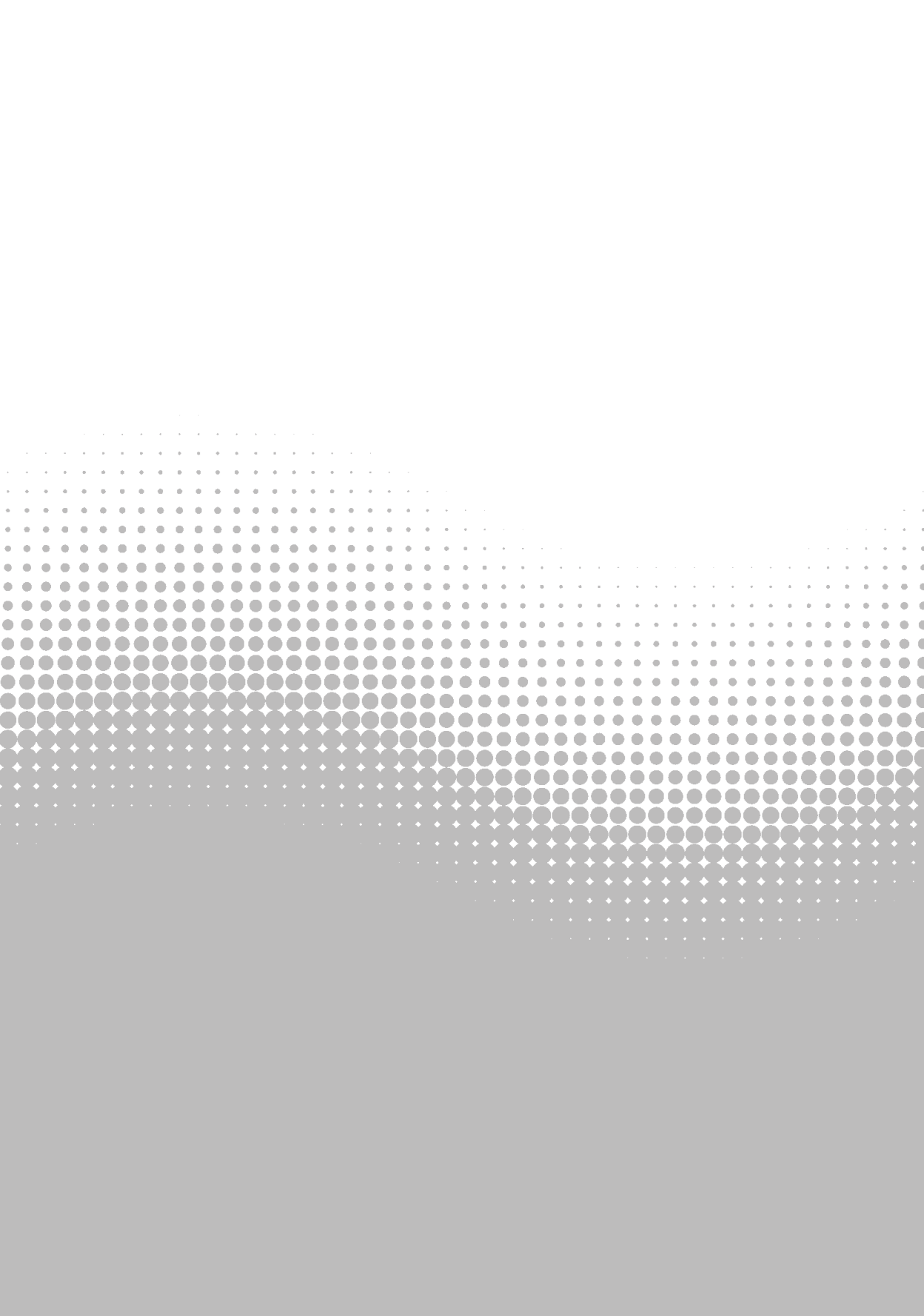


Ochrona klienta na rynku ubezpieczeniowym

STUDIUM PUBLICZNOPRAWNE



Ochrona klienta na rynku ubezpieczeniowym

STUDIUM PUBLICZNOPRAWNE

ALDONA PIOTROWSKA



Wydawnictwo Naukowe
SCHOLAR
Warszawa 2019

Recenzje:

prof. dr hab. Anna Walaszek-Pyziół
dr hab. Katarzyna Małysa-Sulińska

Redaktor prowadzący:

Michał Zgutka

Redakcja i korekta:

Beata Stełęgowska

Projekt okładki:

Maryna Wiśniewska

Ilustracja na okładce:

Fotolia/mark.f

Copyright by Wydawnictwo Naukowe Scholar Sp. z o.o., Warszawa 2019

Publikacja dofinansowana przez Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

ISBN 978-83-65390-18-9

Wydawnictwo Naukowe Scholar Spółka z o.o.
ul. Wiślana 8 (róg Browarnej), 00-317 Warszawa
tel./fax 22 692 41 18; 22 826 59 21; 22 828 93 91
dział handlowy: jak wyżej w. 108
e-mail: info@scholar.com.pl
www.scholar.com.pl

Wydanie pierwsze

Skład i łamanie: *Beata Stełęgowska*

Druk i oprawa: *Mazowieckie Centrum Poligrafii, Marki*

Spis treści

Wykaz ważniejszych skrótów	11
Wstęp	17
1. Rola administracji gospodarczej w kształtowaniu ładu na rynku finansowym – nowa równowaga między administrującym a administrowanymi ..	27
1.1. Geneza zmian roli administracji gospodarczej	27
1.2. Aksjologiczne uwarunkowania tworzenia instrumentów ochrony klientów instytucji finansowych. Dobro wspólne a wartości prawnie chronione	30
1.3. Determinanty prawidłowego funkcjonowania rynków finansowych	38
1.4. Funkcje instytucji finansowych a tzw. usługi hybrydowe	46
1.5. Ryzyko gospodarcze a zmiana roli administracji gospodarczej	53
1.6. Podsumowanie	58
2. Ochrona klientów na rynku ubezpieczeniowym jako zadanie publiczne ..	60
2.1. Pojęcie zadania publicznego	60
2.2. Nowy paradygmat regulacyjny i nadzorczy – tzw. konsensus bazylejski ..	81
2.3. Konsument jako podmiot polityki konsumenckiej	83
2.4. Pojęcie i normatywne znaczenie klauzuli generalnej interesu publicznego w regulacjach dotyczących rynku ubezpieczeniowego	91
2.4.1. Interes publiczny jako przesłanka działań administracji	91
2.4.2. Interes ubezpieczających, ubezpieczonych, uprawnionych z umów ubezpieczenia, uposażonych lub beneficjentów, jako przesłanka działań organów administrujących	93
2.4.3. Interes publiczny w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów	102
2.5. Podsumowanie	103
3. Pojęcie klienta w relacjach z przedsiębiorcą na rynku ubezpieczeniowym.	106
3.1. Klient jako podmiot ochrony w rozporządzeniach ustanawiających Europejskie Urzędy Nadzoru	106
3.2. Klient jako podmiot ochrony w dyrektywach i rozporządzeniach sektorowych	110
3.3. Podmioty ochrony w regulacjach krajowych w Polsce	122

3.4. Pojęcia klienta i konsumenta w wybranych porządkach prawnych państw UE po implementacji dyrektywy IDD	142
3.5. Uczestnik rynku finansowego – podmiot ochrony czy podmiot administrowany?	144
3.6. Instytucja finansowa jako podmiot administrowany	148
3.7. Podsumowanie	160
4. Otoczenie instytucjonalne ochrony klientów na rynku ubezpieczeniowym	164
4.1. Zagadnienia wprowadzające	164
4.2. ESNF	172
4.2.1. Geneza, struktura organizacyjno-prawna oraz cele	172
4.2.2. Rozkład kompetencji nadzorczych w ramach ESNF i zakres podmiotowy stosunków prawnych nadzoru	180
4.3. Europejska Sieć Konkurencji (<i>European Competition Network</i>) i sieć Europejskich Centrów Konsumentkich (ECC-Net)	185
4.4. Rzecznik finansowy	190
4.5. Organy ochrony danych osobowych – wzmianka	191
4.6. Inne organy oraz podmioty wykonujące funkcje administracji	194
4.7. Podsumowanie	197
5. Istota i cechy publicznoprawnych instrumentów ochrony klientów na rynku ubezpieczeniowym	199
5.1. Istota publicznoprawnych instrumentów ochrony klientów na rynku ubezpieczeniowym	199
5.1.1. Obowiązek publicznoprawny jako instrument ochrony	202
5.1.2. Prawne formy działania o charakterze władczym oraz instrumenty nieformalne	208
5.2. Cechy publicznoprawnych materialnoprawnych instrumentów ochrony klientów na rynku ubezpieczeniowym	210
5.3. Model publicznoprawnej ochrony klientów na rynku ubezpieczeniowym	214
5.4. Klasyfikacja publicznoprawnych instrumentów ochrony klientów na rynku finansowym	218
5.4.1. Kryterium: realizacja funkcji administracji	218
5.4.2. Kryterium: stopień imperatywności oddziaływania na przedsiębiorcę i procesy gospodarcze	223
5.4.3. Kryterium: źródło powstania danego instrumentu prawnego	225
5.4.4. Kryterium: moment wystąpienia zagrożenia interesu publicznego	225
5.4.5. Kryterium: zakres właściwości organu	226
5.4.6. Kryterium: rodzaj realizowanego celu – instrumenty samoistne i niesamoistne	227
5.4.7. Kryterium: sposób oddziaływania – bezpośredni lub pośredni	227
5.5. Podsumowanie	227

6. Rola informacji w publicznoprawnej ochronie klienta na rynku ubezpieczeniowym	232
6.1. Asymetria informacji w relacjach klient–przedsiębiorca jako przesłanka ochrony klienta	232
6.2. Podmioty zobowiązane do realizacji obowiązków informacyjnych i charakterystyka obowiązków informacyjnych	234
6.3. Publicznoprawne obowiązki informacyjne w relacji klient–przedsiębiorca na rynku ubezpieczeniowym	238
6.3.1. Przedkontraktowe obowiązki informacyjne	245
6.3.2. Obowiązki informacyjne dotyczące umowy ubezpieczenia	275
6.3.3. Obowiązki dotyczące publicznego ujawniania informacji przez zakład ubezpieczeń	280
6.4. Publicznoprawne obowiązki informacyjne w relacji przedsiębiorca–organ administracji	281
6.4.1. Publicznoprawne obowiązki informacyjne zakładów ubezpieczeń związane ze współpracą z dystrybutorami ubezpieczeń	282
6.4.2. Obowiązek udzielenia organowi administracji wyjaśnień i informacji przez przedsiębiorcę	284
6.4.3. Obowiązki publicznoprawne innych podmiotów jako instrument ochrony klienta	285
6.5. Przekazywanie informacji przez organ administrujący	288
6.5.1. Obowiązek informowania obywateli przez administrację	288
6.5.2. Współpraca informacyjna organów nadzoru i ochrony	292
6.5.3. Prowadzenie rejestrów przez KNF	300
6.5.4. Ostrzeżenia publiczne KNF i innych właściwych organów nadzoru	304
6.5.5. Edukacja finansowa	306
6.6. Podsumowanie	308
7. Instrumenty ochrony klientów o charakterze nadzorczym lub reglamentacyjnym, przysługujące KNF jako organowi właściwemu państwa macierzystego	312
7.1. Pojęcie reglamentacji gospodarczej – wzmianka	312
7.2. Zezwolenie na rozpoczęcie działalności gospodarczej oraz inne wymogi dotyczące podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej na rynku ubezpieczeniowym	315
7.3. Ochrona klientów na rynku ubezpieczeniowym przez działania nadzorcze	329
7.4. Środki bieżącego nadzoru ubezpieczeniowego KNF stanowiące instrumenty ochrony klientów	343
7.4.1. Cofnięcie zezwolenia na wykonywanie działalności	344

7.4.2. Ograniczenie lub zakaz wprowadzania do obrotu, dystrybucji lub sprzedaży określonych produktów. Zakaz posługiwania się nieprawidłowym KID	347
7.4.3. Zakaz prowadzenia działalności gospodarczej	353
7.4.4. Zakaz korzystania z usług danego pośrednika ubezpieczeniowego	355
7.4.5. Sankcje za niewykonanie obowiązku informacyjnego przez zakład ubezpieczeń, dotyczącego współpracy z agentem ubezpieczeniowym	356
7.4.6. Sankcje za niewykonanie obowiązku informacyjnego udzielenia organowi administracji przez przedsiębiorcę wyjaśnień i informacji	358
7.4.7. Sankcje za naruszenie przez dystrybutorów ubezpieczeniowych lub reasekuracyjnych obowiązków lub wymogów dotyczących umów ubezpieczenia, określone w u.d.u.	363
7.4.8. Sankcje za naruszenie przez dystrybutorów ubezpieczeniowych lub reasekuracyjnych innych obowiązków i wymogów określonych w u.d.u.	365
7.4.9. Ubezpieczeniowe normy ostrożnościowe i nadzór nad ich przestrzeganiem	368
7.4.10. Zakaz outsourcingu funkcji należących do systemu zarządzania oraz podstawowych ważnych czynności	375
7.4.11. Inne obowiązki publicznoprawne przedsiębiorcy jako instrumenty ochrony klienta na rynku ubezpieczeniowym i sankcje za ich naruszenie.	376
7.4.12. Instrumenty nadzoru akcjonariatu zakładów ubezpieczeń lub zakładów reasekuracji	381
7.4.13. Instrumenty dotyczące likwidacji zakładu ubezpieczeń lub reasekuracji	387
7.5. Niewładcze instrumenty działania KNF	388
7.5.1. Rekomendacje i wytyczne KNF dla sektora ubezpieczeniowego ...	388
7.5.2. Indywidualne wystąpienia nadzorcze, wskazania informacyjne oraz zalecenia KNF. Polubowne załatwianie sporów	391
7.6. Podsumowanie	397
8. Instrumenty ochrony klienta przysługujące organowi nadzoru państwa przyjmującego oraz instrumenty przysługujące Europejskim Urzędowi Nadzoru	401
8.1. Instrumenty nadzoru „zależne”, tzw. instrumenty delegowane, instrumenty samodzielne	401
8.2. Inne instrumenty przysługujące właściwym organom państwa przyjmującego	406

8.2.1. Monitorowanie rynku i praktyk przedsiębiorców	406
8.2.2. Publikacja decyzji właściwych organów w sprawie naruszeń	408
8.3. Instrumenty i uprawnienia unijne przysługujące Europejskim Urzędowi Nadzoru i ERRS	409
8.3.1. Ostrzeżenia i zalecenia Europejskiej Rady Ryzyka Systemowego (ERRS)	412
8.3.2. Zalecenia, wytyczne, wiążące standardy techniczne EUN	414
8.3.3. Instrumenty stosowane w sytuacjach nadzwyczajnych	419
8.3.4. Instrumenty prawne przysługujące EIOPA	426
8.4. Podsumowanie	430
9. Instrumenty ochrony klienta, przysługujące krajowym, samoistnym organom ochrony – wzmianka	432
9.1. Instrumenty ochrony konsumenta stosowane przez Prezesa UOKiK	432
9.1.1. Instrumenty nadzoru stosowane przez Prezesa UOKiK jako instrumenty ochrony zbiorowych interesów konsumentów	435
9.1.2. Szczególne działania informacyjne Prezesa UOKiK	456
9.1.3. Istotny pogląd w sprawie	459
9.2. Instrumenty ochrony konsumenta stosowane przez powiatowego rzecznika praw konsumentów	461
9.3. Instrumenty ochrony klienta przysługujące rzecznikowi finansowemu	462
9.4. Podsumowanie	465
Zakończenie	468
Bibliografia	483