

رقابت در بازار بیمه

• دکتر ضیاء رفیعیان

باشد و با وجود کمتر بودن تعداد کارکنان کیفیت کارش در سطح بالاتری باشد و با حذف هزینه‌های غیرلازم و فراهم آوردن شرایط برای صرفه جویی، دارای بودجه متعادل‌تری باشد، می‌تواند بدون عدول از ضوابط فنی، از بیمه‌گذاران حق بیمه کمتری وصول کند.

۲- تخفیف در حق بیمه نسبت به همه بیمه‌گذاران اعمال نمی‌شود. در یک بازار متوازن که رقابت بر آن حاکم است، برای هیچ بیمه‌گری مقدور نیست که از سیاست تخفیف در حق بیمه در مورد همه بیمه‌گذاران تبعیت کند؛ زیرا سایر رقبا ناچار خواهند بود در نحوه مدیریت خود تجدیدنظر کرده و شرایطی فراهم آورند تا بتوانند همان نرخ‌های رقیب را به بیمه‌گذاران عرضه کنند. رسیدن به شرایط برابر ممکن است در زمانی کوتاه برای رقبا میسر نباشد؛ ولی با برنامه‌ریزی معقول و سنجیده، فاصله‌ها کوتاه می‌شود و بیمه‌گران در سطحی نزدیک به هم قرار می‌گیرند. بنابراین به شکلی منطقی تخفیف درباره بیمه‌گذارانی اعمال می‌شود که به صورت واقعی استحقاق تخفیف را دارند.

بستر آن رها شود تا به هر جا که راه یافت، برود. رقابت باید در چارچوب معینی مورد استفاده قرار گیرد. این چارچوب حد و مرزی است که اخلاق و قانون تعیین می‌کند.

می‌گوئیم در رقابت باید اخلاق و قانون رعایت شود. رقابت بین شرکت‌های بیمه بر پایه اخلاق و قانون باید به چه صورتی باشد و چگونه اعمال شود؟

آنچه در ایران متداول است، رقابت بیشتر در محدوده حق بیمه است. بیمه‌گر سعی در جلب بیمه‌گذار از راه تخفیف حق بیمه دارد. به بیان دیگر برای یک خطر معین در قبال یک پوشش بیمه‌ای مشخص، حق بیمه‌ای کمتر از میزان متعارف در بازار تعیین می‌شود. این تخفیف باید با رعایت چه ضوابطی انجام گیرد؟

۱- آنچه اصولاً تخفیف در حق بیمه را توجیه می‌کند، این است که هزینه یک بیمه‌گر از هزینه‌های بیمه‌گر دیگر کمتر باشد و یا با پیشگیری‌ها، نسبت به کاهش میزان خسارات یا تقلیل احتمال وقوع آنها اقدام شود. در صورتی که یک بیمه‌گر از نیروی انسانی کاراتر و ماهرتری برخوردار

در خصوص رقابت و آثار آن در توسعه بیمه، سخن بسیار گفته شده است؛ ولی کمتر اثری می‌بینیم که کوشیده باشد رقابتی که می‌تواند منشاء توسعه به معنای واقعی کلمه باشد را بیان کند. رقابت به طور مطلق پسندیده نیست. رقابت ابزاری برای جلب مشتریان بالقوه و حفظ مشتریان بالفعل است. پس باید دید که این ابزار درست به کار گرفته می‌شود یا به خطا و ناروا از آن بهره‌گیری به عمل می‌آید. وقتی بحث به کارگیری درست مطرح می‌شود، طبعاً با دو مسأله اخلاق و قانون سروکار خواهیم داشت. رقابت در صورتی سالم، مفید و منبع آثار خیر است که کاربرد آن در حوزه اخلاق و قانون قرار گیرد. از بزرگترین نعمت‌های جهان آب است؛ ولی نه هر آبی. آب همان طور که می‌تواند منشا حیات، جمال و طراوت باشد اگر از قید و بند خارج شود، انهدام و نابودی نتیجه آن خواهد بود. بنابراین اگر چنین الفا شود که رقابت در بیمه کارساز است و باید راه برای رقابت گشوده و همه موانعی که بر سر راه آن است برداشته شود کاملاً مشابه این است که به جای ساخت سیل بند،

بیمه‌گذارانی از این حق برخوردارند که با اقدامات و تجهیزات لازم از احتمال وقوع خسارات کاسته باشند. بدین ترتیب تخفیف در حق بیمه نباید به عنوان یک ابزار برای جلب مشتری مورد استفاده قرار گیرد. اگر چنین سیاستی به خطا از طرف یک یا چند بیمه‌گر اتخاذ شود، بازار از تعادل و توازن خارج می‌شود و جوی نامساعد برای همه بیمه‌گران پدید می‌آید. اگر بیمه‌گر یا بیمه‌گرانی از ضوابط عبور کنند و حدود مقرر را رعایت نکنند، باید منتظر بازتاب‌های آن باشند؛ چرا که نظارت به عنوان سدی استوار در مقابل آنها ایستاده و آنها را به راه صواب باز می‌گرداند. در غیر این صورت روشی که این بیمه‌گران در پیش گرفته‌اند، بازار بیمه را فرا می‌گیرد و این فرایند ناخوشایند لطمات جبران ناپذیری

بر صنعت بیمه وارد می‌کند.

۳- از لحاظ فنی، تخفیف در حق بیمه یک امر سری و نهانی نیست. همان‌طور که اشاره شد تخفیف در حق بیمه عدول از ضوابط نیست، بلکه در متن ضوابط است. اگر بیمه‌گذاری استحقاق آن را دارد که حق بیمه کمتری از او گرفته شود، اعمال این حق در مورد او منطبق بر ضوابط است. بنابراین سری دانستن تخفیفی که به مشتری داده می‌شود، صرفاً جنبه تجاری دارد و از این منظر نیست که بیمه‌گر مرتکب تخلفی شده که نباید افشا شود. اصولاً هیچ بیمه‌گری تمایل ندارد روابطش با بیمه‌گذاران و توافق‌هایی که با آنها داشته، در دست رقبا قرار گیرد. درست است که هیچ بیمه‌گری نباید به سراغ بیمه‌گذاران بیمه‌گر دیگری برود؛ لیکن چنین انتظاری

در عمل دور از واقعیت است و معمولاً بیمه‌گران ابائی ندارند که بیمه‌گذاران بیمه‌گر دیگری را جذب کنند. در این حالت ممکن است بیمه‌گر خدمات اضافی به بیمه‌گذار عرضه و بدین‌گونه بیمه‌گذار را متقاعد کند که در هنگام تجدید بیمه، برای صدور بیمه‌نامه به او مراجعه کند. ملاحظات دیگری مانند تسریع در پرداخت خسارت یا روابط تجاری دیگر می‌تواند مشوق بیمه‌گذار برای مراجعه به بیمه‌گر دیگر باشد.

۴- سیاست حفظ و نگهداری بیمه‌گذار نباید مبتنی بر تخفیف در حق بیمه باشد؛ چرا که استمرار این سیاست مقذور نخواهد بود. نمی‌توان با بالا بردن توقعات و انتظارات بیمه‌گذار، دوام و ثبات قراردادهای منعقد شده با او را تأمین کرد. روانشناسی اجتماعی نشان می‌دهد که نه‌ایستی برای این انتظارات نیست. بیمه‌گذاران از تخفیف‌های پیاپی این نتیجه را می‌گیرند که بیمه‌گران اصولاً گران فروش هستند و حق بیمه‌ها را متناسب با خطر دریافت نمی‌کنند. بنابراین بیمه‌گذاران متعاقب هر کاهش حق بیمه، کاهش دیگری را درخواست خواهند کرد. بدین‌گونه پای روابط قراردادی سست شده و بیمه‌گذار دنبال فرصتی است که بتواند به سود خود قرارداد را تغییر داده و منافع خود را تأمین کند.

بدینی بیمه‌گذاران و تیرگی روابط بین بیمه‌گران و بیمه‌گذاران تا حد زیادی زاییده چنین سیاستی است. بیمه‌گذاران تصور می‌کنند که در قراردادهای بیمه‌ای خود در گذشته مغبون بوده و به ناحق مبالغی زاید بر آنچه باید و شاید از آنها گرفته شده است. این ابهام برای آنها وجود دارد که حق بیمه عادلانه چه مبلغی است؟ حتی هنگامی که بیمه‌گر برای بقای روابط خود با بیمه‌گذار، حق بیمه را کمتر از بهای واقعی پوشش خطر تعیین می‌کند، بیمه‌گذار از این اندیشه که شاید بتوان حق بیمه کمتری داد، نجات نمی‌یابد. مشکل این است که بیمه‌گر دلایل روشنی را که به استناد آن بتواند بیمه‌گذار را متقاعد کند که حق بیمه کمتری از آنچه ضوابط فنی ایجاب می‌کند تعیین



کرده است در اختیار ندارد؛ زیرا حق بیمه‌ها در این شرایط به تدریج فرود می‌آید و نتایج کار مشخص نیست.

۵- از منظری دیگر، این تصور که حفظ یا جذب مشتری از مجرای تخفیف در حق بیمه، ابزاری کاملاً موثر و کارآمد خواهد بود، خطا است. اگر چه بیمه‌گذار تمایل دارد برای بدست آوردن تامين، حق بیمه کمتری پرداخت کند؛ ولی نظر موافق و دوام همکاری با او صرفاً وابسته به میزان حق بیمه نیست و عامل موثر و کارساز برای بیمه‌گذاران آگاه - بخصوص مدیران لایق موسسات بزرگ - کیفیت تامين است. بیمه‌گذار خواستار خرید یک کالای غیرمادی، یعنی تامين است. تامين مانند یک کالای مادی دارای کیفیت یکسان نیست. آنچه یک بیمه‌گر را نسبت به بیمه‌گر دیگر در درجه بالاتری قرار داده و موقعیت او را از دید بیمه‌گذاران متمایز می‌کند، چگونگی انجام تعهدات است. همانطور که خریداران یک کالا حاضرند برای نوع مرغوب و مطلوب آن، قیمت بیشتری پرداخت کنند، بیمه‌گذاران نیز حاضرند در قبال تامينی که از طرف بیمه‌گری که از حیثیت و اعتبار بیشتر، سابقه درخشان‌تر و وضع مالی مستحکم‌تر برخوردار است عرضه می‌شود، حق بیمه افزون‌تری پرداخت کنند و تامينی را که دارای کیفیت بهتری است بدست آورند.

از آنچه گفته شد دو نتیجه عاید می‌شود: نخست اینکه سیاست تخفیف حق بیمه راه به جایی نمی‌برد و در دراز مدت قرین توفیق نیست. دوم اینکه رقابت ثمربخش که نتایج پایدار بر آن مترتب است - گو اینکه نتایج زود حاصل نشود - در روابط صادقانه با بیمه‌گذاران، ایفا تعهدات به هنگام و پایبندی به قول‌ها و قرارها خود را نشان می‌دهد. بیمه‌گری که می‌خواهد بر رقبای خود پیشی گیرد باید اعمال او بیانگر این باشد که تعهداتی را که می‌پذیرد با تدبیر و مطالعه همه‌جانبه همراه است و هر زمان که مرحله انجام تعهد فرا برسد، بدون درنگ، مسامحه و تعلل، تعهد خود را بی‌کم و کاست و بی‌آنکه برای کاهش آن کوشش کند، ایفا می‌نماید. اتخاذ چنین روشی به

شرط دوام و استمرار از طرف بیمه‌گر، او را در جایگاه والای یک مؤسسه معتبر، ممتاز و قابل اعتماد قرار داده و آوازه و نام نیک او به تدریج در تمام مراکز تجاری، اقتصادی و مالی منتشر می‌شود و دل‌ها را جلب و جذب می‌کند. این مرحله شروع گسترش بیمه و استقبال بیمه‌گذاران جدید از بیمه‌گر خواهد بود. او کالایی را معرفی می‌کند که هر فردی در حد توان مالی خود خریدار آن است. کالای او بهترین و بیشترین نقش تبلیغ را به عهده دارد؛ مشک آن است که خود ببوید. رقابت به معنای درست کلمه وقتی سودمند و مفید است و دارای لوازم منفی نیست که تقویت و توسعه بیمه و فراگیر شدن آن را در پی داشته باشد. رقابت بیان شده، رقابتی سازنده است که وقار و متانت را برای بیمه‌گران به ارمغان می‌آورد. بیمه‌گری که با این تدبیر، خلعت توفیق را به تن می‌کند، برای سایرین سرمشق خواهد بود و رقابت بر محور درست خود قرار خواهد گرفت. این تجربه موفق پرده‌ها را از جلوی دیدگان کنار می‌زند و علل پیشرفت و تعالی یک مؤسسه را به طور محسوس آشکار می‌کند.

طبعاً برای یک بیمه‌گر که این روش را می‌پسندد و دوست دارد که اساس کار خود را بر این پایه قرار دهد این پرسش مطرح می‌شود که اجرای آن در یک بازار که بیمه‌گران دیگر به این گزینه روی نیاورده‌اند آیا مقدور است؟ آیا با اتخاذ این روش، بیمه‌گر، بسیاری از بیمه‌گذاران خود را از دست نمی‌دهد و شرایطی نامطلوب برای او فراهم نمی‌شود؟

این رویکرد در کوتاه مدت، منشاء آثار مورد انتظار نخواهد بود. نتایج ثمربخش و پایدار، شکیبایی و زمان می‌طلبد. نه یک تاجر یک شبه موفق و نه یک موسسه در مدتی کوتاه صاحب شهرت می‌شود. یک موسسه خدماتی یا تولیدی با سرمایه‌گذاری، تدارک و تربیت نیروی انسانی کارآمد و دلسوز، مدیریت قوی و جامع‌نگر، برنامه‌ریزی منسجم و با گذار از مراحل و عرضه خدمات یا کالاها با کیفیت

خوب و گذشت زمان، در جایگاه شایسته خود قرار خواهد گرفت.

مدیر یا مدیران یک مؤسسه بدون هماهنگی و پشتیبانی سایر مسئولین بلند پایه کشور قادر به اجرا چنین برنامه‌ای نیستند. رفع موانع و فراهم آوردن زمینه‌ها، نیاز به داشتن اختیارات کافی و امنیت شغلی است. بهره‌مندی از اختیارات هم آسان نیست. اگر برای هر خطا و لغزشی مدیرمورد مواخذه یا احیاناً تعقیب قرار گیرد، شهادت استفاده از اختیارات از او گرفته می‌شود. باید دست مدیر برای اجرای برنامه - پس از احراز صلاحیت - گشوده باشد و محصول کار او در کوتاه مدت، ملاک لیاقت و کاردانی او قرار نگیرد. متأسفانه مشاهده شده است که ارزش کار برخی مدیران براساس سودی که در بیلان منعکس شده، سنجیده می‌شود و مدیری بر مدیر دیگر مرجح می‌گردد و مورد تشویق قرار می‌گیرد؛ غافل از اینکه این امر هم با واقعیت منطبق نیست و هم این ارزش‌گذاری آثار مخربی دارد. در یک شرکت بیمه ممکن است کارها بر منوال منطقی، معقول و فنی انجام گیرد و سالها سود قابل توجهی در بیلان درج نشود. از جهت دیگر ملاک قراردادن سود، مشوق رقابت‌های ناسالم می‌شود و دست‌اندرکاران را به سوی تضییع حقوق بیمه‌گذاران و کاستن از میزان خساراتی که اصولاً باید پرداخت شود، سوق می‌دهد. در شرکت‌های بیمه، سود نشان‌دهنده کفایت و لیاقت مدیران نیست. باید دید شرکت از چه نیروی انسانی کارآمدی برخوردار است، تا چه حد کارها در مجرای فنی قرار دارد، تا چه پایه شرکت در بازارهای خارج مقبولیت و اعتبار دارد، به چه میزان به تعهدات قطعی خود پای‌بند است، تا چه حد از امور شبهه‌ناک و ناسالم پرهیز می‌کند؟ بر این اساس باید سطح کاردانی و مدیریت صحیح را ارزیابی کرد و مدیرانی را که در این سمت و سوی، فارغ از هرگونه تظاهر و خودنمایی در حرکتند یار و پشتیبان بود و آنها را از تیررس فرصت‌طلبان، انتقام‌جویان و حاسدان دور نگه داشت.