



بررسی استراتژی قیمت گذاری صنعت بیمه با مقایسه نرخ بازدهی بیمه مسئولیت و نرخ بهره بانکی در کشور



تألیف: دکتر غلام حسین خورشیدی - دکتر محمد احمدی - خداکرم انصاری

- دانشیار مدیریت بازرگانی دانشگاه شهید بهشتی
- استادیار مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور
- کارشناس ارشد حسابداری دانشگاه آزاد اراک

چکیده

بر اساس نظر برخی از کارشناسان در صنعت بیمه کشور، به دلیل عدم وجود شرایط رقابتی، استراتژی قیمت گذاری به درستی صورت نمی پذیرد. این نظر، نقطه آغازی شد برای اینکه عوامل تعیین کننده استراتژی قیمت گذاری در این صنعت بررسی شود. لذا برای تصمیم گیری صحیح در مورد قیمت گذاری خدمات بیمه‌ای، رابطه نرخ بازدهی بیمه مسئولیت با میزان مخاطره (ریسک) آن در سال‌های گذشته ارزیابی شد. سپس این نرخ بازدهی با نرخ بهره بانکی در کشور مقایسه شد تا تحلیل شود که آیا قیمت گذاری توسط شرکت‌های بیمه، مطابق با نوسانات بازار پولی است؟

برای دستیابی به پاسخ مناسب به این سؤال، دو هدف عمده در این تحقیق دنبال می شود:

- تعیین رابطه بین بازدهی بیمه مسئولیت و میزان مخاطره آن در کشور؛

- مقایسه نرخ بازدهی بیمه مسئولیت با نرخ بهره بانکی.

بر اساس این اهداف، یک فرضیه اصلی در خصوص رابطه بین بازده و ریسک و سه فرضیه فرعی مطرح شد که به مقایسه نرخ بهره بانکی برای سپرده‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت می پردازد. یافته‌ها حاکی از آن است که قیمت گذاری در این شاخه از صنعت بیمه در کشور به صورت منطقی انجام نمی شود و متناسب با میزان مخاطره نیست. به نظر می رسد که تعیین حق بیمه مسئولیت به صورت تأخیری، یک سال پس از مشخص شدن ریسک سرمایه گذاری انجام می گیرد و از این رو، مخاطره و بازدهی با هم رابطه‌ای ندارند. عدم اتخاذ سیاست‌های درست قیمت گذاری می تواند بر استقبال مشتریان و سرمایه گذاران این صنعت تأثیر بگذارد. این مسئله از نظر اینکه در آینده بخواهیم به سمت خصوصی سازی صنعت بیمه حرکت کنیم مخاطراتی را ایجاد خواهد کرد و خصوصی سازی ممکن است با استقبال سرمایه گذاران روبه رو نشود.

واژگان کلیدی: بیمه مسئولیت، استراتژی قیمت گذاری، نرخ بازدهی، نرخ بهره بانکی، مخاطره و سرمایه گذاری

مقدمه

شرکت‌های بیمه با بهره‌گیری از ذخایر خود حداقل سه هدف عمده را دنبال می‌کنند که عبارت‌اند از: پرداخت خسارت‌های احتمالی، رشد و گسترش صنعت بیمه در بازار و به‌دست آوردن سود بیشتر.

باتوجه به کارکردهای بیمه مسئولیت برای اطمینان‌دادن به مشتریان کسب‌وکارها، میزان استفاده از این نوع بیمه‌ها یکی از شاخص‌های رفاه اجتماعی و بسترساز رشد اقتصادی است (شیبانی، ۱۳۳۵). در جامعه‌ای که بیمه مسئولیت در آن رشد خوبی داشته باشد، می‌توان گفت سازمان‌یافتگی کسب‌وکارها بیشتر بوده و بستری برای رشد اقتصادی جامعه فراهم آمده است. باتوجه به عدم توسعه‌یافتگی کشور، لازم است برنامه‌ریزی‌های لازم برای رشد فرهنگ استفاده از این نوع بیمه‌نامه‌ها صورت گیرد و تقاضا برای آن پرورش یابد (زندی‌فر، ۱۳۷۸). از طرف دیگر برنامه‌ریزی بدون انجام پژوهش، احتمال شکست بیشتری دارد و لذا ضروری است که پژوهش‌هایی در خصوص تحلیل بازار آن صورت گیرد.

در این پژوهش، تلاش شده است که اول، رابطه بین نرخ بازدهی بیمه‌های مسئولیت با ریسک آن در این صنعت در سال‌های گذشته مشخص شود. دوم، بررسی شود که بازدهی بیمه‌های مسئولیت نسبت به متوسط نرخ بهره بانکی کشور در همان سال چه تفاوتی داشته است. این نتیجه به محقق کمک می‌کند تا قیمت‌گذاری را در ارتباط با بازارهای سرمایه (به‌ویژه بازار نرخ سود بانکی) تحلیل کند و انتظارات سرمایه‌گذار را بشناسد. همچنین باتوجه به وجود نرخ بالای تورم در کشور، یافتن رابطه معنادار بین میزان ریسک و نرخ بازدهی شرکت‌های بیمه می‌تواند سبب تصمیم‌گیری بهتر مدیران سازمان‌های بیمه‌ای شود و دست‌اندرکاران این صنعت را برای قیمت‌گذاری صحیح، یاری کند.

در میان نهادهای مؤثر در بازارهای مالی و پولی، شاید بیشترین نقش در توسعه اقتصادی کشور را صنعت بیمه داشته باشد که کارکردهای آن ابعاد اجتماعی را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد و امنیت خاطر را برای افراد جامعه در پی دارد (کریمی، ۱۳۷۰). در میان انواع شاخه‌های بیمه، جایگاه بیمه مسئولیت در تحقق امنیت و رفاه اجتماعی، از بقیه شاخص‌تر است. هر چه قدر از این نوع بیمه در جامعه استقبال بیشتری شود، سبب اعتماد بیشتر جامعه به کسب‌وکارها می‌شود. از این رو، تعریف پژوهش‌هایی که بتواند راهکارهایی برای رونق این نوع بیمه‌ها در جامعه ارائه کند، ضروری است (کریمی، ۱۳۷۰). همچنین در صورتی که در یک جامعه از بیمه مسئولیت استقبال بیشتری شود، می‌تواند سبب معرفی سایر شاخه‌های بیمه به جامعه و همه‌گیر شدن فرهنگ بیمه در کشور شود.

مسئله‌ای که این پژوهش برای پاسخ به آن تعریف شده، آن است که آیا می‌توان با تحلیل رابطه و مقایسه روش‌های قیمت‌گذاری خدمات بیمه‌ای در گذشته، استراتژی مناسب‌تری برای قیمت‌گذاری این خدمات ارائه کرد؟ و چگونه می‌توان بین منافع سرمایه‌گذاران این صنعت و مشتریان توازن برقرار کرد؟ در این راستا، به بررسی روش‌های قیمت‌گذاری بیمه مسئولیت باتوجه به میزان مخاطره و نرخ بازدهی آن در دوره‌های زمانی گذشته پرداخته‌ایم. پس از آن بررسی شده که آیا نرخ بازدهی صنعت بیمه نسبت به نرخ سود بانکی که نوعی نرخ بازدهی با حداقل ریسک به‌شمار می‌رود، تفاوت معناداری داشته یا خیر؟

برای دستیابی به پاسخ مناسب مسئله تحقیق، یک فرضیه اصلی و چندین فرضیه فرعی تدوین شد که در فرضیه اصلی به بررسی رابطه موردنظر تحقیق پرداخته شد: «بین نرخ بازدهی بیمه مسئولیت و میزان ریسک آن رابطه وجود دارد». پس از آن، فرضیاتی مطرح شد که به انتظار

ریسک خود را به شرکت بیمه منتقل می‌کند. در ازای آن شرکت بیمه نیز خسارت از پیش مشخص شده‌ای را متقبل می‌گردد. از مقاله مذکور برای سنجش ارتباط میان میزان ریسک و بازدهی مورد نظر سرمایه‌گذار در این تحقیق استفاده شد.

تحقیق مانیلی^۲ که ایده اولیه را برای تدوین این پژوهش در اختیار محقق قرار داد، عبارت است از: «نقاط قوت در صنعت، ریسک عملیاتی و بانکداری». مؤلف در تحقیق مذکور، در مورد چگونگی مدیریت ریسک و ریسک اعتبارات، به فضای کاری بانک‌ها اشاره می‌کند.

از پژوهش‌های شاخص که به ارزیابی تصمیم‌گیری مدیران در خصوص قیمت‌گذاری خدمات در صنعت بیمه پرداخته است می‌توان به پژوهش اسمیت و همکاران^۳ اشاره کرد. آنها در سال ۱۹۹۸ با انتشار مقاله‌ای به نام «اثر اطلاعات بر تصمیم‌گیری شرکت در صنعت بیمه» با گردآوری اطلاعات در یک مقطع زمانی از فرآیند تصمیم‌گیری مدیران، نشان دادند که فرآیند تصمیم‌گیری در مورد استراتژی‌های بازاریابی و از جمله قیمت‌گذاری خدمات بیمه‌ای، تحت تأثیر اطلاعات مقطعی از شرایط بازار است.

باتوجه به ویژگی‌های خاص بازار بیمه در ایران، به مرور پژوهش‌های مطرح داخلی پرداختیم که از آن جمله می‌توان به پژوهش زندگی‌فر (۱۳۷۸) با عنوان «بیمه مسئولیت مدنی» اشاره کرد. وی در تحقیق خود به نرخ تورم در قیمت‌گذاری بیمه مسئولیت اشاره کرده است. پژوهش مفید دیگر برای بازاریابی بیمه مسئولیت، «بررسی نارسایی‌های بیمه مسئولیت حرفه‌ای پزشکان» است که شباهنگ (۱۳۷۶) انجام داده است. وی از جمله راه‌کارهای افزایش استقبال از این نوع بیمه‌های مسئولیت را تعیین منصفانه حق بیمه عنوان کرده است.

سرمایه‌گذاران از بیمه مسئولیت باز می‌گردند، مواردی از قبیل اینکه بین بازدهی بیمه مسئولیت و نرخ بهره‌های بانکی ارتباط وجود دارد یا خیر؟ برای پاسخ به این سؤالات، فرضیات فرعی تحقیق تدوین شده که عبارت‌اند از:

- بین نرخ بازدهی بیمه مسئولیت با نرخ بهره سپرده‌های بلندمدت بانکی تفاوت معناداری وجود دارد؛
- بین نرخ بازدهی بیمه مسئولیت با نرخ بهره سپرده‌های میان مدت بانکی تفاوت معناداری وجود دارد؛
- بین نرخ بازدهی بیمه مسئولیت با نرخ بهره سپرده‌های کوتاه مدت بانکی تفاوت معناداری وجود دارد.

۱. مروری بر ادبیات تحقیق

برای بررسی فرضیات و شناخت شرایط در فضای صنعت بیمه کشور، به مطالعه اسناد و مدارک در زمینه بیمه و تحقیقات گذشته پرداخته شد. به منظور بررسی اینکه آیا تحقیقی در این زمینه در مطالعات پیشین صورت گرفته تا تحقیق بر مبنای کارهای پیشین استوار شود، منابع مطالعاتی مختلفی مرور گردید که از شاخص‌ترین آنها می‌توان به این موارد اشاره کرد:

کامریرو و کانروتر^۱ مقاله‌ای با عنوان «تصمیم‌گیری در خصوص بیمه مسئولیت» منتشر کرده‌اند که به بررسی سه فرآیند تصمیم‌گیری در خصوص بیمه‌های مسئولیت می‌پردازد: تصمیم مصرف‌کننده برای خرید پوشش بیمه‌ای، تصمیم بیمه‌گر برای ارائه پوشش بیمه‌ای و تصمیم در خصوص قانون‌گذاری در صنعت بیمه مسئولیت. اگرچه در آن مقاله به تحلیل تئوری‌های رفتار مصرف‌کننده پرداخته شده ولی از مدل‌های اقتصادی نیز برای تشریح چگونگی عملکرد بازار بیمه استفاده شده است. این مدل‌های اقتصادی در پژوهش حاضر استفاده شد. براساس این مدل، فردی که با ریسک (مخاطره) مواجه است، حق بیمه‌ای را به شرکت پرداخت می‌کند و

2. Mainelli, 2002

3. Smith et al, 1998

1. Camerer & Kunreuther



بازدهی صنعت بیمه (به‌ویژه بیمه مسئولیت) نیز بالا رود. در این الگو، نرخ سود بانکی به‌عنوان شاخصی از انتظارات جامعه از سرمایه‌گذاری در نظر گرفته شده‌است و فرض بر آن است که سرمایه‌گذاران در صنعت بیمه، با در نظر گرفتن نرخ سود بانکی به‌عنوان حداقل بازدهی در مورد صنعت بیمه انتظار بازدهی دارند.

نمودار ۱. تحلیل بازدهی بیمه مسئولیت در قالب رابطه عوامل قابل کنترل و غیرقابل کنترل



اگر از دیدگاه مشتری نگاه کنیم، بیمه‌گذار با توجه به تأثیر عوامل اقتصادی، سیاسی و محیطی نسبت به نحوه قیمت‌گذاری خدمات بیمه مسئولیت قضاوت می‌کند. در

مطالعه و بررسی پژوهش‌های گذشته، مبنایی را جهت تدوین فرضیات، روش‌شناسی و تعیین الگوی مفهومی در اختیار این پژوهش قرار داد.

از نظر الگوی مفهومی، این پژوهش، به بررسی و تحلیل آثار محیط کلان بر صنعت بیمه می‌پردازد. عواملی که در محیط کلان قرار دارند، قابل کنترل نیستند و عموماً شرکت‌های بیمه‌ای ناچارند خود را با آنها انطباق دهند. این انطباق از طریق تغییر در عوامل قابل کنترل حاصل می‌شود.

در شرکت‌هایی که به ارائه خدمات بیمه‌ای می‌پردازند، عوامل قابل کنترل شامل مؤلفه‌هایی نظیر قیمت، شبکه توزیع خدمات بیمه‌ای، فعالیت‌های پیشبرد و ترفیع، ماهیت خدمت، کارکنان، عملیات و امکانات فیزیکی است.

الگویی که پژوهش با استفاده از آن به بررسی تأثیر متقابل نرخ بازدهی و مخاطره (ریسک) صنعت بیمه می‌پردازد، الگوی مطرح‌شده در نمودار ۱ است. در این الگو، با توجه به شرایط محیط اقتصادی، میزان نرخ بازدهی صنعت بیمه برآورد می‌شود. از طرف دیگر با توجه به نرخ سود بانکی بلندمدت و کوتاه‌مدت، فرضیات تحقیق آزمون می‌شوند. در چهارچوب این الگو، هرگاه که نرخ بهره بانکی افزایش یافته باشد، انتظار می‌رود که نرخ



۳. جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شرکت‌های بیمه‌ای کشور می‌شود که در بیمه مسئولیت کار می‌کنند. با توجه به آمار و اطلاعاتی که در مورد بازدهی صنعت بیمه مسئولیت وجود داشته است، تنها برای سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۳ داده‌های مربوط به این شاخه از صنعت بیمه به صورت تفکیکی منتشر شده و در سال‌های قبل از آن، آمار بازدهی به تفکیک صنعت بیمه مسئولیت وجود نداشته است. پس از سال ۱۳۸۳، تا زمان انجام تحقیق نیز آمار مربوط به فعالیت‌های سالانه شرکت‌ها به دلیل عدم حساسی، در دسترس نبوده است.

۴. روش تحقیق

از نظر دسته‌بندی تحقیقات برحسب هدف، می‌توان این پژوهش را کاربردی محسوب کرد؛ زیرا می‌تواند به منظور کاربرد دانش مدیریت، در زمینه به کارگیری مدل‌های تصمیم‌گیری مشتریان و سرمایه‌گذاران استفاده شود. از نظر دسته‌بندی تحقیقات برحسب نحوه گردآوری داده‌ها (روش تحقیق) می‌توان آن را تحقیقی توصیفی دانست که از نوع همبستگی است و به توصیف روابط میان نرخ بازدهی و میزان مخاطره می‌پردازد.

صورت ادراک از عدم رعایت عدالت، ممکن است از خدمات بیمه‌ای استقبال نکند. جهت جلوگیری از ادراک بی‌عدالتی، شرکت‌های بیمه‌ای و صنعت بیمه با استفاده از عوامل قابل‌کنترلی نظیر قیمت‌گذاری و فعالیت‌های پیشبردی و اطلاع‌رسانی می‌توانند به صورت بهتری، تقاضا را در بازار بیمه اداره کنند. بنابراین در مجموع می‌توان گفت: «شرایط اقتصادی، به خصوص تورم، کساد، بازارها، شرایط غیرعادی جامعه و سقوط بازارهای مالی، افراد را در تصمیم‌گیری در خصوص بیمه‌های مسئولیت، تحت تأثیر قرار می‌دهد».

از الگوی نظری انتظار می‌رود که محقق را در پیش‌بینی تقاضا برای خدمات بیمه‌ای یاری رساند و تبیین کند که در صورت تغییر در هر کدام از مؤلفه‌های الگو، چه انتظاری می‌توان داشت.

۲. گردآوری داده‌ها

داده‌های مورد نیاز در این پژوهش، پیشاپیش توسط سازمان‌های متولی بیمه در سال‌های مختلف گردآوری و محاسبه شده است. بنابراین، داده‌های موجود از طریق پایگاه‌های اطلاعاتی جمع‌آوری شد و در مورد تفاوت بین متغیرها یا رابطه آنها آزمون‌هایی به عمل آمد.

۵. روش تحلیل و آزمون‌های آماری

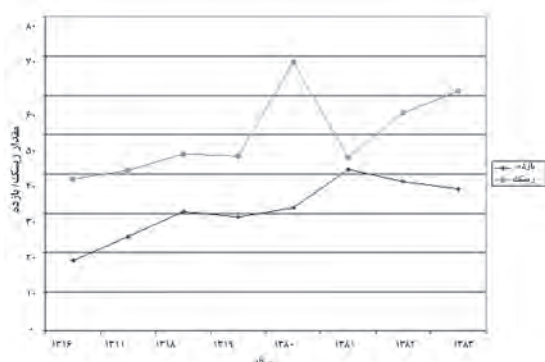
به دو روش توصیفی^۱ و استنباطی^۲ به تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده، پرداخته شده است. در سطح توصیفی با استفاده از مشخصه‌های آماری نظیر فراوانی، میانگین، انحراف معیار و ضریب تغییرات به توصیف ویژگی‌های جامعه پرداخته و در سطح استنباطی هم به منظور پاسخ به سؤالات پژوهشی و یافتن روابط خاص میان متغیرهای جامعه از آزمون رتبه علامت‌دار ویلکا کسون، ضریب همبستگی اسپیرمن و آزمون مربع کای پیرسون استفاده شده است.

۶. تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای بررسی فرضیه اصلی (ارتباط میان نرخ بازدهی بیمه مسئولیت و میزان مخاطره آن) از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. اعتبار این آزمون، برابر با ۰/۱۶۰ و از ۰/۰۵ بیشتر بوده است؛ در نتیجه فرض صفر آماری با اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می‌شود و می‌توان گفت که: «بین نرخ بازدهی بیمه مسئولیت و میزان ریسک آن رابطه معناداری وجود ندارد». به نظر می‌رسد دلیل عدم وجود رابطه، آن باشد که برنامه‌ریزان صنعت بیمه، میزان قیمت انواع خدمات را خودشان تعیین می‌کنند و قیمت نیز مهم‌ترین شاخصی است که بر نرخ بازدهی تاثیر می‌گذارد. تحلیل‌ها نشان می‌دهد که در صورت افزایش ریسک، در سال بعد، میزان بازدهی نیز افزایش داده می‌شود. نمودار ۲ به چگونگی افزایش یا کاهش مقادیر این دو متغیر در طول سال‌های انجام تحقیق پرداخته و نشان می‌دهد در بعضی از سال‌ها که میزان مخاطره (ریسک) روند نزولی داشته، نرخ بازدهی روبه‌افزایش رفته است. این رفتار در بعضی موارد، مخالف روند مذکور بوده و در جهت افزایش یا کاهش حرکت کرده است. این بی‌نظمی در هر سال، سبب شده که ارتباط خاصی بین این دو متغیر

وجود نداشته باشد و نمودار هم نشان می‌دهد که ارتباطی میان نرخ بازدهی و ریسک بیمه مسئولیت وجود ندارد.

نمودار ۲. بررسی رابطه ریسک و بازده بیمه مسئولیت کل کشور از سال ۱۳۸۳-۱۳۷۶



با تحلیل عمیق‌تر نوسانات مقادیر ریسک و بازده می‌توان گفت که در استراتژی قیمت‌گذاری پس از یک دوره تأخیر، براساس میزان ریسک سال‌های قبل، واکنش صورت پذیرفته و کاهش یا افزایش قیمت رخ داده است. به نظر می‌رسد که تصمیم‌گیران بیمه، پس از کسب بازخورد از میزان ریسک (مخاطره) سال قبل، نرخ بازدهی را تغییر داده‌اند.

برای بررسی فرضیه‌های فرعی که به تفاوت بین دو جامعه پرداخته می‌شود، از آزمون ناپارامتری ویلکا کسون استفاده شد. به دلیل عدم تحقق شرایط به‌هنگار بودن^۳ توزیع متغیرهای مورد مقایسه، از آزمون‌هایی استفاده شد که آزاد از توزیع هستند. بر مبنای این آزمون با توجه به جدول ۱ - چون که مقدار اعتبار آزمون برای همه فرضیات فرعی کمتر از ۰/۰۵ است - فرض صفر آماری رد شده و با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت: «بین نرخ بازدهی بیمه مسئولیت و نرخ بهره انواع سپرده‌های بانکی تفاوت معناداری وجود دارد».

نتایج حاصل از آزمون فرضیات اصلی و فرعی در جدول ۱ آمده است:

1. Descriptive
2. Referential

3. Normality

جدول ۱. مقدار اعتبار آزمون فرضیه اصلی و فرضیات فرعی تحقیق

فرضیه	مقدار اعتبار آزمون	کمتر یا بیشتر از ۰/۰۵	نتیجه فرضیه تحقیق
فرضیه اصلی	۰/۱۶۰	بیشتر از ۰/۰۵	رد فرضیه
فرضیه اخص ۱	۰/۰۱۷	کمتر از ۰/۰۵	تأیید
فرضیه اخص ۲	۰/۰۱۲	کمتر از ۰/۰۵	تأیید
فرضیه اخص ۳	۰/۰۱۲	کمتر از ۰/۰۵	تأیید

باتوجه به تفاوت معنادار بین نرخ بازدهی بیمه مسئولیت و سود انواع سپرده‌های بانکی می‌توان گفت که نرخ بازدهی به‌صورت معناداری بیش از نرخ بهره سپرده‌های بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت بانکی است. به‌عبارت‌دیگر برای سرمایه‌گذاران، سودآوری بیشتری دارد اگر در عوض سرمایه‌گذاری در قالب سپرده‌های بانکی، در صنعت بیمه مسئولیت سرمایه‌گذاری کنند.

۴. نتیجه‌گیری

باتوجه به یافته‌های پژوهش، می‌توان گفت که استراتژی‌های قیمت‌گذاری در بیمه مسئولیت به‌صورت واکنشی است و در واقع بازخورد از شرایط بازار، قیمت خدمات را تعیین می‌کند. به‌عبارت‌دیگر، مدیران صنعت بیمه پس از ارزیابی از تأثیر بازار، تصمیم به تغییر در استراتژی قیمت‌گذاری خود می‌گیرند. با نگاه به این مسئله از دیدگاه کاربردی می‌توان به شرکت‌های بیمه توصیه کرد که باتوجه به پیش‌بینی شرایط بازار و ریسک فعالیت‌ها، استراتژی قیمت‌گذاری خود را تدوین کنند. این استراتژی در مباحث راهبردی، پیش‌فعال^۱ نامیده می‌شود. ولی آنچه در حال حاضر صورت می‌پذیرد، یک راهبرد واکنشی است و تجربه نشان داده است که هم بر مشتریان و هم بر سرمایه‌گذاران این صنعت تأثیر منفی می‌گذارد. با توجه به اینکه بین دو متغیر اصلی این پژوهش (نرخ

بازدهی و میزان مخاطره) ارتباط معناداری وجود ندارد، مشتری نمی‌تواند مبنای خوبی برای تصمیم‌گیری داشته باشد و ترجیح می‌دهد که با شرکت بیمه‌ای کار کند که استراتژی قیمت‌گذاری آن قابل پیش‌بینی باشد. به آن دسته از مدیران که در سازمان‌های بیمه، مسئول تصمیم‌گیری در مورد حق بیمه دریافتی از بیمه‌گذاران هستند، پیشنهاد می‌شود که باتوجه به متغیرهای تأثیرگذار از قبیل نرخ بهره بانکی، نرخ بازده صنعت، پیش‌بینی از شرایط آینده و متوسط میزان ریسک بیمه مسئولیت، قیمت‌گذاری کنند. باتوجه به رفتار منطقی مشتریان می‌توان انتظار داشت شرکت بیمه‌ای که این راهبرد را در پیش می‌گیرد، از دیگر رقبا در جذب مشتریان پیشی بگیرد.

تحلیل میزان ریسک بیمه مسئولیت با ضریب خسارت آن رابطه دارد که این پژوهش نشان داد که میزان ضریب خسارت در شاخه بیمه مسئولیت، به‌نسبت مقدار بالایی است. مقایسه این ضریب با ضریب خسارت سایر شاخه‌های بیمه، نشان می‌دهد که این صنعت به برنامه‌ریزی بهتری برای تعیین حق بیمه دریافتی نیاز دارد. در این میان بیشترین میزان آسیبی که به شرکت‌های تجاری بیمه‌ای وارد می‌شود، نصیب بیمه ایران شده است. عملاً شاخه مسئولیت، خسارت‌های فراوانی را به بیمه ایران وارد کرده است. بدیهی است که این شرکت باید به روش معقول‌تری به میزان خسارت‌های پرداختی و ضریب خسارت خود توجه کند تا زیانی از این بابت نبیند. به مدیران بیمه ایران پیشنهاد می‌شود تا راهبردهای قیمت‌گذاری و پرداخت خسارت خود را مورد بازبینی قرار دهند و ارزیابی بهتری از میزان مخاطره فعالیت مشتریان خود داشته باشند.

شرکت‌ها برای تکمیل سبد محصولات و خدمات خود، اغلب به تنوع خدمات خود، روی می‌آورند. به مدیران اجرایی صنعت بیمه توصیه می‌شود که از دیدگاه مدیریت پرتفوی و تکمیل سبد خدمات بیمه‌ای به مجموعه خدمات

استراتژی‌های

قیمت‌گذاری در

بیمه مسئولیت

به‌صورت واکنشی

است و در واقع

بازخورد از شرایط

بازار، قیمت خدمات

را تعیین می‌کند



خود بنگرند. در صورت کاربرد این روش، می‌توانند به سودآوری بهتری دست یابند و یا از بعضی شاخه‌های بیمه به نفع بازاریابی برای سایر شاخه‌ها استفاده کنند؛ به‌عنوان مثال، ممکن است بیمه مسئولیت زیان آور باشد ولی در عوض بیمه‌های باربری، آتش‌سوزی، عمر و... به نسبت سودآوری خوبی برای شرکت‌ها دربردارند. در این صورت می‌توان به فعالیت روی بیمه مسئولیت ادامه داد و سودآوری آن را از طریق سایر شاخه‌ها تأمین کرد و به هر کدام از شاخه‌ها به چشم یک مجموعه جداگانه نگاه نکرد.

شرکت‌های بیمه، اگر چه طبق قوانین بیمه مرکزی اقدام به قیمت‌گذاری می‌کنند، ولی تا حدودی از نظر دریافت حق‌بیمه با هم تفاوت‌هایی دارند. به مشتریان (مدیران شرکت‌های بزرگ) پیشنهاد می‌شود در صورتی که علاقمند به بیمه مسئولیت برای کسب و کار خود هستند، با مقایسه آمار و ارقام مربوط به بازدهی شرکت‌های مختلف بیمه، شرکتی را برای خدمات بیمه انتخاب کنند که قیمت‌گذاری بهتر و ثبات در راهبردهای خود داشته باشد.

این پژوهش، یافته‌هایی نیز برای محققان آتی دارد:

- بدون تردید، مقایسه بازدهی صنعت بیمه، با مخاطراتی که پیش رو دارد، با نرخ بهره بانکی که بدون هیچ مخاطره و زحمتی می‌تواند سودآوری مطلوب خود را داشته باشد، کار درستی نیست. این پژوهش با توجه به محدودیت‌هایی که داشت، نتوانست به بررسی نرخ بازدهی سایر صنایعی که از نظر ریسک مشابه صنعت بیمه هستند، با صنعت بیمه پردازد. از این رو، به محققان پیشنهاد می‌شود که صنعت بیمه را با صنایعی مقایسه کنند که فعالیت و مخاطره بیشتری نسبت به صنعت بانکی داشته باشند؛

- محققانی که در این صنعت علاقه‌مند به تحلیل و بررسی بیشتر نرخ بازدهی بیمه مسئولیت هستند، بهتر است در مطالعات آینده به تحلیل و مقایسه تطبیقی این صنعت با سایر کشورها پردازند. به‌ویژه کشورهایی که ممکن است از نظر دولتی یا خصوصی بودن صنعت بیمه شرایطی شبیه به ایران داشته باشند.

- می‌توان بررسی کرد که آیا شرکت‌هایی که به صورت پرتفوی به خدمات متنوع بیمه‌ای خود نگاه می‌کنند، سودآوری بیشتری





دارند یا خیر؟

- توصیه می‌شود که متغیرهای لازم نظیر نرخ بهره در کشورهای همجوار، نرخ بازدهی کل صنعت بیمه، نرخ بازدهی سایر شاخه‌های بیمه، شرایط رکود و رونق اقتصادی کشور، تغییرات قیمت انرژی در جهان و... نیز در تحقیقات آینده بررسی شوند.

منابع

۱. انواع بیمه‌های بازرگانی و مقررات مربوطه ۱۳۷۰، بیمه مرکزی ایران، تهران.
۲. پایدار، حسین ۱۳۵۴، چرا انسان متعهد و مسئول است، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، تهران.
۳. جعفرزاده، علی، نقش بیمه در جبران خسارات وارده بر واحدهای مسکونی و صنعتی، ماهنامه پیام تیمنی، ش ۱، ۱۳۸۲.
۴. دستباز، هادی ۱۳۷۷، اصول و کلیات بیمه‌های اشخاص، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، چ ۲.
۵. زندی‌فر، سیما ۱۳۷۸، بیمه مسئولیت مدنی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
۶. سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه ۱۳۸۶، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، انتشارات آگاه، چ ۷.
۷. شباهنگ، علی‌رضا ۱۳۷۶، بررسی نارسایی‌های بیمه مسئولیت حرفه‌ای پزشکان در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۸. شیبانی، احمد علی ۱۳۳۵، بازاریابی بیمه، نشریه مدرسه عالی بیمه تهران، ش ۱۷.
۹. شیبانی، احمد علی ۱۳۵۴، مقدمه‌ای بر اصول بیمه، نشریه مدرسه عالی بیمه، ش ۲۵.
۱۰. کاتلر، فیلیپ، آرمسترانگ، گری ۱۳۷۹، اصول بازاریابی، ترجمه پارسائیان، علی، چ ۱.
۱۱. کاتوزیان، ناصر ۱۳۶۹، حقوق مدنی، الزام‌های خارج از قرارداد و ضمان قهری، انتشارات بهشهر، ج ۱.
۱۲. کریمی، آیت ۱۳۷۰، کلیات بیمه، بیمه مرکزی ایران، تهران.
۱۳. محمودصالحی، جان علی ۱۳۷۲، حقوق زیان‌دیدگان و بیمه شخص ثالث، انتشارات دانشگاه تهران، چ ۱.



۱۴. یزدانیان، علیرضا ۱۳۷۹، حقوق مدنی، قلمرو مسئولیت مدنی، انتشارات ادبستان.

15. Cooper, DR& Schindler, PS 2003 *Business research methods*, McGraw-Hill, pp 236-40.

16. Camerer, C & Kunreuther, H 1993, 'Making design about liability and insurance', *Journal of Risk and uncertainty*, vol. 7, no. 10

17. Levine, DM, Krehbiel, TC & Berenson, ML, 1999, *Business statistics: a first course*, Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

18. Malhotra, NK 1999, *Marketing research, an applied approach*, Prentice-Hall Inc.

19. Mainelli, M 2002, 'Industrial strengths: operational risk and banks', *Balance Sheet*, vol. 10, no.3, pp 25-34.

20. Smith, C, Winterman, V & Abell, A 1998, 'The impact of information on corporate decision making in the insurance sector', *Library Management*, vol.19, no.3.

