
Zaufanie jako element etyki zakładów ubezpieczeń na życie

Autor: Stanisław Wieteska

Artykuł opublikowany w „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2009, vol. 12, nr 1, s. 135-140

Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie

Stable URL: http://www.annaesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2009/2009_01_wieteska_135_140.pdf

Trust as Part of Business Ethics in Life Insurance Company

Author: Stanisław Wieteska

Source: 'Annales. Ethics in Economic Life' 2009, vol. 12, nr 1, pp. 135-140

Published by Lodz Archdiocesan Press

Stable URL: http://www.annaesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2009/2009_01_wieteska_135_140.pdf

© Copyright by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2009

© Copyright by Stanisław Wieteska

Zaufanie jako element etyki zakładów ubezpieczeń na życie

1. Wstęp

W warunkach rynkowej działalności ubezpieczeniowej ważną rolę odgrywają nie tylko kategorie ekonomiczne ale i społeczne. Społeczna strona zawieranych kontaktów ubezpieczeniowych rzadko bywa przedmiotem analiz, dyskusji i opracowań.

Spośród szerokiej problematyki społecznej na pierwszoplanowe miejsce zajmuje zagadnienie zaufania do zakładu ubezpieczeń.

Tematyka dostrzegana jest praktycznie w każdej czynności ubezpieczeniowej, wykonywanej przez zakład ubezpieczeń.

Celem tego artykułu jest prezentacja podstawowych elementów tworzenia klimatu zaufania do zakładów ubezpieczeń.

Obszarem badań są zakłady ubezpieczeń na życie, które zawierają długoterminowe umowy ubezpieczeń na życie. Potrzeba wzajemnego zaufania stanowi fundament obustronnych korzyści.

Artykuł napisany w oparciu o dostępną literaturę przedmiotu.

2. Pojęcie zaufania publicznego

Kategorię zaufania publicznego określa się jako pewien stan przekonań społecznych. Występuje ona w transakcjach gospodarczych. „Są to prawidłowe oczekiwania działań innych ludzi, którzy wpływają na wybór naszego działania w sytuacji, w której nasz wybór musi być dokonany przed możliwością monitorowania innych osób”¹. Z kolei F. Fukuyama określa zaufanie jako mechanizm oparty na założeniu, że innych członków danej społeczności cechuje uczciwe i kooperatywne zachowanie oparte na wspólnie wyznawanych normach². Jego zdaniem kapitał zaufania umożliwia współpracę, usprawnia komunikację oraz łączy ludzi.

Z kolei J. Moczydłowska mówi, że „zaufanie to postawa oparta na założeniu, że innych uczestników gospodarowania lub innego procesu społecznego charakteryzuje uczciwa

¹ P. Masiukiewicz, *Zaufanie a stratyfikacja firm*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” 2007, nr 2, s. 47.

² F. Fukuyama, *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, Ossolineum, Warszawa–Wrocław 1997, s. 38.

skłonność do współpracy, oparta na wspólnie podzielonych normach wewnętrznych i zewnętrznych”³.

Jej zdaniem zaufanie wiąże się z przeciwstawnym pojęciem które interpretowane jest w zestawieniu z pojęciem nieufność. Opozycję tę – jej zdaniem – należy traktować jako swoiste przewidywanie przyszłych i obciążonych ryzykiem działań.

3. Pomiar zaufania. Wyniki badań

Problem mierzenia zaufania do zakładów ubezpieczeń jest ważny zarówno dla ubezpieczonych jak i dla ubezpieczycieli. Poziom zaufania może być mierzony bezpośrednio lub pośrednio.

Bezpośredni poziom zaufania może być wykonany za pomocą skonstruowanych wywiadów czy ankiet. Pośredni sposób może być mierzony poprzez skutki jego występowania. Do tych skutków można zaliczyć nagły wzrost lub spadek liczby ubezpieczających się, spadek liczby zawartych umów ubezpieczenia czy też spadek rozmiarów składki przypisanej.

Oprócz powyższych sposobów możemy badanie zaufania publicznego zaliczyć do systemu finansowego, a w tym i zakładów ubezpieczeń.

Należy podkreślić, że proces zaufania publicznego nie odbywa się nagle, lecz stopniowo i jest to proces wieloletni.

4. Poziom zaufania klient – zakład ubezpieczeń

Między ubezpieczonym a zakładem ubezpieczeń powinno występować zaufanie. Zaufanie można podzielić umownie na cztery poziomy.

Pierwszy poziom zaufania określić można jako słaby, gdzie obie strony umowy ubezpieczenia nie są związane formami obowiązujących kontaktów, zabezpieczeń. Rolę tę spełniają w pełni agenci ubezpieczeniowi. Taki słaby poziom kontaktów obserwować możemy w ubezpieczeniach krótko terminowych, np. do 1 roku w ubezpieczeniach majątkowo-osobowych.

Drugi poziom zaufania można określić jako przeciętny, gdzie jedna ze stron kontaktów ubezpieczeniowych poddaje się przypadkowej (losowej) kontroli. Takie sytuacje występują gdy zakład ubezpieczeń obejmuje ochroną obiekty narażone na podwyższone działania zagrożenia jako źródła ryzyka, np. fabryki, magazyny, przewóz materiałów niebezpiecznych itp.

Są to najczęściej umowy również krótko terminowe do 1 roku.

Poziom wysokiego zaufania możemy obserwować w kontaktach ubezpieczeń wielokrotnie wznawianych. Do nich możemy zaliczyć m.in. ubezpieczenia grupowe, ubezpieczenia społeczne, ubezpieczenia zdrowotne. Wysoki poziom zaufania dostrzegamy w przypadku Towarzystwa Ubezpieczeń Wzajemnych (TUW).

Towarzystwa wzajemnie działają na zasadzie wzajemności.

³ J. Moczydłowska, *Zaufanie a partycypacja pracowników*, „Kwartalnik o Przedsiębiorstwie” 2007, nr 2.

Ostatni, najwyższy poziom zaufania, obserwujemy w umowach ubezpieczenia na życie, umowach ubezpieczeń emerytalnych.

W omawianych ubezpieczeniach są to kontakty terminowe wieloletnie (okresowe), czy też bezterminowe. Obie strony kontraktów ubezpieczeń na życie, mają możliwość – a nawet obowiązek – wzajemnej kontroli.

W tym aspekcie wchodzi w grę: wysoka odpowiedzialność, wizerunek, renoma zakładu ubezpieczeń. Każdy zakład ubezpieczeń to instytucja publiczna, obsługująca wielu klientów.

Powszechnie wiadomo, że jedne zakłady ubezpieczeń cieszą się większym a inne mniejszym zaufaniem wśród ubezpieczonych. O tym decyduje wiele czynników, do których m.in. można zaliczyć: wcześniejsze doświadczenia z danym zakładem ubezpieczeń, profesjonalizm pośredników ubezpieczeniowych, poziom ochrony prawnej, stopień wypłacalności, kultura obsługi, rzetelność likwidacji szkód itp. W aneksie do Białej Księgi Unii Europejskiej podkreślono, że instytucje finansowe (w tym ubezpieczeniowe) nie mogą funkcjonować bez zaufania publicznego.

W przypadku ubezpieczeń na życie widzimy wyraźnie proces powierzenia pieniędzy (ciężko zapracowanych przez klientów) zakładowi ubezpieczeniowemu z przekonaniem, że będą bezpieczne, dobrze chronione tajemnicą, przynoszące w przyszłości korzyści, które zabezpieczą byt w przyszłości w przypadkach losowych przez świadczenie jednorazowe lub wielokrotne (emerytury).

Warto także zwrócić uwagę, że poziom zaufania zależy także od wielkości (firmy) zakładu ubezpieczeń.

W Polsce posiadamy małe zakłady ubezpieczeń tzn. TUW i duże zakłady ubezpieczeń – spółki akcyjne. Pierwsze są non profitowe, drugie skierowane na zyski. W przypadku małych zakładów ubezpieczeń (TUW), poziom zaufania z pewnością będzie większy niż w dużych. Wynika to z faktu, że małe zakłady ubezpieczeń są łatwiejsze w procesie zarządzania. Duże zakłady ubezpieczeń cechuje „drapieżny charakter”, chęć dominacji na rynku, przewaga skali, monopolistyczna pozycja.

5. Etyczne elementy zaufania do zakładów ubezpieczeń

Zaufanie klientów do zakładu ubezpieczeń jest wartością niematerialną, wspomagającą konkurencyjność na rynku. Zakłady ubezpieczeniowe dzięki tej wartości budują swoją wiarygodność pozyskując i umacniając w ten sposób zaufanie do ubezpieczonych. Zaufanie nie jest czymś z góry danym na okres bezterminowy. Jest ono zmienne w czasie, nie można go kupić. Budowanie zaufania jest procesem długotrwałym a jego utrata procesem natychmiastowym.

Drugim takim elementem jest kapitał zaufania do zakładu ubezpieczeń na życie. Budowa tego kapitału jest procesem wszystkich ubezpieczonych klientów. Jest to kapitał tak długo istniejący aż do ostatniego zmarłego ubezpieczonego.

Trzecim elementem jest traktowanie zaufania jako elementu tradycji i kultury. W Polsce posiadamy dwa zakłady ubezpieczeń na życie PZU i Wartę, które realizują własne odrębne zachowania społeczne w zakresie ubezpieczeń na życie.

Wieloletnia działalność powoduje, że statystyczny klient, zapytany, łatwo wymienia właśnie te zakłady. Warto także podkreślić, że oba te zakłady funkcjonowały w różnym

otoczeniu politycznym, społecznym i ekonomicznym. Zmieniała się tylko ich strategia działania, kadra menedżerska pełniąca funkcje właścicielskie, stabilność działania, to trwały związek ich rozwoju z rozwojem gospodarczym Polski.

Czwarty element to połączenie etyki z działaniami praktycznymi. Mamy tutaj na myśli zbiór norm i zasad w zakresie przejrzystego funkcjonowania, a także wiarygodnych metod takich aby były godne naśladowania przez inne zakłady ubezpieczeń.

Ubezpieczonych należy traktować uczciwie i sprawiedliwie. Zakład ubezpieczeń jest dla ubezpieczonych klientów a nie odwrotnie. Kultura wysokiego zaufania jest budowana gdy istnieją wspólne jasno zdefiniowane wartości, gdy nie ma przymusu, lecz dąży się do konsensusu a konflikty nie są dławione ale na bieżąco rozwiązywane.

6. Przykłady utraty zaufania w ubezpieczeniach na życie

W Polsce w ubezpieczeniach na życie spotykamy się z kryzysem zaufania.

Pierwszy przykład utraty zaufania w ubezpieczeniach na życie spotykamy pod koniec lat 90-tych kiedy występują wypłaty z polis posagowych zawartych w latach 1978–1980⁴. Okazało się, że na skutek hiperinflacji z lat 1991–1993 a następnie denominacji, wartość wypłaconych świadczeń była symboliczna po 20 latach systematycznego wpłacania na ubezpieczenie posagowe. Dopiero wkroczenie na drogę postępowania sądowego urealniało wartość wypłacanych świadczeń.

Drugi przykład utraty zaufania w ubezpieczeniach na życie spotykamy w latach 2001–2003, kiedy następuje masowe wycofywanie się z ubezpieczeń na życie z funduszem inwestycyjnym zawartych a latach 1995–2000⁵.

Okazało się, że masowe zawieranie ubezpieczeń na życie spowodowało liczne przypadki nie chronienia interesu klienta przez towarzystwa ubezpieczeniowe. Wypaczenia wystąpiły po stronie agentów ubezpieczeniowych (brak rzetelnej informacji), towarzystw ubezpieczeniowych (ogólnikowe niejasne sformułowania w warunkach ubezpieczeń) oraz słaba świadomość ubezpieczonych, wysokie koszty zawarcia ubezpieczenia, czy też pomylenie funkcji ubezpieczeń na życie z funduszem inwestycyjnym z ubezpieczeniem emerytalnym. Efektem powyższych zjawisk były frustracje ubezpieczonych spowodowane różnicą między wielkością wpłaconych składek a stanem środków na koniec ubezpieczenia.

W obu przypadkach klienci utracili zaufanie do zakładów ubezpieczeń na życie. Stan braku zaufania trwa praktycznie do chwili obecnej (2008 r.)

7. Relacje ubezpieczony – ubezpieczyciel

W ubezpieczeniach na życie zawieramy umowy ubezpieczeniowe na relatywnie długie okresy. Zatem od momentu zawarcia ubezpieczenia tworzone są długookresowe relacje: zakład ubezpieczeń na życie. W tak długim okresie czasu możemy mówić o relacjach: part-

⁴ Por. m.in. S. Wieteska, *Waloryzacja sądowa świadczeń z polis posagowych zawartych przez PZU w latach 1975–1989*, „Wiadomości Ubezpieczeniowe” 2005, nr 9/10, s. 17–24.

⁵ Por. m.in. S. Dąbrowski, *Milion oszukanych*, „Gazeta Ubezpieczeniowa” 17–30 grudnia 2002 oraz *Nabrani na polisy*, „Przegląd” 2002, nr 48.

nerskich, współtworzenia wartości, zaangażowania ubezpieczonych oraz budowy konsumentckiego zaufania.

Pojęcie partnerstwa jest trudne do jednoznacznego zaufania. Nie mniej jednak kluczowymi czynnikami w modelu partnerskim są:

- 1) wizja przyszłości, w której z jednej strony ubezpieczony widzi swoje korzyści z zawartej umowy ubezpieczenia na życie oraz zakład ubezpieczeń widzi także swoje zyski z drugiej strony,
- 2) zbieżne cele i efekty, tzn. realizacja postawionego celu poprzez wzajemne przekazywanie sobie informacji. Ubezpieczony zgodnie z umową przekazuje wszystkie informacje związane z ryzykiem zawarcia umowy. Z kolei ubezpieczyciel przekazuje wszystkie informacje o swoich wynikach ekonomicznych. Budowane jest w ten sposób wzajemne zrozumienie i zaufanie.

Relacja współtworzenia wartości obejmuje takie problemy m.in. jak:

- budowę lojalności klientów, która stabilizuje funkcjonowanie zakładów ubezpieczeń,
- dostępność informacji o różnych preferencjach ubezpieczonym w różnym czasie,
- przejmowanie współodpowiedzialności za funkcjonowanie zakładu ubezpieczeń.

Funkcjonowanie tej relacji musi mieć charakter ciągły, skoordynowany a także obustronnie korzystny.

Trzecia relacja włączająca zaangażowanie ubezpieczonych musi być oparta m.in.:

- o przekonanie o stabilizacji relacji,
- w kategoriach ekonomicznych, tj. efektywnościowych, obniżaniu kosztów, zwiększania wartości dodanej itp.,
- a kategoriach emocjonalnych tj. tworzenie więzi społecznych, wzajemnej życzliwości, zaufania, skłonności do współpracy, a także identyfikacji ubezpieczonego z zakładem ubezpieczeń.

Czwarta relacja dotyczy konsumentckiego charakteru umowy ubezpieczenia – Konsument specyficzny osoba lub grupa ubezpieczonych osób postrzegany jest jako partner dla zakładu ubezpieczeń, o którego trzeba troszczyć się i zabiegać. W praktyce widzimy, że ubezpieczony jest jednostką słabszą, zaś zakład ubezpieczeń jednostką silną, profesjonalną, z przewagą techniczną i finansową. Stąd dążeniem obu stron jest likwidacja a nawet ograniczenie asymetrii między tymi przedmiotami.

Na zakończenie należy zwrócić uwagę, że ubezpieczony musi mieć świadomość kosztów i konsekwencji zerwania powyższych relacji. Zerwanie omówionych relacji może być bardziej dotkliwe dla ubezpieczonego niż zakładu ubezpieczeń. Zerwanie umowy ubezpieczenia na życie, to nie tylko proces ujmowany w kategoriach ekonomicznych. Jak się okazuje ważną stroną jest także jego moralny aspekt. W tej kwestii na pierwszym miejscu pojawia się problematyka szeroko rozumianego zaufania. Z rozważań wynika, że z chwilą zawarcia umowy ubezpieczenia zawierana jest relacja zwrotna i symetryczna.

8. Zakończenie i wnioski

Budowa wzajemnego zaufania to wieloletni i wielokierunkowy proces. Z przeprowadzonych rozważań nasuwają się następujące wnioski:

- 1) zaufanie stanowi otwarcie się ze swoimi preferencjami ubezpieczonych wobec zakładu ubezpieczeń,
- 2) zaufanie ogranicza ryzyko z jednej strony, zaś z drugiej pomaga w przezwyciężeniu złożoności poznawczej,
- 3) sprawiedliwość, partnerstwo, tworzenie wartości, zaangażowanie, to bezcenne podstawy zaufania w relacji zakład ubezpieczeń – ubezpieczony.

Każda utrata zaufania klienta do zakładu ubezpieczeń powoduje ogromne straty ekonomiczne i społeczne. Z przypadkami takimi w dalszym ciągu się spotykamy w praktyce ubezpieczeniowej.

Koniecznością jest więc podejmowanie wielokierunkowych działań, aby przywrócić wzajemne zaufanie. Ogromna rola w tym aspekcie spada na instytucje wspomagające funkcjonowanie rynku ubezpieczeń (nadzór ubezpieczeniowy, rzecznika ubezpieczonych itp.)

Podjęta problematyka nie została wyczerpana lecz jedynie zasygnalizowana.

Konieczne są dalsze prace w tym zakresie.

Trust as Part of Business Ethics in Life Insurance Company

Summary

The issue of mutual trust is an important element in each economic activity, especially in the global market economy. It also concerns insurance activity. Entering into contracts with clients, a life insurance company becomes a public trust institution. The long-term responsibility lies on the insurance company side.

The act of 23 March 2003 on insurance activity sets forth that insurance institutions are obligated to systematically inform their insured clients about contract commitments. The paper shows some examples of clients losing trust in insurance companies. It also defines public trust and the basic factors influencing public trust in life insurances.

Key words: *insurance ethics, public trust*