

Spis treści

Słowo wstępne	9
Arkadiusz Babczuk: Miękkie ograniczenia budżetowe jednostek samorządu terytorialnego	11
Grażyna Borys: Świadectwa pochodzenia jako instrument wspierający kogenerację	26
Martina Černíková: The Most Considerable Changes of the Tax Legislation in the Context of the Public Budgets Stabilization in the Czech Republic	35
Jarosław Dziuba: Wykorzystanie przychodów zwrotnych w gospodarce finansowej powiatów w Polsce	41
Andrzej Koza: Wsparcie ze środków publicznych przedsiębiorczości bezrobotnych osób niepełnosprawnych	53
Damian Kubiak: Zmiany na rynku pracowniczych programów emerytalnych w Polsce	62
Alina Majczyzna: Rola Funduszu Dopłat w realizacji programów dopłat do kredytów mieszkaniowych	72
Martina Prskavcová: Tax Policy in Taiwan (Republic of China)	82
Ivana Šimíková: Mundell-Fleming Model and Maastricht's Fiscal Convergence Criteria: Fiscal and Budgetary Stabilization Need in the Context of EMU	91
Jana Šmídová: Is Contemporary Tax Book in the Czech Republic Really Tax Book?	96
Melania Bąk: Wartości niematerialne i prawne w aspekcie prawa bilansowego i podatkowego oraz Międzynarodowych Standardów Rachunkowości.....	102
Zdeněk Brabec: The Financial Evaluation of the Capital Project (Construction of the Minibike Circuit)	118
Šárka Čechlovská: Project Finance – an Alternative Method of Corporate Financing	127
Marketa Dubová, Helena Jáčová, Marie Šimonová: Analysis of E-learning Materials Benefits of Course „Selected Problems of Financial Management” for Different Target Groups of Users	132
Olga Hasprová: Comparison of Selected Items of Company and Insurance Company's Liabilities Balance Sheets	150
Josef Horák: Development of Czech Accounting from the End of 19 th Century until the Present Time	156
Radana Hojná: Costing and Its Usage in Product Management	162
Helena Jáčová: Assessment of Suitability of Selected Indicators for Specification of Economically Depressed Areas in the Liberec Region	169
Joanna Kogut: Wpływ zmian projektu ustawy o rachunkowości na rachunkowość jednostek gospodarczych	182
Olga Malíková: Leases of the Asset and its Depreciation – Differences in Reporting under the Czech Legislation and Standards IFRS	195

Šárka Nováková: Economic Aspects of the Ecological Risks Assessment of the Industrial Accident	205
Magdalena Swacha-Lech: Istota finansów behawioralnych	211
Jacek Adamek: PLS i jego odwzorowanie w produktach bankowości islamskiej na przykładzie kontraktu <i>musharakah</i>	221
Elżbieta Hajduga: Przegląd uwarunkowań rozwoju działalności reasekuracyjnej w Polsce	232
Alicja Janusz: Ekonomiczne przesłanki tworzenia sieci bezpieczeństwa pośredników finansowych	241
Wojciech Krawiec: Realizacja polityki inwestycyjnej polskich funduszy nieruchomości	252
Robert Kurek: Rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe zakładu ubezpieczeń – nowe podejście w Solvency II	265
Teresa Orzeszko: Zasady funkcjonowania rezerw na straty kredytowe w argentyńskich bankach	273
Beata Owczarczyk: Analiza porównawcza rozwoju działalności bancassurance we Francji, w Niemczech i w Polsce	289
Agnieszka Ostalecka: Metody przewycieżania kryzysu azjatyckiego – wybrane aspekty	300
Małgorzata Solarz: Upadłość konsumencka w wybranych krajach	311

Summaries

Arkadiusz Babezuk: Soft Budget Constraints in Municipalities	25
Grażyna Borys: Certificates of Origin as the Cogeneration Supporting Instrument	34
Martina Černíková: Istotne zmiany w prawie podatkowym w kontekście stabilizacji budżetu Republiki Czeskiej	40
Jarosław Dziuba: Implementation of Recovered Revenues in Financial Economy of Districts in Poland	52
Andrzej Koza: The Public Funds for Support of Self-employment Among Handicapped Persons	61
Damian Kubiak: Changes on the Employee Pension Programs' Market in Poland	71
Alina Majczyna: The Meaning of Subsidy Fund in Financial Programmes to Support National Housing	81
Martina Prskavcová: Polityka podatkowa na Tajwanie (Republika Chińska)	89
Ivana Šimíková: Model Mundella-Fleminga oraz fiskalne kryteria konwergencji z Maastricht: potrzeba stabilizacji fiskalnej EMU	95
Jana Šmídová: Czy współczesna książka podatkowa w Republice Czeskiej jest rzeczywiście książką podatkową?	101
Melania Bąk: Intangible Assets in View of Balance and Tax Law and International Accounting Standards	116
Zdeněk Brabec: Finansowa ocena projektu kapitałowego (konstrukcja toru do minimotocykli)	126

Šárka Čechlovská: Finansowanie projektowe jako alternatywna metoda finansowania przedsiębiorstwa	131
Marketa Dubova, Helena Jacova, Marie Simonova: Analiza korzyści materiałów kursu e-learning „Wybrane problemy zarządzania finansowego dla różnych grup docelowych użytkowników”	149
Olga Hasprová: Porównanie wybranych elementów pasywów bilansów przedsiębiorstwa i firmy ubezpieczeniowej	155
Josef Horák: Rozwój rachunkowości w Czechach od końca XIX wieku do czasów obecnych	161
Radana Hojná: Kalkulacja kosztów i jej wykorzystanie w zarządzaniu produktem	168
Helena Jáčová: Ocena stosowności wybranych czynników do wyodrębnienia regionów słabiej rozwiniętych w regionie Liberca	181
Joanna Kogut: The Influence of Changes in Accountancy Act Draft on the Accountancy of Business Entities	194
Olga Malíková: Leasing aktywów i ich amortyzacja – różnice w sprawozdawczości według ustawodawstwa czeskiego i standardów IFRS	204
Šárka Nováková: Ekonomiczne aspekty pomiaru ryzyka ekologicznego wypadków przemysłowych	210
Magdalena Swacha-Lech: The Essence of the Behavioural Finance	220
Jacek Adamek: Profit and Loss Sharing and its Representation in Islamic Banking Products Based on the Example of <i>Musharakah</i> Contract	231
Elżbieta Hajduga: A Review of Reinsurance Development Causations in Poland	240
Alicja Janusz: Economic Indications for Creating Safety Networks of Financial Intermediaries	251
Wojciech Krawiec: The Realization of Investment Policy of the Polish Investment Fund	264
Robert Kurek: Technical-Insurance Provisions of an Insurance Company – New Attitude in Solvency II	272
Teresa Orzeszko: Loan Loss Provisioning in Argentinean Banks	288
Beata Owczarczyk: Comparative Analysis of the Development of Bancassurance Activity in France, Germany, and in Poland	299
Agnieszka Ostalecka: The Methods of Asian Crisis Overcoming – Chosen Aspects	310
Małgorzata Solarz: Consumer Insolvency in Selected Countries	322

Beata Owczarczyk

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ANALIZA PORÓWNAWCZA ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI BANCASSURANCE WE FRANCJI, W NIEMCZACH I W POLSCE

1. Wstęp

Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie rozwoju działalności bancassurance na trzech wybranych rynkach europejskich: francuskim, niemieckim i polskim oraz przedstawienie różnic i podobieństw występujących między tymi rynkami w zakresie występowania grup bankowo-ubezpieczeniowych.

Działalność bancassurance staje się coraz bardziej popularną formą powiązań finansowych na świecie. Szczególnie rozwinęła się ona w Europie, m.in. w takich państwach, jak: Francja, Hiszpania, Portugalia, Austria, Włochy, Niemcy, Holandia czy Wielka Brytania. Ze względu na zakres objętościowy niniejszego opracowania zostaną przedstawione powiązania bankowo-ubezpieczeniowe tylko w trzech wybranych krajach, a mianowicie we Francji, w Niemczech i w Polsce.

2. Rodzaje działalności bancassurance

W literaturze przedmiotu można spotkać wiele różnych definicji pojęcia bancassurance. Na potrzeby niniejszego artykułu zostaną przedstawione tylko dwie, które zdaniem autora w pełni oddają charakter tego typu działalności.

Według M. Śliperskiego **bancassurance** jest to wykorzystanie placówek banku wraz z jego usługami i klientami do sprzedaży produktów ubezpieczeniowych, najczęściej ubezpieczeń na życie czy też emerytalnych, przy czym inicjatywa tych działań wychodzi od banków komercyjnych, które charakteryzują się ofertą detaliczną [9, s. 7].

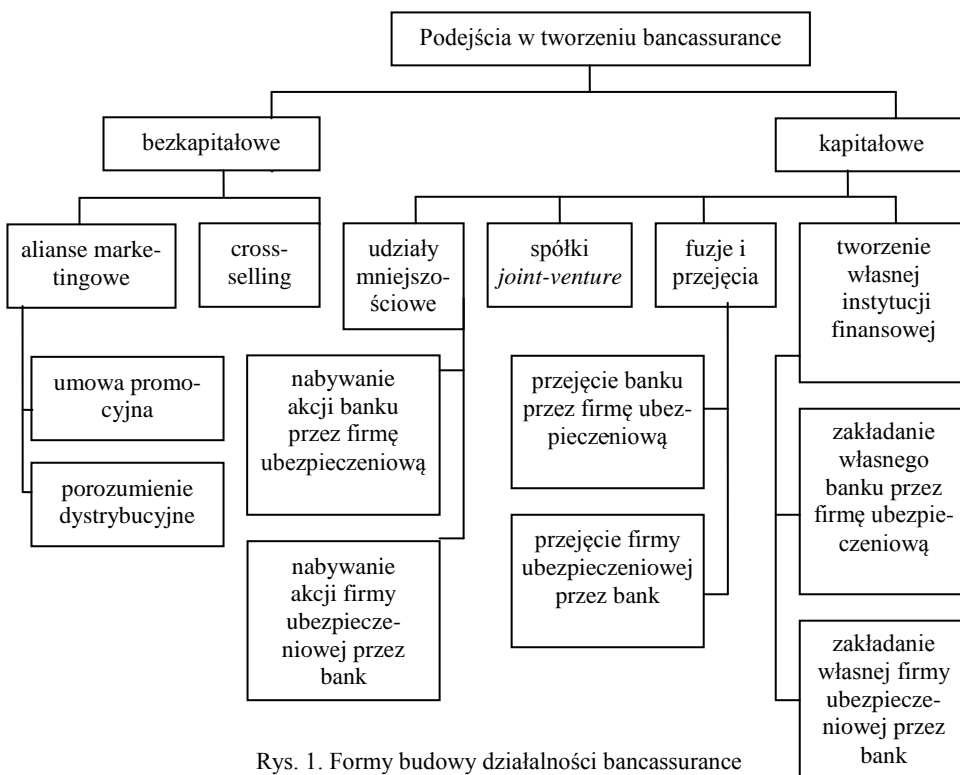
Natomiast R. Patterson uważa, iż **bancassurance** jest to świadczenie usług z

zakresu bankowości i ubezpieczeń na życie w jednym podmiocie finansowym, w przekonaniu, że usługi te wzajemnie się uzupełniają i że można je sprzedać klientom detalicznym łącznie [5, s. 22].

Działalność bankowo-ubezpieczeniowa może być prowadzona z wykorzystaniem jednego z wymienionych podejść [7, s. 217-218 i 222]:

- **podejście bezkapitałowe** – sprowadza się do współpracy banków komercyjnych i towarzystw ubezpieczeniowych, która nie jest oparta na wzajemnych udziałach kapitałowych, co oznacza, że współpraca ta ma charakter przedmiotowy,
- **podejście kapitałowe** – obejmuje grupy bankowo-ubezpieczeniowe, które są pewnego rodzaju holdingami finansowymi przedsiębiorstw bankowych i ubezpieczeniowych. Taka integracja może wynikać wyłącznie z powiązań kapitałowych lub przyjmować bardziej ścisłą formę współpracy podmiotowej wraz z równoległe prowadzoną współpracą przedmiotową.

W ramach tych dwóch podejść można wyróżnić różne rodzaje grup bankowo-ubezpieczeniowych, co ilustruje rys. 1.



Rys. 1. Formy budowy działalności bancassurance

Źródło: opracowanie własne na podstawie [10, s. 28; 7, s. 218 i 223].

Każda z form związków bankowo-ubezpieczeniowych zaprezentowana na rys. 1 przedstawia inny zakres współpracy banków oraz firm ubezpieczeniowych. Charakteryzuje się też innymi korzyściami i zagrożeniami, które płyną ze wspólnego prowadzenia działań na rynku finansowym przez instytucje bankowe i ubezpieczeniowe. Banki mogą zdecydować się na prowadzenie działalności bancassurance tylko według jednej z dostępnych form lub też mogą wykorzystywać kilka rodzajów działalności bankowo-ubezpieczeniowej, by ich oferta była bardziej korzystna i trafiała do większego grona odbiorców.

3. Charakterystyka rozwoju działalności bancassurance w wybranych krajach Unii Europejskiej

Francja

Kraj ten uważa się za kolebkę działalności bancassurance, stąd analiza związków bankowo-ubezpieczeniowych rozpocznie się od Francji. Ponadto w tym państwie dominującą rolę w sprzedaży ubezpieczeń odgrywają właśnie banki.

We Francji historia związków bankowo-ubezpieczeniowych rozpoczęła się w latach 70. ubiegłego wieku, gdy bank La Federation du Credit Mutuel d'Alsace (potocznie zwany Credit Mutuel) wprowadził do swojej oferty pierwsze polisy ubezpieczeń życiowych. Celem tego banku stało się obniżenie cen za ubezpieczenia i świadczenie usług dobrej jakości. Przy czym w latach 70. strategia bancassurance rozwijała się raczej powoli [4, s. 350]. Dopiero udział banków w sprzedaży ubezpieczeń życiowych zaczął rosnąć w szybkim tempie od lat 80., a pod koniec lat 90. ubiegłego wieku banki rozpoczęły sprzedaż ubezpieczeń majątkowych [3]. Warto zaznaczyć, że właśnie w tym czasie powstały wszystkie liczące się na rynku firmy ubezpieczeniowe, będące filiami banków (w tym PREDICA – jako filia banku Credit Agricole). Francja posiada ok. 50% udziału w europejskim rynku bancassurance oraz 57% udziału w ubezpieczeniach życiowo-emerytalnych [8, s. 45].

Francuski rynek bancassurance charakteryzuje się wysokim stopniem koncentracji – 5 największych bankowych towarzystw ubezpieczeniowych zbiera ponad 50% składki brutto. Natomiast sprzedaż produktów ubezpieczeniowych dokonywana jest głównie za pośrednictwem wysoko wykwalifikowanych pracowników banków, którzy są wspierani przez wyspecjalizowanych doradców ubezpieczeniowych [9, s. 39].

Większość francuskich banków posiada umowy marketingowe z firmami ubezpieczeniowymi na życie lub też ma udziały kapitałowe w tych instytucjach. Głównym czynnikiem, który wpłynął na rozwój działalności bankowo-ubezpieczeniowej we Francji, były oszczędności w kosztach dystrybucji w zestawieniu z tradycyjnymi kanałami dotarcia do klienta [3]. Ponadto niektórzy wskazywali na przyczynę takiego stanu rzeczy, słabość rynku ubezpieczeniowego, niską konkurencję oraz niewystarczające kwalifikacje agentów ubezpieczeniowych [8,

s. 45]. Wśród innych elementów przyczyniających się do powodzenia bancassurance można wyróżnić korzystne regulacje podatkowe oraz prostotę polis, która przyczyniła się do łatwego wyszkolenia pracowników banku. Wejście do dystrybucji ubezpieczeń banków przyczyniło się do spadku liczby zatrudnionych agentów ubezpieczeniowych aż o 50% [3].

Wśród form współpracy bankowo-ubezpieczeniowej prowadzonej na francuskim rynku finansowym dominująca jest działalność o charakterze kapitałowym, w tym głównie zakładanie przez banki własnych towarzystw ubezpieczeniowych lub też wspólna inicjatywa podejmowana z firmą ubezpieczeniową. Ponadto powiązania kapitałowe niezwykle często wzmacniane są łączną sprzedażą produktów bankowych i ubezpieczeniowych w ramach tej samej oferty. Warto jednak zwrócić uwagę na to, że umowy zawierane w ramach przedmiotowych form współpracy przeważnie nie mają charakteru wyłączności. Tak więc produkty ubezpieczeniowe danego towarzystwa ubezpieczeniowego mogą być oferowane przez kilka banków jednocześnie [6, s. 129].

Kolejnym rodzajem form przejawiania się bancassurance na francuskim rynku jest współpraca oparta na porozumieniu dystrybucyjnym. Większość banków w tym zakresie sprzedaje w swoich placówkach nie tylko „czyste” produkty ubezpieczeniowe, lecz również połączone w jedną zintegrowaną ofertę. Ponadto francuskie banki angażowały się w prowadzenie działalności opartej na strategii *joint-venture*. Natomiast udziały mniejszościowe były najmniej popularną formą. Zazwyczaj ten rodzaj działalności wspomagał inne formy współpracy. Niezwykle rzadko współpraca bankowo-ubezpieczeniowa była realizowana za pomocą przejęcia towarzystwa ubezpieczeniowego przez bank. Przykładem tej formy może być jednak Credit Lyonnais, który w 1971 r. przejął La Medicale de France [6, s. 134-136].

Banki zdecydowały się na sprzedaż produktów ubezpieczeniowych, gdyż potrzebowały dopływu kapitału oraz miały coraz słabsze wyniki z tradycyjnych form działalności. Ponadto działały one na bardzo konkurencyjnym rynku, gdzie w tym samym czasie rynek ubezpieczeniowy, o dużym potencjale, charakteryzował się słabszą konkurencją. We Francji zadziałał również efekt naśladownictwa. Po tym, jak niektóre banki rozpoczęły współpracę z towarzystwami ubezpieczeniowymi, inne instytucje bankowe zaczęły również wprowadzać do swych działań strategię bancassurance. Było to podyktowane strachem kierownictwa, że w przypadku zaniechania tego typu działań osłabi się pozycja konkurencyjna banków. Ponadto działalność bankowo-ubezpieczeniowa okazała się niezwykle skutecznym sposobem na podniesienie zyskowności drogiej w utrzymaniu sieci oddziałów [3].

Wiek XXI przyniósł m.in. nowe spojrzenie przedsiębiorstw bankowych na strategię bancassurance. Zaczęły one promować ideę oferowania klientom usług doradztwa finansowego, których tradycyjne firmy ubezpieczeniowe nie znają tak dobrze. Działalność ta przynosi już pierwsze sukcesy, gdyż umożliwia w sposób ukryty sprzedaż produktów ubezpieczeniowych [1].

Niemcy

W przeciwieństwie do rynku francuskiego, na którym działalność bankowo-ubezpieczeniowa bardzo dobrze się rozwija, rynek niemiecki charakteryzuje się zgoła innymi cechami. Strategia bancassurance napotyka tu istotne przeszkody i problemy.

W Niemczech sprzedaż produktów ubezpieczeniowych rozpoczęła się w latach 20. ubiegłego wieku. Przy czym należałoby wskazać, iż z tego kraju wywodzi się termin *Allfinanz*, który stosowany jest na określenie wielu usług finansowych. Jednak rozwój tej działalności był utrudniany przez bardzo rygorystyczne regulacje niemieckiego rynku ubezpieczeniowego. Ponadto klienci preferowali wówczas specjalizację wśród instytucji finansowych [4, s. 355].

Na skutek zwiększenia udziału produktów ubezpieczeniowych w wydatkach gospodarstw domowych w Niemczech tworzą się coraz to nowe powiązania bankowo-ubezpieczeniowe. Związki te przybierają formę głównie porozumień dystrybucyjnych, czasami wzmocnioną wymianą udziałów kapitałowych. W wyniku tego oferta bancassurance w bankach staje się atrakcyjna, choć same porozumienia nie są trwałe [9, s. 44].

Pierwszym przypadkiem kapitałowej formy bancassurance jest Deutsche Bank AG. Bank ten, mimo powiązań z towarzystwem ubezpieczeniowym Allianz, założył w 1989 r. własną firmę ubezpieczeniową – Lebensversicherungs AG der Deutsche Bank (w skrócie: DB Leben AG). Jak ocenili bankowcy z Deutsche Bank AG, inwestycja ta zwróciła się w ciągu 3 lat. Firma DB Leben AG oferowała standardowe, uproszczone i niedrogie produkty ubezpieczeniowe dla klientów bankowych. Były one konkurencyjne, ponieważ oferowały m.in. amortyzację prowizji ubezpieczeniowej, co polegało na tym, że prowizja była rozłożona w czasie. Było to dość korzystne, zwłaszcza że przy tradycyjnych ubezpieczeniach prowizja jest płacona jednorazowo przy ich nabyciu [9, s. 44].

Największe banki niemieckie stosują różne podejścia do budowy strategii bancassurance, np. Commerzbank AG w 1990 r. utworzył własne towarzystwo ubezpieczeniowe typu *joint-venture* z państwową firmą Deutsche Beamten Lebensversicherungs AG. Natomiast podejście bezkapitałowe zastosował Dresdener Bank AG, który w 1989 r. wszedł w pięcioletnie porozumienie o współpracy z Allianz i innymi towarzystwami ubezpieczeniowymi [9, s. 45].

Niemiecki sektor bankowy charakteryzuje się niskim poziomem koncentracji, a co za tym idzie, posiada on dużą liczbę banków oraz niski udział 10 największych banków w aktywach systemu bankowego ogółem. Ponadto odznacza się on złą kontrolą kosztów [2, s. 150-151].

Aby poprawić sytuację rynku bankowego, w ciągu ostatnich lat rozwinięto procesy integracji banków z firmami ubezpieczeniowymi. W 2004 r. niemiecki sektor bankowy zajął pod tym względem trzecie miejsce wśród krajów Unii Europejskiej. Oprócz chęci poprawy pozycji konkurencyjnej banków na rynku finanso-

wym, do rozwoju bancassurance przyczynili się sami klienci, którzy wymagają od podmiotów finansowych, aby zaspokajały ich różnorakie potrzeby w sposób całościowy, w jednym miejscu i czasie. Duże możliwości w tym zakresie dają np. ubezpieczenia emerytalne. W Niemczech (tak jak i w innych krajach europejskich) tradycyjne systemy emerytalne oparte na stałych składkach coraz częściej zastępowane są przez „zawodowe” lub prywatne plany emerytalne. W związku z tym podmioty bankowe, ubezpieczeniowe i inni dostawcy usług finansowych coraz częściej oferują wielozakresowe produkty, np. ubezpieczenia na życie oparte na funduszach inwestycyjnych [6, s. 139-140].

Przy czym trzeba zauważyć, że niemieckie społeczeństwo cechuje się konserwatyzmem i przywiązaniem do tradycyjnych pośredników ubezpieczeniowych, co przyczynia się do mniejszego rozwoju różnych form bankowo-ubezpieczeniowych opartych na dystrybucji ubezpieczeń przez bankowe kanały dystrybucji. Tak więc typowa dla rynku niemieckiego przewaga agentów nad innymi ścieżkami sprzedaży ubezpieczeń może być istotnym hamulcem rozwoju bancassurance również w przyszłości. Jednak do najpopularniejszych form bancassurance występujących w Niemczech należą porozumienia dystrybucyjne, którym towarzyszy sprzedaż wiązana, wspierane bardzo często wzajemnym zaangażowaniem kapitałowym podmiotów [6, s. 140-141].

Charakterystyczne dla rynku niemieckiego jest również to, że sprzedaż polis ubezpieczeniowych przez personel banku dotyczy prostych produktów, natomiast bardziej złożone ubezpieczenia są dystrybuowane przez wyspecjalizowanych doradców ubezpieczeniowych. Oznacza to, że gdy klient jest zainteresowany produktem wychodzącym poza standardowe obowiązki pracownika instytucji bankowej, kierowany jest wówczas do takiego doradcy [6, s. 147].

Niski udział sprzedaży produktów ubezpieczeniowych za pośrednictwem banków spowodowany był jednak nie tylko dużą rolą agentów działających w tym obszarze, ale również niekorzystną dla działalności bankowo-ubezpieczeniowej strukturą ubezpieczeń na życie. Przeważająca część sprzedawanych w Niemczech ubezpieczeń na życie oraz produktów emerytalnych składa się z produktów opartych na regularnych składkach oszczędnościowych i na ubezpieczeniach ochronnych, które trudno włączyć w ofertę produktów dystrybuowanych przez banki [6, s. 148].

Mimo powyższych przeciwności rozwojowi bancassurance w Niemczech sprzyja forma nadzoru nad rynkiem finansowym. 1 maja 2002 r. powstał zintegrowany nadzór finansowy: Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin). Nadzór ten łączy obowiązki dotychczas istniejących „sektorowych” organów nadzoru. Do celów BaFin należą: zapewnienie stabilności i spójności systemu finansowego, zabezpieczenie wypłacalności podmiotów rynku finansowego oraz ochrona klientów i inwestorów. Istnienie nadzoru zintegrowanego oraz brak ograniczeń w zakresie możliwych form podejmowania współpracy stwarza korzystne warunki do działalności bankowo-ubezpieczeniowej. Wydaje się zatem, że pod-

miotów bankowe i ubezpieczeniowe będą w przyszłości zainteresowane działalnością bancassurance, głównie jako sposobem poprawy ich konkurencyjności na niemieckim rynku finansowym [6, s. 148-149].

Polska

Rok 1990 jest początkiem działalności bancassurance w Polsce. W tym roku można było zaobserwować pierwsze przejawy działalności Allfinanz. W bankach zaczęto oferować usługi maklerskie, leasingowe, które pochodziły z odrębnych firm – stworzonych od zera przede wszystkim przy zaangażowaniu kapitałowym instytucji bankowych [10, s. 111].

Początkowo w rozwoju działalności bankowo-ubezpieczeniowej w Polsce dominowała sprzedaż ubezpieczeń indywidualnych przez pracowników bankowych głównie w placówkach banków komercyjnych. Wśród instytucji, które rozpoczęły współpracę w zakresie bancassurance, były: ING Nationale-Nederlanden i ING Bank Śląski, Commercial Union i Bank Zachodni WBK SA oraz AIG i Pekao SA. Następnie były Powszechny Bank Kredytowy stworzył dwie własne firmy ubezpieczeniowe: TU PBK oraz TUnŻ PBK. A w połowie lat 90. ubiegłego wieku niemieckie towarzystwo ubezpieczeniowe Allianz wspólnie z Bankiem Gospodarki Żywnościowej powołało do życia firmę ubezpieczeń życiowych w postaci spółki *joint-venture*, która jednak istniała zaledwie kilka miesięcy [10, s. 111-112].

Obecnie w Polsce główną formą prowadzenia działalności bancassurance są powiązania o charakterze bezkapitałowym, natomiast forma kapitałowa występuje w znikomym stopniu. Jednakże przykładem powiązań podmiotowych są np.:

- Bank Zachodni WBK SA wspólnie z Commercial Union Polska – Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie SA;
- Gospodarczy Bank Wielkopolski SA wraz z Wielkopolskim Towarzystwem Ubezpieczeń Życiowych i Rentowych Concordia Capital SA.

W obu tych przypadkach strategia bancassurance oparta jest na udziałach mniejszościowych banków posiadanych w firmie ubezpieczeniowej. Bank Zachodni WBK SA posiada 10% akcji Commercial Union Polska – TU na Życie SA, pozostała część należy do Aviva. Oprócz współpracy na charakterze podmiotowym obie instytucje prowadzą również wspólne działania oparte na powiązaniach przedmiotowych. Natomiast Gospodarczy Bank Wielkopolski SA, który zrzesza banki spółdzielcze, posiada 5,13% akcji w WTUŻiR Concordia Capital SA, a pozostała część należy do Concordia Versicherung Holding. W tym przypadku zaangażowanie kapitałowe banku skutkuje również współpracą o charakterze bezkapitałowym, realizowaną wyłącznie pomiędzy WTUŻiR Concordia Capital SA a bankami spółdzielczymi zrzeszonymi wokół GBW SA [6, s. 187-188].

Do form powiązań bezkapitałowych należą w pierwszej kolejności aliance marketingowe, w tym umowa promocyjna oraz porozumienie dystrybucyjne. Przy czym **umowa promocyjna** na polskim rynku, tak jak i na pozostałych rynkach

europejskich, występuje bardzo rzadko. Wprawdzie promocja jest naturalnym narzędziem stosowanym przy wszystkich pozostałych formach współpracy, jednak instytucje bankowe bardzo rzadko decydują się jedynie na ten rodzaj powiązań z ubezpieczycielem. W przypadku pozostałych form promocja nie jest wynagradzana w postaci prowizji otrzymywanej przez banki, gdyż uzyskana prowizja jest bezpośrednim odzwierciedleniem ilości sprzedanych produktów ubezpieczeniowych stanowiących element umowy. Wypada jednak podkreślić, że to właśnie promocja przyczynia się do uzyskiwanych wyników sprzedaży [6, s. 189].

Następną formą związków bankowo-ubezpieczeniowych występujących na polskim rynku finansowym jest **porozumienie dystrybucyjne**, które polega na sprzedaży „czystego” produktu ubezpieczeniowego, który nie jest powiązany z ofertą produktów bankowych za pośrednictwem banku. W praktyce może się to sprowadzać do dystrybucji ubezpieczeń w pewien sposób powiązanych z ofertą banku, choć nie stanowi ona sprzedaży typu cross-selling. Wynika to stąd, że nabycie ubezpieczenia bardzo często jest możliwe dopiero po założeniu przez klienta rachunku bankowego [6, s. 194].

Jednak najwięcej możliwości wyboru dostarcza klientom współpraca oparta na sprzedaży związanej, czyli tzw. **cross-selling**. Zdecydowana większość banków występujących na polskim rynku prowadzi tego typu działalność. Przy czym należy podkreślić, że większość banków, która zdecydowała się na prowadzenie sprzedaży w postaci cross-selling, prowadzi współpracę z więcej niż tylko jednym towarzystwem ubezpieczeniowym. Ponadto w ramach działalności bankowo-ubezpieczeniowej podmioty te oferują bardzo różnorodne produkty – od ubezpieczeń na życie do różnego rodzaju ubezpieczeń do kart wydawanych przez banki, jak również do rachunków bankowych.

4. Różnice i podobieństwa w rozwoju grup bankowo-ubezpieczeniowych we Francji, w Niemczech i w Polsce

Rozwój strategii bancassurance we Francji, w Niemczech i w Polsce przebiegał w różny sposób, jednak wśród wszystkich różnic można zaobserwować też pewne podobieństwa:

1. Zdecydowana większość porozumień w zakresie bancassurance rozpoczęła się z inicjatywy banków komercyjnych.

2. We wszystkich analizowanych krajach działalność bankowo-ubezpieczeniowa rozpoczęła się od sprzedaży polis ubezpieczeniowych na życie – jako produktów, które bardzo łatwo dały się wpisać do oferty banków komercyjnych oraz ze względu na ich prostotę.

3. Przyczynami wprowadzenia działalności bancassurance do oferty produktów bankowych były: chęć obniżki kosztów działania placówek bankowych,

zwiększenie przychodów z działalności oraz możliwość dalszego funkcjonowania na coraz bardziej konkurencyjnym rynku usług finansowych.

4. Umowa promocyjna jako samodzielna forma powiązań bezkapitałowych pomiędzy bankami i towarzystwami ubezpieczeniowymi występuje rzadko. Pojawia się ona raczej jako uzupełnienie pozostałych form współpracy obu partnerów.

5. Oferta bancassurance jest kierowana głównie do klientów indywidualnych.

6. Do rozwoju działalności bankowo-ubezpieczeniowej przyczynili się sami klienci, którzy oczekują, że ich potrzeby finansowe zostaną zaspokojone kompleksowo „pod jednym dachem”.

7. We wszystkich trzech krajach działalności bancassurance towarzyszyło zjawisko odwrotne – *assurbanking*, czyli związki ubezpieczeniowo-bankowe inicjowane przez same firmy ubezpieczeniowe.

Oprócz wyżej wymienionych podobieństw należałoby wskazać różnice, jakie występują między analizowanymi krajami, gdyż mają one istotny wpływ na rozwój działalności bankowo-ubezpieczeniowej. Spośród najważniejszych różnic można wymienić:

1. Różny poziom koncentracji sektora bankowego (rynek niemiecki charakteryzuje się niskim poziomem koncentracji, podczas gdy francuski wysokim).

2. Różna liczba banków i oddziałów bankowych.

3. Różny udział kapitału zagranicznego w krajowym systemie bankowym, który może przyczynić się do przenoszenia działań występujących na rynkach zagranicznych na rynek krajowy (w Polsce dominuje kapitał zagraniczny), jak również udział największych banków w aktywach sektora bankowego ogółem.

4. Odmienny poziom kwalifikacji agentów ubezpieczeniowych i pracowników bankowych oraz odmienna siła pozycji pośredników ubezpieczeniowych.

5. Różny rozwój poszczególnych form działalności bancassurance oraz inne rodzaje grup bankowo-ubezpieczeniowych mają charakter dominujący (we Francji dominuje tworzenie własnej firmy ubezpieczeniowej przez bank, spółki *joint-venture* oraz porozumienie dystrybucyjne wraz z *cross-sellingiem*, w Niemczech – porozumienia dystrybucyjne wraz z *cross-sellingiem* oraz wzajemne udziały mniejszościowe, a w Polsce porozumienie dystrybucyjne i *cross-selling*).

6. Poziom konserwatyzmu i przywiązania klientów do tradycyjnych pośredników ubezpieczeniowych, ich skłonność do odwiedzania banku i do kupna polis ubezpieczeniowych właśnie w tym miejscu oraz poziom zaufania i lojalność klientów banków.

7. Odmienny sposób regulacji prawnych w zakresie sektora bankowego i ubezpieczeniowego, odmiennie systemy podatkowe, a także forma nadzoru nad rynkiem finansowym.

Jak można zaobserwować, w zależności od tego, w jakich warunkach i w jakim kraju strategia bancassurance będzie się rozwijać, będzie się charakteryzować innymi cechami. Najważniejsze dla podmiotów, której pragną rozpocząć działalność w zakresie bancassurance, jest to, aby wykorzystywać pozytywne aspekty z rynków, gdzie takie związki bardzo dobrze się rozwijają, a starać się unikać zagrożeń

oraz barier rozwoju tej strategii (przykładem mogą tu być Niemcy, gdzie działalność bankowo-ubezpieczeniowa napotkała pewne przeszkody).

5. Podsumowanie

W ciągu ostatnich lat można zauważyć rosnące zainteresowanie wszelkiego rodzaju usługami finansowymi. Dzieje się tak dlatego, że społeczeństwo jest w tej materii coraz bardziej wyedukowane oraz coraz częściej wymaga od instytucji finansowych, aby dostarczyły mu produkt o takich właściwościach, które spełniałyby wszystkie jego oczekiwania. Współczesny klient – czy to banku, czy firmy ubezpieczeniowej – ma coraz mniej czasu, chce więc zrealizować szereg operacji finansowych „pod jednym dachem”. W takie myślenie bardzo dobrze wpisuje się bancassurance, umożliwiające klientom założenie konta, zaciągnięcie kredytu, ubezpieczenia mieszkania czy samochodu, a nawet zakup jednostek uczestnictwa w funduszu – wszystko to w jednej instytucji.

Ponadto, jak pokazują doświadczenia francuskie, strategia bancassurance może być dobrym pomysłem na zwiększenie przychodów i zysków banków oraz zwiększenie ich konkurencyjności na rynku finansowym. Niepodążanie z duchem czasu i za wymagającymi klientami może zakończyć się źle dla instytucji bankowych. Firmy ubezpieczeniowe również starają się znaleźć inne kanały dystrybucji ubezpieczeń, a banki są do tego doskonałym narzędziem. Należy przy tym pamiętać, iż aby osiągnąć sukces w dziedzinie współpracy bankowo-ubezpieczeniowej, należy podjąć pewne kroki, które zwiększą pewność powodzenia w tej materii. Ważny w tej kwestii jest dobór odpowiedniego partnera: silnego i stabilnego, z dobrą pozycją na rynku i rozpoznawalną marką. Taki wybór może korzystnie wpłynąć na poprawę wizerunku drugiego podmiotu. Ponadto trzeba przeanalizować, jakie produkty firma zamierza sprzedawać oraz czy chce prowadzić w związku z tym współpracę z jednym partnerem, czy też może z kilkoma. Bank powinien pamiętać o tym, że należy wybrać produkty proste – przynajmniej na początku działalności w nowym obszarze, które dadzą się łatwo wpisać w dotychczasowy zakres działań. Następnie oba podmioty powinny zastanowić się, jaką formę bancassurance zamierzają realizować, gdyż każda z nich niesie inne korzyści.

Nie mniej ważne jest odpowiednie przeszkolenie pracowników banku, którzy będą się zajmowali sprzedażą produktów ubezpieczeniowych, zarówno w dziedzinie znajomości ubezpieczeń, jak i w zakresie kontaktu z klientem. Ponadto istotne jest, aby w instytucji bankowej znajdowała się odpowiednia komórka organizacyjna, która będzie sprawowała nadzór nad tego typu działalnością.

Podsumowując, można stwierdzić, iż mimo różnic w rozwoju działalności bancassurance na różnych rynkach europejskich, strategia ta może być korzystną alternatywą dla banków w celu zwiększenia ich przychodów. Przy czym muszą one

pamiętać, że to klient powinien być w centrum zainteresowania, bo to on decyduje o skorzystaniu z danej oferty.

Literatura

- [1] Fedor M., *Bancassurance nad Sekwaną i Loarą*, „Gazeta Ubezpieczeniowa”, sierpień 2003, http://www.polbrokers.pl/navigation/prasa/jak_francja.html (data wejścia 30.09.2007).
- [2] Flejterski S., *Architektura współczesnego systemu finansowego*, [w:] *Elementy finansów i bankowości*, red. S. Flejterski, B. Świecka, CeDeWu, Warszawa 2006.
- [3] Grygutis J., *Bancassurance – europejski trend na polskim rynku finansowym*, <http://konferencja.edu.pl/ref8/pdf/pl/GRYGUTIS-Torun.pdf> (data wejścia 15.09.2007).
- [4] Pająk K., *Istota światowego bancassurance a rozwój polskiego sektora bankowo-ubezpieczeniowego w XXI wieku*, na <http://www.21.edu.pl/ks/3/350.doc>, s. 350 (data wejścia 12.09.2007).
- [5] Patterson R., *Kompendium terminów bankowych*, Business Press, Warszawa 1999.
- [6] Swacha-Lech M., *Bancassurance jako przejaw powiązań banków komercyjnych i firm ubezpieczeniowych*, Rozprawa doktorska, Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu 2007.
- [7] Swacha-Lech M., *Rodzaje powiązań między podmiotami sektora bankowego i ubezpieczeniowego*, [w:] *Zarządzanie i marketing. Aspekty makro- i mikroekonomiczne*, red. T. Orzeszko, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nr 934, AE, Wrocław 2002.
- [8] Śliperski M., *Bancassurance w Europie*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” 2001 nr 11-12.
- [9] Śliperski M., *Bancassurance w Unii Europejskiej i w Polsce*, Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 2001.
- [10] Śliperski M., *Bancassurance – związki bankowo-ubezpieczeniowe*, Difin, Warszawa 2002.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF BANCASSURANCE ACTIVITY IN FRANCE, GERMANY, AND IN POLAND

Summary

Bancassurance activity is becoming a popular form of financial connections in the world. That is why the bank and insurance branches all over the world are undergoing the processes of integrating their activities. This article presents the character of the development of bancassurance activity in three chosen European markets: French, German, and Polish. Moreover, the article shows differences and similarities which appear between these markets within bancassurance. The division of bancassurance and definition of this activity were also presented.