

DOMINIK STANNY<sup>1</sup>

*Katedra Etyki Społecznej i Politycznej  
Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego*

## **Czy polski model pośrednictwa ubezpieczeniowego jest moralnie poprawny?**

**1. Podmioty rynku: agenci i brokerzy. Rola i zadania brokera.  
Cechy brokera: niezależność, szeroki zakres usług.  
Ideal moralny: kompetencja, reprezentacja interesów klienta.**

W Polsce podobnie jak w krajach anglosaskich istnieją dwa rodzaje pośredników ubezpieczeniowych: agent, broker. Agent prowadzi działalność sprowadzającą się do zawierania lub wykonywania umów ubezpieczenia i jest związany umową agencyjną z zakładem ubezpieczeń. Z kolei działalność brokera sprowadza się do działania „w imieniu lub na rzecz podmiotu szukającego ochrony ubezpieczeniowej”. W skład czynności brokerskich wchodzi „zawieranie lub doprowadzane do zawarcia umów ubezpieczenia, czynności przygotowawcze do zawarcia umów ubezpieczenia, a także uczestniczenie w zarządzaniu i wykonywaniu umów ubezpieczenia” (DzU 2003, nr 124, poz. 1154, art. 4 pkt. 2 ze zm.).

Zakres czynności brokerskich jest więc szerszy niż zakres czynności agencyjnych. Zgodnie z ustawą wchodzi w niego w szczególności udzielenie klientowi – jeszcze „przed zawarciem umowy ubezpieczenia – pisemnej porady opartej na wszechstronnej i rzetelnej analizie dostępnych ofert

---

<sup>1</sup> dstanny@kul.lublin.pl

ubezpieczenia, wystarczającej do opracowania rekomendacji najwłaściwszej umowy ubezpieczenia” (art. 26 pkt. 2). Zgodnie z intencją polskiego ustawodawcy broker – inaczej niż agent – ma więc reprezentować przede wszystkim interesy klienta. Widoczne jest to również w definicji czynności brokerskich, które ustawodawca określa jako „działania na rzecz podmiotu szukającego ochrony ubezpieczeniowej” (DzU 2003, nr 124, poz. 1154, art. 4 pkt. 2 ze zm.).

Instytucja brokera jest w znacznej mierze odpowiedzią na problem asymetrii informacji w dziedzinie ubezpieczeń oraz na złożoność samej oferty ubezpieczeniowej. Klienci często nie posiadają niezbędnej wiedzy, by porównać konkurencyjne oferty, a zdobycie takiej wiedzy jest stosunkowo kosztowne. Ubezpieczyciele dysponują więc znaczną przewagą informacyjną nad klientami, co może być przyczyną nieoptymalnych decyzji podejmowanych przez tych ostatnich, a w skali makroekonomicznej prowadzić do nieefektywnej alokacji zasobów. Instytucja brokera powołana jest m.in. w celu zniwelowania przewagi ubezpieczycieli. Broker ma działać jako doradca w najlepszej wierze służący interesom klienta, czyli osoby chcącej się ubezpieczyć. W kontekście obowiązku wydania klientowi jak najlepszej rekomendacji ubezpieczenia, mówi się niekiedy o bezstronności brokera, rozumianej jako brak powiązania kapitałowego z zakładem ubezpieczeniowym albo jako brak szczególnego umocowania do wykonywania czynności pośrednictwa przez jeden czy większą liczbę zakładów ubezpieczeniowych.

Aby zagwarantować niezależność brokera od zakładów ubezpieczeniowych, które mogą wpływać na rekomendacje wydawane przez brokerów, ustawodawca wskazuje, że broker w odróżnieniu od agenta „nie może pozostawać w żadnym stałym stosunku umownym z zakładem ubezpieczeń” (DzU 2003, nr 124, poz. 1154, art. 21, pkt. 1). Ze względu na to, że usługa brokerska, będąc jednocześnie usługą doradczą, wymaga profesjonalizmu i dużej wiedzy, ustawodawca podkreśla również, że brokerzy są zobowiązani „doskonalić umiejętności zawodowe” (DzU 2003, nr 124, poz. 1154, art. 26 pkt. 1).

Obowiązek działania przede wszystkim w interesie klienta nakazuje również Kodeks Etyki Zawodowej Brokera, nie precyzując jednak konsekwencji nieetycznego postępowania (Kodeks Etyki Zawodowej Brokera 1998). Z kolei Komentarz Komisji Etyki Zawodowej w sprawie stosowania Kodeksu Zasad Etycznych przez brokerów wskazuje w punkcie I, że „brokerzy ubez-

pieczeniowi winni udzielać porad w sposób obiektywny, niezależny i w najlepszym interesie klienta”, a w punkcie III, że „jedyną przesłanką złożenia klientowi oferty musi być najlepszy interes klienta”.

Moralne zobowiązania brokera wobec klienta w literaturze anglosaskiej określa się często w kategorii relacji powierniczej. Broker ma więc zatem być powiernikiem ubezpieczonego, tzn. ma reprezentować jego interesy lojalnie, przedkładając je ponad swoje interesy. W szczególności, broker jest moralnie zobowiązany zaproponować zgodnie ze swoją wiedzą ofertę najbardziej korzystną dla klienta (M. Farmer 2005: 77).

## **2. Praktyczne rozwiązania a niezależność brokera**

Polski ustawodawca nie wskazuje w jaki sposób ma być zapewniona niezależność brokera, będąca gwarantem działania w interesie klienta. Ustawodawca zakazuje jedynie brokerom zawierania bezpośrednich umów z ubezpieczycielami. Ponadto wskazuje, że w przypadku gdy broker działał ewidentnie na szkodę klienta, ten ostatni może dochodzić swoich roszczeń od brokera, tj. z jego polisy odpowiedzialności cywilnej. Broker działając ewidentnie wbrew interesom klienta naraża się więc na postępowanie sądowe i wypłatę ubezpieczenia na rzecz klienta ze swojej polisy.

W praktyce jednak niezależność brokera może być mocno naruszona mimo istniejących regulacji ze względu na to, że jest on wynagradzany przez zakład ubezpieczeń z prowizji od wartości umowy, którą klient zawarł z rekomendowanym przez brokera ubezpieczycielem. Co więcej, wysokość tej prowizji jest niejawna, tzn. klient nie wie, jakie wynagrodzenie otrzymał doradzający mu broker.

W związku z tą praktyką pojawia się wątpliwość, czy nie dochodzi tu do naruszenia ideału niezależności brokera, mimo iż nie ma naruszenia prawa? W konsekwencji pojawia się problem, czy nie mamy do czynienia z niespełnioną przez ustawodawcę obietnicą, która wskazuje na pewien ideał, również moralny, ale nie precyzuje wystarczająco środków, gwarantujących spełnienie tego ideału? W jaki sposób broker ma być niezależny od ubezpieczyciela, skoro ten go wynagradza, wypłacając mu kurtaż? Co prawda, na rynku funkcjonuje określony zwyczajowo kurtaż, który zawiera się w pewnym procentowym przedziale liczonym od wartości umowy z klientem, ale oczywiście broker może otrzymać maksymalną bądź minimalną stawkę w ramach tego

przedziału, na co bezpośredni wpływ ma ubezpieczyciel. Czy zatem istniejący obecnie mechanizm, w którym prowizja brokera jest niejawna, nie powoduje, że bardziej jest on zainteresowany maksymalizowaniem swojej prowizji niż reprezentowaniem interesów klienta? Skoro bowiem bezpośrednio broker jest wynagradzany przez ubezpieczyciela, istnieje zagrożenie, że to ten ostatni ma największy – choć nieformalny – wpływ na jakość oraz zakres tej usługi. Co więcej, jeśli wysokość kurtażu stanowi procent od wysokości składki ubezpieczenia, w interesie brokera jest, by składała ta była jak najwyższa, co jest jednak wyraźnie wbrew interesom klienta. Czy w kontekście zauważonych wad obecnego systemu nie należy zatem wprowadzić nowej regulacji prawnej, nakładającej na przykład na brokerów obowiązek ujawniania wysokości kurtażu?

W prasie fachowej miała miejsce interesująca dyskusja nad tym zagadnieniem, której główne głosy przedstawiam poniżej.

### 3. Broker jako „ukryty agent”

Paweł Sukiennik w tekście „Transparentność wynagrodzenia brokerskiego na tle prawa i praktyki rynkowej” stawia tezę, że broker *de facto* nie spełnia funkcji, jaka jest dla niego przewidziana w ustawie. W gruncie rzeczy broker jest agentem ubezpieczyciela, ponieważ nie jest od niego niezależny. Oznaką braku niezależności jest przede wszystkim okoliczność, że to zakład ubezpieczeń wynagradza brokera, a wynagrodzenie jest niejawne dla klienta. Również percepcja brokera przez klienta jest często taka, że broker niczym nie różni się od agenta ubezpieczeniowego (Sukiennik 2006: 9–10). Mamy zatem do czynienia z sytuacją, kiedy prawo i praktyka są od siebie stosunkowo mocno oddalone.

Sukiennik zastanawia się, czy nie należałoby wprowadzić zakazu pobierania przez brokera kurtażu od zakładu ubezpieczeń. *Prima facie* wydaje się bowiem, że za usługę brokerską powinien wprost płacić klient, ponieważ to on jest beneficjentem usługi brokerskiej. Rozwiązanie, w której płatnikiem jest trzecia strona, powoduje zwykle, że interes beneficjenta jest w różny sposób naruszany. Beneficjent ma ograniczone możliwości wyegzekwowania swoich praw w stosunku do usługodawcy, ponieważ to nie on go wynagradza. Taki przypadek mamy właśnie w relacji klient-broker-zakład ubezpieczeniowy.

Jednak w praktyce sytuacje, kiedy klient płaci brokerowi wynagrodzenie ryczałtowe za jego usługę, są bardzo rzadkie<sup>2</sup>. Sukiennik stawia pytanie, dlaczego tak jest i dlaczego przyjęło się, że koszt kurtażu ponosi zakład ubezpieczeń. Jego zdaniem jest to rezultat pewnych procesów historycznych, których jednakże nie charakteryzuje (Sukiennik 2006: 8–9).

Nie widząc szans na radykalną zmianę tej praktyki, Sukiennik przedstawia propozycję, która mogłaby ową praktykę znacząco zmodyfikować. Uważa, że klient powinien znać wysokość prowizji, którą wypłacają brokerowi poszczególne zakłady ubezpieczeń. Broker powinien więc bez żądania ujawniać klientowi wysokość pobieranego kurtażu. Co więcej, klient powinien również znać wysokość potencjalnej prowizji od każdej zaproponowanej mu przez brokera oferty. W takiej sytuacji klient uzyskuje większą gwarancję, że usługa doradcza ze strony brokera nie jest kierowana interesem finansowym tego ostatniego, ale interesem klienta, czyli przesłankami merytorycznymi.

Jednocześnie przyjęcie rozwiązania, w którym wysokość prowizji brokerskiej jest znana klientowi, pozwoliłaby zdaniem Sukiennika na standaryzację usług brokerskich, tzn. określenie, co wchodzi w zakres obowiązków brokera. Autor zauważa bowiem niesprawiedliwość sytuacji, w której jeden broker, niekiedy wkładając w to niewiele wysiłku, otrzymuje prowizję w wysokości kilkuset tysięcy złotych, podczas gdy inny za mniejszą kwotę oferuje bardziej złożoną usługę, czyli nie tylko doradztwo w zakresie wyboru konkretnej oferty ubezpieczenia, ale np. pomoc w zakresie dochodzenia roszczeń z umów ubezpieczenia. Wprowadzenie jawności kurtażu, jaki zakłady ubezpieczeń płacą brokerom, pozwoliłoby więc klientom na porównywanie zakresu i cen usług brokerskich, a tym samym podniosłoby konkurencyjność i przejrzystość rynku. W wyniku wprowadzonej regulacji nastąpiłby więc wzrost jakości usług brokerskich (Sukiennik 2006: 6–7).

#### 4. Argumenty na rzecz *status quo*

Z tekstem P. Sukiennika podejmuje polemikę Jacek Kliszcz, prezes zarządu Stowarzyszenia Polskich Brokerów Ubezpieczeniowych i Reasekuracyjnych. Jego zdaniem fakt niejawności kurtażu nie ma z punktu widzenia

---

<sup>2</sup> Niemniej jednak takie sytuacje mają miejsce, również w Polsce, o czym pisze m.in. F. Kowalik (Kowalik 2006: 54).

klienta znaczenia. Dla klienta istotna jest ostateczna cena usługi, czyli koszt umowy ubezpieczenia. Innymi słowy, dla klienta liczy się całkowity koszt, włączając w to prowizję dla brokera, której istnienia i wysokości klient nie jest świadomy. Rozkład całkowitego kosztu usługi pomiędzy ubezpieczyciela i brokera nie ma z punktu widzenia klienta znaczenia, ponieważ nie wpływa on na finalny koszt całego działania. Pojawienie się brokera jako pośrednika nie powoduje podwyższenia kosztów ochrony klienta, ponieważ kurtaż jest tak czy inaczej wliczony w składkę ubezpieczeniową. Ubezpieczyciel, kalkulując składkę, wlicza w nią tzw. część akwizycyjną i nie ma tutaj znaczenia czy będzie ona wypłacona pracownikowi ubezpieczyciela w formie premii, agentowi w formie prowizji, czy wreszcie brokerowi w formie kurtażu brokerskiego. Według J. Kliszcz transparenność składników ostatecznej ceny usługi nie jest konieczna i nie wnosi ona z punktu widzenia klienta istotnej informacji. Autor sugeruje również, że może być ona wyłącznie rezultatem zwykłej ciekawości, którą – jak możemy się domyślać – ocenia raczej w tym kontekście negatywnie (Kliszcz 2007: 64–65).

J. Kliszcz zauważa również, że ewentualna regulacja niewiele zmieni w praktyce. Autor deklaruje więc, że nie wierzy w skuteczność regulacji rynku przez państwo (Kliszcz 2007: 63).

Wreszcie, skuteczność i korzystność istniejącego rozwiązania znajduje według J. Kliszcz swoje potwierdzenie właśnie w powszechności i ugruntowaniu w praktyce. Broker faktycznie działa w interesie klienta, wyszukując i negocjując najkorzystniejszą dla klienta ofertę. Gdyby było inaczej, zawód brokera upadłby bądź zmienił swoją formułę (Kliszcz 2007: 64). Zauważmy, że J. Kliszcz formułuje tu argument w paradygmacie etyki pragmatystycznej, pod którym mógłby się podpisać np. J. Dewey. Ugruntowanie pewnych praktyk w społeczeństwie i uznanie ich za obowiązujące stanowi więc co do zasady potwierdzenie ich moralnej poprawności.

\* \* \*

Obaj dyskutanci milcząco zakładają, że moralność brokera wobec klienta znajduje swój wyraz w działaniu na rzecz tego ostatniego. Również Kodeks Etyki Zawodowej Brokera akcentuje nadrzędność zobowiązań wobec klienta przed zobowiązaniami wobec innych interesariuszy, w tym również zakładu ubezpieczeń. W praktyce w dyskusjach na temat poprawności istniejących

rozwiązań prawnych zwraca się uwagę przede wszystkim na kwestie skutków danych rozwiązań dla klienta.

Analiza skutków czynu może być oparta bądź na empirycznych obserwacjach, bądź na pewnych modelowych rozważaniach. Stanowiska prezentowanych autorów różni ocena istniejącej praktyki, zwłaszcza wpływu braku jawności wynagrodzenia brokerskiego na rekomendacje brokera wydawane klientowi, a ostatecznie na poszanowanie interesów klienta. Dla J. Kliszczaka funkcjonujące w Polsce rozwiązania, analogiczne do przyjętych na dobrze rozwiniętych rynkach, co do zasady gwarantują wystarczającą ochronę klienta. Trudno nie zgodzić się z argumentacją autora, że klient ostatecznie jest zainteresowany zakresem ubezpieczenia oraz jego całkowitą ceną, a nie rozkładem poszczególnych składników ceny ubezpieczenia.

Argumentację J. Kliszczaka można rozbudować o argument prakseologiczny, wskazujący na zależność między sukcesem firmy w długim okresie, a jej troską o jakość świadczonych usług. Zależność ta wydaje się być szczególnie silna w przypadku firm doradczych, których reputacja i jej percepcja przez uczestników rynku jest jednym z najistotniejszych elementów sukcesu w długim okresie. Innymi słowy, z punktu widzenia interesów firm brokerskich działanie nieprofesjonalne, ukierunkowane wyłącznie na zysk w krótkim okresie, może przyczynić się do pogorszenia generalnego wizerunku firmy i porażki w dłuższym okresie. Co więcej, jeśli Kliszczak ma rację, tzn. istniejące praktyki generalnie zakładają poszanowanie interesów klienta, to jakiegokolwiek zmiany w prawie podejmowane ze względu na nieidealność prawodawstwa mogą w rzeczywistości więcej zaszkodzić, niż pomóc. Lepsza wydaje się bowiem ciągłość oparta na obyczaju niż nieustanna zmiana ustawodawstwa.

Z drugiej strony warto pamiętać o dawno zauważonej prawdzie, że im pełniejsza informacja uczestników transakcji i większa konkurencja, tym rynek jest doskonalszy i tym samym mamy większą pewność, że preferencje uczestników rynku są realizowane po niższych kosztach. Należy wobec tego oczekiwać, że wprowadzenie transparentności składników ceny ubezpieczenia przyczyniłoby się zapewne do obniżenia marż pośredników, czyli brokerów. Przede wszystkim jednak brokerzy zostaliby zmuszeni do intensyfikacji nie tyle konkurencji cenowej, ale konkurencji co do zakresu oferowanych usług brokerskich.

Wobec tego, jeśli przyjąć, że wprowadzenie jawności kurtażu przyczyniłoby się do obniżenia marż brokerów, to teza J. Kliszczaka wydaje się wątpli-

wa. Zmniejszenie jednego ze składników ceny całkowitej wpływa bowiem na zmniejszenie tej ceny. Tym samym istniejące szczegółowe rozwiązania prawne nie gwarantują w pełni realizacji ogólnych wzorców moralnych ustalonych przez ustawodawcę dla zawodu brokera. Dotyczy to przede wszystkim obowiązku reprezentowania pierwszoplanowo interesów klienta. Warto dodać, że postulat każdorazowego ujawniania wysokości prowizji brokerskiej klientowi – nawet mimo braku istnienia takiego obowiązku w prawie stanowionym – pojawia się również w środowisku brokerskim, choć jest on ze zrozumiałych względów niepopularny (Pokrzywniak 2005)<sup>3</sup>.

## BIBLIOGRAFIA

- Farmer M. 2005. *A Matter of Distinction*. „Best’s Review” XII, s. 76–77.
- Kowalik F. 2006. *Ludzie cienia*. „Forbes” nr 11, s. 54.
- Kliszcz J. 2007. *Jeszcze o transparentności wynagrodzeń brokerów*. „Prawo Asekuracyjne” nr 1, s. 63–67.
- Pokrzywniak J. 2005. *Więcej jawności i ostrożności*. „Gazeta Ubezpieczeniowa” 25 X, [http://www.gu.com.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=7764&Itemid=308](http://www.gu.com.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=7764&Itemid=308)
- Pokrzywniak J. 2003. *Zakres porady brokerskiej*. „Gazeta Ubezpieczeniowa”, lipiec–sierpień 2003.
- Sukiennik P. 2006. *Transparentność wynagrodzenia brokerskiego na tle prawa i praktyki rynkowej*. „Prawo asekuracyjne” nr 4, s. 4–11.
- Kodeks Etyki Zawodowej Brokera 1998 <http://www.polbrokers.pl/navigation/stowarzyszenie/kodeks.html>.
- Komentarz Komisji Etyki Zawodowej w sprawie stosowania kodeksu zasad etycznych przez brokerów 2001. <http://www.polbrokers.pl/navigation/stowarzyszenie/komentarzkez.html>.
- Ustawa z dn. 23 maja 2003 r. o pośrednictwie finansowym (DzU 2003, nr 124, poz. 1154).
- Ustawa z dn. 18 lutego 2005 r. o zmianie ustawy o pośrednictwie ubezpieczeniowym oraz niektórych ustaw (DzU 2005, nr 48, poz. 447).

---

<sup>3</sup> J. Pokrzywniak argumentuje, że wprowadzenie jawności prowizji zapobiegłoby niepotrzebnym podejrzeniom klienta o brak lojalności brokera.



Dominik Stanny  
*Katedra Etyki Społecznej i Politycznej*  
*Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego*

## IS THE POLISH MODEL OF INSURANCE MARKET MORALLY FAIR?

### S u m m a r y

The aim of this article is to present the problem of moral fairness of Polish insurance market. According to Polish law and Polish Brokers Code Of Conduct broker should act for the benefit of insured individuals. However, the fact that brokers are paid a *courtage* (broker fee) by insurers allows to doubt whether brokers always act genuinely for the benefit of their customers. Two different answers to the question were analysed: one suggested by P. Sukiennik and the other offered by J. Kliszcz. P. Sukiennik claims that broker fee must be transparent for clients. He thinks that the transparency results in lowering the total amount of commission and finally it increases the quality of brokerage. J. Kliszcz insists that nowadays regulation is sufficient in guarantying clients' interests. He maintains that a client is not interested in getting to know the broker fee, but in lowering the total price of service. From the ethical point of view one can say that both authors tacitly accept the utilitarian perspective. However, they judge differently the existing practices and thus give different prescriptions.

Key words: broker, agent, insurance market, brokers fee transparency