

Iwona D. Czechowska*

WIARYGODNOŚĆ UBEZPIECZEŃ SPRZEDAWANYCH PRZEZ BANKI

1. WSTĘP

W ramach odpowiedzialnego podejścia do roli nie tylko ekonomicznej, ale także społecznej instytucji finansowych warto zastanowić się nad wiarygodnością i etycznością usług świadczonych przez profesjonalne podmioty rynku pośrednictwa finansowego, jakimi powinny być banki i firmy ubezpieczeniowe. Celem opracowania będzie przedstawienie ubezpieczeń sprzedawanych przez banki. Na gruncie powyższych rozważań zostanie postawione pytanie czy ubezpieczenia dystrybuowane kanałem bankowym są wiarygodne i etyczne, a także, jakie działania są podejmowane w kierunku wspierania etycznego i przejrzystego funkcjonowania rynku usług bankowo-ubezpieczeniowych. Według słownika polskiego „wiarygodny” oznacza „zasługujący na zaufanie”¹. Takimi jawią się instytucje finansowe, które kierują się w swojej działalności zasadami etycznymi. Z kolei słowo „etyka” pochodzi z języka greckiego – *ethikos*, co jest równoznaczne z odwołaniem do zbioru przyjętych zasad i sposobów postępowania przyjętych w danej epoce i w danym środowisku².

Punktem wyjścia rozważań uczyniono prezentację istoty powiązań bankowo-ubezpieczeniowych. W literaturze przedmiotu można zauważyć brak spójności i jednolitej koncepcji wyjaśnienia terminu współpraca bankowo-ubezpieczeniowa. Zazwyczaj tego typu powiązania występują pod nazwą „bancassurance”³. Użyt-

* Dr hab., prof. nadzw. UŁ, Instytut Finansów, Bankowości i Ubezpieczeń, Zakład Bankowości Centralnej i Rynku Pieniężnego UŁ.

¹ E. Sobol (red.), *Słownik języka polskiego*, PWN, Warszawa 2006, s. 1134.

² *Ibidem*, s. 198.

³ Wyjaśnienie aspektu pojęciowego współpracy bankowo-ubezpieczeniowej można odnaleźć np. w: M. Swacha-Lech, *Bancassurance: sprzedaż produktów bankowo-ubezpieczeniowych*, CeDeWu, Warszawa, 2008, s. 5 czy I. D. Czechowska, *Procesy integracji sektora bankowego i ubezpieczeniowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2004, s. 167–172 oraz M. Śliperski, *Bancassurance: Związki bankowo-ubezpieczeniowe*, Difin, Warszawa 2002, s. 23. M. Śliperski, *Bancassurance w Unii Europejskiej i w Polsce*, Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 2001, s. 7.

kownicy tego terminu uważają, że ideę bancassurance określa się jako proces albo stan rzeczy osiągnięty w procesie integracji. Bancassurance może być interpretowane, jako występowanie banku w roli kanału dystrybucji produktów ubezpieczeniowych, czy łączenie komplementarnych pakietów usług banków i instytucji ubezpieczeniowych. Tego typu związki mogą mieć charakter integracji kapitałowej albo integracji o charakterze organizacyjnym. Strategia współpracy między bankami i firmami ubezpieczeniowymi jest zjawiskiem stosunkowo nowym w krajach europejskich i w Polsce.

Związki między działalnością bankową i ubezpieczeniową stanowią specyficzne zjawisko. Ciekawym przedmiotem analizy staje się zakres integracji, czy inaczej jej istota (obejmująca różne elementy współpracy; produkty, kadry, zasoby kapitałowe, rynki zbytu), a także jej poziom oraz charakter czy przesłanki. Kolejny problem stanowiący przedmiot rozważań związany z sojuszami bankowo-ubezpieczeniowymi może dotyczyć określenia kryteriów kwantyfikacji i sposobów pomiaru tej integracji (czyli oceniających wskaźników statycznych czy dynamicznych), a także symptomów jej istnienia i rezultatów funkcjonowania. Takimi miernikami, dającymi obraz stopnia integracji, mogą być: poziom obrotów, określona procentowo część sprzedaży zrealizowana dzięki współpracy wobec wielkości osiągniętych bez udziału partnera, łączna suma sprzedanych produktów będąca wynikiem współpracy albo nie, relacje obrotów handlowych do innych wielkości ekonomicznych, proporcje wydatków, relacje obrotów do dochodu i ich zmiany, relacja kosztów z tytułu prowizji zapłaconej w zamian za dystrybucję produktu do poziomu składki ubezpieczeniowej i inne. Badania obejmujące powiązania, a zwłaszcza współpracę bankowo-ubezpieczeniową, akcentowały różne elementy, niestanowiące zwartego nurtu będącego określonym kierunkiem w ramach rozwoju instytucji finansowych, chociaż podkreślano często odniesienie do strategii *allfinanz* – integracji częściowych usług finansowych, uważając współpracę bankowo-ubezpieczeniową, jako pewną modyfikację tej koncepcji. Przełom w zakresie badań nad współpracą bankowo-ubezpieczeniową nastąpił w latach 80. i 90. ubiegłego wieku, kiedy to zjawisko stało się bardziej powszechne. Przedmiotem analizy był szeroki zakres problemów z wielu dziedzin: zarządzania, finansów przedsiębiorstw, bankowości, ubezpieczeń, analizy finansowej, marketingu. W latach 2008–2009 z powodu kryzysu na rynkach finansowych i braku stabilności gospodarczej coraz większego znaczenia nabiera ekonomia społeczna⁴ i coraz bardziej popularna staje się

⁴ Ekonomia społeczna bywa definiowana w różny sposób np.: jako forma gospodarowania albo wyodrębniony sektor gospodarki, gdzie w sposób szczególny kojarzona jest działalność gospodarcza z celami społecznymi; inaczej to alternatywa w stosunku do rozwiązań czysto rynkowych; rodzaj przedsięwzięć, których celem jest świadczenie usług lub produkcja dóbr przez jakąś wspólnotę, przeciwdziałanie zjawisku wykluczenia społecznego poprzez racjonalne zagospodarowanie potencjału wykluczonych bez opcji rozdawnictwa. J. Filek, *Ekonomia społeczna jako nowe wyzwanie*, [w:] „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2009, t. 12, nr 1 (Salezjańska Wyższa Szkoła Ekonomii i Zarządzania), s. 179–187.

koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu, znajdująca również zastosowanie w odniesieniu do współpracy bankowo-ubezpieczeniowej i jej produktów, stanowiąca punkt odniesienia do przedmiotu analiz wobec połączonych usług bankowo-ubezpieczonych.

2. KONCEPCJA SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Ekonomia społeczna odnosi się do idei tzw. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (ang. *Corporate Social Responsibility*, CSR), według której przedsiębiorstwa ponoszą odpowiedzialność nie tylko za wynik finansowy, ale także za sferę społeczną i środowisko naturalne, na które wpływają. To podejście ma dla gospodarki unijnej znaczenie priorytetowe i jest uważane za instrument strategii na rzecz zrównoważonego rozwoju⁵. Z kolei zrównoważony rozwój to proces powiązany ze wzrostem gospodarczym, ochroną środowiska naturalnego i rozwojem społecznym, (troska o ludzi – etyka, ochrona środowiska – ekologia, dobre wyniki finansowe – ekonomia)⁶. CSR bywa definiowane w różny sposób. Anna Lewicka-Strzałecka powołuje się na definicję zgodną z którą jest to prowadzenie biznesu

[...] w sposób uwzględniający prawo, wartości etyczne, szacunek dla pracowników, społeczeństwa środowiska przyrodniczego⁷.

Nowe podejście w rozumieniu tej koncepcji polega na traktowaniu jej strategicznie, w sposób zorganizowany i wyznaczeniu narzędzi, które mają służyć do jej realizacji wobec poprzednich działań podejmowanych spontanicznie. Zastosowanie strategii CSR ma miejsce na różnych poziomach: począwszy od firmy, regionu, kraju aż do wspólnot ponadnarodowych. Po raz pierwszy dyskusja nad europejskim podejściem do wdrażania koncepcji CSR pojawiła się w 2001 r. kiedy Komisja Europejska przedstawiła dokument: *Green Paper – Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*. Przedstawiono w nim CSR, jako „dobrowolnie przyjmowaną strategię firmy polegającą na uwzględnianiu wymiaru społecznego i ekologicznego w jej ekonomicznych działaniach oraz relacjach ze wszystkimi „interesariuszami”, czyli osobami, grupami osób, środowiskiem naturalnym, na które wpływa działalność firmy lub

⁵ Zrównoważony rozwój (*sustainable development*) zwany również ekorozwojem, oznacza zaspokajanie celów rozwojowych obecnego pokolenia w sposób umożliwiający realizację tych samych dążeń następnym pokoleniom. Definicja powstała w 1987 r. wraz z raportem komisji ONZ. L. Anam, *Dla budowania wiarygodności i reputacji*, „Bank Miesięcznik Finansowy”, 2008, nr 7–8.

⁶ A. Lewicka-Strzałecka, *Miejsce CSR w europejskiej strategii na rzecz zrównoważonego rozwoju*, *Salezjanie*, [w:] „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2009, t. 12, nr 1 (Salesjańska Wyższa Szkoła Ekonomii i Zarządzania), s. 189.

⁷ *Ibidem*.

które same mają na nią wpływ⁸. Podjęcie tej strategii ma przynieść pozytywne efekty w długiej perspektywie, zarówno na poziomie mikro jak i makroekonomicznym. Jak zauważa Anna Lewicka-Strzałecka konkretyzacja ogólnych postulatów CSR jest trudna, występują problemy z agregacją jej działań, pomiarem i porównaniem, nie ma także konsensusu co do uznania określonych działań za obowiązkowe albo dobrowolne. Podkreśla się również, że nie ma jednego wzorca CSR, który byłby możliwy do zastosowania przez wszystkie firmy, ze względu na odmienne uwarunkowania geograficzne, kulturowe czy ekonomiczne. Polityka prowadzona przez Unię Europejską dotyczy zwiększania świadomości odpowiedzialności przedsiębiorstw w kwestiach społecznych i środowiskowych. W tym celu zachęca się do wprowadzania kodeksów etycznych, kodeksów dobrych praktyk, pozyskiwania certyfikatów CSR, publikowania raportów społecznych ukazujących aktywność w dziedzinie rozwiązywania problemów społecznych, ekologicznych. Zauważa się również, że konsumenci podejmując decyzje wyboru mogą kierować się stosowaniem przez firmy zasad koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, co może wpłynąć na jej upowszechnienie⁹.

3. UBEZPIECZENIA SPRZEDAWANE PRZEZ BANKI

Banki i firmy ubezpieczeniowe mogą oferować wspólne produkty¹⁰ np. stanowiące ochronę kredytobiorcy, czy również zabezpieczenie dla banku w postaci ubezpieczenia na życie, ubezpieczenia od następstw nieszczęśliwych wypadków albo produkty ubezpieczeniowe rekompensujące skutki niekorzystnych zdarzeń losowych dotyczących majątku kredytobiorcy w formie ubezpieczenia domu, mieszkania, ubezpieczenia od ognia, kradzieży, włamania. Popyt na tego typu usługi również bardzo często wiąże się z pozyskiwaniem przez klientów samochodów czy nieruchomości za pomocą banku. W takiej sytuacji wskazane wydaje się oferowanie pakietu wspólnych usług, kredytu bankowego połączonego z ubezpieczeniem, stanowiącym formę jego zabezpieczenia. Ponadto klientom oferuje się ubezpieczenia: spłaty kredytów, rat, należności celnych, odpowiedzialności cywilnej za straty i szkody wyrządzone stronie trzeciej w związku z prowadzeniem działalności gospodarczej, ubezpieczenia ryzyka w transakcjach handlu zagranicznego. Wspólnym obszarem produktów ubezpieczeniowo-bankowych są bardzo często ubezpieczenia finansowe, których podstawowym celem jest zaspokojenie potrzeb finansowych i ochrona ubezpieczeniowa.

⁸ *Ibidem*, s. 190.

⁹ *Ibidem*, s. 192–195.

¹⁰ Zob. szerzej I. D. Czechowska, *Popularne produkty ubezpieczeniowe towarzyszące produktom bankowym*, [w:] J. Lewandowski i in. (red.), *Teoria i praktyka zarządzania organizacjami gospodarczymi*, Instytut Zarządzania Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Łódzkiej, Łódź 2003, s. 143–150.

Banki komercyjne proponują klientom rachunki typu *ror*, bony lokacyjne, depozyty, którym towarzyszą dodatkowe usługi w postaci kart płatniczych, czy ochrony ubezpieczeniowej. Pakiety ubezpieczeniowe dołączane do tego typu produktów bankowych, są zdywersyfikowane i obejmują: polisy życiowe (ubezpieczenia na życie lub od następstw nieszczęśliwych wypadków) oraz polisy majątkowe. Posiadacze wielu różnych rachunków uzyskują ubezpieczenie następstw nieszczęśliwych wypadków, świadczenia na wypadek inwalidztwa, czy śmierci. Czasami powyższe ubezpieczenie jest oferowane bezpłatnie, chociaż jest dostępne dla klientów pod warunkiem dokonania miesięcznych wpłat określonej wysokości na konto, przez wskazany, minimalny okres. Przeważnie powyższe ubezpieczenia funkcjonują na zasadzie formy grupowej, co jest istotne dla firmy ubezpieczeniowej, ponieważ oznacza unikanie negatywnej selekcji, czy akumulacji ryzyka. Firmy bankowe i ubezpieczeniowe mogą sobie pozwolić na oferowanie tego typu usług w trybie bezpłatnym dla klienta, ponieważ ubezpieczenia grupowe łączą się z ograniczaniem albo eliminowaniem kosztów akwizycji i administracji. Popularnym dodatkiem do kart są ubezpieczenia. Oferta ubezpieczycieli w tym zakresie jest zróżnicowana i zależy od rodzaju obsługiwanych kart. Można w tym przypadku wskazać na usługi ubezpieczeniowe stanowiące podstawowy standard oraz takie, które pojawiają się stosunkowo rzadziej. Niewątpliwie do standardu należą ubezpieczenia od następstw nieszczęśliwych wypadków a także ubezpieczenia na życie, czy ubezpieczenia w podróży. Wybrani klienci dzięki ubezpieczeniom dodawanym do kart mogą korzystać na przykład z pomocy prawnej, technicznej itd. Prezentując ubezpieczeniową perspektywę współpracy z bankami można stwierdzić, że produkty towarzyszące usługom bankowym to ubezpieczenia na życie oraz ubezpieczenia majątkowe i osobowe. Najczęściej występującymi produktami, poza ubezpieczeniami finansowymi, są: ubezpieczenia na życie, komunikacyjne, turystyczne¹¹.

Jeżeli chodzi o produkty ubezpieczeniowe to obecnie ubezpieczenia na życie są najbardziej popularne. Dla banków są to produkty prostsze w obsłudze od ubezpieczeń majątkowych i osobowych. Banki stanowią dobry kanał ich dystrybucji, a w dodatku są to produkty komplementarne banku, ponieważ pracownicy banku znają dobrze sytuację i możliwości finansowe klientów. Ubezpieczenia na życie, w których beneficjentem jest bank, stanowią zabezpieczenie dla banku na wypadek zaistnienia zdarzeń uniemożliwiających wywiązanie się z obowiązku spłaty kredytu. Polisa ubezpieczeniowa może gwarantować bankowi spłatę należności, ponieważ zakład ubezpieczeniowy przejmuje na siebie spłatę pozostałej sumy kredytu. Stanowi także zabezpieczenie dla kredytobiorcy i jego rodziny, pozyskiwane w zamian za składkę ubezpieczeniową. W ramach ubezpieczenia życiowego występują dwie formy realizacji tego produktu: ubezpieczenia pojedyncze i ubezpieczenia grupowe.

¹¹ *Ibidem*.

4. ETYCZNA STRONA UBEZPIECZEŃ BANKOWYCH

W powiązaniach bankowo-ubezpieczeniowych bank występuje jednocześnie: jako pośrednik ubezpieczeniowy albo jako ubezpieczający w umowie ubezpieczenia grupowego, co stanowi źródło naruszania interesów konsumentów. Z jednej strony bank zawiera umowę ubezpieczenia jako ubezpieczający i czyni to na rachunek swoich klientów, którzy stają się ubezpieczonymi, a z drugiej jest pośrednikiem ubezpieczeniowym zawierającym umowę na podstawie pełnomocnictwa udzielonego mu przez jedną ze stron umowy ubezpieczenia. Taka konstrukcja oznacza wyłączenie klienta ze stosunku ubezpieczenia, czyli klient jest obciążony kosztami ubezpieczenia, ale umowę zawiera się na rzecz banku, co powoduje dodatkowe koszty dla klienta, bez rekompensaty w postaci ochrony ubezpieczeniowej. Zagrożenia dla klienta wynikają z braku otrzymywania szczegółowych informacji (ponieważ nie jest on stroną ubezpieczenia) znajdujących się w ogólnych warunkach ubezpieczenia, na przykład na temat zakresu ubezpieczenia, co budzi podejrzenie, że zawarte w nich postanowienia mogą być niekorzystne i pomimo nazwy produktu ochrona będzie iluzoryczna i nie będzie on uwolniony od odpowiedzialności finansowej wobec banku. Jeżeli weźmiemy pod uwagę sytuację, w której bank zamierza ubezpieczyć umowy kredytowe, wówczas powinien sam ponosić ciężar opłaty składki, a nie przerzucać go na klienta, ponieważ to bank właśnie otrzymuje świadczenie, którym jest ochrona ubezpieczeniowa. Ponadto bank, jako ubezpieczający, nie może wykonywać na rzecz zakładu ubezpieczeń świadczeń akwizycyjnych, likwidacyjnych ani otrzymywać prowizji dotyczących umów zawieranych przez bank, ponieważ wykonywałby je wobec samego siebie. Ten stan rzeczy może powodować proponowanie lub narzucanie klientom banku ochrony ubezpieczeniowej nieadekwatnej do ich potrzeb, co stanowi naruszenie interesów konsumentów usługi ubezpieczeniowej, ponieważ klient powinien uzyskać z ubezpieczenia rzeczywistą korzyść. Także w praktyce banki otrzymują prowizję od ubezpieczycieli z tytułu składki, którą formalnie powinny płacić, ale która pochodzi z opłat wnoszonych od ubezpieczonych klientów banku, czyli ubezpieczający otrzymują prowizję jako wynagrodzenie za zawarcie przez siebie umowy¹².

Oprócz kontrowersyjnej struktury, zgodnie z którą bank występuje w podwójnej roli wymienia się następujące aspekty naruszania interesów konsumentów korzystających z usług współpracy bankowo-ubezpieczeniowej¹³:

¹² *Raport Bancassurance*, Rzecznik Ubezpieczonych, Warszawa 2008 oraz I. D. Czechowska, *Bezpieczeństwo klienta w procesach integracji sektora bankowego z sektorem ubezpieczeń*, [w:] J. Nowakowski, T. Famułska (red.), *Stabilność i bezpieczeństwo systemu bankowego*, Difin, Warszawa 2008, s. 129–138.

¹³ *Raport bancassurance*, Rzecznik Ubezpieczonych, Warszawa 2008; *Raport z kontroli wzorców umownych kredytów hipotecznych*, UOKiK, Warszawa 2008, s. 46. I. D. Czechowska

- brak wystarczającej informacji o zakresie ochrony ubezpieczeniowej i przesłankach odmowy wypłaty ubezpieczenia, a także brak weryfikacji przesłanek uzależniających spełnienie świadczenia przez ubezpieczyciela (wyłączenia odpowiedzialności za śmierć wskutek choroby, na którą klient cierpiał przed zawarciem umowy, limitu wieku, do którego towarzystwo ubezpieczeń odpowiada w razie śmierci ubezpieczonego, wysokości składek ubezpieczeniowych i sposobów ich naliczania, zwłaszcza w przypadku wcześniejszej spłaty kredytu, rozwiązywania umów ubezpieczeniowych przed ich terminem¹⁴);
- przymus korzystania z ochrony ubezpieczeniowej;
- brak możliwości wpływu na wybór ubezpieczyciela;
- problematyczność dostosowania ochrony ubezpieczeniowej do potrzeb konsumenta;
- sposób finansowania ochrony ubezpieczeniowej, obowiązek ponoszenia przez konsumentów kosztów umów ubezpieczenia zawieranych przez i na rzecz banku;
- wysoki poziom składki ubezpieczeniowej, narzucony przez bank, zwiększający koszt obsługi kredytu;
- obciążanie skutkami zaniedbań ze strony banku (np. nie potrącanie składki);
- brak możliwości rezygnacji z ochrony ubezpieczeniowej w przypadku wcześniejszej spłaty kredytu.

Wyrazem braku porozumienia między konsumentem a bankiem sprzedającym ubezpieczenia ochronne są skargi skierowane do Rzecznika Ubezpieczonych.

Tabela 1

Skargi kierowane do Rzecznika Ubezpieczonych dotyczące polis sprzedawanych w bankach

Rok	Liczba skarg dotyczących sprzedaży polis w bankach	Liczba skarg ogółem	Udział w strukturze (%)
2004	39	4235	1,0
2005	62	4601	1,4
2006	109	6404	1,7
2007	143	6883	2,1
2008	218	7631	2,9

Źródło: M. Jaworski, *Coraz więcej skarg na bankowe polisy*, www.biznes.gazeta-prawna.pl/artykuly Gazeta Prawna, artykuł z dnia: 11.05.2009, ostatnia aktualizacja: 11.05.2009 09:08, data pozyskania 3.11.2009.

sk a, *Konsolidacja systemu bankowego z systemem ubezpieczeniowym na przykładzie kredytowania nieruchomości*, PSFiB, [w:] J. Węclawski (red.), *Konsolidacja systemu bankowego w Polsce i innych krajach europejskich*, „Studia i prace naukowe Polskiego Stowarzyszenia Finansów i Bankowości. Zeszyty Naukowe” 2008, nr 2, s. 143–153.

¹⁴ *Sprawozdanie z działalności Arbitra Bankowego w latach 2006*, Bankowy Arbitraż Konsumentcki, Warszawa 2007, s. 3.

Analizując informacje zawarte w tab. 1, można zauważyć tendencję wzrostu liczby skarg dotyczących sprzedaży polis w bankach kierowanych do rzecznika ubezpieczonych w okresie 2004–2008. Rośnie również ich udział w strukturze wszystkich skarg. Problemy połączonych usług bankowo-ubezpieczonych wynikały po stronie klientów z nieznajomości ogólnych warunków ubezpieczenia, zawierania umowy w pośpiechu, bez zrozumienia prawniczego tekstu umowy, napisanego drobnym drukiem. Klienci wskazywali także na sprzedaż produktów nieodpowiednich do ich potrzeb. Uważali również, w momencie podpisywania umowy, że uzyskują szeroką ochronę ubezpieczeniową, która w praktyce okazała się iluzoryczna. Polisy obwarowane były wieloma zastrzeżeniami a ewentualne wypłaty odszkodowań były niskie¹⁵.

5. PODSUMOWANIE

Współpraca bankowo-ubezpieczeniowa dynamicznie rozwija się w Polsce, coraz więcej banków i SKOK uczestniczy w tych powiązaniach, ale rośnie także liczba problemów, na które skarżą się klienci tego typu usług. W celu wspierania etycznego i przejrzystego funkcjonowania rynku usług bankowo-ubezpieczeniowych podejmowane są różne działania. Jednym z nich jest przygotowanie do wdrożenia przez Komitet do spraw Kredytu Konsumentckiego ZBP oraz PIU, a także szeroko konsultowanych rekomendacji Dobrych Praktyk Bancassurance, dotyczących bardzo popularnych grupowych ubezpieczeń ochronnych dodawanych do usług bankowych, ze względu na stosunkowo duży – kilkumilionowy rynek, mało uregulowany legislacyjnie. 1 listopada 2009 r. uznano za termin wejścia w życie powyższej rekomendacji. Opisując charakter Dobrych Praktyk Bancassurance trzeba zauważyć, że są one rezultatem tzw. inicjatywy oddolnej i nie stanowią wiążącego prawa, ale ich nieprzestrzeganie po uprzedniej deklaracji może wiązać się z ponoszeniem odpowiedzialności na podstawie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Celem rekomendacji jest określenie dobrych praktyk w relacjach między bankami a ich klientami, a przedmiot rekomendacji dotyczy działalności banków związanej z oferowaniem produktów ubezpieczeniowych. W powyższych relacjach, jak wynika z rekomendacji, klienci mają mieć zapewnioną prawidłowość i przejrzystość dokumentacji, odpowiednie standardy obsługi dotyczące: dostarczenia informacji na temat ochrony, w przypadku gdy dostępne są różne warianty jest to informacja o wyborze opcji przez klienta i właściwym dla niej zakresie ochrony, informacja o kosztach, sposobie ich ponoszenia (jednorazowo czy okresowo), sposobie pokrywania. W przypadku, gdy przystąpienie do ubezpieczenia będzie wiązało się z opłatami ma być stosowana dokumentacja zawierająca oświadcze-

¹⁵ *Raport Bancassurance*, Rzecznik Ubezpieczonych, Warszawa 2008.

nie woli klienta o objęciu go ochroną. Zadaniem banku ma być dołożenie należytej staranności, aby klient w pełni skorzystał z uprawnień wynikających z objęcia go ochroną ubezpieczeniową. Klient uzyskuje ponadto prawo do rezygnacji z ochrony a bank informuje go o wszystkich możliwych konsekwencjach rezygnacji z ubezpieczenia. Ponadto w przypadku zakończenia ochrony przed upływem okresu ubezpieczenia bank odpowiada wobec klienta za zwrot kosztów za niewykorzystany okres ochrony. Zapewnia również osobom zgłaszającym roszczenia wsparcie w relacjach z ubezpieczycielem. Powyższe zasady są przyjazne dla klientów, ale z ich wprowadzeniem wiąże się szereg obowiązków dla banków, takich jak: wprowadzenie zmian w systemach informatycznych, dokumentacji, rozliczeń z ubezpieczycielem. Warto będzie jednak ponieść taki wysiłek organizacyjny i kosztowy po to, aby zwiększyć wiarygodność ubezpieczeń bankowych a pośrednio zaufanie klientów do systemu bankowego i ubezpieczeniowego, co jest bardzo istotne dla stabilności systemu finansowego i rozwoju gospodarki.

Iwona D. Czechowska

THE CREDIBILITY OF INSURANCES SOLD BY BANKS

This work outlines insurances sold by banks. There is a question asked, connected to bancassurance, whether these insurances are credible and ethical or which works are undertaken in order to make a bancassurance market ethical and transparent. The author presents this problem in relation to Corporate Social Responsibility conception, as well as to the performance of Polish Insurance Ombudsman and to implementing some recommendations prepared by ZBP.

Key words: bancassurance, ethical, transparent.