



# کارمزدها - شروع یک پایان؟

## رویکردهای جدید نسبت به پرداخت پاداش

مترجم: محسن همتی

- کارشناس مدیریت بیمه، دانشگاه علامه طباطبائی

### مقدمه

کارمزدها در این گونه بازارها به تقسیم ریسک و پاداش بین شرکت‌های بیمه زندگی و توزیع کنندگان کمک می‌کند و در جهت تسهیل تشکیل هزینه سیستم‌های توزیع کارا مؤثر است. در بسیاری شیوه‌ها این سیستم تأثیر مثبتی داشته است. اگرچه کارمزدها رواج پیدا کرده‌اند اما از سویی توسط قانون‌گذاران در بازار بیمه زندگی بزرگسالان مورد انتقاد قرار گرفته‌اند. بد نیست این انتقاد را با پرسیدن چند سؤال مرتبط بررسی کنیم.

- کارمزدها به چه منظوری ایجاد شده‌اند؟

- چه بازارهایی تحت تأثیر قرار گرفته‌اند و آیا این امر نشانه‌ای از یک حرکت سراسری در مقابل مداخله جهانی قانون‌گذاران است؟

پرداخت کارمزد شیوه‌ای است که به منظور اعطای پاداش و ایجاد اشتغال توسط بیمه‌گران ایجاد شده است. اما تهدیدات موجود در مورد کارمزدها موجب سرعت بخشیدن به برخی بازارهای بیمه زندگی می‌شود. تقریباً در تمام بازارهای بیمه زندگی در سراسر دنیا کارمزدها اصلی‌ترین روش کسب درآمد مشاوران و فروشندگان است. کارمزدها کلید فروش در صناعی هستند که اغلب نیاز به تلاش زیاد در زمینه فروش، به منظور پیدا کردن و تشویق مشتریان به خرید بیمه‌نامه دارند. برای شرکت‌هایی که در بازارهای نوظهور و بارش بالا فعالیت می‌کنند ایجاد ارتباط مستقیم بین کارمزدها و حجم فروش، ساختاری با هزینه متغیر به وجود می‌آورد که این ساختار به مدیریت هزینه‌ها کمک می‌کند.

## ۱. چرا کارمزدها مورد انتقاد قرار می‌گیرند؟

کارمزدها به خاطر این باور رو به گسترش که به منافع مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان آسیب می‌زند مورد انتقاد قرار می‌گیرند. در اینجا برخی مثال‌ها ذکر می‌شوند:

- فروش محصولاتی با هزینه یا ریسک بالاتر که متضمن پرداخت کارمزد بالاتر هستند (برای مثال پس‌انداز بیمه عمر در مقابل محصولات پس‌انداز بانکی)؛
- ارائه مشاوره به منظور خرید یک محصول به جای پس‌دادن بدهی‌ها؛

- تعصب ارائه‌کننده که ممکن است در هنگام فروش بیش از یک محصول توسط مشاور اتفاق بیفتد. زیرا اغلب وقتی میزان فروش افزایش یابد به افزایش میزان پاداش منجر می‌شود؛

- پیشنهاد برای جدایی و جایگزینی یکی از محصولات موجود، تصمیمی که برخی هزینه‌های

مستقیم را در بر دارد یا منجر به ازدست‌دادن سودهای پرمفعتی مثل ضمانت می‌شود؛

قانون‌گذاران اغلب ریسک عوامل تعیین‌کننده مصرف‌کنندگان در هنگام خرید محصولات زندگی (بیمه زندگی) در مقایسه با سایر محصولات مالی بالا را برآورد می‌کنند. در حالی که برداشت قانون‌گذاران بیشتر بازتاب موارد نادرست در فروش است. دلیل اصلی عدم تقارن اطلاعات بین مصرف‌کنندگان و صنعت خدمات مالی این است که مصرف‌کنندگان معمولاً دارای کمبود دانش، اعتماد و علاقه به پرداخت هزینه برای تأمین آینده مالی خود هستند. این اطلاعات به شکل ناهمگونی بدین معنی است که مصرف‌کنندگان در صورت ارزیابی یا عمل به مشاوره‌ای که دریافت می‌کنند، متضرر می‌شوند.



## جدول ۱. پیشنهادات برای موانع موجود برای کارمزدها در سطح بازار

| تغییرات مربوطه  | رویکرد   | دورنما   | بازار<br>(تاریخ پیشنهادی اجرا) |
|---|--|--|--------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>عوارض سپرده برای کسب بهترین بهره توسط مشتریان</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ممنوعیت کامل پرداخت کارمزد بر پایه معاملات از سوی ارائه‌کنندگان محصولات که شامل برتری در مقدار و ارائه تخفیف از سوی ارائه‌کنندگان کف به توزیع‌کنندگان می‌باشد؛</li> <li>جایگزین‌شده با تنظیمات ۱۰۰ درصدی قیمت برای خدمات؛</li> <li>کارمزد آزمایشی برای دارایی‌های ممنوع (اما قیمت‌ها برحسب دارایی برای خدمات مجاز می‌باشند)؛</li> <li>نیاز مشتریان به انتخاب یا تمدید قراردادشان برای خدمات جاری هر ۲ سال یکبار؛</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>شامل تمام محصولات خرده‌فروشی از جمله محصولات بازنشستگی و سرمایه‌گذاری؛</li> <li>محصولات ریسک مربوط به بازنشستگی (آغاز ژوئیه ۲۰۱۳)؛</li> <li>محصولات ریسک غیربازنشستگی (رهنی و محصولات درمانی را شامل نمی‌شود)؛</li> </ul>   | استرالیا<br>(۲۰۱۲) ژوئیه       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>ممنوعیت کارمزد اضافه بر سازمان در بیمه‌های عمومی</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>جزئیات در دست اقدام می‌باشد.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>پشتوانه‌های سرمایه؛</li> <li>محصولات پس‌انداز بانکی؛</li> <li>فروش مرتبط دو محصول، هنگامی که یکی از آنها وابسته به عملکرد بازار سرمایه باشد؛</li> <li>تمام محصولات بیمه زندگی (رهن)</li> </ul>  | هلند<br>(ژانویه ۲۰۱۳)          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>اعلام واضح‌تر پاداش و عملکرد مشاور؛</li> <li>استانداردهای راهبردی بالاتر برای مشاورین مالی مستقل؛</li> <li>استانداردهای صلاحیت حداقل و ادامه پیشرفت حرفه‌ای برای تمامی مشاوران؛</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ممنوعیت ارائه‌کننده خدمات در پاداش توزیع‌کننده تأثیر می‌گذارد؛</li> <li>با هزینه مشاور جایگزین می‌شود، که در آن مشاور با هزینه‌های مربوط به مشتری موافقت می‌کند.</li> <li>هزینه‌های مشاوره باید با خدمات ارائه‌شده مرتبط باشد نه با محصولات فروخته‌شده. هزینه‌های جاری فقط وقتی که خدمات تداوم داشته باشد، قابل قبول است؛</li> <li>مشتریان قادرند هزینه‌های مشاوره را قطع کنند؛</li> <li>ارائه‌دهندگان قادر به تسهیل در انجام پرداخت‌ها هستند اما در مورد عامل‌یابی و پرداخت غرامت خیر؛</li> <li>در عمل هنوز ممکن است هزینه‌های ضروری و آموزشی مشاوره که شبیه کمیسیون است وجود داشته باشد.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>شامل تمامی فروش‌های پیشنهادشده (برای مثال وقتی یک پیشنهاد شخصی به یک مشتری که شامل ۹۰ درصد کسب‌وکارهای جدید می‌شود)؛</li> <li>سرمایه‌گذاری بسته‌بندی‌شده. مستمري شخصی، پس‌اندازهای بیمه عمر و محصولات سرمایه‌گذاری، سرمایه‌های مشترک و سایر سرمایه‌گذاری‌های قابل تجمیع؛</li> <li>شامل کلیه مشاوران مالی مستقل و وابسته با شکلی متغیر برای شرکت‌های یکپارچه با ساختار عمودی؛</li> <li>در مورد پوشش زندگی به تنهایی صدق نمی‌کند اما در مورد بیمه عمومی یا رهن و غیرمشاوره‌ای یا فروش مستقیم و به تنهایی صدق می‌کند.</li> </ul> | انگلستان<br>(ژانویه ۲۰۱۳)      |

- سایر کشورها مثل آفریقای جنوبی، پرداخت کارمزدها را براساس جایگزینی شغلی و کسب و کار تعیین می‌کنند.

بسیاری از بازارها پیش‌تر شفاف‌سازی کارمزدها را تنظیم کرده‌اند و در بسیاری از بازارهای دیگر حرکت به سمت معرفی و تقویت شفاف‌سازی آغاز شده است. بررسی دقیق کارمزدها همان‌طور که در انگلیس و استرالیا مشاهده می‌شود گسترده‌تر شده است. بررسی‌های مرتبط حاکی از بازارهای روبه رشد آلمان، هند، هلند، آفریقای جنوبی و سوئد است. انتظار می‌رود این مباحثه در آینده در بازارهای دیگر نیز گسترش یابد.

### ۳. قالب‌های مشترک برای موارد جایگزین کارمزدها

موارد جایگزین پیشنهادی برای کارمزدها اکثراً در بازارهایی شکل گرفته‌اند که در آن محصولات سرمایه‌گذاری نسبت به ترکیب کسب و کارهای جدید، برتری داشته و در آن سهم بزرگی از فروش به وسیله مدل برنامه‌ریزی مالی ایجاد شده باشد. پیش‌بینی شده پاداش ناشی از هزینه‌های ضروری مشروط بر فروش محصول، به پاداش مستمر مرتبط با خدمات و دارایی‌های تحت

کارمزدها به شکل دیگری نیز می‌توانند مشکل‌زا باشند، آنها در این زمینه که آیا فروشندگان به نفع بیمه‌گذار عمل می‌کنند یا خیر ایجاد ابهام می‌کنند. حتی زمانی که یک مشاور، کالایی را به مشتری ارائه می‌کند در صورتی که بیمه‌گر کارمزد را پرداخت کند، تعارض منافع ایجاد می‌شود. علاوه بر این کارمزدها مشاور را یاری می‌کنند تا خدمات خود را رایگان ارائه کنند، که منجر به کاهش ارزش (محصول) در ذهن مشتری می‌شود.

تغییر این تصور به نظر دشوار می‌رسد زیرا وقتی مشاور به محیطی منتقل می‌شود که در آن مجبور به ارائه شفاف قیمت به مشتریان بوده و با فشار کاری برای توجیه خدماتی که ارائه می‌کند روبه‌رو می‌شود، دور کردن صنعت از مدلی بر پایه کارمزد دشوارتر می‌شود.

### ۲. بررسی کارمزدهای دریافتی در سطح جهانی

جنبه‌های مختلف کارمزدها مدت‌هاست که موضوع مداخله تنظیم‌کنندگان مقررات است:

- برخی بازارها حد نهایت کارمزد ضروری را تعیین می‌کنند که می‌توان به قراردادهای بیمه عمر پرداخت کرد.  
- کشورهای مثل هند حد نهایت هزینه‌هایی را تعیین می‌کنند که می‌توان برای تأمین مبالغ پرداختی کسب کرد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی



این موضوعات اغلب از طریق دیگر تغییرات پشتیبانی می‌شوند. از جمله وضوح نقش مشاور یا فروشنده‌گان، سخت‌گیری‌های واضح‌تری برای نقش‌آفرینی هر چه بهتر در جهت منافع مشتریان و استانداردهای بالا به ارمغان می‌آورد.

#### ۴. اصول استراتژیک

این تغییرات به وضوح تأثیر مستقیمی بر مشاوران دارد. به‌عنوان مثال هزینه‌های مشاوره به مراتب می‌تواند پایین‌تر از کارمزد باشد. به‌خصوص زمانی که به هزینه‌های ساخت‌نگاهی بی‌طرفانه نسبت به محصول داشته باشیم. (هنگامی که نرخ‌های کارمزد که بسته به نوع محصول متفاوت است ممنوع شوند). اینکه مصرف‌کنندگان چگونه به جایگزینی کارمزدها با هزینه مشاوره واکنش نشان می‌دهند نامعلوم است. اما بحث رو به گسترش هزینه‌های مشاوره حساسیت مصرف‌کننده به هزینه مشاوره را افزایش می‌دهد و شاید این در مورد سطوح کلی هزینه‌ها نیز صدق کند. بسیاری از شرکت‌های مشاور تمایل به کاهش درآمدها و سودآوری دارند. شرکت‌های مشاور تحت فشار مالی چند گزینه دارند. این شرکت‌ها می‌توانند در شرکت‌های بزرگ ادغام شوند تا از طریق محیط آن، منافع کسب کنند. این شرکت‌های

مدیریت تغییر پیدا کند. این امر لزوماً به وسیله تغییر قوانین اجباری نشده است. مشاورین می‌توانند ساختار پرداخت کنونی را (مادامی که بیمه‌گران بر اصل مبلغ پرداختی اثر نگذارند) حفظ کنند.

باتوجه به این مطلب ۴ قالب مشترک شناسایی می‌شوند:

- بیمه‌گران از تأثیر بر نحوه دریافت دستمزد مشاوران منع شده‌اند؛
- مشاوران باید در مورد اصول پاداش خود با مشتری توافق کنند؛
- مشاوران باید براساس کاری که انجام می‌دهند دستمزد دریافت کنند نه محصولی که می‌فروشند. بنابراین در انگلیس مشاور براساس فروش محصولات دستمزد دریافت می‌کند که باید با دستمزد کالاهای جانشین و نزدیک یکی باشد. در استرالیا و انگلیس مشاوران تنها هزینه‌های مشاوره در حال جریان را برای محصولات در حال جریان دریافت می‌کنند.
- مشتریان قادر به قطع خدمات جاری و پاداش در حال جریان مشاوران هستند. یا همان‌گونه که در استرالیا مطرح شده باید به‌صورت دوره‌ای خدمات در حال جریان و وجوه پرداختی هزینه‌های مشاوره را انتخاب کنند.



بزرگ مشاوره در جهت خطوط دقیق‌تر تجاری فعالیت می‌کنند و چشم‌انداز گسترده‌تری در مورد کار مشاوران دارند. مشاوران تمرکز زیادی بر عوامل محسوس مثل قیمت، خدمات و خصوصیات دارند که از اهمیت تصمیمات احتیاطی و روابط مشاور کارگزار می‌کاهد. میزان استفاده از برنامه سرمایه‌گذاری افزایش خواهد یافت؛ مثل استرالیا که در آن برنامه‌های کاری بیشتر بر بازار چیره شده بودند. ضمناً مشاوران نهایتاً کسب و کار خود را (با شرایط) مطابقت می‌دهند تا تمرکز یا تأکید بیشتری بر محصول (در صورتی که پرداخت کارمزد دنباله‌دار مجاز باشد) داشته باشند. مثل پوشش عمر در انگلیس و پوشش ریسک غیربازنشستگی در استرالیا.

گزینه سوم، افزایش قیمت‌های مشاوره با ارتقای خدمات ارائه شده به مشتریان است. تأکید بیشتر منجر به برنامه‌ریزی مالی جامع و خدمات مستمر شامل گزینه‌های دارایی، مشاوره مالیات و انتخاب محصول و بیمه‌گر می‌شود.

در نهایت اینکه ممکن است مشاوران، تقاضای سهم بیشتری از هزینه‌های پرداختی توسط مشتری را داشته باشند. امکان دارد که آنها بر ارائه شرایط بهتر محصول توسط بیمه‌گر یا استفاده از راه‌حل‌های کم هزینه‌تر که بیمه‌گران را ملزم می‌کند که هزینه‌ها را از طریق گزینه‌هایی مثل استفاده از صندوق‌های ذخیره غیرفعال با قیمت پایین کم می‌کنند، پایین بیاورند.

بیمه‌گران نیازمند تطبیق با میزان تأمین توزیع‌کننده و تغییرات اساسی در تنظیم منافع تهیه‌کنندگان، توزیع‌کنندگان و مشتریان هستند، البته این نیاز بر اثر این تغییر ایجاد می‌شود. روابط تغییر می‌کند زیرا مشاور به وضوح به عنوان ارائه‌کننده خدمات به مشتریان در مسیری رو به بازار برای بیمه‌گر عمل می‌کند. پیچیدگی ذاتی پاداش و کارمزد از بین رفته و بیمه‌گر اهرمی مهم را برای افزایش تأثیر و همه‌گیر کردن محصولات خود از

دست داده است. البته این دقیقاً همان چیزی است که قانون‌گذاران مد نظر دارند. بنابراین بیمه‌گران در رابطه با توانایی رقابتی خود در یک بازار پساکارمزدی نیازمند تضمین هستند.

علاوه بر تغییرات بنیادی در روابط بین بیمه‌گر و توزیع‌کننده، شرکت‌های مشاوره‌ای (که بیشتر توضیح داده شده‌اند) کارایی‌های بالقوه‌ای برای بیمه‌گر دارند. ممنوعیت یک کارمزد منجر به بازسازی بخش مشاوره به طریقی می‌شود که قادر به ایجاد محدودیت در برخی دسترس‌های بیمه‌گر به بازار گردد.

سایر تغییرات مشابه، شامل تغییر در میزان و ترکیب محصول حاشیه‌های پایین‌تر و کالاگرایی رو به افزایش است. کاهش تلاش برای کسب و کار جدید و انتقال آن به مشاور یا مشتری می‌تواند تأثیر عکس این تغییرات را خنثی سازد.

برای بیمه‌گرانی که قادرند با استفاده از هزینه پایین، محصولات خلاقانه و استراتژی‌های توزیع بهینه رقابت کنند، دورنمایی جذاب‌تر است (رقبای کمتر، سهم بیشتر بازار، زحمت کمتر برای کسب و کارهای جدید و چشم‌انداز پایدار بهتر). در صورتی که مالکیت توزیع وجود داشته باشد مزایایی از جمله دسترسی امن به بازار و روابط مستقیم با مشتریان وجود خواهد داشت.

برای بیمه‌گرانی که قادر به انجام تطابق یا سرعت عمل سریع نیستند، خلاف این موضوع صدق می‌کند (فقدان رقابت و سهم کم از بازار و چشم‌انداز ناامن در بلندمدت). جدول ۲ نشان می‌دهد چگونه بسته به نوع استراتژی، تأثیر ترکیبی احتمالی (دسترسی، ترکیب و میزان محصول) برای یک شرکت قابل جایگزینی است. در بازار پساکارمزدی بسته به مواضع کنونی بیمه‌گر و چابکی آتی رقیب باید انتظار مشاهده ایجاد شکافی بزرگ‌تر بین برنده‌ها و بازنده‌ها را داشته باشیم. تثبیت بیشتر در بخش تأمین‌کنندگان نیز محتمل الوقوع است.

## جدول ۲. تغییر قابل نمایش در میزان بازار انگلیس به دنبال ممنوعیت کارمزد و سایر تغییرات برنامه‌ریزی شده به دنبال بررسی مجدد توزیع خرده فروشی

| تغییرات ۳ ساله نمایش داده شده در بازار مرتبط برای کسب و کار جدید | استراتژی  |
|--|---|
| -۶۶٪   | تولیدکننده ضمانت‌نامه بیمه عمر - توزیع کارگزاران      |
| -۱۳٪   | تولیدکنندگان بیمه بازنشستگی - توزیع کارگزاران         |
| +۲۳٪   | تولیدکنندگان بیمه بازنشستگی - توزیع با چند مسیر مختلف |

که دارای ممنوعیت پیش و پساکارمزدی می‌باشند. درحالی که این مطلب سناریوی عجیبی برای بخش عمر نیست بلکه لایه اضافی پیچیده‌ای است که نباید فراموش شود.

### ۵. نتایج

بنابراین آیا این شروعی برای پایان بخشیدن به کارمزدهاست؟ نه لزوماً یا حداقل نه هنوز. تصمیم‌گیری اغلب کند است. این روند به خوبی پیش از اجرا آغاز و برای چنین تغییراتی احتمالاً نیاز به روند افزایشی دارد. اگر چه قوانین رو به رشد پاداش این گونه‌اند، ممنوعیت عمومی در سطح بازار وقتی محتمل‌الوقوع می‌شود که این ۳ شرط صدق کنند:

- تغییر بخش توزیع از فروشندگان بیمه به مشاوران مالی به خوبی در حال انجام است که به خوبی در افزایش توانایی مشاور، مدل‌های شرکت‌های قوی مشاوره تجاری متناسب و افزایش اشتیاق مشتریان برای پرداخت هزینه‌های مشاوره نمایان شده است.

- بازار بیمه عمر با توجه به نرخ‌های نفوذ بالا از طریق همکاری با برنامه‌های تأمین اجتماعی که توسط دولت حمایت می‌شوند و طرح‌های کارفرما که به تاریخ سررسید منتهی شده‌اند، زمینه گسترده‌ای از پوشش مشتریان را ایجاد کرده‌اند.

در بازارهای کمتر توسعه یافته ممکن است ممنوعیت کارمزد، مانع توسعه کسب و کار بیمه عمر و دسترسی مشتریان به ارائه‌کنندگان شود. در چنین بازارهایی سطوح بالاتر فعالیت فروش و تحصیلات مشتریان به شکل ویژه‌ای برای توسعه صنعت بیمه عمر اهمیت دارد. حرکت پیش از موعد به سمت مدل بر پایه قیمت با چنین نیازهای توسعه‌مدارانه و مدل اقتصادی صنعت مربوطه ناسازگار به نظر می‌رسد.

اگرچه انتظار می‌رود مدل‌های پاداش بر پایه کارمزد بیش از پیش مورد بررسی قرار گیرند، این باور که یک

قانون‌گذارانی که به دنبال تغییر بازارند باید پس‌انداز کنندگان کوچک را معاف کنند.

لازم به ذکر است علاوه بر آزمون‌های استراتژیک، تهیه‌کنندگان با آزمون‌های عملیاتی قابل توجهی در بازسازی محصولات، نظام‌ها و فرایندها برای مدیریت وضوح هزینه‌های مشاوره روبه‌رو هستند؛ مثلاً در انگلیس بیمه‌گران قادرند وجوه پرداختی هزینه مشاوره از مشتری به مشاوران را نظارت و اداره کنند. اما برای اطمینان از اینکه آنها بر چگونگی دریافت این وجه به مشاور تأثیر نمی‌گذارند نیاز به انعطاف لازم در شیوه‌های نحوه پرداخت است. در مورد محصولات نیز مجاز نیست نرخ تخصیص بیش از ۱۰۰ درصد داشته باشند. درحالی که نیاز به تغییرات این چنین است، شرکت‌ها شاهد فعالیت خود در فرایند و نظام‌های چندگانه برای محصولاتی هستند

the beginning of the end? New approaches to compensation. *Emphasis*, no.3. pp.2-6.

ناچاری تاریخی در رابطه با منسوخ شدن کارمزدها وجود دارد قابل قبول نیست. بلکه این اعتقاد وجود دارد که به احتمال زیاد تکامل بلندمدتی از فروش‌های مبادله‌ای در قبال مشاوره مالی به وجود خواهد آمد. قانع کننده نیست که برای تحقق این امر لزوماً نیاز به رشد توزیع کارگزار یا انجام سریع این امر باشد. این عمل مانع سرعت بالای این آزمایش می‌شود. بیشترین نگرانی‌ها در هنگام اعمال ممنوعیت کارمزدها ریسک پیامدهای ناخواسته است. خطر اینکه محصولی با عملکرد ضعیف یا عملکرد خلاف انتظار به مشتریان فروخته شود که لازم است این خطر را با دیگر خطرات ناشی از نتایج فروش نامناسب، مقایسه کرد. به خصوص مشاوران علاقه‌مند به تمرکز بر روی مشتریان فراوان هستند. به دلیل اینکه اقتصاد و امکانات پاداش دهی براساس قیمت، طرفداران بیشتری دارد. بسیاری از مشاوران که قادر به انجام این کار نیستند ممکن است از این صنعت خارج شوند.

دسترسی به مشاوره برای مشتریان با فراوانی کمتر دشوارتر است. قانون‌گذارانی که به دنبال تغییر در بازار هستند باید پس‌انداز کنندگان کوچک را از این مقوله معاف کنند. این خطر نادیده گرفته شده است که به احتمال زیاد اثر ترکیبی ممنوعیت کارمزد و عناصر دیگر بررسی توزیع خرده‌فروشی آشکارا تعداد مشاورانی را که به بازار عمده‌فروشی ارائه خدمت می‌دهند، کاهش می‌دهد.

عموماً قانون‌گذاران نیاز به تغییراتی دارند که نشان‌دهنده و پاسخ‌گوی سرعت توسعه صنعت باشد. در یک محیط در حال جهانی شدن و همگرایی قانون‌گذاری، تجربیات بازارهای دیگر باید مورد بررسی قرار گیرد هم به‌عنوان شاخص‌های قابل دستیابی در آینده و هم مدل‌هایی برای سنجش اینکه چه مواردی خوب کار می‌کنند و چه مواردی خوب کار نمی‌کنند.

منبع:

Forty, J. and Walter, k., 2011. Commissions