

---

**Jerzy Gwizdała, Agnieszka Pobłocka**

Uniwersytet Gdański

e-mails: jerzy.gwizdala@ug.edu.pl; agnieszka.poblocka@ug.edu.pl

---

## **RYNEK *BANCASSURANCE* W POLSCE W LATACH 2009-2016**

---

### **BANCASSURANCE MARKET IN POLAND IN 2009-2016**

---

DOI: 10.15611/pn.2018.541.05

JEL Classification: G22

**Streszczenie:** *Bancassurance* polega na sprzedaży produktów finansowych i ubezpieczeniowych klientom banków przez sieć dystrybucji banku. Stwarza to korzyści i zagrożenia dla usługodawców i usługobiorców. Celem artykułu jest prezentacja obecnego rynku *bancassurance* w Polsce na tle całego rynku ubezpieczeniowego oraz wskazanie możliwych kierunków rozwoju w XXI wieku. W tym celu zaprezentowana zostanie analiza sprzedaży ubezpieczeń (ogółem i według kanałów dystrybucji), w szczególności w usługach *bancassurance*. Dodatkowym celem jest zaprezentowanie szans i zagrożeń dla klientów banków, banków i zakładów ubezpieczeń w usługach *bancassurance*. Materiał statystyczny ujęty w badaniu to materiał wtórny publikowany przez KNF oraz PIU. W pracy jako metody badawcze zastosowano m.in. krytyczną analizę literatury przedmiotu oraz metody statystyczne.

**Słowa kluczowe:** zakłady ubezpieczeń, produkty ubezpieczeniowe, *bancassurance*, banki.

**Summary:** *Bancassurance* is an innovative way to provide insurance services, which includes the sale of financial and insurance products to bank customers through the bank's distribution network. This creates benefits and risks for service providers and recipients. The aim of the article is to present the concept of *bancassurance*, in particular to present opportunities and threats for clients of banks, banks and insurance companies and to examine the social responsibility of business in *bancassurance* services. An additional goal of the article is to indicate the possible directions of *bancassurance* development in the 21st century. To this end, an analysis of insurance sales in Poland, in particular in the *bancassurance* distribution channel, will be presented. The statistical material included in the study is a secondary material published by the Polish Financial Supervision Authority and the Polish Insurance Association. The research methods included in the work are a critical analysis of the subject literature and statistical methods.

**Keywords:** insurance companies, insurance products, *bancassurance*, banks.

## 1. Wstęp

*Bancassurance* (fr. *banc* – bank, *assurance* – ubezpieczenie; BA) polega na współpracy banków i zakładów ubezpieczeń w celu sprzedaży produktów finansowych i ubezpieczeniowych klientom banków poprzez sieć dystrybucji banku. Pierwsze porozumienia zawarto na świecie w końcu XIX wieku, a w Polsce – w latach 90. XX wieku, kiedy Wielkopolski Bank Kredytowy rozpoczął współpracę z Commercial Union [Pawelec 2004, s. 15; Pisarewicz 2013b, s. 419]. Ten sposób świadczenia usług ubezpieczeniowych stwarza korzyści i zagrożenia dla usługodawców i usługobiorców. Celem badania jest prezentacja obecnego rynku *bancassurance* w Polsce na tle całego rynku ubezpieczeniowego oraz wskazanie możliwych kierunków rozwoju w XXI wieku. W tym celu zostanie przedstawiona analiza sprzedaży ubezpieczeń w Polsce (ogółem i według kanałów dystrybucji), w szczególności w kanale *bancassurance*. Dodatkowym celem badania jest zaprezentowanie szans i zagrożeń dla klientów banków, zakładów ubezpieczeń i banków w usługach *bancassurance*.

Na potrzeby badania sformułowano następujące hipotezy badawcze:

1. W Polsce w latach 2009-2016 składkę przypisaną brutto charakteryzowała tendencja rosnąca, podczas gdy składkę przypisaną brutto pozyskaną w kanale *bancassurance* charakteryzowała tendencja malejąca.

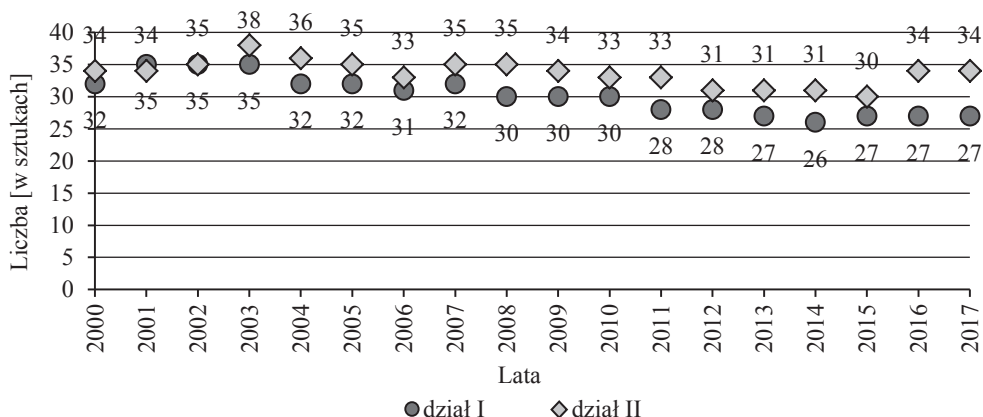
2. Najważniejszym kanałem dystrybucji ubezpieczeń w Polsce (według składki przypisanej brutto) są agenci ubezpieczeniowi, a wśród nich osoby prawne, a wśród nich banki.

3. Najważniejszą grupą produktów ubezpieczeniowych działu I oferowanych w kanale *bancassurance* w Polsce (według składki przypisanej brutto) są produkty powiązane z bankowymi.

Materiał statystyczny ujęty w badaniu to materiał wtórny publikowany przez Komisję Nadzoru Finansowego (KNF) oraz Polską Izbę Ubezpieczeń (PIU). Jako metody badawcze zastosowano badanie dokumentów, analizę i krytykę piśmiennictwa – literatury przedmiotu, analizę i konstrukcję logiczną oraz metody statystyczne. Obliczenia zostały wykonane w arkuszu kalkulacyjnym MS Excel 2016.

## 2. Ubezpieczenia w Polsce (ogółem i według kanałów dystrybucji)

Wartość sprzedanych ubezpieczeń może być mierzona składką przypisaną brutto (SPB), która obok wskaźnika penetracji (SPB w relacji do PKB) i gęstości ubezpieczeń (SPB *per capita*) jest jednym ze wskaźników oceny rozwoju ubezpieczeń [Ortyński 2011, s. 27]. Jej wartość to tzw. przypis składki, będący podstawowym źródłem przychodów, wpływający istotnie na gospodarkę finansową zakładów ubezpieczeń. W dalszej części tekstu zostanie zaprezentowana analiza statystyczna rynku ubezpieczeniowego (ograniczona do SPB (ogółem i według działów) oraz liczby zakładów ubezpieczeń), z której wnioski zostaną wykorzystane w dalszej części badania przy analizie rynku BA.



**Rys. 1.** Liczba zakładów ubezpieczeń prowadzących działalność ubezpieczeniową według działów ubezpieczeń

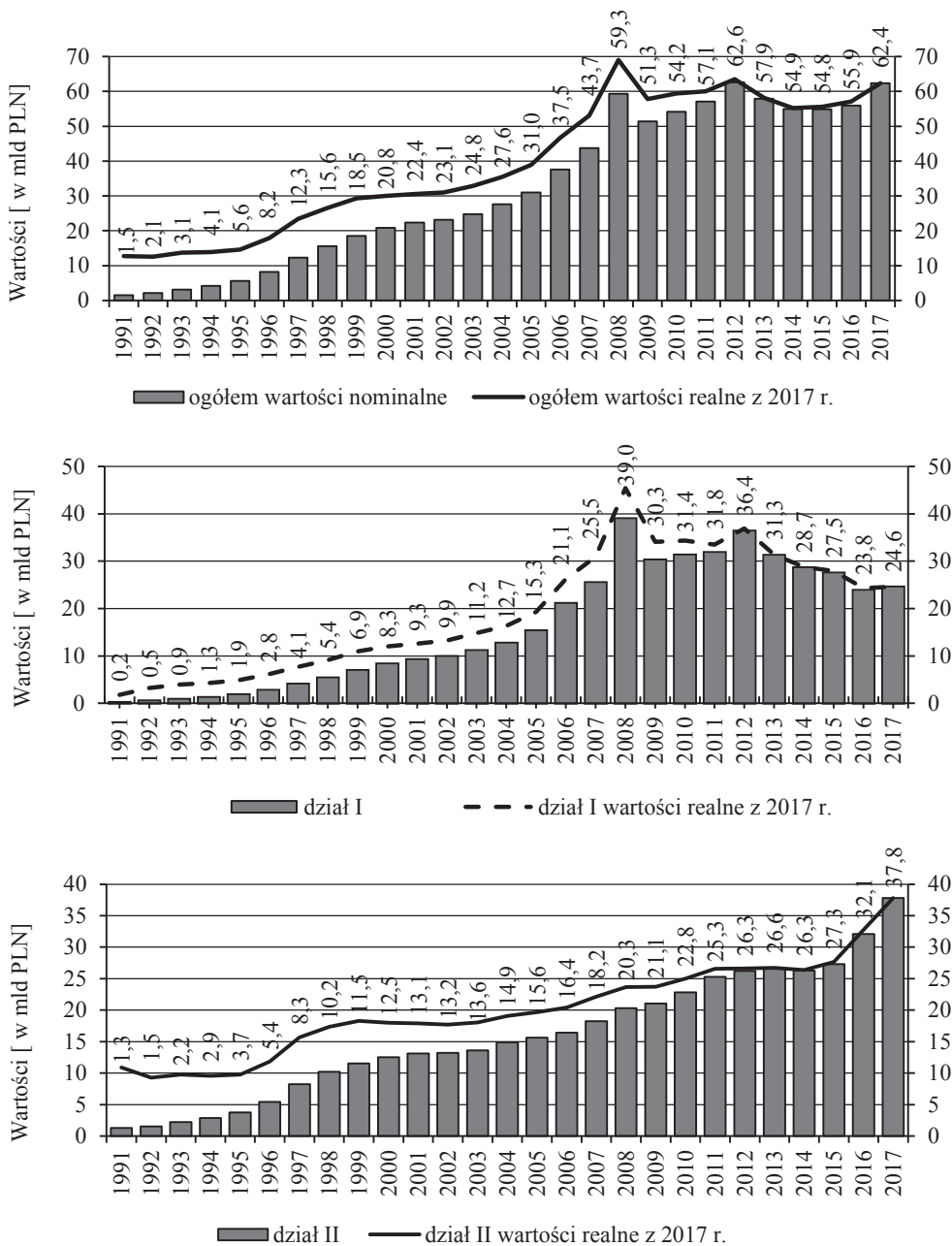
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [KNF 2001-2017].

W Polsce w latach 2000-2017 liczba zakładów ubezpieczeniowych prowadzących działalność ubezpieczeniową w dziale I ubezpieczeń („ubezpieczenia na życie”) oraz w dziale II ubezpieczeń („pozostałe ubezpieczenia osobowe i majątkowe”) zmieniała się w czasie (rys. 1), jednakże kształtowała się na podobnym poziomie (ok. 60 zakładów).

W latach 1991-2017 składka przypisana brutto ogółem (dział I i dział II łącznie) i w dziale II (z wyjątkiem 2009 r.) charakteryzowała się tendencją rosnącą, a w dziale I – tendencją zmienną w czasie: w latach 1991-2012 (z wyjątkiem 2008 r.) oraz 2016-2017 SPB rosła, w latach 2013-2015 malała (rys. 2). Oznacza to, że na polskim rynku ubezpieczeń w latach 1991-2017 liczba zakładów ubezpieczeń kształtowała się na podobnym poziomie, podczas gdy popyt na ubezpieczenia (SPB ogółem) wykazywał tendencję rosnącą, w szczególności w dziale II ubezpieczeń.

W dalszej części badania wykonano analizę sprzedaży ubezpieczeń według działów ubezpieczeń i kanałów dystrybucji, na podstawie zagregowanych (dla całego rynku ubezpieczeń) danych statystycznych opublikowanych przez [KNF 2010-2017]. Okres badany, w celu zagwarantowania porównywalności z danymi publikowanymi przez PIU przedstawionymi w pkt 3, zawężono do lat 2009-2016 (w momencie badania brakowało danych dla 2017 r.).

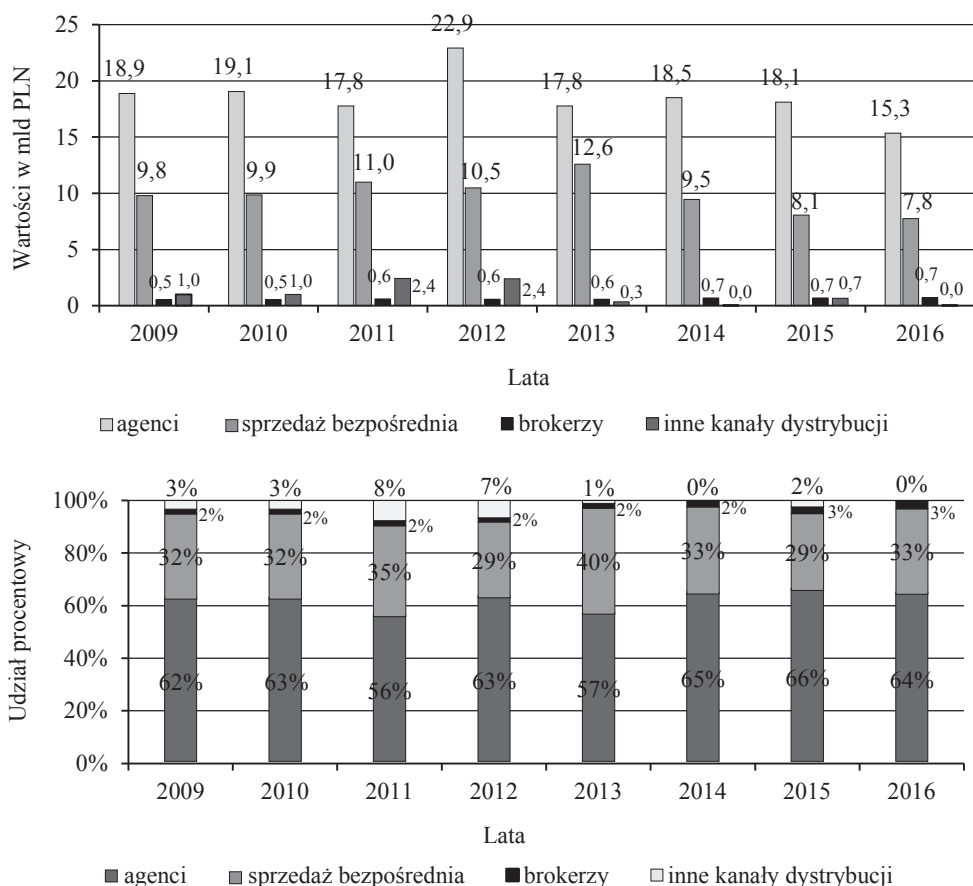
Zakłady ubezpieczeń według raportów [KNF 2010-2017] oferują produkty ubezpieczeniowe w dziale I poprzez następujące kanały dystrybucji: agentów (osoby fizyczne, osoby prawne, podmioty bez osobowości prawnej, agenci pośredniczący – tylko dział II), brokerów (osoby fizyczne i osoby prawne), sprzedaży bezpośredniej (przez pracowników, Internet, telefon i inne kanały bezpośrednie) i innych kanałów dystrybucji (brak wyszczególnienia).



**Rys. 2.** Składka przypisana brutto (ogółem – dział I i dział II łącznie, w dziale I i dziale II) w zakładach ubezpieczeń w wartościach nominalnych i realnych z 2017 r.

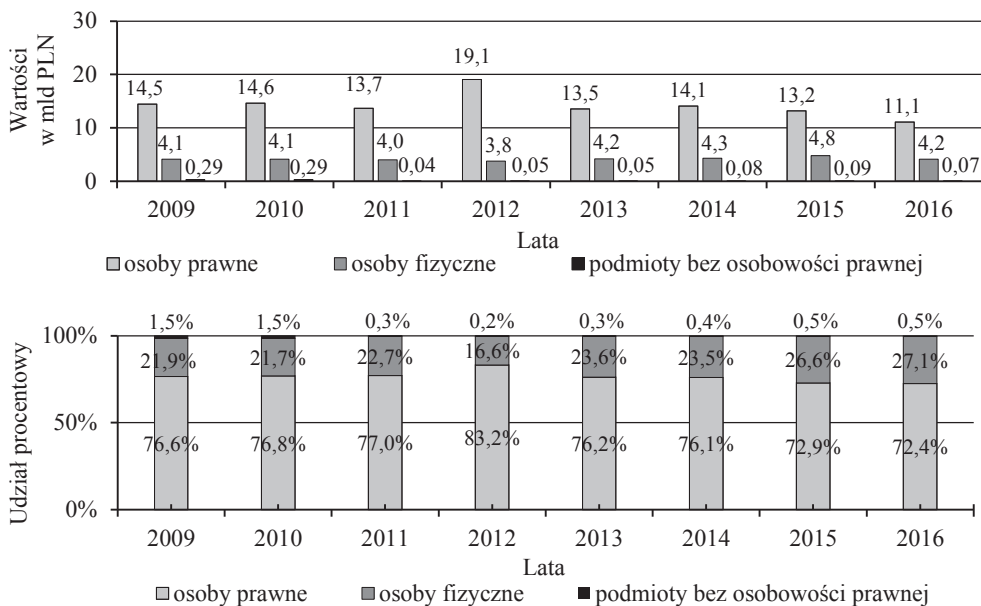
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [KNF 1992-2017].

W dziale I ubezpieczeń w latach 2009-2016 najważniejszym kanałem dystrybucji byli agenci ubezpieczeniowi i sprzedaż bezpośrednia, którzy uzyskali największą wartość SPB i największy udział w strukturze SPB (rys. 3). Jednak od 2014 r. odnotowano malejącą wartość SPB pozyskanej przez agentów i w sprzedaży bezpośredniej. W efekcie w 2016 r. zaobserwowano najmniejsze z badanych wartości SPB. Co było powodem takiej sytuacji? W badanym okresie najważniejszym kanałem dystrybucji wśród agentów dziale I były osoby prawne i osoby fizyczne (rys. 4). Od 2014 r. w dziale I odnotowano malejącą SPB pozyskaną przez agentów (spadek w wielkości absolutnej o 3 mld PLN) oraz osoby prawne będące agentami (wykresy na rys. 4 i 5). Najważniejszym kanałem dystrybucji wśród osób prawnych będących agentami ubezpieczeniowymi w dziale I były banki i pozostałe osoby prawne (wykres na rys. 5). Zatem na SPB w dziale I istotny wpływ ma składka pozyskana w kanale BA.



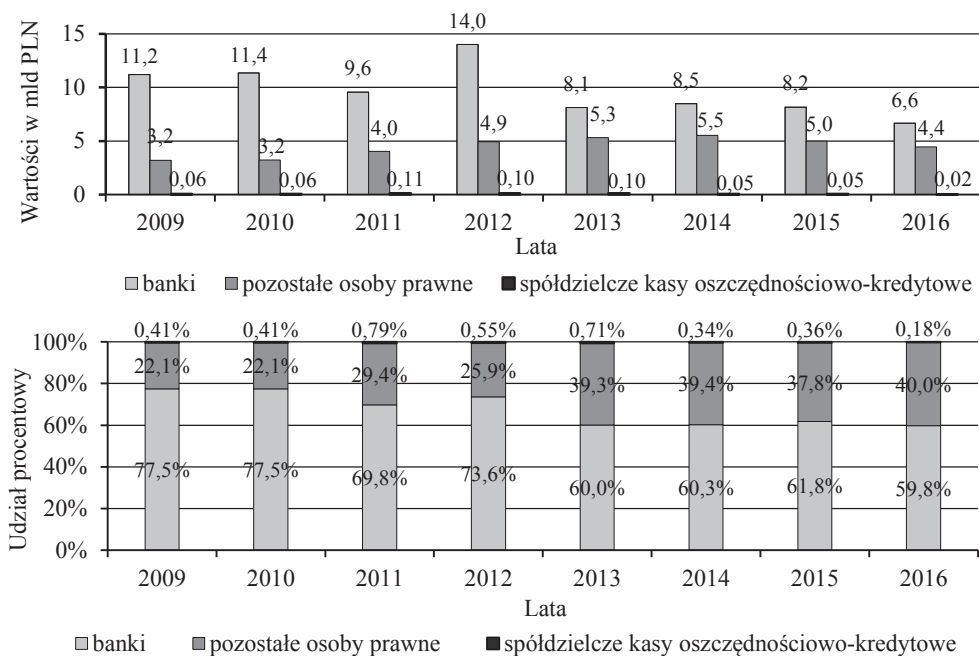
**Rys. 3.** Wartość i struktura składki przypisanej brutto w dziale I ubezpieczeń według kanałów dystrybucji

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [KNF 2010-2017].



**Rys. 4.** Wartość i struktura składki przypisanej brutto w dziale I ubezpieczeń pozyskanej przez agentów ubezpieczeniowych według kanałów dystrybucji

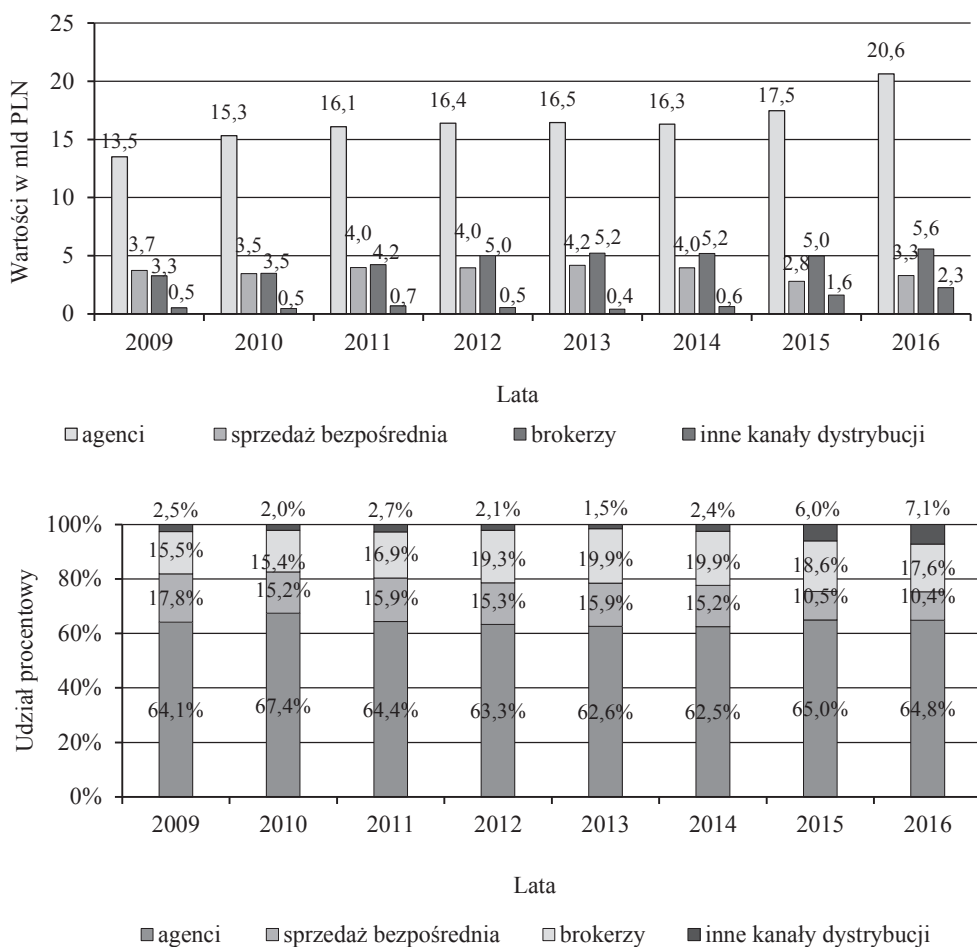
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [KNF 2010-2017].



**Rys. 5.** Wartość i struktura składki przypisanej brutto w dziale I ubezpieczeń pozyskanej przez osoby prawne będące agentami ubezpieczeniowymi wg kanałów dystrybucji

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [KNF 2010-2017].

Malejąca od 2014 r. SPB w dziale I pozyskana przez banki (spadek w wielkości absolutnej o 1,9 mld zł) oraz przez pozostałe osoby prawne spowodowała m.in. malejący przypis składki pozyskanej przez osoby prawne (rys. 5), agentów (rys. 4) i łącznie (rys. 9). Jednakże dlaczego banki, jako osoby prawne będące agentami ubezpieczeniowymi, generowały w dziale I ubezpieczeń od 2014 r. malejący przypis składki? Być może jest to efekt Rekomendacji U.

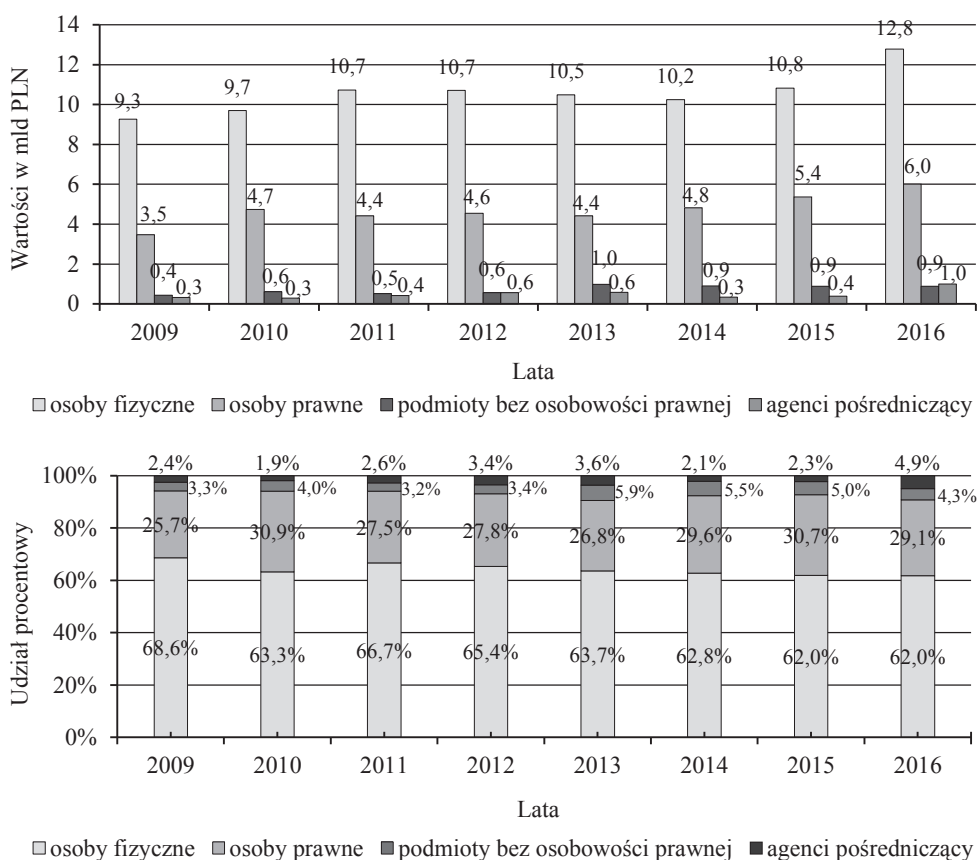


**Rys. 6.** Wielkość i struktura składki przypisanej brutto w dziale II według kanałów dystrybucji

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [KNF 2010-2017].

W dziale II ubezpieczeń w latach 2009-2016 najważniejszym kanałem dystrybucji (według wartości SPB i udziału w SPB) byli, analogicznie jak w dziale I (wykresy na rys. 3 i 6), agenci ubezpieczeniowi, a następnymi z kolei byli (z wyjątkiem 2009 r.): brokerzy ubezpieczeniowi i reasekuracyjni oraz sprzedaż bezpośrednia. Od 2010 r.

SPB pozyskana przez brokerów w dziale II (oraz jej udział w SPB) była większa niż w sprzedaży bezpośredniej. Był to efekt m.in. zmian finansowania oddziałów terenowych zakładów ubezpieczeń (zmniejszając koszty działalności pracowników zatrudnionych na umowę o pracę mobilizowano do zmiany umowy i prowadzenia własnej działalności gospodarczej). W 2016 r. odnotowano w dziale II największe z badanych SPB (20,6 mld zł SPB pozyskano przez agentów, a 5,6 mld zł pozyskano przez brokerów; wykres na rys. 6); to była sytuacja odmienna niż w dziale I, gdzie wartości z 2016 r. były najmniejsze (wykres na rys. 3). Najważniejszym kanałem dystrybucji pośród agentów ubezpieczeniowych działu II (według SPB oraz udziału w SPB pozyskanej przez agentów ubezpieczeniowych) w badanym okresie były osoby fizyczne, a drugim – osoby prawne (wykres na rys. 7). Najważniejszym kana-

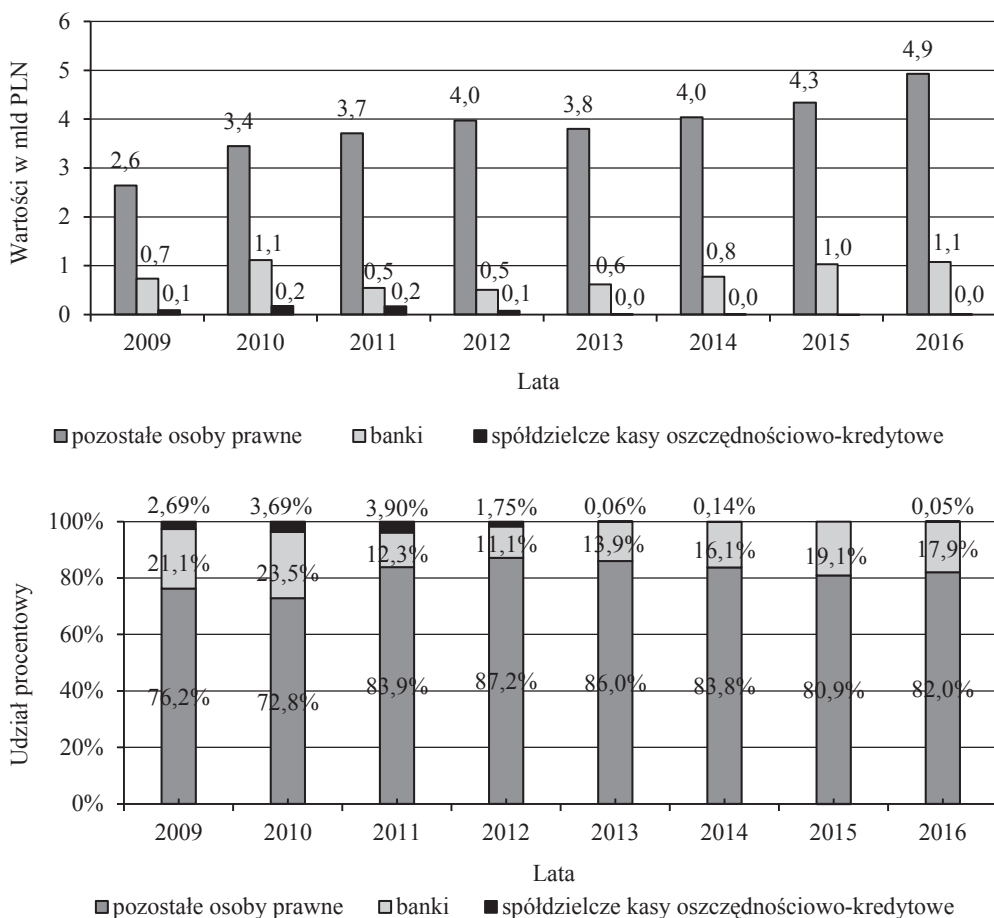


**Rys. 7.** Struktura składki przypisanej brutto w dziale II ubezpieczeń pozyskanej przez agentów ubezpieczeniowych według kanałów dystrybucji

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [KNF 2010-2017].



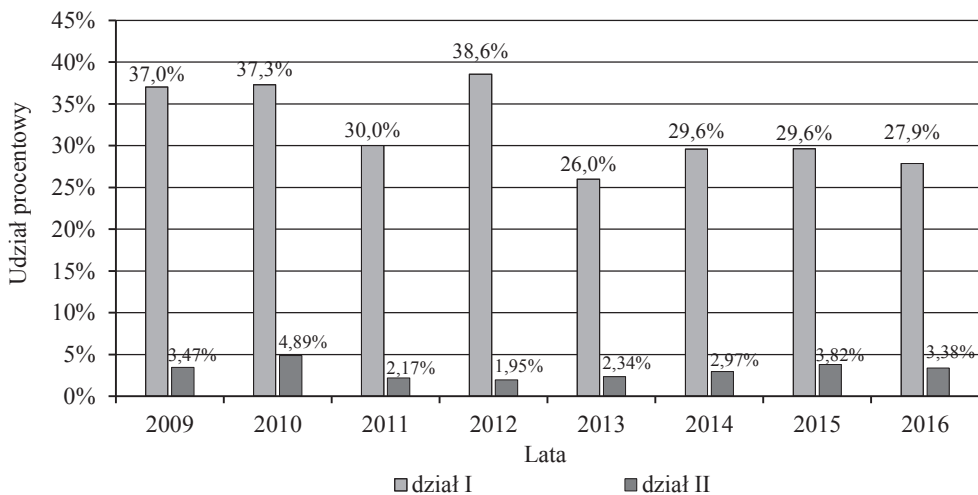
łem dystrybucji pośród osób prawnych będących agentami działu II były pozostałe osoby prawne, a drugim z kolei były banki (wykres 8). Była to sytuacja odmienna niż w dziale I, gdzie najważniejszym kanałem dystrybucji wśród agentów były osoby prawne (wykres na rys. 4), a najważniejszymi agentami wśród osób prawnych były banki (wykres na rys. 5).



**Rys. 8.** Wartość i struktura składki przypisanej brutto w dziale II ubezpieczeń pozyskanej przez osoby prawne według kanałów dystrybucji

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [KNF 2010-2017].

Współpraca banków i zakładów ubezpieczeń w zakresie sprzedaży produktów finansowych stanowi ważny element rozwoju rynku finansowego i ubezpieczeniowego. Banki odgrywają istotną rolę w kanale dystrybucji produktów ubezpieczeniowych, co jest widoczne w ubezpieczeniach działu I i działu II (wykres na rys. 9).



**Rys. 9.** Udział składki przypisanej brutto pozyskanej przez banki w składce przypisanej brutto według działów ubezpieczeń

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [KNF 2010-2017].

Wartość pozyskanej SPB przez banki w dziale I jest dużo większa niż w dziale II.

### 3. *Bancassurance*

W niniejszym punkcie przedstawiono ideę *bancassurance*, w szczególności korzyści i zagrożenia dla klientów banków, banków i zakładów ubezpieczeń oraz rolę banku w usługach *bancassurance*. W XXI wieku, w okresie światowej globalizacji, powstają międzynarodowe koncerny finansowe oferujące konsolidację usług finansowych. Współpracę banków i zakładów ubezpieczeń w celu kompleksowej obsługi klienta w jednym miejscu poprzez oferowanie różnych usług finansowych i ubezpieczeniowych [Gwizdała, Gwizdała 2011, s. 1; Pawelec 2004, s. 2, 3; Swacha-Lech 2008, s. 12] określa terminem *Allfinanz* (AllF). AllF dzieli na *Bancassurance* oraz *Assurfinanse* (fr. *assurance* – ubezpieczenie; *finance* – finanse; AF). W BA klientom banków oferuje się produkty ubezpieczeniowe poprzez sieć dystrybucji banków, a w AF klientom zakładów ubezpieczeń oferuje się produkty bankowe poprzez sieć dystrybucji zakładów ubezpieczeń. Czasami terminów BA, AF, AllF używa się zamiennie na określenie współpracy różnych instytucji finansowych, a czasami BA ma jeszcze inną nazwę, np. w Stanach Zjednoczonych Ameryki *bankinsurance* [Krzemiński 2005, s. 1].

W literaturze przedmiotu BA jest różnie definiowany, np. według [PIU 2017, s. 3] to „sprzedaż umów ubezpieczenia w formie indywidualnej lub grupowej klientom banków poprzez sieć dystrybucji banku (oddziały, mobilnych sprzedawców,

pracowników banku, *call centre*, Internet, pośredników finansowych”; według III Rekomendacji [ZBP i PIU, 2012 s. 5] to „usługa polegająca na umożliwieniu Klientom przystąpienia do Ubezpieczenia na podstawie umów ubezpieczenia zawartych pomiędzy Bankiem a Ubezpieczycielem albo zawarcia umowy ubezpieczenia z Ubezpieczycielem za pośrednictwem Banku jako agenta Ubezpieczyciela”; według Rekomendacji U [KNF 2014, s. 6] to „oferowanie ubezpieczeń przez banki (pośrednictwo w zawieraniu umów ubezpieczenia lub oferowanie przystąpienia do zawartej przez bank umowy ubezpieczenia na cudzy rachunek) na podstawie umów zawartych pomiędzy bankiem a zakładem ubezpieczeń powiązane bezpośrednio z produktem bankowym lub niepowiązane bezpośrednio, w tym także ubezpieczeniowych produktów o charakterze inwestycyjnym lub oszczędnościowym”, a także „zawieranie przez bank umów ubezpieczenia powiązanych z produktem bankowym, przypadku których klient banku na podstawie odrębnej umowy zobowiązany jest pokryć koszty ochrony ubezpieczeniowej banku przed poszczególnymi rodzajami ryzyka objętymi tą umową ubezpieczenia”. W BA występują trzy grupy produktów oferowanych przez banki: produkty niezależne (typu *stand-alone*, np. ubezpieczenia komunikacyjne), produkty komplementarne (np. ubezpieczenia będące zabezpieczeniem kredytu hipotecznego), produkty substytucyjne (np. ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym) [Pawelec 2004, s. 5]. W BA występuje także zjawisko synergii popytowej (popyt na jedną usługę generuje popyt na inną usługę), a także zjawisko sprzedaży krzyżowej (*cross-selling*), czyli wzajemnej sprzedaży usług [Krzemiński 2005]. W praktyce występują różne formy współpracy BA: zakład ubezpieczeń jest własnością banku (bankowy *captive* ubezpieczeniowy); bank jest własnością zakładu ubezpieczeń lub zakład ubezpieczeń ma udziały w banku; bank i zakład ubezpieczeń należą do jednego holdingu lub mają umowę o współpracy; bank i zakład ubezpieczeń tworzą spółkę bankowo-ubezpieczeniową z większościowym kapitałem banku [Pawelec 2004, s. 3]. Maśniak [2015] podkreśla, że aktualne „normy prawne nie uwzględniają specyfiki powiązań pomiędzy bankami i ubezpieczycielami i ich wpływu na prowadzoną działalność”. Związek Banków Polskich (ZBP) wraz z PIU opracowały zbiór dobrych praktyk dla polskiego rynku *bancassurance*, tzw. I, II, III Rekomendację, które zostały przyjęte przez Zarząd ZBP (ZZBP) odpowiednio w dniach: 25.02.2009 r., 22.12.2010 r., 10.07.2012 r. [Pisarewicz 2013a, s. 6-7]. PIU [2014] przyjęło IV Rekomendację. Jednakże wspomniane zasady były bardzo ogólne i mogły być dobrowolnie przyjmowane przez zakłady ubezpieczeń i banki [Pisarewicz 2015, s. 74; Mrozewska 2012, s. 39]. W rezultacie 23.06.2014 r. KNF opublikowała Rekomendację U (data implementacji to 31.03.2015 r.), która choć nie jest źródłem prawa, interpretuje normy prawne powszechnie obowiązujące. To tzw. zbiór zasad dotyczących dobrych praktyk w zakresie *bancassurance* w celu „poprawy jakości standardów współpracy pomiędzy bankami i zakładami ubezpieczeń w zakresie oferowania klientom produktów ubezpieczeniowych przez banki oraz określenia warunków dla stabilnego rozwoju rynku *bancassurance*” [KNF 2014, s. 1]. Wraz z ogłoszeniem

Tabela 1. Korzyści i zagrożenia z *bancassurance*

Z BA	Bank	Zakład ubezpieczeń	Klient
Korzyści	<ul style="list-style-type: none"> <li>• możliwość współpracy z różnymi ubezpieczycielami</li> <li>• uatrakcyjnienie oferty przez rozszerzenie zakresu usług</li> <li>• ograniczenie ryzyka dla własnych produktów (bank nie ponosi kosztów windykacji długów)</li> <li>• optymalizacja wykorzystania własnej sieci sprzedaży</li> <li>• rozwój nowych form współpracy</li> <li>• pozyskanie nowych klientów</li> <li>• wsparcie przy tworzeniu produktów</li> <li>• podnoszenie kwalifikacji pracowników</li> <li>• wzrost sprzedaży produktów i uzyskanie dodatkowych przychodów (bazy depozytowej)</li> <li>• zmniejszenie kosztów działalności; podniesienie wskaźników rentowności; większa stabilność finansowa; wzmocnienie pozycji konkurencyjnej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• możliwość współpracy z różnymi bankami</li> <li>• zwiększenie liczby kanałów dystrybucji przy obniżeniu kosztów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zwiększenie satysfakcji z kompleksowej obsługi finansowej</li> <li>• pozyskanie informacji o produktach ubezpieczeniowych</li> <li>• łatwiejszy dostęp do ochrony ubezpieczeniowej</li> <li>• możliwość uzyskania niższych kosztów usług i ubezpieczenia</li> <li>• oszczędność czasu</li> </ul>
Zagrożenia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• naruszenie zasad konkurencji na rynku przez brak współpracy z wszystkimi zakładami ubezpieczeń</li> <li>• działalność odwrotna (banki to tylko jeden z kanałów dystrybucji ubezpieczeń, a nie odwrotnie – <i>assurfinance</i>, <i>assurbanking</i>) nie kontroluje jakości umów;</li> <li>• łączenie roli ubezpieczającego i pośrednika</li> <li>• dodatkowe nakłady pracy</li> <li>• trudności w zarządzaniu i konflikty strategiczne</li> <li>• różnice kulturowe i niespójne działania marketingowe</li> <li>• naruszenie tajemnicy bankowej lub ubezpieczeniowej; niedostateczne wykorzystanie lub zabezpieczanie baz danych klientów</li> <li>• inne zasady rekrutacji, szkoleń i wynagradzania pracowników</li> <li>• ryzyko rynkowe i inwestycyjne</li> <li>• wysokie koszty początkowe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• utrata bezpośredniej relacji z ubezpieczonym</li> <li>• przyjęcie do ochrony ryzykownych klientów</li> <li>• naruszenie zasad finansowania ochrony ubezpieczeniowej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• niepełna lub nierzetelna informacja o ochronie ubezpieczeniowej</li> <li>• oferowanie produktów niedostosowanych do potrzeb (tzw. <i>misselling</i>)</li> <li>• obowiązkowe oferowanie produktów jako zabezpieczenia kredytu</li> <li>• ograniczenie swobody wyboru ubezpieczyciela; brak możliwości bezpośredniego dochodzenia roszczeń przez ubezpieczonych bądź ich spadkobierców</li> <li>• utrudniony dostęp do treści umowy; regres</li> </ul>

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Grygutis 2003; Gwizdała 2010; Gwizdała 2011; Pawelec 2004; Rzecznik Ubezpieczonych 2012; Szymańska 2014].

Rekomendacji U zmalała sprzedaż ubezpieczeń w kanale BA, co można zaobserwować na rys. 5 i 10.

Współpraca banków i zakładów ubezpieczeń w zakresie *bancassurance* stwarza obu podmiotom gospodarczym oraz klientom banków wiele korzyści [Szymańska 2014, s. 2; Gwizdała 2010, s. 127; Grygutis 2003, s. 4; Pawelec 2004, s. 7; Rzecznik Ubezpieczonych 2012] oraz zagrożeń [KNF 2007; 2012a; 2012b; Gwizdała 2010, s. 122; Pawelec 2004, s. 7-8], które przedstawia tab. 1.

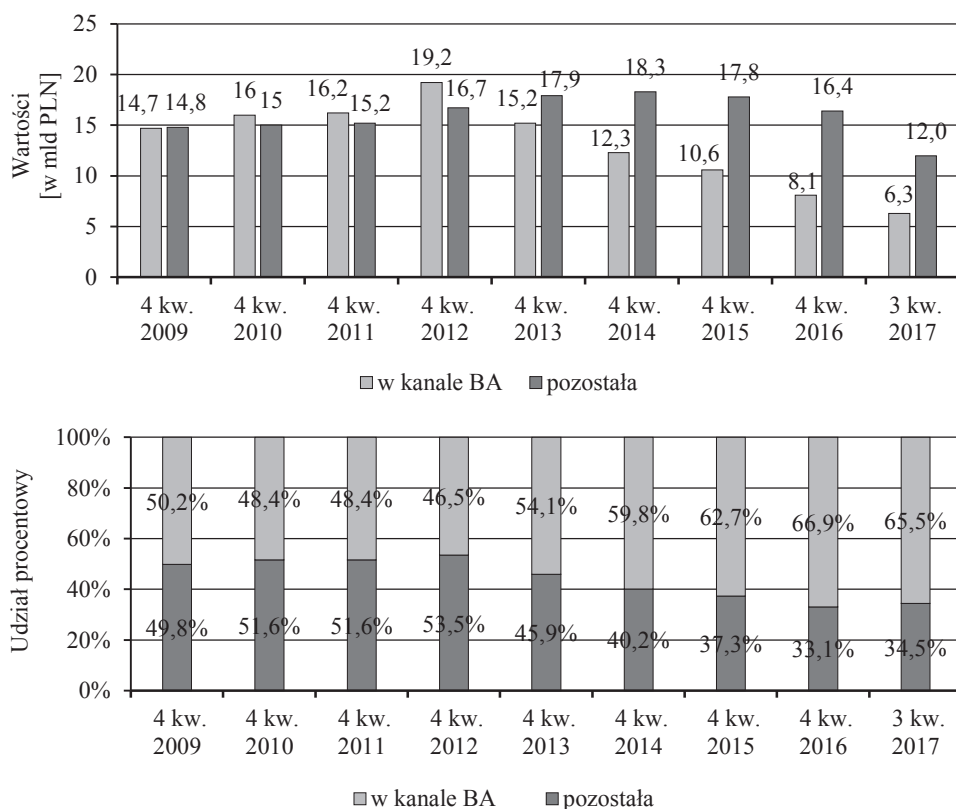
Należy podkreślić, że banki i zakłady ubezpieczeń dbają o swój dobry wizerunek i dlatego zależy im na zadowoleniu klienta, przez co ciąży na nich społeczna odpowiedzialność za współpracę w *bancassurance*.

Bank we współpracy z zakładami ubezpieczeń przy świadczeniu usług ubezpieczeniowych może wystąpić w roli: usługodawcy, informatora, pośrednika ubezpieczeniowego, ubezpieczającego na własny i na cudzy rachunek [Cichy, Szczewniaczek 2012, s. 27; Maśniak 2015, s. 289; Skory 2007, s. 139]. Jeżeli bank jest usługodawcą, to musi zatrudniać tego samego pracownika co zakład ubezpieczeń, gdyż w UE działalności ubezpieczeniowej nie można łączyć z działalnością bankową według przepisów prawa (dyrektywy Wyplacalność II i ustawy o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej z 2015 r.) [Maśniak 2015, s. 289]. Jeżeli bank jest informatorem, to wskazuje klientowi, co, gdzie, kiedy i jak może ubezpieczyć. Jeżeli bank jest pośrednikiem ubezpieczeniowym, to nie jest stroną umowy i tylko pośredniczy w zawieraniu umowy (najczęściej w formie indywidualnej) na podstawie pełnomocnictwa jednej ze stron lub jako pośrednik wykonujący „czynności faktyczne związane z zawieraniem umowy ubezpieczenia”. W takich przypadkach klient jako ubezpieczający ma obowiązek opłacenia składek, a bank jako pośrednik ma prawo do wynagrodzenia na podstawie umowy agencyjnej za pośredniczenie w zawieraniu umowy i wykonywanie czynności ubezpieczeniowych. Jeżeli bank jest ubezpieczającym w imieniu własnym i na własny rachunek, to zawiera umowę na własny rachunek z ubezpieczycielem w zakresie ubezpieczeń majątkowych powiązanych z produktami bankowymi zabezpieczonymi hipotecznie, wg zasad II Rekomendacji [ZBP i PIU 2010]. Wtedy na banku ciąży obowiązek zapłaty składki za ochronę ubezpieczeniową, a klient nie ponosi ciężaru składki, zgodnie z Rekomendacją U [KNF, 2014]. Jednak klient będący kredytobiorcą, który nie spłacił kredytu, może otrzymać roszczenie regresowe od ubezpieczyciela, który spłacił jego zadłużenie (art. 828 par. 1 k.c.), o ile otrzymał tę informację w umowie ubezpieczenia. Jeżeli bank jest ubezpieczającym na cudzy rachunek, to działa w imieniu swoich klientów i zawiera umowę na rachunek swoich klientów (zgodnie z art. 808 k.c. oraz art. 393 k.c. [Mrozewska 2012, s. 35]) z zakładem ubezpieczeń. Może to być umowa grupowa (np. dla wszystkich posiadaczy rachunku) lub umowa indywidualna (np. dla wybranych klientów). W umowach na cudzy rachunek ubezpieczający finansuje składkę (art. 808 k.c.), ale może on zostać zwolniony z obowiązku świadczenia w pewnych sytuacjach (art. 392 k.c.; [Cichy, Szewieczek 2012 s. 57]). W praktyce to klienci banków opłacają składki ubezpieczeniowe. Bank, będąc ubezpieczającym,

działa w interesie ubezpieczonych i nie powinien pobierać prowizji, gdyż „nie można być uprawnionym do pobierania prowizji od świadczenia, do którego zapłacenia jest się zobowiązany” [Maśniak 2015, s. 295; KNF 2012a; 2012b]. Rekomendacja U zakazuje bankowi jako ubezpieczającemu otrzymywać prowizję od ubezpieczyciela. Może on jednak otrzymywać ekwiwalent pieniężny od klienta banku za obsługiwane ubezpieczenia, który nie może zależeć od wysokości składki [KNF 2014].

#### 4. Rynek *bancassurance* w Polsce

W celu poszukiwania prawidłowości na rynku *bancassurance* w Polsce zaprezentowano analizę sprzedaży ubezpieczeń w kanale BA według raportów publikowanych przez PIU (składka przypisana brutto według kanałów dystrybucji i grup produktów w kanale BA oraz liczba ubezpieczeń w kanale BA). Dane statystyczne są zagregowane, jednakże nie są to dane pełne, gdyż zakłady ubezpieczeń dobrowolnie

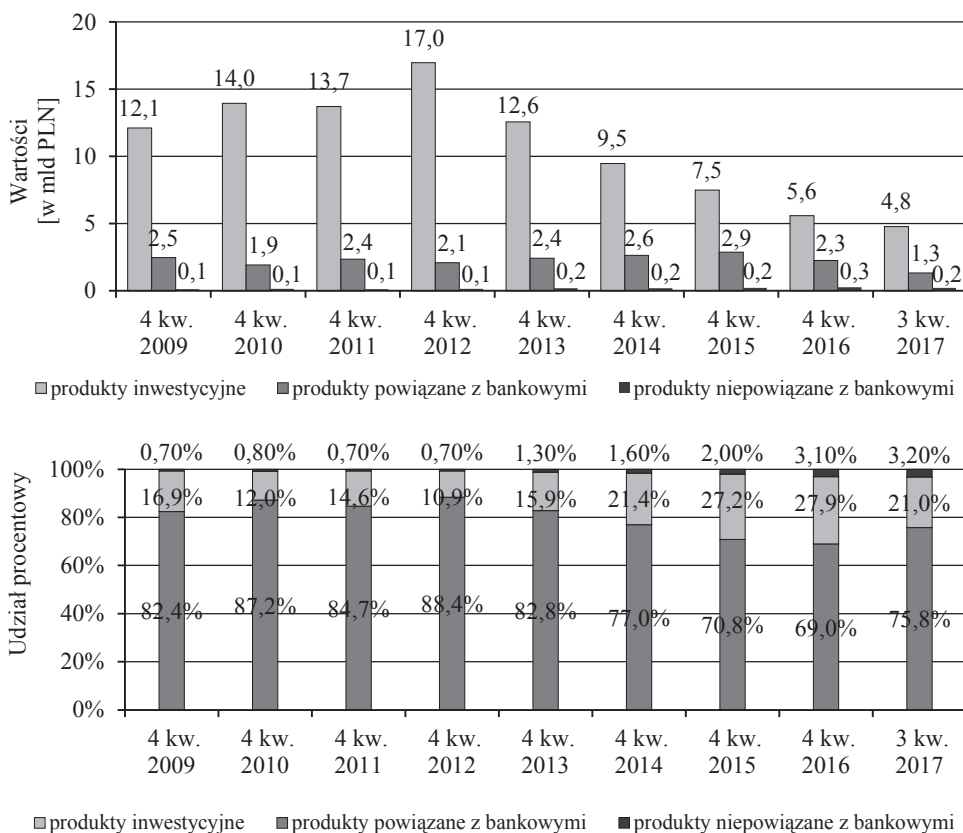


**Rys. 10.** Składka przypisana brutto w dziale I według kanałów dystrybucji

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [PIU 2010-2017].

przekazują informacje o sprzedaży w kanale BA (w badanych latach było to ok. 97,2-99% zakładów ubezpieczeń działu I i ok. 82,7-89,2% zakładów ubezpieczeń działu II).

W dziale I ubezpieczeń w latach 2009-2017 składki przypisane brutto według kanałów dystrybucji zmieniały się w czasie (wykres na rys. 10). W kanale BA SPB rosły w latach 2009-2012 i malały w latach 2013-2017, a w pozostałych kanałach dystrybucji SPB rosły w latach 2009-2014 i malały w latach 2015-2017. SPB pozyskane przez banki w dziale I według danych KNF dla całego rynku (wykres na rys. 5) były dużo niższe niż wartości SPB publikowane przez PIU dla niecałego rynku (wykres na rys. 10), np. na koniec 2016 r. według KNF banki zebrały SPB za 6,3 mld zł, a według PIU w kanale BA zebrano SPB za 8,1 mld zł. Rozbieżności wynikają z różnej definicji kanałów dystrybucji: w KNF to tylko banki, a w PIU to *bancassurance* – być może są to nie tylko banki.



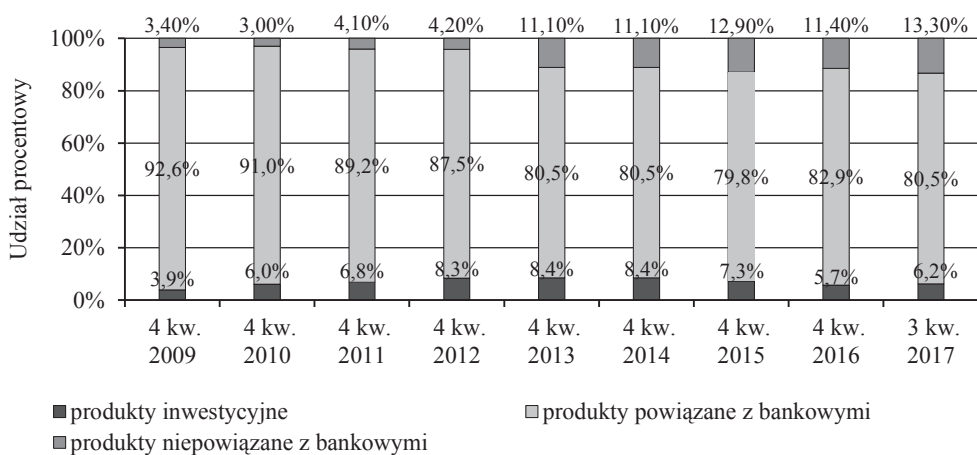
**Rys. 11.** Wartość i struktura składki przypisanej brutto w dziale I ubezpieczeń pozyskanej w kanale BA według grup produktów

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [PIU 2010-2017].

W kanale BA w badanym okresie najlepiej sprzedawały się (według wartości SPB i udziału w SPB) w dziale I ubezpieczeń (wykres na rys. 11): produkty inwestycyjne (uzyskały od 4,9 do 17 mld zł SPB; od 69 do 88,4% SPB), produkty powiązane z bankowymi (uzyskały od 10,9 do 27,9% SPB), produkty niepowiązane z produktami bankowymi (uzyskały od 0,7 do 3,2% SPB).

Dlaczego ubezpieczeniowe produkty inwestycyjne są najlepiej sprzedawanymi produktami przez banki? Produkty te mogą być oferowane w ramach oszczędzania indywidualnego lub grupowego, szczególnie dobrowolnego oszczędzania na emeryturę (IKE i IKZE), a także jako zabezpieczenie spłaty kredytu hipotecznego przez kredytobiorcę. W dodatku produkty inwestycyjne (np. ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, *unit link*, polisolokaty, produkty strukturyzowane) są ubezpieczeniami długoterminowymi, które łącząc funkcję ochronną z oszczędnościową, proponują klientom wysokie stopy zwrotu i gwarantują bankom najwyższą z możliwych prowizję [Pisarewicz 2013b, s. 427]. Warto zauważyć, że według danych KNF od 2006 r. ubezpieczenia na życie, gdy ryzyko lokaty ponosi ubezpieczający, są najbardziej popularnymi ubezpieczeniami (według wartości SPB) w ubezpieczeniach działy I [Poblócka 2017].

W kanale BA najważniejszą grupą produktów ubezpieczeniowych według liczby sprzedanych ubezpieczeń w dziale I w badanym okresie były produkty powiązane z produktami bankowymi (wykres na rys. 12). Najrzadziej sprzedawaną grupą produktów w 2009 r. były produkty niepowiązane z produktami bankowymi, a w III kwartale 2017 r. – produkty inwestycyjne. A zatem na polskim rynku *bancassurance* w dziale I wzrosło znaczenie produktów niepowiązanych z produktami bankowymi



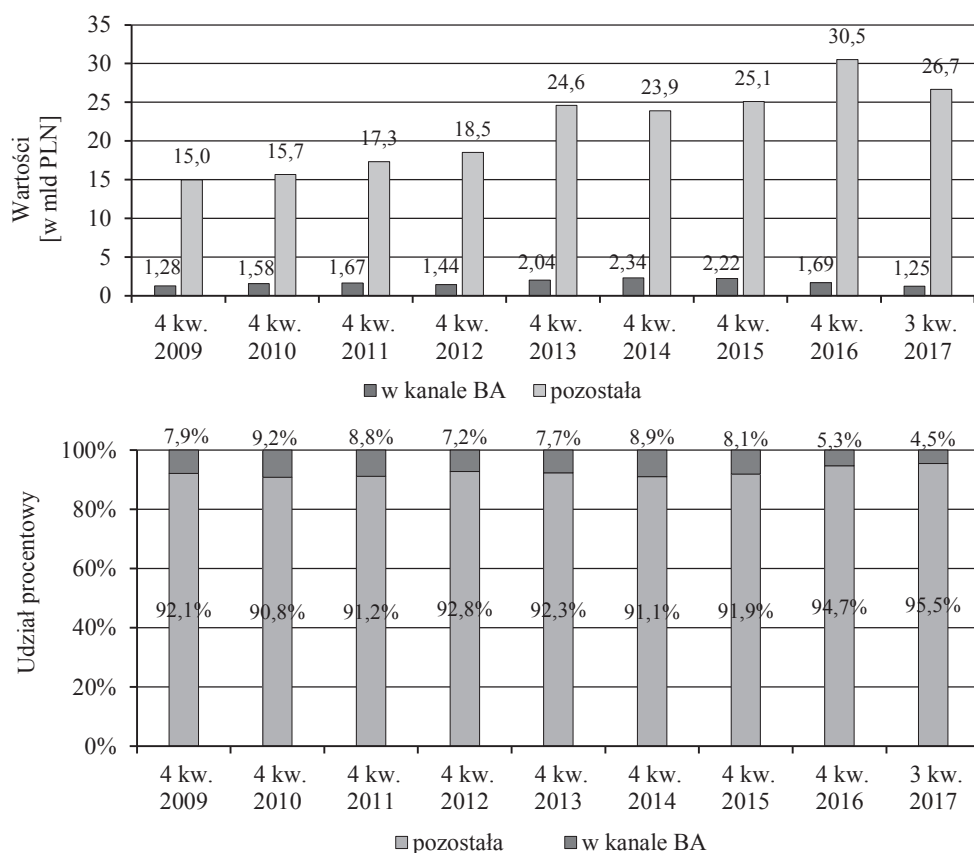
**Rys. 12.** Struktura liczby ubezpieczeń w dziale I pozyskanych w kanale BA według grup produktów

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [PIU 2010-2017].



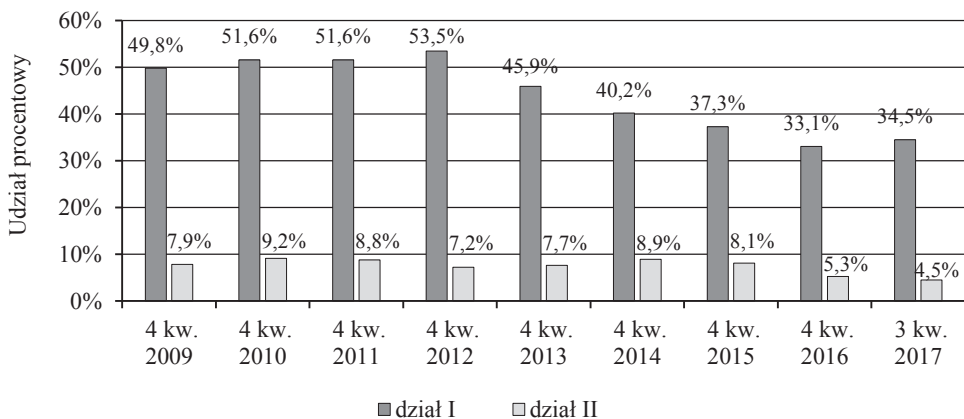
oraz produktów inwestycyjnych w okresie badanym według liczby sprzedawanych ubezpieczeń, jednakże było ono znacznie niższe niż dla produktów powiązanych z produktami bankowymi (najczęściej sprzedawanymi).

W dziale II w latach 2009-2017 SPB według kanałów dystrybucji (BA i pozostałe) zmieniała się w czasie (rosła z wyjątkiem lat 2013 i 2016; wykres na rys. 13). Składka pozyskana przez banki wg danych z KNF dla całego rynku (wykres na rys. 8) miała niższe wartości niż składka pozyskana w kanale BA według danych z PIU dla niecałego rynku (wykres na rys. 13; analogiczna sytuacja wystąpiła w dziale I). W dodatku w badanym okresie udział SPB pozyskanej w kanale BA na tle SPB danego działu zmieniał się w czasie (wykres na rys. 14). W dziale I ubezpieczeń odnotowano kilka krotnie większy udział niż w dziale II. Na uwagę zasługuje fakt, że w dziale I ubezpieczeń od 2012 r., a w dziale II od 2014 r. występuje malejący udział



**Rys. 13.** Składka przypisana brutto w dziale II według kanałów dystrybucji

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [PIU 2010-2017].



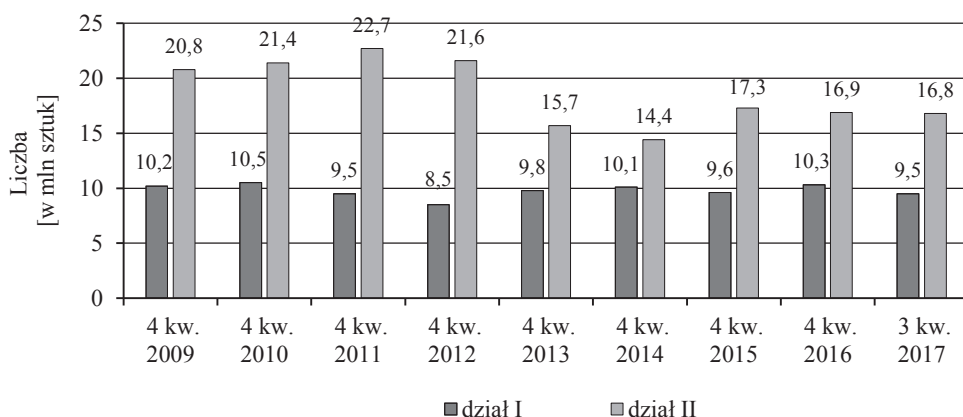
**Rys. 14.** Udział składki przypisanej brutto pozyskanej w kanale BA na tle składki ogółem według działów ubezpieczeń

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [PIU 2010-2017].

SPB pozyskanej w kanale BA w SPB danego działu (podobne wnioski wynikają z danych KNF na rys. 9).

Liczba ubezpieczeń sprzedawanych w kanale BA według działów ubezpieczeń w badanym okresie zmieniała się w czasie zgodnie z wykresem na rys. 15 (w dziale I: najmniejszą liczbę, równą 8,5 mln sztuk, odnotowano w 2012 r., a największą, równą 10,5 mln sztuk – w 2010 r.; w dziale II najmniejszą liczbę, równą 14,4 mln sztuk, odnotowano w 2014 r., a największą, równą 22,7 mln sztuk – w 2011 r.). Należy zwrócić uwagę, że w dziale I liczba ta nie wzrosła znacząco w 2016 r. (10,3 mln sztuk) w porównaniu z 2009 r. (10,2 mln sztuk), co może świadczyć o nasyceniu rynku, które nastąpiło z powodu ograniczonej liczby klientów banków. W dziale II liczba w 2016 r. (16,8 mln sztuk) spadła w porównaniu z 2009 r. (20,8 mln sztuk), co może świadczyć o tym, że klienci wybierają inne niż BA kanały dystrybucji dla ubezpieczeń majątkowych. W dziale II ubezpieczeń jest ok. dwa razy więcej produktów sprzedawanych w kanale BA niż w dziale I, jednak SPB w dziale II jest dużo niższa niż w dziale I (wykres na rys. 15).

Miarami efektywności *bancassurance* według [Grygutis 2003, s. 4] mogą być w danych podmiotach gospodarczych miary efektywności przedsiębiorstwa: wartość dodana dla akcjonariuszy (SVA – *Shareholder Value Added*), ekonomiczna wartość dodana (EVA – *Economic Value Added*), gotówkowa stopa zwrotu z inwestycji (CFROI – *Cash Flow Return on Investment*), które nie były przedmiotem badania, gdyż w pracy podjęto analizy dla danych zagregowanych.



**Rys. 15.** Liczba ubezpieczeń pozyskanych w kanale BA według działów ubezpieczeń

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [PIU 2010-2017].

Obserwując światowy rynek ubezpieczeń, autorzy pracy przypuszczają, że w przyszłości nadal będzie rosła rola *bancassurance* na światowym rynku finansowym i ubezpieczeniowym, gdyż powstaną nowe formy współpracy pomiędzy zakładami ubezpieczeń i bankami. Na przykład coraz większą popularnością cieszą się kredyt i ubezpieczenia samochodu oraz kredyt i ubezpieczenia turystyczne, a w Stanach Zjednoczonych Ameryki – ubezpieczenia COLI (*Corporate-owned Life Insurance*). Ich istotą jest wykupywanie przez korporację ubezpieczeń na życie i dożycie dla swoich pracowników, w których ubezpieczonymi są pracownicy (za ich zgodą), a uposażonym jest pracodawca lub pracodawca i rodzina pracownika. Ich celem jest zdobycie dodatkowych środków na kompensowanie i odzyskiwanie części kosztów świadczeń pracowniczych (np. na zatrudnienie i wyszkolenie nowych kluczowych pracowników po śmierci lub odejściu obecnych, na dodatkowe świadczenia dla pracowników, na odprawy emerytalne). Jeżeli pracodawcą jest bank (np. komercyjny, oszczędnościowy czy stowarzyszenie oszczędnościowe), to ubezpieczenia nazywają się BOLI (*Bank-Owned Life Insurance*), które są bardzo popularne w USA, np. na 30.03.2018 r. z 5606 banków i stowarzyszeń oszczędnościowych 3564 (63,8%) miało aktywa BOLI (CSV, *The Cash Surrender Value of BOLI*) o wartości 169,42 mld USD [Equias Alliance, Michael White Associates 2018].

## 5. Zakończenie

W badanym okresie liczba zakładów ubezpieczeń na polskim rynku nie zmieniała się znacznie, podczas gdy rósł popyt na usługi ubezpieczeniowe – SPB ogółem charakteryzowała się tendencją rosnącą, co potwierdza pierwszą część hipotezy 1. Jed-

nakże SPB pozyskaną w kanale *bancassurance* charakteryzowała tendencja zmienne w czasie, co nie potwierdza drugiej części hipotezy 1. A zatem pierwsza hipoteza badawcza zostaje odrzucona.

Najważniejszym kanałem dystrybucji ubezpieczeń według wartości składki przypisanej brutto w całym okresie badanym, w obu działach ubezpieczeń, byli agenci ubezpieczeniowi, najważniejszym kanałem pośród agentów w dziale I były osoby prawne (a wśród nich banki), w dziale II – osoby fizyczne, drugie z kolei były osoby prawne (a wśród nich najważniejsze były pozostałe osoby prawne, a drugie były banki). A zatem druga hipoteza badawcza także zostaje odrzucona.

Najważniejszą grupą produktów ubezpieczeniowych oferowanych w kanale *bancassurance* w Polsce są w dziale I produkty inwestycyjne (według SPB) oraz produkty powiązane z bankowymi (według liczby ubezpieczeń). Oznacza to, że badanie potwierdziło trzecią hipotezę badawczą.

Chociaż badanie nie potwierdziło wszystkich hipotez badawczych, pozwoliło wykryć ciekawe zależności na rynku *bancassurance* w Polsce. Składka przypisana brutto pozyskana przez banki (i w kanale *bancassurance*) była dużo wyższa w dziale I ubezpieczeń niż w dziale II ubezpieczeń. Liczbę ubezpieczeń charakteryzowało zjawisko odwrotne (w dziale II odnotowano dużo więcej polis niż w dziale I). Od 2014 r. odnotowano spadek wartości SPB i liczby ubezpieczeń pozyskanych przez banki (w kanale *bancassurance*). Był to niewątpliwie efekt uchwalonej w 2014 r. Rekomendacji U, która ograniczyła możliwości wypłaty prowizji bankom w umowach na własny i cudzy rachunek, w których banki występowały w roli ubezpieczającego, i umowach na cudzy rachunek. Podstawową barierą rozwoju BA są ciągle niewystarczające normy prawne i trudności w organizacji zarządzania. Jednakże o rozwoju BA w przyszłości świadczy m.in. zdolność współpracy związków bankowo-ubezpieczeniowych z innymi podmiotami, np. z salonami samochodowymi, biurami turystycznymi, deweloperami czy firmami oferującymi sprzęt elektroniczny, AGD.

## Literatura

- Cichy M., Szczewniaczek D., 2012, *Bancassurance w Polsce*, Katowice.
- Equias Alliance, Michael White Associates, 2018, *The Equias Alliance / Michael White BOLI Holdings Report™*, <https://www.bankinsurance.com/about/press-releases/2018-07-02-PR-BOLI-HR-2018-1Q.pdf> (dostęp 22.05.2018).
- Grygutis J., 2003, *Bancassurance – europejski trend na polskim rynku finansowym*, VIII Konferencja Naukowa Młodych Ekonomistów: Unifikacja gospodarek europejskich: szanse i zagrożenia, 22-24 IX 2003, Dymaczewo 2003, <http://www.konferencja.edu.pl/ref8/pdf/pl/GRYGUTIS-Torun.pdf> (dostęp 1.07.2018).
- Gwizdała J., 2010, *Rozwój bancassurance w Polsce w latach 2007-2009*, Wiadomości Ubezpieczeniowe nr 3, s. 121-132, [https://piu.org.pl/public/upload/ibrowser/WU/WU3\\_2010/gwizdala.pdf](https://piu.org.pl/public/upload/ibrowser/WU/WU3_2010/gwizdala.pdf) (dostęp 1.07.2018).

- Gwizdała J., Gwizdała I., 2011, *Koncepcja bancassurance – perspektywy rozwoju na polskim rynku ubezpieczeń*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, nr 181.
- Gwizdała J., 2013, *Kierunki rozwoju bancassurance w polskim sektorze bankowym*, Prace Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku, T. 27, s. 169-180.
- KNF, 2007, Podstawowe problemy *bancassurance* w Polsce – raport Rzecznika Ubezpieczonych.
- KNF, 2012a, List Przewodniczącego Komisji Nadzoru Finansowego skierowany do Prezesów zarządu banków i Prezesów zarządów zakładów ubezpieczeń z dnia 21.02.2012, Warszawa.
- KNF, 2012b, List Przewodniczącego Komisji Nadzoru Finansowego skierowany do podmiotów objętych nadzorem z dnia 26.09.2012, Warszawa.
- KNF, 2014, Rekomendacja U dotycząca dobrych praktyk w zakresie *bancassurance*, Warszawa.
- KNF, 1992-2017, 2010-2017, Biuletyny roczne. Roczniki Rynku Ubezpieczeń. Sprawozdania statystyczne KNF-02. Kanały dystrybucji ubezpieczeń – ubezpieczenia na życie oraz pozostałe ubezpieczenia osobowe i majątkowe, Warszawa.
- Krzemiński M., 2005, *Strategie rozwoju bancassurance*, Gazeta Ubezpieczeniowa, 25.01.2005.
- Maśniak D., 2015, *Ramy prawne bancassurance*, Gdańskie Studia Prawnicze, tom XXXIII, Gdańsk.
- Mrozewska B., 2012, *Bancassurance – regulacje prawne i samoregulacja rynku*, Prawo Asekuracyjne, nr 3.
- Orłowski C., 2012, *Bancassurance z punktu widzenia Rzecznika Ubezpieczonych*, Warszawa, <https://mu.rf.gov.pl/62/pdf/art-4.pdf> (dostęp 1.07.2018).
- Ortyński K., 2011, *Rynek ubezpieczeń non-life w Polsce*, [w:] *Ubezpieczenia non-life*, Wierzbicka E. (red.), CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa.
- Pawelec A., 2004, *Bancassurance – współpraca zakładów ubezpieczeń i banków*, <https://docplayer.pl/4352482-Bancassurance-wspolpraca-zakladow-ubezpieczen-i-bankow.html> (dostęp 07.03.2019).
- Pisarewicz P., 2013a, *Architektura krajowego rynku bancassurance na tle przychodów sektora bankowego i ubezpieczeniowego*, Wiadomości Ubezpieczeniowe, nr 2/2013.
- Pisarewicz P., 2013b, *Struktura sprzedaży ubezpieczeń na krajowym rynku bancassurance*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 766, Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia, nr 62, s. 419-431.
- Pisarewicz P., 2015, *Wykorzystanie inicjatyw samoregulujących oraz rekomendacji nadzorczych na rynku bancassurance*, Studia Oeconomica Posnaniensia, vol. 3, no. 12, s. 72-87.
- PIU, 2014, Rekomendacja w sprawie dobrych praktyk informacyjnych dotyczących ubezpieczeń na życie związanych z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi przyjęta przez Zarząd PIU w dniu 14 kwietnia 2014 r.
- PIU, 2017, Raport – polski rynek *bancassurance* III kw. 2017.
- PIU, 2010-2017, Raporty – polski rynek *bancassurance*. Ubezpieczenia na życie i ubezpieczenia majątkowe.
- Rzecznik Ubezpieczonych, 2012, *Podstawowe problemy bancassurance w Polsce*, raport Rzecznika Ubezpieczonych, Warszawa.
- Skory M., 2007, *Bancassurance jako forma kooperacji gospodarczej*, raport Rzecznika Ubezpieczonych, s. 133-151.
- Swacha-Lech, M., 2008, *Bancassurance. Sprzedaż produktów bankowo-ubezpieczeniowych*, CeDeWu, Warszawa.
- Szymańska I., 2014, *Bancassurance – Rekomendacja U – szanse i zagrożenia*, Fundacja Edukacji Ubezpieczeniowej, Warszawa.
- Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej, Dz.U. 2015, poz. 1844 z późn. zm.
- Wyplacalność II, Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/138/WE z dnia 25 listopada 2009 r. w sprawie podejmowania i prowadzenia działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej (Wyplacalność II), Dz.U. 2014, poz. 586 z późn. zm.

- ZBP, 2009, Rekomendacja dobrych praktyk na polskim rynku bancassurance w zakresie ubezpieczeń ochronnych powiązanych z produktami bankowymi, została przyjęta przez Komitet ds. Kredytu Konsumentckiego przy Związku Banków Polskich w dniu 25 lutego 2009 r. i przez Zarząd Związku Banków Polskich w dniu 3 kwietnia 2009 r., Warszawa.
- ZBP i PIU, 2010, II Rekomendacja w sprawie dobrych praktyk w zakresie ubezpieczeń finansowych powiązanych z produktami bankowymi zabezpieczonymi hipotecznie przyjęta w dniu 22 grudnia 2010 r. przez Zarząd Związku Banków Polskich, Warszawa.
- ZBP i PIU, 2012, III Rekomendacja w sprawie dobrych praktyk w zakresie ubezpieczeń z elementem inwestycyjnym i oszczędnościowym przyjęta przez Zarząd Związku Banków Polskich w dniu 10 lipca 2012 r., Warszawa.