**Firma bez polityki zarządzania ryzykiem nie zostanie ubezpieczona?**

* **Z danych Aon Polska wynika, że tylko 44 proc. firm w kraju ma sformalizowaną politykę zarządzania ryzykiem. To wzrost o 13 proc. względem 2021 r., ale wciąż mniej niż połowa.**
* **Podejście do zarządzania ryzykiem w biznesie w Polsce wciąż nie nadąża za resztą Europy i światem.**
* **Jednym z elementów zarządzania ryzykiem w firmie jest zakup ubezpieczeń.**
* **Najczęściej kupowanymi ubezpieczeniami są: OC pracodawcy, w dalszej kolejności OC komunikacyjne z tytułu prowadzonej działalności, za produkt lub usługę, a także ubezpieczenie na życie, mienia i utraty zysku.**

Przed działającymi w Polsce firmami wciąż wiele pracy w zakresie świadomego zarządzania ryzykiem. Z raportu Aon za 2023 r. „Globalne badanie zarządzaniem ryzkiem” wynika, że choć w 72 proc. z nich obowiązuje polityka zarządzania ryzykiem, to tylko w 44 proc. jest to polityka formalna. Oznacza to wzrost o 13 proc. w porównaniu z 2021 r. Jednak względem wyników globalnych nadal te liczby nie wydają się spektakularne. Na świecie aż 88 proc. firm deklaruje posiadanie wdrożonej polityki zarządzania ryzykiem, a formalnie 64 proc. Różnice w podejściu firm działających w kraju oraz tych globalnych widać również w kwestii posiadania wyodrębnionych w tym celu departamentów. W Polsce ma je 47 proc. przedsiębiorstw, na świecie 73 proc. W kraju także jedynie ¼ firm mierzy łączne koszty ryzyka ubezpieczalnego, globalnie – blisko połowa.

- *W przeważającej większości firm np. o wyborze ryzyk do ubezpieczenia decyduje CFO, czasem księgowa – ponieważ jest to koszt przedsiębiorstwa. Zdarza się, że ubezpieczenia nadal podlegają działowi administracyjnemu. Już po takim przyporządkowaniu widać, że tematyka ubezpieczeń to bardziej kwestia finansowa niż oddziałowująca na zarządzanie ryzykiem. Nasze badanie wyraźnie pokazuje, że firmy w Polsce wciąż w mniejszym stopniu zajmują się kwestiami związanymi z zarządzaniem ryzykiem niż ma to miejsce w innych częściach Europy i świata. Można powiedzieć, że w Polsce niższa jest świadomość mechanizmów radzenia sobie z zagrożeniami biznesowymi. W pierwszej kolejności zwraca się także uwagę na nieco inne ryzyka* – mówi Sylwia Kozłowska, Chief Broking Officer, Aon Polska.

Aon Polska przygotował listę 10 ryzyk, które firmy działające w Polsce najczęściej chcą obejmować ubezpieczeniem:

* OC pracodawcy
* OC komunikacyjne
* OC z tytułu prowadzonej działalności
* Ubezpieczenie mienia i utraty zysku
* OC za produkt/usługę
* Ubezpieczenie na życie
* Terroryzm
* Ubezpieczenie należności handlowych
* Gwarancje
* Produkty finansowe

**Ubezpieczyciele nie chcą ubezpieczać źle zarządzanych firm**

Umowy ubezpieczenia to ważny element procesu zarządzania ryzykiem ze względu na jego częściowy transfer na ubezpieczyciela i przeniesienie ciężaru finansowego w formie wypłaty odszkodowania za powstałą szkodę. Jednak polisa nie jest lekiem na całe zło, a ubezpieczyciele mają świadomość ryzyka związanego z ubezpieczaniem nieprawidłowo zarządzanych firm – generuje to zwiększone prawdopodobieństwo powstania szkody.

- *Zdarza się, że brak wdrożonej polityki zarządzania ryzykiem w firmie uniemożliwia zawarcie umowy ubezpieczenia. Stąd też po stronie ubezpieczycieli pojawiają się oczekiwania i rekomendacje, by to prawdopodobieństwo zmniejszyć poprzez wdrożenie różnego rodzaju systemów, procedur czy szkoleń. Część ubezpieczycieli ma w swojej filozofii szerzenie wiedzy z zakresu zarządzania ryzykiem i realizują te cele poprzez swoje spółki córki oddelegowane do tych zadań. Coraz częściej podejmują dialog z klientami i zachęcają do podejmowania innych działań w obrębie zarządzania ryzykiem niż tylko poprzez wykupienie polisy. Coraz popularniejsze jest zatrudnianie inżynierów ryzyka przez brokerów i poszerzanie serwisu brokerskiego o usługi inżynieryjne. Dokonują oni tzw. wizyty ryzyka przed zawarciem umowy ubezpieczenia i często zwracają uwagę na konieczność wdrażania niektórych rozwiązań dotyczących zarządzania ryzykiem. Przykładem może być plan ciągłości działania (BCP – business continuity plan). Tylko niewielki odsetek firm posiada go przed wizytą* – wyjaśnia Sylwia Kozłowska, Aon Polska.