

Wpływ Rekomendacji U na pozycję małego i średniego przedsiębiorstwa na rynku *bancassurance*

Grażyna Sipińska*

Streszczenie: *Cel* – Odpowiedź na pytanie w jaki sposób Rekomendacja U wpłynęła na pozycję małego i średniego przedsiębiorstwa na rynku *bancassurance*.

Metodologia badania – W omawianym materiale na podstawie analizy krytycznej literatury oraz metody indukcji i dedukcji (doświadczeń praktycznych z rynku ubezpieczeniowo-bankowego) autorka analizuje czynniki i genezę zmian w bankowym kanale dystrybucji, omawia *Rekomendację U* KNF, zawierającą 21 rekomendacji oraz odnosi się do *Wytycznych dla Zakładów Ubezpieczeń* dotyczących dystrybucji ubezpieczeń

Wynik – W konsekwencji analiz i praktycznej obserwacji rynku ubezpieczeniowego autorka ocenia wpływ rekomendacji na kształt współczesnego pośrednictwa ubezpieczeniowego. Z uwagi na strategiczne usytuowanie małych i średnich przedsiębiorstw (wynikające ze struktury udziału tego sektora w procesach zachodzących w gospodarce) sektor ten stanowi istotny segment klientów rynku ubezpieczeniowego.

Oryginalność/Wartość – W artykule autorka charakteryzuje bankowy kanał dystrybucji ubezpieczeń oraz przedstawia podmioty biorące w nim udział. Przedstawia kanał *bancassurance* w sprzedaży ubezpieczeń w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw; charakteryzuje rynek *bancassurance* oraz porównuje zachowania polskiego rynku z trendami na rynkach światowych. Ta perspektywa pozwala na powiązanie Rekomendacji U z segmentem małych i średnich przedsiębiorstw w odniesieniu do skutków rekomendacji na szeroko rozumianym rynku ubezpieczeniowym.

Słowa kluczowe: bankowy kanał dystrybucji, banki, zakłady ubezpieczeń, ubezpieczenia, MSP, Rekomendacja U

Wprowadzenie

Wystarczyło zaledwie kilka miesięcy po wprowadzeniu Rekomendacji U żeby rynek finansowy zareagował. Przełożyło się to na spadek zainteresowania współpracą w ramach *bancassurance*, jak również na inne niż dotychczas postrzeganie tego kanału sprzedaży ubezpieczeń zarówno przez banki, jak i ubezpieczycieli. Raport Polskiej Izby Ubezpieczeń po trzech kwartałach 2015 roku pokazuje, że spadkowy trend w sprzedaży ubezpieczeniowych produktów ochronnych za pośrednictwem banków pogłębia się (Polska Izba Ubezpieczeń [PIU], 2015). Z drugiej strony zdecydowana większość przedstawicieli sektora bankowego nie zauważa żadnego wpływu wejścia w życie rekomendacji U KNF na sprzedaż w placówkach banko-

* mgr Grażyna Sipińska, e-mail: grazyna.sipinska@gmail.com.

wych¹. Sektor małych i średnich przedsiębiorstw stanowi bardzo istotny segment klientów rynku ubezpieczeniowego. Strategiczne usytuowanie MSP w polityce zakładów ubezpieczeń wynika przede wszystkim ze struktury udziału tego sektora w procesach zachodzących w gospodarce² oraz ich potencjału na przyszłość mierzonego wzrostem składki przypisanej brutto. Z tego też powodu powiązanie tego sektora z rekomendacją nasuwa pytanie czy sektor MSP bezpośrednio czy pośrednio odczuje negatywne bądź pozytywne skutki Rekomendacji U? Czy wpłynie to na rozwój sektora, czy pozostanie obojętne dla jego funkcjonowania. W którym kierunku zatem zmierza rynek *bancassurance*? Czy jego wpływ na rozbudzenie potencjału rozwoju sektora MSP będzie pozytywny czy wręcz odwrotnie? Czy uporządkuje praktyki czy spowolni rozwój sektora?

1. *Bancassurance* w pośrednictwie ubezpieczeniowym

1.1. Ogólna charakterystyka *bancassurance*

Jednym z istotnych cech przemian strukturalnych na rynkach finansowych jest podejmowanie przez banki innych rodzajów działalności, będących obszarem działania pozostałych pośredników finansowych, w tym przede wszystkim ubezpieczeniowych. Wzajemne przenikanie rynków stało się możliwe dzięki wcześniejszej liberalizacji i deregulacji. Istotną rolę odegrały zmiany w popycie klientów, w tym rosnący popyt na produkty zapewniające dochody w przyszłości. Różnice między usługami finansowymi zacierają się coraz bardziej. Niektóre usługi świadczone przez banki i przedsiębiorstwa ubezpieczeniowe są bardzo podobne. „Typowym dla ostatnich lat zjawiskiem jest tworzenie grup bankowo-ubezpieczeniowych, określanych jako *bancassurance*, polegających na połączeniu instytucji bankowych z instytucjami ubezpieczeniowymi” (Jaworowski, Zawadzka, 2005, s. 26).

Rynek *bancassurance* powstał w Belgii (CGER) w 1850 roku, następnie zaczął się rozwijać w Hiszpanii (La Caixa) od 1900 r., następnie w USA (Morris Plan) około 1915 roku i na końcu w Wielkiej Brytanii oraz Francji. Jego gwałtowny rozwój, który przypadał na koniec lat 90. XX wieku miał miejsce we Francji. Rozkwit ten zapoczątkowała francuska instytucja *Credit Lyonnaise Soc.Gen.* Następnie koncepcję *bancassurance* zaczęto stosować w Hiszpanii, Portugalii, we Włoszech i od 2005 roku w Europie Środkowej i Wschodniej (Swacha-Lech, 2008). Do listopada 1999 roku funkcjonowały dwa przeciwstawne modele uregulowań prawnych, odnoszące się do współpracy bankowo-ubezpieczeniowej – europejski i amerykański. Model amerykański oparty był na ustawie *Banking Act* z 1933 roku, która przez rozdział bankowości na komercyjną i inwestycyjną, zakazywała integracji działalności bankowej i ubezpieczeniowej (Gołąb, 2002). Model europejski to zasada roz-

¹ Według sondażu przeprowadzonego w 178 placówkach bankowych w dniach 5–21.08.2015 r. 79% badanych stwierdziło, że nie ma to żadnego wpływu na sprzedaż. Zob. *Badanie rynku bancassurance* podane na VII Kongresie Bancaassurance 7–8.10.2015 r.

² W Polsce działa 1,77 mln przedsiębiorstw niefinansowych (dane za 2013 r.). MSP stanowi aż 99,8% tych podmiotów i zapewnia zatrudnienie 69% pracowników oraz wytwarza 148,5% PKB; Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2013–2014 (2015). Warszawa: PARP.

działu sektora ubezpieczeniowego i bankowego (Swacha-Lech, 2008). Według danych Eurostatu wartość rynku *bancassurance* w okresie szczytowego rozwoju tego rynku to w 2008 roku 578 mld USD a w 2012 roku – 520 mld USD.

W Polsce funkcjonuje dużo definicji *bancassurance*. W praktyce oznacza (definicja podana przez KNF w Rekomendacji U) 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, produktów powiązanych bezpośrednio z produktem bankowym oraz niepowiązanych bezpośrednio z produktem bankowym, w tym także ubezpieczeniowych produktów o charakterze inwestycyjnym lub oszczędnościowym. Przez *bancassurance* należy także rozumieć zawieranie przez bank umów ubezpieczenia, powiązanych z produktem bankowym, w przypadku których klient banku na podstawie odrębnej umowy zobowiązany jest pokryć koszty ochrony ubezpieczeniowej banku przed poszczególnymi rodzajami ryzyka, objętymi tą umową ubezpieczenia.

Celem nadrzędnym dla banków było przede wszystkim zabezpieczenie przed ryzykiem kredytowym i kreowanie dodatkowych przychodów. W praktyce okazało się, że kierunek rozwoju tego rynku spowodował konflikt interesów w relacjach banków i ubezpieczycieli. Banki zaczęły łączyć funkcję ubezpieczającego i pośrednika ubezpieczeniowego, a więc stawały się stroną umowy ubezpieczeniowej i jednocześnie pełniły rolę pośrednika, za co pobierały prowizję od zakładu ubezpieczeń (Pisarewicz, 2014).

1.2. Podmioty na rynku *bancassurance*

Czynniki powodujące rozwój kanału *bancassurance* dla banków, ubezpieczycieli i klientów miały różniący się niuansami cel w zależności od podmiotu, którego dotyczyły. Dla banków rozwój kanału *bancassurance* zdeterminowały takie czynniki jak: dodatkowe źródło dochodu, transfer ryzyka, zwiększenie *cross-sellingu* dla swoich klientów, zwiększenie poziomu lojalności klientów, atrakcyjna oferta marketingowa oraz wsparcie strategii banków. Dla ubezpieczycieli natomiast istotne okazały się czynniki: wysoki poziom zaufania klientów do banków, dostęp do bazy klientów banków, zwiększenie skali działania, powodującej wzrost biznesu, obniżenie kosztów akwizycji oraz dywersyfikacja kanałów dystrybucji. Dla klientów natomiast najistotniejsze elementy powodujące rozwój bankowego kanału dystrybucji to możliwość zakupu produktów bankowych i ubezpieczeniowych w jednym miejscu, większa dostępność do produktów ubezpieczeniowych, prostszy i szybszy zakup polisy, w przypadku polisy grupowej – lepsze warunki finansowe oraz bardziej profesjonalna obsługa (Swacha-Lech, 2008).

Upraszczać zagadnienie tylko do jednego elementu (przychody), niektóre banki zawdzięczają tej konstrukcji – głównie pośrednicząc w sprzedaży ubezpieczeń do kredytu – nawet 30% swoich przychodów (PIU, 2014), ubezpieczycielom rośnie sprzedaż polis na życie (54% w szczytowym okresie rozwoju tego rynku – tab. 1), a dla klienta? Sprzedawane przez banki polisy wcale nie chronią przed problemami ze spłatą kredytów. Te praktyki można ująć w następujący sposób – *bancassurance* przynosił głównie zyski (banki, zakłady ubezpieczeń), nie generował prawie żad-

nych kosztów po stronie podmiotów uczestniczących w dystrybucji. Z kolei z raportu NIK, który przyjrzał się sektorowi finansowemu, wynika, że „ponad 60% umów zawiera postanowienia niezgodne z przepisami lub naruszające interesy konsumentów” (Solska, 2015).

Tabela 1

Udział składki przypisanej brutto pozyskana w kanale *bancassurance* w składce ogółem zakładów ubezpieczeń

Okres	2009	2010	III Q 2011	III Q 2012	III Q 2013	III Q 2014	III Q 2015
%	50,4	51,7	52,2	54,8	48	41,9	38,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie Raportów PIU.

1.3. Bankowy kanał dystrybucji w sprzedaży ubezpieczeń w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw

„Małe i mikro przedsiębiorstwa mają kluczowe znaczenie dla rozwoju i zrównoważonego funkcjonowania gospodarki. Bardzo ważną kwestią pozostaje umiejscowienie tych przedsiębiorstw w otoczeniu rynkowym” (Bera, 2012, s. 48). W 2014 roku warunki makroekonomiczne funkcjonowania przedsiębiorstw uległy wyraźnej poprawie po silnym spowolnieniu gospodarki pod koniec 2012 roku i na początku 2013 roku. Stabilny rozwój gospodarczy u głównych zagranicznych partnerów handlowych Polski (z wyjątkiem rynków wschodnich) oraz przyspieszenie dynamiki popytu krajowego sprzyjały rozwojowi sektora MSP, jak można wyczytać w raporcie dotyczącym sektora MSP w latach 2013–2014. W tych warunkach, jednym z ważniejszych elementów wpływających na rozwój bądź spowolnienie dynamiki tego sektora są obwarowania związane z otoczeniem, w którym funkcjonują te przedsiębiorstwa. Znaczenie usług ubezpieczeniowych w działalności małych i średnich przedsiębiorstw jest bowiem związane z jednym z kluczowych filarów przesądzających o wzroście MSP, gdyż nierozłącznie wypukła potrzebę stosowania środków ochrony tych zasobów. W tym kontekście dochodzimy do sedna i odpowiedzi na pytanie o znaczenie usług ubezpieczeniowych w działalności małych i średnich przedsiębiorstw. To znaczenie odwołuje się do podstawowej funkcji ubezpieczeń, zwanej ochroną ubezpieczeniową. Niezaprzeczalnie korzyści nie idą jednak w parze ze stopniem wykorzystania ubezpieczenia ochronnego w praktyce gospodarczej, gdyż – jak wskazują szacunki największych ubezpieczycieli kredytów – rynek jest wykorzystany przez potencjalnych klientów w 20%, jak podaje A. Bera w *Ochronie ubezpieczeniowej*.... W Unii Europejskiej jedynie 2% mikro i małych przedsiębiorstw współpracuje z ubezpieczycielami (dane za 2007 r.), w Polsce te dane przedstawiają się zdecydowanie na niższym poziomie. W wyniku prężnie działającej konkurencji wzrasta rola i znaczenie narzędzi, które umożliwiają przedsiębiorstwom ubezpieczeniowym wyróżnianie się na rynku oraz przewyższanie ograniczeń wynikających z działań innych podmiotów (Pawłowski, 2011). „Podstawowymi narzędziami, przy pomocy których zakłady ubezpieczeń mogą uzyskać przewagę konkurencyjną na rynku są kanały dystrybucji” (Kufel-Siemińska, 2005, s. 7). Szczególnego znaczenia we współczesnych systemach dystrybucji usług ubezpie-

zeniowych nabiera usługa *bancassurance*, wynikająca ze ścisłej współpracy zakładu ubezpieczeń i banku komercyjnego w łańcuchu tworzenia wartości rynkowej. W klasycznym ujęciu usługa ta polega na świadczeniu usług ubezpieczeniowych przy wykorzystaniu sieci handlowej banków, a więc na koncentrowaniu się na sprzedaży polis dla swoich klientów. W związku z tym, że jednym z podstawowych uczestników rynku bankowego³ (oprócz klienta indywidualnego, który często jest też właścicielem mikroprzedsiębiorstwa) jest segment MSP, wpływ Rekomendacji U na kształtowanie się tego rynku nie pozostaje bez znaczenia. Sektor MSP stanowi istotny segment klientów rynku ubezpieczeniowego. Strategiczne usytuowanie MSP w polityce zakładów ubezpieczeń związane jest ściśle ze strukturą udziału tego sektora w procesach zachodzących w gospodarce. I chociaż dynamika sprzedaży ubezpieczeń poprzez kanał *bancassurance* MSP nie jest wprost proporcjonalna do dynamiki rozwoju tego segmentu, to jednak pojawia się pytanie: czy tego rodzaju (jak Rekomendacja U) regulacje mają wpływ na kształtowanie się rynku w sektorze MSP, czy są dla dystrybucji ubezpieczeń poprzez kanał *bancassurance* w segmencie MSP obojętne. Mimo że bankowy kanał dystrybucji ubezpieczeń w segmencie MSP charakteryzuje się niewielkim udziałem (Pawłowski, 2011), to scalając ten fakt z silną tendencją wzrostową w ostatnich latach bankowego kanału dystrybucji na tle pozostałych uczestników dystrybucji ubezpieczeń, można domniemywać, że skutki Rekomendacji U nie pozostaną obojętne i dla tego segmentu. Celem Rekomendacji U było (w intencjach nadzorcy) porządkowanie rynku BA i jego pro-klientowskich zachowań. Mały udział w bankowym kanale dystrybucji usług ubezpieczeniowych segmentu MSP może wynikać między innymi z tego, że aż 70% małych i średnich przedsiębiorstw (badania na rynku brytyjskim cytowane za A. Bera z badań ankietowych pochodzących z raportu Ch. Smidt, D. Laster, „Kredit-und Kautionsversicherung...”) jako główną przyczynę rezygnacji z ubezpieczeń kredytowych podaje wysokie koszty ochrony i współpracy z ubezpieczycielem. „Wynika z tego, że szersze możliwości wykorzystania potencjału rynku małych i średnich przedsiębiorstw to między innymi konieczność sukcesywnego upraszczania procedur i sprawozdawczości” (Bera, 2012, s. 149).

1.4. Podstawowe trendy na rynkach światowych

W Polsce rozwój tego kanału dystrybucji rozpoczął się w latach 90. XX wieku i stał się bardzo szybko popularnym rozwiązaniem stosowanym przez banki komercyjne. Rynek *bancassurance* zaczął rozwijać się wraz z rozwojem banków komercyjnych i przedsiębiorstw ubezpieczeniowych, a tłem rozwoju były doświadczenia państw europejskich. Zdecydowanie później niż w pozostałych krajach wystąpiły negatywne skutki. Wszędzie zaczęło się od spadku zaufania do rynku finansowego. Najlepiej radzi sobie rynek francuski (prekursor rynku *bancassurance*), gdzie wykorzystano bardzo silny i udany model już w latach 30 ubiegłego wieku. Zmiany działań nadzoru i konieczność zmniejszenia dominującej pozycji kredytodawców wobec pożyczkobiorców (podstawowy produkt *bancassurance* we Francji to ubezpieczenie kredy-

³ Według danych KNF za 2014 r. ponad 60% składki przypisanej brutto w Dziale I oraz około 49% składki przypisanej brutto Działu II wniosły przedsiębiorstwa, w tym mikroprzedsiębiorstwa 30%.

tów CPI spowodowały wprowadzenie Kodeksu Dobrych Praktyk od 2008 roku. Na rynku brytyjskim zaś spadek zaufania do rynku i liczne skargi głównie na produkty związane z ubezpieczeniem spłat kredytów (PPI) oferowanych w latach 2001–2009 i liczne nieprawidłowości przyniosły wprowadzenie nowych regulacji i w konsekwencji aktualna penetracja rynku dla polis życiowych tego rynku wynosi 2%; w Azji i Ameryce Łacińskiej stosowne regulacje prawne wpłynęły na rozwój rynku, w Europie natomiast wprowadzone modele (porozumienia o dystrybucji, alianse strategiczne, Join Venture (Niemcy), grupy finansowe (Hiszpania, Francja, Włochy, Belgia, Portugalia) plus regulacje prawne spowodowały, że rynek się obronił (Gwizdała, 2010). Czy w Polsce ta diagnoza jest prawidłowa, a w jej konsekwencji regulacja to udana korekta na rynku *bancassurance*? Czy spowoduje rozwój rynku przy równomiernych korzyściach banków, zakładów ubezpieczeniowych, segmentu MSP i klienta? Czy zrealizuje się scenariusz, wykorzystany w większości krajów europejskich, czy pójdziemy w ślad za Wielką Brytanią? Na podstawie danych rynkowych każdy wniosek byłby przedwczesny.

2. Czynniki zmian na rynku *bancassurance*

Zdefiniowane przez KNF nieprawidłowości były konsekwencją wielu aktywności. Autorami głównej diagnozy byli: Rzecznik Ubezpieczonych, Rzecznik Praw Obywatelskich, KNF, Ministerstwo Finansów, Ministerstwo Sprawiedliwości, Parlament Europejski, kancelarie odszkodowawcze, zrzeczenia konsumenckie, media. W konsekwencji diagnoza dotyczyła następujących nieprawidłowości w praktykach rynkowych:

- łączenie przez banki funkcji ubezpieczającego i pośrednika ubezpieczeniowego,
- brak możliwości bezpośredniego dochodzenia roszczeń przez ubezpieczonego lub jego spadkobierców,
- utrudniony dostęp do treści umowy,
- ograniczanie swobody wyboru zakładu ubezpieczeń,
- nieproporcjonalna wysokość prowizji,
- brak informacji o możliwości występowania z roszczeniem regresowym (Pelc, 2012).

Pierwszą reakcją KNF było pismo z 21 lutego 2012 roku dotyczące dystrybucji ubezpieczeń przez banki, następnie pismo z 26 września 2013 roku dotyczące dystrybucji finansowych produktów o charakterze inwestycyjnym nieprofesjonalnym odbiorcom usług finansowych oraz pismo z 7 marca 2013 roku dotyczące ujmowania w przychodach banków wynagrodzeń z tytułu ubezpieczeń.

3. Rekomendacja U jako konsekwencja wykrycia nieprawidłowości w stosowanych praktykach przez podmioty uczestniczące w rynku

3.1. Rekomendacja U dotycząca dobrych praktyk w zakresie *bancassurance*

Pomimo ostrych sporów i dyskusji Rekomendacja U weszła w życie z dniem 1 kwietnia 2015 r. Zgodnie z zapisem w Rekomendacji z czerwca 2014 roku, który brzmi: „KNF oczekuje, że Rekomendacja U dotycząca dobrych praktyk w zakresie *bancassurance* (...) zostanie wprowadzona do dnia 31 marca 2015 r.” KNF uzasadnia wejście w życie Rekomendacji U: „jest wydawana w celu poprawy jakości standardów współpracy pomiędzy bankami i zakładami ubezpieczeń w zakresie oferowania klientom produktów ubezpieczeniowych przez banki oraz określania warunków dla stabilnego rozwoju rynku *bancassurance*”. Rekomendacja U zawiera 21 rekomendacji i wszystkie odnoszą się do oferowania przez banki ubezpieczeń. Pierwsze osiem rekomendacji i ostatnia (21) stanowią ramy dla poprawnej identyfikacji, nadzoru i zarządzania ryzykiem związanym z oferowaniem przez banki ubezpieczeń oraz zbiorem zaleceń w stosunku do polityki rachunkowości banku, systemu kontroli wewnętrznej. Najbardziej oczekiwane (przez rynek, podmioty uczestniczące w tym rynku oraz KNF) były relacje wiążące banki z ubezpieczycielami oraz klienta z bankami oferującymi ubezpieczenia. Wzorem innych krajów i obowiązujących tam regulacji najwięcej rekomendacji (od 9 do 20) dotyczy obszaru relacji z klientami. Standardy ogólne wyznacza rekomendacja 9, która wskazuje kierunek relacji klienta z bankiem przez rzetelną politykę informacyjną (m.in. karta produktu) i dystrybucję, bank powinien oferować produkty ubezpieczeniowe dostosowane do potrzeb klientów.

Rekomendacja U porządkuje też kwestie dochodzenia roszczeń oraz dostęp do treści umowy (ujęte w rekomendacji 15).

Kolejnym – wskazywanym jako konieczny przed wejściem rekomendacji – był aspekt dotyczący swobody wyboru przez klienta ubezpieczyciela i konstrukcji usługi (forma grupowa vs. indywidualna) a nie ograniczanie go tylko do tego zakładu, który wskazuje bank. Jasno określają ten obszar spraw rekomendacje od 11 do 14. Ponadto postulatem regulatora jest zachowanie przejrzystych relacji pomiędzy klientem a bankiem w zakresie regresu (rekomendacja 16), roli banku jako pośrednika (rekomendacja 19) oraz kwestii prowizji i wynagrodzenia banku. Rynek *bancassurance* przed wejściem Rekomendacji U charakteryzował się wieloma dysfunkcjami oraz nie gwarantował rzeczywistej dbałości o prawa konsumentów. Powstałe 21 rekomendacji składających się na Rekomendację U te obszary porządkuje i wskazuje na etyczne prokonsumenckie zachowania rynkowe.

3.2. Wytyczne dla zakładów ubezpieczeń dotyczące dystrybucji ubezpieczeń

W toku prac nad Rekomendacją U dotyczącą zagadnień z zakresu *bancassurance* adresowanej do banków, KNF zajął się również porządkowaniem nieprawidłowości w poszczególnych obszarach działalności ubezpieczycieli w wyżej wymienionym

zakresie. Wytyczne stanowią uzupełnienie Rekomendacji U odnosząc się do poszczególnych obowiązków zakładów ubezpieczeń. Wytyczne dla zakładów ubezpieczeń dotyczące dystrybucji ubezpieczeń zostały opublikowane przez KNF 24 czerwca 2014 roku. Postanowienia wytycznych kierowane są do wszystkich zakładów ubezpieczeń i są – jak wspomniano – uzupełnieniem rekomendacji. Jasno dookreślają rolę Zarządu i Rad Nadzorczych ubezpieczycieli w zakresie wprowadzenia i kontroli zasad dystrybucji ubezpieczeń, porządkują relacje z klientami w aspekcie rzetelnej polityki informacyjnej, jakości obsługi klienta oraz kwestii wynagrodzeń agenta. Wytyczne nie wprowadziły żadnej rewolucji w działalności ubezpieczeniowej. Już wcześniej większość podmiotów stosowała te wysokie standardy etyczne. Wprowadzone i stosowane przez niektóre podmioty standardy etyczne podobnie jak Rekomendacja U ukierunkowane są na klienta, jego potrzeby i wysoką jakość.

4. Wpływ regulacji na kształt współczesnego pośrednictwa ubezpieczeniowego w powiązaniu z produktem bankowym

Zmienia się rynek i zmieniają się opinie. W 2011 roku pisano, że polskie prawodawstwo sprzyja rozwojowi *bancassurance*. Na naszym rynku nie ma regulacji ograniczających sprzedaż ubezpieczeń przez banki. Media pisały, że do optymizmu skłaniają również aspekty związane z zachowaniami konsumentów na rynku finansowym. Wówczas banki cieszyły się 44% zaufaniem wśród klientów, a towarzystwa ubezpieczeniowe tylko 27% poparciem. W styczniu 2014 roku trend optymizmu utrzymywał się, media nadal pozytywnie określały dynamikę wzrostu na tym rynku: „Aktualnie jednak przewidywany jest powrót *bancassurance* na ścieżkę wzrostu na całym świecie” (Portal gospodarka.pl, 2014). Od 2015 roku (po wejściu rekomendacji w życie, czyli po 1.04.2015 r.) rynek w swoich ocenach nie jest już tak optymistyczny i jednoznaczny. Wbrew pozorom i przewidywaniom wejście w życie rekomendacji nie oznacza końca ubezpieczeń kredytów. Produkty *bancassurance* stanowią zbyt poważne źródło dochodów dla sektora finansowego, aby zostały „pogrzebane” przez Rekomendację U. Zmiany dotkną zasad i procedur na jakich ten rynek funkcjonuje i są to zmiany bardzo korzystne dla konsumenta. Czy przewidywania rynku, że *bancassurance* zareaguje spadkiem sprzedaży w konsekwencji wprowadzenia Rekomendacji U się sprawdziły? Czy odwrotnie – należy powiedzieć, że będzie to reaktywacja rynku z uwzględnieniem interesów klienta? Prognoza rozwoju rynku podana przez specjalistów tego rynku na VI Kongresie Bancassurance jesienią 2014 roku przewidywała spadek składki przyniesionej przez kanał BA o 30% w wyniku wprowadzenia w życie zasad wpisanych w Rekomendacji U (czyli z 2014 na 2015 r.). Okazało się jednak, że najwięksi na rynku finansowym (banki i ubezpieczyciele) poradzili sobie dość sprawnie z dostosowaniem swoich modeli dystrybucyjnych do regulacji. Teraz banki szukają rozwiązań. Jednym z nich jest fakt, że aby nadal bank mógł sprzedawać ubezpieczenia i na nich zarabiać musi to robić jako formalny pośrednik ubezpieczeniowy, gdzie formalną stroną umowy jest klient. Zyska zatem prawa. Co robią bankowcy? Szkolą się na agentów ubezpieczeniowych i zmieniają ofertę. Liczba „owiec” (skrót od osoby wykonującej czynności agencyjne) dramatycznie wzrosła – w bankach od 2014 do 2015 roku przybyło około 50 tys. „owiec”, co jest jednym ze skutków zmian. Banki przechodzą na model

agencyjny sprzedaży ubezpieczeń (Popiołek, 2015). Po III Q 2015 rzeczywiście przychody działu I z kanału bankowego uplasowały się na poziomie 7,9 mld zł a w analogicznego okresie w 2014 roku wynosiły 9,5 mld zł (tab. 2) Analizując dane historyczne od 2012 roku udział ten spadł aż o 46%, co budzi duży niepokój. Optymistyczne prognozy z 2011 i 2012 roku mówiące o szansie na rozwój tego kanału wydają się przesadzone.

Tabela 2

Składka pozyskana w kanale BA w latach 2012–2015 (w mld zł)

Rok	2012	2013	2014	2015
Składka w mld zł	14,7	11,8	9,5	7,9

Źródło: opracowanie własne tabeli na podstawie Raportu PIU „Polski rynek bancassurance III Q 2015”.

Uwagi końcowe

Rekomendacja U uporządkowała rynek i dała klientowi należne mu prawa. Oczywiście, że zasady wpisane w Rekomendacji U zmieniają model funkcjonowania banków, relacje banków z ubezpieczycielami, sposób oferowania produktów ubezpieczeniowych klientom, co powinno skutkować wzrostem udziału produktów sprzedawanych w formie indywidualnej. W 21 rekomendacjach składających się na nowy dokument dużo miejsca poświęcono nowym obowiązkom informacyjnym. Czy pozwoli to skutecznie chronić klientów przed nadużyciami, czy też odwrotnie – przysporzy biurokracji, a w rzeczywistości klienci będą mieć jeszcze bardziej skomplikowany obraz sytuacji? Banki zostały zobowiązane do ujawnienia wysokości wynagrodzenia, a jednocześnie takiego obowiązku nie mają inni pośrednicy ubezpieczeniowi. To powoduje, że mamy nierówną pozycję konkurencyjną banków i pozostałych pośredników. A pozycja małego i średniego przedsiębiorcy na tym rynku w kontekście rekomendacji U? Wprowadzenie rekomendacji – jak wspomniano – wprowadziło istotne zmiany w świadomości ubezpieczeniowej również klientów segmentu MSP. W grupie ubezpieczeń społecznych następuje bowiem niezwykle mocne przenikanie sfery biznesowej ze sferą rodzinną, ponieważ gospodarstwa domowe to często jednocześnie właściciele mikro lub małego przedsiębiorstwa. Czy w konsekwencji wprowadzenia rekomendacji będą oni korzystali pełniej ze swoich praw? Czy bankowy kanał dystrybucji ubezpieczeń będzie miał większe znaczenie i wagę wśród przedsiębiorców? Na razie brakuje wiarygodnych statystyk (w 2010 r. przeciętnie 2% MSP skorzystało z oferty zakupu polisy ubezpieczeniowej w banku)⁴. Pewne jest, że nowe regulacje nie są w pełni zrozumiałe dla przedsiębiorców. Jeżeli uznamy, że w sferze społecznej właściciel mikro i małego przedsiębiorstwa jest również i przede wszystkim klientem indywidualnym, to wpływ rekomendacji będzie miał szerszy wymiar. Oprócz bowiem przełożenia na sferę rodzinną

⁴ Podane dane w artykule pochodzą z raportu D. Gąjdy, T. Jurkiewicza (2010). Ubezpieczenia w sektorze MŚP w latach 2008–2010 (wyniki badań ankietowych). *Wiadomości Ubezpieczeniowe*, 2.

wpływie bezpośrednio na sferę biznesową. Negatywny PR jaki powstał wokół banków i ubezpieczycieli powoduje natomiast, że klienci segmentu MSP są bardziej „gniewni i nieufni”. Inne branże stawiają na prostotę i wygodę oraz na budowanie pozytywnego *customer experience* we wszystkich punktach łączących klienta z firmą i we wszystkich kanałach, a klienci MSP tego samego oczekują od banków i ubezpieczycieli. Wykorzystanie usług ubezpieczeniowych powinno się przyczyniać do zapewniania ciągłości działalności małych i średnich przedsiębiorstw, powinno wzmacniać podstawową funkcję ubezpieczeń, czyli funkcję ochronną. Wybierając ubezpieczenie należy wziąć pod uwagę kryteria istotne dla wszystkich uczestników rynku, a mianowicie: „skuteczność, dostępność, cenę, oraz dodatkowe korzyści, jakie wypłyną ze współpracy z ubezpieczycielem” (Kwiecień, 2010). Wydaje się, że bankowy kanał dystrybucji w działalności MSP, do tej pory niewykorzystywany i niedoszacowany, nie zareaguje w sposób inny niż klient indywidualny. Przede wszystkim dlatego, że ani przed Rekomendacją U, ani w trakcie jej powstawania, ani tuż po implementacji do praktyki biznesowej, prawie nikt nie koncentruje się na specyfice klienta małych i średnich przedsiębiorstw w połączeniu z funkcją ochronną w tym kanale dystrybucji. Jest to związane z kształtowaniem odpowiednio etycznej, ale także kluczowej kultury korporacyjnej związanej z wagą i znaczeniem MSP w gospodarce. To element edukacji ekonomicznej społeczeństwa rozumiany jako element motywujący instytucje finansowe do budowania produktów i ich dystrybucji nierozłącznie związanej z potrzebami sektora MSP. Należy też pamiętać, że to ponad 99% ogółu przedsiębiorstw zapewniający zatrudnienie 70% pracowników. To tylko przykłady, że rekomendacja nie rozwiązuje wszystkich problemów. Efekt Rekomendacji U uzależniony będzie od określonego modelu polskiego *bancassurance*. A precyzowanie zasad funkcjonowania *bancassurance* na polskim rynku trwa. Głównym reżyserem jest rynek.

- Czy ewolucja tego rynku pójdzie w kierunku zmian produktowych?
- Czy zmian zasad współpracy pomiędzy podmiotami finansowymi?
- Czy wejdą na rynek nowe podmioty takie jak brokerzy czy spółki celowe?
- Czy doskonalenie współpracy pomiędzy bankami i zakładami ubezpieczeń będzie przebiegało zgodnie z praktykami pro-konsumenckimi?
- Czy będzie prowadziło w kierunku szukania „alternatywnych rozwiązań” ułatwiających sprzedaż?
- Czy spadek w 2015 roku poziomu zebranej składki jest spowodowany porządkowaniem procedur i zastosowaniem się do Rekomendacji, czy raczej wynika z innych obocznych zachowań rynku i konsumentów?

Jednak – mimo wielu pytań i na dzisiaj braku na nie odpowiedzi – jedno jest pewne: rynek *bancassurance* jest w trakcie dużej zmiany. Klient tę zmianę wymusza (w tym klient MSP). Chce podejmować decyzje świadomie i z dostępem do kompleksowej informacji. Czy to będzie bank czy zakład ubezpieczeniowy ma mniejsze znaczenie. Ważne jest, aby potrzeby klienta były najlepiej zabezpieczone. Jest to również opinia bankowców. Uważają oni, że łączenie produktów ubezpieczeniowych i bankowych stanowi perspektywiczny obszar w działalności banków (83%); ponadto aż 72% bankowców uważa, że łączenie tych produktów jest wartością dodaną dla

klientów⁵. A Rekomendacja U ten kierunek wskazuje. Agencje ratingowe wskazują na niedoszacowanie polskiego rynku. Prognozują wzrost rynku w 2018 roku o 15%. W opinii autorki Rekomendacja U porządkuje, a nie ogranicza. Zatem prognoza ma szansę się sprawdzić.

Literatura

- Bancassurance. Coraz słabsze wyniki (2015). *Gazeta Ubezpieczeniowa*, 26.11.2015.
- Bancassurance w Europie Zachodniej na przykładzie Francji i Niemiec (2011). *Gazeta Ubezpieczeniowa*, 14.06.2011.
- Bancassurance w najbliższych latach będzie się rozwijać dynamicznie*. Pobrano z: Portal gospodarka.pl (3.01.2014).
- Bera, A. (2012). *Ochrona ubezpieczeniowa w działalności mikro i małych przedsiębiorstw*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Gajda, A., Jurkiewiczza, T. (2010). Ubezpieczenia w sektorze MŚP w latach 2008–2010 (wyniki badań ankietowych). *Wiadomości Ubezpieczeniowe*, 2
- Gołąb, A. (2002). Współpraca bankowo-ubezpieczeniowa w krajach UE i OECD (Uregulowania prawne). *Wiadomości Ubezpieczeniowe*, 7/8.
- Gwizdała, J. (2010). Rozwój bancassurance w Polsce w latach 2007–2009. *Wiadomości Ubezpieczeniowe*, 3.
- Jaworowski, W., Zawadzka, Z. (red.). (2005). *Bankowość. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwo Poltex.
- Kwiecień, I. (2010). *Ubezpieczenia w zarządzaniu ryzykiem działalności gospodarczej*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Kufel-Siemńska, A. (2005). *Właściwości kanałów dystrybucji usług ubezpieczeniowych*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Pawłowski, M. (2011). Bancassurance na tle kanałów dystrybucji ubezpieczeń w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw. *Zeszyty Naukowe USZ*, 637. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 62.
- Pelc, P. (2012). Bancassurance oczyma KNF. *Gazeta Ubezpieczeniowa*, 13.03.2012.
- Pisarewicz, P. (2014). Nowe standardy rynku bancassurance w zakresie ubezpieczeń z elementem inwestycyjnym lub oszczędnościowym. W: W. Ronka-Chmielowiec (red.), *Ubezpieczenia wobec wyzwań XXI wieku* (s. 214). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.
- Popiołek, A. (2015). Jest rekomendacja U. Bankowcy szkolą się na agentów ubezpieczeniowych. *Wyborcza biz*, 1.04.2015.
- Solska, J. (2015). Bajki banków. *Polityka*, 12 (3001).
- Swacha-Lech, M. (2008). *Bancassurance. Sprzedaż produktów bankowo-ubezpieczeniowych*. Warszawa: Wydawnictwo Fachowe CeDeWu.pl.
- Vytlačil, B. (2010). Insurance Europe Statistics. *European Insurance in Figures dataset*, 48.
- Badania rynku bancassurance, VII Kongres Bancassurance 7–8.10.2015.
- Biuletyn kwartalny, Rynek ubezpieczeń III/2015 (2015). Warszawa: Komisja Nadzoru Finansowego.
- KNF (2014). Wytyczne dla zakładów ubezpieczeń. Warszawa 24.06.2014.
- KNF (2014). Rekomendacja U dotycząca dobrych praktyk w zakresie Bancassurance.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2013–2014 (2015). Warszawa: PARP.
- Raport PIU „Polski rynek Bancassurance III Q 2015” Warszawa 2015.
- Raport roczny (2014) PIU. Warszawa: CEU.
- Raport roczny KNF za rok 2014.

⁵ „Badania rynku bancassurance” VII Kongres Bancassurance 7–8.10.2015. Badania na próbie 178 placówek bankowych w całym kraju.

INFLUENCE OF THE RECOMMENDATION U ON THE POSITION OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ON THE BANCASSURANCE MARKET

Abstract: *Purpose* – The article aims to answer the research question about the ways in which the Recommendation U influenced the position of small and medium enterprises (SMEs) on the bancassurance market.

Design/Methodology/approach – In this article, (based on a critical review of the literature, methods of induction and deduction practical experience with market insurance and banking) the author analyses roots of and factors which influenced the changes in the banking distribution channel, she discusses the Recommendation U issued by the Financial Supervisory Committee (KNF), which includes 21 individual recommendations; and she also relates the discussion to the Guidelines for Insurance Companies which concern the sales of insurances.

Findings – As a result of these analyses and references, the author assesses the impact of the Recommendation U on the current insurances brokerage market. Due to the strategic placement of SMEs, resulting from the structure of participation of this sector in the wider economical processes, this sector constitutes an important part of customers of the insurance companies.

Originality/value – The author of the article describes the banking channel of distribution of insurances and introduces the agents active on this market. She discusses the bancassurance channel for the sales of insurances by small and medium enterprises; she describes the bancassurance market as a whole and compares the trends on this market in Poland with patterns observable on the global markets. This perspective allows to relate the Recommendation U with the SMEs sector, in the context of the Recommendation's effects on the broadly-defined insurance market.

Keywords: bancassurance, banks, insurance companies, insurance, SMEs, recommendation U

Cytowanie

Sipińska, G. (2016). Wpływ rekomendacji U na pozycję małego i średniego przedsiębiorstwa na rynku bancassurance. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 5 (83/2), 9–20. DOI: 10.18276/frfu.2016.5.83/2-01.