

TADEUSZ SZUMLICZ

W sprawie kształtowania popytu na ochronę ubezpieczeniową

Przegląd literatury przedmiotu (podkreślane w „Wiadomościach Ubezpieczeniowych” znaczenie „wiedzy dla praktyki”) pozwala na uogólniające stwierdzenie, że to kondycja ekonomiczna przedsiębiorstw i gospodarstw domowych determinuje popyt na rynku ubezpieczeniowym. Podkreśla się przy tym, że w ustaleniach dotyczących tej zależności istotne znaczenie ma zwłaszcza sytuacja materialna gospodarstw domowych. Jednakże w rozważaniach na powyższy temat mówi się też (pytanie: czy dość wyraźnie?) o innych, równie ważnych czynnikach wpływających na korzystanie z ochrony ubezpieczeniowej: awersji do ryzyka i przezorności ubezpieczeniowej, ofercie ubezpieczeń, kosztach ochrony ubezpieczeniowej, świadomości ubezpieczeniowej, zaufaniu do ubezpieczycieli, polityce ubezpieczeniowej państwa, gwarancjach dla ochrony ubezpieczeniowej, reprezentacji interesów na rynku ubezpieczeń. Dobrze zatem, że coraz bardziej eksponuje się inne wyznaczniki kształtowania popytu na rynku ubezpieczeniowym niż tylko te *stricte* finansowe.

Na tym tle warto przypominać zwłaszcza o trzech czynnikach, które na obecnym etapie rozwoju rynku ubezpieczeniowego w Polsce mają – zapewne nie tylko moim zdaniem – znaczenie zasadnicze. Chodzi o:

- (1) kształtowanie świadomości ubezpieczeniowej, w rozumieniu dostarczania wiedzy i zdobywania umiejętności racjonalnego korzystania z ochrony ubezpieczeniowej;
- (2) kształtowanie zaufania do ubezpieczycieli, w rozumieniu ogólnego wizerunku branży (a nie tylko poszczególnych zakładów ubezpieczeń!), pozytywnego postrzegania oferentów usług (produktów), dobrych praktyk w interesie klientów, społecznej odpowiedzialności biznesu;
- (3) politykę ubezpieczeniową państwa, w rozumieniu nie tylko nadzoru nad daną sferą działalności gospodarczej, ale przede wszystkim aktywnego wpływania na popytową stronę rynku, poprzez promowanie i tworzenie zachęt do korzystania z ochrony ubezpieczeniowej.

Można oczywiście zadać pytanie, czy do kształtowania świadomości ubezpieczeniowej nie powinno się włączyć przede wszystkim edukacji szkolnej? Powinno, ale to po-

stulat obecnie mało realny, a inicjatywy instytucji ubezpieczeniowych w tym zakresie są i tak nieodzowne. Można też zadać pytanie, czy zakłady ubezpieczeń nie zdają sobie sprawy z marnego wizerunku branży i konieczności jego zmiany? Z całą pewnością firmom ubezpieczeniowym zależy na poprawie wizerunku prowadzącego do większego do nich zaufania, ale w tym przypadku musi to być działanie zbiorowe, które nie jest zakłócanie nieprzemyślanymi akcjami (raczej wybrykami) marketingowymi, przygotowywanymi przez ludzi chyba zupełnie nierozumiejących swoistych cech działalności ubezpieczeniowej. Można wreszcie zadać pytanie, czy aktywne wpływanie na popyt na rynku tak trudnym jak ubezpieczeniowy jest w ogóle możliwe? Odpowiedź jest złożona, gdyż dziedzina oddziaływania jest rzeczywiście trudna, ale właśnie z tego powodu podjęcie się kształtowania rynku jest uzasadnione i wskazane.

Tymczasem obserwacja polskiej praktyki ubezpieczeniowej, o której *de facto* decyduje postępowanie zakładów ubezpieczeń i prowadzona polityka państwa, zdaje się umacniać przeświadczenie o tym, że w rozwoju rynku ubezpieczeniowego wymienione czynniki są ciągle bagatelizowane lub przynajmniej niedoceniane. Mało tego, co jakiś czas pojawiają się wprowadzające duże zamieszanie zdarzenia (nie losowe!), które powodują ponowne mącenie świadomości ubezpieczeniowej, niwecząc z trudem uzyskiwaną poprawę wizerunku firm ubezpieczeniowych, czy też pozwalają wątpić w konsekwentną politykę ubezpieczeniową państwa.

Proszę wytłumaczyć mi racjonalność społeczną i biznesową reklam dyskredytujących agentów jako pośredników ubezpieczeniowych, reklam o „rąbaniu” klientów na rynku ubezpieczeniowym, reklam o „atrapach” w odszkodowaniach ubezpieczeniowych. Przecież nie są to działania marketingowe przekonujące o potrzebie ochrony ubezpieczeniowej ani – wbrew pozorom – o potrzebie przemyślanego wyboru produktu na rynku ubezpieczeniowym. Przecież takie opisy rynku nie zachęcają do korzystania z ubezpieczeń, a wręcz od nich odstręczają. Być może znajdują się klienci zainteresowani zakupami ubezpieczeń kanałem *direct*, ale „przy okazji” przekonanie o niegodziwej roli agentów będzie miało negatywny wpływ na sprzedaż produktów „niedirectowych”. Nieliczni klienci, korzystający już z ochrony ubezpieczeniowej, dadzą się zapewne namówić na zmianę zakładu ubezpieczeń na ten, który podobno (?) „nie rąbie” ubezpieczonych, ale „przy okazji” znacznie więcej potencjalnych klientów zamiast awersji do ryzyka nabawi się awersji do ubezpieczeń. Niektórzy klienci, korzystający już z ochrony ubezpieczeniowej, może dadzą się namówić na zmianę zakładu ubezpieczeń na ten, który podobno (?) rzetelnie przeprowadza likwidację szkód oraz solidnie wypłaca świadczenia i odszkodowania, ale „przy okazji” znowu ubędzie dużo więcej potencjalnych klientów, którzy właśnie rozważali skorzystanie z ochrony ubezpieczeniowej.

Reklamowanie ubezpieczeń nie należy do łatwych działań marketingowych, bo zachęcanie do zakupu czegoś, co może się okazać przydatne w sytuacji, w której mamy nadzieję się nie znaleźć, wymaga dostatecznej wyobraźni i po stronie twórcy reklamy i po stronie jej odbiorcy. Wydaje się jednak, że zbyt często w komórkach marketingowych zakładów ubezpieczeń są zatrudniani ludzie nieposiadający elementarnej wiedzy ubezpieczeniowej, a w konsekwencji znajomości produktu, do którego zakupu mają namawiać. Niestety projekty ich reklam najczęściej przypominają reklamowanie proszku do prania lub innych produktów powszechnego użytku, a więc takie zachwalanie

produktów, aby przeciągnąć klientów innych producentów na swoją stronę. Co gorsze, należy przyjąć, że ten sposób działań na rynku i komunikacji z klientami akceptują zarządy niektórych spółek, a przecież z litery prawa mają w nich zasiadać osoby o odpowiednim doświadczeniu zawodowym. Niestety, na rynku ubezpieczeniowym ciągle jeszcze występują i są tolerowane objawy konkurencji patologicznej, a dbałość o przejrzystość i zaufanie do rynku w interesie zarówno klienta, jak i zakładów ubezpieczeń jest stale niedoceniana oraz następuje zbyt wolno.

Czy naprawdę trudno zrozumieć, że na polskim rynku ubezpieczeniowym chodzi przede wszystkim o wzrost popytu poprzez promowanie ochrony ubezpieczeniowej, o poszerzanie grona osób z niej korzystających, o zachęty do zakupu produktów ubezpieczeniowych. Jeżeli do zalet zastosowania metody ubezpieczenia w zarządzaniu ryzykiem przekonamy tych, którzy powinni i mogą z niej korzystać, to ze skutecznego wzrostu zapotrzebowania na ochronę ubezpieczeniową i zjednywania sobie klientów skorzystają wszystkie zakłady ubezpieczeń. Zapewne skorzystają nie w takim samym stopniu, gdyż będzie miał znaczenie również indywidualny wizerunek firmy, ale to już inny problem. Póki co ważne jest pozytywne postrzeganie branży, której społecznego i ekonomicznego znaczenia nie można przecenić.

Są reklamy, które sprzyjają takiemu popytowemu podejściu do rozwoju rynku ubezpieczeń. Czy zatem reklamy typu: „ubezpiecz życie, najlepiej w ...”, „bo lichy nie śpi...”, „resztę opowiem, jak wrócę ...”, nie powinny dominować? Przecież to właśnie tego rodzaju treści reklamowe przemawiają za korzystaniem z ochrony ubezpieczeniowej. Przecież to właśnie tego rodzaju treści reklamowe mogą sprzyjać działaniom prewencyjnym i mieć znaczący wpływ na zachowania ostrożnościowe ubezpieczonych, co z kolei pozwala na obniżenie kosztów ochrony ubezpieczeniowej i wzrost popytu na nią.

Niezwykle ważna jest zatem promocja zaufania społecznego do zakładów ubezpieczeń (nie tylko promocja zaufania publicznego, czyli ta wynikająca z nadzoru nad działalnością ubezpieczeniową), w którą powinny włączyć się wszystkie instytucje ubezpieczeniowe, i o którą powinny zadbać przede wszystkim same zakłady ubezpieczeń. Jednakże konieczna jest również promocja ubezpieczeń, która służyłaby upowszechnianiu korzyści wynikających z ochrony ubezpieczeniowej. Trzeba zwrócić uwagę, że w takiej promocji powinien uczestniczyć także Rzecznik Ubezpieczonych stając się w ten sposób reprezentantem nie tylko tych, którzy ubezpieczenia już posiadają, ale także tych, którzy z ochrony ubezpieczeniowej powinni korzystać (w ostatnim czasie dobry przykład włączenia się do promocji ubezpieczeń ochrony prawnej).

W tym zakresie działań na rynku ubezpieczeniowym niezbędna jest odpowiednia polityka państwa respektująca też ważną tezę: jeżeli państwo nie jest w stanie zapewnić odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa socjalnego (zwłaszcza zdrowotnego i emerytalnego), to nie powinno opodatkowywać wydatków ponoszonych przez gospodarstwa domowe w celu podniesienia tego poziomu. Potrzebne jest zatem „odważniejsze” postępowanie państwa w sferze zabezpieczenia społecznego, dostrzegające w głównej mierze korzyści wynikające z zaangażowania w to zabezpieczenie środków prywatnych, a nie „straty” w dochodach budżetowych. Tej „odwagi” nie wiadać niestety ani w zakresie zabezpieczenia emerytalnego (małe zachęty podatkowe w ramach Indywidualnych Kont Zabezpieczenia Emerytalnego), ani w zakresie zabez-

pieczenia zdrowotnego (wycofanie się z wprowadzenia ulg podatkowych dotyczących dodatkowych ubezpieczeń zdrowotnych). Za paradoksalne należy uznać uzasadnienia do projektów ustaw, w których podkreśla się, że ze zwolnień podatkowych nie będzie korzystało zbyt wiele osób, a więc nie spowoduje to zbyt dużych ubytków w przychodach budżetowych. Za paradoksalne, gdyż właśnie upowszechnienie korzystania z dodatkowej ochrony ubezpieczeniowej, powinno być celem wprowadzanych zwolnień i ulg podatkowych.

Podsumowując, możliwości rozwoju rynku ubezpieczeniowego w Polsce zależą przede wszystkim od popytowej strategii tego rozwoju, która w moim przekonaniu stale jest jednak niedoceniana, tak w rozważaniach teoretycznych, jak i w działaniach praktycznych.

Prof. dr hab. TADEUSZ SZUMLICZ jest kierownikiem Katedry Ubezpieczeń Społecznych w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.

MARCIN ORLICKI

Recenzja książki pt. „Der Gruppenversicherungsvertrag – Grundlagen und ausgewählte Problemfelder” („Umowa ubezpieczenia grupowego – podstawy i wybrane problemy”)
Fabian Herdter

Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe 2010, ss. 218

Przedmiotem niniejszej recenzji jest książka autorstwa Fabiana Herdtera „Der Gruppenversicherungsvertrag – Grundlagen und ausgewählte Problemfelder” („Umowa ubezpieczenia grupowego – podstawy i wybrane problemy”), która ukazała się w roku 2010 nakładem wyspecjalizowanego w literaturze ubezpieczeniowej niemieckiego wydawnictwa Verlag Versicherungswirtschaft z Karlsruhe, w ramach serii wydawniczej prezentującej osiągnięcia seminarium ubezpieczeniowego Uniwersytetu Goethego we Frankfurcie nad Menem (Frankfurter Reihe).

Recenzowana publikacja stanowi wydanie książkowe rozprawy doktorskiej obronionej na Wydziale Prawa Uniwersytetu Goethego w semestrze zimowym roku akademickiego 2009/2010. Promotorem doktoratu był jeden z najbardziej znanych niemieckich naukowców zajmujących się prawem ubezpieczeniowym – prof. Manfred Wandt.

Recenzowana monografia warta jest zainteresowania polskiego czytelnika przede wszystkim ze względu na swą tematykę. Na problemach związanych z ubezpieczeniami grupowymi ogniskują się bowiem w ciągu kilku ostatnich lat dyskusje bardzo wielu osób interesujących się prawem ubezpieczeniowym – zarówno praktyków, jak i teoretyków. Choć kwestie te budzą bardzo żywe emocje i kontrowersje, brak jest ciągle w polskiej literaturze ubezpieczeniowej opracowania, które w rzetelny i kompetentny sposób analizowałoby materię umów ubezpieczeń grupowych. Nie pozostaje nic innego jak tylko szukać wśród opracowań obcych. Szczęśliwym zbiegiem okoliczności monografia ubezpieczeń grupowych została stworzona w Niemczech, które są krajem o dość podobnych

do polskich prywatnoprawnych regulacjach ubezpieczeniowych. Błędem byłoby więc nie zauważyć książki F. Herdtera i nie skorzystać z zawartych w niej analiz.

Choć recenzowana monografia nie jest bardzo obszerna (218 stron), szerokie jest spektrum prezentowanych w niej zagadnień. W kolejnych rozdziałach autor prowadzi czytelnika przez wszystkie najistotniejsze problemy związane z ubezpieczeniami grupowymi, pokazuje zasadnicze dylematy ich dotyczące i – co najważniejsze wskazuje rozwiązania.

Warto w tym miejscu przytoczyć kilka najistotniejszych z polskiej perspektywy tez F. Herdtera. Rozpocząć należy od sformułowanej przez autora definicji umowy ubezpieczenia grupowego, która w prawie niemieckim (podobnie jak i polskim) nie została zawarta w przepisach prawa. F. Herdter pisze, że chodzi o umowę ubezpieczenia zawartą z jednym ubezpieczającym, która zakłada objęcie ochroną ubezpieczeniową wielu oddzielnych ryzyk dotyczących ubezpieczonych członków grupy. W znaczeniu techniczno-ubezpieczeniowym (lecz nie prawno-materialnym) umowa prowadzi do powstania tyłu stosunków ubezpieczenia, ilu członków liczy sobie grupa.

F.Herdter podkreśla, że nie każda grupa osób może być ubezpieczona poprzez umowę ubezpieczenia grupowego. Nie powinna być to grupa stworzona wyłącznie na potrzeby ubezpieczenia grupowego. Przeciwnie, do zawarcia umowy ubezpieczenia grupowego konieczne jest istnienie grupy osób, które łączy szczególnego rodzaju relacja z ubezpieczającym podobna do relacji podległości. W szczególności do występowania w roli ubezpieczającego predestynowani są pracodawcy w odniesieniu do grupy pracowników lub organizacje (stowarzyszenia, partie polityczne, związki zawodowe itp.) w odniesieniu do grupy swych członków. F. Herdter nie neguje jednak możliwości zawierania umów ubezpieczeń grupowych w przypadkach, gdy więź między ubezpieczającym i ubezpieczonymi jest innej natury. Autor wspomina o ubezpieczeniu grup osób o charakterze nietrwiałym, byleby tylko ich członkowie znajdowali się w określonej sytuacji faktycznej pozwalającej na nakreślenie granic pomiędzy nimi a innymi osobami.

Ubezpieczenie grupowe jest w recenzowanej monografii uznawane za ubezpieczenie na cudzy rachunek lub ubezpieczenie na cudzy i zarazem własny rachunek (w sytuacji, gdy ubezpieczający sam jest członkiem grupy i zagrożony jest tym samym niebezpieczeństwem, co inni ubezpieczeni). F. Herdter podkreśla przy tym rolę stosunku prawnego łączącego ubezpieczającego z ubezpieczonymi i analizuje prawa oraz obowiązki stron tego stosunku. Autor analizuje między innymi obowiązki doradcze i informacyjne ubezpieczającego względem ubezpieczonych, kwestię opłacania składek ubezpieczeniowych oraz dbałości o ciągłość ochrony ubezpieczeniowej.

Autor recenzowanej monografii wskazuje cechy charakterystyczne ubezpieczeń grupowych, w których krąg ubezpieczonych jest stały oraz ubezpieczeń grupy o zmiennym składzie. Szczegółowej analizie zostały poddane umowy, w których zmiana składu grupy odbywa się automatycznie, jak i te, w których niezbędne jest zgłaszanie do ubezpieczenia kolejnych ubezpieczonych osób.

Tak zarysowany obraz umowy ubezpieczenia grupowego jest podstawą do formułowania wielu wniosków szczegółowych dotyczących możliwości i zasadności stosowania przepisów ubezpieczeniowych w odniesieniu do ubezpieczeń grupowych (w szczególności tych, które dotyczą obowiązku deklaracji ryzyka, obowiązków informacyjnych ubezpieczyciela, skutków opóźnienia w zapłacie składki). Niezwykle interesujące i do-

niosłe praktycznie są rozważania związane z formułą grupową poszczególnych rodzajów ubezpieczeń. F. Herdter najwięcej miejsca poświęca: grupowym ubezpieczeniom na życie, grupowym ubezpieczeniom zdrowotnym, grupowym ubezpieczeniom wypadkowym, grupowym ubezpieczeniom służącym zabezpieczeniu kredytów oraz grupowym ubezpieczeniom D&O.

Autor recenzowanej książki wiele uwagi poświęca jasnemu oddzieleniu pojęcia „prawdziwej” umowy ubezpieczenia na życie od instytucji do niej podobnych. Analizie zostały poddane między innymi znane prawu polskiemu i opisywane w polskiej literaturze ubezpieczeniowej umowy ramowe dotyczące sposobu zawierania umów ubezpieczenia¹ oraz umowy ubezpieczenia na rzecz osoby, której ubezpieczenie dotyczy².

Oceniana praca daje znakomity obraz instytucji prawnej ubezpieczenia grupowego. Łączą się w niej rzetelna wykładnia przepisów prawa ubezpieczeniowego i cywilnego z wycuciem potrzeb praktyki. F. Herdter rozumie jednak potrzeby praktyki ubezpieczeniowej nie tylko przez pryzmat interesów ubezpieczycieli prowadzących ubezpieczenia grupowe. Z drugiej strony patrząc, nie można Herdterowi zarzucić „odchylenia konsumenckiego”. Jego opinie są wyważone i gruntownie uzasadnione.

Recenzowana monografia – choć dotyczy prawa niemieckiego – może być bardzo pomocna polskim prawnikom borykającym się z trudnościami związanymi z ubezpieczeniami grupowymi. F. Herdter pokazał, że brak szczegółowej regulacji prawnej im wyłącznie poświęconej, nie musi oznaczać, że system prawny ich nie zauważa³. Z regulacji ogólnych można bowiem wystarczająco jasno odczytać kształt praw i obowiązków ubezpieczyciela, ubezpieczającego i grupowo ubezpieczonych. F. Herdter uczynił to w sposób bardzo przekonujący, zaś jego wnioski można w bardzo znaczącej części przenieść na grunt prawa polskiego.

Jeśli zwycięży w Polsce szeroko propagowana w ostatnich latach idea wyraźnego uregulowania umów ubezpieczeń grupowych⁴, twórcy projektu zmian kodeksu cywilnego powinni traktować dzieło F. Herdtera jako punkt odniesienia.

Chciałbym zachęcić wszystkie osoby zainteresowane tematyką ubezpieczeń grupowych do lektury monografii F. Herdtera. Jest ona pouczająca i inspirująca, zaś praktyczne wykorzystanie zawartych w niej analiz może być bardzo korzystne dla naszego rynku ubezpieczeniowego.

Recenzent: Marcin Orlicki.

1. Por. M. Orlicki (w:) M.Orlicki, J.Pokrzywniak, *Umowa ubezpieczenia – Komentarz do nowelizacji kodeksu cywilnego*, Warszawa 2008, s. 129.
2. Szerzej na gruncie prawa polskiego instytucję tę opisuje: W.W. Mogilski, *Umowa ubezpieczenia na rzecz osoby trzeciej* (w:) A.Wąsiewicz (red.) *Ubezpieczenia w gospodarce rynkowej 1*, Bydgoszcz 1994, s. 90.
3. O stan regulacji ubezpieczeń grupowych w Polsce pytała K. Malinowska w artykule *Ubezpieczenia grupowe na życie – niebył w majestacie prawa?*, „Prawo Asekuracyjne” 2008, Nr 2, s. 35 i n.
4. Por. w szczególności: M.Orlicki, *Cywilne prawo ubezpieczeniowe a koncepcja kodeksu ubezpieczeń* (w:) E.Kowalewski (red.) *O potrzebie polskiego kodeksu ubezpieczeń*, Toruń 2009, W.W. Mogilski, *Ubezpieczenia grupowe w kontekście regulacji prawnej* (w:) E. Kowalewski (red.) *Ubezpieczenia grupowe na życie a prawo zamówień publicznych*, Toruń 2010, ss. 74 – 78.

Rydzyna, 30 maja – 1 czerwca 2011



UBEZPIECZENIA 2011
Konferencja Naukowa

V KONFERENCJA NAUKOWA

UBEZPIECZENIA WOBEC WYZWAŃ XXI WIEKU

Pod patronatem honorowym:

J.M. Rektora UE we Wrocławiu prof. zw. dr hab. Bogusława Fiedora

J.M. Rektora UE w Poznaniu prof. zw. dr hab. Mariana Gorynii

KOMITET NAUKOWY KONFERENCJI

Prof. zw. dr hab. Wanda Ronka-Chmielowiec

Katedra Ubezpieczeń UE we Wrocławiu

Prof. dr hab. Jerzy Handschke

Katedra Ubezpieczeń UE w Poznaniu

KOMITET ORGANIZACYJNY

Przewodniczący: dr Marta Borda

Sekretarz: dr Anna Jędrzychowska

Członek: dr Ewa Poprawska

mgr Maria Wąsewicz

ORGANIZATORZY



Uniwersytet Ekonomiczny
we Wrocławiu

Katedra Ubezpieczeń

Wydział Zarządzania, Informatyki i Finansów

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu



Katedra Ubezpieczeń

Wydział Ekonomii

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

KONTAKT:

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu,

Wydział Zarządzania, Informatyki i Finansów Katedra Ubezpieczeń,

ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław, tel. 071-36-80-338 fax 071-36-80-322

e-mail: ubezpieczenia2011@ue.wroc.pl

Patronat medialny: WIADOMOŚCI UBEZPIECZENIOWE • ROZPRAWY UBEZPIECZENIOWE
