

# یک مزیت رقابتی جدید برای مستمری‌ها

مترجم: نحله جعفری<sup>۱</sup>

برای بسیاری از صادرکنندگان مستمری‌های متغیر، مشکل اصلی، الحاقیه‌های مزایای به شرط زندگی بوده است. این الحاقیات، چه برداشت حداقل سود عایدی را تضمین کند چه کمترین سودهای انباشته را تضمین کنند، به هر حال خسارت‌های بالقوه ناشی از رکود بازار را به حداقل می‌رسانند. در طی ۸ سال گذشته فروش مستمری‌های متغیر افزایش بسیار زیادی پیدا کرده است و در این مدت اکثر شرکت‌هایی که از طرح مزیت مزایای به شرط زندگی استفاده نمی‌کردند در شرایط فروش متحمل ضرر گشته‌اند.

این سقوط مالی نشانه‌ای است دال بر اینکه بیمه‌گران، خود به اندازه کافی در برابر رکودهای اقتصادی محفوظ نیستند و حتی در صورت مصون ماندن، هزینه مصونیت آنها فراتر از قیمت‌گذاری مفروض است و این مسئله سهم عظیمی در خسارت‌های به وجود آمده در شرکت‌ها داشته است.

در اکثر شرکت‌ها، شرایط کنونی قرارداد مزایای به شرط زندگی، به جز در شرایطی خاص، مانع از افزایش قیمت در قراردادهای موجود است؛ بنابراین به منظور بهتر منعکس کردن شرایط کنونی بازار، طراحی مجدد خدمات قابل ارائه کنونی بسیار مورد توجه قرار گرفته است. این موضوع، به خصوص در ۴ ماه نخست سال ۲۰۰۹، منجر به جریانی از تغییرات «کاهش مواجهه با ریسک»<sup>۴</sup> گشته که در نتیجه

تحول مالی دو سال اخیر، فشار زیادی بر وضعیت مالی شرکت‌های بیمه وارد کرده که در سال ۲۰۰۸ و قسمتی از ۲۰۰۹ به خوبی مشهود است. در این میان، شرکت‌های ارائه‌دهنده مستمری‌های متغیر<sup>۲</sup> نیز در امان نبوده و به همین دلیل در بسیاری از محصولات خود اصلاحاتی انجام داده و آنها را مورد بازبینی قرار داده‌اند. باین وجود، به زودی شرکت‌ها قادر به ارائه یک نوع جدید از مستمری‌ها<sup>۳</sup> خواهند بود که به بازگشت مزیت رقابتی کمک خواهد کرد.

تحول ناشی از رکود بازارهای سرمایه و نوسانات بی‌سابقه مشاهده شده در آن بازارها، فشار قابل توجهی بر درآمدها وارد کرده است. درحقیقت این وضعیت، بسیار معمول است. بسیاری از بیمه‌گران حتی برخی از بزرگ‌ترین و معتبرترین آنها، در رابطه با فعالیت در زمینه مستمری‌های متغیر، سرمایه زیادی از دست داده و اکثر آنها، اگرچه نه همه آنها، ذخایر بیشتری کسب کرده‌اند.

برخی از شرکت‌ها نیز نیازمند افزایش مجدد سرمایه‌های‌شان هستند که مبادا آنها ورشکسته تصور شوند و حتی برخی وجوهی از برنامه گشایی به دارایی‌های مشکل‌دار دریافت کرده‌اند.

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد اکچوئری، دانشکده بیمه اکو، دانشگاه علامه طباطبائی

2. Variable Annuities (VA)

3. Annuities

4. De-Risking

تبدیل به موجی از «دسته‌بندی مجدد»<sup>۱</sup> شده است. این راهبرد، شامل محدود شدن مزایای به شرط زندگی و خصوصیات محصولات شده و همچنین باعث شده که قیمت‌ها افزایش یابند.

برای تعدادی از قراردادهای مستمری، کل هزینه‌های به وجود آمده، شامل هزینه‌های ریسک مخارج مرگ و میر، هزینه‌های اداری، هزینه الحاقیات و هزینه‌های سرمایه‌گذاری در مجموع از ۳۵۰ نقطه پایه‌ای فراتر رفته است. در برخی موارد، شرکت‌ها با یک تصمیم استراتژیک به کلی از حیطه مزایای به شرط زندگی خارج شده‌اند که این امر نشان‌دهنده نارضایتی آنها از ریسکی بودن تمامی مزایای به شرط زندگی است. در برخی موارد دیگر، شرکت‌ها تصمیم به کاهش تأکید بر ریسک مزایای به شرط زندگی در عین ادامه ارائه آن گرفته‌اند. در این شرایط اهمیت مزایای به شرط زندگی تا آن اندازه افزایش یافته که حتی در تصمیم‌گیری‌های آنها تأثیر گذار گشته است.

تا چندی پیش، شرکت‌ها بر این مسئله تأکید بسیار داشتند که اگر هزینه‌های به وجود آمده محصولی از ۳۰۰ صدم درصد<sup>۲</sup> فراتر رود آنگاه آن محصول برای توزیع -کننده و مشتری قابل قبول نخواهد بود. ممکن است این سؤال در ذهن ایجاد شود که چرا این دیدگاه دیگر اعتباری ندارد؟ پس از همه اینها، در یک شرایط اقتصادی محدودتر شده و با وجود سرمایه‌گذارانی که پورتفوی بازنشستگی آنها صدمه بسیار دیده، چرا اکنون افزایش قیمت یک مستمری قابل قبول تر است؟ در حالی که این موضوع با افزایش تحقیق و کاوش در مورد مشتری نیز هم‌خوانی ندارد.

هزینه‌های مستمری همیشه یک موضوع جنجالی مورد بحث بوده است و این افزایش قیمت همراه با مزایای کاهش پیدا کرده محصول جدید مستمری

ممکن است تأثیر نامساعدی بر روی بازار داشته باشد. تحت این شرایط، باعث تعجب نیست که برخی شرکت‌ها نسبت به این افزایش قیمت که همراه با کاهش مزایا، کاهش غرامت و در نتیجه محصولی با هزینه‌های کمتر است، عکس‌العمل نشان داده‌اند.

روند ثانوی موجود در مستمری‌های کنونی، حرکتی است به سمت افزایش ارائه سرمایه‌گذاری‌های منفعل<sup>۳</sup> از جانب مدیریت‌های فعال و به کارگیری محدودیت‌های شدیدتر در انتخاب سرمایه‌گذاری.

بدین وسیله، می‌توان در سال‌های اولیه بازنشستگی به سبک دلخواه زندگی کرد. زیرا با بالا رفتن سن انتظارات افراد کم شده و بازنشستگان به درآمد زیادی احتیاج ندارند که هر دو مسئله ذکر شده در بالا نوعی از خود بیمه‌گی هستند. اما از آنجایی که برای یک فرد مشکل است که ریسک مرگ و میر خود را به صورت خود بیمه‌گی بیمه کند (بنابراین نیاز به خرید بیمه زندگی دارد) بنابراین برای یک فرد بازنشسته نیز مشکل است که بازنشستگی خود را به صورت خود بیمه‌گی، بیمه کند.

همه اینها به چه معناست؟ محدودیت طراحی محصول، افزایش هزینه مزایا، کاهش غرامت‌ها و محدودیت انتخاب سرمایه‌گذاری، در حالی که همیشه قابل به کارگیری نیست، به خوبی برای فروش و تشخیص ارائه خدمات به افراد از طریق رقابت، قابل پیش‌بینی نیست.

چگونه در چنین شرایطی برنامه‌ریزان می‌توانند یک مزیت رقابتی ایجاد کنند؟ آنها می‌توانند رسیدن به مزیت رقابتی را به یک هدف مشترک بزرگ تبدیل کنند. اکنون بیش از هر موقع دیگر، شرکت‌ها نیازمند جدایی از بسته‌های خدمات ضعیف و پرهزینه هستند.

با قیمت‌های کنونی مستمری‌های متغیر، تمام خدمات مضاعف برای موفقیت نیازمند داشتن

1. Re-Filings

2. Basis Point: واحد پایه معادل یک صدم درصد که برای نشان دادن تغییرات نرخ بهره بانک مرکزی استفاده می‌شود.

3. Passive



هزینه‌های به‌نسبت پایین هستند. پس از این جریانات، بسیاری از مشتریان به‌سادگی قادر به پرداخت هزینه‌های زیاد خدمات نیستند؛ همچنین با وجود بازدهی‌های پایین برای آینده قابل پیش‌بینی بازار سهام، هزینه‌های بسیار زیاد، حتی بیش از این، بازدهی را کاهش خواهد داد.

ترکیبی از مستمری‌های سالیانه و خدمات مراقبتی بلندمدت، با واقعیت جدید امروز بسیار تطبیق دارد. این بدین دلیل است که هزینه برای پوشش LTC بسیار پایین است (برای مثال، در ۶۵ سالگی، هزینه برای یک بیمه‌نامه مستقل LTC ۲۵۰۰ دلار است در حالی که یک الحاقیه LTC در یک مستمری، در حدود ۶۰۰ تا ۷۰۰ دلار است). همچنین، به‌منظور محدود کردن ریسک سرمایه‌گذاری، بیمه‌گران باید توسط یک حکم مدیریتی بزرگ به‌گرایش غیرسرمایه‌گذاری، رجوع داده شوند.

علاوه بر این، طرز عمل چین محصولات، تحت قانون مالیاتی که از تاریخ ۱ ژانویه ۲۰۱۰ اجرایی گشته، نسبت به محصولات مستقل پر هزینه LTC، تنوع بیشتری دارد. در آخر، بررسی‌های آماری و نموداری بازار، بزرگی اندازه سهم بازار مورد نظر را تأیید کرده‌اند.

وجود ترکیبی از مستمری و محصولات LTC در پورتفوی مستمری متغیر، یک مزیت رقابتی اجباری و رشد بالقوه و اساسی فروش را برای بیمه‌گران به‌ارمغان آورده است. ترکیب مستمری‌ها و LTC جایی که فروش مستمری‌های متغیر وجود دارد، می‌تواند روش مناسبی برای کاهش ریسک همراه با افزایش جاذبه مستمری‌ها برای تولیدکنندگان و مشتریان باشد.

منبع

Lakenbach, C 2009, 'A new competitive advantage for annuities', National Underwriter Life & Health, viewed 10 December 2009 <<http://www.Lifeandhealthinsurancenews.com>>.

