

DARIUSZ PONIEWIERKA

UBI – Rewolucja w ubezpieczeniach. Historia w X księgach

I. Czy aby na pewno rewolucja?

Słowo „rewolucja”, dzięki Kopernikowi, uzyskało nowe znaczenie, tj. istotnych zmian zachodzących w stosunkowo krótkim czasie. *Revolutio* we wczesnośredniowiecznej łacinie oznaczało również „toczenie się do tyłu, powrót”, ale dzieło naszego znamienitego rodaka – *De revolutionibus orbium coelestium* – poprzez ideę, jaką zaprezentowało, wywołało przełom ideologiczny.

Czy więc obecne czasy spełniają definicję czasów rewolucyjnych? Przeciwnicy takiego stwierdzenia mogą odwołać się np. do połowy XIX w., kiedy to wynalazek telegrafu zrewolucjonizował szybkość przepływu informacji. Marzyciele tamtej epoki widzieli telegrafy docierające do każdej wioski, a dowodem zmian, jakie ten wynalazek wprowadził do różnych aspektów życia, była, mimo iż znaczna, tymczasowa popularność telegraficznych ślubów. A czym dzisiaj jest telegraf? Czy w naszej pamięci połowa XIX w. jawi się jako czas gwałtownych zmian?

Co najmniej ostatnie 300 lat rozwoju naszej cywilizacji to permanentna rewolucja informacyjna. Kolejne wynalazki przyspieszały obieg informacji i rozszerzały grono jej odbiorców (a zmiany dostępności informacji też należy traktować jako znaczący gospodarczo i społecznie czynnik). Chronologicznie główne wynalazki układają się w następujący ciąg: sieć kanałów żeglugowych w Anglii, kolej, żegluga parowa, telegraf, telefon, radio, telewizja, Internet. Możemy więc stwierdzić, iż rewolucja ta wciąż trwa, niekiedy zwalniając, niekiedy znacznie przyspieszając. Jeszcze się nie skończyła.

Wydaje się, że mamy obecnie do czynienia z okresem mocnego przyspieszenia zachodzących zmian. Czasy rewolucji to ofiary, zniszczenia, ale także szybkie zmiany głównych reguł, budowy nowych bytów, pojawianie się nowych gałęzi gospodarki. Odnosi się to więc nie tylko do osób fizycznych, ale także do gospodarki, a więc do poszczególnych przedsiębiorstw. A kto się szybko nie dostosuje, ten zginie.

II. Nas ominie?

Gwałtowność zachodzących zmian dotyczy przede wszystkim przedsiębiorstw. Przykład Canona czy ostatnie kłopoty Nokii pokazują, iż w stosunkowo krótkim czasie, z powodu błędów w ocenie technologii (nie interesują nas przypadki Enronu, WorldCom czy Lehman Brothers jako przykłady błędnych inwestycji bądź przestępczych nadużyć) liderzy poszczególnych gałęzi gospodarki znaleźli się w trudnej sytuacji, czy wręcz na skraju bankructwa. Przykłady można mnożyć, a co jest najbardziej interesujące, dotyczą one wszystkich branż.

Spektakularne bankructwa związane ze zmianami technologicznymi ominęły do tej pory branżę ubezpieczeniową. Kłopoty ALG i grupy amerykańskich ubezpieczycieli emisji papierów dłużnych nie wynikały ze zmian technologicznych, lecz z błędnej oceny ryzyka. Ubezpieczyciele dość szybko oswoili się z nowymi technologiami i wykorzystując je szeroko w działalności zarówno „back office”, jak i w kontaktach bezpośrednich z klientami (call center czy marketing bezpośredni). Przywiązują do nich duże znaczenie, dokonują nawet w tych obszarach znacznych inwestycji, doszukując się możliwości uzyskania znaczących przewag konkurencyjnych. Można powiedzieć, że czują się w miarę pewnie, nadążając za zmianami rynkowymi.

Jednak czy ten błogi stan jest usprawiedliwiony? Jeśli przyjrzymy się dotychczasowym zastosowaniom nowych technologii w branży, możemy stwierdzić, iż nowe technologie w zasadzie nie zmieniły procesów biznesowych, a stały się tylko wykorzystywanym w nich narzędziem zwiększającym efektywność.

Wydaje się, że branża ubezpieczeniowa dopiero staje w obliczu rewolucji wynikającej ze zmian procesów biznesowych wywołanych nowymi technologiami. Skutkiem tych zdarzeń mogą być spektakularne sukcesy i porażki, które wpłyną na strukturę rynku.

Nic już nie będzie takie samo!

III. A więc może rewolucja!

Jedną z rewolucyjnych zmian w działalności ubezpieczeniowej będzie zapewne idea UBI (*usage based insurance*), czyli konstrukcji ubezpieczeń opartych o ich rzeczywiste „wykorzystanie”, a więc z dokładnie określoną wysokością (sumą ubezpieczenia) i wielkością (prawdopodobieństwem wystąpienia szkody) ryzyka przeniesioną na zakład ubezpieczeń. Dotychczasowa praktyka ubezpieczeniowa wymagała ustalenia ich poziomu na dzień zawarcia umowy ubezpieczenia i zakładała zwykle ich niezmienny poziom przez cały okres trwania odpowiedzialności zakładu ubezpieczeń (z pewnymi wyjątkami w przypadku specjalistycznych ubezpieczeń). Ale wielkości te mogą się zmieniać w trakcie trwania ubezpieczenia, gdyż:

- suma ubezpieczenia może być ubezpieczającemu nieznaną dokładnie w chwili zawarcia umowy ubezpieczenia. Dokonuje on wtedy jej estymacji i albo decyduje się ponieść konsekwencje niedoubezpieczenia, albo kupuje ochronę ubezpieczeniową wyższą od swoich rzeczywistych potrzeb w przyszłości,
- prawdopodobieństwo wystąpienia szkody ulega zmianie w trakcie trwania ochrony ubezpieczeniowej także w wyniku świadomych działań ubezpieczającego. Dobrym przykładem takiej sytuacji jest np. montaż dodatkowych zamków w mieszkaniu.

Dotychczasowe umowy ubezpieczenia nie umożliwiały uwzględniania zmiany rzeczywistej wysokości i wielkości ryzyka w trakcie trwania umowy ubezpieczenia, w tym też w zakresie należnej ubezpieczycielowi składki. Zmiany tej sytuacji, co oczywiste, spotykają się z bardzo pozytywnym odbiorem konsumentów. Przeszkodą nie do pokonania były do tej pory koszty przesyłu informacji oraz jej późniejszej „obróbki” przez zakład ubezpieczeń. Jednakże postępująca rewolucja informacyjna wraz z nowoczesnymi technologiami informatycznymi zmienia ten stan.

Rewolucyjność powyższej idei wynika też z faktu, iż dotyczy ona tak podstawowego segmentu rynku dla ubezpieczycieli majątkowych, jakim są ubezpieczenia komunikacyjne. Idea ta, zwana „Pay as you drive” (w skrócie PAYD, płać jak jedziesz) bądź „Pay how you drive” (w skrócie PHYD, płać jak jeździsz), którą to nazwą określa się najnowsze rozwiązania, już rewolucjonizuje rynki ubezpieczeniowe wielu krajów (np. w Kanadzie, Australii, a przede wszystkim w Stanach Zjednoczonych).

IV. Bo rewolucja jest konieczna

Ryzyko ubezpieczeń komunikacyjnych jest składową wielu elementów, z czego (jeżeli pozostawimy na boku ryzyka kradzieżowe i postojowe) podstawowe znaczenie w jego ocenie mają dotychczas dwa: pojazd (czyli samochód osobowy, ciężarowy, motocykl itp.) i kierowca.

- Pojazd, a przede wszystkim takie jego cechy jak marka, typ i rodzaj oraz wiek. Można stwierdzić, iż ten faktor ryzyka jest dobrze znany zakładom ubezpieczeń, a sam jego charakter pozostaje niezmienny w trakcie trwania ochrony ubezpieczeniowej. Aktualizacja jego stanu nie ma więc wpływu na wielkość ryzyka ponoszonego przez zakład ubezpieczeń.
- Kierowca – dotychczas zakłady ubezpieczeń oceniały ten faktor ryzyka poprzez informacje takie jak: wiek, płeć, miejsce zamieszkania (zameldowania), dotychczasowa historia ubezpieczeniowa (a przede wszystkim tzw. bezszkodowość). W porównaniu oceny ryzyka wynikającego z ubezpieczanego samochodu, ocena oparta o powyższe cechy jest już o wiele mniej dokładna, gdyż charakteryzują one ryzyko tylko w sposób przybliżony. Z tego też powodu warto poświęcić chwilę uwagi tym cechom.

a) Wiek i płeć – dotychczasowe wyniki badań statystycznych wskazują, iż szkodowość zależy od płci i wieku kierowcy pojazdu. Należy jednak zaznaczyć, iż podział ten w dalszym ciągu pozostaje na wysokim poziomie uogólnienia. Powstałe w wyniku jego zastosowania grupy są nad wyraz liczne, a nie ma już większego sensu stosowanie jeszcze głębszych podziałów (np. wiek co rok). Liczebność powstałych grup sprawia, iż znajdują się w nich jednostki spełniające wprawdzie wspólne kryterium (tzn. wiek i płeć), ale poza tym bardzo się różniące. Możliwym rozwiązaniem tego problemu byłoby np. zastosowanie testów psychologicznych. Jednakże nie jest to możliwe z wielu powodów, takich jak np. wiarygodność testów, poziom generowanych kosztów, idea dobrowolności ubezpieczeń. Kolejnym problemem jest wręcz całkowita wiarygodność tego systemu. Nie ma żadnej pewności, iż właściciel pojazdu, strona umowy ubezpieczenia, będzie tym, który będzie go później użytkował – znany problem ubezpieczenia „na babcię”. Nowym zagadnieniem, które co bardzo możliwe, może okazać się w przyszłości decydującym, są regulacje prawne Unii Europejskiej, i przewidywany kierunek ich rozwoju oraz interpretacji przez sądy krajowe i ETS. Zakazują one wszelkich form dyskryminacji, a więc także ze względu na wiek i płeć.

- b) Miejsce zamieszkania (zameldowania). Oczywiście nie chodzi tu o fakt, iż mieszkańcy Opoli, czy innych miast zaczynających się na literę „O”, są sprawcami mniejszej ilości szkód niż mieszkańcy Warszawy czy innych miast zaczynających się na literę „W”. Poprzez ten podział zakłady ubezpieczeń starają się uwzględnić charakter ruchu drogowego, w którym uczestniczy ubezpieczony pojazd, czyli np.: natężenie ruchu, jakość i charakter sieci drogowej itp. Podobnie jak poprzednio, charakterystyka ta jedynie w przybliżony sposób opisuje wysokość ponoszonego ryzyka, a jednocześnie pozostaje aktualne pytanie o całkowitą wiarygodność tego elementu – coraz więcej osób pracuje w innym miejscu niż miejsce zamieszkania (zameldowania).
- c) Dotychczasowa historia ubezpieczeniowa (a przede wszystkim tzw. bezszkodowość). Z tej informacji zakład ubezpieczeń stara się wyciągnąć wnioski nt. stylu jazdy ubezpieczającego, aby uwzględnić je potem w ocenie i wycenie ryzyka (powszechnie stosowane są zniżki dla tzw. „bezszkodowych” ubezpieczających) – w przypadku gdybyśmy zostali wyłącznie na polu statystyki, dotychczas bezszkodowa historia ubezpieczającego nie daje żadnych przesłanek do zastosowania zniżki (oba zdarzenia, tj. szkoda komunikacyjna lub jej brak, są jednakowo prawdopodobne). Znow jak poprzednio pojawiają się pytania o wiarygodność tej informacji. Dotychczasowa bezszkodowość może wynikać nie z bezpiecznego stylu jazdy, lecz z niewielkiego zakresu uczestnictwa w ruchu drogowym (np. ubezpieczający korzystał do tej pory z komunikacji publicznej, a pojazdu używał w niewielkim zakresie w porach pozaszczytowych, przy czym sytuacja ta właśnie się zmienia). Poza tym jest to informacja historyczna – dla zakładu ubezpieczeń istotniejszą informacją jest, jak ubezpieczający jeździ obecnie, niż jak jeździł w przeszłości. Niedoskonałości tego elementu oceny ryzyka są o tyle ważne, że stanowi on obecnie jeden z najważniejszych obszarów konkurencji pomiędzy zakładami ubezpieczeń (tzn. wysokość oferowanych zniżek).

V. „Pay as you drive” i „Pay how you drive” ideologią rewolucji

Występujące niedokładności oceny ryzyka w dotychczasowym systemie oceny ubezpieczającego (kierowcy) rozwiązuje konstrukcja „Pay as you drive”. Zamiast wykorzystywania informacji (częściowo także historycznych), które jedynie przybliżają ryzyko ubezpieczeniowe, sięga się wprost do informacji o rzeczywistej, bieżącej ekspozycji na ryzyko. Zmianą, jaką wprowadza to rozwiązanie, jest rozszerzenie zakresu oceny ryzyka z dotychczasowych dwóch podstawowych elementów jej podlegających: pojazdu i ubezpieczającego (kierowcy), do trzech elementów: pojazdu, rzeczywistej ekspozycji na ryzyko oraz kierowcy (ubezpieczającego):

- pojazd – dotychczasowe sposoby oceny tego elementu, a przede wszystkim jego w zasadzie niezmiennosc w okresie trwania ochrony ubezpieczeniowej, powodują, że stosowane dotąd rozwiązania są wystarczające;
- rzeczywista ekspozycja na ryzyko – jest to nowy zakres oceny, dotychczas niewystępujący w praktyce ubezpieczeniowej. Analizuje się odpowiedzi na pytania:
 - ile i gdzie,
 - kiedy,
 - jak.

Dane statystyczne pokazują bowiem, iż prawdopodobieństwo uczestniczenia w kolizji drogowej zależy od:

- a) ilości przejechanych przez ubezpieczony pojazd kilometrów. Im dłużej pojazd bierze udział w ruchu drogowym (jest to mierzone przejechanym dystansem bądź czasem uczestniczenia w ruchu), tym wyższe jest prawdopodobieństwo uczestniczenia w kolizji, i odwrotnie, ubezpieczający rzadko korzystający z pojazdu przedstawia sobą niższe prawdopodobieństwo powstania szkody;
- b) momentu uczestniczenia w ruchu. Dane statystyczne pokazują, iż nie tylko dystans przebyty przez pojazd określa prawdopodobieństwo powstania szkody. Wpływ na to ma także moment, w którym pojazd włącza się do ruchu. Prawdopodobieństwo uczestniczenia w kolizji drogowej zależy bowiem od:
 1. pory dnia, w jakiej pojazd uczestniczy w ruchu – dzień, noc, zmierzch, godziny szczytów komunikacyjnych, godziny pozaszczytowe,
 2. dnia tygodnia – inne jest prawdopodobieństwo uczestniczenia w kolizji drogowej w poniedziałek, inne w czwartek, a jeszcze inne w weekend,
 3. pory roku – lato, zima, okres wakacyjny, okres powakacyjny.
- c) rodzaju dróg, po jakich porusza się pojazd. Inne jest bowiem prawdopodobieństwo uczestniczenia w kolizji drogowej w ruch miejskim, pozamiejskim, na autostradzie czy drogach lokalnych.
 - kierowca – warto w tym miejscu dodać, iż niekoniecznie musi to być ubezpieczający. Sposób jazdy użytkownika samochodu ma decydujący wpływ na prawdopodobieństwo uczestniczenia w kolizji drogowej. Najważniejszymi cechami opisującymi styl jazdy są:
 1. maksymalna prędkość osiągana przez pojazd, również w stosunku do drogi, po której porusza się pojazd,
 2. sposób przyspieszania – jak często, o ile, przy jakich prędkościach początkowych,
 3. sposób hamowania – jak często, o ile, przy jakich prędkościach początkowych.

I poziom – „Pay as you drive” konsumpcyjne

Przedstawione poprzednio elementy wpływające na ryzyko nie są nowym odkryciem, gdyż znane były zakładom ubezpieczeń od początku historii oferowania przez nich ubezpieczeń komunikacyjnych. Nie można było ich jednak dotąd stosować, gdyż nie istniały narzędzia ich pomiaru. A sytuacja ta właśnie się zmieniła.

Pierwszym etapem rozwoju nowej idei „Pay as you drive” było i jest (pozostaje bowiem w ofercie zakładów ubezpieczeń) ujęcie *stricte* konsumpcyjne. Jako konsumpcję rozumiemy rzeczywistą ekspozycję na ryzyko, czyli w jakim stopniu ubezpieczający wykorzystuje swój pojazd (przejechany dystans, czas i moment użytkowania). Pierwsze konstrukcje umów ubezpieczeniowych wykorzystujących ideę „Pay as you drive” oparte były o proste odczyty z licznika kilometrów. Następnie informacje te rozszerzano o czas i moment użytkowania pojazdu.

Pojawiły się specjalistyczne urządzenia, które umożliwiają odczyt tych danych i następnie przesłanie ich do zakładów ubezpieczeń. Urządzenia te są albo:

- niezależne od pojazdu, np. montowane na szybie, bądź
- zależne od pojazdu, korzystające z portów diagnostycznych (z zasilaniem wewnętrznym na krótki okres).

Warto wspomnieć o korzystnych w ostatnich latach zmianach prawnych. Port diagnostyczny stał się od 1996 r. obowiązkowy w nowych samochodach w USA, a w Europie od 2001 r. dla

samochodów z silnikiem benzynowym i od 2004 r. dla samochodów z silnikiem diesla. Toczą się obecnie również rozmowy i ustalenia o ewentualności obowiązkowego instalowania w przyszłości w samochodach urządzeń telemetrycznych. Pojawia się więc podział na:

- urzędnia fabryczne,
- urzędnia niefabryczne, tzw. *aftermarket*.
Odczyt zebranych przez nie informacji może być:
- okresowy – np. przy odnowieniu ubezpieczenia, wizycie w stacji diagnostycznej, stacji benzynowej, co pewien czas,
- ciągły (trudno mówić o klasycznej ciągłości, ale za taką możemy uznać sytuację, w której odczytów dokonuje się np. kilkakrotnie w ciągu sekundy) z przekazaniem informacji zakładowi ubezpieczeń za pomocą łączności bezprzewodowej.

II poziom – „Pay as you drive” behawioralne (czyli „Pay how you drive”)

Ciągły rozwój technologii w ostatnich latach, w tym także znaczne zmniejszenie się kosztów urządzeń, łączności bezprzewodowej umożliwił zbieranie informacji nie tylko o opisanej powyżej konsumpcji ryzyka, ale także o sposobie jazdy kierowcy i drogach, po jakich porusza się pojazd.

Po osiągnięciu takiego poziomu technologii możliwe stało się już pełne zindywidualizowanie oceny ryzyka. Jest to bardzo duże osiągnięcie, do którego zakłady ubezpieczeń dążyły już wiele lat. Zbierane informacje o użytkowaniu pojazdu, a przede wszystkim o stylu jazdy kierowcy, umożliwiają bowiem obliczenie i przypisanie kierowcy **indywidualnego ratingu ryzyka**.

Scoring indywidualnego ryzyka odbywa się na drodze porównania zachowań kierowcy z założonym wzorcem o określonym prawdopodobieństwie zajścia kolizji drogowej. Co interesujące, indywidualny rating ryzyka przypisany określonemu kierowcy może podążać wraz z nim przy zmianie zakładu ubezpieczeń (o ile uda się uzyskać rynkowy standard scoringu ryzyka). Możliwe są bowiem następujące rozwiązania:

- zebrane informacje są własnością zakładu ubezpieczeń,
- zebrane informacje są własnością klienta (kierowcy), a udziela on jedynie pełnomocnictwa zakładowi ubezpieczeń do ich wykorzystywania.

W tym drugim przypadku indywidualny rating ryzyka jest własnością kierowcy i może on przekazać go innemu ubezpieczycielowi. Zagadnienie to dotyczy także ochrony prywatności o czym wspomniane będzie szerzej później.

VI. Rewolucyjne masy – klienci

Rewolucje są ruchem masowym, w którym uczestnicy ruchu poprzez doprowadzenie do zmian oczekują poprawy swojej sytuacji. Nie inaczej jest i będzie w przypadku idei „Pay as you drive”. Poprawą sytuacji klientów zakładów ubezpieczeń będzie zmniejszenie poziomów składki za ubezpieczenia komunikacyjne. Ten fakt, a nawet sama obietnica zmniejszenia kosztów, jest jednym z głównych motywów zachowań konsumenckich. Do tej pory można było powiedzieć, iż mniej jeżdżący sponsorowali ryzykowniej jeżdżących kierowców. Według amerykańskich danych segment 20 proc. bezpiecznie jeżdżących kierowców miał 5 razy (sic!!) mniejszy wskaźnik szkodowości (*loss ratio*) niż segment 20 proc. najbardziej brawurowych kierowców.

W przypadku tak masowych ubezpieczeń, jakim są ubezpieczenia komunikacyjne, podstawowym kryterium wyboru oferty jest i będzie jej atrakcyjność cenowa.

Do tej pory składka ubezpieczeniowa była stała i określona z góry z chwilą zawarcia umowy ubezpieczenia, bez względu na sposób użytkowania pojazdu. A nie jest ona mała. W wielu krajach kierowca niezawodowy na koszty ubezpieczenia przeznacza średnio kwotę porównywalną z kosztem paliwa, jakie zużyje w ciągu roku. Zmiana tej sytuacji jest więc rewolucją.

Za istotnością możliwych zmian przemawia także potencjał rynku. Ocenia się, iż w krajach wysokorozwiniętych z rozwiązania tego może skorzystać 30–40 proc. ogółu kierowców niezawodowych. Są to milionowe cyfry, co dodatkowo przesądza o doniosłości nadchodzącej zmiany.

Na zmianę warunków umów ubezpieczenia nie zdecydują się oczywiście wszyscy kierowcy. Ci, którzy korzystają z pojazdów powyżej średniej i/bądź preferujący mniej bezpieczny styl jazdy, nie będą zainteresowani zmianami, gdyż obawiać się będą zwiększenia poziomów składek. Ale, jak później zostanie to wykazane, oni także staną się beneficjentami zmian, choć nie w sposób bezpośredni.

Granicę opłacalności nowych rozwiązań opisuje poniższy wzór:

$$Sp + Ki < St$$

gdzie:

Sp – poziom składki ubezpieczeniowej w systemie idei „Pay as you drive” bądź „Pay how you drive”,

Ki – koszty systemów informacyjnych monitorujących korzystanie z pojazdu, ich instalacji i późniejszego użytkowania,

St – poziom składki ubezpieczeniowej w dotychczasowym systemie.

Odnosnie do kosztów systemów informacyjnych możliwe i stosowane są dwa rozwiązania:

- obciąża się nimi bezpośrednio klienta (są refakturowane na niego przez zakład ubezpieczeń),
- stanowią koszt zakładu ubezpieczeń, który uwzględni on w rachunku technicznym ubezpieczenia, przez odpowiednie podwyższenie początkowego poziomu składki w systemach „Pay as you drive” lub w „Pay how you drive”.

Choć do tej pory w dorozumiany sposób przedmiotem rozważań byli kierowcy niezawodowi, to korzyści z uczestniczenia w zmianach będą mieli wszyscy, tzn. ubezpieczający będący kierowcami niezawodowymi (tzw. *personal line*) oraz przedsiębiorstwa i kierowcy zawodowi (tzw. *comercial line*).

Kierowcy niezawodowi (tzw. *personal line*)

Kto jest najbardziej zainteresowany nowym rozwiązaniem? Ci, którzy korzystają ze swoich pojazdów poniżej średniej. Jest to bardzo duża i zróżnicowana grupa osób, gdyż znajdują się w niej np. niepracujący (m.in. emeryci), korzystający w codziennym życiu przede wszystkim z komunikacji publicznej, ale także rodziny posiadające np. dwa samochody, z których jeden jest używany o wiele rzadziej od drugiego.

Nowe idee wykorzystują także naszą budowę psychiczną, bowiem:

- prawie wszyscy jesteśmy przeświadczeni o swoich dużych umiejętnościach. Jako kierowcy uważamy, że jeździmy lepiej niż średnia, dlatego więc mamy płacić składkę ubezpieczeniową określoną dla statystycznie średniego kierowcy?

- odwołują się do poczucia sprawiedliwości, używając pojęcia „sprawiedliwa cena”. Mimo że egalitaryzm tkwi w każdym z nas, to jeśli uznamy, iż z powodu naszych zachowań powinniśmy zapłacić niższą cenę, takie rozwiązanie uznajemy za sprawiedliwe i docelowe;
- nagradzają pozytywne zmiany zachowań (np. styl jazdy) – tzw. *coaching*. Jedną z oferowanych już prawie standardowo dodatkowych usług jest indywidualna strona www, na której kierowca może zapoznać się ze swoim bieżącym scoringiem, historią zdarzeń, które miały na niego wpływ, a przede wszystkim zaobserwować pozytywne zmiany. Obietnica nagrody jest dla nas, ludzi, ciągle wielkim impulsem do przyjmowania określonych zachowań;
- są zrozumiałe dla nieomal wszystkich klientów. Historie wielu branż gospodarki znają przypadki pomysłów, które miały zrewolucjonizować te branże, a nie odniosły sukcesu, gdyż były zbyt skomplikowane, przez co niezrozumiałe dla klientów. Tak nie jest w tym wypadku. Rozwiązanie jest proste i zrozumiałe dla konsumentów. Dodatkowo ubezpieczający ma pewną kontrolę nad skalą redukcji składki, pełni w tym procesie aktywną rolę (skala obniżki w danym momencie zależy też od jego decyzji). Ubezpieczający, jak wszyscy konsumenci, lubi mieć wybór.

Kierowcy zawodowi i przedsiębiorstwa (tzw. *comercial line*)

Również ta grupa klientów może oczekiwać korzystnych zmian. Jest ona bardziej zróżnicowana niż poprzednia, znajdują się w niej osoby użytkujące samochody w sposób zbliżony do kierowców niezawodowych, jak i duże przedsiębiorstwa korzystające ze znacznej liczby pojazdów (tzw. floty). Z punktu widzenia rozważań o korzyściach płynących z nowej idei ważny jest podział tej grupy na:

- klientów niekorzystających z usług telemetrycznych. Ich sytuacja w zasadzie nie odbiega od sytuacji kierowców niezawodowych,
- klientów już korzystających z różnych usług telemetrycznych (zarządzania flotą). Przedsiębiorstwa o znacznej liczbie użytkowanych pojazdów często już korzystają z usług śledzenia ruchu pojazdów, ich stanu, zużycia paliwa. Dodatkowo istnieje powszechna opinia, iż w przypadku flot pewien poziom szkodowości jest nieunikniony, a zakłady ubezpieczeń do tej pory ustalając dla nich poziom składki, indywidualizują ją w o wiele wyższym stopniu niż w przypadku kierowców niezawodowych, uwzględniając m.in. rzeczywistą historyczną szkodowość. Nie jest to do końca prawdą. Dzięki analizie indywidualnych ratingów ryzyka poszczególnych kierowców można je obniżyć, co nie jest tylko sztuką dla sztuki, gdyż owocuje zmniejszeniem prawdopodobieństwa kolizji drogowej, co zakład ubezpieczeń uwzględni w ostatecznym wymiarze poziomu składki. Zmiana stylu jazdy przynosi też korzyści w postaci zmniejszonego zużycia paliwa. Dane z rynku amerykańskiego pokazują, iż możliwa jest nawet 50-proc. redukcja kosztów szkód, przy 10-proc. zmniejszeniu zużycia paliwa (np. w firmie Pepsi w Islandii wprowadzenie systemu przyniosło redukcję *loss ratio* o 80 proc.).

VII. Przywódcy rewolucji – zakłady ubezpieczeń

Sukces zależy od determinacji przywódców. Zazwyczaj rewolucja zaczyna się jako mały ruch i ma szansę na sukces tylko wtedy, gdy kierują nim jednostki w pełni wierzące w ideę oraz w jej końcowe zwycięstwo. Dotychczasowy rozwój idei „Pay as you drive” w USA świadczy o tym, iż takie jednostki znajdują się wśród zakładów ubezpieczeń.

Przywódcy w zamian za podjęcie ryzyka przeprowadzenia rewolucji, kładąc na szalę swój autorytet, oczekują końcowych korzyści. Mimo że, jak później zostanie wykazane, idee „Pay as you drive” i „Pay how you drive” przynoszą korzyści wszystkim zakładom ubezpieczeń, największe osiągają pierwsi, którzy decydują się na zmiany. Kolejni zostają przez rozwój sytuacji zmuszeni do przyłączenia się lub giną.

Co więc zyskują pierwsi w szeregu?

- Pierwszą korzyścią jest budowa portfela ubezpieczeń komunikacyjnych składającego się z najmniej szkodowych klientów. To ci, którzy nie tylko według swojej opinii, ale również według rzeczywistych przesłanek (np. mało korzystający z posiadanych pojazdów), mając na uwadze potencjalne oszczędności w poziomie składki ubezpieczeniowej, zareagują na nową ofertę zakładu ubezpieczeń. Ma to zresztą kolejne konsekwencje.
- Wzrost rentowności. Posiadanie dokładniejszych narzędzi oceny ryzyka umożliwia łatwiejsze osiągnięcie zakładanych rezultatów działalności. Napływ nowych, bezpiecznych klientów spowodował w USA, że mimo stosowania zniżek składek ubezpieczeniowych zgodnie z nowymi ideami, wskaźnik szkodowości pierwszych ubezpieczycieli, którzy się zdecydowali na wprowadzenie tej idei do oferty, oscylował wokół 20 proc. w tym segmencie ich oferty!
- Spadek kosztów likwidacji szkód. Przy założeniu takiej samej liczby klientów, samo zmniejszenie liczby szkód powoduje, oprócz zmniejszenia kwot wypłaconych w ramach odszkodowań, znaczący spadek związanych z nimi kosztów administracyjnych. Może się nawet okazać, iż dotychczasowa sieć likwidacji szkód będzie za duża. Innym aspektem, nie mniej ważnym dla ubezpieczycieli, są dodatkowe informacje techniczne (np. prędkość pojazdu) pozwalające zweryfikować podany przez ubezpieczającego opis powstania szkody.
- Obniżenie wskaźnika szkód wynikających z kradzieży pojazdów. Idea „Pay how you drive” umożliwi także ciągłą lokalizację pojazdu (w zależności od wersji rozwiązania). Jest więc oczywiste, iż dodatkową korzyścią osiąganą w tym momencie jest informacja o miejscu, w którym znajdują się pojazd w przypadku jego ewentualnej kradzieży. A to zwiększa nie tylko tzw. odzyski, ale także w dłuższej perspektywie zmniejsza prawdopodobieństwo samej kradzieży.
- Znaczące zmiany wizerunkowe. Wizerunek ubezpieczyciela jest jego bardzo ważnym aktywem, decydującym o sukcesie biznesowym w perspektywie wieloletniej. Zakłady ubezpieczeń przywiązują do tego elementu bardzo dużą wagę, inwestując w jego budowę corocznie znaczne kwoty (budżety marketingowe, reklamowe branży ubezpieczeniowej są jednymi z największych na rynku). Możliwość budowy wizerunku ubezpieczyciela nowoczesnego, sprzyjającego środowisku, a przede wszystkim rzetelnie i sprawiedliwie traktującego swoich klientów, będzie wielką przewagą uczestniczących w zmianie.
- Wzrost bezpieczeństwa prowadzonej działalności. Obecny kryzys finansowy po raz kolejny uzmysłowił znaczenie właściwej oceny ryzyka prowadzonej działalności, podejmowanych decyzji. Systemy „Pay as you drive” i „Pay how you drive” umożliwiają o wiele dokładniejszą ocenę ryzyka wynikającego z posiadanego portfela umów ubezpieczeń komunikacyjnych niż dzieje się to w przypadku rozwiązań dotychczasowych. Składka ubezpieczeniowa będąca m.in. opłatą za transfer na ubezpieczyciela ryzyka wystąpienia kolizji drogowej jest mocno skorelowana z rzeczywistym prawdopodobieństwem jej wystąpienia, mierzonym zakresem uczestnictwa w ruchu drogowym i stylem jazdy ubezpieczającego. Warto wspomnieć, iż jest to korelacja dwustronna. Kierowca, który zakładał, że będzie mało korzystał z pojazdu, gdy sytuacja się zmieni (np. zmiana pracy pociągająca za sobą korzystanie z własnego pojazdu),

musi się liczyć z tym, iż zapłaci wyższą, składkę niż zakładał na początku. Tak więc wzrost ryzyka przyniesie zakładowi ubezpieczeń wzrost przychodów ze składki.

Pora zastanowić się nad sytuacją tych ubezpieczycieli, którzy późno bądź wcale nie zdecydowali się na zmiany. Podstawowym ich problemem będzie fakt, iż pozostały dla nich segment rynku to najbardziej ryzykowni klienci. To oczywiście będzie musiało odbić się na wysokości składki, która będzie rosła. Stąd już tylko jeden krok do wizerunku ubezpieczyciela nienowoczesnego, drogiego, o mało konkurencyjnej ofercie. Taka przyszłość może zagrozić jego dalszej egzystencji. A zatem zakłady ubezpieczeń nie będą miały innego wyjścia, jak tylko przyłączyć się do zmian.

Warto wspomnieć na koniec, że zastosowanie zniżek w składkach w systemie „Pay as you drive” ma bardzo racjonalne podstawy, brak więc powodów do wnoszenia zarzutów dumpingu cenowego i ewentualnej późniejszej interwencji ze strony organu nadzoru.

VIII. Kontrrewolucjoniści

Każde zmiany muszą przezwyciężyć opór czynników niesprzyjających. Nie inaczej jest w przypadku idei „Pay as you drive” i „Pay how you drive”. Problemy przy jej wdrażaniu są już znane, mają różnorodny charakter i dotyczą:

- kosztów. Można podzielić je znów na dwie grupy:
 - 1) koszty zewnętrzne. Elementem, który do tej pory mocno ograniczał rozwój nowej idei był wysoki poziom kosztów zewnętrznych implementacji rozwiązania. Do tych kosztów należą przede wszystkim koszty urządzeń rejestrujących ruch pojazdu i jego charakterystykę, koszty instalacji tych urządzeń, koszty odczytu informacji, koszty telekomunikacyjne przesyłu informacji. Jednakże rozwój technologii na różnych polach spowodował, iż koszty te znacznie zmalały. Urządzenia są już znacznie tańsze, ich instalacja nie wymaga profesjonalnej obsługi (coraz większe znaczenie zdobywają urządzenia samodzielnie montowane przez kierowcę), o wiele tańsze jest też przysyłanie informacji;
 - 2) koszty wewnętrzne ubezpieczyciela. Nie da się ukryć, że implementacja rozwiązania wymaga także inwestycji wewnątrz zakładu ubezpieczeń. Konieczne będzie stworzenie specjalistycznego oprogramowania, wdrożenie nowych procedur i nabycie nowej wiedzy. Jednakże przy stałym rozwoju ubezpieczeń i tak dokonywane są ciągle nowe inwestycje w tych obszarach, a podstawowym warunkiem sukcesu działalności jest uzyskanie jak najwyższej efektywności. A to zapewnia nowa idea;
- braku danych. Dotychczasowe dane historyczne zakładu ubezpieczeń i zgromadzona do tej pory wiedza, nie wystarczą. Są to oczywiste problemy. Nowa idea wymaga nowego spojrzenia na istotę ryzyka. Ale choć brak jest danych całościowych, istnieją dane fragmentaryczne (np. o wypadkach w Polsce), częściowo można wykorzystać dane już zgromadzone w zakładzie ubezpieczeń (co będzie uzależnione od ich zawartości i dostępności), niebagatelne znaczenie będą także miały dane z innych rynków, gdzie idea „Pay as you drive” została już wdrożona. Oczywiście nie uniknie się etapu „skalowania”, ale (jak było mówione wcześniej) w najlepszej sytuacji będą ci spośród ubezpieczycieli, którzy zdecydowali się najwcześniej. Kiedy inni dopiero zaczną gromadzić dane, ich zasób informacji będzie o wiele lepszy do przeprowadzenia właściwej oceny i wyceny ryzyka. Należy zresztą zauważyć, iż systemy scoringowe będą podlegały ciągłej modyfikacji, nie tylko ze względu na wzrost liczby danych historycznych, ale

także z powodu zmian zachowań kierowców, dokonywanych inwestycji drogowych itp. Można nawet mówić o systemach samouczących się;

- spadku przychodów. Kolejną zmianą, która niepokoi zakłady ubezpieczeń jest spadek przychodów spowodowany ogólnym obniżeniem poziomów składek. Budzi to jeszcze większy niepokój, jeśli uzmysłowimy sobie znaczenie działalności lokacyjnej dla końcowej rentowności ubezpieczyciela. Jednakże spadkowi dochodów towarzyszyć będzie spadek kosztów (mniej ryzykowni klienci powodują mniejsze wypłaty odszkodowań), a to może sprawić, że różnica w przepływach finansowych będzie niewielka, a nawet *summa summarum* może okazać się dla pierwszych, którzy zaimplementują rozwiązanie, pozytywna. Poza tym podstawowym celem działalności gospodarczej nie jest osiągnięcie jak największego rozmiaru, lecz osiągnięcie jak najwyższej rentowności, co przy zastosowaniu nowej idei może być łatwiejsze;
- zachowania prywatności. Znaczenie zachowania prywatności w obecnych czasach jest coraz większe. Konsumenci przywiązują do tego elementu coraz większą wagę i należy się spodziewać umocnienia tej tendencji w przyszłości. Na tym tle nowa idea z ciągłym monitoringiem i przesyłaniem informacji nie jawi się, przynajmniej na początku, korzystnie. Pewnym rozwiązaniem tego problemu jest pełna dobrowolność. To konsument decyduje, czy chce skorzystać z możliwości obniżki kosztów wynikającej z niższego poziomu składki, czy też tak chroni swoją prywatność, że postanawia zaakceptować wyższą cenę. Widzimy tu wiele analogii do sytuacji w innych branżach, gdzie konsument, który decyduje się na rezygnację z pełnej ochrony swoich danych (w tym osobowych) i prywatności, nagradzany jest konkurencyjną ceną (np. telekomunikacja). Innym sposobem rozwiązania tego problemu może być np. konstrukcja, w której wspomniane wcześniej dane stanowią własność ubezpieczającego, a upoważnia on jedynie zakład ubezpieczeń do ich wykorzystywania. Można także zmienić nieznacznie konstrukcję samego rozwiązania. Pewną popularność, szczególnie w Europie, zdobywa system „Pay how you drive” oparty nie o ciągły przesył danych, ale o ich statystyczne „próbkiowanie”, tzn. tylko okresowe monitorowanie ruchu pojazdu wraz z przesyłem danych. Kierujący zachowują w tym rozwiązaniu wyższy poziom prywatności, a zakłady ubezpieczeń obniżają koszty związane z przesyłem i przetworzeniem danych, choć na pewno kosztem ich jakości.

IX. Zwycięzcy

Znaczenie idei „Pay as you drive” i „Pay how you drive” jest niebagatelne. Dotyczy ubezpieczeń masowych, a więc milionów konsumentów. Ale nie tylko oni będą beneficjentami zmian, choć ich udział będzie w zyskach największy. Przedstawmy więc korzyści, jakie nowa idea przyniesie poszczególnym grupom:

Ubezpieczający:

- zmniejszenie kosztu usługi ubezpieczeniowej. Podstawową korzyścią jest oczywiście spadek ceny kupowanej usługi ubezpieczeniowej. Skala tego spadku zależy od indywidualnej charakterystyki kierowcy, ale także od podejmowanych przez niego decyzji (np. rozpoczęcie korzystania z komunikacji publicznej). Jest jednak na tyle duża, że ma wpływ na całkowity koszt użytkowania samochodu. Dla całości rynku zmiany zachowań na drogach też mają znaczenie, gdyż powodują zmniejszenie ogólnej liczby kolizji, sumarycznej wysokości szkód. A na tym

zyskują już wszyscy kierowcy, nie tylko ci, którzy zdecydują się na nowe rozwiązanie. Ten fakt oznacza bowiem, iż obniżce składki o 1 dla mało jeżdżących wcale nie musi towarzyszyć równoważna wyższa składka o 1 dla więcej jeżdżących. Nie musi więc to być gra o sumie zerowej;

- zmiana zachowań i stylu jazdy. Wpływ na to ma nie tylko sama świadomość, że pewne zachowania znajdują potem odzwierciedlenie w wysokości składki, ale także instytucja informacji zwrotnej (indywidualna strona www). Możliwość zaznajomienia się na indywidualnej stronie www z obecnym ratingiem ryzyka, historią zdarzeń, które miały na ten poziom wpływ, zmienia przyszłe zachowania kierowcy. Doświadczenia rynków, gdzie te ubezpieczenia egzystują już kilka lat, potwierdzają, że sformułowanie o coachingu kierowców nie jest wcale na wyrost. Zakłady ubezpieczeń starają się ponadto ciągle wzbogacać swoją ofertę, dokładając dodatkowe usługi – przykładem tego jest przesyłanie mailem raportu o wystąpieniu określonych zdarzeń (np. przekroczeniu założonej prędkości). W przypadku np. użyczenia samochodu nastoletnim dzieciom może to być bardzo oczekiwana informacja. W tej grupie wiekowej jak najszybsze wyrobienie i utrwalenie właściwych nawyków stylu jazdy ma największe znaczenie, bowiem charakteryzuje się ona najwyższym prawdopodobieństwem uczestnictwa w kolizji (w tym też tych najniebezpieczniejszych, kończących się poważnymi ranami, kalectwem czy wręcz śmiercią);
- zmiany zachowań kierowców, zmniejszenie natężenia ruchu powodują redukcję prawdopodobieństwa wystąpienia kolizji drogowej. Mimo otrzymania odszkodowania, samo uczestniczenie w kolizji i późniejsza likwidacja szkody angażuje czas ubezpieczającego, stwarza mu nowe problemy, a otrzymane odszkodowanie nie zawsze pokrywa wszystkie poniesione koszty. Zakładamy zresztą sytuację korzystniejszą, kiedy nie doszło do szkód osobowych – trudno jest wycenić cierpienie czy stracone szanse życiowe.

Zakłady ubezpieczeń:

- zwiększenie bezpieczeństwa i rentowności prowadzonej działalności. Właściwa ocena i późniejsza wycena ryzyka jest podstawą działalności ubezpieczeniowej. Na tym tle nowe idee znacznie przewyższają dotychczas stosowane rozwiązania i wprowadzają zupełnie nową jakość wynikającą z wysokiego poziomu zindywidualizowania oceny ryzyka;
- zwiększenie skali prowadzonej działalności. Wprowadzające nowe rozwiązania zakłady ubezpieczeń spodziewają się oczywiście odzewu ze strony nowych klientów. Jednakże, jak wcześniej wspomniano, dla całości rynku ubezpieczeniowego nowe rozwiązania mogą oznaczać spadek całkowitego wolumenu składki. Nie musi to jednak wcale nastąpić. Istotnym problemem dla całego rynku jest zjawisko nieubezpieczenia (brak polisy OC), czy niedoubezpieczenia (brak polisy AC). Podstawową przyczyną tych zjawisk jest wysoka obecna cena ubezpieczeń komunikacyjnych. Jej spadek może doprowadzić do zmniejszenia tego zjawiska i w konsekwencji, zamiast spadku, wzrost całkowitego wolumenu składki na rynku;
- pozytywne zmiany wizerunkowe. Wiele firm ubiega się o miano firmy „nowoczesnej” i „zielonej”, przeznaczając na odpowiednie kampanie PR znaczące kwoty.

Spółeczeństwo

Nową pozycją w rozważaniach jest społeczeństwo. Okazuje się bowiem, iż korzyści z idei „Pay as you drive” i „Pay how you drive” wykraczają poza relacje między ubezpieczającym a zakładem ubezpieczeń i dotyczą ogółu społeczeństwa. Do najistotniejszych należy zaliczyć:

- zmniejszenie się liczby wypadków. Zmiana zachowań kierowców na drodze powoduje zauważalny już w krajach, w których ubezpieczenia te funkcjonują, spadek liczby kolizji drogowych. Kolizje drogowe generują również koszty dla całego społeczeństwa, takie jak: konieczność utrzymywania służb odpowiedzialnych za bezpieczeństwo i płynność ruchu na drogach, pogotowia ratunkowego itp. Nie mniej ważne są też społeczne koszty w przypadku szkód osobowych (śmierci, kalectwa);
- zmniejszenie problemów komunikacyjnych. Rozpowszechnienie nowych idei przyniosło np. zmniejszenie o ponad 10 proc. ruchu drogowego w Kalifornii. Zmniejsza się natężenie ruchu, co ważne, mocniej w godzinach szczytów drogowych, wzrasta popularność komunikacji publicznej. Dzięki temu mniejszych inwestycji wymaga tak kapitałochłonna infrastruktura drogowa – mniejsze nakłady potrzebne są na nowe drogi, parkingi itp.
- korzyści środowiskowe. Ruch drogowy jest obecnie jednym z najważniejszych emitentów CO₂, tlenu azotu itp. Nawet niewielkie procentowe jego ograniczenie może przynieść znaczne efekty, zdolne konkurować ekonomicznie np. z kosztami środowiskowych inwestycji w energetyce. Również bezpieczny styl to „zielony” styl jazdy, zmniejszenie zużycia paliwa na pokonanie tego samego dystansu oznacza bowiem mniejszą ilość zanieczyszczeń. W dobie narastania problemów wynikających z zanieczyszczenia środowiska, każda działalność powodująca zmniejszenie emisji spalin jest bardzo cenna, szczególnie gdy jest ona tak mało kapitałochłonna.

X. Nowy wspañały świat

Antyutopia Aldousa Huxleya pod tym tytułem daje nam obraz możliwej przyszłości w formie odhumanizowanego świata stworzonego przez nowe technologie i ich zastosowanie w społecznej eugenicie. Ale tak być nie musi. Nowe technologie powinny jak najbardziej służyć człowiekowi, choć nie może on ograniczać ich rozwoju. Nie da się uniknąć pojawienia w obrzydliwej biznesowej nowomowie obok takich akronimów jak B2B czy B2C, nowego, którego idea „Pay as you drive” jest przykładem – M2M (*machine to machine*), gdyż rozwoju i zmian nie da się zatrzymać.

Idea „Pay as you drive” oraz „Pay how you drive” jest dobrym przykładem zastosowania rozwoju technologii informacyjnej w działalności gospodarczej, w tym wypadku ubezpieczeniowej. Zresztą trudno mówić o niej jako o idei, to już rzeczywistość. W USA różne produkty „Pay as you drive” i „Pay how you drive” mają w swojej ofercie ubezpieczyciele odpowiadający za ponad 50 proc. (wraz z planowanymi cyfra ta wzrasta do 75 proc.) całego rynku. Można powiedzieć, że masa krytyczna została przekroczona i wybuchowi nie można już zapobiec.

Korzyści z rozwoju tej idei wykraczają poza branżę ubezpieczeniową, co powoduje, iż w wielu krajach cieszy się ona zainteresowaniem i wsparciem instytucji publicznych (np. nadzorów ubezpieczeniowych). Warto wspomnieć o olbrzymich nakładach ponoszonych przez rządy i gospodarki różnych krajów w celu redukcji emisji zanieczyszczeń, co pozwala nawet rozważać bezpośredni udział rządów w promocji i rozwoju idei „Pay as you drive” oraz „Pay how you drive”.

DARIUSZ PONIEWIERKA – prezes zarządu KUKE SA.