

Mariusz Chądryński

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

WYBRANE ZAGADNIENIA UBEZPIECZEŃ W DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW SEKTORA MSP

Streszczenie: W opracowaniu omówiono wybrane zagadnienia dotyczące ubezpieczeń w działalności małych i średnich przedsiębiorstw. W szczególności skupiono się na zmianach w formach i rodzajach ubezpieczeń zawieranych przez przedsiębiorstwa sektora MSP. Przedstawiono również zagadnienia związane ze specjalistycznymi usługami ubezpieczeniowymi oferowanymi tego rodzaju przedsiębiorstwom. Przedstawiono też rolę i znaczenie, jakie odgrywa segment małych i średnich przedsiębiorstw dla firm ubezpieczeniowych.

Słowa kluczowe: małe i średnie przedsiębiorstwa, ubezpieczenia, ubezpieczenia w działalności gospodarczej

1. Wstęp

Małe i średnie przedsiębiorstwa są uważane za jeden z głównych motorów rozwoju gospodarczego, przede wszystkim dzięki ich elastyczności i szybkości w dostosowywaniu się do zmiennych warunków w gospodarce. Przemawiają za tym dane liczbowe. W krajach o rozwiniętej gospodarce rynkowej małe i średnie przedsiębiorstwa dominują w liczebności ogółu przedsiębiorstw, mają duży udział w zatrudnianiu pracowników, wytwarzaniu PKB, handlu zagranicznym, działalności inwestycyjnej i innowacyjnej. Również w Polsce ten typ przedsiębiorstw wywiera znaczący wpływ na gospodarkę¹. Dzięki szybkiemu postępowi zmian strukturalnych po 1989 roku, kiedy to następowało przechodzenie od gospodarki centralnie planowanej do rynkowej, przedsiębiorstwa sektora MSP osiągnęły wysoką dynamikę wzrostu liczbowego. Rozwój przedsiębiorstw tego typu przyczynił się do wzrostu zatrudnienia, przez co nastąpił spadek bezrobocia w kraju. Zmiany dokonujące się w sektorze MSP spowodowały, że przedsiębiorstwa te stały się głównym motorem rozwoju gospodarczego Polski. Przedsiębiorstwa tego sektora prowadząc swoją działalność i chcąc ograniczyć ryzyko z tym związane, powinny się ubezpieczać – w szerokim znaczeniu tego

¹ P. Dominiak, *Sektor MSP we współczesnej gospodarce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 7, 39, 109.

słowa. Ubezpieczenia te nie powinny sprowadzać się tylko do ubezpieczeń środków trwałych, ale wykorzystywać szeroki wachlarz oferty rynkowej. Szczególnie należy zwrócić uwagę na ubezpieczenia od ryzyka prowadzonej działalności gospodarczej, zaś przede wszystkim – od ryzyka możliwości wystąpienia straty². Ubezpieczyciele powinni również dostrzegać potencjał tkwiący w całym sektorze małych i średnich przedsiębiorstw.

2. Ubezpieczenia w działalności małych i średnich przedsiębiorstw

Działalność gospodarza, a tym samym finanse firm – zwłaszcza małych i średnich przedsiębiorstw – są narażone na różnego rodzaju ryzyka spowodowane czynnikami losowymi lub zewnętrznymi. Wpływ na to ma również coraz większa specjalizacja przedsiębiorstw oraz działanie na rynkach niszowych. Przedsiębiorstwa powinny brać pod uwagę korzystne pakiety ubezpieczeniowe. Towarzystwa ubezpieczeniowe oferują wiele nowych produktów. Wśród nich znajdują się ubezpieczenia pakietowe, w tym również branżowe.

Jeszcze kilka lat temu ubezpieczenia dla firm z sektora małych i średnich przedsiębiorstw sprowadzały się głównie do ubezpieczenia mienia od ognia i kradzieży. Obecnie firmy kupują najczęściej m.in. ubezpieczenie sprzętu elektronicznego i nośników danych.

Wśród przedsiębiorców rośnie zainteresowanie zarówno majątkowymi pakietami podstawowymi, jak i skierowanymi do konkretnych branż. Produkty pakietowe często gwarantują szerszą ochronę i są bardziej zrozumiałe dla klientów – zgodnie z zasadą, że wszystko, co ubezpieczone, widnieje na jednej, a nie na kilku polisach.

Coraz więcej polis przeznaczonych dla przedsiębiorców sprzedawanych jest za pomocą kanału brokerskiego w sprzedaży ubezpieczeń dla firm z danego sektora. Generuje to rozwój oferty dla danego segmentu. Nadal jednak kluczowa jest sprzedaż przez sieć agencyjną. Natomiast w dalszym ciągu jako przyszłościowe pozostają inne możliwości kupowania ubezpieczeń, np. przez banki oraz kanały zdalne: Internet, telefon itp.

Systematycznie wzrasta zainteresowanie przedsiębiorców kupnem polis ubezpieczeniowych. Do najważniejszych czynników zwiększających zapotrzebowanie na polisy ze strony firm można zaliczyć:

1. Większe zainteresowanie nowymi ubezpieczeniami, które dotychczas nie były brane pod uwagę (np. z zakresu ubezpieczeń od odpowiedzialności cywilnej). Przedsiębiorcy – zwłaszcza z sektora MSP – coraz bardziej zdają sobie sprawę z zagrożeń i doceniają możliwość ochrony związanej z odpowiedzialnością cywilną (w tym np. z ubezpieczeniem OC za produkt). Taka forma zabezpieczenia finansów firmy, mimo że popularna w krajach bardziej rozwiniętych, a także bardzo korzystna dla przedsiębiorców, zwłaszcza na rynkach niszowych, w Polsce dopiero raczkuje.

² T.T. Karczmarek, *Ryzyko i zarządzanie ryzykiem. Ujęcie interdyscyplinarne*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2005, s. 57–58.

2. Wzrost zainteresowania ochroną przed ryzykami żywiołowymi, takimi jak: huragany, powodzie, ulewy, występującymi coraz częściej w naszym klimacie.

3. Wymóg wykupienia polisy ubezpieczeniowej stawiany przez kontrahentów współpracujących z firmą, który mobilizuje do ubezpieczenia się w szerszym zakresie.

4. Gwarancje ubezpieczeniowe wymagane przy uruchamianiu inwestycji współfinansowanych ze środków unijnych³.

Przy podejmowaniu decyzji o zakresie ubezpieczenia, a także przy wyborze firmy ubezpieczeniowej warto sprawdzić, czy oferuje ona następujące usługi:

1. Możliwość skorzystania z profesjonalnego doradcy, który będzie świadomy możliwości wystąpienia różnych zagrożeń w działalności danej firmy i będzie umiał jej to uświadomić, a także przedstawi jej kilka wariantów oferty ubezpieczeniowej.

2. Pakiety, ubezpieczenia branżowe, polisy indywidualne. Zainteresowanie firm pakietami ubezpieczeniowymi ciągle wzrasta. Ich elastyczność pozwala klientowi wybrać pakiet zgodny z potrzebami ochrony ubezpieczeniowej. Klienci jednak rzadko ufają ubezpieczycielowi. Jednocześnie nie wiedzą, czy pakiet jest wystarczający dla charakteru ich działalności. Z tych powodów oczekują często oferty zindywidualizowanej, która nie zawsze jest im potrzebna, natomiast jest znacznie droższa.

3. Bezpieczeństwo, wypłacalność, doświadczenie, proste i przejrzyste procedury ubezpieczenia i wypłaty ewentualnego odszkodowania⁴.

To nie cena, mimo że jest istotna, powinna być głównym czynnikiem decydującym o wyborze ubezpieczyciela, lecz wymienione trzy cechy. Z praktyki wynika, że przy wyborze firmy ubezpieczeniowej duże znaczenie dla klientów ma również wizerunek i rozpoznawalność marki.

Oferta firm ubezpieczeniowych skierowana do małych i średnich przedsiębiorstw powinna być prosta, a jednocześnie zaspokajając specyficzne potrzeby takich przedsiębiorców i uwzględniać ograniczone środki, które mogą oni przeznaczyć na ubezpieczenia. Rynek małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce jest bardzo zróżnicowany. Sama definicja poszczególnych segmentów jest również dość skomplikowana. Od 1 stycznia 2005 r., zgodnie z rozporządzeniem Komisji Europejskiej nr 364/2004 (Dz. Urz. WE L 63 z 28.02.2004), którego wymagania są uwzględnione w ustawie z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. nr 173, poz. 1807 z późn. zm.), istnieją następujące definicje MSP:

1. Mikroprzedsiębiorstwo to podmiot zatrudniający średniorocznie mniej niż 10 pracowników, a jego roczny obrót lub całkowity bilans nie przekracza 2 mln euro.

2. Małe przedsiębiorstwo to takie, które zatrudnia średniorocznie mniej niż 50 pracowników, z rocznym obrotem nieprzekraczającym 10 mln euro lub całkowitym bilansem nieprzekraczającym 10 mln euro.

³ <http://firma.wieszjak.pl/finanse-i-rozwoj/79166>.

⁴ Tamże.

3. Średnie przedsiębiorstwo to takie, które zatrudnia średniorocznie mniej niż 250 pracowników, z rocznym obrotem nieprzekraczającym 50 mln euro lub całkowitym bilansem nieprzekraczającym 43 mln euro.

Dodatkowo inni udziałowcy nie mogą mieć więcej niż 25% udziałów lub wkładów w przedsiębiorstwie⁵.

Należy podkreślić, że w Polsce w 2007 r. prawie 99,8% przedsiębiorstw zaliczanych było do sektora małych i średnich przedsiębiorstw, w tym prawie 95% firm określono jako mikroprzedsiębiorstwa. Mają one ponad 30% wkładu w tworzenie polskiego PKB. Prawie 70% pracujących w całym sektorze przedsiębiorstw funkcjonowało w ramach MSP. Jeśli chodzi o zatrudnionych, to wskaźnik ten wynosił prawie 65%. Również znaczący jest udział przedsiębiorstw sektora MSP w wartości eksportu i importu przedsiębiorstw ogółem (odpowiednio około 44% i 59%). Niekorzystnie natomiast wygląda proporcja między liczbą małych i średnich przedsiębiorstw zarejestrowanych a aktywnie działających. Według danych PARP na prawie 3 800 000 firm zarejestrowanych w Polsce tylko niewiele ponad 1 700 000 podmiotów działa aktywnie⁶.

Ubezpieczyciele, tworząc ofertę, powinni wprowadzić jako główne kryterium wartość majątku. Segment małych i średnich przedsiębiorstw należy też podzielić na podsegmenty. Mają one pogrupować klientów w taki sposób, aby można było proponować im określone produkty i rozwiązania.

3. Specjalistyczne usługi ubezpieczeniowe

Oprócz ubezpieczeń pakietowych, obejmujących podstawowe aspekty działalności firmy oraz jej mienie, ubezpieczyciele – zdając sobie sprawę z potężnego rynku generowanego przez sektor MSP – oferują mu coraz bardziej specjalistyczne usługi.

Coraz powszechniej dostępne są np. rozmaite ubezpieczenia techniczne, skierowane głównie do firm świadczących lub zlecających usługi budowlano-montażowe, do firm posiadających parki maszyn, linie technologiczne i zaawansowany sprzęt elektroniczny. Ubezpieczenia techniczne obejmują ubezpieczenia ryzyk budowlanych, montażowych, urządzeń i maszyn np. od kradzieży, od uszkodzeń czy nawet od szkód spowodowanych ich użytkowaniem.

Ubezpieczyć można także sprzęt elektroniczny (komputery, nośniki danych, sprzęt medyczny, urządzenia nawigacyjne i inne), jak również koszty odtworzenia danych. O ile polisy dotyczące robót budowlanych czy montażowych to z reguły polisy jednorazowe, o tyle w przypadku pozostałych ubezpieczeń technicznych są to umowy ciągłe.

⁵ Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. nr 173, poz. 1807 z późn. zm.

⁶ *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007–2008*, red. A. Żolnierski, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2009, s. 23-52.

Przedsiębiorcy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw coraz częściej korzystają także z usługi towarzyszącej ubezpieczeniom majątkowym, mianowicie z ubezpieczenia od utraty zysku. Są to tzw. polisy *Business Interruption* (BI). Takie polisy wykupują firmy, które mają raczej ustabilizowaną pozycję na rynku, ponieważ tylko wtedy jest to opłacalne, i obawiają się jej utraty w wyniku zdarzeń od nich niezależnych. Po zawarciu takiego ubezpieczenia, w przypadku wystąpienia szkody utrudniającej osiągnięcie przychodów normalnej wysokości, ubezpieczyciel wypłaca firmie odszkodowanie do wysokości zysków utraconych w wyniku tej szkody. Umowa takiego ubezpieczenia obejmuje nie tylko sam utracony zysk, ale również wartość części kosztów stałych, które firma poniosła, a których ze względu na powstałą szkodę nie wykorzystywała. Usługa ubezpieczenia od utraty zysku może być także elementem branżowego ubezpieczenia pakietowego.

Należy również wspomnieć o usłudze *bancassurance*, która polega na współpracy banków z firmami ubezpieczeniowymi. Tego rodzaju usługami najbardziej powinni być zainteresowani mali i średni przedsiębiorcy, zwłaszcza prowadzący firmy rodzinne. Usługa ta obejmuje głównie ubezpieczenia kredytu bankowego w zakresie niewywiązania się firmy z zaciągniętych w banku zobowiązań. Może również być powiązana z pakietem ubezpieczeniowym i obejmować dodatkowo np. ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków czy od utraty karty płatniczej.

Nie bez znaczenia jest również kwestia ułatwionego, dzięki ubezpieczeniom, startu firm z sektora małych i średnich przedsiębiorstw na rynku. Na początku przedsiębiorstwo ma z reguły trudności ze zdobyciem kredytów na działalność oraz gwarancji bankowych. Ubezpieczenie mienia i działalności stanowi tu pewnego rodzaju zabezpieczenie i gwarancję również dla instytucji kredytującej jego działalność. Szczególnie korzystna jest tu całościowa, pakietowa forma ubezpieczeń majątkowych. Należy dodać, że w krajach UE aż 80–90% małych i średnich przedsiębiorstw jest ubezpieczonych już w momencie rozpoczynania działalności⁷.

Małe i średnie przedsiębiorstwa w krajach Unii, szczególnie w krajach tzw. starej UE, czyli w krajach najbardziej rozwiniętych, bardzo często wybierają pakiety. I one właśnie są głównym składnikiem oferty produktowej. Rzadko obserwuje się indywidualnie modyfikowane oferty, jak również ingerencję w ten segment klientów brokerów ubezpieczeniowych, co ma miejsce na polskim rynku.

Ubezpieczenia są sprzedawane przez agentów, placówki oraz w znacznej mierze przez banki, a także izby, samorząd zawodowy lub organizacje branżowe, które dbają o właściwe programy ubezpieczeniowe dla swoich członków i zajmują się też dystrybucją produktów dla swojego środowiska. Nie bez znaczenia jest też działanie lokalnych samorządów w tym zakresie.

Minimum formalności oraz transparentne zapisy towarzyszą nie tylko umowie ubezpieczenia, ale także likwidacji szkód, zorganizowanej z myślą o małych i średnich przedsiębiorcach.

⁷ <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.

Duży nacisk położony na budowanie relacji z klientami powoduje, że pakiety i rozwiązania dla małych i średnich przedsiębiorstw uzupełniane są o tak zwane rozwiązania ekstra, benefity, np. *mini survey* – sprawdzenie, czy dach nie przecieka, czy zamontowano właściwy sejf, pomoc w dobraniu zabezpieczeń itp. Przedsiębiorcy unijni są bardzo lojalni. Relacje z klientem budowane są na lata, premiowany jest tak zwany *long term* – związanie się z ubezpieczycielem, dlatego nie obserwuje się tak częstych zmian ubezpieczyciela, jak ma to miejsce w Polsce.

4. Segment MSP przedmiotem zabiegów towarzystw ubezpieczeniowych

Od mniej więcej sześciu lat sektor małych i średnich przedsiębiorstw przyciąga szczególną uwagę towarzystw ubezpieczeniowych. Wiedząc o profitach, jakie może uzyskać ubezpieczyciel z tej grupy klientów, to zainteresowanie nie budzi żadnego zdziwienia, podobnie jak specjalnie przygotowane dla tego segmentu oferty. Stały się więc one standardem w propozycji produktowej wielu towarzystw. W przypadku PZU SA mamy do czynienia nawet z segmentacją branżową – specjalne pakiety dla aptek, hoteli itp.

Konkurencyjna Warta swoją ofertę konstruuje inaczej. Nie tworzy bowiem specjalnych pakietów branżowych. Jej produkt jest elastyczny i obejmuje różnorodne ryzyka dopasowane do potrzeb klienta. Pakiet Warty dla MSP obejmuje taką liczbę ryzyk, że dla każdej branży można przygotować indywidualnie dopasowaną umowę.

Pomiędzy ubezpieczycielami trwa swoisty wyścig, kto przygotuje atrakcyjniejszą ofertę dla małych i średnich przedsiębiorstw. Trudno się temu dziwić, biorąc pod uwagę wart 1,5 mld złotych rozwojowy segment. Gdyby udało się objąć ochroną ubezpieczeniową wszystkie firmy z sektora MSP, pozyskiwana z niego składka mogłaby wzrosnąć o 0,5–1 mld złotych⁸.

Kwota miliarda złotych przemawia do wyobraźni ubezpieczycieli, stąd ich mobilizacja. Jednak nie łatwo zgarnąć całą pulę. Na podstawie analiz przeprowadzanych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości można stwierdzić, że duża część powstających w Polsce firm upada w pierwszym okresie działalności. Szczególnie źle jest pod tym względem w mikrofirmach zatrudniających do dziesięciu osób. Połowa z nich upada przed drugim rokiem działalności. Należy dodać, że nad kupnem polisy firmy w Polsce zastanawiają się dopiero wtedy, gdy osiągną pewną stabilność.

Nie zmienia to faktu, że ubezpieczyciele mają duże pole do działania. W sektorze małych i średnich przedsiębiorstw co czwarta firma nie ma wykupionej żadnej polisy majątkowej, a 30% najmniejszych firm pozbawionych jest jakiegokolwiek ochrony ubezpieczeniowej. Jeśli chodzi o poziom niedoubezpieczenia wszystkich firm, to ten

⁸ <http://www.intertur.com.pl/content/view/407/87/lang/>.

odsetek wynosi 40%, co oznacza, że ochroną ubezpieczeniową jest objęte jedynie 60% majątku. Zatem polskie firmy z sektora MSP balansują na krawędzi ryzyka⁹.

Towarzystwa mają natomiast niewielkie pole manewru, jeśli chodzi o zmianę sposobu myślenia przedsiębiorców działających w sektorze MSP. Wynika to z faktu, iż małe przedsiębiorstwa koncentrują się głównie na przetrwaniu, a polisa zawsze jest dodatkowym kosztem.

Jest to oczywiste, biorąc pod uwagę wszechobecny minimalizm ubezpieczeniowy występujący w polskim biznesie. Według badań firmy Qualifact, przeprowadzonych w 2008 r. dla sektora MSP, jeśli firmy decydują się na jakąkolwiek polisę, to zazwyczaj jest to obowiązkowe OC komunikacyjne. Ubezpieczenie mienia od kradzieży lub ognia kupuje co drugi przedsiębiorca, a dobrowolne autocasco – co piąty. Powoduje to, że Polska wypada niekorzystnie w porównaniu z innymi krajami. Należy zauważyć, że w Europie Zachodniej polisa jest naturalnym elementem działalności przedsiębiorstwa. Jednak zdaniem przedstawicieli towarzystw obraz sytuacji ubezpieczeniowej sektora MSP nie jest tak negatywny. Sektor ten należy bowiem do najdynamiczniej rozwijających się w Polsce segmentów. Wzrost pozyskiwanej z niego składki wynosi nawet 20% w skali roku. Nie oznacza to jednak, że miliard złotych zostanie pozyskany z sektora MSP w ciągu roku czy dwóch lat. Należy zauważyć, że jeśli tempo rozwoju gospodarczego będzie rosnąć, to coraz więcej firm będzie się ubezpieczać, co z kolei będzie polem do działania dla ubezpieczycieli¹⁰.

Największy polski ubezpieczyciel PZU S.A. zapowiada, że chce w najbliższym czasie uzyskać poziom 50% udziału w rynku MSP i pozyskiwać z niego 1 mld złotych składki rocznie. Jednak konkurencja nie ma zamiaru się poddawać. Dzięki wprowadzeniu przez Wartę nowej oferty dla małych i średnich przedsiębiorstw towarzystwo zwiększyło w pierwszym półroczu bieżącego roku liczbę tego typu klientów o 17%. Jednak nie tylko perspektywa zwiększenia wpływów ze składki skłania towarzystwa do walki o ten sektor. Drugim, nie mniej istotnym powodem jest dbałość o stabilność własnego portfela¹¹. Największe przychody zyskuje się z umów ubezpieczenia klientów strategicznych, jednak żaden ubezpieczyciel nie chce opierać swojego portfela jedynie na klientach korporacyjnych. Wielkie firmy tworzą portfel podatny na wstrząsy. Strata jednego dużego klienta może mieć wyraźny wpływ na cały portfel. Natomiast portfel oparty na małych i średnich przedsiębiorstwach, dzięki ich liczebności i różnorodności, jest znacznie stabilniejszy.

Ubezpieczyciele przyznają, że raz ubezpieczone przedsiębiorstwo zaliczane do sektora MSP daje pieniądze z polisy przez długie lata. Przedsiębiorcy charakteryzują się bowiem dużym stopniem lojalności wobec raz wybranego towarzystwa. Firmy rzadko zmieniają ubezpieczycieli, a co więcej, chętnie lokują wszystkie swoje ubezpieczenia w jednym towarzystwie.

⁹ Tamże.

¹⁰ www.gu.com.pl.

¹¹ Tamże.

5. Podsumowanie

Należy się spodziewać, że rynek usług ubezpieczeń majątkowych dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w najbliższych latach będzie się gwałtownie rozwijał. Wynikać to może z jednej strony z rosnącej świadomości ubezpieczeniowej przedsiębiorców, z drugiej zaś – z warunków stawianych im przez kontrahentów. Mimo że większość firm stosuje tylko minimalny, wręcz obowiązkowy pakiet ubezpieczeniowy, ze względu na to, że jest to dodatkowy koszt prowadzenia działalności, to w coraz większym zakresie zaczynają one dostrzegać specjalistyczne usługi ubezpieczeniowe. Z całą pewnością można oczekiwać rozwoju tego typu usług kierowanych do poszczególnych podsegmentów sektora MSP. Co za tym idzie, firmy ubezpieczeniowe powinny dokonać głębszej segmentacji sektora małych i średnich przedsiębiorstw, uwzględniając nie tylko główne kryterium, jakim jest wartość majątku, ale również wiele innych, specyficznych cech, jak choćby branże, w jakich działa dana firma. Wobec faktu, że poziom niedoubezpieczenia wszystkich firm z sektora MSP wynosi 40%, istotnym wydaje się fakt prowadzenia szerokiej kampanii uświadamiającej i informującej o możliwościach tkwiących w ubezpieczeniach prowadzonej działalności gospodarczej. Przy czym należy zwrócić uwagę na fakt zauważony przez wszystkie towarzystwa ubezpieczeniowe, że mimo dużej konkurencji produkty ubezpieczeniowe muszą być proste, a wszelkie formalności powinny być sprowadzone do minimum, szczególnie te w zakresie likwidacji szkód klientów zaliczanych do segmentu małych i średnich przedsiębiorstw. Z całą pewnością nie bez znaczenia, szczególnie dla firm ubezpieczeniowych, jest fakt, iż rozwojowy segment MSP wart jest około 1,5 mld złotych.

Literatura

1. Dominiak P., *Sektor MSP we współczesnej gospodarce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
2. Grzebieniak A., *Świadomość ubezpieczeniowa konsumenta jako warunek lojalności wobec zakładu ubezpieczeń*, w: *Studia Gdańskie. Wizje i rzeczywistość*, tom V, Wydawnictwo Gdańskiej Wyższej Szkoły Humanistycznej, Gdańsk 2008.
3. Handschke J., *Polskie doświadczenia w formowaniu i rozwoju rynku ubezpieczeń – wybrane aspekty*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” 2009, nr 3.
4. Karczmarek T.T., *Ryzyko i zarządzanie ryzykiem. Ujęcie interdyscyplinarne*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2005.
5. *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000–2001*, red. W. Dzierżanowski, A. Tokaj-Drzewska, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2002.
6. *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007–2008*, red. A. Żołnierski, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2009.
7. Ustawa z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. 2004, nr 173, poz. 1807 z późn. zm.

8. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>, strona internetowa Europejskiego Urzędu Statystycznego EURO-STAT.
9. <http://firma.wieszjak.pl/finanse-i-rozwoj/79166>, strona internetowa Wieszjak.pl, ABC Firmy, Biznes.
10. <http://www.intertur.com.pl/content/view/407/87/lang/>, strona internetowa Zakładu Usług Ubezpieczeniowych Inter-Tur Sp. z o. o. multiagencja ubezpieczeniowa.
11. www.gu.com.pl, strona internetowa gazety ubezpieczeniowej.

CHOSEN ISSUES OF INSURANCE WITH THE ACTIVITY OF COMPANIES OF THE SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESS SECTOR

Summary: The study presents chosen issues applying to insurance in the operations of small and medium enterprises. In particular they concentrate on changes in forms and types of insurance by enterprises of the small and medium-sized business sector. Issues connected with specialist insurance services offered to that kind of enterprises are also addressed. It also presents the role and meaning of a section of small and medium enterprises for insurance companies.