

# بیمه، اخلاق و مسئولیت اجتماعی صنفی

مترجم:

- ابوالفضل دهقان‌زاده

- کارشناس ارشد مدیریت کارآفرین، دانشگاه تهران

## مقدمه

با این حال، مطالعه مسائل خاص مربوط به اخلاقیات در بیمه، در علوم اجتماعی چندان توسعه نیافته است، همانگونه که جولانگاه بیمه به فضای دانشگاهی محدود شده است. به تازگی در ادارات مرکزی و بین‌المللی شرکت بیمه اتکایی مونیخ، که مقر اصلی آن در مجاورت باغ معروف انگلیسی واقع در شهر مونیخ است، گروه پژوهشی کوچکی در برنامه‌ای دو روزه در فوریه، شماری از دانشگاهیان و متخصصان بیمه‌ای از هفت کشور را گرد هم آوردند تا در راستای درک بهتر اصول اخلاقی و مسئولیت اجتماعی صنفی، برای اهالی حرفه‌ای بیمه، تعریفی جامع ارائه نموده و با برخی از نشریات

به باور اهالی حرفه‌ای، دنیای بیمه، همواره شاهد تصمیم‌گیری‌های بغرنج و گاهی دردآور اخلاقی است. «اصول اخلاقی ضدونقیض در بیمه» عنوان بحث برانگیز مقاله‌ای دانشگاهی است که اخیراً منتشر شده و حاکی از تضاد انکارناپذیر میان روش‌های اجرایی بیمه و اصول اخلاقی است. یکی از پژوهشگران عرصه بیمه، تام بیکر<sup>۱</sup>، از دانشکده حقوق دانشگاه پنسیلوانیا، نظریه‌ای نقطه مقابل مقاله فوق را مطرح نموده است؛ به باور وی، بیمه نوعی مسئولیت اجتماعی است.

1. Tom Baker

# INSURANCE



گروه دوم مقالات، درباره مسئولیت مشترک نقش آفرینان در صنعت بیمه به هنگام رویارویی با چالش‌های بزرگ زمان ما، از جمله طرح‌های بزرگ فناوری، فقر جهانی و توسعه پایدار، و همچنین درک علل و راهکارهای مؤثر برای مقابله با تقلب و کلاهبرداری در بیمه است.

گروه سوم مقالات، نگاهی ویژه به ارزش‌ها و اصول اخلاقی در بطن ارتباطات بیمه‌ای دارد؛ مفاهیمی همچون اعتماد یا بی‌اعتمادی در قراردادهای بیمه‌ای، برابری، تبعیض و همبستگی در خصوص صندوق‌های ریسک بیمه.

## ۱. اصول اخلاق حرفه‌ای در بیمه

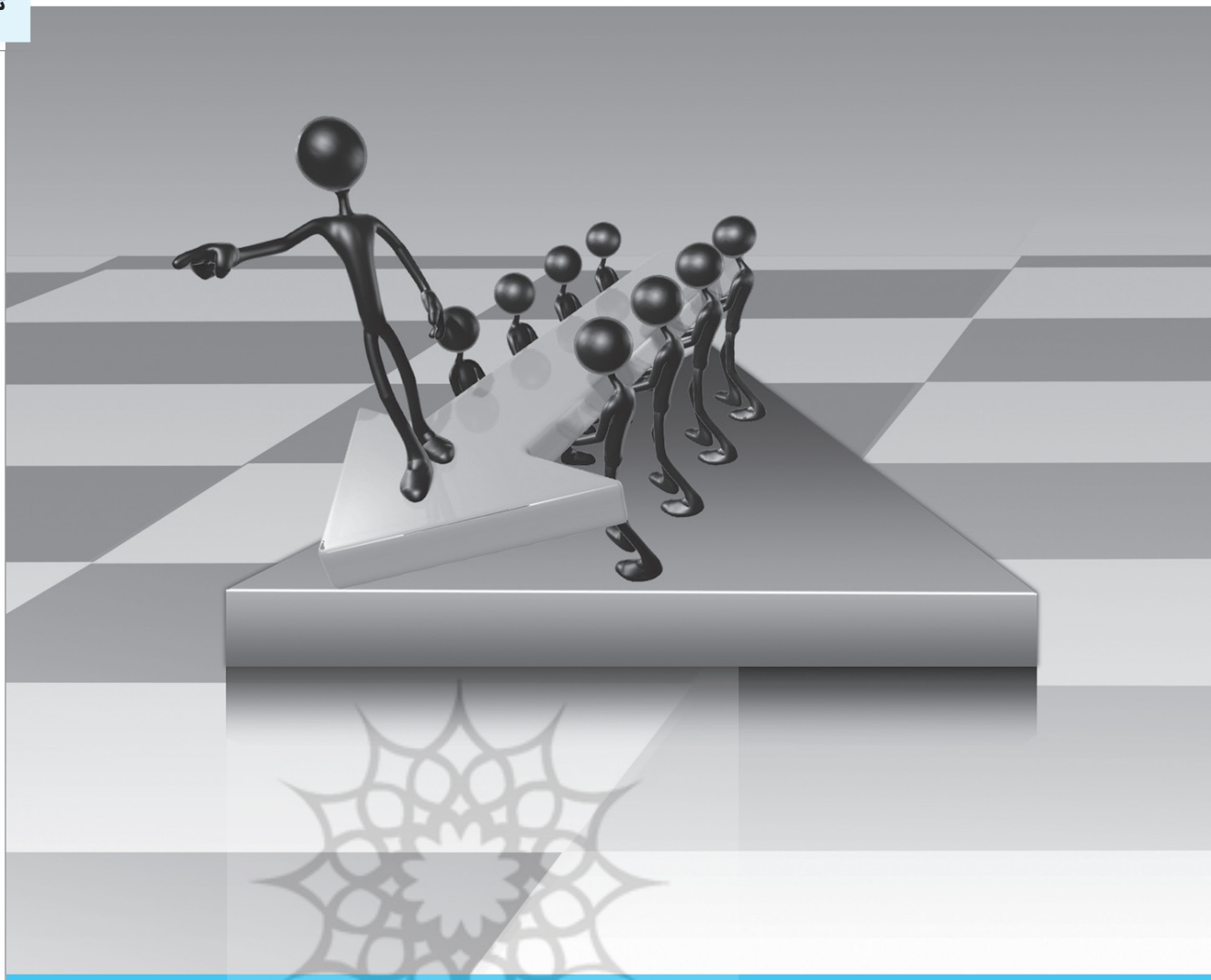
اولین راه توسعه بستر اصول اخلاقی در بیمه،

برای توزیع منابع درباره موضوعات مرتبط به گفت‌وگو پردازند. حمایت مالی سخاوتمندانه شورای پژوهشی نیروژ و برنامه سام ریسک<sup>۱</sup> به بحث مؤثرتر در این زمینه، کمکی شایان تقدیر نمود.

در اینجا خلاصه‌ای از نکات کلیدی مقالات درباره اصول اخلاقی در بیمه و مسئولیت اجتماعی صنفی مطرح شده است.

سه موضوع کلیدی در این مقالات وجود دارد. گروه اول مقالات، اصول اخلاق حرفه‌ای در بیمه است، که درک عمیق‌تر و چگونگی رویارویی با چالش‌هایی خاص را برای گروه‌هایی مانند اکچوئری، وکلا و بازاریابان بیمه هموار می‌کند.

1. Sam Risk



اسکوردیس، رشد فرهنگ الگوسازی ریسک، مرهون ارجحیت دقت بالای ریاضیات محض، با توجه به عدم دقت در رفتار انسانی است.

از پیامدهای این فرهنگ، تمایل به برآورد کم ریسک توسط این الگوها و ضریب پایین قطعیت است که همیشه قابل توجه نیست. همین اعتماد بیش از حد نسبت به الگوسازی ریسک، منجر به بحران مالی اخیر شده است. برای مقابله با چنین مشکلاتی، نظام‌نامه اخلاقی برای الگوسازی ریسک مسئول پیشنهاد شده است.

با این حال، ارزیابی انتقادی درباره روند الگوسازی ریسک، حاکی از آن است که اصول اخلاقی، بسیار مبهم و ناپایدار بوده و در زمینه‌های خاص کاربرد دارند.

بررسی چالش‌های پیش روی اهالی حرفه‌ای بیمه همچون اکچوئر، وکلا و بازاریابان بیمه است. نیکوس اسکوردیس<sup>۱</sup> از دانشگاه سنت جان<sup>۲</sup> در منهتن<sup>۳</sup> آمریکا، به ارائه اولین مقاله با عنوان «اخلاق در الگوسازی ریسک» پرداخت.

براساس توضیحات نیکوس اسکوردیس، الگوسازی ریسک، مبتنی بر روش‌های کمی برای شبیه‌سازی بیش از صد نتیجه احتمالی ناشی از تصمیم مدیریتی براساس انواع فرضیات به هم پیوسته است. خلاصه این نتایج احتمالی در نمودار توزیع احتمالات، بیانگر پیامدهای مالی تصمیم‌گیری‌های مدیریتی است. به عقیده نیکوس

1. Nicos Scordis  
2. St. John  
3. Manhattan

درباره ماهیت ریسک همسو باشد. همچنین، طراح محتاط الگوی ریسک در صدد آن است که پرسش‌های مطرح شده توسط مدیریت، دامنه الگو را تعیین نماید؛ بدین ترتیب، الگوی به دست آمده به ابزاری مفید برای مدیران به هنگام درک عدم قطعیت تبدیل می‌شود. در نهایت، طراح محتاط الگوی ریسک، در صورتی که الگوی موجود، حقیقت را تحریف نماید، پیامدهای ناشی از تصمیم‌گیری را به صورت شفاف نمایان می‌سازد. از این رو، اسکوردیس مجموعه‌ای قابل توجه از دستورالعمل‌های اخلاقی برای الگوسازی ریسک در دوره‌ای نامعلوم را ارائه می‌دهد.

علاوه بر اکچوئرها، وکلانیز، در زمینه اخلاق صنفی جایگاه دوم را در عرصه بیمه به خود اختصاص داده‌اند. کریستین لان اشتاین<sup>۱</sup>، (رئیس اداره ریسک، مسئولیت و بیمه در شرکت بیمه اتکایی مونیخ و برگزارکننده سمینار) وکیل بیمه‌ای با طرز فکری میانه‌رو است. در خصوص پرسش‌های مربوط به اثر متقابل رابطه پیچیده میان بیمه مسئولیت و قانون شبه جرم، وی به دانشگاهیان، بینشی نو از نقطه نظر اهالی حرفه‌ای دارای دیدگاه جهانی ارائه داد. به عنوان مثال، همانگونه که پژوهشگران آمریکایی

بنابراین، دستورالعمل اخلاقی که ارائه‌دهنده راهکارهای به ظاهر صریح و روشن برای رفتارهای مسئولانه است، از ارزش عملی چندانی برخوردار نیستند.

در مقابل، اسکوردیس در مقاله خود استدلال می‌کند، بهترین فضیلت مورد نظر ارسطو «تدبیر»، چهارچوب مناسبی برای ارزیابی انتقادی شیوه‌های کنونی الگوسازی ریسک و تمرکز بر توسعه جایگزین‌هایی برای شیوه‌هایی است که منجر به برآورد کم ریسک می‌شود. اسکوردیس با ارائه نمونه‌ها و تحلیل‌ها، از مفهوم حکیمانه «تدبیر» در دنیای اخلاق، برای شناسایی پنج ویژگی الگوسازی ریسک محتاطانه استفاده می‌کند. بر همین اساس، طراح محتاط الگوی ریسک، قادر به تشخیص رفتارهای متفاوت مردم با توجه به منافع خاص اقتصادی است؛ بسته به اینکه صاحبان دارایی چه کسانی هستند، دارایی‌های یکسان، به فراخور جریان نقدینگی، ارزش‌های مختلفی دارند.

طراح الگوی ریسک به خوبی می‌داند تمام اقدامات موجود در خصوص بررسی تعامل ریسک‌های مختلف بسیار ضعیف است، که این خود، یکی از عوامل حیاتی الگوی ریسک است. طراح محتاط الگوی ریسک از معیارهایی استفاده می‌کند که با طرز فکر مردم

طراح الگوی ریسک به خوبی می‌داند تمام اقدامات موجود در خصوص بررسی تعامل ریسک‌های مختلف بسیار ضعیف است، که این خود، یکی از عوامل حیاتی الگوی ریسک است.

1. Christian Lahnstein



پایدار یا پیشگیری از جرم، همگی نمونه‌های بارز نگرش عاقلانه و پویا از سوی بیمه‌گران است که می‌تواند منجر به نتایج متفاوتی شود.

گروه دوم مقالات، حاکی از چنین رویکردی هستند. الکساندروس آندریاس کرتیس<sup>۲</sup>، از دانشگاه آتن، نقش و مسئولیت بیمه‌گران را نسبت به پروژه‌های بزرگ فناوری در سطح کلان، هنگام انفجار سکوی حفاری نفتی در خلیج مکزیک مورد بررسی قرار داد. او استدلال کرد حادثه آوریل ۲۰۱۰، و در پی آن، نشت گسترده نفت، به هیچ وجه ناشی از پدیده طبیعی نبود، بلکه پیامد تصمیم‌گیری‌های اشتباه فنی و شیوه‌های نادرست مدیریتی و غیراخلاقی بوده است. ظاهراً، سیاستمداران و مقامات دولتی برای جلوگیری از چنین سوء رفتاری اصلاً موفق نبودند.

اما در این میان، تکلیف صنعت بیمه که متحمل خسارات سنگین ناشی از این حادثه شد، چیست؟ آیا اهالی صنعت بیمه نباید به نوبه خود در جلوگیری از بروز حوادث فاجعه‌آمیز سهمی داشته باشند، و با تدابیر خود، هم‌زمان به نفع عموم مردم و محیط زیست اقدام کنند؟ به باور کرتیس، درس عبرتی که از انفجار سکوی نفتی باید آموخت آن است که اگرچه بیمه‌گران و دیگر

در عرصه بیمه آمریکا، تام بیکر و شان گریفیث<sup>۱</sup> اشاره نمودند، حضور مدیران و متولیان بیمه مسئولیت در ایالات متحده، منجر به شکل‌گیری دادخواهی برای سهام‌داران این کشور شد. بدون بیمه مسئولیت، قانون شبه جرم در آن منطقه، داستانی کاملاً متفاوت می‌شد. لان اشتاین، بیمه‌گران مسئولیت را به تفکر و آگاهی بیشتر نسبت به نقش و مسئولیت خود در شکل‌گیری فعالانه قانون شبه جرم تشویق نمود. وی استدلال کرد که بیمه می‌تواند نقش مؤثری در توسعه قانون شبه جرم در بازارهای نوظهور مانند روسیه، چین، هند و برزیل ایفا نماید. وی همچنین معتقد است که بیمه فعالیتی سودآور است که باید ترویج یابد.

## ۲. سهم صنعت بیمه از مسئولیت اجتماعی

روش دوم گسترش اصول اخلاقی در بیمه می‌تواند با این استنباط همسو باشد که بیمه، تقسیم ریسک و مسئولیت در گروه‌ها یا صندوق‌های بزرگ است. در این صورت، پرسش بعدی این خواهد بود که مسئولیت‌های خاص اخلاقی بیمه‌گران و دیگر گروه‌های مرتبط، نسبت به چنین صندوق‌هایی باید چگونه باشد.

همان‌طور که در مقدمه گفته شد، تقسیم مسئولیت به منظور کاربرد منطقی فناوری‌های پرمخاطره، توسعه

2. Alexandros-Andreas Kyrtis

1. Sean Griffiths

بیمه می‌تواند نقش مؤثری در توسعه قانون شبه جرم در بازارهای نوظهور مانند روسیه، چین، هند و برزیل ایفا نماید.



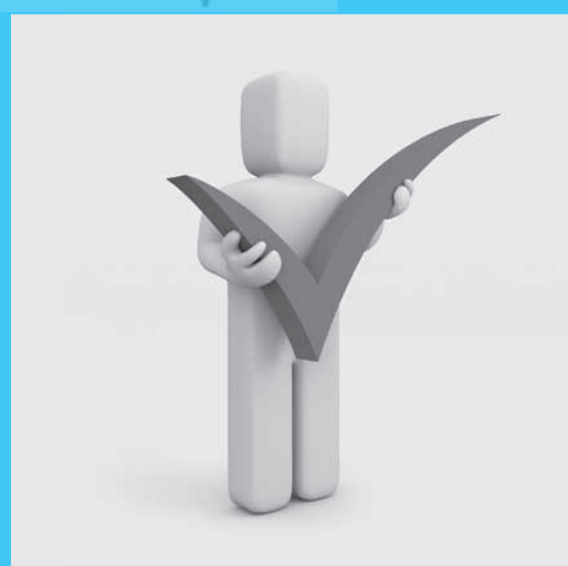
اهالی ذی‌نفع در این کسب‌وکار، نسبت به ریسک‌هایی که در معرض آن بودند، اشراف کامل داشتند، اما به هیچ وجه اقدامات متناسب با آن ریسک را اتخاذ نمودند. این واقعه، به منزله هشدار جدی است؛ با این حال، دلیلی برای ناامیدی وجود ندارد.

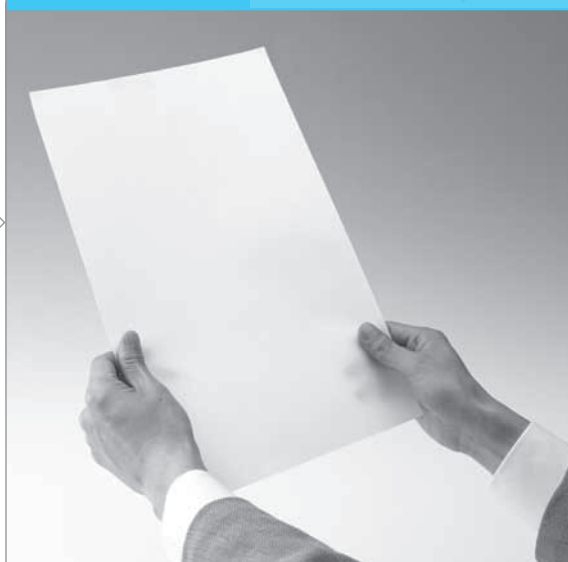
به‌نظرمی‌رسد بسیاری از افرادی که در صنعت بیمه یا صنایع پرمخاطره اشتغال دارند، پی برده‌اند که اکتفا کردن به شیوه‌های قدیمی مبتنی بر محاسبه احتمال خسارت و تخمین مبلغ پرداختی بابت جبران آن، نه برای آنها فایده‌ای دارد و نه برای جامعه و محیط زیست؛ هرگز نمی‌توان زیان را به‌طور کامل با پول رفع کرد.

به‌همین خاطر، تأکید کارشناسان به صورت فزاینده‌ای بر آن است که مقامات و بیمه‌گران همواره مسئولیت اخلاقی را به عوامل اجرایی خود هنگام تصمیم‌گیری‌های فنی و مدیریتی، گوشزد نمایند. این مهم به ویژه درباره شرکت‌های بیمه صادق است، چرا که تعیین سیاست‌های آنها باید بر پایه بررسی موشکافانه و اصول اخلاقی درون سازمانی استوار گردد، تا بدین ترتیب نظارت بر رفتار مسئولان مدیران و مهندسين پيش از آنکه اتفاق ناگواری رخ دهد، صورت پذیرد.

به باور وی، بیمه نقش نیروی محرک اصول اخلاقی را برای مدیریت صحیح ریسک عملیاتی و فناوری ایفا می‌کند. رفتارهای غیراخلاقی در شرایط حساس عملیاتی، از عدم اعتماد به کارکنان مسئول بازدهی روند عملیات، سرچشمه می‌گیرد. صدور بیمه‌نامه برای پروژه‌های عظیم و باریسک بالا، باید پس از تجزیه و تحلیل دقیق و نظارت بر عوامل ایجاد چنین معضلاتی صورت گیرد. خوشبختانه، شرایط نوآوری در صنعت بیمه، مهیاست.

کرتیس معتقد است داستان‌هایی که از زبان مدیران و بیمه‌گران می‌شنویم - یعنی همان افرادی که نسبت به عدم‌دقت درباره علل وقوع فجایع مسئول‌اند - حاکی از





آن است که میزان آگاهی ایشان بالاست. تنها کافی است آنها را وادار کنیم تا در مورد نگرانی‌های خود با صراحت صحبت کنند و افکار خود را در قالب روش‌های مناسب کسب و کار به مرحله اجرا رسانند.

یکی از زمینه‌های اثبات رهبری توسط صنعت بیمه، گسترش و حمایت از ابتکارات بیمه‌خرد در جهان در حال توسعه است. رالف رادرمشر<sup>۱</sup>، از دانشکده بیمه خرد - دهلی نو و یوهانس برینکمن<sup>۲</sup> از دانشگاه مدیریت - نروژ، از بیمه خرد به عنوان زمینه‌ای برای رسیدگی به مسائل اخلاقی در حوزه بیمه استفاده کردند. چرا که درک مسئولیت اجتماعی در حوزه بیمه در جوامع کوچک‌تر، ساده‌تر و کمتر توسعه‌یافته، آسان‌تر است. ریسک اخلاقی در بازاریابی بیمه، آسیب‌پذیری مشتریان را افزایش می‌دهد. به‌طور معمول (نه لزوماً همیشه) بیمه خرد در کشورهای در حال توسعه، به جمعیت‌های ضعیف و آسیب‌پذیر، پوشش‌های جزئی در ازای پرداخت حق بیمه جزئی، ارائه می‌دهد. سلامت و بهداشت، مرگ و میر، خرابی محصول، و از دست دادن اموال، نمونه‌هایی از ریسک‌های تحت پوشش بیمه خرد است.

در بیمه‌های خرد، همچون بیمه‌های سنتی، از فناوری ساخت پایدار صندوق استفاده می‌شود، اما برای کارایی مؤثر، عملیات آن باید حداکثر سادگی، دسترسی آسان، انعطاف‌پذیری و هزینه پایین را داشته باشد. چگونه می‌توان از نقطه نظر اخلاقی، هم‌زمان بازار و جمعیت بی‌بضاعت را هدف گرفت؟

رادرمشر و برینکمن بر اهمیت پژوهش کاربردی مبتنی بر پروژه‌های واقعی بیمه خرد تأکید می‌ورزند. آنها همچنین به چگونگی بازاریابی بنیان تاریخی بیمه اهمیت می‌دهند چرا که ریشه در تعاون جوامع کوچک و منسجم دارد.

1. Ralf Radermacher  
2. Johannes Brinkmann



را به عنوان شخصیت‌های منفی و در مقابل آنها، صنعت بیمه به عنوان شخصیت مثبت شناخته می‌شود، که شانه به شانه مشتریان صادق مبارزه می‌کند؛ و همان‌طور که همه ما می‌دانیم و براساس تحقیقات انجام شده، بسیاری از مشتریان بیمه «سوء استفاده از بیمه» را با واژه‌هایی مترادفی همچون با سرزنش و شرم تفسیر می‌کنند، بدین مفهوم که این صنعت است که از آنها کلاهبرداری می‌کند و متقابلاً سزاوار تقلب و سوء استفاده است.

لش و برینکمن استدلال می‌کنند که بیمه‌گران و بیمه‌گذاران باید بدانند که هر دو در ایجاد چنین فضایی مسئول هستند و هیچ‌یک، در انزوا و بدون کنش دیگری قادر به این واکنش نیست. امروزه هر دو طرف باید بدانند که عملکرد مخرب الگوهای ناکارآمد رفتاری، دقیقاً چه عوارضی دارد؛ مخرب از نقطه نظر بیمه‌ای و مهلک برای آرمان‌های یک جامعه مبتنی بر همبستگی.

بیل لش<sup>۱</sup> از دانشگاه داکوتای شمالی<sup>۲</sup> (با همکاری یوهانس برینکمن) دیدگاه متفاوتی در مورد مسئله کلاهبرداری در بیمه دارند. این دو در صدد ارائه ایده‌ای نو برای شناسایی بهتر انگیزه‌ها و شیوه‌های طرفین هستند که منجر به عدم سوددهی بازار به واسطه کلاهبرداری و عدم اعتماد شده است. این دو پژوهشگر، همچنین در تلاش برای ارائه راهکارهایی هستند تا جامعه قادر به جبران شیوه‌های غیراخلاقی و پرهزینه‌ای باشد که به‌نظر می‌رسد در چرخه بی‌پایان و مخرب گرفتار است.

بحث «سوء استفاده از بیمه» در پوشش رسانه‌ای و بیانیه‌های صنعت بیمه معمولاً در بدو امر، به صورت پرونده‌های بسیار ناگوارتر از حد معمول، همچون کلاهبرداری سازماندهی شده از بیمه، مطرح می‌گردد و سپس به صورت سرزنش آمیز و شرم آور، مشتریان بیمه

1. Bill Lesch  
2. North Dakota



از جامعه‌ای می‌شوند که ریسک میان آنها تقسیم شده است. آنچه که بیمه را متمایز می‌کند، پلی است که میان همبستگی و تبعیض وجود دارد.

از یک سو، شرکت‌های بیمه خصوصی هستند که بر اساس اصل نابرابری فعالیت می‌کنند، چرا که بیمه‌گذاران را با طبقه‌بندی خاص، در گروه‌های مختلف ریسک قرار می‌دهند و بدین ترتیب موجب تبعیض می‌شوند.

این طبقه‌بندی به نوبه خود، موجب تعیین قیمت‌های مختلف بر اساس عوامل ریسک مانند سن، جنس، سلامتی و ناتوانی می‌شود. در برخی موارد، اعمال تبعیض منجر به حذف برخی افراد از پوشش بیمه‌ای می‌شود. در عین حال، بیمه در بطن خود دارای «همبستگی» است. با حذف یک بیمه‌نامه، فردی در صندوق ریسک مشارکت می‌کند که در آن، هر عضو مسئول ریسک دیگران می‌باشد. در طول قرن بیستم، بازده فنی و همبستگی، بیمه را تبدیل به ابزاری قدرتمند برای دولت در جوامع مرفه نمود. با این حال، از نقطه نظر اخلاق در کسب و کار، جالب است که ارتباط میان بیمه و همبستگی، نه تنها به رفاه اجتماعی و بیمه اجتماعی محدود نمی‌شود، بلکه در رابطه با بیمه خصوصی نیز صادق است.

در عین حال، درک اینکه بیمه نوع بسیار خاصی از همبستگی را ایجاد می‌کند، از اهمیت بسزایی برخوردار است. بر همین اساس، سؤالات اصلی که جامعه‌شناسان فنلاندی مطرح می‌نمایند به قرار زیر است؛ همبستگی در زمینه‌های مختلف بیمه‌ای چه مفهومی دارد؟ محدودیت در همبستگی چگونه تعریف و توجیه می‌شود؟

در همین راستا، یک نمونه بسیار جالب مربوط به تصمیم دادگاه عدالت اروپا در مارس ۲۰۱۱ برای ممنوعیت تبعیض در بیمه بر اساس جنسیت است. ممنوعیت بیمه‌گری گسترده بر اساس جنسیت، نشان‌دهنده یک

از نظر لث و برینکمن، نکته جالب اینجاست که هر فردی چگونه می‌تواند با معضل «سوء استفاده» به صوت سازنده‌تر مقابله کند (و از چرخه معیوب سرزنش و شرم که عامل مخرب ظرفیت‌های بیمه برای ایجاد جامعه است، اجتناب نماید).

هدف از بازاریابی بیمه، در حالت ایدئال، آن است که شرکت‌ها، برای به حداکثر رساندن منافع مشترک، به مشتریان خود خدمات ارائه می‌دهند، یا همانگونه که در تئوری بازاریابی نوین به «همکاری در خلق ارزش» تعبیر می‌شود. نکته کلیدی این است که حضور هر دو طرف برای ایجاد ارزش یا نابودی آن ضرورت دارد.

### ۳. اخلاق در بطن ارتباطات بیمه‌ای

کلام آخر اینکه، باید زمینه شناخت جامع اصول اخلاقی در بیمه فراهم گردد؛ این مهم از طریق درک ارزش‌های هدفمند همچون امنیت و توسعه پایدار، یا ارزش‌های ابزاری مانند همبستگی، توزیع عادلانه حقوق و وظایف، یا اعتماد میسر می‌شود. رمز موفقیت در استفاده از فناوری و ارتباطات بیمه‌ای، بررسی جداگانه هر یک از ارزش‌های بنیادی و سپس بسط و گسترش این اصول است. دو مورد از مقالات سمینار در این چهارچوب می‌گنجد که هم اکنون نیز در حال پیشرفت و به روزرسانی هستند.

دو جامعه‌شناس از دانشگاه هلسینکی<sup>۱</sup>، تورو کیمو لئونن<sup>۲</sup> و جری لیو کو<sup>۳</sup>، به بررسی مجموعه‌ای از چالش‌های اخلاقی متفاوت پرداختند که بیمه‌گران با آن دست و پنجه نرم می‌کنند. حل این معضل که چه عاملی موجب برابری و تبعیض در عرصه بیمه می‌شود. آنها اینگونه استدلال می‌کنند که بیمه، مولد همبستگی در میان افرادی است که با صندوق ریسک مرتبط هستند؛ بنابراین افرادی که در صندوق ریسک هستند، عضوی

1. Helsinki  
2. Turo-Kimmo Lehtonen  
3. Jyri Liukko

زنان است و در نتیجه سبک رانندگی مردان، ریسک بیشتری دارد. در مورد پرداخت پول بیشتر برای بیمه عمر چگونه؟ امید به زندگی چقدر در مردان، به واسطه انتخاب‌هایشان، کمتر است؟ طرح چنین پرسش‌هایی پس از تصمیم دادگاه عدالت اروپا در خصوص منع رتبه‌بندی ریسک‌های مختلف براساس جنسیت، بسیار بجاست.

گفته می‌شود، اگر اعتماد وجود دارد، دیگر نیازی به تنظیم قرارداد دقیق نیست، و اگر اعتمادی نیست، حتی یک قرارداد دقیق هم فایده‌ای ندارد. اگر فرض بر این است که چاپ قرارداد منصفانه، منجر به بی‌اعتمادی می‌شود، پس گمان می‌رود که بی‌اعتمادی مسری و متقابل است.

کویند کوالنز<sup>۱</sup> از دانشکده مدیریت BI نروژ<sup>۲</sup>، به همراه بیورن بکن<sup>۳</sup>، دانشجوی دکتر، مقاله‌ای ارائه

تغییر بنیادی در جهت مفهومی جدید درباره «برابری» و «همبستگی» بین زنان و مردان است. مثلاً مطالبه مبالغ مساوی در بیمه‌نامه عمر، برای هر دو جنس از دیدگاه جامعه‌شناسان، مترادف با «یارانه همبستگی» برای مردان است. تا به حال، مردان پول بیشتری برای بیمه‌نامه عمر پرداخت می‌کردند؛ چرا که به طور متوسط، مردان زودتر از زنان می‌میرند. از این پس، زن بودن دیگر مستلزم تشکیل گروه جداگانه ریسک نخواهد بود و زنان دیگر به خاطر ریسک کمتر، از صندوق ریسک نفع نمی‌برند.

در اینجا، پرسش‌های اخلاقی و جامعه‌شناختی مطرح شده بسیار جدی هستند؛ بر چه اساسی تبعیض را می‌توان توجیه کرد؟ ممکن است گفته شود مردان باید حق بیمه بیشتری برای بیمه خودرو پرداخت کنند، چون احتمال تصادفات رانندگی در مردان بالاتر از از

خطر اخلاقی، که ناخواسته منجر به ایجاد منافی برای رفتارهای پرخطر می‌شود، از دیرباز دغدغه اهالی صنعت بیمه بوده است.

1. Qyvind Kvalnes  
2. Business Intelligence of Norwegian  
3. Bjorn Bakken

## منبع:

Brinkmann, J. and Doyle, A., 2011. Insurance, ethics and Corporate Social responsibility, *Scandinavi an Insurance quarterly*, 1.

دادند، که در آن صنعت بیمه را از نظر تولید اسناد بیمه‌ای حجیم و انرژی‌بر مورد انتقاد قرار داده بودند؛ چاپ با کیفیت بالای بیمه‌نامه به همراه شرح کلیه جزئیات از شرایطی که در بیمه‌نامه صدق می‌کند یا نه. به عقیده این دو پژوهشگر، چنین دقتی تنها عامل تخریب‌انگیزه در مشتریان است. کوالنز و بکن از اصطلاح «نقاط ضعف اخلاقی» توماس پوگ<sup>1</sup> استفاده کردند، برای توضیح اینکه چگونه ممکن است چنین اسناد بیمه‌ای، اثرات تأسف باری به همراه داشته باشند.

خطر اخلاقی، که ناخواسته منجر به ایجاد منافی برای رفتارهای پرخطر می‌شود، از دیرباز دغدغه اهالی صنعت بیمه بوده است. هدف و کلای بیمه از طراحی قراردادهای بیمه، به حداقل رساندن ریسک به واسطه شناسایی و رفع نقاط ضعف است، در حالی که همچون یک عارضه جانبی ناشی از راهکاری برای توجیه بیمه‌گذاران تبدیل شده است. هر آنچه مسکوت بماند، برای بیمه‌گذاران قابل قبول تلقی می‌گردد، به عبارت دیگر، شرح جزئیات به بهترین صورت، یا حتی حکم قانونی ممکن است بر خلاف انتظار، به جای کاهش خطر اخلاقی، اوضاع را وخیم‌تر کند. علاوه بر این، دیگر شرکت‌کنندگان در این کنفرانس، استدلال کردند که اگر مشتریان متوجه شوند، تعهد بیمه در نسخه چاپی نقض شده است، ممکن است منجر به ایجاد فضایی شود که در آن بیمه‌گذاران آن را کلاهبرداری و تقلب تلقی کنند. (رجوع کنید به مقاله لش و برینکمن).

بیمه، نوعی مسئولیت اجتماعی است، اما تنها زمانی که کسب‌وکار و ملاحظات اخلاقی به صورت مطلوبی موازنه شوند.