επιτυχία την επιχειρηματική δεοντολογία. Η θεσμοθέτηση της επιχειρησιακής ηθικής είναι θέμα ιδιαίτερης σημασίας για τις επιχειρήσεις και θα οδηγήσει στην μακροπρόθεσμη επιβίωση και την εύρυθμη λειτουργία τους. (Greunen 2010)

Όσον αφορά την αμοιβή των πρακτόρων μέσω του συστήματος προμηθειών, υποστηρίζεται ότι όχι μόνο δεν μπορεί να ελέγξει αλλά αντιθέτως μπορεί να επιδεινώσει συγκρούσεις συμφερόντων μεταξύ των πρακτόρων πωλήσεων και των καταναλωτών (Kurland, 1995, 1996). Ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην ασφαλιστική βιομηχανία έχουν τα κίνητρα των πρακτόρων σχετικά με την παροχή πληροφοριών και την επιλογή της ασφαλιστικής κάλυψης ή του προϊόντος που πωλούν (Howe 1994). Παραδείγματος χάριν, κάποιος πράκτορας μπορεί να συστήσει το προϊόν μίας συγκεκριμένης ασφαλιστικής εταιρίας επειδή τους παρέχει υψηλότερη προμήθεια και όχι επειδή είναι η καλύτερη επιλογή για τον καταναλωτή. Αυτή η ανησυχία είναι ιδιαίτερα εμφανής στις περιπτώσεις στις οποίες οι πράκτορες παίζουν σημαντικό ρόλο στην παροχή χρήσιμων πληροφοριών για την ενίσχυση της αξίας του προϊόντος και την επιλογή του από τους καταναλωτές. Δεν αποτελεί έκπληξη λοιπόν το γεγονός ότι η επίδραση των προμηθειών στις πρακτικές πωλήσεων των πρακτόρων είναι ιδιαίτερα έντονη στην βιομηχανία ασφάλισης για τον κλάδο Ζωής.

Αν και είναι αβέβαιο το κατά πόσον η αμοιβή των πρακτόρων με προμήθειες ενθαρρύνει την ανήθικη συμπεριφορά, η έρευνα της επίδρασης του συστήματος των προμηθειών στη συμπεριφορά πρακτόρων πωλήσεων είναι ελάχιστη. Η Kurland (1996) ερεύνησε τους ασφαλιστικούς πράκτορες σε σενάρια που περιελάμβαναν ηθικά διλήμματα σχετικά με τις προβλεπόμενες αντιδράσεις τους. Σε αντίθεση με την υπόθεσή της, διαπιστώνει ότι το ποσοστό των ετήσιων αποδοχών από τις προμήθειες δεν επηρεάζει ηθικά τις προθέσεις των ασφαλιστικών πρακτόρων προς τους καταναλωτές. Μια μελέτη από τους Howe, Vince, Douglas, και Donald (1994) παρέχει έμμεσα στοιχεία σχετικά με την επίδραση της μεθόδου αμοιβής των πρακτόρων μέσω προμηθειών στην ηθική συμπεριφορά. Αυτή η μελέτη διαπιστώνει ότι οι πράκτορες με τον υψηλότερο προσανατολισμό προς τους πελάτες (σε αντιδιαστολή με τον προσανατολισμό προς τις πωλήσεις) διαθέτουν υψηλότερα ηθικά πρότυπα στις πρακτικές πωλήσεων. Εάν η αμοιβή μέσω των προμηθειών ενθάρρυνε μεγαλύτερο προσανατολισμό προς τις πωλήσεις, αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα τη σύνδεση μεταξύ της αμοιβής που βασίζεται σε προμήθειες και των ανήθικων πρακτικών.

Η βιβλιογραφία μάρκετινγκ γύρω από τις πρακτικές πωλήσεων παρέχει τα υποδηλωτικά στοιχεία της σύνδεσης μεταξύ της αμοιβής μέσω του συστήματος προμηθειών και των πρακτικών πωλήσεων. Οι πράκτορες σε πιο ανταγωνιστικά περιβάλλοντα είναι πιθανότερο να αποδέχονται πιο ανήθικες λύσεις στα προβλήματα θεωρώντας ότι το λειτουργικό περιβάλλον επηρεάζει την αντίληψη των πρακτόρων σχετικά με τις αποδεκτές πρακτικές πωλήσεων. Εντούτοις, από τις μελέτες συμπεραίνουμε ότι δεν υπάρχει καμία άμεση επίδραση των πρακτικών αμοιβών προμηθειών στην ηθική πρακτόρων. Πιθανόν, ένα σύνθετο σύνολο παραγόντων που περιλαμβάνουν το σύστημα αμοιβών, πρακτικές διαχείρισης, εταιρικούς κώδικες ηθικής, ανταγωνιστικές πιέσεις και η προσωπική ηθική του πράκτορα, έχουν επιπτώσεις στην ηθική συμπεριφορά των πρακτόρων πωλήσεων. (Regan και Tennyson, 1998)

### **3.2.3 Εναλλακτικά Συστήματα Αμοιβής**

Ένα συχνά προτεινόμενο εναλλακτικό σύστημα αμοιβής για τους ασφαλιστικούς πράκτορες ζωής πέραν αυτού των προμηθειών, είναι η πληρωμή αμοιβής από τον

καταναλωτή στον πράκτορα (είτε με παροχή μισθού από την ασφαλιστική είτε άνευ). Κατά ένα μεγάλο μέρος, λόγω της ανησυχίας για πιθανή ανήθικη συμπεριφορά από την πλευρά των πρακτόρων, οι ρυθμιστικές αρχές σε διάφορες χώρες καθιέρωσαν υποχρεωτικό ένα σύστημα βασισμένο στην πληρωμή διαχειριστικού κόστους για τους συμβούλους χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Ορισμένες πολιτείες στις ΗΠΑ απαγορεύουν στους πράκτορες χρηματοοικονομικών υπηρεσιών να λαμβάνουν αμοιβές λειτουργικού κόστους και προμήθειες για την ίδια συναλλαγή (Lefenfeld, 1996). Το υποτιθέμενο όφελος στα συστήματα που βασίζονται στην αμοιβή του λειτουργικού κόστους είναι ότι οι πράκτορες που πληρώνονται από τις αμοιβές δεν θα είχαν κανένα κίνητρο ώστε να προσφέρουν προκατειλημμένες συμβουλές σχετικά με την αξία της αγοράς ή τις αντίστοιχες αξίες των εναλλακτικών προϊόντων.

Για να δώσει έμφαση στο ζήτημα του καθορισμού και στο θέμα εάν οι καταναλωτές εξυπηρετούνται καλύτερα στο πλαίσιο των εναλλακτικών συστημάτων, η Gravelle (1993, 1994) αναλαμβάνει μια θεωρητική ανάλυση ευημερίας των συστημάτων που βασίζονται σε προμήθειες σε σύγκριση με συστήματα που βασίζονται στην αμοιβή του λειτουργικού κόστους για τον κλάδο ασφάλισης Ζωής. Σύμφωνα με την τρέχουσα δημόσια ασφαλιστική κάλυψη, η Gravelle υποθέτει ότι οι πράκτορες διαδραματίζουν έναν σημαντικό ενημερωτικό ρόλο στην αγορά. Η ασφαλιστική αγορά υποτίθεται ότι είναι ανταγωνιστική αλλά οι πράκτορες έχουν το μονοπώλιο στην παροχή των καταναλωτικών πληροφοριών για τα οφέλη της ασφάλισης κλάδου ζωής.

Σε αυτό το πρότυπο, όλοι οι πράκτορες έχουν ένα οικονομικό κίνητρο για να υπερβάλουν για τα οφέλη της ασφάλισης ζωής προς τους καταναλωτές, εάν αμείβονται με προμήθειες από τις πωλήσεις τους από την ασφαλιστική εταιρία. Εντούτοις, ακόμη και οι ανέντιμοι πράκτορες έχουν κάποια κοινωνική αξία επειδή μπορούν να έρθουν σε επαφή με τους καταναλωτές των οποίων το πραγματικό όφελος από την ασφάλιση ζωής υπερβαίνει την τιμή αγοράς. Η αντικατάσταση των προμηθειών με αμοιβές που καταβάλλονται από τους καταναλωτές μπορεί να βελτιώσει την κοινωνική ευημερία. Η ποιότητα των συμβουλών θα είναι υψηλότερη στο σύστημα όπου παρέχεται αμοιβή στον ασφαλιστικό πράκτορα (προστατεύεται η ηθική των πρακτόρων), όπως γενικά υποστηρίζεται. Εντούτοις, η αμοιβή θα τεθεί σε μονοπωλιακό επίπεδο και ως εκ τούτου πολύ λίγοι καταναλωτές θα ενημερώνονται και θα κάνουν ενδεχομένως λάθη αγοράς. Αυτή το τελευταίο εύρημα εξαρτάται από

την υπόθεση ότι οι πράκτορες έχουν μονοπώλιο στην παροχή πληροφοριών, η οποία είναι αμφισβητήσιμη στο υπάρχων αγοραστικό περιβάλλον. Εν τούτοις, η ανάλυση της Gravelle καταδεικνύει ότι οι σχετικές αξίες των συστημάτων αμοιβής εξαρτώνται όχι μόνο από τις ενέργειες των πρακτόρων, αλλά από τις τιμές ισορροπίας των προϊόντων και των υπηρεσιών, τη διαθεσιμότητα της ποικιλίας προϊόντων και των υπηρεσιών και από τον αριθμό των πρακτόρων και των ασφαλιστών που μπαίνουν στην αγορά κάτω από τα εναλλακτικά σχέδια αμοιβών.

Μια άλλη εναλλακτική λύση του τρέχοντος συστήματος αμοιβών των ασφαλιστικών πρακτόρων του κλάδου Ζωής, είναι να προσφερθεί ένα σύστημα επιπέδου προμηθειών που μειώνει τις προμήθειες των πρώτων ετών και επιτείνει τις προμήθειες σε περισσότερα έτη. Οι Puelz και Snow (1995) καταδεικνύουν θεωρητικά ότι τα υψηλά πρωτοετή ασφάλιστρα είναι βέλτιστα εάν οι προσπάθειες πρακτόρων στην προσέλκυση των νέων πελατών είναι παραγωγικότερες από τις προσπάθειες πρακτόρων στην προσέλκυση για την ανανέωση των ήδη πελατών. Εντούτοις, η ανάλυσή τους δεν εξετάζει τα αποτελέσματα ότι αυτό το σχέδιο μπορεί να έχει ισχύ στη συμπεριφορά των πρακτόρων που δεν αφορά τις πωλήσεις. Εκτός από τις ανησυχίες για την παροχή υπηρεσιών και πληροφοριών, έχει υποστηριχτεί ότι οι μεγάλες προμήθειες του πρώτου έτους προκαλούν τα κίνητρα για «twisting». Το twisting εμφανίζεται όταν πείθει ένας πράκτορας έναν ήδη ασφαλισμένο – καταναλωτή, να αντικαταστήσει μια υπάρχουσα ασφαλιστική κάλυψη που του παρέχει μία ασφαλιστική εταιρία από μία νέα ασφαλιστική, χωρίς κάποιο επιπλέον όφελος για τον ασφαλισμένο, προκειμένου να παραχθεί εισόδημα από την νέα προμήθεια για τον πράκτορα. Ενώ δεν γνωρίζουμε καμία εμπειρική μελέτη σχετική με τα αποτελέσματα από τα συστήματα για την επικράτηση του twisting, είναι προφανές ότι οι υψηλότερες προμήθειες του πρώτου έτους θα αυξήσουν τα κίνητρα των πρακτόρων να αντικαθιστούν παρά να ανανεώνουν τις καλύψεις.

### **3.3 Διατήρηση Τιμής Μεταπώλησης**

Στον τομέα της ασφαλιστικής βιομηχανίας, η ασφαλιστική εταιρία θεωρείται ουσιαστικά ο παραγωγός και προμηθευτής των προϊόντων προς τους ασφαλιστικούς πράκτορες οι οποίοι με τη σειρά τους προσθέτοντας κάποια επιπλέον αξία στο προϊόν στη συνέχεια το προωθούν και το πωλούν στη λιανική αγορά. Η ασφαλιστική εταιρία

καθορίζει τη «χονδρική αξία» του προϊόντος προσδιορίζοντας το ασφάλιστρο για τον καταναλωτή και ουσιαστικά προσφέρει την προμήθεια πώλησης του ασφαλιστικού πράκτορα. Εάν δεν υπήρχαν περιορισμοί από τη νομοθεσία ο πράκτορας θα μπορούσε να αλλάξει τη λιανική τιμή πώλησης της ασφάλισης είτε με την προσφορά της επιστροφής μέρους της προμήθειας του στον καταναλωτή, είτε με τη χρέωση μιας επιπλέον αμοιβής υπηρεσιών στον καταναλωτή. Οι περιορισμοί που επιβάλλουν την διατήρηση των τιμών μεταπώλησης αποτρέπουν τον πράκτορα από το να επηρεάσει τη λιανική τιμή πώλησης κατά αυτόν τον τρόπο. Στην ασφαλιστική βιομηχανία αυτοί οι περιορισμοί λειτουργούν ως πάτωμα τιμών απαγορεύοντας στους πράκτορες να επιστρέφουν την προμήθεια της ασφάλισης στους καταναλωτές. Οι περιορισμοί που επιβάλλουν τη διατήρηση των τιμών μεταπώλησης έχουν λάβει μεγαλύτερη σημασία στον κλάδο ασφάλισης ζωής, όπου οι προμήθειες των πρακτόρων για τα πρώτα έτη είναι υψηλές και είναι περισσότερο πιθανό να εμφανιστούν τέτοιες επιστροφές.

Στο σημείο αυτό, είναι σημαντικό να επισημάνουμε την ιδιαίτερη σημασία της άμεσης και έντιμης καταβολής των ασφαλιστρών από τη μεριά του ασφαλισμένου προς τον πράκτορα και από τον πράκτορα προς την ασφαλιστική εταιρία. Βάσει του άρθρου 5 του Προεδρικού Διατάγματος αριθμός 190/1985, αναφέρεται ότι ο πελάτης καταβάλλοντας καλόπιστα το ασφάλιστρο στον ασφαλιστικό διαμεσολαβητή απαλλάσσεται από την υποχρέωση του προς την ασφαλιστική εταιρία ακόμη και αν ο ασφαλιστικός διαμεσολαβητής δεν αποδώσει το ασφάλιστρο στην ασφαλιστική, εκτός αν ο πελάτης, ενεργώντας με δόλο καταβάλει το ασφάλιστρο στον ασφαλιστικό διαμεσολαβητή, ο οποίος δεν έχει εξουσία από την ασφαλιστική επιχείρηση να εισπράττει ασφάλιστρα. Σε κάθε περίπτωση το βάρος της απόδειξης του δόλου του πελάτη φέρει η ασφαλιστική εταιρία. Επίσης, η ασφαλιστική εταιρία καταβάλλοντας χρηματικά ποσά στον ασφαλιστικό διαμεσολαβητή υπέρ του ασφαλισμένου, δεν απαλλάσσεται από την υποχρέωση του παρά μόνον αν ο πελάτης εισπράξει πράγματι τα χρηματικά ποσά.

### **3.3.1 Η Οικονομική Θεωρία σχετικά με την Διατήρηση Τιμών**

Η οικονομική θεωρία προσδιορίζει δύο δυνατότητες για το θέμα της διατήρησης των τιμών μεταπώλησης στην ασφαλιστική βιομηχανία, οι περιορισμοί των τιμών μεταπώλησης μπορούν να υποστηρίξουν τη συνέργια των τιμών ή άλλες μη

ανταγωνιστικές πρακτικές ή μπορούν να αντιπροσωπεύσουν μια λύση σε κάποιο πρόβλημα των πρακτόρων σχετικά με τις Εποπτικές Αρχές (Katz 1990, Ippolito 1988).

Οι θεωρίες συνέργιας εστιάζουν στα μη ανταγωνιστικά αποτελέσματα της μείωσης της διαφοράς στις τιμές λιανικής αγοράς. Ένα επιχείρημα είναι ότι η μείωση της αβεβαιότητας για τις λιανικές τιμές αυξάνει τη δυνατότητα ελέγχου ενός καρτέλ ρύθμισης της τιμής. Κατά συνέπεια, εάν οι συνθήκες που επικρατούν στην ασφαλιστική βιομηχανία συμβάλλουν σε αυτό, οι συμφωνίες μη επιστροφής μπορούν να βοηθήσουν στο να διατηρήσουν τη συνέργια των τιμών με την παρεμπόδιση της μυστικής διαφοροποίησης στις συμφωνίες τιμών. Η έλλειψη της συνέργιας και οι περιορισμοί των τιμών μεταπώλησης μπορούν να μειώσουν τον ανταγωνισμό τιμών με τη μείωση της καταναλωτικής αναζήτησης, δεδομένου ότι η διασπορά των τιμών θα είναι χαμηλότερη σε μια αγορά χωρίς τον ανταγωνισμό λιανικών τιμών. Οι περιορισμοί τιμών μεταπώλησης μπορούν επίσης να διευκολύνουν τη διάκριση τιμών η οποία μπορεί να αυξήσει τα κέρδη των ασφαλιστικών. Οι ομοιόμορφες τιμές που χρεώνονται σε όλους τους πελάτες είναι μια μορφή διάκρισης τιμών εάν η πρόσθετη δαπάνη της παροχής προϊόντων διαφέρει μεταξύ των πελατών, παραδείγματος χάριν λόγω των διαφορετικών επιπέδων παροχής υπηρεσιών (Caves, 1980).

Οι θεωρίες για την σχέση των πρακτόρων και Εποπτικών Αρχών εστιάζουν στον τρόπο με τον οποίο οι περιορισμοί τιμών μεταπώλησης μπορούν να αλλάξουν τη συμπεριφορά των «λιανικών πωλητών» στους τρόπους που ωφελούν τον παραγωγό. Ένα επιχείρημα είναι ότι τα πατώματα τιμών ενθαρρύνουν την ζήτηση υπηρεσιών. Τα πατώματα τιμών μεταπώλησης αποτρέπουν τους καταναλωτές από την αγορά σε καθεστώς πλήρους τιμής, ώστε να τους παρέχονται υπηρεσίες πριν την αγορά και να αγοράζουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες με έκπτωση από τον πράκτορα. Εάν το πάτωμα τιμών περιλάβει ένα υψηλό περιθώριο κέρδους για τους πράκτορες, ο ανταγωνισμός μεταξύ των πρακτόρων θα λάβει τη μορφή ανταγωνισμού διαφήμισης και υπηρεσιών (Katz, 1990).

Ένα παρόμοιο επιχείρημα αναφέρεται στην ποιότητα των επιπλέον υπηρεσιών των πρακτόρων στις περιπτώσεις που δεν μπορούν οι καταναλωτές να διακρίνουν το προϊόν ή την υπηρεσία που παρέχει αρχικά η ασφαλιστική εταιρία από την πρόσθετη υπηρεσία που παρέχουν οι πράκτορες. Εάν το επίπεδο της ποιότητας της υπηρεσίας



που προσφέρουν οι πράκτορες μπορεί να διευκρινιστεί και να ελεγχθεί από την ασφαλιστική (που όπως αναφέραμε νωρίτερα αποτελεί τον αρχικό παραγωγό), τότε το κατώτατο όριο της λιανικής τιμής θα χρησιμεύσει για να αυξήσει τις δαπάνες του πράκτορα για την αποφυγή ανεπαρκούς ποιοτικής παροχής (Telser, 1960). Αυτό παρέχει τα άμεσα οικονομικά κίνητρα για ποιοτική παροχή υπηρεσιών από τον πράκτορα.

Οι θεωρίες που αφορούν την τιμή μεταπώλησης συσχετίζονται με τα επιχειρήματα των ασφαλιστικών για τη διατήρηση τιμών μεταπώλησης στην ασφαλιστική βιομηχανία του κλάδου ασφάλισης Ζωής. Η χρηματοοικονομική θεωρία προσδιορίζει τη δυνατότητα οι περιορισμοί των τιμών μεταπώλησης για τα ασφαλιστικά προϊόντα ζωής να οδηγούν τους πράκτορες στο να παρέχουν υπηρεσίες υπό τη μορφή παροχής πληροφοριών. Επίσης, έχει υποστηριχτεί ότι η επιστροφή (rebating) μπορεί να υπονομεύσει την επιμονή των πελατών. Ένας πελάτης που θα αγοράσει μόνο εάν προσφέρεται μια επιστροφή, έχει πιθανόν σχηματίσει μια χαμηλότερη αξιολόγηση του προϊόντος ή των υπηρεσιών που παρέχονται από τον πράκτορα σε σχέση με έναν πελάτη που αγοράζει σε πλήρη τιμή. Εάν οι πελάτες χαμηλής – αξιολόγησης εξαργυρώσουν τα συμβόλαιά τους πριν τη λήξη τους (που είναι και το αναμενόμενο), τότε οι ασφαλιστικές μπορεί να μην είναι σε θέση να καλύψουν τα κόστη πώλησης και εκτίμησης αυτών των κινδύνων. Λαμβάνοντας λοιπόν υπόψη αυτή την προοπτική και την πιθανή απώλεια χρημάτων των ασφαλιστικών εταιριών από τους αντίστοιχους πελάτες, μπορεί να εξηγηθεί ο περιορισμός τιμής μεταπώλησης.

Αρχικά, οι «επιστροφές» πρακτόρων είχαν ήδη παρατηρηθεί ως πρόβλημα από τις ασφαλιστικές εταιρίες ζωής στις ΗΠΑ από το 1860 και ήταν κάτι που οι ασφαλιστικές και οι πράκτορες προσπάθησαν ανεπιτυχώς να εξετάσουν μέσω άτυπων συμφωνιών (Stalson, 1951). Ενώ οι ακριβείς λόγοι για την αντίθεση της βιομηχανίας στις επιστροφές έγιναν σαφείς τότε, φαίνεται ότι πρακτικά δημιουργήθηκαν προβλήματα που συνδέθηκαν με την αντικατάσταση (twisting) ασφαλιστικών συμβολαίων. Εκείνη την εποχή τα επίπεδα των υψηλών προμηθειών και η δυνατότητα της επιστροφής των προμηθειών στους ασφαλισμένους αύξαναν τα κίνητρα των πρακτόρων για να συμμετέχουν σε αυτόν τον ασφαλιστικό κύκλο εργασιών. Επιπλέον, εάν οι προμήθειες του πρώτου έτους υπερέβαιναν το ασφάλιστρο του συμβολαίου του πρώτου έτους, ήταν δυνατό για τον πράκτορα να συνεργήσει με τους καταναλωτές (ειδικά με εκείνους που δεν ενδιαφέρονταν να

διατηρήσουν την ασφάλιση) ενάντια στην ασφαλιστική εταιρεία, ώστε να έχουν οικονομικό κέρδος. Ο Stalson αναφέρει ότι στην αρχή της εποχής των επιστροφών, στα τέλη του ανταγωνισμού του 1800, οι πράκτορες έπαιρναν προμήθειες για το πρώτο έτος παραπάνω από 200 τοις εκατό του ασφαλιστρού του πρώτου έτους, έτσι λοιπόν γίνεται πιθανό αυτό το σενάριο.

Η Νέα Υόρκη ήταν η πρώτη πολιτεία που κατέστησε παράνομη την επιστροφή το 1889 και άλλες 21 πολιτείες σύντομα ακολούθησαν (Coniff, 1986). Εντούτοις, η επιστροφή συνεχίστηκε και εντάθηκε τα επόμενα δέκα έτη. Με την αναθεώρηση της ασφαλιστικής βιομηχανίας από την Επιτροπή Armstrong της Νέας Υόρκης (1906), τα κρατικά νομοθετικά σώματα θέσπισαν πιο αυστηρούς νόμους που ψήφισαν παράνομο το να δίνουν επιστροφή οι ασφαλιστικοί πράκτορες καθώς και να λαμβάνουν επιστροφή οι πελάτες. Αυτοί οι νόμοι ενσωματώθηκαν στην Εθνική Ένωση του Ασφαλιστικού Επιτρόπου 1945, Πρότυπου Νόμου Εμπορικών Πρακτικών περί του Άδικου (National Association of Insurance Commissioner's 1945 Unfair Trade Practices Model Act). Η βιομηχανία τότε υποστήριξε ότι στόχος της νομοθεσίας είναι να προστατευθούν οι καταναλωτές από τη «άδικη διάκριση» και να αποτραπεί ο «καταστρεπτικός ανταγωνισμός τιμών».

Αυτές οι ανησυχίες παρέχουν μια αδύναμη αιτιολόγηση σχετικά με την ύπαρξη περιορισμού τιμών μεταπώλησης στο τρέχον ρυθμιστικό περιβάλλον. Ο Κανονισμός Φερεγγυότητας (Solvency) με τα κεφάλαια εγγύησης και οι άμεσοι περιορισμοί στη μεροληπτική τιμολόγηση, είναι τα εργαλεία με τα οποία θα επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι. Επιπλέον, το κοινό όφελος που προκύπτει από τους νόμους της μη – επιστροφής είναι το ισχυρότερο κίνητρο μέσα στο επικρατούν σύστημα προμηθειών που πληρώνει στους ασφαλιστικούς πράκτορες του κλάδου ασφάλισης Ζωής μεγάλη προμήθεια για το πρώτο έτος ασφάλισης. Οι αλλαγές στο σύστημα των προμηθειών θα ήταν ένας πιο άμεσος τρόπος ώστε να μειωθούν τα κίνητρα των πρακτόρων για την αλλαγή (twist) των ασφαλιστικών συμβολαίων ή για να προσφέρουν τις μεροληπτικές επιστροφές.

Στην καλύτερη περίπτωση, η επίδραση της διατήρησης τιμών μεταπώλησης για την καταναλωτική ευημερία είναι διφορούμενη. Ακόμα κι αν η διατήρηση τιμών μεταπώλησης ενθαρρύνει τις υπηρεσίες πρακτόρων, επιβάλλει ένα ομοιόμορφο επίπεδο ποιοτικής παροχής που μπορεί να είναι μεγαλύτερο από αυτό που επιδιώκεται από μερι-

κούς καταναλωτές. Παραδείγματος χάριν, οι πελάτες συμβολαίων ασφάλισης Ζωής που δεν χρειάζονται πολλές πληροφορίες όπως κάποιοι άλλοι, αναγκάζονται μέσω της διατήρησης τιμών μεταπώλησης να καταβάλουν την ίδια τιμή με τους άλλους. Η διατήρηση τιμών μεταπώλησης ελαττώνει επίσης τις διαφορές τιμών στο επίπεδο της λιανικής πώλησης. Λαμβάνοντας υπόψη εμπειρικά στοιχεία για τη δαπανηρή αναζήτηση τιμών στις ασφαλιστικές αγορές (Mathewson και Winter 1983, Dahlby και West, 1986), η καταναλωτική αναζήτηση μειώνεται με αρνητικές επιπτώσεις για την καταναλωτική ευημερία.

### **3.3.2 Οι Εξελίξεις στο Θέμα της Τιμής Μεταπώλησης**

Για να γίνουν πλήρως αντιληπτά τα ζητήματα που περιβάλλουν τη χρήση των περιορισμών της τιμής μεταπώλησης στις ασφαλιστικές αγορές απαιτείται εμπειρική έρευνα. Το 1986 η Φλόριντα ακύρωσε το νόμο της μη – επιστροφής αφού κηρύχθηκε αντισυνταγματικός από το Ανώτατο Δικαστήριο. Η Καλιφόρνια ακύρωσε τον συγκεκριμένο νόμο το 1988 με την «Πρόταση 103» η οποία περιελάμβανε μια διάταξη που ανατρέπει τους περιορισμούς επιστροφής. Καμία άλλη πολιτεία δεν ακολούθησε στη συνέχεια, και οι νόμοι της μη – επιστροφής έχουν επιζήσει παρά τις συνταγματικές προκλήσεις σε πολλές πολιτείες.

Οι απολογισμοί του εμπορικού τύπου σημειώνουν ότι τα αποτελέσματα της επιστροφής είναι μέτρια στις δύο πολιτείες που την έχουν επιτρέψει και υποστηρίζεται ότι υπάρχουν διάφοροι λόγοι που συναινούν σε αυτό. Κατ' αρχάς, και στις δύο πολιτείες οι ασφαλιστικές είναι ελεύθερες να αρνηθούν τη συνεργασία τους με πράκτορες που δουλεύουν με «επιστροφή ασφαλιστρών». Δεύτερον, στη Φλόριντα έχουν επιβληθεί ορισμένοι περιορισμοί στην πρακτική της επιστροφής για να βεβαιώνεται ότι οι καταχρήσεις που είχαν παλαιότερα παρατηρηθεί στις αγορές επιστροφής δεν θα συμβούν ξανά. Σημαντικές διατάξεις του νόμου απαιτούν από τους πράκτορες να επιδεικνύουν τα προγράμματα επιστροφής τους και προσφέρουν ισοδύναμες εκπτώσεις σε όλους τους πελάτες. Αν και αυτός ο όρος δεν έχει γραφτεί ρητά στο νόμο της Καλιφόρνιας, οι ισχυροί νόμοι μη – διάκρισης κάνουν τους πράκτορες και τις ασφαλιστικές να θεωρούν ότι αυτός ο περιορισμός θα μπορούσε να είναι σε ισχύ. Κατά συνέπεια, προκειμένου να προσφέρουν επιστροφές, οι πράκτορες πρέπει να λειτουργή-

σουν ως πράκτορες ή μεσίτες έκπτωσης. Αυτό μπορεί να μειώσει τη συμμετοχή των πρακτόρων στην επιστροφή ασφαλιστρών.

Από τα εμπειρικά στοιχεία που λαμβάνουμε από την Καλιφόρνια και την Φλόριντα μπορούμε να οδηγηθούμε σε περιορισμένο βαθμό (εμπειρικά) στον αντίκτυπο της «επιστροφής ασφαλιστρών». Στη μελέτη του ο Russell (1997) χρησιμοποιεί στοιχεία σε επίπεδο πολιτείας για τον κλάδο ασφάλισης Ζωής κατά την περίοδο 1960 – 1992 και εξετάζει την επίδραση της επιστροφής ασφαλιστρών στην ασφαλιστική αντικατάσταση. Η μελέτη αναπτύσσει ένα πρότυπο για τη δραστηριότητα διακοπής των συμβολαίων που περιλαμβάνει μια πλαστή μεταβλητή για τις πολιτείες και τα έτη για τα οποία η επιστροφή επιτρέπεται. Σε όλες τις πρότυπες προδιαγραφές που υιοθετούνται, ο κατ' εκτίμηση συντελεστής της πλαστής μεταβλητής επιστροφής είναι θετικός και σημαντικός, δείχνοντας ότι η κρατική δραστηριότητα της παραίτησης είναι υψηλότερη όταν επιτρέπεται η επιστροφή. Η ερμηνεία αυτού του θετικού συσχετισμού είναι δύσκολη επειδή δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για να καθορίσουν εάν τα ασφαλιστικά συμβόλαια που διακόπηκαν αντικαταστάθηκαν με άλλα και υπάρχει ένας πολύ μικρός αριθμός παρατηρήσεων στα στοιχεία για τα οποία η δραστηριότητα επιστροφής επιτράπηκε. Εν τούτοις, αυτά τα ερωτήματα οδηγούν στην ανάγκη για διεξαγωγή περαιτέρω έρευνας.

### **3.4 Η Νομοθεσία στην Ασφαλιστική Διαμεσολάβηση**

Η νομοθεσία γύρω από την ασφαλιστική διαμεσολάβηση είναι εκτενής σε όλες τις χώρες που έχουν αναπτυγμένο τον κλάδο της ασφαλιστικής βιομηχανίας. Η ασφαλιστική διαμεσολάβηση ρυθμίζεται με δύο ευδιάκριτους τρόπους, πρώτον το σύνολο των συμμετεχόντων της αγοράς είναι περιορισμένο και δεύτερον οι πρακτικές μάρκετινγκ των ασφαλιστικών εταιριών και των μεσαζόντων τους είναι ρυθμισμένες. Οι περιορισμοί εισόδου λαμβάνουν τη μορφή απαίτησης συγκεκριμένων προϋποθέσεων για τη χορήγηση αδειών που αφορούν την έναρξη εργασιών και τις λειτουργίες των ασφαλιστικών εταιριών, των ασφαλιστικών πρακτόρων και των μεσιτών καθώς και κανονισμούς που απαγορεύουν τις ασφαλιστικές πωλήσεις ασφαλιστικών προϊόντων και υπηρεσιών από ορισμένους τύπους εταιριών (π.χ., τράπεζες) ή μεθόδων (π.χ., άμεσο ταχυδρομείο). Οι κανονισμοί της επικοινωνίας με την αγορά λαμβάνουν τέτοια μορφή ώστε να διαδίδεται η απαραίτητη πληροφόρηση και να απαγορεύεται η δια-

στρέβλωση και η ψεύτικη διαφήμιση. Οι κανονισμοί κατευθύνονται συχνά και στις ασφαλιστικές εταιρείες και στους πράκτορες ή στους μεσίτες τους, παρόλα αυτά οι ασφαλιστικές εταιρείες μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνες για τις ενέργειες των αντιπροσώπων τους.

### 3.4.1 Περιορισμοί Εισόδου

Οι περιορισμοί εισόδου στο επάγγελμα των ασφαλιστικών εταιριών και πρακτόρων υπάρχουν ουσιαστικά σε όλες τις χώρες αλλά η εστίαση και η έκταση αυτών των περιορισμών ποικίλλουν σε μεγάλο βαθμό. Στις Ηνωμένες Πολιτείες ο νόμος Glass – Steagall απαγορεύει την είσοδο των εμπορικών τραπεζών σε άλλες οικονομικές – βιομηχανικές υπηρεσίες συμπεριλαμβανομένου και του ασφαλιστικού κλάδου. Εντούτοις, οι εξαιρέσεις έχουν επιτραπεί σε ορισμένες κρατικές τράπεζες και στις τράπεζες που εξυπηρετούν τις πολύ μικρές αγορές. Επιπλέον, οι τράπεζες είναι πολύ ενεργές στην αγορά ασφαλιστηρίων πιστωτικού κινδύνου ζωής (credit life) και δανεισμού. Ακόμη και χωρίς ανάκληση του Νόμου, το δικαστήριο και οι ρυθμιστικές αποφάσεις έχουν επιτρέψει σε μερικές τράπεζες να διαθέτουν τραπεζικά – ασφαλιστικά υποκαταστήματα και να συμμετέχουν στην ασφαλιστική διαμεσολάβηση. Οι συνεργασίες των τραπεζών με τις ασφαλιστικές εταιρείες αποτελούν ένα όλο και περισσότερο συνηθές φαινόμενο και οι τράπεζες γίνονται σημαντικός διαμεσολαβητής όχι μόνο στις Ηνωμένες Πολιτείες αλλά και σε όλη την Ευρώπη.

Στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες υπάρχουν λιγότεροι περιορισμοί στη ενασχόληση των τραπεζών με τον ασφαλιστικό κλάδο. Ενώ όλες οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης απαγορεύουν στις τράπεζες να συμμετέχουν άμεσα στην παραγωγή της ασφάλισης, οι περισσότερες επιτρέπουν στις τράπεζες να διαθέτουν ασφαλιστικά υποκαταστήματα και για να διαμεσολαβούν για την πώληση ασφαλιστικών προϊόντων (Hoschka, 1994). Ο σχηματισμός των ασφαλιστικών υποκαταστημάτων από τις τράπεζες αυξάνεται με αποτέλεσμα η διανομή ασφαλιστικών προϊόντων μέσω του τραπεζικού κλάδου να είναι συνήθης σε ορισμένες Ευρωπαϊκές χώρες. Ωστόσο, σε άλλες χώρες όπως η Ιαπωνία παραμένουν ισχυροί περιορισμοί που αφορούν στην πώληση ασφαλειών από τις τράπεζες. Επίσης στην Ιαπωνία απαγορεύτηκαν και άλλα συστήματα ασφαλιστικής διανομής όπως η άμεση πώληση και η μεσιτεία (Skipper, 1998).

Στις περισσότερες χώρες οι ασφαλιστικές εταιρείες και οι διαμεσολαβητές πωλήσεων πρέπει να κατέχουν άδεια άσκησης επαγγέλματος. Οι απαιτήσεις για τη χορήγηση αδειών για τους ασφαλιστές περιλαμβάνουν οικονομικά και ηθικά πρότυπα για τους ανώτερους υπαλλήλους της επιχείρησης. Στις Ηνωμένες Πολιτείες η χορήγηση αδειών γίνεται σε κρατικό επίπεδο και οι εταιρίες πρέπει να διαθέτουν άδεια σε όλα τα κράτη στα οποία δραστηριοποιούνται με αναγνωρισμένη βάση. Κάθε επιχείρηση έχει μία χώρα ως βάση, με αποτέλεσμα αυτό το κράτος να παίρνει την αρχική ευθύνη για την ρυθμιστική παράλειψη. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση οι οδηγίες της ενιαίας αγοράς απαιτούν στις ασφαλιστικές να διαθέτουν άδεια μόνο στην χώρα καταγωγής τους και όχι σε κάθε χώρα στην οποία σκοπεύουν να δραστηριοποιηθούν. Η αρχική χώρα διατηρεί την ευθύνη για τον έλεγχο της φερεγγυότητας της ασφαλιστικής.

Οι απαιτήσεις χορήγησης αδειών για τους πράκτορες και τους μεσίτες συνεπάγονται χαρακτηριστικά που αφορούν ηθικά πρότυπα και γραπτή εξέταση, επίσης τα πρότυπα ποικίλλουν πολύ στις αρμοδιότητες και συχνά οι απαιτήσεις είναι ελάχιστες. Επιπλέον, σε πολλές χώρες οι απαιτήσεις χορήγησης αδειών ισχύουν μόνο για τους ανεξάρτητους πράκτορες, τους οικονομικούς συμβούλους και τους μεσίτες, ενώ οι ασφαλιστικοί υπάλληλοι που πωλούν ασφάλειες δεν χρειάζεται να κατέχουν την σχετική άδεια. Εντούτοις, λόγω της αυξανόμενης πολυπλοκότητας των ασφαλιστικών προϊόντων, η κίνηση προς την άρση του ελέγχου των τιμών και της εισόδου σε πολλές αγορές και τα πρόσφατα προβλήματα με τις πρακτικές μάρκετινγκ σε μερικές χώρες, τα επαγγελματικά πρότυπα για τους ασφαλιστικούς μεσάζοντες λαμβάνουν αυξανόμενης προσοχής σε πολλές χώρες.

Η τυποποίηση των απαιτήσεων για τη χορήγηση αδειών είναι ένα άλλο σημαντικό ζήτημα στις πολιτείες των ΗΠΑ αλλά και σε άλλες χώρες, ειδικά στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Όχι μόνο οι απαιτήσεις χορήγησης αδειών ποικίλλουν, αλλά οι πράκτορες πρέπει συχνά να κατέχουν άδεια για κάθε κατηγορία την οποία πωλούν. Εντούτοις, αυτά τα εμπόδια των πρακτόρων που αναπτύσσουν δραστηριότητα εκτός συνόρων διαβρώνονται.

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: BANCASSURANCE ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ – Η ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

### 4.1 Τι είναι το Bancassurance και ποιοί Παράγοντες το υποκινούν

Το Bancassurance αφορά την πώληση λιανικών ασφαλιστικών προϊόντων στη βάση πελατών μιας εμπορικής τράπεζας και έχει εξελιχθεί σε διαφορετικά πρότυπα σε σχέση με την προέλευσή του από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) στα μέσα της δεκαετίας του 1980. Το κλασικό ευρωπαϊκό πρότυπο είναι ενσωματωμένο με την κοινή ιδιοκτησία ή τη μορφή αποκλειστικής υποχρέωσης μεταξύ του διανομέα ασφαλιστικών προμηθευτών και τραπεζών. Στις ΗΠΑ το μοντέλο έχει διαχωρίσει την διαμεσολάβηση των τραπεζών από τους ασφαλιστικούς προμηθευτές, ενώ στις αναδυόμενες αγορές της Ασίας εξελίσσεται μία νέα δομή όπου οι ξένοι ασφαλιστές ανταγωνίζονται για την κατάκτηση μεριδίων αγοράς στις εσωτερικές πλατφόρμες διανομής τραπεζών (S. Davis, bancassurance, 2007).

Σε πολλές αγορές, υπάρχει η φυσική τάση της μετάβασης από ένα βασικό προϊόν κλάδου γενικών ασφαλίσεων «non – life product», ή ένα προϊόν επενδυτικό, σε μια προσέγγιση που βασίζεται κυρίως στην παροχή συμβουλών και πληροφοριών στις γενικές χρηματοοικονομικές ανάγκες. Σε πολλές αγορές όπως στις ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο οι τράπεζες δύσκολα ανταγωνίζονται με τους ανεξάρτητους πράκτορες, τους μεσίτες και γενικότερα τους χρηματοοικονομικούς συμβούλους, οι οποίοι έχουν προσωπική σχέση με τους πελάτες τους οικονομικά κίνητρα και την πείρα για να προσφέρουν μια σειρά προϊόντων μακροπρόθεσμων επενδύσεων.

Από την άποψη της κατάτμησης των πελατών, η διαμεσολάβηση των τραπεζών είναι μια φυσική επιλογή για την αγορά (mass market), στην οποία ζητούνται τα απλά, χαμηλού κόστους προϊόντα που παρέχονται από έναν έγκυρο – έμπιστο χρηματοοικονομικό μεσάζοντα. Δεδομένου όμως ότι ο πελάτης γίνεται όλο και πιο απαιτητικός σε επίπεδο επιλογής προϊόντων και συλλογής πληροφοριών σχετικά με την ασφάλισή του, ο μεσίτης ή ο χρηματοοικονομικός σύμβουλος γίνεται όλο και περισσότερο ανταγωνιστικός.

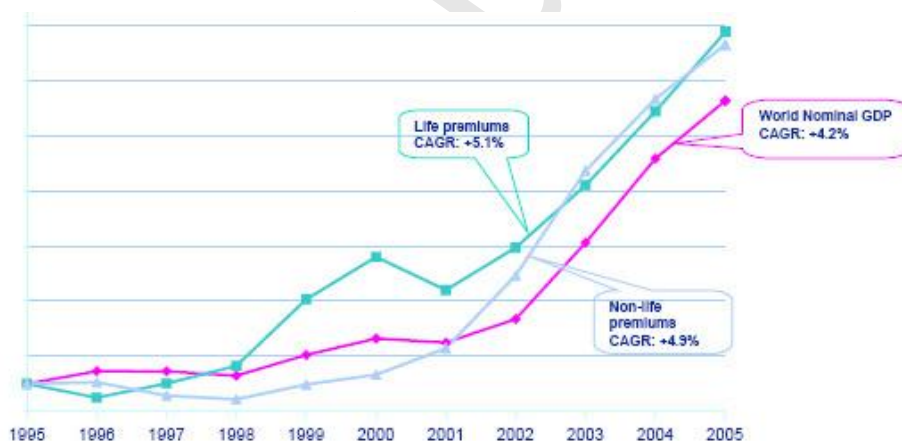
Για μία ασφαλιστική εταιρία που δεν διαθέτει ένα σχετικό δίκτυο διανομής μέσω κάποιας τράπεζας, η βασική πρόκληση είναι η εύρεση του τραπεζικού ιδρύματος που θα



προετοιμαστεί ώστε να προσφέρει την πρόσβαση στη βάση του «λιανικού» πελατολογίου του με αποδεκτούς όρους και ενδεχομένως σε αποκλειστική βάση. Στην Ευρώπη οι ασφαλιστικές όπως η Aniva και η Fortis ήταν σε θέση να δημιουργήσουν ικανοποιητικές και μακροπρόθεσμες σχέσεις, κυρίως με την χρήση καταρτισμένου προσωπικού, το οποίο εξειδικεύεται στην τεχνολογία των συστημάτων μάρκετινγκ και πληροφορικής (IT), καθώς και στη δυνατότητά του να είναι αρκετά εύκαμπτο ώστε να προσαρμόζεται στις μεταβαλλόμενες περιστάσεις.

Το Bancassurance επίσης κατηγοριοποιεί τον πολιτιστικό διαχωρισμό μεταξύ των τραπεζών, οι οποίες υιοθετούν πλέον μια θεσμική μέθοδο στον τομέα της πώλησης της ασφάλισης, όπου η πώληση γίνεται από άτομα με υψηλή παρακίνηση. Ο συνδυασμός αυτών των «διαφορετικών πολιτισμών» είναι μια πρόκληση σε όλες τις αγορές ανεξάρτητα της σχέσης ιδιοκτησίας. Επιπλέον, οι σχετικά χαμηλότερες αποδόσεις στην ασφαλιστική εκτίμηση κινδύνων πιθανόν να αποτελούν έναν παράγοντα για την απροθυμία των αμερικανικών τραπεζών να επενδύσουν μεγάλο κεφάλαιο στην κατασκευή του ασφαλιστικού προϊόντος.

Το Bancassurance έχει εξελιχθεί με ξεχωριστό τρόπο στις διάφορες εθνικές αγορές, μέσα σε διαφορετικές χρονικές περιόδους και σε διαφορετικές συνθήκες.



Πηγή: Datastream, Swiss Re, AXA (S. Davis, bancassurance, 2007).

Σχήμα 4.1: Η ασφαλιστική βιομηχανία αυξάνεται με μεγαλύτερο ρυθμό σε σχέση με την παγκόσμια οικονομία για τη δεκαετία 1995-2005 (%)

Όπως υποδεικνύεται από το σχήμα 3.1, στο οποίο χρησιμοποιούνται στοιχεία που παρέχονται από τη Swiss Re (Sigma) και την AXA, η ασφάλιση στον κλάδο ζωής (life) και στον κλάδο των γενικών ασφαλίσεων (non - life), έχει αυξηθεί συνολικά σε ένα ετήσιο ποσοστό 5% κατά τη διάρκεια της δεκαετίας 1995 έως 2005, σε αντίθεση με

την αύξηση κατά 4% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος (ΑΕΠ) σε παγκόσμιο επίπεδο.

Διάφοροι βασικοί παράγοντες έχουν οδηγήσει σε αυτήν την απόδοση:

- Η ενοποίηση της ασφάλισης ζωής αποτελεί ένα στοιχείο της εξέλιξης της παγκόσμιας αγοράς με έμφαση στην μακροπρόθεσμη αποταμίευση και στα προϊόντα επένδυσης. Η αναμενόμενη και η πραγματική απαίτηση για επενδυτικά και συνταξιοδοτικά προϊόντα έχει επηρεάσει τους αναλυτές του πολιτικού και ιδιωτικού τομέα στην προσπάθειά τους να ποσοτικοποιήσουν την ανάγκη του πληθυσμού (όσο μεγαλώνει ηλικιακά) να αποταμιεύσει μακροπρόθεσμα, έως την συνταξιοδότησή του.

Η ασφάλιση ζωής αποτελεί ένα «εργαλείο – πυρήνα» για μεγάλο όγκο του πληθυσμού σε πολλές αγορές. Στη Σουηδία, για παράδειγμα, μέχρι την δεκαετία του 1990, η ασφάλιση ζωής αποτέλεσε την βασική επιλογή για μακροπρόθεσμη αποταμίευση, η οποία μάλιστα περιελάμβανε πολλές φορολογικές ελαφρύνσεις, ενώ στην Ιαπωνία μια ακατανόητη δυσπιστία για τις εναλλακτικές μακροπρόθεσμες επενδύσεις εξασφάλισε έναν παρόμοιο ρόλο για την ασφάλιση ζωής.

Εντούτοις, η ασφάλιση ζωής τα τελευταία χρόνια αποτελεί ουσιαστικά μόνο ένα από τα διαφορετικά εναλλακτικά προϊόντα που μπορούν να ικανοποιήσουν αυτήν την απαίτηση. Οι προθεσμιακές τραπεζικές καταθέσεις (Term bank deposits), τα μεταβλητά και σταθερά ετήσια επιδόματα (variable and fixed annuities), τα ατομικά συνταξιοδοτικά κεφάλαια, τα αμοιβαία κεφάλαια, η άμεση επένδυση κεφαλαίων (direct equity investment) και άλλα ευνοϊκά από φορολογικής πλευράς προϊόντα έχουν προκύψει ως βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις.

Η έκρηξη των ατομικών προγραμμάτων συνταξιοδοτικού κεφαλαίου σε αγορές όπως η Αυστραλία, η Χιλή, η Γαλλία και η Ιταλία παρέχουν ακόμα ένα εναλλακτικό προϊόν. Το ενδιαφέρον για τα προϊόντα που συνδέονται με την επένδυση κεφαλαίου στα οποία οι τράπεζες έχουν μεγαλύτερη εξειδίκευση από τις ασφαλιστικές έχει οδηγήσει στην δημιουργία νέων πεδίων ανταγωνιστικότητας. Η έκρηξη που εμφανίστηκε στα εναλλακτικά προϊόντα αντιστοιχεί στην ισοπέδωση της φορολογικής επεξεργασίας σε όλες τις επιλέξιμες μακροπρόθεσμες προσωπικές επενδύσεις, παρά σε εκείνες που ευνοούν το παραδοσιακό προϊόν ασφάλισης ζωής.

Σε πολλές αγορές, η ασφάλιση ζωής έχει χάσει τη μοναδική θέση της ως η βασική επιλογή προϊόντος για μακροπρόθεσμη αποταμίευση. Σαν αποτέλεσμα αυτών των δυνάμεων, στις περισσότερες ευρωπαϊκές αγορές η μακροπρόθεσμη αποταμίευση έρχεται αντιμέτωπη με μια ευρεία σειρά από εναλλακτικές λύσεις που ποικίλλουν σε έκταση, σε κίνδυνο, σε φορολογική θέση και σε ωριμότητα. Στην Ισπανία παραδείγματος χάριν, οι τράπεζες καθορίζουν τα επενδυμένα κεφάλαια (funds) συμπεριλαμβάνοντας τρία στοιχεία: τις παραδοσιακές τραπεζικές καταθέσεις, τα συνταξιοδοτικά κεφάλαια και την ασφάλιση ζωής. Στη Γαλλία, η ασφάλιση ζωής που καλείται «*épargne assurance*», ουσιαστικά αποτελεί τραπεζικό προϊόν. Για τις ασφαλιστικές ζωής επομένως, η νεότερη ιστορία αποτελεί δίκωπο μαχαίρι. Η θετική πλευρά είναι ότι το προϊόν τους έχει τόσο μεγάλη ζήτηση ώστε να ικανοποιήσει τη δομική ανάγκη για μεγαλύτερη μακροπρόθεσμη αποταμίευση, ενώ η αρνητική πλευρά είναι ότι πρέπει να αντιμετωπίσει μια σειρά ανταγωνιστικών προτάσεων.

- Η ανακάλυψη του δικτύου των υποκαταστημάτων της τράπεζας ως ελκυστικός εναλλακτικός δίαυλος διανομής. Ενώ οι τράπεζες για δεκαετίες πουλούσαν ασφάλειες του κλάδου ζωής και των γενικών ασφαλίσεων με την ιδιότητα του πράκτορα σε αγορές όπως στο Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γαλλία, ο μεγάλος όγκος της ασφάλισης ζωής έχει πωληθεί από τα παραδοσιακά δίκτυα των ασφαλιστικών διαμεσολαβητών, των πρακτόρων και των μεσιτών των ασφαλιστικών επιχειρήσεων. Η ανακάλυψη σε αγορές όπως στη Γαλλία, τη δεκαετία του '80, ότι τα απλά προϊόντα ζωής θα μπορούσαν να πωληθούν εύκολα από το δίκτυο πωλήσεων των γενικών τραπεζών ήταν μια επαναστατική εξέλιξη που συνεχίζει να επηρεάζει και στις μέρες μας τις αναπτυσσόμενες αγορές όπως την Ασία και την Αμερική.

Τα πλεονεκτήματα των τραπεζών ως διαμεσολαβητές γίνονται εύκολα αντιληπτά: η διαφάνεια και η διευκόλυνση που προσφέρει ένα μεγάλο δίκτυο διανομής μέσω των καναλιών της τράπεζας, η εμπιστοσύνη που έχουν οι περισσότεροι πελάτες στην τράπεζά με την οποία συνεργάζονται και στο εμπορικό της σήμα και η συχνότερη επαφή της τράπεζας με τον πελάτη σε σχέση με την αντίστοιχη επαφή των παραδοσιακών καναλιών ζωής, αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα. Επιπλέον, καθώς οι τράπεζες κρατούσαν ήδη το μεγαλύτερο μέρος των κεφαλαίων που επενδύονταν για την αγορά ασφάλισης ζωής, στις καταθέσεις και στους λογαριασμούς των πελατών τους, σε αγορές όπως τη Γαλλία και την Ιταλία μόνο μια απλή εσωτερική ανακύκλωση των κεφαλαίων ήταν απαραίτητη και αρκετή ώστε να

δημιουργήσει ογκώδη και εμφανή κέρδη στα μερίδια αγοράς. Ενώ οι τράπεζες προσπάθησαν να επωφεληθούν από αυτές τις ευκαιρίες, οι ασφαλιστικές αναγνώρισαν την απειλή από την δυνατότητα διανομής των ασφαλιστικών προϊόντων μέσω του δικτύου που διέθεταν οι τράπεζες. Στην Ευρώπη, όπου οι τράπεζες υποστήριξαν την μεγαλύτερη κεφαλαιοποίηση αγοράς και έγιναν ο κυρίαρχος συνεργάτης σε μια νέα κατάσταση σταθεροποίησης της αγοράς, οι ασφαλιστικές αντέδρασαν με την καθιέρωση της δικής του τράπεζας.

▪ Η δομική σύγκλιση των τραπεζικών ιδρυμάτων και των ασφαλιστικών εταιριών στην παγίωση του τομέα των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Σε δομικό και λειτουργικό επίπεδο οι τράπεζες και οι ασφαλιστικές εταιρίες έχουν κυριαρχήσει στους τομείς της ενασχόλησής τους. Κάποιες δεκαετίες παλαιότερα στις ΗΠΑ, ορισμένα χρηματοοικονομικά ιδρύματα όπως το American Express και Sears, Roebuck επιχείρησαν, με περιορισμένη όμως επιτυχία, να παρέχουν μια υπεραγορά από λιανικά χρηματοοικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες. Το σημερινό κυρίαρχο πρότυπο του bancassurance προέρχεται από την Ευρώπη, όπου μια φιλελεύθερη ρυθμιστική δομή δεν τοποθέτησε κανένα εμπόδιο στην πώληση τραπεζικών προϊόντων και ασφαλιστικών υπηρεσιών από το ίδιο ινστιτούτο, ή στην ιδιοκτησία και των δύο δραστηριοτήτων από την ίδια επιχείρηση εκμετάλλευσης.

Συγχρόνως, τα ανταγωνιστικά χρηματοοικονομικά ινστιτούτα συνειδητοποίησαν ότι θα μπορούσαν να αυξήσουν την κεφαλαιοποίηση αγοράς και ενδεχομένως την αξία των μετόχων τους με τη συγχώνευση τους για τους δύο αυτούς τομείς δραστηριοτήτων.

Κατά συνέπεια στις αγορές όπως το Μπενελούξ<sup>1</sup>, με έναν περιορισμένο αριθμό πιθανών συνεργατών στον χρηματοοικονομικό τομέα, οι συγχωνεύσεις μεταξύ των τραπεζών και των ασφαλιστικών ιδρυμάτων δημιούργησαν σημαντικά συγκροτήματα επιχειρήσεων όπως η Fortis, η KBC και η ING. Καθώς ο 20ός αιώνας πλησίαζε στο

---

<sup>1</sup> Η Μπενελούξ (Benelux) ήταν μια οικονομική ένωση στη δυτική Ευρώπη που περιελάμβανε τρεις γειτονικές χώρες – Βασίλεια, το Βέλγιο (Belgium), την Ολλανδία (Netherlands) και το Λουξεμβούργο (Luxemburg). Το όνομα διαμορφώθηκε από την αρχή του ονόματος της κάθε χώρας – μέλους, και δημιουργήθηκε για την τελωνειακή ένωση της Μπενελούξ, αλλά χρησιμοποιείται τώρα με έναν γενικότερο τρόπο.

τέλος, ένα θετικό περιβάλλον αγοράς κεφαλαίου υποστήριξε αυτού του είδους τις συγχωνεύσεις (οι λεγόμενες cross pillar συγχωνεύσεις).

Ένα από τα βασικά επιχειρήματα για τέτοιες συγχωνεύσεις ήταν η λειτουργική σύμπραξη από την διαγώνια – πώληση μιας ευρύτερης ποικιλίας χρηματοοικονομικών προϊόντων σε μια υπάρχουσα βάση πελατών, καθώς επίσης και της επέκτασης της γενικής βάσης πελατών (acquisition).

- Οι πιθανές οικονομίες από την χρήση του δικτύου τραπεζικών καναλιών (χαμηλότερο κόστος). Καθώς το bancassurance κέρδιζε έδαφος στις αγορές της Ευρώπης και της Νότιας Αφρικής, οι σύμβουλοι επιχειρήσεων και οι τράπεζες κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι το χαμηλότερο κόστος διανομής της ασφάλισης μέσω των δικτύων διανομής των τραπεζών αποτελεί ένα πρόσθετο πλεονέκτημα για τις τράπεζες.

Σε αυτό ουσιαστικά συμβάλει το γεγονός ότι οι τράπεζες δεν είναι υποχρεωμένες να καταβάλουν την προμήθεια πωλήσεων των παραδοσιακών δυνάμεων πωλητών, καθώς επίσης αποφεύγουν την χρέωση του πλήρους κόστους για τη χρήση του δικτύου των υποκαταστημάτων. Συγχρόνως, η παραγωγικότητα των παραδοσιακών δυνάμεων πωλήσεων μειώνεται, ενώ αντίθετα η δυνατότητα μιας τράπεζας να προωθήσει νέα προϊόντα στους ήδη υπάρχοντες πελάτες της, της δίνει ένα ιδιαίτερο πλεονέκτημα στην παραγωγικότητα πωλήσεων

Στην πραγματικότητα, η μέτρηση του πλεονεκτήματος κόστους στις τράπεζες αποτελεί έναν σύνθετο υπολογισμό για το κατά πόσον απεικονίζεται αυτή η διαφορά στην τιμολογιακή τους πολιτική (για τα ασφαλιστικά προϊόντα) ή εάν απορροφούν αυτό το πλεονέκτημα ως κέρδος. Γεγονός πάντως αποτελούν τα θετικά αποτελέσματα των στενών σχέσεων και της διευκόλυνσης των πελατών των τραπεζών, όπως αναφέρθηκαν ανωτέρω, ενώ οποιοδήποτε πλεονέκτημα δαπανών καθιστά σαφές ότι η διανομή μέσω των δικτύων των τραπεζών θα έκανε τις ουσιαστικές «επιδρομές» στις παραδοσιακές εναλλακτικές λύσεις.

- Οι κανονισμοί και οι νόμοι ενός κράτους στηρίζουν ή εμποδίζουν το bancassurance. Κάθε εθνική αγορά έχει το δικό της πλαίσιο που ρυθμίζει ποιά προϊόντα μπορούν να πωληθούν και από ποιούς, τη σχετική φορολογία και τους κανόνες που αφορούν αυτές τις δραστηριότητες των τραπεζών και των ασφαλιστών.

Για να συνοψίσουμε, το bancassurance έχει ανθήσει σε ευρωπαϊκές αγορές όπως στη Γαλλία και την Ιταλία λόγω των φιλελεύθερων κανονισμών που σχετίζονται με την ιδιοκτησία, το εύρος των προϊόντων και την φορολογία, που βοήθησε τις τράπεζες να επεκτείνουν τα συστήματα διανομής τους και τους τομείς δραστηριοτήτων τους. Αντίθετα, σε αγορές όπως αυτή του Καναδά, οι τράπεζες έχουν αποτραπεί από την ασφαλιστική δραστηριότητα και το μάρκετινγκ των προϊόντων τους. Σε ενδιάμεσο στάδιο βρίσκονται αγορές όπως οι ΗΠΑ, όπου ένα ανταγωνιστικό πεδίο δραστηριότητας ίσων ευκαιριών εισήχθη το 1999, και το Ηνωμένο Βασίλειο, όπου οι αυστηροί κανονισμοί ενάντια στην -πώληση σχετικά με τα μακροπρόθεσμα προϊόντα λειτούργησαν προς όφελος των μεσιτών, που μπορεί να παρέχει τις απαραίτητες συμβουλές.

## **4.2 Η χρήση του Διαδικτύου ως μέσο Διαμεσολάβησης των Ασφαλιστικών Εταιριών**

Η μεγάλη ανάπτυξη του Διαδικτύου (Internet) τα τελευταία χρόνια έχει προκαλέσει πολλές συζητήσεις σχετικά με τον αντίκτυπο που θα έχει στα παραδοσιακά συστήματα διανομής ασφαλιστικών προϊόντων.

Σε αντίθεση με άλλους κλάδους όπως στον τομέα της ταξιδιωτικής βιομηχανίας όπου έχει ήδη διαπιστωθεί η αύξηση της χρήσης του δικτύου διανομής – Internet (με την ευρεία αγορά εισιτηρίων, τις κρατήσεις σε ξενοδοχεία και ενοικιάσεις αυτοκινήτων μέσω του Internet και την μεγάλη μείωση – έως και κατάργηση – των προμηθειών των ταξιδιωτικών πρακτόρων), στην ασφαλιστική διαμεσολάβηση δεν ισχύει το ίδιο. Γεγονός πάντως είναι ότι έχουν γίνει κάποιες αλλαγές στον τομέα των προμηθειών και στις προϋποθέσεις παραγωγής, όμως οι πράκτορες συνεχίζουν να είναι οι βασικοί διαμεσολαβητές για την προώθηση ασφαλιστικών προϊόντων.

Αν και η χρήση του Internet ως μέσο διαμεσολάβησης για τα ασφαλιστικά προϊόντα δεν είναι τόσο διαδεδομένη, ωστόσο το Internet υιοθετείται ευρέως ως ένα πολύ σημαντικό υποστηρικτικό μέσο. Οι ασφαλιστικές χρησιμοποιούν το Internet για να προβάλλουν με αμεσότητα χρήσιμες πληροφορίες για τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και προϊόντα τους (ασφαλιστικά και επενδυτικά προϊόντα). Μάλιστα σχεδιάζουν να συμπεριλάβουν τη χρήση αυτών των προϊόντων στην προβολή κάποιων συγκεκριμένων βασικών πληροφοριών που αφορούν την εταιρία και τις

γραμμές προϊόντων της, και να παρέχουν διαχειριστική υποστήριξη στους αγοραστές η οποία θα αποτελεί ένα βασικό εργαλείο επικοινωνίας για το δίκτυο των πρακτόρων της με πολλές προοπτικές. Για παράδειγμα, το 2001 η Celent Communications διεξήγαγε μία έρευνα για την χρήση του Internet από τις ασφαλιστικές εταιρίες στις ΗΠΑ. Από αυτή την έρευνα οι έξι βασικές περιοχές που χρησιμοποιείται το Internet είναι: (1) «agent access to quotes» («πρόσβαση των πρακτόρων»), (2) «agent extranet» («διαδικτυακή πρακτόρευση»), (3) «policyholder account access» («λογαριασμός - πεδίο ασφαλιστικής»), (4) «customer live quotes» («πεδίο πελατών»), (5) «customer quote request» («αναζητήσεις πελατών»), και (6) «agent locator» («πεδίο πρακτόρων»). Από τους έξι αυτούς τρόπους χρήσης, οι δύο πιο συχνά χρησιμοποιούμενες ήταν οι «agent locator» (περισσότερο από 60%) και το «agent extranet» (σχεδόν 40%). Αυτή η έρευνα μας δείχνει ότι για τις ασφαλιστικές που εξειδικεύονται στον τομέα των γενικών ασφαλίσεων (Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης) το διαδίκτυο χρησιμοποιείται ως μέσο πληροφόρησης και επικοινωνίας (Dumm R και Hoyt R 2002).

#### Υιοθέτηση καινοτομιών

Για να καταλάβουμε καλύτερα τους παράγοντες που οδηγούν στην υιοθέτηση και καθιέρωση ενός δικτύου διαμεσολάβησης σε αντίθεση με κάποιο άλλο, θα εξετάσουμε από την υπάρχουσα βιβλιογραφία την υιοθέτηση καινοτομιών στα ασφαλιστικά δίκτυα διαμεσολάβησης.

#### Το Internet ως δίκτυο διαμεσολάβησης

Ένας παράγοντας που οδηγεί στην υιοθέτηση μίας καινοτομίας είναι το πόσο διαδομένη είναι. Ο Rogers (1995) υποστηρίζει ότι η ευρεία διάχυση μίας καινοτομίας θα οδηγήσει σε καθοριστικές αλλαγές στα δίκτυα αγοράς. Όπως αναφέρουμε και πιο πάνω, έχει παρατηρηθεί ευρεία διάχυση της χρήσης του Internet στην ταξιδιωτική και την ασφαλιστική βιομηχανία, ωστόσο τα πρότυπα υιοθέτησης παρουσιάζουν μεγάλες διαφορές.

Η δυνατότητα να μειώνονται τα κόστη των συναλλαγών μεταξύ των αγοραστών και των πωλητών αποτελεί αναγνωρισμένο και βασικό κίνητρο για τη χρήση του διαδικτύου (Birkhofer 1999). Οι προβλέψεις για την διαμεσολάβηση μέσω του

διαδικτύου ουσιαστικά βασίζονται στα μειωμένα διαμεσολαβητικά κόστη της ηλεκτρονικής διαμεσολάβησης μεταξύ του αγοραστή και του πωλητή.

Η εμπιστοσύνη αποτελεί έναν άλλο παράγοντα που υποκινεί ή επηρεάζει την υιοθέτηση του διαδικτύου ως δίκτυο διαμεσολάβησης. Ο Gefen (2000) εξέτασε τον παράγοντα «απόρρητη συνδιαλλαγή» και την ασφάλεια που αποφέρει η επιλογή του Internet ως μέσο διαμεσολάβησης. Η ευρεία διάδοση δημοφιλών πλέον διαδικτυακών καταστημάτων (online stores καταστημάτων πχ Amazon.com) και των καταστημάτων διαδικτυακών δημοπρασιών (καταστημάτων auctions πχ Ebay) παρέχουν την ένδειξη ότι οι καταναλωτές εμπιστεύονται και θεωρούν επαρκή την ασφάλεια που τους παρέχει αυτό το δίκτυο πώλησης και διανομής προϊόντων, ώστε να καταχωρούν τα προσωπικά τους δεδομένα και απόρρητες πληροφορίες που απαιτούν οι συγκεκριμένες συναλλαγές. Επιπλέον, ασφαλείς υποστηρικτικοί μηχανισμοί όπως το Paypal έχουν δημιουργηθεί ώστε να παρέχουν ασφαλείς τρόπους πληρωμής για τις αγορές στο εν λόγω δίκτυο.

Ο Rogers (1995) παρουσίασε τις πέντε ιδιότητες μίας καινοτομίας (συγκριτικό πλεονέκτημα, συμβατότητα, πολυπλοκότητα, δυνατότητα – ευκολία δοκιμής και παρατήρησης). Από αυτές, το συγκριτικό πλεονέκτημα έχει αποδειχτεί εμπειρικά ότι παρέχει συστηματικά τις καλύτερες προβλέψεις σχετικά με τη χρήση της υιοθέτησης. Ο Choudhury (2000) μελέτησε τους αγοραστές ασφάλισης αυτοκινήτων για να εξετάσει το συγκριτικό πλεονέκτημα του δικτύου διαμεσολάβησης των πρακτόρων σε σύγκριση με το διαδίκτυο. Το αποτέλεσμα της έρευνας του ήταν ότι το συγκριτικό πλεονέκτημα είναι μία πολλαπλή διαστασιακή ιδιότητα. Μάλιστα, όπως συμβαίνει με τα κόστη συναλλαγών έτσι και το συγκριτικό πλεονέκτημα περιλαμβάνει τις διαστάσεις ασφάλειας και γνώσης. Επίσης βρήκε ότι η διαδικασία αγοράς για μερικούς καταναλωτές αποτελεί διαδικασία δύο επιπέδων. Αυτοί οι καταναλωτές αρχικά χρησιμοποιούν το Internet για να συλλέξουν πληροφορίες για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες και στη συνέχεια απευθύνονται στους ασφαλιστικούς πράκτορες για να ολοκληρώσουν τη αγοραστική τους διαδικασία. Αυτή η συμπεριφορά σκιαγραφεί τον προσωρινό ρόλο που παίζει το Internet ως υποστηρικτικός μηχανισμός στο δίκτυο διαμεσολάβησης των ασφαλιστικών πρακτόρων.

Αξίζει να σημειωθεί ότι αν και υπάρχουν σημαντικές διαφορές στα κόστη μεταξύ των παραδοσιακών και πιο σύγχρονων διαμεσολαβητικών συστημάτων, τα συστήματα



αυτά συνεχίζουν να συνυπάρχουν. Για παράδειγμα, στη μελέτη τους οι Posey και Yavas (1995) για τις διαφορές στα κόστη μεταξύ των παραδοσιακών συστημάτων διαμεσολάβησης, σημειώνουν βάσει προηγούμενων μελετών ότι οι ασφαλιστικές που χρησιμοποιούν το σύστημα των ανεξάρτητων πρακτόρων έχουν μεγαλύτερα κόστη σε σχέση με εκείνες που χρησιμοποιούν άμεσες μεθόδους μάρκετινγκ. Βάσει λοιπόν της έρευνάς τους, θα ήταν επόμενο ο ανταγωνισμός στην ασφαλιστική αγορά να έχει μειώσει αισθητά το σύστημα των ανεξάρτητων πρακτόρων. Το τελικό όμως συμπέρασμα στο οποίο καταλήγουν με την έρευνά τους οι Posey και Yavas είναι ότι η ισορροπία επέρχεται στο σημείο όπου μπορούν να συνυπάρξουν τα συστήματα των ασφαλιστικών πρακτόρων και του άμεσου μάρκετινγκ.

Τα αποτελέσματα μιας έρευνας που πραγματοποιείται από τους J. D. Power and Associates (2001) διευκρινίζουν ότι υπάρχουν παράγοντες εκτός από την τιμή, που οδηγούν την ασφαλιστική αγοραστική δραστηριότητα. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα αποτελέσματα για την αλλαγή συμπεριφοράς και οι λόγοι για τις «on line» αγορές των ασφαλίσεων αυτοκινήτων. Εν μέρει, τα αποτελέσματα των ερευνών δίνουν έμφαση στη σημασία (ή ίσως την έλλειψη σπουδαιότητας) των οικονομιών στην απόφαση να αντικατασταθούν οι ασφαλιστές. Κατά τρόπο ενδιαφέροντα, αυτό που συμπέραναν οι J. D. Power and Associates ήταν ότι το 40% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι δεν θα άλλαζαν τον ασφαλιστικό πράκτορα με τον οποίο συνεργάζονται, ανεξάρτητα από το κόστος. Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι η ασφαλιστική αγορά αυτοκινήτων είναι κορεσμένη (δηλ., ουσιαστικά όλοι οι πιθανοί αγοραστές έχουν ήδη ασφαλιστήρια συμβόλαια), οποιοδήποτε κέρδος στο μερίδιο αγοράς λαμβάνεται με την απώλεια μεριδίου αγοράς από άλλους ασφαλιστές. Υπό αυτήν τη μορφή, τα αποτελέσματα της έρευνας έχουν τις επιπτώσεις στις ασφαλιστικές που προσπαθούν να εισαγάγουν ένα ανταγωνιστικό κανάλι. Το ποσοστό 40% είναι σχετικά υψηλό και δείχνει είτε την παρουσία αδράνειας είτε την εκτίμηση από πολλούς καταναλωτές των προστιθεμένης αξίας υπηρεσιών που παρέχονται από τους ασφαλιστικούς πράκτορες και τον ασφαλιστή.

Μέχρι σήμερα, η αναμενόμενη μετάβαση από τα δίκτυα διαμεσολάβησης πρακτόρευσης στα πιο σύγχρονα δίκτυα, δεν έχει πραγματοποιηθεί. Αυτό είναι πιο εμφανές στις μικτές και εμπορικές επιχειρησιακές γραμμές. Ενώ υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που μπορούν να εξηγήσουν το χαμηλό ποσοστό υιοθέτησης των εναλλακτικών διαύλων διανομής, η αντίληψη των καταναλωτών ότι η ασφάλιση

αποτελεί ένα σύνθετο προϊόν περιορίζει τη δυνατότητα για ευρεία αλλαγή της υπάρχουσας κατάστασης. Όπως έχει ήδη σημειωθεί, η πολυπλοκότητα είναι ένας βασικός λόγος που εξηγεί το γιατί τα διαφορετικά συστήματα διανομής συνυπάρχουν. Λαμβάνοντας υπόψη τα χαμηλά ποσοστά υιοθέτησης των δικτύων διανομής για πωλήσεις μέσω του Διαδικτύου, η αντιληπτή πολυπλοκότητα στις ασφαλιστικές γραμμές (προσωπικές και εμπορικές) μπορεί να συνεχίσει να αποτελεί έναν αποτρεπτικό παράγοντα στην υιοθέτηση του διαδικτύου. Εάν το διαδίκτυο προορίζεται για να αποδώσει σημαντικά κέρδη ως δίαυλος διανομής, τότε θα πρέπει να αλλάξουν οι αντιλήψεις σχετικά με την πολυπλοκότητα των προϊόντων. Δεδομένου ότι υπάρχει μια σαφής διαφορά στην πολυπλοκότητα μεταξύ των προσωπικών και εμπορικών γραμμών, οποιαδήποτε αύξηση των πωλήσεων στο κανάλι του διαδικτύου, πιθανώς αρχικά να εμφανιστεί στον τομέα προσωπικών γραμμών. Ενώ το κανάλι μέσω του διαδικτύου διαδραματίζει έναν όλο και περισσότερο σημαντικό ρόλο ως δίαυλο διανομής για μερικούς ασφαλιστές, η σημαντικότερη χρήση του διαδικτύου εμφανίζεται να είναι στην περιοχή υπηρεσιών όπου οι συναλλαγματικές αποδοτικότητες είναι εύκολα επιτεύξιμες.

#### **4.3 Η Ασφαλιστική Διαμεσολάβηση στην Ευρώπη – Συγκριτική Ανάλυση μεταξύ των χωρών (Μέρος Α)**

Οι ευρωπαϊκές ασφαλιστικές εταιρίες χρησιμοποιούν ένα ευρύ φάσμα που περιλαμβάνει διαφορετικές μεθόδους προώθησης για τα ασφαλιστικά τους προϊόντα προς στους πελάτες. Η σημασία του κάθε δίαυλου διανομής ποικίλλει σύμφωνα με τις τοπικές ιδιομορφίες, την εθνική νομοθεσία, τον τύπο προϊόντος, τις καταναλωτικές προτιμήσεις, κ.λπ.

Σε αυτό το σημείο θα μελετήσουμε τα δεδομένα που προκύπτουν από την επίσημη έκθεση της ασφαλιστικής και αντασφαλιστικής Ομοσπονδίας CEA για να μπορέσουμε να κατανοήσουμε πως καθορίζονται οι δίαυλοι διανομής που χρησιμοποιούνται από τις ασφαλιστικές και τους ασφαλισμένους για τη σύναψη συμβάσεων στους κλάδους ασφάλισης ζωής και γενικών ασφαλίσεων και ιδιαίτερα, για την ασφάλιση στον κλάδο οχημάτων, περιουσίας και υγείας. Η έκθεση δίνει έμφαση επίσης στους τρόπους με τους οποίους οι νέες τεχνολογίες και ιδιαίτερος το διαδίκτυο, έχουν επιδράσει στη διανομή των συγκεκριμένων προϊόντων. Επίσης,

σημειώνεται η σημασία και η επίδραση της πολυπλοκότητας των ασφαλιστικών προϊόντων.

Πιο συγκεκριμένα θα ασχοληθούμε με δύο ξεχωριστές μελέτες της Ομοσπονδίας. Η πρώτη ανάλυση παρουσιάζει τη διάσπαση των ασφαλιστρών μεταξύ των διαφορετικών διαύλων διανομής στην Ευρώπη για τα έτη 2005 ή 2006 για όλες σχεδόν τις αγορές εκτός από την Κροατία (2007 στοιχεία) και τη Ρουμανία (2004 στοιχεία). Για την στατιστική αυτή μελέτη που αναλύει τα στοιχεία έως το έτος 2006, ακολουθεί σχετικό παράρτημα με περαιτέρω ανάλυση για την κάθε Ευρωπαϊκή χώρα ξεχωριστά, το οποίο θα μας βοηθήσει να καταλάβουμε τη μεταβολή στα μερίδια των καναλιών διανομής ασφάλισης στις χώρες μέσα στην πάροδο των ετών έως το έτος 2006. Επίσης στην ανάλυση αυτή θα δούμε ξεχωριστά συγκεντρωτικά διαγράμματα για τους κλάδους ζωής, γενικών ασφαλίσεων, οχημάτων, υγείας και περιουσίας. Αντίστοιχη εκτενής μελέτη που να αναλύει την ασφαλιστική διαμεσολάβηση για την κάθε χώρα και τον κάθε κλάδο ξεχωριστά δεν έχει ολοκληρωθεί για πιο πρόσφατα έτη. Γι' αυτό τον λόγο, η πιο πρόσφατη μελέτη της CEA που παραθέτουμε με στοιχεία των χωρών για τα έτη έως το 2009, είναι πιο συνοπτική. Η πιο πρόσφατη μελέτη αφορά τα κανάλια διανομής της ασφάλισης για τους κλάδους ασφάλισης ζωής και γενικών ασφαλίσεων και πως αυτή διανεμήθηκε στην Ευρώπη για το έτος 2009, η μελέτη αυτή ολοκληρώθηκε και εκδόθηκε το Δεκέμβριο του 2011. Τα στοιχεία συλλέχθηκαν είτε από τις εθνικές ενώσεις είτε από τις εποπτικές αρχές των ευρωπαϊκών χωρών (Παράρτημα 3).

Να μην παραλείψουμε να αναφέρουμε επίσης ότι μερικοί τύποι μεσαζόντων χρησιμοποιούν και άλλα κανάλια, όπως το διαδίκτυο και οι πωλήσεις μέσω ταχυδρομείου, προκειμένου να διανέμουν τα ασφαλιστικά προϊόντα. Βέβαια, μια ανάλυση που θα ήταν βασισμένη στη διπλή κατηγοριοποίηση, δηλαδή ποιος κάνει τη διανομή των προϊόντων (μεσάζων, υπάλληλος, υπάλληλος τραπεζών, κ.λπ.) και ποιο μέσο χρησιμοποιεί (τηλέφωνο, πώληση πρόσωπο με πρόσωπο, διαδίκτυο, κέντρο κλήσης, κ.λπ.) θα προσέφερε ακριβέστερα αποτελέσματα αλλά κάτι τέτοιο θα ήταν πολύ δύσκολο να επιτευχθεί. Η κατηγοριοποίηση που χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση έχει σχεδιαστεί για την διευκόλυνση της σύγκρισης μεταξύ των χωρών και λαμβάνει υπόψη τα διαθέσιμα στοιχεία. Για κάποιες χώρες, ορισμένες κατηγορίες έχουν συγχωνευτεί με άλλες λόγω της έλλειψης στοιχείων, σε αυτές τις περιπτώσεις θα συναντάμε σχετικές αναφορές.

### **4.3.1 Η Ασφαλιστική Διαμεσολάβηση στην Ευρώπη με Ποσοτικά Στοιχεία**

Όπως αναφέραμε και προηγουμένως, η CEA είναι η ευρωπαϊκή ομοσπονδία στους τομείς ασφάλισης και αντασφάλισης. Μέσω των 34 οργανισμών – μελών της (τις ενώσεις εθνικής ασφάλισης) η CEA αντιπροσωπεύει όλους τους τύπους επιχειρήσεων ασφάλισης και αντασφάλισης. Με έδρα τις Βρυξέλλες αντιπροσωπεύει τις επιχειρήσεις που αποτελούν περίπου το 95% της συνολικής ευρωπαϊκής ασφαλιστικής αγοράς. Η ασφάλιση διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη και εξέλιξη της Ευρώπης. Οι ευρωπαϊκές ασφαλιστικές εταιρίες παράγουν εισόδημα από ασφάλιστρα πάνω από 1 τρις ευρώ, απασχολούν σχεδόν ένα εκατομμύριο άτομα και επενδύουν σχεδόν 7,5 δις στην οικονομία (CEA, Δεκέμβριος 2011). Ας δούμε λοιπόν αρχικά την μελέτη που αφορά τα στοιχεία ασφαλιστικής διαμεσολάβησης για τα έτη έως 2006.

#### **Κλάδος γενικών ασφαλίσεων – στοιχεία έτους 2006**

Στην Ευρώπη, τα ασφαλιστικά προϊόντα κλάδου γενικών ασφαλίσεων παρέχονται κυρίως από τους παραδοσιακούς μεσάζοντες, δηλαδή τους πράκτορες και τους μεσίτες. Περισσότερο από το 50% των ασφαλίσεων συλλέγονται από τους μεσάζοντες σε όλα τα δείγματα των χωρών εκτός από την Ελβετία, την Ολλανδία, την Κροατία και τρεις σκανδιναβικές χώρες όπου η άμεση προώθηση είναι το κυρίαρχο κανάλι διανομής. Μεταξύ των δύο τύπων μεσαζόντων, σε μεγάλο βαθμό οι πράκτορες επικρατούν παρουσιάζοντας ένα υψηλό επίπεδο διείσδυσης σε διάφορες χώρες, όπως η Ιταλία (84% το έτος 2006), η Τουρκία (70%) και η Σλοβενία (67.5%). Οι πράκτορες διατήρησαν μερίδιο αγοράς μεγαλύτερο από 50% σε έξι χώρες (Ιταλία, Πολωνία, Πορτογαλία, Σλοβενία, Γερμανία και Τουρκία) και μεγαλύτερο από 30% σε 11 από τις 25 χώρες στο δείγμα μας. Όπως συνέβη στις ΗΠΑ, το σύστημα αντιπροσωπειών φαίνεται να καθιερώνεται ευρέως στην Ευρώπη για αρκετές δεκαετίες.

Οι πρόσφατες τάσεις παρουσιάζουν μία μικρή μείωση στο μερίδιο αγοράς των πρακτόρων στις περισσότερες αγορές. Αυτό συνδέεται στενά με τη διαφοροποίηση

των ασφαλιστικών εταιριών που αφ' ενός υπάρχουν νέοι δίαυλοι διανομής όπως το bancassurance και το διαδίκτυο και αφ' εταίρου οι ασφαλιστικές έχουν αρχίσει μια πολύ – διαυλική στρατηγική που διαβρώνει το μερίδιο αγοράς των κύριων διαύλων διανομής.

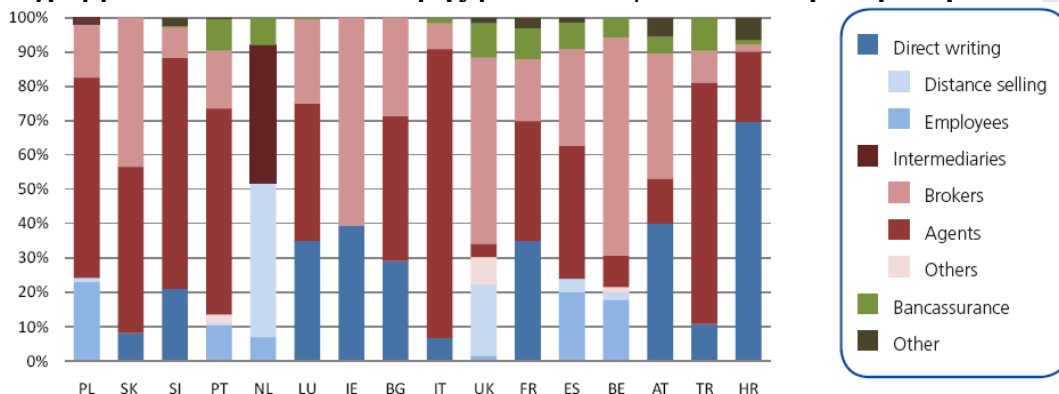
Το ποσοστό των αποκλειστικών πρακτόρων ποικίλλει ευρέως μεταξύ των χωρών της Ευρώπης σύμφωνα με την εκάστοτε τοπική πρακτική και την εθνική νομοθεσία. Για παράδειγμα, οι αποκλειστικοί πράκτορες κυριάρχησαν στην αγορά της Γερμανίας (με ποσοστό 58%) στον κλάδο αυτοκινήτου. Αξίζει να σημειώσουμε ότι οι αποκλειστικοί πράκτορες έχουν καταργηθεί πρόσφατα στην Ιταλία.

Οι μεσίτες παραμένουν λιγότερο σημαντικοί σε σχέση με τους πράκτορες στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες. Κυριαρχούν στις γενικές ασφαλίσεις σε μερικές χώρες όπως το Βέλγιο, η Ιρλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο, όπου κατείχαν μερίδιο μεγαλύτερο από το 50% των ασφαλιστρών για τους γενικούς κλάδους. Το μερίδιο αγοράς των μεσιτών μειώθηκε σε αυτές τις τρεις αγορές, ενώ παρέμεινε σταθερό ή ακόμα και ελαφρώς αυξανόμενο σε άλλες αγορές.

Το Bancassurance δεν είναι τόσο διαδεδομένο στις ασφαλίσεις των γενικών κλάδων και αντιπροσωπεύει λιγότερο από το 10% σε όλες τις χώρες. Το υψηλότερο μερίδιο αγοράς ήταν στην Τουρκία (9.7%), την Πορτογαλία (9.3%), το Ηνωμένο Βασίλειο (9.9%), τη Γαλλία (9.0%), την Ολλανδία (8%) και την Ισπανία (7.9%). Οι άλλες χώρες παρουσίασαν πολύ χαμηλότερα μερίδια αγοράς, μικρότερα από 5%, εκτός από το Βέλγιο (5.8%).

Οι χώρες με τα υψηλά ποσοστά bancassurance, όπως η Γαλλία, η Πορτογαλία και η Ισπανία, είχαν επίσης τα υψηλά ποσοστά διείσδυσης bancassurance στην ασφάλιση του κλάδου ζωής. Εντούτοις, η ανάπτυξη του bancassurance στην ασφάλιση κλάδου ζωής δεν εγγυάται την επιτυχία αυτού του καναλιού στην αγορά non – life, όπως συμβαίνει στην Ιταλία, όπου περισσότερο από τα δύο τρίτα των ασφαλιστρών ζωής παρήχθησαν από το δίκτυο bancassurance, ενώ στον κλάδο γενικών ασφαλίσεων το μερίδιο αγοράς ήταν λιγότερο από 2%. Η ύπαρξη ενός ισχυρού εναλλακτικού δικτύου (πράκτορες στην ιταλική περίπτωση) μπορεί να εξηγήσει μια τέτοια κατάσταση.

**Διάγραμμα 4.1 – Κανάλια διανομής γενικών ασφαλίσεων στην Ευρώπη – 2006**



Πηγή: CEA 2010, Insurance distribution channels in Europe No 39

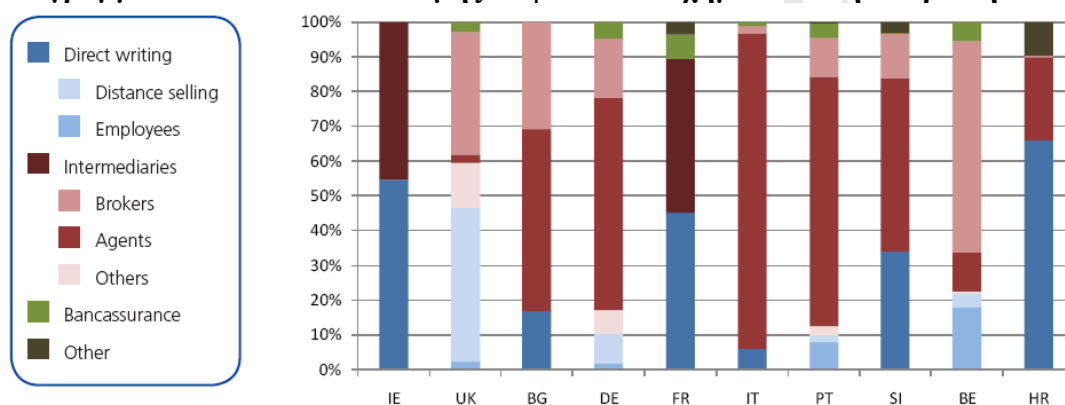
Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 4.1 η άμεση προώθηση, μέσω των ασφαλιστικών υπαλλήλων ή η πώληση από απόσταση, είναι η επικρατέστερη μέθοδος για αγορές όπως η Αυστρία (40%), η Κροατία (70%), η Ολλανδία (52%), η Νορβηγία και η Ελβετία. Στις περισσότερες χώρες οι άμεσες πωλήσεις γίνονται από τους ασφαλιστικούς υπαλλήλους. Οι πωλήσεις διαμέσου διαδικτύου, τηλεφώνου ή ταχυδρομείου δεν είχαν ιδιαίτερη σημασία για τις περισσότερες χώρες (το μερίδιο αγοράς αυτών των μεθόδων ήταν μικρότερο από 5%) με εξαίρεση την Ολλανδία (45%) και το Ηνωμένο Βασίλειο (21%). Το μεγάλο ποσοστό που καταγράφηκε στην Ολλανδία, οφείλεται μεταξύ άλλων παραγόντων στην ιδιωτικοποίηση της ασφάλισης υγείας όπου τα προϊόντα ασφάλισης υγείας πωλούνταν κυρίως μέσω της πώλησης από απόσταση. Στο Ηνωμένο Βασίλειο η ευρεία χρήση του διαδικτύου και του τηλεφώνου κυρίως για τις πωλήσεις προϊόντων ασφάλισης οχημάτων, εξηγεί το υψηλό ποσοστό.

### **Κλάδος ασφαλίσεων χερσαίων οχημάτων – στοιχεία έτους 2006**

Η διανομή των ασφαλίσεων στον κλάδο ασφάλισης των οχημάτων δεν διαφέρει κατά πολύ από την διανομή των ασφαλίσεων των προϊόντων γενικών ασφαλίσεων σαν σύνολο. Οι ασφαλιστικοί πράκτορες και οι μεσίτες και κυρίως οι πράκτορες κυριάρχησαν στην διανομή ασφαλίσεων κλάδου οχημάτων. Η άμεση προώθηση ήταν επίσης ένας σημαντικός δίαυλος προώθησης σε χώρες όπως η Κροατία, η Ιρλανδία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γαλλία. Τα ποσοστά μεριδίων αγοράς για την άμεση προώθηση και το κανάλι των διαμεσολαβούντων είναι περίπου τα ίδια και κυμαίνονται στο 45%.

Η πώληση από απόσταση στο Ηνωμένο Βασίλειο σημείωσε αύξηση 33% το έτος 2001 σε 44% το έτος 2006. Οι κύριοι λόγοι ήταν η ανάπτυξη του διαδικτύου και άλλων παραγόντων που επιτρέπουν τις συγκρίσεις τιμών των ασφαλιστικών προϊόντων οχημάτων μεταξύ των ασφαλιστικών, αφού τα συγκεκριμένα προϊόντα χαρακτηρίζονται από σχετική ομοιογένεια. Οι παράγοντες αυτοί έχουν οδηγήσει στην αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ της άμεσης προώθησης και των άλλων διαύλων διανομής. Οι πωλήσεις από απόσταση έχουν σημειώσει επίσης άνοδο, και τα ασφαλιστήρια συμβόλαια πωλούνται και από το τηλέφωνο.

**Διάγραμμα 4.2 – Κανάλια διανομής ασφαλίσεων οχημάτων στην Ευρώπη – 2006**



Πηγή: CEA 2010, Insurance distribution channels in Europe No 39

Στο διάγραμμα 4.2 απεικονίζεται η διανομή των ασφαλιστηρίων συμβολαίων του κλάδου αυτοκινήτων και πώς διακρίνονται στις διάφορες ευρωπαϊκές χώρες για τις οποίες έχουμε σχετικά στοιχεία.

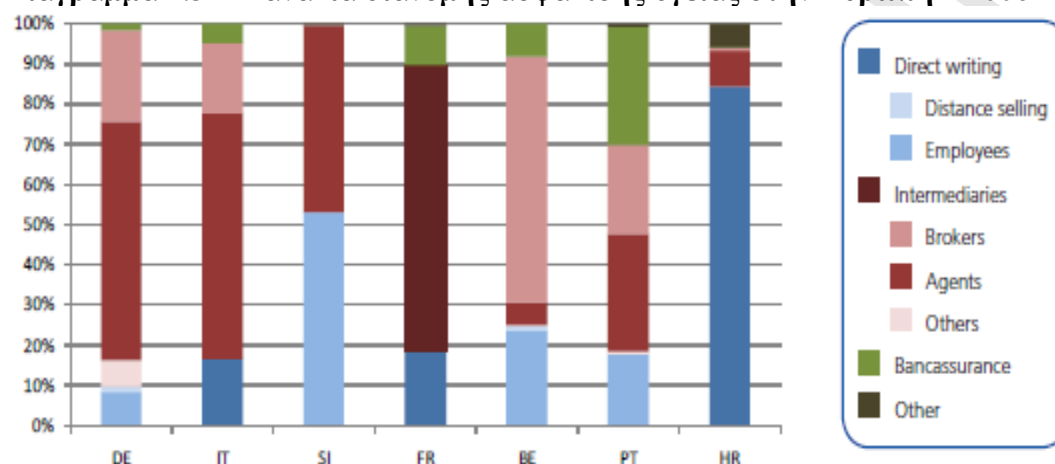
Ο κλάδος ασφάλισης αυτοκινήτων, που αποτελεί έναν από τους ανταγωνιστικούς κλάδους, έχει δοκιμάσει ανάπτυξη σε όλους τους νέους διαύλους διανομής, οι οποίοι ανταγωνίζονται με τους παραδοσιακότερους. Αυτοί οι νέοι δίαυλοι διανομής έχουν προκύψει με την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών αλλά και με τη χρήση άλλων δικτύων διανομής, όπως οι υπεραγορές, οι πωλητές αυτοκινήτων κ.α.

Εντούτοις, παρά το ρόλο των τραπεζών στη χρηματοδότηση αγοράς αυτοκινήτων (στις ανεπτυγμένες χώρες τα 2/3 των οχημάτων αγοράζονται με δάνεια τραπεζών), το μερίδιο αγοράς του bancassurance στη διανομή ασφάλισης αυτοκινήτων ήταν μάλλον χαμηλό, λιγότερο από 5% σε όλες τις χώρες εκτός από τη Γαλλία (7%) και το Βέλγιο (5.5%).

## Κλάδος ασφάλισης Υγείας – στοιχεία έτους 2006

Η διανομή της ασφάλισης του κλάδου υγείας είναι κατά προσέγγιση παρόμοια με αυτήν των αυτοκινήτων και άλλων γενικών ασφαλίσεων. Οι μεσάζοντες κυριάρχησαν στην αγορά, και στη συνέχεια ακολούθησε η μέθοδος της άμεσης προώθησης και το bancassurance.

Διάγραμμα 4.3 – Κανάλια διανομής ασφάλισης υγείας στην Ευρώπη – 2006



Πηγή: CEA 2010, Insurance distribution channels in Europe No 39

Όπως απεικονίζεται και στο διάγραμμα 4.3, στην Πορτογαλία, το bancassurance παρουσίασε υψηλό μερίδιο αγοράς στον κλάδο ασφάλισης της υγείας με ποσοστό σχεδόν 30%. Το μερίδιο αγοράς του Bancassurance με ποσοστό 9% για ολόκληρο τον κλάδο των γενικών ασφαλίσεων στην Πορτογαλία, οδηγήθηκε σε μεγάλο βαθμό από την υψηλή συμβολή του bancassurance στην παροχή ασφαλιστικών προϊόντων υγείας.

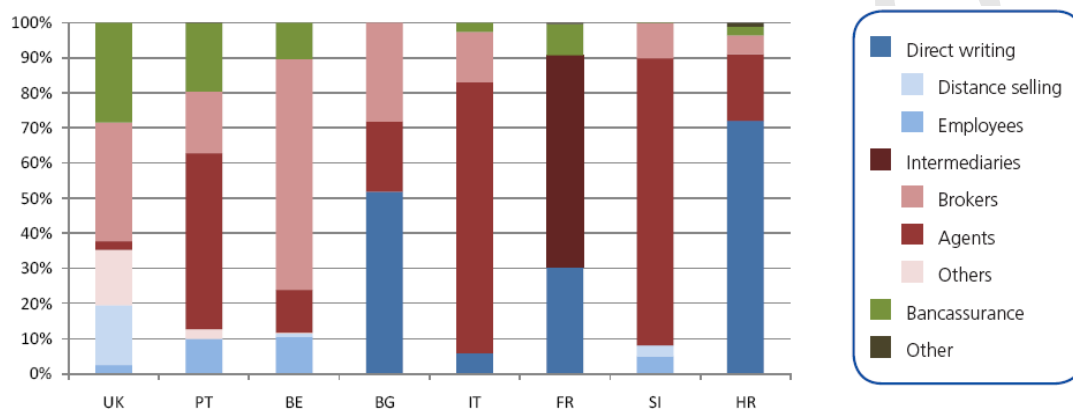
Στην Ολλανδία, παρά την έλλειψη συγκεκριμένων στοιχείων για την αγορά υγείας, φαίνεται ότι τα προϊόντα υγείας πωλήθηκαν κυρίως μέσω της άμεσης προώθησης και πιο συγκεκριμένα μέσω της πώλησης από απόσταση. Αυτό ισχύει κατά μεγάλο μέρος λόγω της ιδιωτικοποίησης το 2006 του δημοσίου συστήματος ασφάλισης υγείας, όπως αναφέραμε και προηγουμένως.



## Κλάδος ασφάλισης Περιουσίας – στοιχεία έτους 2006

Η διανομή της ασφάλισης στον κλάδο περιουσίας για τις διάφορες χώρες αντανακλά τη διανομή του συνόλου της ασφάλισης για τους γενικούς κλάδους. Εντούτοις, αξίζει να παρατηρήσουμε ορισμένα εθνικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα.

**Διάγραμμα 4.4 – Κανάλια διανομής ασφάλισης Περιουσίας στην Ευρώπη – 2006**



Πηγή: CEA 2010, Insurance distribution channels in Europe No 39

Το bancassurance, που αντιπροσώπευσε ποσοστό λιγότερο από 10% στους γενικούς κλάδους, διατήρησε υψηλά μερίδια αγοράς στο Ηνωμένο Βασίλειο (28%) και στην Πορτογαλία (19%). Γενικότερα, εμφανίστηκε ένα υψηλότερο μερίδιο αγοράς για το bancassurance στον κλάδο περιουσίας σε σχέση με ολόκληρη την αγορά non – life για τις περισσότερες από τις χώρες για τις οποίες έχουμε τα στοιχεία.

Όπως γίνεται εμφανές στο διάγραμμα 4.4, σε τρεις αγορές (δηλ. Βέλγιο, Γαλλία και Σλοβενία), το μερίδιο αγοράς των μεσαζόντων εμφανίστηκε επίσης υψηλότερο για τη διανομή της ασφάλισης περιουσίας σε σχέση με τη διανομή όλων των γενικών ασφαλίσεων. Αυτό μπορεί να εξηγηθεί από το γεγονός ότι ένα σημαντικό μέρος της ασφάλισης περιουσίας είναι αρκετά σύνθετο και απαιτεί καλύτερη γνώση και την αξιολόγηση του κινδύνου.

## Κλάδος ασφάλισης ζωής – στοιχεία έτους 2006

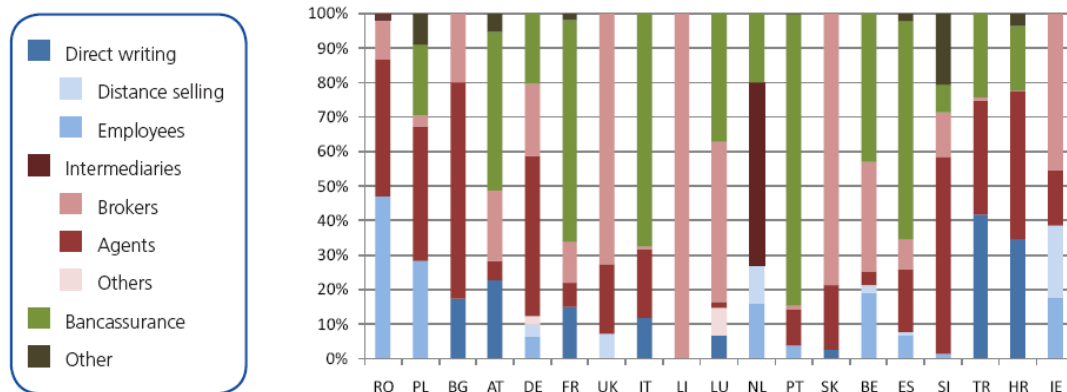
Το Bancassurance ήταν ο κύριος δίαυλος διανομής για τα ασφαλιστικά προϊόντα ζωής σε πολλές δυτικοευρωπαϊκές χώρες. Αντιπροσώπευσε ποσοστό έως 84.5% της

συνολικής ασφάλισης του κλάδου ζωής στην Πορτογαλία και απεικόνισε την ανάπτυξη ενός προτύπου που εξελίχθηκε στη δεκαετία του '90, το οποίο επέτρεψε την πρόσβαση σε έναν μεγάλο αριθμό πελατών σε κανονική βάση, σε συνδυασμό με την καλή γνώση των οικονομικών τους πόρων.

Το υψηλό ποσοστό διείσδυσης του bancassurance στη διανομή των ασφαλιστικών προϊόντων ζωής ίσχυε ιδιαίτερα για τα προϊόντα επένδυσης κεφαλαίου (unit – linked). Το Bancassurance για τα προϊόντα unit – linked αναπτύχθηκε ιδιαίτερα στην Ιταλία (91%), το Βέλγιο (74%), τη Γαλλία (65%) και την Κροατία (55%).

Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 4.5 ο ρόλος του bancassurance παρέμεινε, εντούτοις, περιορισμένος σε δύο μεγάλες δυτικές ευρωπαϊκές αγορές, τη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Στη Γερμανία, αυτή η χαμηλή διείσδυση (20%) μπορεί να αφορά το μεγάλο αριθμό μικρών και περιφερειακών τραπεζών, ο οποίος εμποδίζει τη γρήγορη και διαδεδομένη διανομή των τυποποιημένων προϊόντων σε όλη τη χώρα. Στο Ηνωμένο Βασίλειο τα οικονομικά ινστιτούτα αποτέλεσαν περίπου 17% των νέων μεμονωμένων πωλήσεων και μόνο το 2% των νέων πωλήσεων.

**Διάγραμμα 4.5 – Κανάλια διανομής ασφάλισης κλάδου ζωής στην Ευρώπη – 2006**



Πηγή: CEA 2010, Insurance distribution channels in Europe No 39

Χαμηλά μερίδια αγοράς για το κανάλι bancassurance παρατηρήθηκαν στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, Σλοβενία (8%), Πολωνία (21%) και Κροατία (19%). Αυτό συνδέεται πιθανώς με την πιο πρόσφατη ανάπτυξη του bancassurance και την αργή αύξηση του κλάδου ασφάλισης ζωής σε αυτές τις χώρες. Εντούτοις, λαμβάνοντας υπόψη τη γρήγορη επέκταση αυτού του καναλιού σε πολλές δυτικές χώρες, το

bancassurance αναμένεται να γίνεται όλο και πιο δημοφιλές και στις ανατολικό – ευρωπαϊκές αγορές.

Όπως συνέβη στον κλάδο των γενικών ασφαλίσεων, οι πράκτορες διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο και στη διανομή της ασφάλισης ζωής. Αυτό το υψηλό μερίδιο αγοράς εξηγείται από την ύπαρξη των μεγάλων δικτύων πρακτόρων που προσπαθούν να διανείμουν την ασφάλιση για τους κλάδους ζωής και γενικών ασφαλίσεων στους πελάτες. Οι πράκτορες ήταν ιδιαίτερα διαδεδομένοι στη Βουλγαρία (63%), τη Σλοβενία (57%), τη Γερμανία (46.5%), την Κροατία (43%), την Πολωνία (39%) και την Τουρκία (33%).

Οι μεσίτες κυριάρχησαν στον κλάδο ασφάλισης ζωής για τις αγορές του Ηνωμένου Βασιλείου (73%), της Σλοβακίας (79%), της Ιρλανδίας (45%) και του Λουξεμβούργου (46%). Η ισχυρή παρουσία των μεσιτών στην Ιρλανδία και στο Λουξεμβούργο μπορεί να σχετίζεται με το μεγάλο μέρος της ασφάλισης του κλάδου ζωής στο εξωτερικό και στηρίζεται στα δίκτυα των μεσιτών.

Η άμεση προώθηση εμφανίζεται να είναι λιγότερο ανεπτυγμένη στον κλάδο ασφάλισης ζωής σε σχέση με τους κλάδους γενικών ασφαλίσεων, αλλά συνέβαλε ουσιαστικά σε διάφορες χώρες όπως η Τουρκία (42%), η Ιρλανδία (38%) και η Κροατία (35%). Στις περισσότερες χώρες για τις οποίες έχουμε το διαχωρισμό για την διαμεσολάβηση μεταξύ των ασφαλιστικών υπαλλήλων και της πώλησης εξ αποστάσεως, η άμεση προώθηση πραγματοποιήθηκε ουσιαστικά μέσω των υπαλλήλων της επιχείρησης.

Το υψηλότερο μερίδιο αγοράς για την άμεση προώθηση μέσω της εξ αποστάσεως πώλησης ήταν στην Ιρλανδία (21%), το οποίο μπορεί επίσης να συνδεθεί με το υψηλό μερίδιο της ασφάλισης ζωής για το εξωτερικό. Στην Ολλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο, ποσοστά 11% και 7% αντίστοιχα για την ασφάλιση ζωής ήταν μέσω της εξ αποστάσεως πώλησης.

Οι άλλες αγορές από το δείγμα μας παρουσίασαν ποσοστά για την εξ αποστάσεως πώληση κάτω από 5%, απεικονίζοντας τη χαμηλή χρήση του διαδικτύου για την αγορά των σύνθετων ασφαλιστικών προϊόντων ζωής έναντι των γενικών ασφαλίσεων («non-life» «mass – market»), όπως οι ασφαλίσεις αυτοκίνητων, οι οποίες περιλαμβάνουν τα χαμηλότερα ποσά των χρημάτων. Τα ασφαλιστήρια συμβόλαια

ζωής που είναι γενικά σύνθετα προϊόντα, απαιτούν συχνά συμβουλές και ανάλυση από τους ενδιαμέσους για να εξασφαλίσουν οι αγοραστές ότι αγοράζουν το προϊόν που ανταποκρίνεται περισσότερο στις ανάγκες τους.

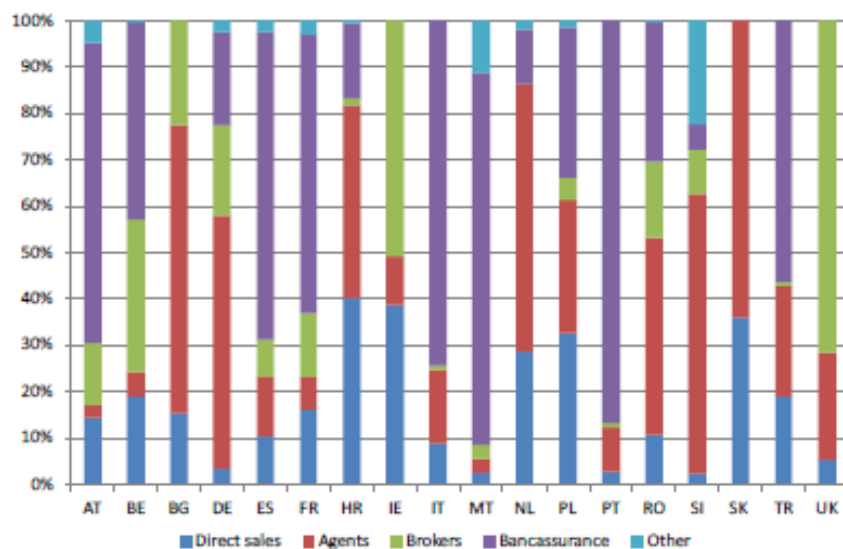
Το χαμηλότερο μερίδιο αγοράς για τις πωλήσεις εξ αποστάσεως, δεν σημαίνει ότι το διαδίκτυο δεν χρησιμοποιείται από τους αγοραστές για να συγκεντρώσουν πληροφορίες για την ασφαλιστική κάλυψη ή ότι δεν συγκρίνουν τις διάφορες προσφορές, αντιθέτως, πιθανόν καταδεικνύει μερικές δυσκολίες στην ασφάλιση μιας νέας σύμβασης μέσω αυτού του συγκεκριμένου καναλιού.

Στη συνέχεια λοιπόν, αναφερόμενοι στην ανάλυση της CEA (Δεκέμβριος 2011, με στοιχεία των Ευρωπαϊκών χωρών για το έτος 2009) θα δούμε πως διανέμεται η ασφάλιση στις χώρες της Ευρώπης με τη βοήθεια διαγραμμάτων, διαχωρίζοντας την ασφάλιση στους δύο βασικούς κλάδους ζωής και γενικών ασφαλίσεων

### **Κλάδος ασφάλισης ζωής – στοιχεία έτους 2009**

Το Bancassurance, που εισήχθη στην Ευρώπη μέσα στη δεκαετία του '80, είναι ο κύριος δίαυλος διανομής για τα ασφαλιστικά προϊόντα του κλάδου ζωής σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, με μερίδιο αγοράς που κυμαίνεται από 42% στο Βέλγιο ως 87% στην Πορτογαλία για το έτος 2009. Το διάγραμμα 4.6 δείχνει ότι το bancassurance είναι κυρίαρχο (δηλ. λογιστικά για περισσότερο από 50%) ιδιαίτερα στις νότιες ευρωπαϊκές χώρες καθώς επίσης και στην Αυστρία. Στις περισσότερες από αυτές τις αγορές υπήρξαν σημαντικές αυξήσεις στο μερίδιο του bancassurance το έτος 2009, η μεγαλύτερη αναφέρεται στην Αυστρία (από 52% σε 65%), την Τουρκία (από 46% σε 56%) και την Ιταλία (από 62% σε 74%). Οι περισσότερες από αυτές τις αλλαγές ήταν σε μεγάλο βαθμό εις βάρος του καναλιού των πρακτόρων. Στη Γαλλία, το μερίδιο αγοράς του bancassurance παρέμεινε σταθερό κατά 60% για το 2009. Μεταξύ των δυτικοευρωπαϊκών αγορών, για την Αγγλία το bancassurance αποτελεί μόνο το 15 – 20% για τις νέες επιχειρήσεις, η οποία αποτελεί την μεγαλύτερη ευρωπαϊκή ασφαλιστική αγορά για τον κλάδο ζωής. Στην Ανατολική Ευρώπη, το bancassurance δεν είναι γενικά διαδεδομένο, με την αξιοσημείωτη εξαίρεση της Πολωνίας, όπου τα ασφαλιστικά προϊόντα ζωής διανέμονται ομοιόμορφα μεταξύ των άμεσων πωλήσεων, των μεσαζόντων και του bancassurance.

**Διάγραμμα 4.6 – Κανάλια διανομής ασφάλισης κλάδου ζωής στην Ευρώπη – 2009**



*Notes:*

- Data for Germany and the UK refers to new business only
- For the UK, bancassurance is included in all other channels
- For the Netherlands and Slovakia, brokers are included with agents
- Data for Spain is from 2008

Πηγή: CEA 2011, European insurance in figures No 44

Από το διάγραμμα 4.6 συμπεραίνουμε ότι από τους δύο παραδοσιακούς τύπους μεσαζόντων – πράκτορες και μεσίτες – οι πράκτορες κατέχουν τη μερίδα του λέοντος στη διανομή των ασφαλιστικών προϊόντων ζωής στις περισσότερες χώρες. Οι πράκτορες είναι ιδιαίτερα διαδεδομένοι στη Βουλγαρία (62%), τη Σλοβενία (60%), τη Γερμανία (54%) και την Κροατία (42%). Στη Σλοβακία, η διάκριση μεταξύ των δύο μεσαζόντων δεν είναι πλέον διαθέσιμη, αλλά σύμφωνα με στοιχεία του έτους 2008, οι πράκτορες κατέχουν επίσης το μεγαλύτερο μερίδιο. Μεταξύ των ετών 2008 και 2009, το μερίδιο αγοράς που κατέχουν οι πράκτορες αυξήθηκε γενικά σε μικρό βαθμό, εκτός από στη Γερμανία όπου έχασε ένα μικρό ποσοστό. Εντούτοις η μεγαλύτερη αλλαγή εμφανίστηκε στη Σλοβενία, με ποσοστό μεγαλύτερο από 53% το 2008.

Οι μεσίτες κυριαρχούν στην διανομή ασφαλίσεων κλάδου ζωής στο Ηνωμένο Βασίλειο (72%) και στην Ιρλανδία (51%) και είναι επίσης δημοφιλείς στο Βέλγιο με μερίδιο αγοράς 33%. Στην Ολλανδία το μερίδιο για τους μεσίτες και τους πράκτορες μαζί αποτελεί το 58% για τον κλάδο ασφάλισης ζωής. Ετήσια, καμία πραγματική αλλαγή δεν παρατηρήθηκε στις αγορές που ερευνήθηκαν, εκτός από το Ηνωμένο

Βασίλειο όπου οι πράκτορες έχασαν μερίδιο 6 – 7% το οποίο είχαν κερδίσει το 2008 και αντιθέτως, στην Ιρλανδία όπου οι πράκτορες επανάκτησαν 3% το οποίο είχαν χάσει το προηγούμενο έτος.

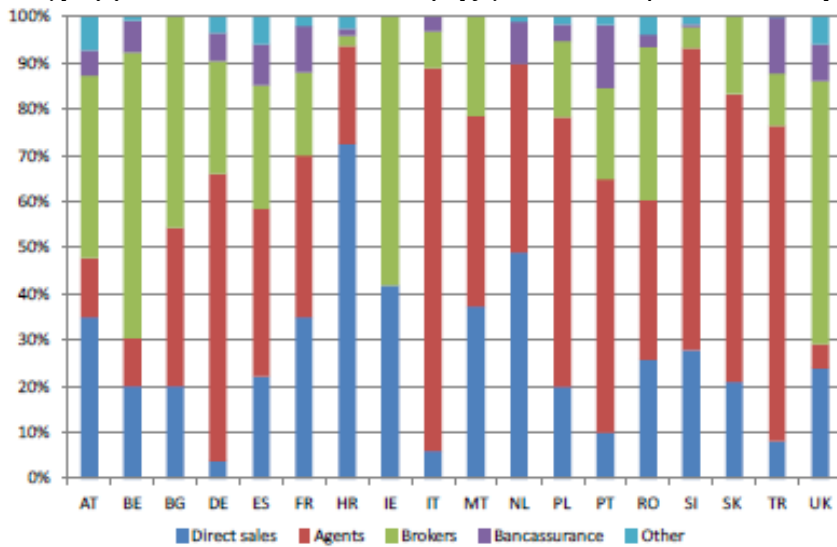
Σε καμία από τις αγορές που ερευνούνται δεν επικρατεί η άμεση προώθηση έναντι των άλλων διαύλων διανομής. Εν τούτοις, στην Κροατία το 40% των ασφαλιστρών ζωής διανέμονται μέσω της άμεσης προώθησης, παρά την υπεροχή των πρακτόρων. Το κανάλι της άμεσης προώθησης είναι επίσης πολύ δημοφιλές στην Ιρλανδία (39%), τη Σλοβακία (36%), την Πολωνία (33%) και την Ολλανδία (29%).

### **Κλάδος γενικών ασφαλίσεων – στοιχεία έτους 2009**

Όπως και στα προηγούμενα έτη, οι πράκτορες και οι μεσίτες συνεχίζουν να είναι οι μεγαλύτεροι προμηθευτές των ασφαλιστικών προϊόντων ζωής στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες. Η άμεση προώθηση εμφανίζεται να χρησιμοποιείται περισσότερο στον άψυχο τομέα των γενικών ασφαλίσεων, δεδομένου ότι για τέτοια προϊόντα είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος διάυλος διανομής μετά από τους μεσάζοντες. Ετησίως, για το έτος 2009 καμία σημαντική αλλαγή δεν έχει παρατηρηθεί από μελέτες προηγούμενων ετών, αν και στη Σλοβακία η άμεση προώθηση κέρδισε ποσοστό επιπλέον 9% το 2009 κυρίως εις βάρος των μεσιτών.

Όσον αφορά τη διάκριση μεταξύ των πρακτόρων και των μεσιτών, το διάγραμμα 4.7 απεικονίζει, όπως και στον τομέα της ασφάλισης ζωής, ότι οι πράκτορες κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιο στη διανομή των γενικών ασφαλίσεων. Παρά την πτώση στο μερίδιο αγοράς τους για το έτος 2009, οι πράκτορες συνεχίζουν να επικρατούν στην Ιταλία (83%), την Τουρκία (69%), τη Σλοβενία (65%) και την Πορτογαλία (55%). Αντιθέτως, στις χώρες όπως το Βέλγιο, η Ιρλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο, οι μεσίτες είναι κυρίαρχοι στις γενικές ασφαλίσεις με τις μετοχές αγοράς τους σε ποσοστά αντίστοιχα 62%, 58% και 57%.

**Διάγραμμα 4.7 – Κανάλια διανομής γενικών ασφαλίσεων στην Ευρώπη – 2009**



*Notes:*

- For the Netherlands, brokers are included with agents
- Data for Spain and the Netherlands is from 2008

Πηγή: CEA 2011, European insurance in figures No 44

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, σε αντίθεση με την προώθηση των πολύπλοκων ασφαλιστικών προϊόντων ζωής, η άμεση προώθηση με τις πωλήσεις μέσω των ασφαλιστικών υπαλλήλων και την πώληση από απόσταση, είναι σχετικά διαδεδομένη στη διανομή των γενικών ασφαλίσεων. Στην Κροατία (μερίδιο αγοράς 72%) και στην Ολλανδία (49%) η άμεση προώθηση αποτελεί τον κύριο δίαυλο διανομής για τις γενικές ασφαλίσεις. Η άμεση προώθηση διατηρεί υψηλό μερίδιο επίσης στην Ιρλανδία (42%), καθώς και στην Αυστρία και τη Γαλλία, οι οποίες και οι δύο κατέγραψαν μερίδιο αγοράς 35%.

Αν και ασφαλιστικά προϊόντα ζωής αγοράζονται κυρίως μέσω του bancassurance στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες, αυτό το κανάλι παίζει γενικά μια δευτερεύουσα μέθοδο στην προώθηση των γενικών ασφαλίσεων, ενώ στις αγορές των χωρών της κεντρικής και ανατολικής Ευρώπης τα ποσοστά του είναι ελάχιστα. Το διάγραμμα 4.7 δείχνει ότι το bancassurance παρουσιάζει ένα μέγιστο ποσοστό 14% του συνόλου. Αυτό το επίπεδο ρεκόρ αναφέρθηκε στην Πορτογαλία, όπου αυξήθηκε σχεδόν 4% κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους. Το Bancassurance είναι επίσης ο δημοφιλέστερος δίαυλος διανομής για τα ασφαλιστήρια συμβόλαια ζωής στην Πορτογαλία. Με αντίστοιχα μερίδια αγοράς 12% και 10%, η Τουρκία και η Γαλλία ακολουθούν την Πορτογαλία.

Στη συνέχεια θα παραθέσουμε την περιληπτική μελέτη της ομοσπονδίας CEA που αφορά την ασφαλιστική διαμεσολάβηση για τα νέα ατομικά και ομαδικά συμβόλαια στις ευρωπαϊκές χώρες, η οποία ολοκληρώθηκε τον Φεβρουάριο του 2012.

### **Κανάλια διανομής στα νέα ατομικά και ομαδικά ασφαλιστήρια κλάδου ζωής**

Οι χώρες που μελετήθηκαν στην ανάλυση της CEA (Φεβρουάριος 2012, CEA Executive summary) για τα νέα ατομικά ασφαλιστήρια κλάδου ζωής και πώς διανέμονται από τα διάφορα κανάλια, είναι η Ιταλία, το Λουξεμβούργο, η Ολλανδία, η Πορτογαλία, η Ρουμανία, η Σλοβακία, η Σλοβενία, και η Αγγλία.

Στον τομέα νέων ατομικών ασφαλίσεων κλάδου ζωής (new individual premiums), το bancassurance με μερίδιο αγοράς 85% αποτελεί το βασικό κανάλι διανομής για τα νέα ατομικά συμβόλαια στην Ιταλία και την Πορτογαλία. Στις υπόλοιπες χώρες του δείγματος, κυριαρχεί το κανάλι των διαμεσολαβητών. Οι πράκτορες υπερισχύουν αριθμητικά από τους μεσίτες, στον τομέα της διανομής ατομικής ασφάλισης ζωής στις περισσότερες χώρες. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, ωστόσο, οι μεσίτες επικρατούν στην ατομική ασφάλιση ζωής (78%) και στη Σλοβακία η διαμεσολάβηση γίνεται στο ίδιο ποσοστό τόσο από τους πράκτορες όσο και από τους μεσίτες. Η άμεση προώθηση (υπάλληλοι και πώληση από απόσταση) υπολογίζεται στο 2,5 % στην Ιταλία και στο 14 % στην Ολλανδία. Η πώληση από απόσταση δεν εμφανίζεται σχεδόν καθόλου στο συγκεκριμένο δείγμα, με εξαίρεση την Αγγλία (9%).

Για τις νέες ομαδικές ασφαλίσεις του κλάδου ζωής, οι χώρες που μελετήθηκαν είναι η Ολλανδία, η Ρουμανία, η Σλοβενία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Το κανάλι bancassurance που παρατηρήθηκε να επικρατεί στην ατομική ασφάλιση είναι λιγότερο διαδεδομένο στις ομαδικές ασφαλίσεις (group policies), καθώς στο δείγμα που εξετάζεται, μόνο στην Πορτογαλία το bancassurance είναι βασικό κανάλι διανομής (με ποσοστό 88%). Οι πράκτορες και οι μεσίτες κυριαρχούν στην Αγγλία, τη Ρουμανία και τη Σλοβενία. Στην Ολλανδία, η άμεση προώθηση επικρατεί με ποσοστό 57% και μετά ακολουθούν οι διαμεσολαβητές με ποσοστό 40%.



#### **4.4 Η Ασφαλιστική Διαμεσολάβηση στην Ευρώπη – Συγκριτική Ανάλυση μεταξύ των χωρών (Μέρος Β)**

Σε αυτή την παράγραφο, θα αναφερθούμε σε έναν άλλο μεγάλο οργανισμό, την BIPAR, η οποία είναι μία ευρωπαϊκή ομοσπονδία ασφαλιστικών μεσαζόντων, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα που εκπροσωπεί τους επαγγελματικούς συνδέσμους της ασφάλισης και τους οικονομικούς μεσάζοντες στην Ευρώπη. Τα μέλη της ομοσπονδίας αποτελούν προς το παρόν 46 εθνικές ενώσεις ασφάλισης, σε 31 χώρες, και αντιπροσωπεύει περίπου 80.000 ασφαλιστικούς πράκτορες (αυτοαπασχολούμενους), μεσίτες και οικονομικούς μεσάζοντες, που απασχολούν υπαλλήλους περίπου 250.000 άτομα στην ΕΕ. Η BIPAR ενεργεί σήμερα ως αναγνωρισμένη ενιαία δύναμη της ασφάλισης και των οικονομικών μεσαζόντων με τα ευρωπαϊκά όργανα.

Σύμφωνα με την BIPAR, η δυνατότητα των ασφαλιστικών να είναι οικονομικά ασφαλείς και ικανές ώστε να καλύψουν όλες τις έγκυρες αξιώσεις, είναι ζωτικής σημασίας και υψηλής σπουδαιότητας για τους πελάτες. Από αυτή την άποψη, σύμφωνα με την BIPAR, είναι ευθύνη των ασφαλιστικών εταιριών να εξασφαλίσουν ότι είναι ικανές οποιαδήποτε στιγμή να τηρήσουν τις δεσμεύσεις τους προς τους ασφαλισμένους τους. Ο ρόλος της επίβλεψης των ασφαλιστικών δραστηριοτήτων από το κράτος είναι να εξασφαλίζεται ότι οι ασφαλιστικές εταιρείες είναι σε θέση σε κάθε στιγμή να μπορούν να εκπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους και τα συμφέροντα των ασφαλισμένων να είναι προστατευμένα. Προτεραιότητα πρέπει να δίνεται στα μέτρα που ελέγχουν την φερεγγυότητα των ασφαλιστικών εταιριών, τα οποία βασίζονται στην αποτελεσματικότητα των συνετών προτύπων, ενώ οι επόπτες πρέπει να λαμβάνουν άμεσα μέτρα να ελαχιστοποιηθεί η ζημιά στο κοινό όταν κρίνεται απαραίτητο.

Σχεδόν σε όλα τα 20 κράτη μέλη της ΕΕ για τα οποία υπάρχουν αναλυτικές πληροφορίες για την σημασία των διαφορετικών διαύλων ασφαλιστικής διανομής, η ασφαλιστική διαμεσολάβηση (πράκτορες, μεσίτες, bancassurance και άλλοι μη – άμεσοι δίαυλοι διανομής πωλήσεων) είναι υπεύθυνη για ποσοστό περισσότερο από το 50% όλων των ασφαλιστρών (ζωής και γενικών):

- Συνολικά, σε αυτήν την ομάδα 20 κρατών μελών, οι μεσάζοντες συνετέλεσαν σε ποσοστό ελαφρώς μεγαλύτερο από το 80% όλων των ασφαλιστρών (ζωής και γενικών ασφαλίσεων) που συλλέχθηκαν το 2008 (πίνακας 3.1)
- Σε 7 από τα 20 κράτη μέλη, οι μεσάζοντες συνετέλεσαν σε ποσοστό 80% ή περισσότερο όλων των ασφαλιστρών.
- Επιπλέον, σε κανένα από αυτά τα κράτη μέλη το μερίδιο των μεσαζόντων για τα συνολικά ασφάλιστρα (ζωής και γενικών ασφαλίσεων) δεν είναι μικρότερο από 50%.

Ο παρακάτω πίνακας παραθέτει στοιχεία που αφορούν την ασφαλιστική διαμεσολάβηση στις διάφορες χώρες της Ευρώπης και αναφέρεται συγκεκριμένα στους διαμεσολαβούντες. Για την συνολική ασφάλιση (για όλους τους κλάδους) αλλά και για τον κάθε κλάδο ξεχωριστά (ζωής και γενικές ασφάλειες).

**Πίνακας 4.1 Μερίδιο αγοράς για τα κανάλια διαμεσολάβησης στην Ευρώπη – 2008**

Member State	Share of total insurance premiums (life and non-life) by the intermediary distribution channel (%)	Value of insurance premiums (life and non-life) originated by the intermediary distribution channel (€ million)	Share of total life insurance premiums originated by the intermediary distribution channel (%)	Share of total non-life insurance premiums originated by the intermediary distribution channel (%)
Austria	64.6	10,471	79.7	52.0
Belgium	80.5	23,558	80.8	79.8
Bulgaria <sup>2</sup>	75.2	688	64.9	77.1
Czech Republic		2,350		71.0
Cyprus				
Denmark				60.0
Estonia	52.2	194	18.0	70.0
Finland <sup>3</sup>	61.8	9,759	70.0	30.0
France	78.4	143,543	84.0	67.0
Germany	97.8	160,968	96.6	99.0
Greece				

Hungary				
Ireland	58.1	7,801	52.5	75
Italy	89.8	82,764	87.5	93.5
Latvia				
Lithuania	56.0	249	56.8	55.6
Luxembourg <sup>1</sup>	92.9	1,765	92.3	94.0
Malta	88.2	242	97.5	70.0
Netherlands	75.2	29,704	72.8	80.0
Poland	77.0	12,682	77.1	76.8
Portugal	91.9	14,080	93.6	87.4
Romania	75.4	1,843	96.0	70.0
Slovenia	86.4	1,745	97.8	81.1
Slovakia <sup>2</sup>	68.4	1,347	38.0	100
Spain	79.2	48,560	89.8	76.8
Sweden				100
United Kingdom	78.4	193,547	78.6	77.6
Total	81.0	786,201	81.0	81.0

Note: Unless otherwise specified, the estimates of the volume of life and non-life insurance premiums originated by insurance intermediaries is based on 2007 market share and actual premium collected in 2008. Notes regarding market shares of intermediaries: (1) New business for Germany (life and nonlife), Luxembourg (non-life), (2) 2009 data, (3) excluding workers' compensation insurance and statutory pension insurance

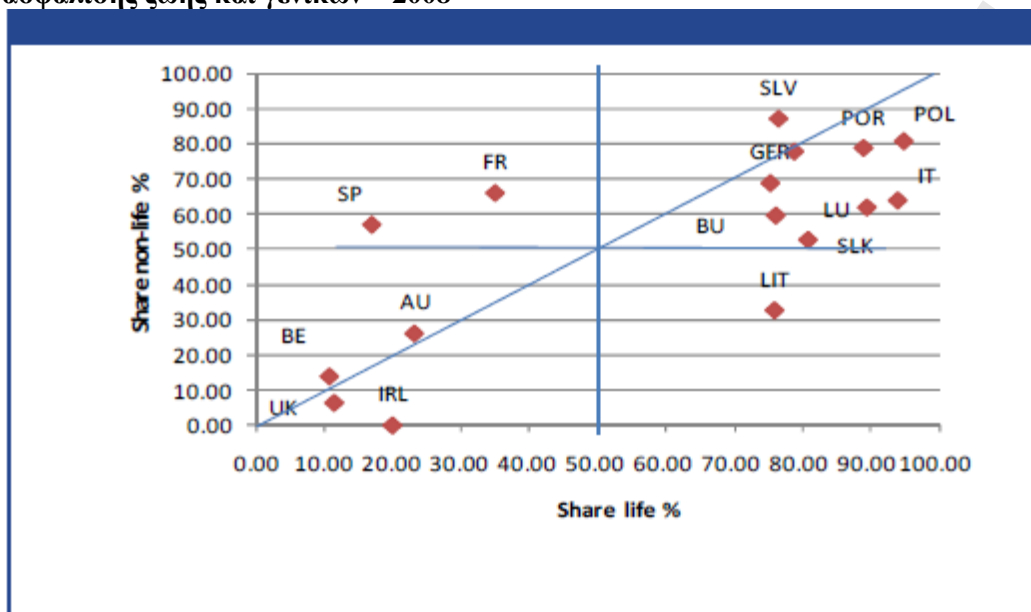
Source: London Economics based on BIPAR, its member associations and CEA (2009 and 2010)

Πηγή Bipar 2010, Insurance Intermediaries in Europe

Διακρίνοντας την ασφάλιση σε κλάδους ζωής και γενικών ασφαλίσεων, το κανάλι της διαμεσολάβησης σε 20 μέλη φαίνεται να είναι εξίσου σημαντικό και για του δύο κλάδους. Ωστόσο όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα η σημασία αυτή διαφέρει μεταξύ των διαφορετικών χωρών.

- Πιο συγκεκριμένα, το μερίδιο των διαμεσολαβητών είναι μεγαλύτερο για τον κλάδο ζωής σε σχέση με τις γενικές ασφαλίσεις στην Αυστρία, τη Φιλανδία, τη Γαλλία, τη Σλοβακία και την Ισπανία.
- Το μερίδιο είναι περίπου τι ίδιο για το Βέλγιο, τη Γερμανία, την Ιταλία, τη Λιθουανία, το Λουξεμβούργο, την Πολωνία και το Ηνωμένο Βασίλειο.
- Τέλος το μερίδιο των γενικών ασφαλίσεων είναι μεγαλύτερο σε σχέση με το αντίστοιχο του κλάδου ζωής για τη Βουλγαρία, την Εσθονία, την Ιρλανδία, τη Μάλτα, την Ολλανδία, την Ρουμανία και τη Σλοβενία.

Σχήμα 1 ποσοστό (%) των πρακτόρων για την διαμεσολάβηση στον κλάδο ασφάλισης ζωής και γενικών – 2008



Notes regarding market shares of intermediaries: (1) New business for Germany (life and nonlife), Luxembourg (non-life), (2) 2006 data for Bulgaria and Slovakia  
 Source: London Economics based on CEA (2009 and 2010)

Πηγή Bipar 2010, Insurance Intermediaries in Europe

Η σημασία των πρακτόρων και των μεσιτών ως ενδιάμεσο κανάλι διανομής της ασφάλισης ποικίλλει για τα ευρωπαϊκά κράτη μέλη.

Στην περίπτωση της ασφάλισης ζωής, το κανάλι των πρακτόρων είναι το σημαντικότερο στο σε 11 κράτη μέλη (Βουλγαρία, Γερμανία, Ιταλία, Λιθουανία, Λουξεμβούργο, Πολωνία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Σλοβακία, Σλοβενία και Ισπανία) των 16 κρατών μελών για τα οποία οι αναλυτικές πληροφορίες είναι διαθέσιμες. Αντίθετα, το κανάλι μεσιτών είναι το σημαντικότερο Αυστρία, Βέλγιο, Γαλλία, Ιρλανδία και Ηνωμένο Βασίλειο) (πίνακας 3.2).

Οι πράκτορες είναι επίσης το σημαντικότερο ενδιάμεσο κανάλι στην περίπτωση των γενικών ασφαλίσεων σε 11 κράτη μέλη (Βουλγαρία, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Πολωνία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Σλοβακία, Σλοβενία και Ισπανία), 10 εκ των οποίων εμφανίζουν το κανάλι των πρακτόρων να είναι επίσης το σημαντικότερο ενδιάμεσο κανάλι για την ασφάλιση ζωής. Αντίθετα το

κανάλι των μεσιτών είναι το σημαντικότερο ενδιάμεσο κανάλι στην Αυστρία, το Βέλγιο, την Ιρλανδία, τη Λιθουανία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Επιπλέον, ακόμα κι αν είναι το σημαντικότερο ενδιάμεσο κανάλι για την ασφάλιση ζωής και των γενικών ασφαλίσεων σε πολλές χώρες, χαρακτηριστικά το μερίδιο αγοράς για το κανάλι των πρακτόρων είναι κάπως μικρότερο στην περίπτωση των γενικών ασφαλίσεων σε σχέση με την ασφάλιση ζωής (σχήμα 1).

Η κύρια εξαίρεση είναι Γαλλία όπου παρατηρείται το αντίθετο φαινόμενο.

**Πίνακας 4.2 Μερίδιο αγοράς πρακτόρων και μεσιτών στην ασφαλιστική διαμεσολάβηση στην Ευρώπη – 2008**

Country	Life insurance		Non-life insurance	
	Share of agents in intermediary channel - %	Share of brokers in intermediary channel - %	Share of agents in intermediary channel - %	Share of brokers in intermediary channel - %
Austria	23.2	76.8	26.1	73.9
Belgium	10.8	89.2	13.9	86.1
Bulgaria <sup>1</sup>	76.0	24.0	59.6	40.4
France	35.0	65.0	66.0	34.0
Germany <sup>2</sup>	75.2	24.8	68.8	31.3
Ireland	20.0	80.0	0.0	100.0
Italy	93.8	6.2	63.9 <sup>4</sup>	27.4 <sup>4</sup>
Lithuania	75.8	24.2	32.7	67.4
Luxembourg <sup>1</sup>	89.3	10.7	61.9	38.1
Poland	94.7	5.3	80.7	19.3
Portugal	88.8	11.2	78.8	21.2
Romania	78.7	21.3	77.8	22.2
Slovenia	76.4	23.6	87.1	12.9
Slovakia <sup>1</sup>	80.7	19.3	52.7	47.3
Spain <sup>2</sup>	17.0	5.2	57.0	24.6
United Kingdom	11.5	88.5	6.4	93.6

Notes regarding market shares of intermediaries: (1) New business for Germany (life and nonlife), Luxembourg (non-life). (2) 2006 data for Bulgaria, Slovakia and Spain (4) In the case of Italy, the market share of brokers' business is underestimated in the CEA statistics as a large share of the premiums (about 19%) is paid to agents and not directly to the companies. The Italian Association of Insurance Companies notes in its Annual Report that adjusting the data by allocating to the brokers rather than to the agents the premiums paid by brokers to agents increases significantly the brokers' share of non-life premiums collected (by more than 25 percentage points) and reduces that of agents concomitantly by the same amount. Such adjusted figures are reported in the table for non-life

Source: London Economics based on BIPAR, its member associations and CEA (2009 and 2010)

Πηγή Bipar 2010, Insurance Intermediaries in Europe

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

### 5.1 Συμπεράσματα

Βλέποντας τις διάφορες μελέτες που αφορούν την ασφαλιστική διαμεσολάβηση των διαφόρων προϊόντων και πως διακρίνεται στα διάφορα μέλη της Ευρώπης, συμπεραίνουμε ότι όπως σε διάφορες άλλες χώρες, έτσι και στην Ευρώπη οι μεσάζοντες (πράκτορες ή μεσίτες) και πιο συγκεκριμένα οι πράκτορες κυριάρχησαν στον κλάδο γενικών ασφαλίσεων. Η άμεση προώθηση, που περιλαμβάνει την πώληση από τους ασφαλιστικούς υπαλλήλους καθώς και την πώληση εξ απόστάσεως (διαδίκτυο, τηλέφωνο, κ.λπ.) παρουσίασε υψηλό μερίδιο αγοράς και επεκτάθηκε σε διάφορες χώρες. Πιο συγκεκριμένα, οι πωλήσεις από απόσταση κέρδισαν σημαντικά μερίδια αγοράς σε χώρες όπως το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ολλανδία όπου κράτησαν ένα επίπεδο περίπου 50% στην ασφάλιση αυτοκινήτων.

Το κανάλι bancassurance παρέμεινε σε χαμηλό επίπεδο στους γενικούς κλάδους αλλά κυριάρχησε στον κλάδο ασφάλισης ζωής σε πολλές ασφαλιστικές αγορές της Ευρώπης. Κατά μέσον όρο, τα οφέλη bancassurance προέρχονται από τα χαμηλότερα κόστη διανομής και αποτελούν ένα ικανοποιητικό συμπλήρωμα της τραπεζικής δραστηριότητας.

Η ανάπτυξη των νέων καναλιών όπως οι υπεραγορές, το διαδίκτυο και τα τηλεφωνικά κέντρα παράλληλα με τη διατήρηση των παραδοσιακών δικτύων όπως οι πράκτορες και οι μεσίτες καταδεικνύει την επιθυμία των ασφαλιστικών εταιριών για τις πολύ – διαυλικές στρατηγικές για την προσέγγιση των πελατών. Αυτή η στρατηγική γίνεται απαραίτητη για τους πελάτες λόγω της αυξανόμενης αστάθειας της αγοράς και διαβρώνει το μερίδιο αγοράς των κυρίαρχων καναλιών, των οποίων τα επίπεδα εισοδήματος ασφαλίστρου παραμένουν σε γενικό βαθμό σταθερά.

Μεταξύ των δύο διαφορετικών στατιστικών μελετών της CEA (με στοιχεία των χωρών για τα έτη 2006 και 2009), δεν διακρίνουμε σημαντικές μεταβολές για τα κανάλια διανομής που χρησιμοποιούνται στις διάφορες ευρωπαϊκές χώρες. Για παράδειγμα στον κλάδο ζωής το κανάλι των μεσιτών έχει μερίδιο περίπου 70% και για τα δύο

διαγράμματα, κάτι αντίστοιχο συμβαίνει με την Ιταλία στην οποία το μερίδιο αγοράς του bancassurance αντιστοιχεί σε ποσοστό 70% για τα δύο έτη, για την Πορτογαλία το Bancassurance είναι επίσης στο 90% και για τα δύο διαγράμματα. Στον κλάδο γενικών ασφαλίσεων έχουμε χαρακτηριστικά παραδείγματα την Κροατία με ποσοστό περίπου 70 % για το κανάλι της άμεσης προώθησης και για τα δύο έτη και την Ιταλία με ποσοστό 85% για τους μεσίτες για τα έτη 2006 και 2009.

Βλέπουμε λοιπόν την νέα τάση των πραγμάτων στον τομέα της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης και τη χρήση νέων και συνεχώς αναπτυσσόμενων καναλιών διανομής ως απόρροια των τεχνολογικών και κοινωνικών εξελίξεων, με αποτέλεσμα οι ασφαλιστικές εταιρίες και οι ασφαλισμένοι να έχουν τη δυνατότητα επιλογής για την χρησιμοποιήσουν ή όχι των διαμεσολαβούντων. Η ασφαλιστική αγορά είναι από τη φύση της πολύ ανταγωνιστική και περιλαμβάνει πολλούς «παίκτες». Ο μεγαλύτερος ανταγωνισμός που αντιμετωπίζει ένας διαμεσολαβητής προκύπτει από τα άλλα εναλλακτικά κανάλια διανομής της ασφάλισης, εφόσον δεν υπάρχουν εμπόδια στην μετάβαση των ασφαλισμένων από τον ένα τύπο καναλιού σε άλλον. Η διαμεσολάβηση συνεισφέρει στην αποδοτικότητα σε όλες τις φάσεις της ασφαλιστικής διαδικασίας, εξυπηρετεί τους ασφαλισμένους και τις ασφαλιστικές εταιρίες στον τομέα της επικοινωνίας. (Bipar, Οκτώβριος 2011)

Η παραπάνω φράση δείχνει ότι η διαμεσολάβηση συνεισφέρει σε όλες τις φάσεις της ασφάλισης δηλαδή οι διαμεσολαβητές αποτελούν δίαυλο μεταξύ της ασφαλιστικής και των πελατών, εξυπηρετούν τις ασφαλιστικές και τους πελάτες στην προετοιμασία και την σύναψη του συμβολαίου, και στη συνέχεια παραδίδουν το συμβόλαιο και αναλαμβάνουν την μετέπειτα εξυπηρέτηση. Οι πελάτες μπορούν να αλλάξουν το κανάλι διανομής όποια στιγμή το επιθυμήσουν.

Από τις διάφορες στατιστικές μελέτες βλέπουμε μεγάλη ποικιλία μεταξύ των Ευρωπαϊκών χωρών - μελών στα ποσοστά των διαφόρων ασφαλιστικών καναλιών διανομής. Ο αριθμός των διαμεσολαβητικών εταιριών δεν φαίνεται να σχετίζεται συστηματικά στο μέγεθος και στο επίπεδο εισοδήματος των διαφόρων μελών. Αυτό συμβαίνει διότι σε ορισμένες χώρες - μέλη υπάρχει παράδοση για τους διαμεσολαβητές να παρέχουν υπηρεσίες στους πελάτες σε αντίθεση με άλλες χώρες. (Bipar, London Economics, 2010).

Ολοκληρώνοντας τη μελέτη μας, παραθέτουμε τον παρακάτω πίνακα όπου αναφέρονται τα διαφορετικά κανάλια διανομής της ασφάλισης και τα μερίδια αγοράς τους για τη διάφορα μέλη της Ευρώπης. Τα στοιχεία του πίνακα αφορούν τον κλάδο γενικών ασφαλίσεων για επιλεγμένες χώρες που διαθέτουμε σχετικά στοιχεία επεξεργασίας. Ακολουθεί ο πίνακας 5.1 όπως προκύπτει από την ανάλυση της Bipar, Φεβρουάριος 2010.

**Πίνακας 5.1** Μερίδιο αγοράς (%) για τα διάφορα κανάλια διανομής στην Ευρώπη (non-life insurance)

	Insurance Intermediaries (brokers+agents)	Banks/Post Offices	Direct Insurance	Other
Austria	48	5	43	4
Belgium	73.4	6.3	20.2	-
Czech Republic	65	3	29	3
Denmark	15	5	40	40
Estonia	60	10	30	
Finland	15	10	70	5
France	53	9	33	3
Germany	87	5	1	7
Greece	88			12.5
Ireland	75		25	
Italy	91.5	2	6.5	0.1
Lithuania	36	0	48	15
Luxembourg	80	3	6	11
Malta	60		30	10
Netherlands	42	17	38	3
Poland	69.3	7.4	23.2	0.1
Portugal	70.6	9.9	12.6	6.9
Romania	60	10	30	-
Slovakia	59			41
Spain	61.53	8.48	18.21	11.78
Sweden	55			45
UK	Personal lines: 42 Commercial lines: 88	Pers.: 16 Comm.: 0	Pers.: 31 Comm.: 9	Pers.: 11 Comm.: 3

Πηγή: National associations, members of Bipar (εκτιμήσεις Φεβρουάριος 2010)



Πανεπιστήμιο Πειραιώς

# Παράρτημα 1

**Άμεση προώθηση:** Η Ασφάλιση που διανέμεται από τις ασφαλιστικές εταιρείες, χωρίς μεσάζοντες, μέσω της χρήσης του άμεσου μάρκετινγκ. Αυτό το κανάλι είναι χωρισμένο στις κατηγορίες:

Υπάλληλοι – η επιχείρηση διαθέτει διοικητική δύναμη και υποκαταστήματα

Πώληση εξ' αποστάσεως – τηλεφωνικά κέντρα, διαδίκτυο, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο

Διαμεσολαβητές διακρίνονται σε:

Πράκτορες – διαμεσολαβητές που εκπροσωπούν τα συμφέροντα της ασφαλιστικής

→ Αποκλειστικοί πράκτορες – διαμεσολαβητές που ουσιαστικά λειτουργούν ως πράκτορες σε συνεργασία με μία συγκεκριμένη ασφαλιστική

→ Multi-tied πράκτορες – διαμεσολαβητές που λειτουργούν ως πράκτορες σε συνεργασία με περισσότερες ασφαλιστικές κάτω από διαφορετικές συμβάσεις.

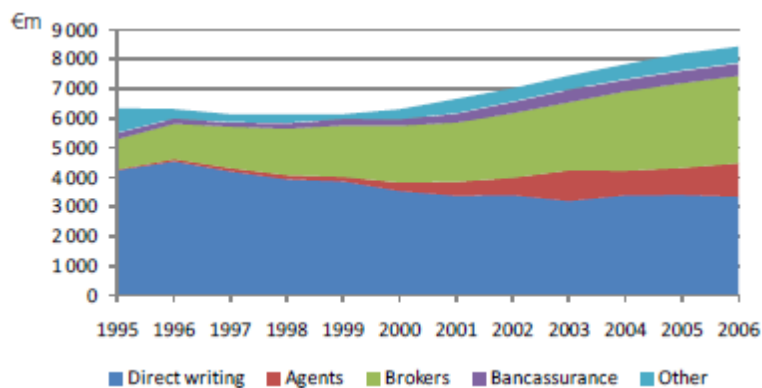
- Μεσίτες – διαμεσολαβητές που υποστηρίζουν τα συμφέροντα του ασφαλισμένου
- Άλλοι διαμεσολαβητές – Μεσάζοντες όπως οι ομάδες συγγένειας, οι πωλητές αυτοκινήτων, οι κτηματομεσίτες, τα γραφεία ταξιδίων, κ.λπ.
- Bancassurance – η ασφάλιση μέσω τραπεζών και χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, τα οποία λειτουργούν ως πράκτορες ή μεσίτες.

Πηγή: CEA 2011, EUROPEAN INSURANCE IN FIGURES No 44

## Παράρτημα 2

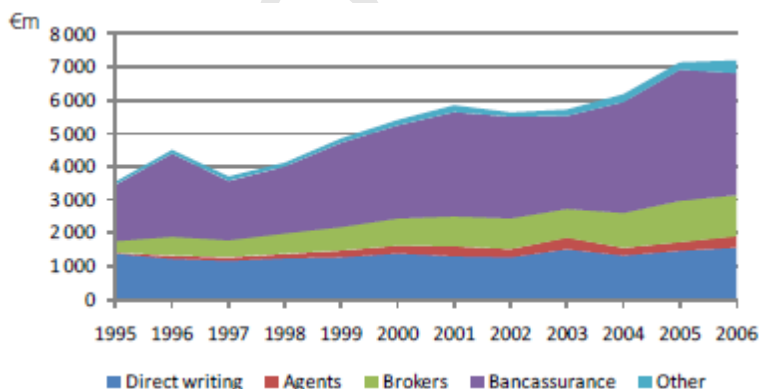
Αυστρία

Non – life



Το 2006 τα έσοδα των ασφαλιστρών για τους γενικούς κλάδους ανήλθαν σε 8 δις €. Σε αυτήν την αγορά κυριάρχησε η άμεση προώθηση, η οποία συνέβαλε στο 40% των συνολικών ασφαλιστρών. Εντούτοις, το μερίδιο αγοράς αυτού του καναλιού είχε σταδιακή μείωση από το 1996, όπου αντιπροσώπευε το 72% της αγοράς. Αυτή η πτωτική τάση έχει ωφελήσει τους μεσάζοντες (μεσίτες και πράκτορες), οι οποίοι αυξήθηκαν από ποσοστό μικρότερο από 20% για το 1995 σε σχεδόν 50% για το 2006. Το Bancassurance παρέμεινε σε χαμηλότερο επίπεδο, κοντά στο 5%.

Life

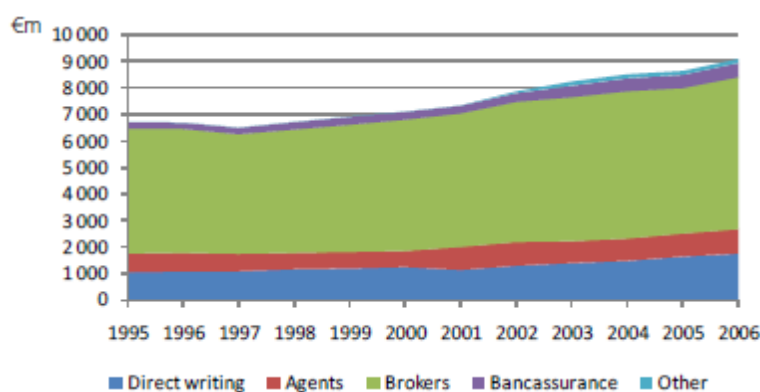


Τα ασφαλιστικά προϊόντα ζωής στην Αυστρία διανέμονται κυρίως μέσω του bancassurance, που αντιπροσωπεύει ποσοστό περίπου 51% του συνολικού ασφαλιστρών για το 2006, ενώ το ποσοστό αυτό ήταν μικρότερο από 55% για το 2005 το ο-

ποίο επηρεάστηκε από την επιβράδυνση στην αύξηση του συνολικού ασφαλιστρού ζωής όπως συνέβη για το 1997 και το 2003. Η μείωση στο μερίδιο αγοράς του καναλιού bancassurance το 2006 ωφέλησε κυρίως το κανάλι της άμεσης προώθησης το οποίο κέρδισε περισσότερες από μια ποσοστιαίες μονάδες του μεριδίου αγοράς.

## Βέλγιο

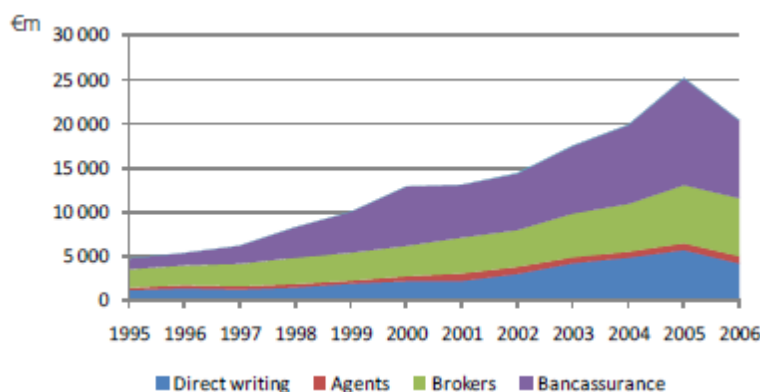
### Non – life



Με μερίδιο αγοράς περισσότερο από 63% για το έτος 2006, το κανάλι των μεσιτών κυριάρχησε στην αγορά των γενικών ασφαλίσεων, αν και το μερίδιο αγοράς είχε μειωθεί ελαφρώς στην προηγούμενη δεκαετία. Το μερίδιο αγοράς για το κανάλι της άμεσης προώθησης (κυρίως ασφαλιστικοί υπάλληλοι) παρουσίασε σταθερή αύξηση με ποσοστό 19% για το 2006, ενώ το μερίδιο των πρακτόρων μειώθηκε σταθερά για τα 10 έτη, με ποσοστό 10% για το 2006. Αντιθέτως, το κανάλι του bancassurance αύξησε ελαφρώς το μερίδιο αγοράς του από ποσοστό μικρότερο από 3.5% το 1995 σε 6% το 2006. Αυτή η εξέλιξη εμφανίστηκε κυρίως στη διανομή των τυποποιημένων προϊόντων που σχεδιάστηκαν συγκεκριμένα για τις οικογένειες (αυτοκίνητο, περιουσία, αστική ευθύνη) τα οποία αγοράζονται συχνά με άλλα οικονομικά προϊόντα όπως τα δάνεια.

## Life

Το σύνολο των ασφαλιστρών ζωής στο Βέλγιο εμφάνισε σημαντική αύξηση μεταξύ των ετών 1995 και 2005.



Αυτή η αύξηση χαρακτηρίστηκε από την ισχυρή ανάπτυξη του bancassurance, του οποίου το μερίδιο αγοράς αυξήθηκε από 24% το 1995 σε 48% το 2005. Το bancassurance ήταν σημαντικότερο στη διανομή των unit – linked προϊόντων, όπου κράτησε περίπου το 76% της αγοράς, σε σχέση με τη διανομή της ασφάλισης ζωής (46%).

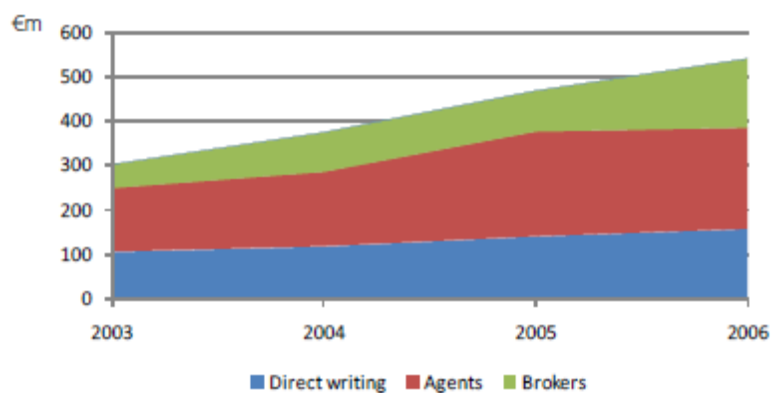
Το 2006, η εισαγωγή ενός φόρου στα ασφαλιστρα ζωής μείωσε σημαντικά το μέγεθος της αγοράς και έπληξε ιδιαίτερα το bancassurance, του οποίου το μερίδιο αγοράς ελαττώθηκε από 48% σε 43%. Το σχετικό μερίδιο των μεσιτών μειώθηκε σταθερά μέχρι το 2005 δεδομένου ότι το bancassurance αναπτυσσόταν σε ένα γρηγορότερο ποσοστό. Εντούτοις, οι μεσίτες που ανταποκρίθηκαν περισσότερο το 2006. Αυτό μπορεί εν μέρει να εξηγηθεί από το γεγονός ότι το bancassurance πρόσφερε τα εναλλακτικά τραπεζικά προϊόντα ενώ αυτό δεν ήταν το βασικό αντικείμενο των μεσιτών. Η άμεση προώθηση (συμπεριλαμβανομένου ενός σημαντικού μεριδίου των ασφαλιστικών υπαλλήλων) κυριάρχησε σε ποσοστό σχεδόν 20% της συνολικής αγοράς ζωής

## Βουλγαρία

### Non – life

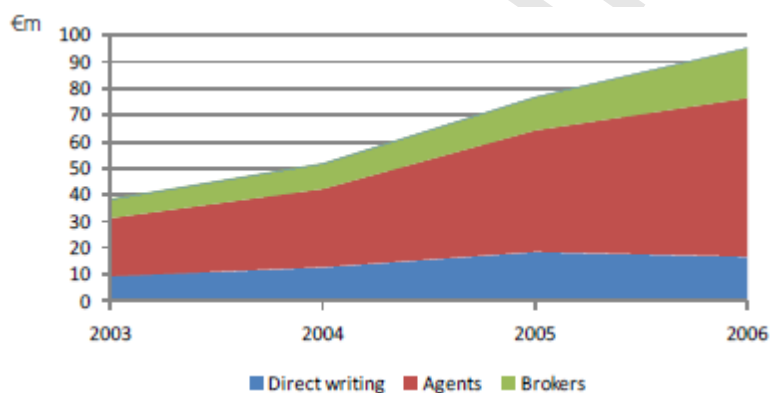
Με μερίδιο αγοράς 71%, το παραδοσιακό κανάλι των διαμεσολαβούντων (μεσίτες και πράκτορες) κυριάρχησε στον όγκο των δραστηριοτήτων των γενικών ασφαλίσεων

στη Βουλγαρία το 2006. Οι περισσότεροι από τους μεσάζοντες ήταν πράκτορες, το μερίδιο των οποίων αποτέλεσε το 42% της αγοράς το 2006 σε αντίθεση με το ποσοστό 48% για το 2003.



Κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου, το μερίδιο των μεσιτών ανήλθε από 17.5% σε 29%. Το μερίδιο αγοράς της άμεσης προώθησης αποτέλεσε το υπόλοιπο 29% μετά από τη σταθερή μείωση κατά τη διάρκεια των προηγούμενων τριών ετών.

## Life



Η διανομή των προϊόντων ζωής επέδειξε ένα παρόμοιο σχέδιο και στον κλάδο ασφάλισης ζωής. Οι πράκτορες κυριάρχησαν στη διανομή με μερίδιο αγοράς 63%, που ακολουθήθηκε με τους μεσίτες (20%) και την άμεση προώθηση (17%).

## Κροατία

### Non – life

Διανομή της non-life ασφάλισης στην Κροατία-2007 (%)

Άμεση προώθηση	69,8
Πράκτορες	20,3
Μεσίτες	2,3
Bancassurance	1
Άλλα	6,6

Το 2007 η άμεση προώθηση κυριάρχησε στην κροατική αγορά γενικών ασφαλίσεων με ποσοστό μεριδίου αγοράς σχεδόν 70%. Μεταξύ των μεσαζόντων, το μερίδιο των πρακτόρων αποτέλεσε το 20% της αγοράς και των μεσιτών μόνο το 2%. Το Bancassurance δεν είχε ευρεία διάδοση και το μερίδιο αγοράς του ήταν μόνο 1%.

### Life

Διανομή της life ασφάλισης στην Κροατία-2007 (%)

Άμεση προώθηση	34,7
Πράκτορες	42,7
Μεσίτες	0,4
Bancassurance	18,7
Άλλα	3,5

Στην ασφάλιση του κλάδου ζωής, οι υπάλληλοι και η άμεση προώθηση διατήρησαν μεγάλο ποσοστό μεριδίου αγοράς ίσο με 35%, αλλά οι πράκτορες κυριάρχησαν με 43%. Το Bancassurance αναπτύχθηκε πολύ περισσότερο στον κλάδο ασφάλισης ζωής σε σχέση με τους γενικούς κλάδους και το μερίδιο του αποτέλεσε το 19% της αγοράς. Οι μεσίτες διαδραμάτισαν έναν αμελητέο ρόλο στη διανομή των ασφαλίσεων ζωής.

## Κύπρος

Η κυπριακή ασφαλιστική βιομηχανία είναι μια μικρή αγορά που εξελίσσεται σε ένα διεθνές και πολύ ανταγωνιστικό περιβάλλον. Παραδοσιακά αποτελεί ακόμα μια ισχυρή αγορά αντιπροσωπειών. Εντούτοις, με την αυξανόμενη επιρροή των ελεγχόμενων από τις τράπεζες ασφαλιστικών εταιρειών, τα τελευταία χρόνια το bancassurance έχει γίνει επίσης ένας εξελισσόμενος δίαυλος διανομής.

Οι μεσίτες δεν είναι ένα χαρακτηριστικό γνώρισμα της αγοράς. Η θέση του μεσίτη εισήχθη νόμιμα μόνο το 2004. Εντούτοις, να παρατηρήσουμε ότι αφού η Κύπρος προσχώρησε στην ΕΕ, πολλοί ευρωπαϊκοί μεσίτες έχουν υπαχθεί κάτω από την ελευθερία των κανόνων υπηρεσιών και έχουν αρχίσει τον ανταγωνισμό στην αγορά, κυρίως στα μεγάλα προγράμματα.

Οι τηλε – πωλήσεις και οι πωλήσεις μέσω του διαδικτύου είναι μέρος των δραστηριοτήτων των μεγάλων επιχειρήσεων. Εντούτοις, το ηλεκτρονικό εμπόριο παρουσιάζει σημάδια μικρότερων δυνατοτήτων στον ασφαλιστικό τομέα και οι έρευνες αγοράς δίνουν προτίμηση στην προσωπική επαφή.

## Τσεχία

Ο νόμος για τους ασφαλιστικούς μεσάζοντες και του ανεξάρτητου καθορισμού ζημιών (Act on Insurance Intermediaries and Independent Loss Adjusters), που τέθηκε σε ισχύ την 1η Ιανουαρίου 2005, άλλαξε τους νομικούς όρους για τις ενδιάμεσες δραστηριότητες. Από τις 6 Φεβρουαρίου 2006, 36 810 ασφαλιστικοί μεσάζοντες των διαφορετικών κατηγοριών ασφάλισης εγγράφηκαν.

Η νέα επιχείρηση από τα μέλη της τσεχικής ασφαλιστικής ένωσης, ČAP, ανήλθε σε 1.2 δις € το 2003 και το μερίδιο αγοράς των ασφαλιστικών μεσαζόντων ήταν 79% (πράκτορες 57%, μεσίτες 22%). Οι άλλοι δίαυλοι διανομής που χρησιμοποιήθηκαν από τις ασφαλιστικές εταιρείες ήταν το bancassurance, έμποροι αυτοκινήτων, γραφεία ταξιδιών, το ταχυδρομείο, το διαδίκτυο και τα τηλεφωνικά κέντρα.

## Δανία

Μεγάλο ποσοστό των ασφαλιστικών προϊόντων για τους κλάδους ασφάλισης ζωής και γενικών ασφαλίσεων πωλήθηκε από υπαλλήλους των επιχειρήσεων μέσω των τηλεφωνικών κέντρων εξυπηρέτησης, του διαδικτύου και των τοπικών γραφείων. Οι άλλοι δίαυλοι διανομής ήταν το bancassurance και οι μεσίτες, οι τελευταίοι καλούνται κυρίως από τους μεγάλους πελάτες προκειμένου να προτείνουν καλύτερες τιμές.



Η νέα νομοθεσία για την ασφαλιστική μεσολάβηση (Νο524 της 7ης Ιουνίου 2006) δηλώνει ότι ο μεσίτης δεν μπορεί να λάβει την ανταμοιβή από τις ασφαλιστικές εταιρείες. Αυτό ισχύει για τις νέες ασφαλιστικές συμβάσεις που συνάπτονται μετά από την 1η Ιουλίου 2006. Η απαγόρευση στις επιτροπές θα εφαρμοστεί πλήρως για την ασφάλιση ζωής από την 1η Ιουλίου 2011. Εντούτοις, οι μεσίτες έχουν την άδεια να λάβουν την ανταμοιβή από μια ασφαλιστική εταιρεία που δεν είναι εγκατεστημένη ή καθιερωμένη ως υποκατάστημα στη Δανία αλλά πρέπει να διαβιβάσουν το ποσό που παραλαμβάνεται στον πελάτη.

## Εσθονία

Οι διαπραγματεύσεις είναι εν εξελίξει για την αμοιβή των μεσιτών υπό μορφή «καθαράς τιμολόγησης», παρόμοια με το φινλανδικό μοντέλο, όπου οι ασφαλιστικές εταιρείες δεν έχουν την άδεια ώστε να καταβάλουν τις αμοιβές, τις προμήθειες κ.λπ. στους μεσίτες, οι οποίοι πληρώνονται άμεσα από τους πελάτες.

## Non – life

Το 2004, το ποσοστό μεριδίου της αγοράς των μεσιτών αποτελούσε τουλάχιστον το 35% των εσθονικών ασφαλιστικών προϊόντων ζωής. Ο αριθμός των μεσιτών έχει αυξηθεί βαθμιαία με την οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Η ισχυρή ανάπτυξη της πιστοληπτικής δραστηριότητας έχει συνοδευθεί από την αύξηση στην ασφάλιση περιουσίας που απαιτείται από τους δανειστές. Η κύρια τράπεζα στην πιστωτική αγορά ίδρυσε δική της επιχείρηση μεσιτών για την ασφάλιση των δανείων που εκδίδει για τους πελάτες της και έτσι ώθησε τη δική της μεσιτική δραστηριότητα για αρκετά έτη έως ότου πούλησε αυτό το χαρτοφυλάκιο μεσιτών σε μια μεγάλη διεθνή επιχείρηση μεσιτείας και ίδρυσε της ιδιόκτητη ασφαλιστική εταιρεία γενικών ασφαλίσεων.

Οι επιχειρήσεις τείνουν να χρησιμοποιούν περισσότερο τις άμεσες προωθητικές μεθόδους ή τους μεσίτες (ή τα δίκτυα πώλησης σημαντικών τραπεζών μέσω των μεσιτών που ανήκουν στις ίδιες τις τράπεζες) σε σχέση με τα παραδοσιακά δίκτυα πρακτόρων. Επίσης η μεγάλη χρήση του διαδικτύου αυτήν την περίοδο προωθεί την χρήση άλλων τύπων υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου. Συνεπώς, μια ειδικευμένη

επιχείρηση μεσιτών έχει δημιουργηθεί για να προσφέρει τις συγκρίσεις τιμών, κυρίως για τις λιανικές ασφαλίσσεις. Αυτός ο τύπος δραστηριότητας μεσιτών, σύμφωνα με τις διαθέσιμες πληροφορίες, διαθέτει ποσοστό αγοράς περίπου 10% των συνολικών γενικών ασφαλιστρών.

## Life

Οι επιχειρήσεις ασφάλισης ζωής, που είναι θυγατρικές 100% των τοπικά ενεργών τραπεζών με προϊόντα που πωλούνται σχεδόν αποκλειστικά μέσω των καναλιών της τράπεζας, είχαν ένα συνολικό μερίδιο αγοράς 82%. Δεν υπάρχει καμία άλλη στατιστική δημόσια διαθέσιμη πληροφορία σχετικά με τα δίκτυα πώλησης.

## Φιλανδία

Την 1η Σεπτεμβρίου 2008, η μεταβατική περίοδος του Νόμου της Ασφαλιστικής Διαμεσολάβησης τελείωσε, αναγκάζοντας τους μεσίτες να συλλέγουν τις αμοιβές τους άμεσα από τους πελάτες. Είναι πολύ νωρίς να λάβουμε σαφή στοιχεία όσον αφορά την επίδραση της απαγόρευσης της αμοιβής από τις ασφαλιστικές εταιρίες, αλλά καμία δραματική αλλαγή στη διανομή δεν είναι εμφανής.

## Non – life

Οι φινλανδικές ασφαλιστικές χρησιμοποιούν ποικίλους διαύλους διανομής. Ενώ ο κύριος όγκος της ασφάλισης της εταιρικής επιχείρησης πωλείται μέσω των πλήρους απασχόλησης υπαλλήλων – πωλήσεων, οι κλάδοι των επιχειρήσεων διαδραματίζουν έναν σημαντικό ρόλο στην ασφάλιση των νοικοκυριών.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν αποκλειστικούς πράκτορες – μερικής απασχόλησης που εργάζονται αποκλειστικά για μια ασφαλιστική εταιρία, αν και οι ασφάλειες πωλούνται επίσης μέσω και άλλων συμβούλων, όπως οι έμποροι αυτοκινήτων και οι ταξιδιωτικοί πράκτορες. Το μερίδιο αγοράς των μεσιτών στη διανομή της γενικής ασφάλισης ήταν 4.7% το 2006.

## Life

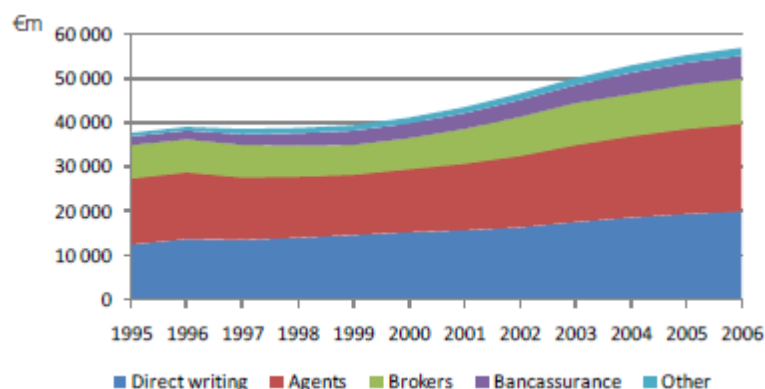
Οι τράπεζες αποτέλεσαν έναν αρκετά μεγάλο δίαυλο διανομής στην ασφάλιση ζωής (τουλάχιστον 56% σύμφωνα με τις εκτιμήσεις από την ομοσπονδία των φινλανδικών οικονομικών υπηρεσιών). Οι πωλήσεις μέσω των πωλήσεων από απόσταση ή των υπαλλήλων ήταν επίσης σημαντικές και αποτέλεσαν περίπου το 30% της αγοράς στην ασφάλιση ζωής. Οι πωλήσεις μέσω των ηλεκτρονικών καναλιών όπως το διαδίκτυο αυξάνονταν. Το μερίδιο των μεσιτών ήταν 3.7% το 2006. Το μερίδιο των μεσιτών για τα συνταξιοδοτικά προγράμματα ήταν υψηλότερο, με ποσοστό 13% για τις επιχειρήσεις το 2006. Η φινλανδική ασφαλιστική αγορά έχει διαμορφωθεί από τον έντονο ανταγωνισμό κατά τη διάρκεια των ετών.

## Γαλλία

Η γαλλική ασφαλιστική αγορά είναι αξιοσημείωτη για την ποικιλία των διαύλων διανομής που χρησιμοποιεί, οι οποίοι περιλαμβάνουν τους αποκλειστικούς πράκτορες, τους ασφαλιστικούς μεσίτες, άλλες δυνάμεις πωλήσεων, την άμεση προώθηση, τις τράπεζες και άλλα οικονομικά όργανα. Οι πωλήσεις μέσω των άμεσων καναλιών μάρκετινγκ (αποστολή, τηλε – πωλήσεις, διαδίκτυο, κ.λπ.) και των εναλλακτικών διαύλων διανομής (μαζικοί λιανοπωλητές, κατασκευαστές αυτοκινήτων, κ.λπ.) κερδίζουν σταθερά έδαφος.

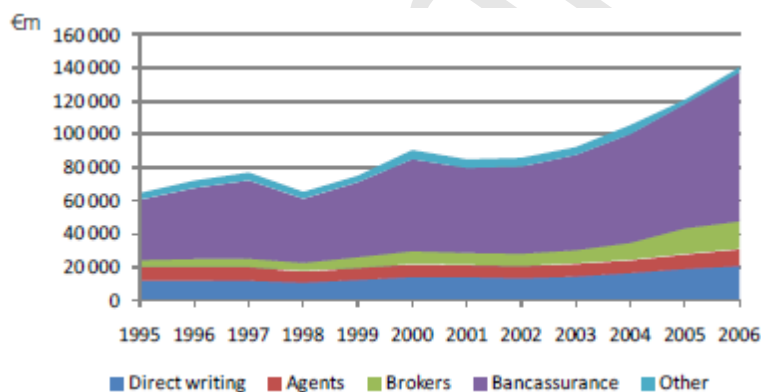
Ο έντονος ανταγωνισμός για τη διανομή έχει οδηγήσει στη σταθεροποίηση του τομέα μεσιτειών, στην αναδόμηση των αποκλειστικών δικτύων αντιπροσωπειών και έχει κεντρίσει την ανάπτυξη των εναλλακτικών διαύλων διανομής. Η αυξανόμενη χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής, μαζί με την άνοδο του ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλάζει τον τομέα για τους ασφαλιστικούς διανομείς.

## Non – life



Στη Γαλλία, οι αποκλειστικοί πράκτορες (35%) και η άμεση προώθηση (35%) κυριάρχησαν στην γενική ασφαλιστική αγορά, ενώ ακολούθησαν τα μεσιτικά γραφεία, τα οποία τείνουν να ειδικευτούν στην εμπορική ασφάλιση. Το μερίδιο αγοράς στις προσωπικές γραμμές που κατέχει το κανάλι της άμεσης προώθησης αυξήθηκε σταθερά από το 1995 και σταθεροποιήθηκε το 2003. Αντιθέτως, οι επιχειρήσεις που εργάζονται μέσω των μεσαζόντων συνεχίζουν να κυριαρχούν στις εμπορικά γραμμές και στα ασφαλιστικά προϊόντα μεταφορών.

## Life



Το κανάλι bancassurance κυριάρχησε σαφώς στη διανομή της ασφάλισης κλάδου ζωής με μερίδιο αγοράς 64% το 2006. Ακολούθησε η άμεση προώθηση που αποτέλεσε το 15% των ασφαλιστρών ζωής, ενώ οι μεσίτες και οι πράκτορες κράτησαν τις μετοχές αγοράς 12% και 7% αντίστοιχα το 2006.

## Γερμανία

### Non – life

Διανομή των νέων ασφαλίσεων non-life στην Γερμανία (%)  
Αυτοκίνητο (MTPL+own

	damage)	Health
Εργαζόμενοι	10,2	9,7
Πράκτορες	61	59,4
Μεσίτες	17	22,7
Άλλοι διαμεσολαβού- ντες	7	6,5
Bancassurance	4,8	1,7

Σημείωση: MTPL= motor third party liability

Για την ασφάλιση των αυτοκινήτων και της υγείας, που αντιπροσωπεύουν ποσοστό μεγαλύτερο από το 60% στους γενικούς κλάδους της ασφαλιστικής αγοράς, ο κύριος δίαυλος διανομής ήταν το δίκτυο πρακτόρων με μερίδιο αγοράς 60%. Όπως στην ασφάλιση του κλάδου ζωής, οι περισσότεροι από αυτούς τους πράκτορες ήταν αποκλειστικοί πράκτορες. Στη δεύτερη θέση, οι μεσίτες αντιπροσωπεύουν περίπου το 20% της αγοράς, ενώ το μερίδιο των υπαλλήλων επιχείρησης αποτέλεσε το 10%. Αντίθετα με ότι παρατηρείται στον κλάδο ασφάλισης ζωής, το bancassurance για τη διανομή των γενικών προϊόντων ασφαλίσεων δεν έχει αναπτυχθεί αρκετά.

### Life

Διανομή των νέων ασφαλίσεων life στην Γερμανία (%)

Υπάλληλοι	9,8
Πράκτορες	46,5
Μεσίτες	21
Άλλοι διαμεσολαβούντες	2,4
Bancassurance	20,3

Τα δεδομένα δείχνουν ότι τα ασφαλιστήρια συμβόλαια ζωής διανεμήθηκαν κυρίως από τους πράκτορες, οι οποίοι κατέκτησαν μερίδιο ίσο με το 47% της αγοράς. Οι περισσότεροι από τους οποίους ήταν αποκλειστικοί πράκτορες (40%). Οι μεσίτες και το bancassurance αντιπροσώπευσαν το 21% και 20% της αγοράς ασφάλισης ζωής αντίστοιχα. Ο ρόλος των τραπεζών στη διανομή των ασφαλιστικών προϊόντων έχει αυξηθεί πρόσφατα αλλά απέχει από τα υψηλά επίπεδα της Γαλλίας ή του Βελγίου. Η χαμηλότερη διείσδυση του bancassurance στη Γερμανία μπορεί να αφορά το μεγάλο

αριθμό περιφερειακών και τοπικών τραπεζών, ο οποίος δεν διευκολύνει τις οικονομίες κλίμακας στη διανομή των τυποποιημένων ασφαλιστικών προϊόντων.

## Ελλάδα

### Non – life

Στην ασφάλιση των γενικών κλάδων, το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς διευθύνεται μέσω των πρακτόρων (αποκλειστικοί και ανεξάρτητοι). Οι ασφαλιστικοί μεσίτες στρέφουν κυρίως το ενδιαφέρον τους στους μεγάλους βιομηχανικούς και θαλάσσιους κινδύνους. Το μερίδιο του bancassurance είναι σχετικά μικρό αν και επεκτείνεται δυναμικά, ενώ το διαδίκτυο αναπτύσσεται σε μικρό βαθμό για την ασφαλιστική διανομή.

### Life

Στην ασφάλιση του κλάδου ζωής, οι περισσότερες συμβάσεις γίνονται μέσω των συστημάτων των ασφαλιστικών συμβούλων και συνεργατών (αποκλειστικοί πράκτορες).

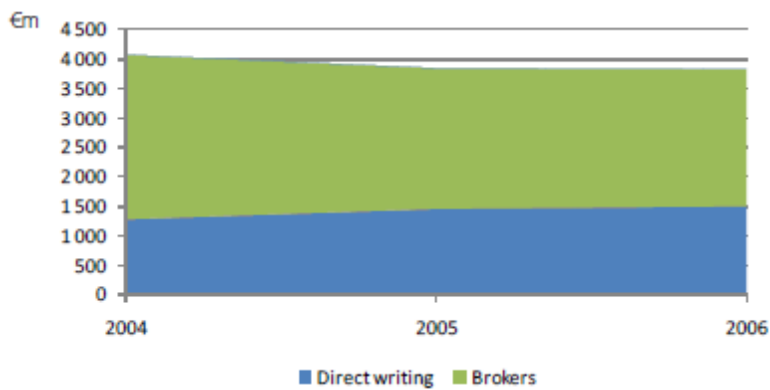
## Ουγγαρία

Στον κλάδο ασφάλισης ζωής οι αποκλειστικοί πράκτορες και τα καταστήματα τραπεζών έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς, ενώ οι μεσίτες κατέχουν σχεδόν το 40 % των επιχειρήσεων.

## Ιρλανδία

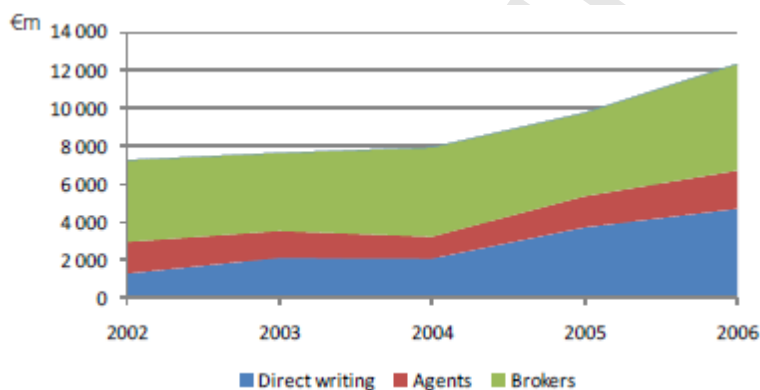
### Non – life

Η διανομή ασφαλιστικών προϊόντων στους γενικούς κλάδους μοιράζεται μεταξύ των μεσιτών και της άμεσης προώθησης (ασφαλιστικοί υπάλληλοι και εξ αποστάσεως πώληση).



Το μερίδιο των μεσιτών αποτέλεσε περισσότερο από το 68% των δραστηριοτήτων των γενικών ασφαλίσεων για το 2004 σε αντίθεση με το ποσοστό 60.5% το 2006, με το μερίδιο αγοράς του καναλιού της άμεσης προώθησης να αυξάνεται σημαντικά κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου. Οι μεσίτες επηρεάστηκαν από την άμεση προώθηση, με αποτέλεσμα την μείωση 5% στο εισόδημα ασφαλίστρου το 2005.

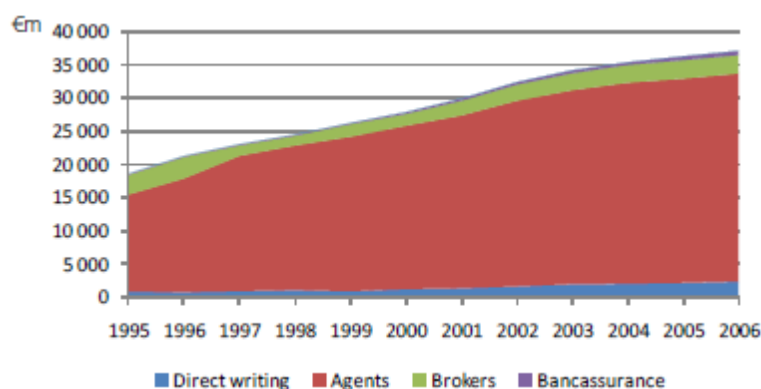
## Life



Η ασφάλιση ζωής διανέμεται κυρίως από τους πράκτορες και τους μεσίτες. Οι μεσίτες αντιπροσωπεύουν την παραγωγή για το 45% της αγοράς ζωής το 2006 ενώ οι πράκτορες αποτέλεσαν το 16%. Μετά από ένα κύμα το 2003, η εξ αποστάσεως πώληση μειώθηκε το 2004, ενώ οι δραστηριότητες των υπαλλήλων των ασφαλιστικών εταιρειών ζωής κατάφεραν να βελτιώσουν τις πωλήσεις από το έτος 2005, εκμεταλλευόμενο την ισχυρή άνοδο στην αγορά ζωής.

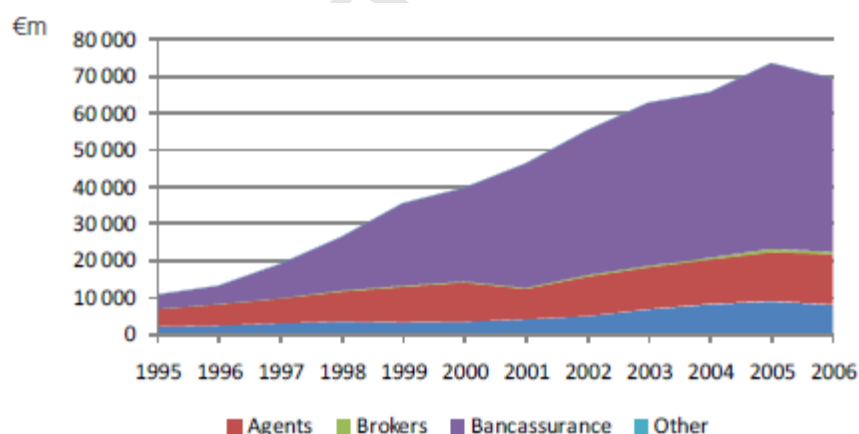
## Ιταλία

### Non – life



Στις ασφάλειες non – life, το 84% των ασφαλιστρών πληρώθηκαν μέσω των πρακτόρων. Αυτό το μερίδιο αγοράς έχει παραμείνει σταθερό με την πάροδο του χρόνου αλλά θα μπορούσε να μειωθεί δεδομένου ότι ένας νέος νόμος απαγορεύει τις αποκλειστικές σχέσεις μεταξύ των ασφαλιστών και των πρακτόρων. Με ποσοστό 7.5% της αγοράς, οι μεσίτες ήταν ο δεύτερος μεγαλύτερος δίαυλος διανομής, αλλά η άμεση προώθηση συνέβαλε στο 7% του εισοδήματος ασφαλιστρου το 2004 σε σχέση με 5% για το 2001 εξαιτίας της αυξημένης χρήσης του διαδικτύου και των τηλεφωνικών πωλήσεων κατά τη διάρκεια των πρόσφατων ετών. Το Bancassurance αντιπροσώπευσε λιγότερο από το 2% των non – life ασφαλιστρών.

### Life



Το Bancassurance, αν και αποτελεί το επικρατέστερο κανάλι συγκέντρωσης ασφαλιστρών ζωής (με ποσοστό 67.5% το 2006), έχει καταγράψει μικρές πτώσεις από το 2001, και η αιχμή του έγινε το 2005 με ποσοστό 72%. Η άμεση προώθηση παρουσίασε σταθερή αύξηση από το 8.6% της αγοράς το 2000 σε 12.4% το 2005. Η παραγωγή



των πρακτόρων αποτέλεσε το 20% της συνολικής παραγωγής το 2006, ποσοστό το οποίο ήταν σταθερό από το 2001, ενώ στο τέλος της δεκαετίας του '90 αντιπροσώπευσαν περισσότερο από 30%.

## Λουξεμβούργο

### Non – life

#### Διανομή των νέων ασφαλίσεων non-life στο Λουξεμβούργο (%)

	Non-life εσωτερικά	Non-life- παροχή υπηρεσιών
Πράκτορες	40	0
Μεσίτες	26,4	70,7
Άλλοι διαμεσολαβούντες	0	0,1
Άμεση προώθηση	35	24,2
Bancassurance	0,4	0
Άλλος τρόπος	0	5

Πηγή: Ετήσια έκθεση 2006, *Commissariat aux Assurances*

Για την ασφάλιση των κινδύνων, στο Λουξεμβούργο, οι πράκτορες αποτέλεσαν τον κύριο δίαυλο διανομής για τις νέες δραστηριότητες του κλάδου non – life, με ένα μερίδιο αγοράς 40% το 2006. Εντούτοις, αυτό το μερίδιο είχε μειωθεί σημαντικά από 52% το 2005, προς όφελος της άμεσης προώθησης, η οποία ανήλθε από 23% το 2005 σε 35%. Οι μεσίτες είχαν ένα σταθερό μερίδιο αγοράς 25%.

Η διανομή των προϊόντων non-life στο εξωτερικό, στο πλαίσιο της ελεύθερης διάταξης υπηρεσιών, παρουσίασε πολύ διαφορετικό σχέδιο. Περίπου το 70% των νέων δραστηριοτήτων non – life στο εξωτερικό ασφαλίστηκαν μέσω των μεσιτών και το 25% άμεσα από τις επιχειρήσεις.

Για τις εσωτερικές αλλά και διασυνοριακές δραστηριότητες, το bancassurance ήταν αμελητέο στη διανομή των non – life ασφαλιστικών προϊόντων.

## Life

Διανομή των νέων ασφαλίσεων life στο Λουξεμβούργο (%)	
Πράκτορες	1,7
Μεσίτες	46,3
Άλλοι διαμεσολαβούντες	8,1
Άμεση προώθηση	6,7
Bancassurance	37,2
Άλλος τρόπος	0

Πηγή: Ετήσια έκθεση 2006, Commissariat aux Assurances

Το Bancassurance, που είναι σχεδόν ανύπαρκτο κανάλι διανομής στον κλάδο non – life, αντιπροσώπευσε το 37% του νέου εισοδήματος ασφαλιστρού ζωής το 2006, σε σχέση με το αντίστοιχο ποσοστό 50% για το 2005. Αυτή η μείωση μπορεί να φανεί παράλληλα με την πτώση που παρατηρείται στο Βέλγιο, όπου τα ασφαλιστήρια συμβόλαια ζωής διανέμονται κυρίως από το bancassurance. Η μείωση στο bancassurance προκάλεσε μια αύξηση στο κανάλι μεσιτών από 38% για το 2005 σε 46% για το 2006. Η άμεση προώθηση αποτέλεσε το 7%, με τους πράκτορες και τα άλλα δίκτυα να παραμένουν σε χαμηλότερο επίπεδο. Το διαδίκτυο δεν φαίνεται να αποτελεί ένα εργαλείο διανομής της ασφάλισης, αλλά χρησιμοποιείται κυρίως ως προμηθευτής πληροφοριών.

## Μάλτα

### Non – life

Δεν υπάρχουν διαθέσιμα επίσημα στατιστικά στοιχεία σχετικά με τη διανομή των ασφαλιστικών προϊόντων non-life. Εντούτοις, υπολογίζεται ότι το 50% των γενικών επιχειρησιακών προσωπικών γραμμών πραγματοποιούνται μέσω της άμεσης προώθησης και των αποκλειστικών πρακτόρων, εκτιμώντας ότι στις εμπορικές γραμμές οι μεσάζοντες έχουν ισχυρότερη παρουσία.

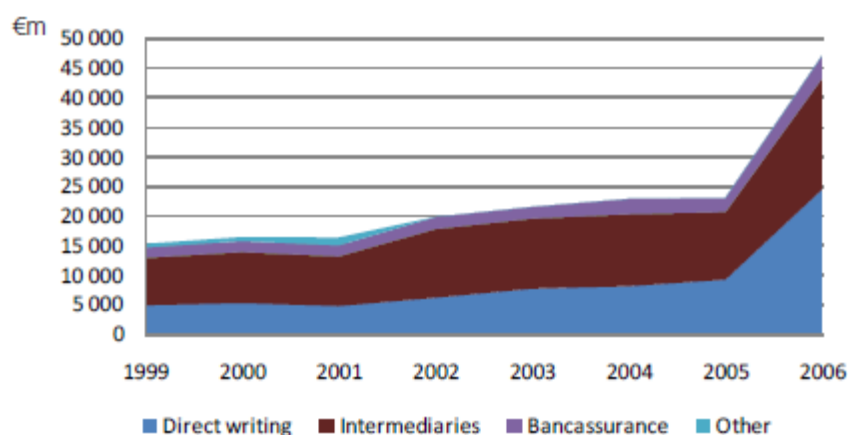
### Life

Η ασφαλιστική αγορά των προϊόντων ασφάλισης ζωής κυριαρχείται από το bancassurance, το οποίο αποτέλεσε τα τρία τέταρτα της συνολικής αγοράς. Οι αποκλειστικοί πράκτορες αποτέλεσαν σχεδόν 13% της ασφάλισης ζωής το 2007 σε σχέση με ποσοστό μεγαλύτερο από 15% για το 2006. Το υπόλοιπο μοιράστηκε μεταξύ των μεσιτών

και των υπαλλήλων των ασφαλιστικών επιχειρήσεων, που αντιπροσωπεύουν λιγότερο από 3% το καθένα.

## Ολλανδία

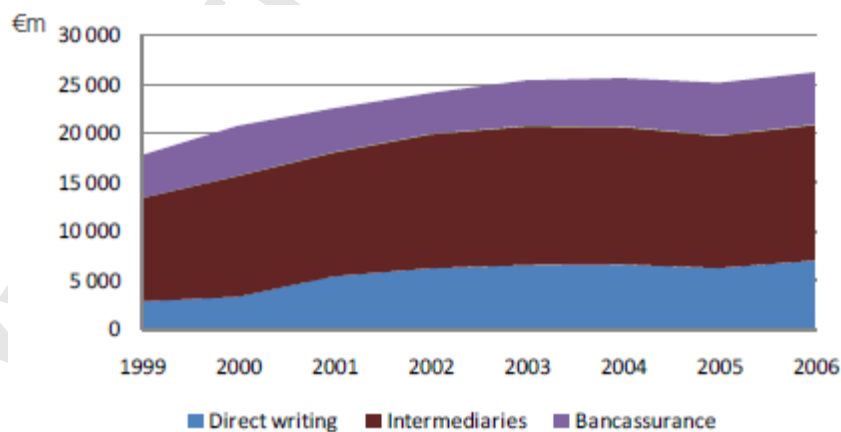
### Non – life



Η ασφαλιστική αγορά non-life εμφάνισε εξαιρετική αύξηση το 2006, μετά από την ιδιωτικοποίηση του ασφαλιστικού συστήματος υγειονομικής περίθαλψης. Το νέο αυτό σύστημα, ωφέλησε κυρίως την άμεση προώθηση, με μερίδιο αγοράς που αυξήθηκε από 40% το 2005, σε 52% το 2006.

Για άλλα προϊόντα non-life, οι πράκτορες και οι μεσίτες κράτησαν το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς με περίπου 40% των συνολικών ασφαλιστρών γενικών ασφαλίσεων για το 2006, ενώ το bancassurance αποτέλεσε λιγότερο από 10%.

### Life



Οι πράκτορες και οι μεσίτες σε συνδυασμό συνέλεξαν το 53% των ασφαλιστρών ζωής το 2006 έναντι μιας αιχμής με ποσοστό 57% το 2002. Η άμεση προώθηση ήταν το δεύτερο κανάλι διανομής για τα ασφαλιστήρια συμβόλαια ζωής στην Ολλανδία και αντιπροσώπευσε το 27% της αγοράς.

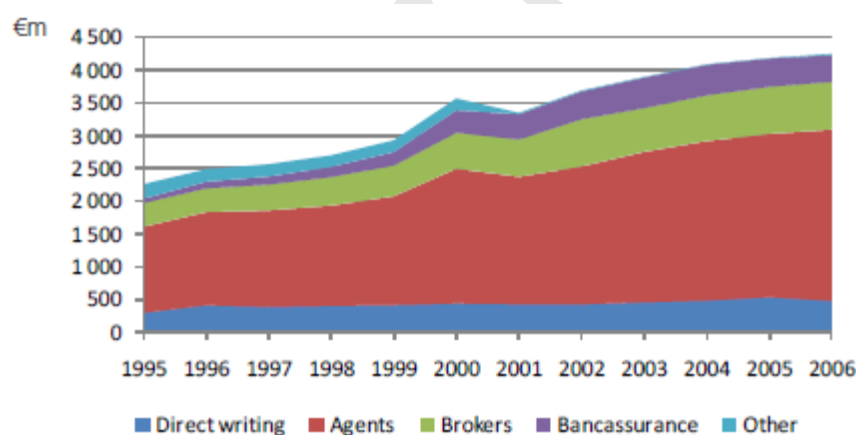
Εντούτοις, αντίθετα από τον κλάδο non – life ασφαλίσεων, η άμεση προώθηση μέσω των ασφαλιστικών υπαλλήλων επικράτησε με ποσοστό 16% της πώλησης από απόσταση (11%). Εντούτοις, το μερίδιο αγοράς της εξ αποστάσεως πώλησης αυξήθηκε σταθερά από 9% σε 11% μεταξύ 2001 και 2006.

Το Bancassurance αντιπροσώπευσε το 20% της συνολικής ασφάλισης ζωής το 2006 μετά από την αργή αλλά σταθερή του αύξηση για πέντε έτη.

Πρέπει επίσης να τονιστεί ότι μέσα στις μεγαλύτερες ασφαλιστικές ομάδες υπάρχει μια τάση να χρησιμοποιηθεί μια πολύ – διαυλική προσέγγιση και η εστίαση σε μόνο έναν δίαυλο διανομής ασφαλιστικών προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων των ασφαλιστικών και τραπεζικών μεσαζόντων.

## Πορτογαλία

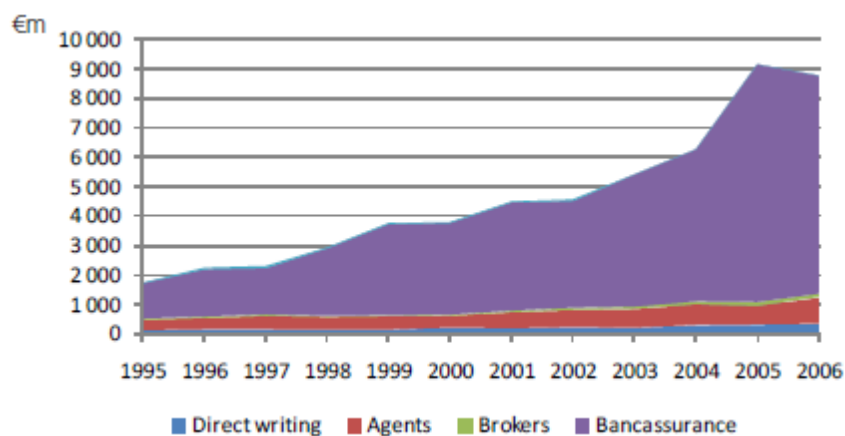
### Non – life



Στην Πορτογαλία, τα ασφαλιστήρια συμβόλαια non-life διανεμήθηκαν κυρίως από τους μεσάζοντες. Οι πράκτορες κράτησαν το 62% αυτής της αγοράς το 2006 με την αύξηση της θέσης τους σχεδόν κατά 4 ποσοστιαίων μονάδων από το 2000. Οι μεσίτες ακολουθούν, με ένα σταθερό μερίδιο αγοράς περίπου 17%. Η άμεση προώθηση και το bancassurance αποτέλεσαν το 11% και 9% των non-life δραστηριοτήτων αντίστοι-

χα. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων πέντε ετών, η άμεση προώθηση έχει παραμείνει σταθερή ενώ το bancassurance έχει δοκιμάσει μια μικρή μείωση.

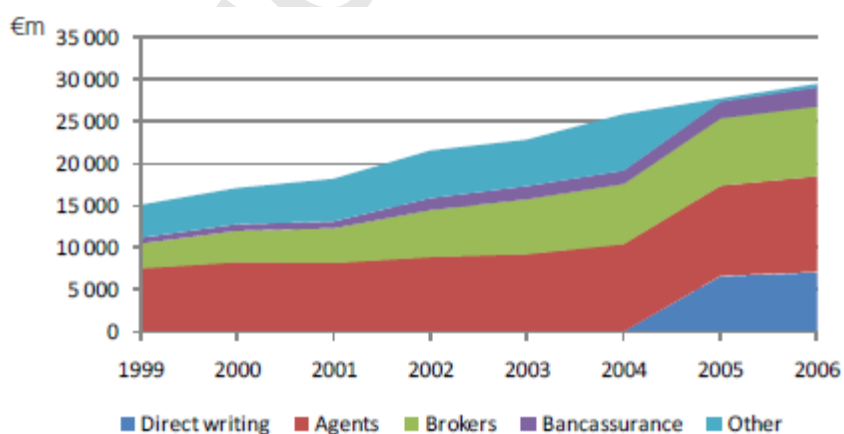
## Life



Η διανομή των ασφαλιστηρίων συμβολαίων ζωής διέφερε σημαντικά από την non – life αγορά, με την τεράστια υπεροχή του bancassurance το οποίο αποτέλεσε το 85% των συνολικών ασφαλίσεων ζωής. Το δίκτυο bancassurance έχει ωφεληθεί από την μεγάλη αύξηση των ασφαλίσεων ζωής κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας. Οι πράκτορες, η άμεση προώθηση και οι μεσίτες είχαν τις μετοχές αγοράς 10%, 4% και 1% αντίστοιχα για το 2006.

## Ισπανία

### Non – life

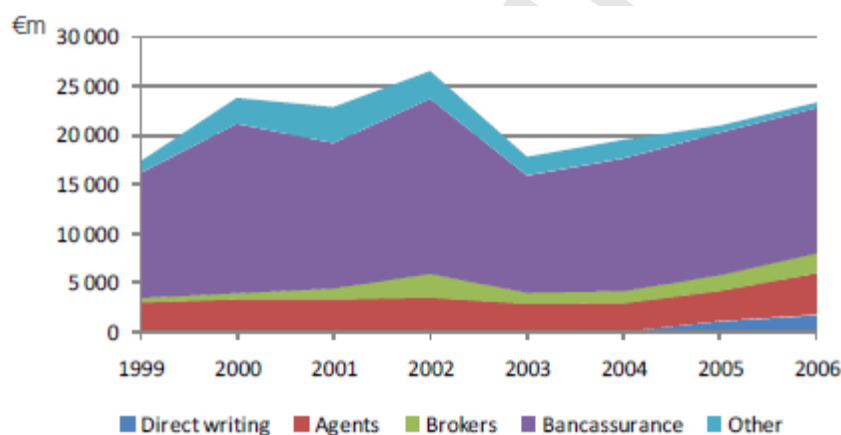


Note: Up to 2004 a large part of the direct writing network was included under the category "Other"

Οι μεσίτες και οι πράκτορες συνέλεξαν τον όγκο των ασφαλιστρών του κλάδου non – life στην Ισπανία. Οι πράκτορες κατέγραψαν μια σταθερή πτώση στο μερίδιο αγοράς τους από 45% το 2001 σε 39% το 2006, ενώ οι μεσίτες αυξήθηκαν από 23% σε 28% κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου. Η άμεση προώθηση αντιπροσώπευσε το 24% της αγοράς και την αποτέλεσαν κυρίως υπάλληλοι επιχειρήσεων (20%). Το bancassurance αποτέλεσε το 8% για τις επιχειρήσεις το 2006, ενώ το μερίδιο αγοράς του σχεδόν έχει διπλασιαστεί από το 2001.

## Life

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '90, το κανάλι bancassurance για τα ασφαλιστικά προϊόντα ζωής εμφάνισε ένα απότομο ποσοστό αύξησης. Εντούτοις, από το 2002, το μερίδιο αγοράς του παρέμεινε σχετικά σταθερό σε ποσοστό περίπου 67% ενώ στη συνέχεια μειώθηκε σε 64% το 2006. Οι πράκτορες και οι μεσίτες αποτέλεσαν το 18% και 9% της αγοράς αντίστοιχα και η άμεση προώθηση λιγότερο από το 8% των ασφαλιστρών ζωής, συμπεριλαμβανομένου του 6.7% από τους υπαλλήλους



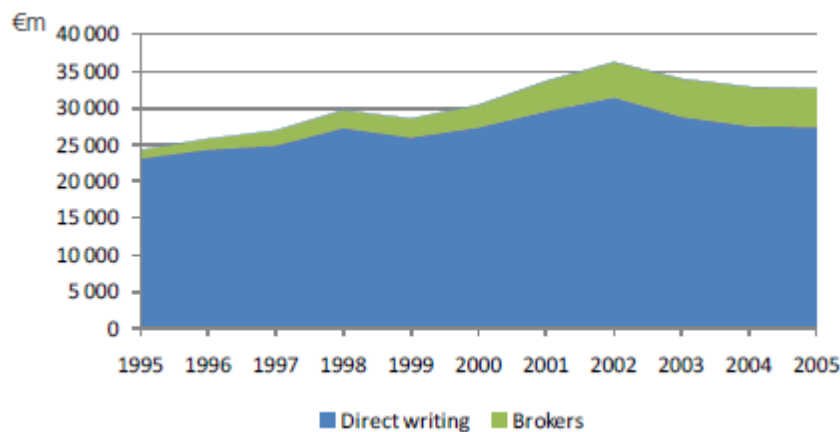
Note: Up to 2004 a large part of the direct writing network was included under the category "Other"

## Ελβετία

### Life & Non – life

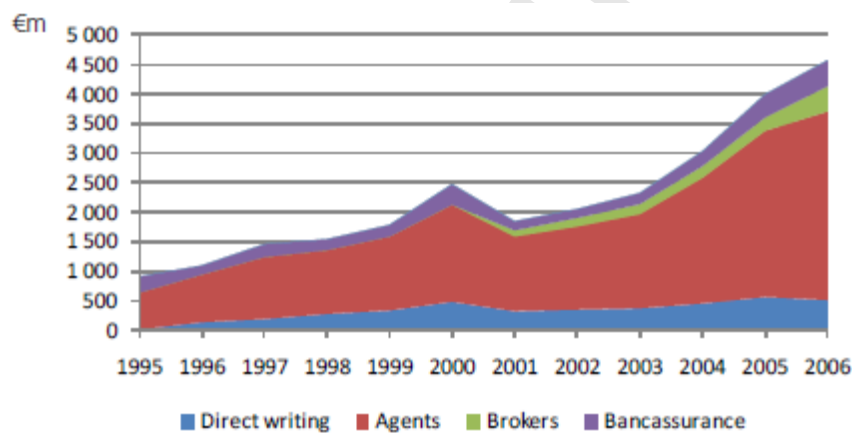
Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία και για τις ασφαλίσσεις των κλάδων ζωής και γενικών ασφαλίσεων, το 84% των ελβετικών ασφαλιστρών συλλέγονται μέσω της άμεσης προώθησης δηλαδή μέσω των υπαλλήλων και των δικτύων που ενσωματώνονται πλήρως στις επιχειρήσεις. Μόνο οι μεσίτες έχουν δοκιμάσει μια επέκταση της δρα-

στηριότητάς τους τα τελευταία χρόνια, που προχωρεί από ποσοστό λιγότερο από 5% το 1995 σε περισσότερο από 15% το 2005. Το 2007 υπήρξαν περίπου 1 000 μεσίτες. Άλλα δίκτυα όπως το bancassurance και το διαδίκτυο δεν παρουσιάζουν δραστηριότητα.



Τουρκία

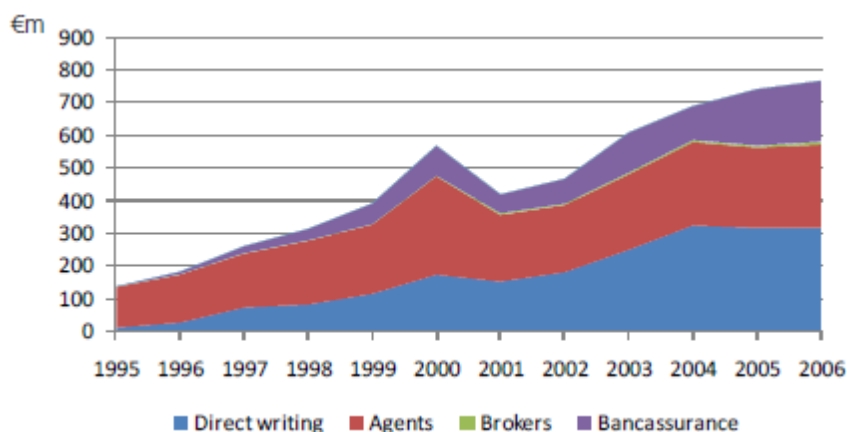
Non – life



Οι πράκτορες κυριαρχούν στην διανομή ασφαλίσεων non – life με μερίδιο αγοράς περίπου 70% από το 1999. Το υπόλοιπο 30% διανεμήθηκε σχεδόν εξίσου, μεταξύ των μεσιτών, του bancassurance και της άμεσης προώθησης. Εντούτοις, το μερίδιο αγοράς της άμεσης προώθησης είχε μειωθεί σταθερά από το 1999, όταν αποτελούσε το 18% των non – life δραστηριοτήτων, σε 11% για το 2006. Η μείωση αυτή ωφέλησε κυρίως τους μεσίτες.

## Life

Η άμεση προώθηση ασφαλιστικών προϊόντων ζωής διένειμε το μεγαλύτερο ποσοστό των ασφαλίσεων (42%) και μετά ακολούθησαν οι πράκτορες (33%). Οι πράκτορες έχουν μειωθεί σταθερά από 49% το 2001 σε 33% το 2005.

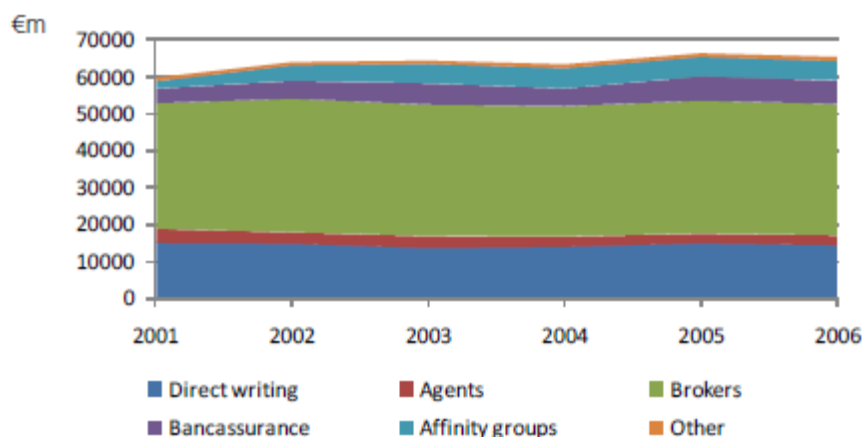


Αυτή η πτώση έχει ωφελήσει και την άμεση προώθηση αλλά και το bancassurance το οποίο έχει αυξήσει το μερίδιο αγοράς του από 13.5% το 2001 σε 24% το 2006, εν μέρει λόγω της αμοιβαίας ιδιοκτησίας πολλών τραπεζών και ασφαλιστικών εταιρειών στην Τουρκία. Έξι από τις δέκα μεγαλύτερες ασφαλιστικές εταιρείες, βάσει του όγκου ασφαλίστρου ανήκαν εν μέρει σε τράπεζες ή σε επιχειρήσεις οι οποίες με τη σειρά τους ανήκαν σε τραπεζικά ιδρύματα. Με μερίδιο λιγότερο από 1% το κανάλι των μεσιτών ήταν αμελητέο.



## Ηνωμένο Βασίλειο

### Non – life



Η ασφάλιση των γενικών κλάδων διανέμεται στο Ηνωμένο Βασίλειο κυρίως μέσω των μεσιτών, το μερίδιο των οποίων αποτέλεσε το 55% για το 2006. Το μερίδιο αυτό έχει παραμείνει σταθερό από το 2001. Με ποσοστό 22%, η άμεση προώθηση, κυρίως μέσω της εξ αποστάσεως πώλησης, ήταν το δεύτερο – δημοφιλέστερο κανάλι για τις non – life ασφαλίσεις. Το bancassurance αντιπροσώπευσε περίπου το 10% των σχετικών δραστηριοτήτων ενώ οι ομάδες συγγένειας αποτέλεσαν το 8%. Τα δύο τελευταία κανάλια επεκτάθηκαν κάπως το 2003 και έχουν παραμείνει σταθερά από τότε.

### Life

Από την 1<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2004 όπου η Αρχή Οικονομικών Υπηρεσιών (Financial Services Authority – FSA) εισήγαγε νέους κανονισμούς, αναθεωρήθηκαν οι διάλογοι διανομής και οι πωλήσεις. Έχει υπάρξει ένα μεταβατικό στάδιο με το οποίο ένα μέρος της ασφάλισης προωθήθηκε μέσω των καναλιών. Η αγορά της ασφάλισης του κλάδου ζωής στη Βρετανία αποτελείται κυρίως από τους μεσίτες, η οποία αποτέλεσε το 73% των συνολικών ασφαλιστρών το 2006. Οι πράκτορες ακολουθούν με ένα μερίδιο αγοράς 20% και το υπόλοιπο 7% ήταν εξ αποστάσεως πώληση.

Πηγή: CEA 2010, INSURANCE DISTRIBUTION CHANNELS IN EUROPE No 3

## Παράρτημα 3

### Τα Μέλη της CEA

- Austria (AT)** — Versicherungsverband Österreich (VVO)  
**Belgium (BE)** — Assuralia  
**Bulgaria (BG)** — Association of Bulgarian Insurers (ABZ)  
**Croatia (HR)** — Hrvatski ured za osiguranje  
**Cyprus (CY)** — Insurance Association of Cyprus  
**Czech Republic (CZ)** — Česká asociace pojišťoven (ČAP)  
**Denmark (DK)** — Forsikring & Pension (F&P)  
**Estonia (EE)** — Eesti Kindlustusseltside Liit  
**Finland (FI)** — Finanssialan Keskusliitto  
**France (FR)** — Fédération Française des Sociétés d'Assurances (FFSA)  
**Germany (DE)** — Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV)  
**Greece (GR)** — Hellenic Association of Insurance Companies  
**Hungary (HU)** — Magyar Biztosítók Szövetsége (MABISZ)  
**Iceland (IS)** — Samtök Fjármálafyrirtækja (SFF)  
**Ireland (IE)** — Irish Insurance Federation (IIF)  
**Italy (IT)** — Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici (Ania)  
**Latvia (LV)** — Latvijas Apdrošinātāju asociācija (LAA)  
**Liechtenstein (LI)** — Liechtensteinischer Versicherungsverband  
**Lithuania (LT)** — Lietuvos draudikų asociacija  
**Luxembourg (LU)** — Association des Compagnies d'Assurances (ACA)  
**Malta (MT)** — Malta Insurance Association  
**Netherlands (NL)** — Verbond van Verzekeraars  
**Norway (NO)** — Finansnæringens Hovedorganisasjon (FNH)  
**Poland (PL)** — Polska Izba Ubezpieczeń (PIU)  
**Portugal (PT)** — Associação Portuguesa de Seguradores (APS)  
**Romania (RO)** — Uniunea Națională a Societăților de Asigurare și Reasigurare (Un-sar)  
**Slovakia (SK)** — Slovenská asociácia poisťovní  
**Slovenia (SI)** — Slovensko Zavarovalno Združenje (SZZ)  
**Spain (ES)** — Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (Unespa)  
**Sweden (SE)** — Sveriges Försäkringsförbund  
**Switzerland (CH)** — Schweizerischer Versicherungsverband (ASA/SVV)  
**Turkey (TR)** — Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği  
**United Kingdom (UK)** — Association of British Insurers (ABI)

Πηγή: CEA 2011, EUROPEAN INSURANCE IN FIGURES No 44

# Παράρτημα 4

## Πίνακες

Αριθμός ασφαλιστικών εταιριών 2001-2010

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
AT Austria	75	73	72	71	73	72	71	71	72	127
BE Belgium	204	201	189	181	171	161	156	151	148	145
BG Bulgaria	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	41	45	45	n.a.
CH Switzerland	142	143	141	143	143	143	143	148	150	151
CY Cyprus	36	36	34	33	33	32	30	34	34	34
CZ Czech Republic	43	42	42	40	45	49	52	53	53	53
DE Germany	640	645	640	633	632	613	609	607	596	582
DK Denmark	243	228	216	213	206	201	202	202	159	184
EE Estonia	14	13	13	13	12	16	19	20	19	19
ES Spain	414	401	393	379	362	354	357	296	294	292
FI Finland	69	68	68	68	67	66	63	63	63	63
FR France	504	495	486	475	486	477	464	461	452	441
GR Greece	107	102	100	99	95	90	86	85	82	73
HR Croatia	24	23	24	24	25	20	23	25	27	26
HU Hungary	23	28	28	28	28	27	31	30	30	32
IE Ireland	196	199	224	217	226	229	233	236	227	227
IS Iceland	11	10	11	11	10	10	9	9	9	13
IT Italy	246	245	236	235	230	235	234	239	241	242
LI Liechtenstein	19	21	23	28	32	35	37	42	41	40
LU Luxembourg	93	94	95	95	95	95	94	96	n.a.	97
LV Latvia	21	20	19	18	20	20	21	23	25	24
MT Malta	19	18	18	20	25	37	41	44	53	52
NL Netherlands	353	389	379	363	344	360	345	329	287	268
NO Norway	96	96	96	112	116	114	118	122	124	120
PL Poland	71	74	77	74	74	72	76	66	66	63
PT Portugal	86	85	74	70	70	76	83	85	87	82
RO Romania	n.a.	42	46	39	37	36	42	43	45	45
SE Sweden	461	448	440	428	415	392	392	381	381	386
SI Slovenia	14	14	15	16	18	18	20	21	21	21
SK Slovakia	28	29	28	25	26	25	24	20	20	20
TR Turkey	63	58	55	53	53	53	56	59	60	64
UK United Kingdom	810	806	772	1 167	1 118	1 050	1 017	972	934	1 314
CEA	5 125	5 146	5 054	5 371	5 287	5 178	5 189	5 078	n.a.	n.a.

Notes:

- DK: includes life insurance companies and multi-employer pension funds as well as non-life insurance including foreign branches that are members of the Danish Insurance Association
- UK: there was a change in definition in 2004

Πηγή: CEA 2011, EUROPEAN INSURANCE IN FIGURES No 44

## Πληθυσμός εργαζομένων στις ασφαλιστικές εταιρίες 2001 -2010

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
AT Austria	27 359	25 925	26 106	26 494	26 267	26 292	26 667	26 547	26 732	26 538
BE Belgium	26 293	25 912	24 722	24 506	24 004	23 752	24 048	24 300	23 964	23 727
BG Bulgaria	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
CH Switzerland	48 171	46 175	44 514	42 186	45 606	47 184	47 990	49 236	46 413	45 659
CY Cyprus	1 650	1 660	1 665	1 691	1 700	1 749	1 767	1 854	1 874	1 965
CZ Czech Republic	15 718	15 740	15 658	14 600	14 506	14 410	14 501	14 726	14 559	14 359
DE Germany	245 400	248 100	244 300	240 800	233 300	225 700	218 900	216 300	216 500	216 400
DK Denmark	13 692	13 516	13 647	14 181	14 046	14 259	15 995	16 273	16 455	16 773
EE Estonia	1 623	1 552	1 458	1 444	1 364	1 458	1 458	1 536	1 737	n.a.
ES Spain	55 728	47 477	48 116	45 953	49 135	48 049	47 991	49 203	47 779	n.a.
FI Finland	10 888	11 301	11 542	11 180	10 448	10 583	10 669	10 810	10 563	10 472
FR France	138 600	139 200	138 500	138 000	143 700	143 750	143 950	145 200	147 700	147 400
GR Greece	9 500	9 500	9 500	9 500	9 500	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000
HR Croatia	5 049	5 495	6 194	6 190	7 017	7 984	9 360	10 514	11 184	n.a.
HU Hungary	27 762	27 587	28 069	27 226	26 001	26 131	26 242	26 125	23 914	25 003
IE Ireland	12 842	15 000	15 227	14 989	14 303	14 256	14 762	15 033	14 300	14 000
IS Iceland	600	574	572	563	575	577	580	575	557	557
IT Italy	41 746	39 980	39 291	40 105	39 924	39 795	46 278	46 831	47 369	47 185
LI Liechtenstein	n.a.	n.a.	n.a.	154	170	223	311	463	507	510
LU Luxembourg	2 532	2 654	2 673	2 969	3 045	3 170	3 242	3 268	3 710	3 950
LV Latvia	1 799	1 786	2 837	2 988	3 333	3 800	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
MT Malta	625	542	534	642	667	806	832	786	n.a.	n.a.
NL Netherlands	n.a.	n.a.	n.a.	63 000	63 000	62 000	61 000	59 000	59 000	57 000
NO Norway	9 000	9 800	9 600	9 300	9 900	9 300	9 500	9 310	9 310	n.a.
PL Poland	32 595	29 521	28 946	28 677	28 864	28 474	30 251	29 623	29 129	n.a.
PT Portugal	13 700	13 105	12 575	11 835	11 829	11 518	11 295	11 307	11 270	11 224
RO Romania	n.a.	n.a.	25 300	36 130	36 000	n.a.	n.a.	n.a.	15 083	n.a.
SE Sweden	17 258	18 987	18 973	18 914	19 000	19 389	20 032	20 715	19 259	20 414
SI Slovenia	4 929	5 204	5 521	5 690	5 878	5 992	6 064	6 331	6 306	6 128
SK Slovakia	7 916	7 622	6 743	6 484	6 304	6 300	6 300	6 640	6 218	n.a.
TR Turkey	10 168	10 750	11 426	12 140	12 837	13 550	14 937	16 007	18 840	16 683
UK United Kingdom	223 900	217 475	211 300	208 100	176 100	179 300	177 500	178 700	117 000	n.a.
CEA	1 007 043	992 140	1 005 509	1 066 631	1 038 323	998 751	1 001 422	1 006 213	956 232	n.a.

### Notes:

- DK: includes all people employed in the Danish market
- FR: there was a break in the series in 2005
- IT: there was a break in the series in 2007

Πηγή: CEA 2011, EUROPEAN INSURANCE IN FIGURES No 44

## Ασφάλιστρα κλάδου Ζωής ανά κανάλι διανομής – 2009

		Direct writing	Agents	Brokers	Bancassurance	Other
AT	Austria	14.3%	2.7%	13.4%	64.8%	4.8%
BE	Belgium	19.0%	5.2%	33.0%	42.4%	0.4%
BG	Bulgaria	15.4%	62.0%	22.6%	0.0%	0.0%
DE	Germany	2.5%	53.5%	20.9%	20.6%	2.5%
ES	Spain	10.4%	12.7%	8.1%	66.2%	2.6%
FR	France	16.0%	7.0%	14.0%	60.0%	3.0%
HR	Croatia	40.2%	41.6%	1.5%	16.1%	0.6%
IE	Ireland	38.7%	10.5%	50.7%	0.0%	0.1%
IT	Italy	8.7%	15.9%	1.0%	74.4%	0.0%
MT	Malta	2.5%	3.0%	3.0%	80.3%	11.2%
NL	Netherlands	28.6%		57.8%	11.6%	2.0%
PL	Poland	32.5%	28.8%	4.7%	32.6%	1.4%
PT	Portugal	2.6%	9.6%	1.0%	86.7%	0.1%
RO	Romania	10.6%	42.5%	16.6%	29.9%	0.4%
SI	Slovenia	2.3%	60.3%	9.6%	5.4%	22.4%
SK	Slovakia	36.0%		64.0%	0.0%	0.0%
TR	Turkey	18.9%	23.8%	0.9%	56.4%	0.0%
UK	United Kingdom	5.3%	23.2%	71.6%	0.0%	0.0%

**Notes:**

- Data for DE and the UK refers to new business
- For the UK, bancassurance is included in all other channels
- For NL and SK, brokers are included with agents
- Data for ES is from 2008

Πηγή: CEA 2011, EUROPEAN INSURANCE IN FIGURES No 44

Ασφάλιστρα κλάδου Γενικών ασφαλίσεων ανά κανάλι διανομής - 2009

		Direct writing	Agents	Brokers	Bancassurance	Other
AT	Austria	35.0%	12.8%	39.4%	5.5%	7.3%
BE	Belgium	20.0%	10.5%	61.8%	6.8%	0.8%
BG	Bulgaria	20.0%	34.2%	45.7%	0.0%	0.0%
DE	Germany	3.9%	63.1%	24.5%	5.8%	2.7%
ES	Spain	22.2%	36.3%	26.7%	8.8%	6.0%
FR	France	35.0%	35.0%	18.0%	10.0%	2.0%
HR	Croatia	72.4%	21.3%	2.2%	1.6%	2.5%
IE	Ireland	41.8%	0.0%	58.2%	0.0%	0.0%
IT	Italy	6.0%	83.0%	7.9%	3.1%	0.0%
MT	Malta	37.3%	41.3%	21.4%	0.0%	0.0%
NL	Netherlands	49.0%		41.0%	9.0%	1.0%
PL	Poland	19.9%	58.5%	16.5%	3.5%	1.6%
PT	Portugal	10.1%	54.9%	19.6%	13.6%	1.8%
RO	Romania	25.8%	34.6%	33.1%	2.6%	3.9%
SI	Slovenia	27.9%	65.4%	4.6%	0.5%	1.6%
SK	Slovakia	21.0%	62.3%	16.7%	0.0%	0.0%
TR	Turkey	8.1%	68.4%	11.3%	12.1%	0.1%
UK	United Kingdom	23.9%	5.3%	56.9%	7.9%	6.0%

Notes:

- For NL, brokers are included with agents
- Data for ES and NL is from 2008

Πηγή: CEA 2011, EUROPEAN INSURANCE IN FIGURES Νο 44

Πληθυσμός 2001-2010 (σε χιλιάδες)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
AT Austria	8 064	8 100	8 143	8 201	8 254	8 283	8 319	8 355	8 375	8 404
BE Belgium	10 310	10 356	10 396	10 446	10 511	10 585	10 667	10 753	10 840	10 918
BG Bulgaria	7 891	7 846	7 801	7 761	7 719	7 679	7 640	7 607	7 564	7 505
CH Switzerland	7 256	7 314	7 364	7 415	7 459	7 509	7 593	7 702	7 786	7 867
CY Cyprus	706	715	730	749	766	779	789	797	803	804
CZ Czech Republic	10 206	10 203	10 211	10 221	10 251	10 287	10 381	10 468	10 507	10 533
DE Germany	82 440	82 537	82 532	82 501	82 438	82 315	82 218	82 002	81 802	81 752
DK Denmark	5 368	5 384	5 398	5 411	5 427	5 447	5 476	5 511	5 535	5 561
EE Estonia	1 361	1 356	1 351	1 348	1 345	1 342	1 341	1 340	1 340	1 340
ES Spain	40 964	41 664	42 345	43 038	43 758	44 475	45 283	45 828	45 989	46 153
FI Finland	5 195	5 206	5 220	5 237	5 256	5 277	5 300	5 326	5 351	5 375
FR France	61 424	61 864	62 292	62 773	63 230	63 645	64 007	64 369	64 716	65 075
GR Greece	10 969	11 006	11 041	11 083	11 125	11 172	11 214	11 260	11 305	11 330
HR Croatia	4 445	4 443	4 442	4 444	4 443	4 441	4 436	4 435	4 426	4 412
HU Hungary	10 175	10 142	10 117	10 098	10 077	10 066	10 045	10 031	10 014	9 986
IE Ireland	3 900	3 964	4 029	4 112	4 208	4 313	4 401	4 450	4 468	4 480
IS Iceland	287	288	291	294	300	308	315	319	318	318
IT Italy	56 994	57 321	57 888	58 462	58 752	59 131	59 619	60 045	60 340	60 626
LI Liechtenstein	34	34	34	35	35	35	35	36	36	36
LU Luxembourg	444	448	455	461	469	476	484	494	502	512
LV Latvia	2 346	2 331	2 319	2 306	2 295	2 281	2 271	2 261	2 248	2 230
MT Malta	395	397	400	403	405	408	410	414	414	418
NL Netherlands	16 105	16 193	16 258	16 306	16 334	16 358	16 405	16 486	16 575	16 655
NO Norway	4 524	4 552	4 577	4 606	4 640	4 681	4 737	4 799	4 858	4 920
PL Poland	38 242	38 219	38 191	38 174	38 157	38 125	38 116	38 136	38 167	38 200
PT Portugal	10 329	10 407	10 475	10 529	10 570	10 599	10 618	10 627	10 638	10 637
RO Romania	21 833	21 773	21 711	21 659	21 610	21 565	21 529	21 499	21 462	21 414
SE Sweden	8 909	8 941	8 976	9 011	9 048	9 113	9 183	9 256	9 341	9 416
SI Slovenia	1 994	1 995	1 996	1 998	2 003	2 010	2 010	2 032	2 047	2 050
SK Slovakia	5 379	5 379	5 380	5 385	5 389	5 394	5 401	5 412	5 425	5 435
TR Turkey	68 838	69 770	70 692	71 610	72 520	69 689	70 586	71 517	72 561	73 723
UK United Kingdom	59 216	59 435	59 697	60 039	60 410	60 781	61 192	61 595	62 027	62 436
CEA	566 542	569 585	572 752	576 113	579 204	578 570	582 024	585 164	587 782	590 521

Source: Eurostat

Πηγή: CEA 2011, EUROPEAN INSURANCE IN FIGURES No 44

## Βιβλιογραφία

Κοσμέας Ι. “Ασφαλιστικές Λειτουργίες” σημειώσεις μαθήματος ασφαλιστική πρακτική στην Ελλάδα, 2011

Akhavem, D. Berger, A. N, and Humphrey, D B 1997 “The effects of megamergers on efficiency and prices evidence from a bank profit function”, *Review of Industrial Organization* 12 (February) 95-139.

Akhavem, D. Swamy, P. A. VB, Taubman, S B and Singamsetti, R N 1997. “A general method of diving the efficiencies of banks from a profit function”. *Journal of Productivity Analysis* 8 (March) 71-93.

Berger, A. N. 1993 "Distribution-free" estimates of efficiency in the U.S banking industry and tests of the standard distributional assumptions. *Journal of Productivity Analysis* 4 (September)' 261-292.

Berger, AN. Hancock, D., and Humphrey, D B 1993.” Bank efficiency derived from the profit”.

Berger, AN.; Leusner, J H, and Mingo J 1997, “In press the efficiency of bank branches *Journal of Monetary Economics*” 40 (August) function. *Journal of Banking and Finance* 17 (April) 317-474.

Berger, Cummins, Weiss, 1997, “The Coexistence of Multiple Distribution Systems for Financial Services: The Case of Property-Liability Insurance” 515-552.

Berger, LA., Kleindorfer, P R., and Kunreuther, H. 1989, “ A dynamic model of the transmission of price information in auto insurance market. *Journal of Risk and Insurance*” 56 (March) 17-33.

Basu, A.K., Rajiv Lal, V. Srinivasan, and Richard Staelin (1986). “Sales Compensation Plans: An Agency Theoretic Perspective”. *Marketing Science* 4, 267-291.

Birkhofer, B., M. Schoegel, T. Torsten, 2000. “Transaction and trust-based strategies in E-commerce – A conceptual approach, *Electronic Markets*”. 10: 23 pages.

Bipar, “Insurance Intermediaries in Europe”, London 2010, December 2010.

Bipar, “Views on the revision”, October 2011.

CEA, “Insurance Distribution Channels in Europe”, *Statistics N.39*, March 2010.

CEA, “European Insurance in Figures”, *Statistics N.44*, December 2011.

CEA, “The European Life Insurance Market” in 2010 *N.45*, February 2012.

Caves, Richard E. (1986). “Vertical Restraints in Manufacturer-Distributor Relations: Incidence and Economic Effects.” in R.E. Grieson, *Antitrust and Regulation*. Lexington: Lexington Books.

Conrad Van Greunen (2010). “Unethical Decision-Making and Behaviour in the Life Insurance Sector of South Africa”

Cummins, D, and VanDerhel, J L 1979, “The relative efficiency of property-liability distribution systems, *Bell Journal of Economics*” 10 (Autumn) 709-719.



Dahlby, B., and West, D S 1986 "Price dispersion in an automobile insurance market *Journal of Political Economy*" 94 (April) 418-438.

Steven I Davis Bancassurance: "The Lessons of Global Experience in Banking and Insurance Collaboration".

Dumm R. and Hoyt R. 2002, "Insurance Distribution Channels: Markets in Transition".

Fama, E. 1985. "What's different about banks? *Journal of Monetary Economics*" 15 (January):29-39

Gefen, D. 2000. "E-Commerce: The role of familiarity and trust, *Omega: The International Journal of Management Science*" 725-737.

Gravelle, Hugh (1994). "Remunerating Information Providers: Commissions versus Fees in Life Insurance". *Journal of Risk and Insurance* 61, 425-457.

Gravelle, Hugh (1993). "Product Price and Advice Quality: Implications of the Commission System in Life Assurance." *Geneva Papers on Risk and Insurance Theory* 16, 3-19.

Hoesly, Michelle L., (1996), "Life Insurance Distribution: The future is not what it used to be", *Journal of the American Society of CLU and ChFC*, 88-100.

Hoschka, Tobias C. (1994). "Bancassurance in Europe". New York: St. Martin's Press.

Howe, Vince, Douglas K. Hoffman and Donald W. Hardigree (1994). "The Relationship between ethical and customer oriented service provider behaviors." *Journal of Business Ethics* 13: 497-506.

Ippolito, Pauline M. and Thomas R. Overstreet Jr. (1996). "Resale Price Maintenance: An Economic Assessment of the Federal Trade Commission's case against the Corning Glass Works." *Journal of Law and Economics* 39: 285-328.

Ippolito, Pauline M. (1988). "The Economics of Information in Consumer Markets: What do we know? What do we need to know?" in E.S. Maynes, *The Frontier of Research in the Consumer interest*. Columbia: American Council on Consumer Interests.

John, George, and Barton Weitz (1989). "Sales force Compensation: An Empirical Investigation of Factors Related to the Use of Salary Versus Incentive Compensation." *Journal of Marketing Research*, 26, 1-14.

Joskow, P 1973 Cartels, "Competition, and regulation in the property liability insurance industry *Bell Journal of Economics and Management Sciences*" 4 (Autumn) 395-427.

Katz, Michael L. (1990). "Vertical Contractual Relations" in R. Schmalensee and R. Willig, *Handbook of Industrial Organization*. Amsterdam: Elsevier Science Publishers.

Kim, W J, Mayers, D., and Smith, C W., Jr. 1996. "On the choice of Insurance distribution systems *Journal of Risk and Insurance*" 62 (June) 207-28.

Kurland, Nancy B. (1996). "Sales Agents and Clients: Ethics, Incentives and a Modified Theory of Planned Behavior." *Human Relations* 49: 51-74.

Kurland, Nancy B. (1995). "Ethics, Incentives and Conflicts of Interest: A Practical Solution." *Journal of Business Ethics* 14: 465-475.

Lefenfeld, "Fee based Payments." Best's Review, March, 1996.

McAllister, P, and McManus, D 1993 "Resolving the scale efficiency puzzle In banking Journal of Banking and Finance" 17 (April), 389-405.

Mitchell, K, and Onvural, N M 1996 "Economies of scale and scope at large commercial banks Evidence from the Founder flexible functional font. Journal of Money, Credit, and Banking" 28 (May) 178-99.

Pauly, M V, Kunreuther, H, and Kleindorfer, P R 1986 "Regulation and quality competition in the US insurance industry". In J. Finsinger and M Pauly. The Economics of Insurance Regulation New York St. Martin's Press.

Posey, Lisa Lipowski and Abdullah Yavas, 1995. "A search Model of marketing systems in property-liability insurance". Journal of Risk and Insurance: 666-689.

Puelz, Robert and Arthur Snow (1991). "Efficient contracting in a market for life insurance agents with asymmetric information." Journal of Risk and Insurance 58, 729-736.

Malone, T. W., J. Yates, and R. I. Benjamin, 1987. "Electronic Markets and Electronic Hierarchies", Communications of the ACM, 30: 484-497.

Mayers, D, and Smith, C. W, Jr. 1981 "Contractual provisions, organizational structure, and conflict control in insurance markets". Journal of Business (July): 407-34.

Regan, Laureen (1997). "Vertical Integration in the Property-Liability Insurance Industry: A Transactions Cost Approach". Journal of Risk and Insurance , 41-62.

Regan, L, and Tennyson, S 1996 "Agent discretion and the choice of Insurance marketing system Journal of Law and Economics" 39 (October) 637-66.

Rejda, George E. (1998) " Principles of Risk Management and Insurance" Addison-Wesley Educational Publishers Inc.

Roger A. Klein 2001 Germany "Bancassurance in Practice", updated version of the paper "Bancassurance" written by Yiannis Violaris, EuroLife, Nicosia (Cyprus).

Russell, David T. (1997) "An Empirical Analysis of Life Insurance Policyholder Surrender Activity". Unpublished Ph.D. dissertation, University of Pennsylvania.

Sarkar, M.B., B. Butler, and C. Steinfeld, 1995. Intermediaries and Cybermediaries: "A Continuing Role for Mediating Players in the Electronic Marketplace," Journal of Computer Mediated Communication, 1: 3.

Telser, Lester, (1960) "Why Should Manufacturers Want Fair Trade? Journal of Law and Economics": 86-105.

Tremblay, Ara C., 2001, "Why the insurance industry has failed in the online distribution channel," National Underwriter (Life & Health Services edition), 19-21.

Weiss, M A 1990 "Productivity growth and regulation, Insurance 1980-1984. Journal of Productivity Analysis" (December) 15-38.