

Zeszyty Naukowe Wydziału Ekonomicznego  
Uniwersytetu Radomskiego im. Kazimierza Pułaskiego  
**Studia Ekonomiczne, Prawne i Administracyjne**  
Zeszyt 1 (2026)  
DOI <https://doi.org/10.24136/sepia.2026.003>

**Dawid Kowalczyk<sup>1</sup>**

## **ANALIZA RYNKU BANCASSURANCE W POLSCE W LATACH 2019-2023**

### ***Streszczenie***

*Bancassurance stanowi istotny element współczesnego rynku finansowego, łącząc działalność bankową i ubezpieczeniową w zakresie oferowania produktów ochronnych i inwestycyjnych. Ze względu na zmieniające się uwarunkowania rynkowe, regulacyjne oraz rosnące oczekiwania klientów, zasadne jest analizowanie tego zjawiska zarówno w ujęciu teoretycznym, jak i praktycznym. W artykule przedstawiono istotę bancassurance, jego genezę oraz główne formy i modele funkcjonowania, a także scharakteryzowano rodzaje produktów oferowanych w ramach tego kanału dystrybucji. Opracowanie obejmuje również analizę polskiego rynku bancassurance w latach 2019-2023, ze szczególnym uwzględnieniem jego miar, specyfiki oraz kierunków rozwoju.*

**Słowa kluczowe:** bancassurance, ubezpieczenie, bank, towarzystwo, model, współpraca, składka, wartość, dynamika

### **Wstęp**

Współczesny rynek usług finansowych charakteryzuje się dynamicznymi zmianami, rosnącą konkurencją oraz większymi wymaganiami klientów względem dostępności i kompleksowości oferty. W odpowiedzi na te trudności instytucje finansowe poszukują nowych kanałów dystrybucji produktów oraz synergii pomiędzy różnymi sektorami. Jednym z interesujących przykładów takiej synergii jest *bancassurance* – model współpracy banków i zakładów ubezpieczeń, który pozwala na oferowanie produktów ubezpieczeniowych poprzez instytucje bankowe. Mogłoby się wydawać, iż *bancassurance* jest pojęciem stosunkowo prostym, jednak jest ono zdecydowanie bardziej złożone. Warto zwrócić uwagę na genezę jego powstania, od

---

<sup>1</sup> Student, Uniwersytet Radomski im. Kazimierza Pułaskiego, Wydział Ekonomii i Finansów, e-mail: 114736@student.urad.edu.pl.

jakich powiązań się wywodzi, jakie rodzaje produktów są w jego ramach oferowane czy chociażby, dlaczego instytucje decydują się na zawiązanie takiej współpracy.

W artykule dokonano analizy rynku *bancassurance* w Polsce na podstawie wartości składki przypisanej brutto, z podziałem na działy ubezpieczeń. Porównano miary położenia i rozproszenia, a także dynamikę zmian. Ustalono przyczyny tendencji wartości składki oraz korzyści i zagrożenia związane z rozwojem powiązań bankowo-ubezpieczeniowych w Polsce.

## 1. *Bancassurance*

### 1.1. Zarys historyczny sojuszy bankowo-ubezpieczeniowych

Zarówno sektor bankowy, jak i ubezpieczeniowy są nieodłącznymi elementami funkcjonowania gospodarek państw, a nieustanna chęć rozwoju wymusza stosowanie nowych rozwiązań. Zmiany te, mimo stosowania w różnych sektorach, napędzają wdrażanie innowacyjnych rozwiązań w kolejnych segmentach gospodarki. Zmieniający się rynek, a co za tym idzie wymagania konsumentów, wymuszają na towarzystwach ubezpieczeniowych poszerzanie zakresu oferowanych usług, zarówno jeśli chodzi o zakres ubezpieczeń, jak i formy dystrybucji. Problem ten dotyczy również banków, które, chcąc zachęcić nowych klientów do korzystania ze swoich produktów bankowych, muszą wyróżniać się wśród konkurencji.

Tak w latach 60. XX wieku narodziła się idea sojuszy bankowo-ubezpieczeniowych, kiedy to we Francji zaczęto poszukiwać nowych kanałów dystrybucji produktów ubezpieczeniowych. To właśnie francuski system uznaje się za pionierski w kwestii *bancassurance*<sup>2</sup>. Banki zaczęły oferować produkty ubezpieczeniowe w swoich placówkach, korzystając z istniejącej sieci sprzedaży i zaufania klientów. Model ten szybko został zaadaptowany przez inne kraje, a wraz z rozwojem technologii i integracją rynków finansowych, *bancassurance* stało się powszechnym zjawiskiem. W Polsce takie współpracy zaczęły rozwijać się intensywnie dopiero po 2000 roku, choć pierwsze przejawy *bancassurance* można było zaobserwować już w latach 90. XX wieku w wyniku transformacji ustrojowej i liberalizacji rynku finansowego<sup>3</sup>. Współcześnie *bancassurance* występuje w różnych formach, od zwykłych porozumień kooperacyjnych po głębokie fuzje kapitałowe instytucji. Ewolucja ta związana jest nie tylko z przemianami w zakresie modelu biznesowego, ale także z dostosowywaniem się do oczekiwań klientów i zmieniającego się otoczenia regulacyjnego<sup>4</sup>.

---

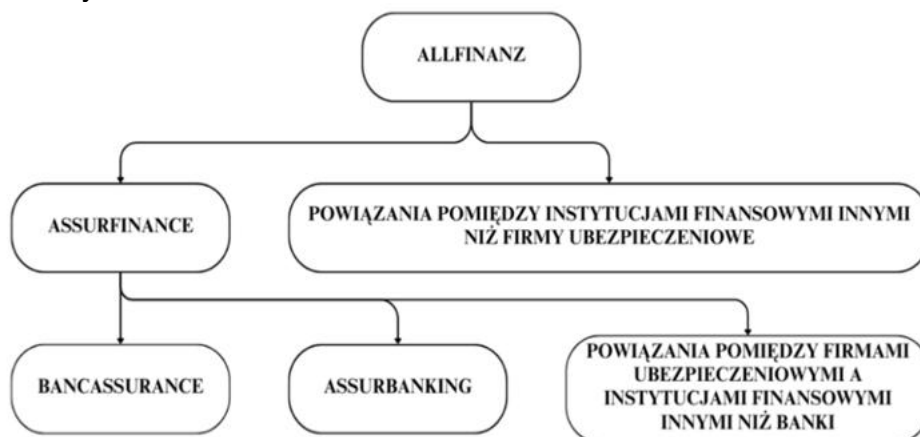
<sup>2</sup> B. Owczarczyk, 2008, *Analiza porównawcza rozwoju działalności bancassurance we Francji, w Niemczech i w Polsce*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 16, s. 291.

<sup>3</sup> Ibidem, s. 295.

<sup>4</sup> M. Swacha-Lech, 2008, *Bancassurance. Sprzedaż produktów bankowo-ubezpieczeniowych*, CeDeWu, Warszawa, s. 31-36.

## 1.2. Istota, pojęcie i zasady funkcjonowania *bancassurance*

W literaturze polskiej zjawisko *bancassurance* opisane zostało m.in. przez J. Monkiewicza, M. Szczepańską czy M. Orlickiego, którzy wskazują na jego znaczenie w procesie dystrybucji ubezpieczeń oraz na wyzwania regulacyjne i etyczne z nim związane. Podkreślają oni również konieczność zapewnienia przejrzystości relacji z klientem oraz zachowania wysokiej jakości doradztwa ubezpieczeniowego<sup>5</sup>. Jednak, aby kompleksowo wyjaśnić pojęcie, jakim jest *bancassurance*, należy zacząć od tego, czym są i na czym polegają wszelkie współprace banków i towarzystw ubezpieczeniowych. *Bancassurance* jest jednym z rodzajów sojuszy bankowo-ubezpieczeniowych, nazywanych *Allfinanz*. Termin ten po raz pierwszy został użyty w Niemczech w latach 80. XX wieku. Oznaczał on „wszystko z jednej ręki”, określając kreujące się ówczesnie konglomeraty finansowe, oferujące usługi w wielu dziedzinach<sup>6</sup>. Dotyczą one nie tylko powiązań między bankami i ubezpieczycielami, jednak pomiędzy wszelkimi instytucjami rynku finansowego. Termin *Allfinanz* w literaturze dzielony jest na *assurfinance*, czyli powiązania towarzystw ubezpieczeniowych z innymi podmiotami oraz powiązania między instytucjami innymi niż firmy ubezpieczeniowe<sup>7</sup>. Wykorzystanie *assurfinance* przez ubezpieczycieli również przybiera wiele znaczeń, jednak najczęstszymi są powiązania z bankami, opisane na rysunku 1.



Rys. 1. Usystematyzowanie pojęć z zakresu problematyki powiązań instytucji finansowych

Źródło: M. Swacha-Lech, *Bancassurance Sprzedaż Produktów Bankowo-Ubezpieczeniowych*, CeDeWu, Warszawa 2008, s. 12

<sup>5</sup> M. Szczepańska, 2008, *Ubezpieczenia na życie. Aspekty prawne*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa, s. 322-325.

<sup>6</sup> R. Pajewska, 2000, *Sojusze bankowo-ubezpieczeniowe*, [w:] J. Monkiewicz (red.), *Podstawy Ubezpieczeń. Tom I – mechanizmy i funkcje*, Poltext, Warszawa, s. 360.

<sup>7</sup> M. Swacha-Lech, *Bancassurance. Sprzedaż produktów...*, op. cit., s. 12.

Poza schematami działania, wśród współprac banków i zakładów ubezpieczeń wyróżniamy także wiele form, czyli modeli sojuszy. Przede wszystkim dzielimy je na bezkapitałowe, inaczej funkcjonalne, w których mówimy o powiązaniu przedmiotowym, oraz kapitałowe, które mogą być sojuszami podmiotowymi i podmiotowo-przedmiotowymi. Te pierwsze są z założenia zdecydowanie prostsze i polegają na porozumieniu odnośnie do wspólnej dystrybucji produktów<sup>8</sup>. Do najpopularniejszych rodzajów tej formy współpracy zaliczamy alianse marketingowe oraz sprzedaż wiążaną. Alianse marketingowe to umowy zawierane między bankiem i zakładem ubezpieczeń mające na celu informowanie konsumentów placówki bankowej o możliwości nabycia produktów oferowanych przez ubezpieczycieli<sup>9</sup>. O wiele bardziej rozbudowane są powiązania kapitałowe, które mogą być realizowane przez:

- a) wzajemne udziały mniejszościowe – oznaczające wykup części udziałów danej instytucji przez drugą i na odwrót, w przypadku *bancassurance* bank nabywa udziały zakładu ubezpieczeń, z którym nawiązuje współpracę, przy jednoczesnym zakupie udziałów banku przez towarzystwo ubezpieczeniowe<sup>10</sup>;
- b) fuzje i przejęcia – polegające na przejęciu banku przez zakład ubezpieczeń lub przejęcie ubezpieczyciela przez bank;
- c) *joint ventures* – utworzenie wspólnej spółki będącej odrębną instytucją finansową, zazwyczaj będącą firmą ubezpieczeniową podlegającą pod bank;
- d) „*de novo*” – założenie własnej firmy ubezpieczeniowej przez bank lub własnego banku podlegającego zakładowi ubezpieczeń<sup>11</sup>.

### 1.3. Przesłanki zawierania sojuszy bankowo-ubezpieczeniowych

Wśród głównych przesłanek zawierania sojuszy bankowo-ubezpieczeniowych wyróżniamy częściową komplementarność usług bankowych i ubezpieczeniowych, udostępnienie szerokiej bazy klientów banków czy zmniejszenie kosztów dystrybucji. Bankom umożliwiają one zwiększenie lojalności konsumentów oraz wyróżnienie się spośród konkurencji. Natomiast ubezpieczycielom w głównej mierze sojusze pozwalają na rozszerzenie bazy klientów, dotarcie do nich na masową skalę oraz redukcję kosztów dystrybucji<sup>12</sup>. Dzięki temu zjawisku, konsumenci mogą liczyć na niższe składki ubezpieczeniowe za sprawą nabywania usług w „zestawie”. Istotnym

<sup>8</sup> M. Skory, 2012, *Bancassurance jako forma kooperacji gospodarczej*, Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa, Wrocław, s. 137, dostępny w: [https://www.bibliotekacyfrowa.pl/Content/40584/06\\_Maciej\\_Skory.pdf](https://www.bibliotekacyfrowa.pl/Content/40584/06_Maciej_Skory.pdf) [dostęp: 09.05.2025].

<sup>9</sup> A. Ostrowska-Dankiewicz, M. Zapotoczna, 2011, *Znaczenie bancassurance w dystrybucji ubezpieczeń*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 167, s. 256-257.

<sup>10</sup> Ibidem, s. 257.

<sup>11</sup> B. Owczarczyk, *Analiza porównawcza rozwoju...*, op. cit., s. 290.

<sup>12</sup> M. Dominiak, 2013, *Organizacja działalności prywatnych zakładów ubezpieczeń*, [w:] M. Iwanicz-Drozdowska (red.), *Ubezpieczenia*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, s. 274.

dla kanału *bancassurance* jest zjawisko *cross-sellingu*, czyli sprzedaży związanej lub krzyżowej<sup>13</sup>. Jest to sprzedaż uzupełniająca usługi kontrahenta wraz ze sprzedażą własnego produktu. W przypadku banków i zakładów ubezpieczeń tworzone są pakiety usług finansowych, w których do usługi bankowej dołącza się produkt ubezpieczeniowy. Z perspektywy klienta, oznacza to możliwość zaspokojenia jego dodatkowych potrzeb bez konieczności poświęcenia dużo większej ilości czasu oraz po niższej cenie<sup>14</sup>. Natomiast dla banków i ubezpieczycieli, *cross-selling* jest narzędziem pozwalającym na rozszerzenie potencjału sprzedażowego oraz zwiększenie wydajności kanałów dystrybucji<sup>15</sup>.

## 2. Obszary współpracy produktowej

### 2.1. Produkty niezależne

Najmniejszą grupą produktów ubezpieczeniowych oferowanych przez bank są produkty niezależne, czyli niestanowiące uzupełnienia usług bankowych, które na pierwszy rzut oka wydają się być niepotrzebne klientom banków. Należą do nich przede wszystkim ubezpieczenia majątkowe dołączane głównie do rachunków bankowych oraz kart płatniczych, takie jak ubezpieczenie następstw nieszczęśliwych wypadków czy ubezpieczenie kosztów leczenia<sup>16</sup>. To, że mogą być niespójne z ofertą banku, nie oznacza, że klienci ich nie potrzebują.

W przypadku produktów niezależnych, największymi zaletami przemawiającymi za zdecydowaniem się na dany produkt ubezpieczeniowy jest mniejsza złożoność procesu oraz mniejsza cena danego produktu. Towarzystwa ubezpieczeniowe, decydując się na obniżenie cen swoich usług, mają większą szansę na zainteresowanie potencjalnego klienta ze względu na konkurencyjną cenę w porównaniu do zawarcia umowy ubezpieczenia bezpośrednio w biurze ubezpieczyciela, niebędącej częścią innej umowy. Tworzenie takich „pakietów” kilku usług finansowych oferowanych przez te instytucje, oznacza dla konsumenta możliwość zaopatrzenia się w odpowiednie dla niego typy produktów w jednym miejscu i krótszym czasie, co umożliwia również jego oszczędność, w przypadku gdy konieczne będzie załatwienie spraw bankowych i ubezpieczeniowych – dalej może to zrobić w jednej placówce. Oczywiście cechy te dotyczą również pozostałych typów produktów sprzedawanych w ramach *bancassurance*, jednak w przypadku produktów niezależnych są one kluczowe.

<sup>13</sup> M. Skory, *Bancassurance jako forma...*, op. cit., s. 142.

<sup>14</sup> R. Garbicz, 2022, *Ubezpieczenia w teorii i praktyce. Część II. Ubezpieczenia gospodarcze i zdrowotne*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa, s. 64.

<sup>15</sup> E. Wierzbicka, 2009, *Kierunki ewolucji bancassurance*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, nr 127, s. 741, <https://bazekon.uek.krakow.pl/zeszyty/166751069> [dostęp 08.05.2025].

<sup>16</sup> M. Szczepańska, *Ubezpieczenia na życie...*, op. cit., s. 327-328.

## 2.2. Produkty komplementarne

Najistotniejszym zjawiskiem przemawiającym ze efektywną sprzedażą produktów komplementarnych przez *bancassurance* jest synergia popytowa. Jest to sytuacja, w której popyt na dany produkt lub usługę napędza popyt na inne dobro. Tak właśnie zrodził się pomysł na wykorzystanie *bancassurance* do oferowania produktów komplementarnych, do których należą ubezpieczenia kredytów, kart płatniczych czy kont bankowych<sup>17</sup>. Są to typy usług, które klienci przynajmniej powinni posiadać, korzystając z usług banku. Tworzy to z instytucji bankowych zawierających sojusze z ubezpieczycielami miejsca, które są w stanie zaspokoić zdecydowanie szersze spektrum zapotrzebowań klienta aniżeli banki, które nie wspierają *bancassurance*.

Największa liczba możliwych do zaoferowania ubezpieczeniowych produktów komplementarnych cechuje kredyty hipoteczne. Do głównych rodzajów należą ubezpieczenie samego kredytu lub nieruchomości będącej jego przedmiotem, polisa na wypadek śmierci, utraty wartości nieruchomości, pracy lub czasowej niezdolności do wykonywania jej<sup>18</sup>. Celem wiodącym zawierania ubezpieczeń tego typu jest zabezpieczenie finansowe banku udzielającego kredytu, jednak zabezpieczają one również sytuację majątkową i zdrowie ubezpieczonego, a zarazem kredytobiorcy oraz jego rodziny. Kredyty innego rodzaju także są popularnym produktem wyjściowym dla *bancassurance*. Zaraz po hipotecznych warte wyróżnienia są kredyty konsumpcyjne. Klienci za pomocą pozyskanych środków mają możliwość sfinansowania najróżniejszych potrzeb, jednak na uwagę zasługują również kredyty samochodowe. Oczywiście jest, że nabywając auto, należy także zaopatrzyć się w obowiązkowe ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej. W tym momencie, personel banku proponuje wykup tego rodzaju polisy w zakładzie ubezpieczeń, z którym współpracuje. Dla nowych aut popularne są również ubezpieczenia autocasco czy rozbudowane ochrony assistance, na wypadek spowodowania kolizji czy wystąpienia usterki i konieczności pomocy. Im szerszy wachlarz usług bankowych i ich ochrony zapewnianej przez ubezpieczyciela, tym lepsza może być pozycja owych instytucji na rynku<sup>19</sup>.

## 2.3. Produkty substytucyjne

Banki oferują konkurencyjne produkty substytucyjne mimo możliwości spadku sprzedaży własnych usług z tego tytułu. Należą do nich przede wszystkim lokaty

<sup>17</sup> Ibidem, s. 327.

<sup>18</sup> K. Stęplewska, 2021, *Znaczenie bancassurance w procesie zarządzania sprzedażą produktów ubezpieczeniowych (analiza danych statystycznych za lata 2012-2018)*, *Finanse i Prawo Finansowe*, vol. 2 (30), s. 155, dostępny w: <https://czasopisma.uni.lodz.pl/fipf/article/view/10052/9747> [dostęp: 12.05.2025].

<sup>19</sup> M. Gajdek, 2016, *Bancassurance, nowe zjawisko we współczesnej bankowości*, *Journal of Modern Management Process*, tom 1, nr 1, s. 20, dostępny [w:] <https://journalmmp.com/index.php/jmmp/article/view/6> [dostęp: 11.05.2025].

z ubezpieczeniem czy rachunki bankowe z polisą na życie typu ochronnego lub inwestycyjnego, stanowiące zamienniki oferowanych przez bank depozytów. Wprowadzenie ich do oferty powoduje zjawisko kanibalizmu finansowego<sup>20</sup>, który może być jednak motywacją dla instytucji bankowych do poszerzenia swoich usług, dostosowując je do potrzeb klientów<sup>21</sup>. Ubezpieczeniami stanowiącymi produkty substytucyjne dla usług bankowych są głównie ubezpieczenia działu I należące do grupy 3, czyli ubezpieczenia na życie, jeżeli są związane z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, a także ubezpieczenia na życie w których świadczenie zakładu ubezpieczeń jest ustalane w oparciu o określone indeksy lub inne wartości bazowe<sup>22</sup>, czyli ubezpieczenia inwestycyjne. Główną zaletą większości tego typu polis, w porównaniu do podobnych produktów bankowych, jest zwolnienie z podatku od dochodów kapitałowych, które w lokatach generują dla klienta niepotrzebną utratę części zysku. Najpopularniejszymi produktami substytucyjnymi są ubezpieczenia na życie i dożycie, ale również zdecydowanie bardziej złożone produkty, umożliwiające inwestowanie w dłuższym horyzoncie czasowym poprzez lokowanie środków w fundusze ubezpieczyciela.

### 3. Polski Rynek Bancassurance

#### 3.1. Metodyka badań

Przedmiotem badania jest rynek *bancassurance* w Polsce, rozumiany jako kanał dystrybucji produktów ubezpieczeniowych za pośrednictwem banków. Badanie koncentruje się na określeniu, jak zmieniał się rynek *bancassurance* w analizowanym okresie i czy możliwe jest zidentyfikowanie trendów rozwojowych lub regresyjnych. Postawione pytanie badawcze brzmi: Czy w analizowanym okresie na polskim rynku *bancassurance* wystąpił przyrost składki przypisanej brutto?. Analizie poddano również strukturę rynku w podziale na dział I oraz dział II.

Dane te zostały poddane analizie statystycznej, obejmującej wyznaczenie podstawowych miar tendencji centralnej, zmienności oraz dynamiki zmian w czasie. Analiza obejmuje następujące miary:

- a) wartość maksymalna – największa z obserwowanych wartości danego zbioru danych, wskazująca szczytowy poziom danego zjawiska w analizowanym okresie;
- b) wartość minimalna – najmniejsza z wartości, reprezentująca najniższy poziom badanej cechy;

<sup>20</sup> M. Śliperski, 2002, *Bancassurance. Związki bankowo-ubezpieczeniowe*, Warszawa, s. 58.

<sup>21</sup> A. Ostrowska-Dankiewicz, M. Zapotoczna, *Znaczenia bancassurance w...*, op. cit., s. 260.

<sup>22</sup> Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej, (Dz.U. 2015 poz. 1844).

- c) średnia arytmetyczna – informująca o przeciętnym poziomie analizowanego zjawiska,

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^N x_i}{N} \quad (1)$$

gdzie:

$\bar{x}$  – średnia arytmetyczna cechy,

$x_i$  – i-ty wariant cechy statystycznej,

$N$  – liczebność zbiorowości statystycznej;

- d) mediana – wartość środkowa w uporządkowanym zbiorze danych,

$$Me = \frac{\frac{x_{\frac{N}{2}} + x_{\frac{N}{2}+1}}{2}}{2} \quad (2)$$

gdzie:

$Me$  – mediana (wartość środkowa),

pozostałe oznaczenia jak wyżej;

- e) dominanta – wartość najczęściej występująca w zbiorze;

- f) odchylenie standardowe – miara rozproszenia danych wokół średniej,

$$\sigma = \sqrt{s^2} \quad (3)$$

gdzie:

$\sigma$  – odchylenie standardowe,

$s^2$  – wariancja;

- g) współczynnik zmienności – umożliwia porównywanie zmienności między różnymi zbiorami,

$$V_{zm} = \frac{\sigma}{x} \cdot 100\% \quad (4)$$

gdzie:

$V_{zm}$  – współczynnik zmienności,

pozostałe oznaczenia jak wyżej;

- h) średni wskaźnik dynamiki – przeciętna wartość wskaźników dynamiki liczonych jako stosunki wartości kolejnych okresów do okresów poprzednich,

$$\tau = \sqrt[N-1]{\prod_{t=2}^N \frac{y_t}{y_{t-1}}} \quad (5)$$

gdzie:

$\tau$  – średni wskaźnik dynamiki (średnia geometryczna z indeksów),

$y_t$  – poziom zjawiska w okresie badanym,

$y_{t-1}$  – poziom zjawiska w okresie poprzedzającym okres badany,

pozostałe oznaczenia jak wyżej;

- i) średnie tempo zmian – przeciętna zmiana procentowa wartości w okresie,

$$T = (\tau - 1) \cdot 100\% \quad (6)$$

gdzie:

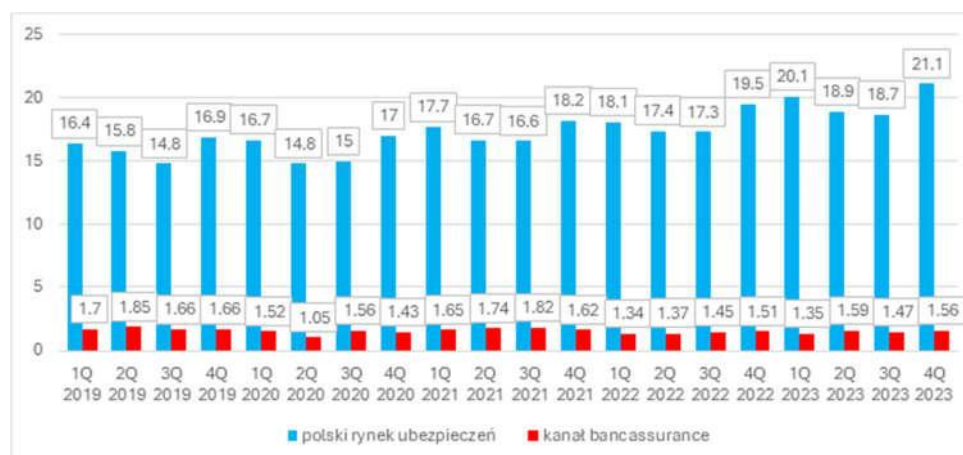
T – średnie tempo zmian,

pozostałe oznaczenia jak wyżej.

### 3.2. Dynamika rozwoju bankowości ubezpieczeniowej w Polsce

Składka przypisana brutto to całkowita kwota składek należnych zakładowi ubezpieczeń z tytułu zawartych umów ubezpieczenia w danym okresie, bez uwzględnienia potrąceń, np. za reasekurację. Służy ona jako podstawowy wskaźnik przedstawiający skalę działalności ubezpieczeniowej.

W badanym okresie, średnia wartość składki przypisanej brutto w dziale I i II pozyskanej w kanale *bancassurance* wynosiła 1,55 miliarda złotych, natomiast średnia wartość składki pozyskanej na polskim rynku ubezpieczeń – 17,39 miliarda złotych. Najwyższą wartość cechy dla kanału *bancassurance* odnotowano w 2 kwartale 2019 roku. Wynosiła ona wówczas 1,85 miliarda złotych. Najmniejsza wartość, wynosząca 1,05 miliarda złotych wystąpiła w 2 kwartale 2020 roku. W przypadku całego rynku ubezpieczeń, najwyższa wartość wyniosła 21,1 miliarda złotych, zaś najniższa – 14,8 miliarda złotych – odpowiednio w 4 kwartale 2023 roku oraz w 2 kwartale 2020 roku. Mediana natomiast wynosiła 1,56 oraz 17,15 odpowiednio dla kanału *bancassurance* oraz całego rynku ubezpieczeniowego. Wartość składki pozyskanej za pomocą *bancassurance* różniła się od średniej przeciętnie o 0,18, natomiast dla składki pozyskanej na polskim rynku, wartość różniła się od średniej przeciętnie o 1,67. Udział odchylenia standardowego w średniej wartości składki przypisanej brutto wynosił 11,77% oraz 9,58% odpowiednio dla kanału *bancassurance* i całego rynku ubezpieczeń, w obu przypadkach oznaczając małą zmienność.

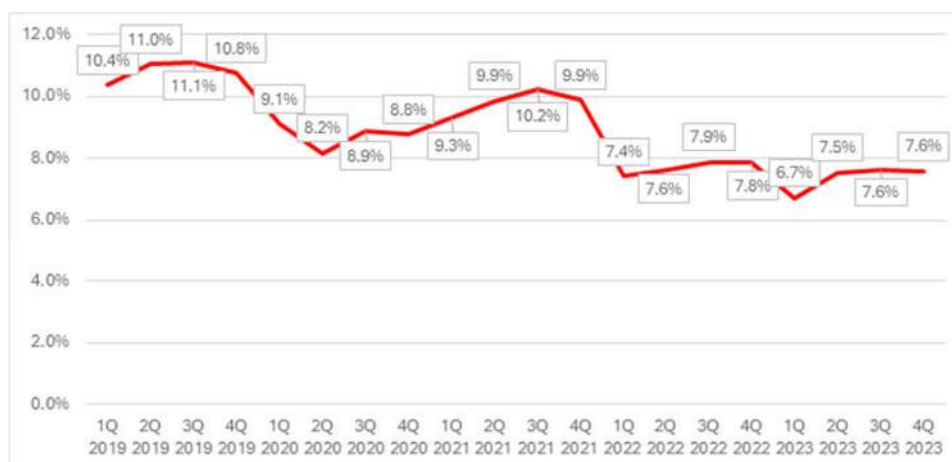


**Rys. 2. Składka przypisana brutto pozyskana w kanale *bancassurance* na tle składki pozyskanej na polskim rynku ubezpieczeń w dziale I i II – dane kwartalne (mld zł)**

Zródło: Opracowanie własne na podstawie raportów PIU

Analizując wartość składki przypisanej brutto w dziale I i II w kanale *bancassurance* na tle wartości składki pozyskanej na polskim rynku ubezpieczeń w badanym okresie, na podstawie danych kwartalnych zauważalna jest odwrotna tendencja spadkowa oraz wzrostowa. W przypadku wartości składki pozyskanej w kanale *bancassurance*, średnie tempo zmian wynosiło  $-0,45\%$  r/r. Największy wzrost odnotowany został w 3 kwartale 2020 roku i wyniósł on  $48,6\%$ , natomiast największy spadek równy  $-30,9\%$  odnotowano w 2 kwartale 2020 roku. Wyniki te są następstwem zmagania z pandemią COVID-19, której największe oddziaływanie w Polsce przypadało na 2 kwartał 2020 roku. Dla całego rynku ubezpieczeń, średnie tempo zmian wynosiło  $1,34\%$  r/r. Zauważalne są zdecydowanie mniejsze maksymalne wahania, gdzie maksymalny wzrost wyniósł  $14,2\%$  w 4 kwartale 2019 roku, zaś największy spadek odnotowano ponownie w 2 kwartale 2020 roku – wynosił on wówczas  $-11,4\%$ .

Średni udział kanału *bancassurance* w składce pozyskanej brutto na polskim rynku ubezpieczeń w dziale I i II w badanym okresie wynosił  $8,9\%$ . Najwyższy udział wynoszący  $11,1\%$  przypadał na 3 kwartał 2019 roku, zaś najniższy na 1 kwartał 2023 roku. Wynosił on wówczas  $6,7\%$ . W połowie badanych okresów udział kanału *bancassurance* był niemiejszy i równocześnie w połowie badanych okresów nie większy niż  $8,82\%$ . Udział kanału *bancassurance* różnił się od średniej wartości przeciętnie o  $1,33$  p.p., zaś udział tego odchylenia w średniej wartości wynosił  $14,94\%$ . Oznacza to, niewielką zmienność cechy w badanych okresach.



**Rys. 3. Udział składki przypisanej brutto pozyskanej w kanale *bancassurance* w składce pozyskanej na polskim rynku ubezpieczeń w działach I i II (w %)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów PIU

Udział kanału *bancassurance* w składce przypisanej brutto pozyskanej na polskim rynku ubezpieczeń ma wyraźną tendencję regresywną. Ukazuje to średnie tempo zmian, które w badanym okresie wyniosło 1,64% r/r. Największy wzrost wynoszący 12,2% przypada na 2 kwartał 2023, natomiast największy spadek – na 1 kwartał 2022 roku. Wyniósł on -25%. Wartości te wskazują na powolną, jednak rosnącą awersję konsumentów do zawierania umów ubezpieczenia za pośrednictwem kanału *bancassurance*.

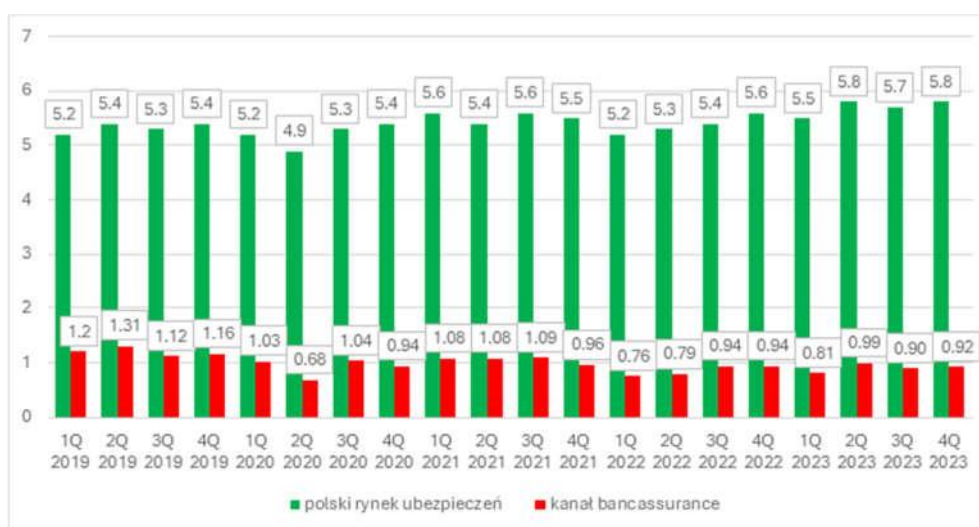
### 3.3. Dział I

Ubezpieczenia działu I są ubezpieczeniami na życie. Ich cechą charakterystyczną jest dążenie do zabezpieczenia życia lub oszczędności. W myśl ustawy<sup>23</sup>, dokonuje się podziału ryzyka według grup ubezpieczeń:

- Grupa 1. Ubezpieczenia na życie;
- Grupa 2. Ubezpieczenia posagowe, zaopatrzenia dzieci;
- Grupa 3. Ubezpieczenia na życie, jeżeli są związane z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, a także ubezpieczenia na życie, w których świadczenie zakładu ubezpieczeń jest ustalane w oparciu o określone indeksy lub inne wartości bazowe;
- Grupa 4. Ubezpieczenia rentowe;
- Grupa 5. Ubezpieczenia wypadkowe i chorobowe, jeśli są uzupełnieniem ubezpieczeń wymienionych w grupach 1-4.

<sup>23</sup> Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej, (Dz.U. 2015 poz. 1844).

W analizowanym okresie, średnia wartość składki przypisanej brutto w dziale I pozyskanej w kanale *bancassurance* wynosiła 0,99 miliarda złotych, podczas gdy na polskim rynku ubezpieczeniowym średnia wartość składki osiągnęła 5,42 miliarda złotych. Mediana z kolei wynosiła 0,98 miliarda złotych dla kanału *bancassurance* i 5,4 miliarda złotych dla całego rynku ubezpieczeń. Rozbieżność między składką osiągniętą przez kanał *bancassurance* a średnią przeciętnie wynosiła 0,15, natomiast dla składki na polskim rynku ubezpieczeń różnica ta wyniosła średnio 0,22. Współczynnik zmienności w kanale *bancassurance* wyniósł 15,45%, wskazując na niską zmienność rozkładu, w przeciwieństwie do 3,99% dla polskiego rynku ubezpieczeń, oznaczając minimalne wahania.

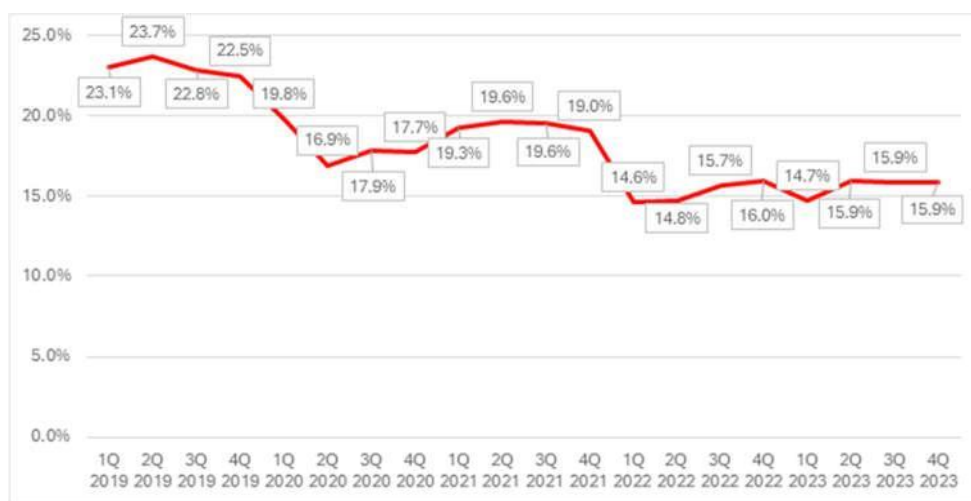


**Rys. 4. Składka przypisana brutto pozyskana w kanale *bancassurance* na tle składki pozyskanej na polskim rynku ubezpieczeń w dziale I – dane kwartalne (mld zł)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów PIU

Analiza składki przypisanej brutto w dziale I pozyskanej w kanale *bancassurance* w oparciu o składkę pozyskaną na polskim rynku ubezpieczeń podobnie jak w przypadku obu działów ubezpieczeń, wskazuje na odwrotne tendencje. Dla kanału *bancassurance*, spadek w analizowanym okresie wyniósł średnio 1,39% r/r. Największy spadek spowodowany pojawieniem się w Polsce wirusa COVID-19 miał miejsce w 2 kwartale 2020 roku, zaś największy wzrost wynoszący 52,94% został odnotowany w kolejnym kwartale, symbolizujący załagodzenie sytuacji. Dla całego polskiego rynku ubezpieczeń, średnie tempo zmian wynosiło 0,58% w ujęciu rocznym, wskazując na niewielki, ciągły wzrost. Przyrosty ekstremalne były relatywnie niskie, gdzie największy wzrost wyniósł 8,16%, a spadek 5,77%, ponownie w 2 oraz 3 kwartale 2020 roku.

Średni udział składki przypisanej brutto pozyskanej w kanale *bancassurance* w składce na całym polskim rynku ubezpieczeń wynosił w analizowanym okresie 18,3%. Największy udział odnotowany został w 2 kwartale 2019 roku i wynosił 23,7%. Jeśli chodzi o najniższy udział, wynosił on 14,6% w 1 kwartale 2022 roku. Mediana tej cechy wynosiła 17,8%, natomiast wartość różniła się od średniej przeciętnie o 2,9%. Współczynnik zmienności w przypadku udziału składki pozyskanej przez *bancassurance* wynosił 15,87%, wskazując na niewielkie wahania.



**Rys. 5. Udział składki przypisanej brutto pozyskanej w kanale *bancassurance* w składce pozyskanej na polskim rynku ubezpieczeń w dziale I (w %)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów PIU

Co roku, udział składki przypisanej brutto pozyskanej przez *bancassurance* w składce pozyskanej na całym rynku zmniejszał się średnio o 1,95%. Największy, choć niewielki, wzrost wynoszący 8,71% odnotowano w 1 kwartale 2021. Największy spadek zaś miał miejsce w 2 kwartale 2020 roku. Wyniósł on 23,28% i był spowodowany panującą wówczas pandemią COVID-19.

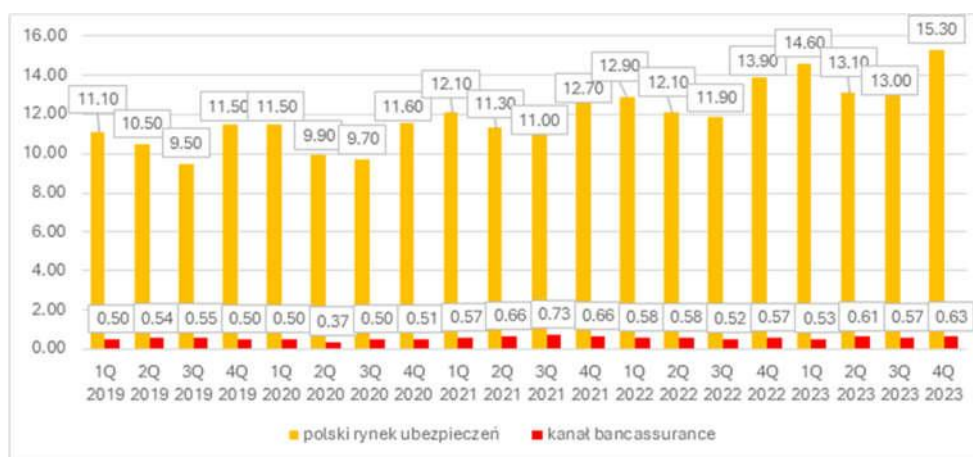
### 3.4. Dział II

Ubezpieczenia działu II są to pozostałe ubezpieczenia osobowe oraz ubezpieczenia majątkowe. Chronią one przed skutkami zdarzeń losowych, zarówno w przypadku jednostek, jak i przedsiębiorstw oraz instytucji. Ich głównym założeniem jest finansowa rekompensata poniesionych strat. Ustawa<sup>24</sup> dokonuje ich podziału na 18 grup, do których należą m. in.: ubezpieczenia wypadku, choroby, OC oraz casco

<sup>24</sup> Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej, Dz.U. 2015 poz. 1844.

pojazdów lądowych, statków powietrznych, statków żeglugi śródlądowej, statków morskich, kredytu czy ryzyk finansowych.

W analizowanym okresie, średnia składka przypisana brutto pozyskana w kanale *bancassurance* w dziale II wynosiła 0,56 miliarda złotych, natomiast składka pozyskana na polskim rynku ubezpieczeń – 11,96 miliarda złotych. Mediany tychże składek wynosiły odpowiednio 0,56 oraz 1,75 miliarda złotych. W poszczególnych kwartałach, wartość składki przypisanej brutto pozyskanej przez *bancassurance* różniła się od średniej przeciętnie o 0,08 miliarda złotych. W przypadku składki pozyskanej na całym polskim rynku, różnica ta wynosiła przeciętnie 1,52 miliardy złotych. Udział tych różnic w średniej wartości składki przypisanej wyniósł 13,47% dla kanału *bancassurance* oraz 12,67% dla polskiego rynku ubezpieczeń, w obu przypadkach wskazując na małą zmienność.

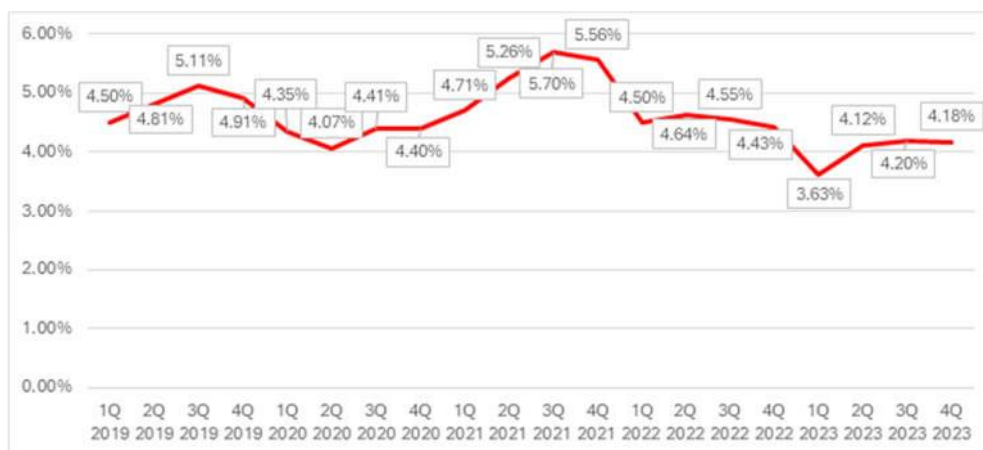


**Rys. 6. Składka przypisana brutto pozyskana w kanale *bancassurance* na tle składki pozyskanej na polskim rynku ubezpieczeń w dziale II – dane kwartalne (mld zł)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów PIU

Na przestrzeni badanych kwartałów, składka przypisana brutto zarówno w kanale *bancassurance*, jak i na polskim rynku ubezpieczeń charakteryzowała się tendencją progresywną. Kanał *bancassurance* odnotował średni roczny wzrost składki przypisanej wynoszący 1,22%, natomiast na całym rynku ubezpieczeń wzrost ten wyniósł średnio 1,7% r/r. Również w tym samym kwartale, obie składki odnotowały swoje największe spadki – był to 2 kwartał 2020 roku. Dla kanału *bancassurance* spadek ten wyniósł 26%, zaś dla polskiego rynku ubezpieczeń był on równy 13,91%. Spadki te były spowodowane wprowadzonymi w Polsce obostrzeniami związanymi z pandemią COVID-19. Największy wzrost składki przypisanej pozyskanej w kanale *bancassurance* wyniósł 35,15% i odnotowany został w następnym kwartale. Na polskim rynku ubezpieczeń największy wzrost składki przypisanej zaobserwowany został w 4 kwartale 2019 roku i wyniósł on 21,05%.

W porównaniu z udziałem składki przypisanej brutto pozyskanej w kanale *bancassurance* w składce pozyskanej na polskim rynku ubezpieczeń w dziale I, udział w dziale II był zdecydowanie niższy. Jego średnia wartość wynosiła w badanym okresie 4,6%, zaś mediana – 4,5%. Przeciętnie udział ten różnił się od średniej wartości o 0,5 p.p. Współczynnik zmienności wynoszący 10,83%, wskazuje na niską zmienność cechy.



**Rys. 7. Udział składki przypisanej brutto pozyskanej w kanale *bancassurance* w składce pozyskanej na polskim rynku ubezpieczeń w dziale II (w %)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportów PIU

Średnio w ujęciu rocznym udział składki przypisanej pozyskanej w kanale *bancassurance* w składce pozyskanej na polskim rynku ubezpieczeń spadał o 0,39%, co wskazuje na kształtowanie się w badanym okresie tendencji degresywnej. Największy spadek wynoszący 19,17% zaobserwowano w 1 kwartale 2021 roku, natomiast największy wzrost – w 2 kwartale 2023 roku – wyniósł on wówczas 13,37%.

### 3.5. Korzyści i zagrożenia związane z rozwojem powiązań bankowo-ubezpieczeniowych w Polsce

Rynek *bancassurance* w Polsce nieustannie się rozwija ze względu na rozwój zarówno branży bankowej, jak i ubezpieczeniowej. Nowoczesne produkty ubezpieczeniowe, dostosowane do oczekiwań klientów oraz personalizowane bezpośrednio dla nich pozwalają na dotarcie do nowej grupy konsumentów i zwiększenie wśród nich zaufania. Innowacyjne systemy oraz wykorzystanie istniejących baz danych banku umożliwiają informowanie klientów o możliwości ubezpieczenia, nad którym wcześniej mogli się nawet nie zastanawiać. Pozwala to na osiągnięcie synergii sprzedażowej oraz obniżenie kosztów dystrybucji.

Rozwój *bancassurance* umożliwia zwiększenie dostępności ubezpieczeń poprzez oferowanie ich „przy okazji” produktów bankowych, co oznacza także poprawę

wskaźników sprzedażowych banku, poprzez zwiększenie atrakcyjności oferty produktami ubezpieczeniowymi. Najważniejszymi korzyściami płynącymi z zawierania sojuszy bankowo-ubezpieczeniowych są: wspólny marketing, zwiększenie lojalności klientów oraz wspólne kanały dystrybucji<sup>25</sup>.

Rozwój tych powiązań niesie także szereg zagrożeń, takich jak ryzyko nadmiernej komercjalizacji relacji z klientem, konieczność uzależnienia od jednego partnera ubezpieczeniowego, do którego klienci banku z różnych powodów mogą odczuwać awersję czy ryzyko utraty reputacji banku, w momencie gdy wystąpi problem z obsługą szkód lub niewypłaceniem odszkodowania. Należy również pamiętać o należytej obsłudze klienta oraz unikaniu *missellingu*, czyli niewłaściwego dopasowania produktu ubezpieczeniowego do potrzeb klienta, spowodowanym np. niedostateczną wiedzą doradcy czy nadmiernym naciskiem na sprzedaż. Odpowiednim działaniem pozwalającym na zniwelowanie tych zagrożeń jest odpowiednie przeszkolenie pracowników banków, aby posiadali odpowiednią wiedzę odnośnie do oferowanych produktów ubezpieczeniowych i mogli je proponować na korzystnych i czytelnych dla klienta warunkach.

### Podsumowanie

*Bancassurance* jako model dystrybucji ubezpieczeń za pośrednictwem instytucji bankowych, stanowi istotny element współczesnego rynku finansowego. Wykorzystanie relacji bank-klient do oferowania produktów ubezpieczeniowych pozwala na osiągnięcie synergii między sektorem bankowym a ubezpieczeniowym. Sojusze bankowo-ubezpieczeniowe przyczyniają się do zwiększenia dostępności ochrony ubezpieczeniowej oraz wspomagają budowanie wartości dla klienta poprzez uproszczenie procesu sprzedażowego i zapewnienie jak najjaśniejszej drogi konsumentom.

Odpowiadając na postawione pytanie badawcze, przeprowadzona analiza pokazuje, że mimo niemalże niezauważalnego spadku wartości składki przypisanej brutto pozyskanej za pośrednictwem *bancassurance*, zainteresowanie tymże kanałem dystrybucji oraz jego udział w rynku spada. Może to być spowodowane zmianami demograficznymi w Polsce. Młodzi konsumenci są zdecydowanie bardziej zaznajomieni z Internetem, co daje im możliwość porównywania usług finansowych bez wychodzenia z domu ani bezpośredniego kontaktu z instytucjami. Oczekiwania klientów coraz mniej zaspokoja możliwość nabycia produktów bankowych i ubezpieczeniowych w jednym miejscu, co niegdyś było zdecydowanym ułatwieniem w nabywaniu tychże usług.

W dziale I widoczny jest spadek, czego nie można powiedzieć o dziale II, w którym to zainteresowanie wciąż rośnie. Analiza ta prowadzi do wniosku, iż rozwój *bancassurance* nie tylko w Polsce, ale i na świecie, w coraz większym stopniu będzie determinowany przez procesy cyfryzacji oraz konkurencyjność usług. Integracja ubezpieczeń z bankowością elektroniczną i mobilną, automatyzacja procesów czy

<sup>25</sup> M. Swacha-Lech, *Bancassurance. Sprzedaż produktów...*, op. cit., s. 172.

dostosowywanie ofert do klientów stanowią naturalny kierunek ewolucji. *Bancassurance* pozostaje perspektywnym kanałem sprzedaży, który jednak wymaga dalszego doskonalenia – przede wszystkim w kwestii wykorzystania nowoczesnych technologii i danych do budowy relacji z klientem.

### Bibliografia

1. Gajdek M., 2016, *Bancassurance, nowe zjawisko we współczesnej bankowości*, Journal of Modern Management Process, tom 1, nr 1, s. 18-26, <https://journalmmp.com/index.php/jmmp/article/view/6> [dostęp: 11.05.2025].
2. Garbicz R., 2022, *Ubezpieczenia w teorii i praktyce. Część II. Ubezpieczenia gospodarcze i zdrowotne*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.
3. Handschke J., Monkiewicz J., 2010, *Ubezpieczenia. Podręcznik akademicki*, Poltext, Warszawa.
4. Iqbal M., 2023, *Exploration of The Factors Influencing Customer Perspectives and Intention Regarding Digital Bancassurance*, Journal of Management and Economic Studies, vol. 5, no. 4, s. 205-214.
5. Iwanicz-Drozdowska M. (red.), 2013, *Ubezpieczenia*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
6. Kufel-Siemiąska A., 2010, *Bariery rozwoju assurance w Polsce*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 117, s. 198-206.
7. Monkiewicz J. (red.), 2000, *Podstawy ubezpieczeń. Tom I – mechanizmy i funkcje*, Poltext, Warszawa.
8. Ostrowska-Dankiewicz A., Zapotoczna M., 2011, *Znaczenia bancassurance w dystrybucji ubezpieczeń*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 2011, nr 167, s. 253-264.
9. Owczarczyk B., 2008, *Analiza porównawcza rozwoju działalności bancassurance we Francji, w Niemczech i w Polsce*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 16, s. 289-299.
10. Skory M., 2012, *Bancassurance jako forma kooperacji gospodarczej*, Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa, Wrocław, s. 133-151, [https://www.bibliotekacyfrowa.pl/Content/40584/06\\_Maciej\\_Skory.pdf](https://www.bibliotekacyfrowa.pl/Content/40584/06_Maciej_Skory.pdf) [dostęp: 9.05.2025].
11. Sreenish S., Senthil Kumar S., 2017, *The role of bancassurance in digital era*, CLEAR International Journal of Research in Commerce & Management, vol. 8, issue 3, p54.
12. Stęplewska K., 2021, *Znaczenie bancassurance w procesie zarządzania sprzedażą produktów ubezpieczeniowych (analiza danych statystycznych za lata 2012-2018)*, Finanse i Prawo Finansowe, vol. 2 (30), s. 137-160, <https://czasopisma.uni.lodz.pl/fipf/article/view/10052/9747> [dostęp: 12.05.2025].
13. Swacha-Lech M., 2008, *Bancassurance. Sprzedaż produktów bankowo-ubezpieczeniowych*, CeDeWu, Warszawa.
14. Szczepańska M., 2008, *Ubezpieczenia na życie. Aspekty prawne*, Wolter Kluwer Polska, Warszawa

15. Śliperski M., 2002, *Bancassurance. Związki bankowo-ubezpieczeniowe*, Difin, Warszawa.
16. Wierzbicka E., 2009, *Kierunki ewolucji bancassurance*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, nr 127, s. 737-743, <https://bazekon.uek.krakow.pl/zeszyty/166751069> [dostęp: 8.05.2025].
17. Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej, (Dz. U. 2015 poz. 1844).
18. Raporty PIU – Polski Rynek Bancassurance, <https://piu.org.pl/aktualnosci/> [dostęp: 12.05.2025].

## **ANALYSIS OF THE BANCASSURANCE MARKET IN POLAND FROM 2019 TO 2023**

### ***Abstract***

*Bancassurance is a significant element of the modern financial market, combining banking and insurance activities in the scope of offering protection and investment products. Due to changing market, regulatory conditions, and increasing customer expectations, it is justified to analyze this phenomenon both theoretically and practically. The article presents the essence of bancassurance, its genesis, the main forms and models of operation, as well as characterizes the types of products offered through this distribution channel. The publication also includes an analysis of the Polish bancassurance market in the years 2019-2023, with a particular focus on its measures, specifics, and directions of development.*

**Keywords:** bancassurance, insurance, bank, company, model, cooperation, contribution, value, dynamics.