

بیمه استفاده کنندگان از اعتبارات مصرفی^۱

ترجمه نصراله طهماسبی

۱. مقدمه

بیمه استفاده کنندگان از اعتبارات مصرفی برای نخستین بار حدود ۸۰ سال قبل در امریکای شمالی ایجاد شد و هم اکنون در بسیاری از بازارهای بیمه‌ای جهان رایج است. در امریکای شمالی این بیمه را «بیمه عمر اعتبار» (credit life) می‌نامند اما در دیگر کشورها، از جمله انگلستان، به «بیمه اعتبار دهنده» (creditor insurance) معروف است. این امر ممکن است باعث ایجاد سردرگمی در بازارهایی بشود که اصطلاح credit life را در مورد بیمه‌هایی به کار می‌برند که ورشکستگی بدهکاران را تحت پوشش قرار می‌دهد. به همین سبب لازم است با مفهوم «بیمه عمر اعتبار» یا «بیمه اعتبار دهنده» بیشتر آشنا شویم. هدف این نوع بیمه، حمایت از افراد بدهکاری است که به علت فوت، بیماری یا بیکاری قادر به بازپرداخت اقساط بدهی خود در سررسید تعیین شده نیستند. به همین دلیل، این مقاله بیمه خطر ورشکستگی بدهکاران را که مبحثی کاملاً متفاوت است دربر نمی‌گیرد؛ در این مقاله، روند توسعه بیمه اعتبار دهنده، کاربرد آن در بازارهای مختلف بیمه‌ای جهان و نیز زمینه‌های رشد آن در آینده مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۲. ریسکهای اعتبار

مجموعه متنوعی از ریسکهای اعتباری را می‌توان تحت پوشش بیمه قرار داد.

1. Parker, Martyn, *Insurance for Consumer Credit Users*, The Mercantile and General Reinsurance Company, England: 1996.

الف) مانده کارتهای اعتباری

استفاده از کارتهای اعتباری از دهه ۱۹۵۰ رواج یافته و روزافزون جنبه عمومی پیدا کرده است. در سال ۱۹۹۴، تنها در کشور انگلستان، نزدیک به ۸۰۰ میلیون معامله با این کارتها انجام شده است. در سال ۱۹۹۵، در کشور تایوان، دارندگان کارت ویزا، بیش از ۱۱۰ میلیارد دلار تایوان از طریق کارتهای خود خرید کرده‌اند و در همین سال، تعداد کارتهای اعتباری مورد استفاده در کشور آلمان با ۱۶ درصد افزایش نسبت به سال قبل، به ۱۱/۸ میلیون مورد رسیده است. در ژاپن بیش از ۱۱۰ میلیون کارت اعتباری مورد استفاده قرار می‌گیرد. در عین حال بازارهای جدیدی نیز در حال گشایش‌اند. اخیراً چهار بانک ویتنامی اعلام کردند که نخستین بانکهای ویتنام خواهند بود که اقدام به ارائه کارتهای اعتباری می‌نمایند و در اندونزی، بازار اعتباری که در مرحله نوباوگی خویش به سر می‌برد، با ۱/۱ میلیون کارت اعتباری در اختیار جمعیت ۱۹۰ میلیون نفری آن کشور است.

گروه وسیع و فزاینده‌ای از کالاها و خدمات را می‌توان با کارتهای اعتباری خریداری کرد. دارندگان کارتها، ماهانه صورتحسابی را دریافت می‌کنند که بدهیهای معوق آنها را نشان می‌دهد. بدهی را می‌توان یکجا یا تدریجاً در طول ماه تصفیه کرد و به هر حال بدهیهای معوق مشمول نرخ بهره بالایی می‌شود. این نوع استقراض را «اعتبار در گردش» می‌نامند.

ارزیابی مشتریان بالقوه کارتهای اعتباری نسبتاً مشکل است و این امر از یک سو ایجاد سیستمهای اعتباری منسجم و از سوی دیگر محدودیت در میزان اعتبار را ایجاد می‌کند. ریسک اعتباری که می‌تواند تحت پوشش بیمه اعتبار دهنده قرار گیرد عبارت است از «بدهی معوق در هر زمان مفروض». در عمل، این بدهیها اغلب مبالغ بسیار اندکی هستند و در نتیجه این نوع بیمه را تنها بخش کوچکی از استفاده کنندگان از کارتهای اعتباری مورد استفاده قرار می‌دهند. برای مثال، در کشور ژاپن، بدهیهای ناشی از کارتهای اعتباری به قدری اندک بوده که پوشش بیمه‌ای آن اصلاً مطرح نشده است. مطمئناً در آینده استفاده از کارتهای اعتباری در معاملات بین‌المللی افزایش چشمگیری خواهد یافت و به همان نسبت نیز ارزش متوسط معاملات انجام شده با کارتهای اعتباری بالا خواهد رفت. ارتقای سطوح زندگی و افزایش سفارشهای تلفنی و پستی برای خرید نیز دو عامل کاملاً دخیل در این موضوع هستند. صادر کنندگان کارتهای اعتباری باید

درباره بیمه بازپرداخت بدهیهای معوق که در حال تبدیل شدن به ارقام عمده‌ای است فکری جدی بکنند. یکی از امکانات مورد نظر برای چنین بیمه‌ای، اجباری شدن آن است که متعاقباً در مورد آن توضیح بیشتری داده خواهد شد.

ب) وامهای شخصی

وام گیرندگان انفرادی ممکن است با هدفهای متفاوتی درخواست وام شخصی از بانک یا مؤسسه مالی بنمایند. هزینه وام (اعم از نرخ بهره و هزینه‌های اداری) معمولاً با توجه به مبلغ وام، نحوه استفاده و مدت بازپرداخت آن تعیین می‌شود. این گونه وامها معمولاً برای خرید ماشین، اثاث و لوازم منزل، تعمیر ساختمان یا هزینه تعطیلات مصرف می‌شود. مدت وام معمولاً یک تا پنج سال است و بدون اخذ وثیقه پرداخت می‌شود. بنابر این بانک نمی‌تواند خرید انجام شده از محل وام را تحمیل یا در صورت بازپرداخت نشدن اقساط وام، دارایی وام گیرنده را ضبط کند. با تهیه بیمه اعتبار دهنده، چنانچه وام گیرنده بیمار یا دچار حادثه یا بیکاری شود، بیمه‌گر بازپرداخت بدهی را انجام می‌دهد. به علاوه در صورت فوت یا از کار افتادگی دایم وام گیرنده نیز کل بدهی معوق وی پرداخت خواهد شد.

پ) طرحهای تأمین مالی

طرحهای مالی نیز معمولاً برای خریدهای مشابه وامهای شخصی مورد استفاده قرار می‌گیرد. با این تفاوت که وام شخصی را قبل از خرید، بانک یا مؤسسه مالی پرداخت می‌کند لیکن تأمین طرحهای مالی به منظور تسهیل انجام معامله، در زمان فروش، با خرده فروشان است. برای مثال، فروشنده موافقت می‌کند که بهای کالا به جای اینکه نقداً پرداخت شود در دوازده قسط ماهانه تقسیط گردد.

در امریکای شمالی، دلالان اتوموبیل‌های شخصی به بیمه اعتبار دهنده به چشم کالایی می‌نگرند که همانند سایر کالاها می‌توانند از فروش آن سود ببرند. این امر ممکن است موجب ترقی فوق‌العاده نرخ بیمه‌های مربوط به فروش اتوموبیل شود. متأسفانه این موضوع همچنین ممکن است منجر به آن شود که در صورت آسان‌تر بودن یا سودآوری بیشتر، دلال اتوموبیل به جای خرید بیمه به خرید کالای دیگری نظیر «تلفن همراه» (موبایل) پردازد که برای خودش نیز قابل استفاده است.

ت) مانده بدهی سفارشهای پستی

چندین سال است که خرید خانگی از طریق پست، در بسیاری از کشورها رایج شده

است. با توجه به فروشهای تلویزیونی و کانالهای خاصی که برای ارسال سفارش خرید ایجاد شده است، به نظر می‌رسد که این بازار نیز گسترش یابد. بهای کالاهای خریداری شده را می‌توان به طور کامل در لحظه خرید بدان سان که بیشتر رایج است، با قبول نرخ بهره، در اقساط ماهانه پرداخت کرد. این نوع اعتبارات نیز همانند کارتهای اعتباری هستند لیکن بدهیهای مربوط به آنها معمولاً بسیار اندک است. به هر حال در این مورد نیز امکان استفاده از بیمه اعتبار دهنده وجود دارد.

ث) وامهای خرید مسکن

در بسیاری از کشورها اجاره و سایل زندگی رایج تر از خرید آن است. با وجود این، در برخی کشورها نظیر امریکا و انگلستان، بخش عمده‌ای از مردم با استفاده از وام بانکی یا تسهیلات اعطایی سایر مؤسسات مالی اقدام به خرید خانه می‌کنند. در امریکا با بیمه عمر اعتبار می‌توان خطر فوت، از کار افتادگی و بیکاری را تحت پوشش قرار داد. در انگلستان وضعیت اندکی متفاوت است زیرا وامهای مسکن به طور سنتی با استفاده از بیمه عمر تشکیل سرمایه بیمه می‌شوند. در این نوع بیمه خطر فوت تحت پوشش بیمه قرار می‌گیرد و امکان افزودن ریسکهای اضافی مانند حادثه، از کارافتادگی و بیکاری نیز به آن وجود دارد. در ژاپن برای بیمه وامهای مسکن به این شیوه‌ها عمل نمی‌کنند. در این کشور وام دهندگان، بیمه گروهی عمر اعتبار را نیز به عنوان جزئی از پوشش جامع وامهای خود دریافت می‌دارند.

۳. انواع پوششهای بیمه‌ای

بیمه اعتبار دهنده می‌تواند پوشش بیمه‌ای مورد نیاز را در صورت فوت، حادثه یا بیماری، از کارافتادگی بلند مدت یا بیکاری وام گیرنده تأمین کند.

الف) فوت وام گیرنده

خطر اصلی که تحت پوشش این بیمه قرار می‌گیرد، فوت وام گیرنده است که در صورت تحقق، بیمه‌گر مانده بدهی وام گیرنده از جمله بهره متعلق را پرداخت خواهد کرد.

ب) حادثه و بیماری

چنانچه وام گیرنده به علت بیماری قادر به کار نباشد، بازپرداخت اقساط وام یا اعتبار را بیمه‌گر انجام می‌دهد. در این نوع بیمه، یک دوره انتظار که معمولاً ۳۰ روز است در

نظر گرفته می شود و پس از آن بیمه گر پرداخت اقساط را برای مدتی که از پیش توافق شده است آغاز می کند. این دوره از پیش توافق شده می تواند بین ۱۲ تا ۲۴ ماه باشد و بیمه گر تا زمانی که وام گیرنده بهبود یابد و قادر به کار باشد یا اینکه فوت کند، به پرداخت اقساط ادامه می دهد.

پ) از کار افتادگی کلی و دائم

در مواردی که وام گیرنده به علت ابتلای به بیماریهای سخت دچار ناتوانی کامل شود و براساس نظر پزشکان احتمالاً تا پایان عمر قادر به کار کردن مجدد نباشد، اصل مبلغ وام و بهره معوق آن را بیمه گر پرداخت می کند.

ت) بیکاری

در کشورهایی که خطر بیکاری را تحت پوشش این نوع بیمه ها قرار می دهند، این ریسک مهم ترین پوشش بیمه اعتبار دهنده تلقی می شود. در کشورهای امریکا، انگلستان و فرانسه خطر بیکاری تحت پوشش این نوع بیمه است لیکن این خطر در آلمان، هلند، بلژیک، اسپانیا و ایتالیا بیمه نمی شود. تعریف بیکاری در ژاپن قدری مشکل است و احتمالاً بیمه بیکاری در چارچوب بیمه های بازرگانی قرار نمی گیرد. پرداخت ناشی از این پوشش، هنگامی انجام می شود که وام گیرنده به طور ناخواسته بیکار شده باشد که در این صورت، بیمه گر بازپرداخت اقساط وام را برای مدت محدودی انجام می دهد. این مدت معمولاً یک سال است مگر اینکه وام گیرنده قبل از خاتمه مدت، شغل دیگری به دست آورد. بیمه خطر بیکاری برای موارد خود اشتغالی نیز قابل دسترس است با وجود این، تعهد بیمه گر هنگامی انجام می شود که وام گیرنده ورشکست شود.

۴. انواع بیمه، سودآوری و تجربه

الف) نرخ گذاری

بیمه اعتبار دهنده معمولاً بر این اساس نرخ گذاری می شود که تعداد زیادی ریسک کوچک به صورت گروهی اداره و در مجموع صرفه اقتصادی حاصل شود. در نتیجه در این رشته عقد قراردادهای بیمه انفرادی به حداقل می رسد و معمولاً نرخ بیمه ارتباطی با سن بیمه شدگان ندارد. نرخ بیمه درصدی از وام اولیه یا مبلغ بدهی است. سیستم اداری ایجاد شده بین وام دهنده و بیمه گر به نحوی است که حداقل هزینه و حداکثر کارایی را به

وجود می‌آورد.

در بازار بیمه امریکای شمالی، نرخ بیمه را مقامات نظارتی هر ایالت به شدت کنترل می‌کنند و بیمه‌گران باید نرخهایی را که «در نظر اول» (prima facie) تعیین شده است رعایت کنند مگر اینکه نرخ مورد نظر براساس نسبت خسارت‌های ایجاد شده به حق بیمه‌های عاید شده (ضریب خسارت) محاسبه و موافقت دولت با اعمال آن اخذ شده باشد. محدودیت‌های قانونی ایجاد شده در امریکای شمالی، حاصل فشار جامعه مصرف‌کنندگان برای محدود کردن سود حاصل از بیمه عمر اعتبار در این کشور است.

تجربه نشان داده است که بیمه اعتبار دهنده، حساسیت چندانی در مقابل تغییر نرخ حق بیمه ندارد. مقایسه بین انواع بیمه اعتبار به دلیل وجود تفاوت‌های جزئی در بیمه‌نامه‌ها یا شرایط و امها به آسانی میسر نیست. اساساً ممکن است وام‌گیرنده هیچ‌گونه اختیاری برای انتخاب نوع بیمه اعتباری که برای پوشش دادن به وام خود برمی‌گزیند نداشته باشد. افزون بر این، قصد مشتری، ارائه تضمین برای بازپرداخت وام است و بیمه اعتبار دهنده با هزینه‌ای اندک، این هدف را تأمین می‌کند. در نتیجه بیمه‌گران قادر شده‌اند نرخهایی را اعمال کنند که به هیچ وجه جنبه رقابتی نداشته است. معمولاً پرداخت حق بیمه به صورت یکجا یا به اقساط انجام می‌شود. تجربه پرداخت یکجای حق بیمه گواه استمرار بیشتر بیمه‌نامه‌هاست و معمولاً در این موارد پوشش بیمه‌ای سریعاً فسخ نمی‌شود. حق بیمه یکجا را ممکن است در همان ابتدا به مبلغ وام افزود. این عمل به مفهوم افزایش درآمد وام دهنده است زیرا حق بیمه نیز مشمول نرخ بهره خواهد شد. در صورت بازپرداخت پیش از موعد وام، بخشی از حق بیمه پرداختی، قابل استرداد خواهد بود. پرداخت قسطی حق بیمه معمولاً در مورد بیمه کارتهای اعتباری و طرحهای رهنی انجام می‌گیرد.

ب) نرخها

به طور کلی نرخهای مورد عمل، تفاوت‌های ماهوی انواع بیمه‌های اعتبار دهنده را منعکس می‌کند. گرچه نمی‌توان به طور قطع اظهار نظر کرد می‌توان گفت که نرخ بیمه وامهای خرید مسکن (که پوشش آنها محدود و به صورت سالیانه تمدید می‌شود) در مقایسه با بیمه وامهای بدون وثیقه (که براساس شرایط خاص و به صورت قسطی مسترد می‌گردد) بسیار ارزان‌تر است. به پوشش کارتهای اعتباری برای تأمین بدهی معوق، نرخ بسیار پایینی تعلق می‌گیرد. پوشش بیمه بیکاری احتمالاً مهم‌ترین و با ارزش‌ترین مزیت

این نوع بیمه به ویژه در شرایط اقتصادی جاری است، هرچند این پوشش در همه کشورهای ارائه نمی‌شود. حق بیمه مربوط به پوشش این ریسک نیز طبعاً بیشتر از سایر ریسکهاست و بیمه‌گران شرایط سختی را برای بیمه نمودن آن تحمیل می‌کنند. افزون بر این، سیاستهای دولت مستقیماً روی سطح بیکاری تأثیر می‌گذارد، از این رو، پوشش بیمه بیکاری متضمن قبول ریسکهای سیاسی است. بنابر این باید به نحوی عمل شود که تعدیل نرخ حق بیمه، در صورت تغییر شرایط اقتصادی، امکان‌پذیر باشد. مطمئناً بسیاری از شرکتهای بیمه انگلیسی از ارائه پوشش بیمه بیکاری با توجه به سابقه تجربی ناموفق آن خودداری می‌کنند.

پ) سودآوری

در بسیاری از بازارها، حتی بازار امریکای شمالی، حاشیه سود این فعالیت خیلی بالاست. عوامل متعددی این وضع را موجب شده‌اند:

○ عدم حساسیت قیمت، بازتاب این واقعیت است که وام‌گیرنده قادر به ارزیابی ارزشی که در مقابل پول پرداختی به دست می‌آورد نیست. زیرا «مراجعه به شرکتهای مختلف بیمه، استعمال بها» و مقایسه نرخها با یکدیگر نه تنها آسان نیست بلکه گاه ناممکن است. به همین سبب بیمه‌گر می‌تواند نرخهایی را اعمال کند که سود بالای او را تأمین نماید.

○ بعضی از وام‌گیرندگان، گرچه استحقاق دریافت خسارت را دارند ادعای خسارت نمی‌کنند. دلیل این امر اغلب آن است که فراموش می‌کنند تحت پوشش بیمه قرار دارند، یا اینکه فوت کرده‌اند و وارثان از وجود بیمه بی‌خبرند. بدیهی است که این موارد موجب افزایش سودآوری این بیمه می‌شود.

○ مطمئناً برخی از پوششها به وام‌گیرندگانی فروخته می‌شود که واجد شرایط برای استفاده از پوشش مذکور نیستند. برای مثال، فروش پوشش بیمه بیکاری به وام‌گیرندگان خویش فرما. چنانکه قبلاً دیدیم در این گونه موارد، خسارت در صورتی پرداخت می‌شود که وام‌گیرنده ورشکست شود. با این همه، ممکن است این نکته در زمان فروش بیمه برای وام‌گیرنده به خوبی تشریح نشود. در هر دو مورد اخیر ممکن است خسارت پرداختی بیمه‌گر کمتر از حد انتظار باشد و در نتیجه سود بیشتری عاید او شود.

۵. تأثیر عوامل سیاسی و اقتصادی

سیاستهای دولت می‌تواند تأثیرات اساسی بر بیمه اعتبار دهنده داشته باشد. مشخصاً وسعت کمکی که به هنگام نیاز، دولت ارائه می‌کند، اهمیت زیادی دارد. در برخی کشورها ممکن است دولت مجموعه‌ای از امکانات و مزایا را فراهم کند. وجود امکان دسترسی به کمکهای دولتی ضرورتاً به مفهوم بی‌نیازی از تسهیلات اعتباری یا پوششهای بیمه‌ای مربوط به آن نیست. سطح کمک دولت تأثیر مهمی بر این نوع بیمه‌ها دارد. برای مثال، در سوئد در صورت بیکاری افراد، دولت معادل ۷۵ درصد مبالغ دریافتی آنها قبل از زمان بیکاری را پرداخت می‌کند. ممکن است در این کشور نیز بیمه اعتبار دهنده با پوشش خطر بیکاری عرضه شود لیکن واضح است که بزرگی این بازار نمی‌تواند به اندازه کشورهای دیگر باشد که کمکهای دولتی در آنها با درصد کمتری ارائه می‌شود. در انگلستان، بیکاران در زمینه بازپرداخت اقساط وام خرید مسکن، از کمکهای دولت استفاده می‌کنند. با وجود این، در حدود ۷۰ درصد از بیکاران به دلیل پس‌اندازها یا درآمد همسرانشان واجد شرایط لازم برای دریافت کمک نیستند. براساس مقررات جدید، حتی افراد واجد شرایط نیز قبل از تحمل ۹ ماه بیکاری، هیچ‌گونه کمکی دریافت نخواهند کرد. در عین حال پیشنهاد شده است که در آینده پوشش بیمه بیکاری برای وام گیرندگان جدید اجباری شود.

این روزها، بیکاری یکی از نگرانیهای عمده در بسیاری از کشورهاست. در آلمان، جایی که بیکاری تحت پوشش بیمه اعتبار دهنده قرار ندارد، شمار بیکاران به رقم هشدار دهنده چهار میلیون نفر رسیده است، هر چند برآوردهای غیر رسمی این رقم را نزدیک به شش میلیون نفر ذکر می‌کند. حکومت آلمان برای حفظ سیستم رفاهی سخاوتمندانه فعلی خویش زیر فشار زیادی قرار دارد. شاید در زمان مناسب، بخش بیمه خصوصی یک راه حل جایگزین برای این وضعیت ارائه کند. همچنین در ژاپن، بیکاری به سطح ۳/۴ درصد رسیده است و تلاش می‌شود که معیارهای دقیق و محکمی برای تعریف «اخراج» ارائه شود. در این خصوص فقط وضعیت دو کشور ذکر شد ولی مطمئناً شما از ابعاد گسترده آن آگاهید. امکان بیکار شدن، این روزها یک واقعیت است و نیاز به پوشش بیمه‌ای در مقابل آن، مورد توجه جدی است.

سایر پرداختهایی که ممکن است دولت انجام دهد، در زمینه بیماری و از کارافتادگی است. در بعضی کشورها این گونه کمکها نیز ممکن است آن قدر درخور توجه باشد که

وام گیرنده نیاز به پوشش بیمه اعتبار دهنده را احساس نکند. سیاست اقتصادی دولت ممکن است تأثیر ژرفی روی فروش بیمه اعتبار دهنده داشته باشد. برای مثال، زمانی که نرخ بهره بالا است، استفاده از وامهای مصرفی کاهش می‌یابد و این امر موجب کاهش ظرفیت فروش بیمه‌های اعتبار دهنده می‌شود. سالم بودن اقتصاد هر بازار، بر نیاز یا تقاضا برای بیمه اعتبار دهنده اثر می‌گذارد. این مطلب ممکن است بسیار بدیهی به نظر برسد، لیکن باید توجه داشت که آگاهی به فرصتهای فروش در موقعیتهای مختلف ضروری است. در یک اقتصاد شناور، مصرف کنندگان بیشتر تمایل به خرج کردن دارند تا پس انداز و مهم‌تر اینکه آنها علاقه‌مند به استقراض هستند که این امر زمینه را برای فروش بیشتر بیمه اعتبار دهنده فراهم می‌سازد. در فضای ناپایدار اقتصادی، مثلاً زمانی که تورم، غیر قابل پیش بینی یا بسیار بالاست یا در شرایط رکود اقتصادی نیز فرصتهایی برای فروش بیمه اعتبار دهنده وجود دارد. البته ممکن است هزینه‌های مصرفی به علت بی‌اعتمادی یا کاهش قدرت خرید مهار شوند لیکن نیاز به حمایت در قبال آینده‌ای نامطمئن ممکن است افزایش یابد.

۶. ملاحظات در زمینه صدور بیمه‌نامه و پرداخت خسارت

برای دستیابی به حداقل پرتفوی که اداره آن از نظر اقتصادی مقرون به صرفه باشد، معمولاً صدور بیمه‌نامه اعتبار دهنده از طریق تعداد معدودی سؤال که در یک فرم پیشنهاد مختصر گنجانیده شده است انجام می‌گیرد. اگر پاسخ وام گیرنده به این پرسشها رضایت‌بخش باشد نامبرده به طور خودکار تحت پوشش بیمه قرار می‌گیرد و اگر پاسخ وی به سؤالات پزشکی رضایت‌بخش نباشد، تحت پوشش بیمه قرار نمی‌گیرد. در بسیاری از موارد، مبلغ بیمه به قدری اندک است که صرف نیروی بیشتر برای صدور بیمه‌نامه منطقی نیست. سؤالات پزشکی هیچ‌گاه در این نوع بیمه‌ها مطرح نبوده و این امر در اوایل دهه ۱۹۸۰ موجب بروز مسائل چندی در امریکای شمالی شده است. مالکان ساختمانهای مسکونی که پاسخ آزمون (در مورد بیماری ایدز) آنها مثبت بوده است می‌توانسته‌اند در مجموع معادل ۵۰۰۰۰ دلار وام را تحت پوشش بیمه عمر اعتبار قرار دهند. این گونه افراد عملاً بخش کمی از وام را مورد استفاده قرار می‌دادند و وقتی که فوت آنها نزدیک می‌شد کل مبلغ وام را یکجا دریافت می‌کردند، زیرا که اطمینان داشتند بدهی آنها را پس از فوت، شرکت بیمه پرداخت خواهد کرد. در نتیجه، بیمه‌گران

برای شناسایی افرادی که دارای ریسک بالا هستند، سؤالهایی در مورد وضعیت تندرستی وام گیرندگان به ویژه در خصوص بیماریهای ایدز و سرطان مطرح کردند. در بیمه‌های گروهی، بیمه‌گر به جای توجه به ریسکهای فردی، مجموعه گروه را به طور یکجا مورد ارزیابی قرار می‌دهد. به عبارت دیگر به جای پرداختن به موارد انفرادی، وضعیت پراکندگی و توزیع ریسکها را مورد بررسی قرار می‌دهد. ریسکهای بزرگ‌تر از قبیل وامهایی که مستلزم ارائه وثیقه‌اند دارای پیشنهاد بیمه مفصل‌تر هستند و با دقت بیشتری ارزیابی می‌شوند. با توجه به اینکه بیمه اعتبار دهنده اجباری نیست لذا امکان انتخاب بد در آن وجود دارد. به همین دلیل نرخ بیمه با توجه به تجربه خسارت تنظیم می‌شود. در عمل اغلب بیمه نامه‌های واقعی دارای خسارتند. در بیمه‌نامه اقدامهای حمایتی را که ارزیاب خسارت به منظور تعیین میزان مسؤلیت بیمه‌گر باید انجام دهد مشخص می‌کنند. این اقدامها شامل موارد زیر است:

○ توجه به بیماریهایی که وام گیرنده قبلاً به آنها مبتلا بوده و این موارد تحت پوشش بیمه قرار نگرفته است.

○ توجه به مدت انتظار در مواردی که بیمه‌گر، وام گیرنده را تا مدتی بعد از شروع بیمه نامه از اعلام خسارت محروم کرده است. در نظر گرفتن مدت انتظار برای جلوگیری از پرداخت خسارت در مواردی است که وام گیرنده با علم به بیمار بودن خود، قبل از بروز نشانگان آن، اقدام به اخذ پوشش بیمه‌ای می‌نماید.

○ توجه به مدتی که در شروع هر خسارت وام گیرنده باید انتظار بکشد تا خسارت قابل پرداخت شود.

۷. ترویج، توزیع و فروش

بیمه اعتبار دهنده معمولاً از طریق وام دهندگان، در مقابل کارمزد و مشارکت در منافع دریافتی فروخته می‌شود. وام دهندگان عبارتند از: بانکها، مؤسسات مالی، خرده فروشان و شرکتهای عرضه کننده کارتهای اعتباری و سفارشهای پستی. تشریح پوششهای بیمه اعتبار دهنده بسیار ساده است و به همین دلیل برای فروش آن نیازی به کارشناسان سطح بالا نیست. بازاریابی بیمه اعتبار دهنده به روشهای مختلفی انجام می‌شود. بانکها هنگام مذاکره برای اعطای وام و خرده فروشان در زمان فروش، این نوع بیمه را پیشنهاد می‌کنند. ارائه کنندگان کارتهای اعتباری و خدمات فروش پستی نیز

ممکن است این بیمه را به عنوان بخشی از خدمات جنبی خود عرضه کنند. گرچه قرارداد بیمه بین وام گیرنده و بیمه گر بسته می شود، در عمل وام گیرنده خود را مشتری وام دهنده تلقی خواهد کرد. این مطلب شگفتی آور نیست. در نظر بگیرید که هیچ نیازی به تماس مستقیم بین بیمه گر و مشتری نیست مگر اینکه خسارتی به وقوع بپیوندد. اغلب توافق می شود که بیمه گر بدون اجازه وام دهنده با وام گیرنده تماس نگیرد. بیمه اعتباردهنده را می توان به عنوان خدمات اضافی که وام دهنده عرضه می کند تلقی کرد. متقابلاً هرگاه مشکلی بروز کند، مثلاً در پرداخت خسارت، مشتری احتمالاً وام دهنده را مقصر خواهد دانست.

اخیراً فشار ناشی از آگاهی گروههای مصرف کننده در امریکای شمالی، فروش این بیمه را تحت تأثیر قرار داده است. شکایت از نرخهای بالای حق بیمه و اینکه بیمه گران بیشتر برای جلب رضایت وام دهندگان رقابت می کنند (از طریق افزایش میزان کارمزد آنها) تا وام گیرندگان (با پیشنهاد حق بیمه های پایین تر)، موضوعی است که واکنش در مقابل وام دهندگان و بیمه گران را موجب شده است. در برخی بازارها، وام دهندگان برای جذب مشتریان بیشتر، پوشش بیمه رایگان برای یک دوره معین را پیشنهاد می کنند. این اقدام با این امید انجام می شود که وام گیرنده با تشخیص ارزش بیمه، ادامه آن را خواستار شود. حق بیمه این دوره را وام دهنده تأمین می کند. برای متوقف کردن اعمال تند در صنعت بیمه حرکتهایی انجام شده است. یکی از روشهایی که زمانی در انگلستان معمول بود ولی بعداً متوقف شد، اعلام عدم تمایل نام داشت. در این روش وام گیرنده موظف بود در صورتی که تمایلی به اخذ پوشش بیمه وام دهنده ندارد، قسمت خاصی را که در قرارداد وام مشخص شده بود علامت بزند. تغییر این روش به حالت مثبت باعث شد که پوشش بیمه وامهای مسکن ۷ درصد کاهش یابد و در عوض پوشش وامهای شخصی ۲ درصد بالا برود. همچنین تجربه دیگری به نام «tieim» در امریکای شمالی وجود داشت که به موجب آن وام گیرنده مجبور به خرید پوشش بیمه ای بود. این روش نیز اکنون متوقف شده است.

۸. مقررات

در بسیاری از بازارهای بیمه ای، بیمه اعتباردهنده به صورت کوتاه مدت عرضه می شود و این امر باعث رهایی آن از بسیاری از محدودیتها و مقرراتی که در زمینه قراردادهای

بلند مدت وجود دارد می‌شود. برای فروش مطلوب این نوع بیمه‌ها نیازی به آموزش کادر اجرایی نیست زیرا همان طور که قبلاً ذکر شد این بیمه نسبتاً ساده است و افراد بسیاری که در موقعیتهای مختلفی قرار دارند آن را به فروش می‌رسانند.

اعلام میزان کارمزد و هزینه‌ها به وام‌گیرنده الزامی نیست و این موضوع برای مدتی طولانی زمینه شکایت گروههای فشار مصرف‌کنندگان در امریکای شمالی بوده است. هرچند در سایر بازارها، حداقل تاکنون، در این زمینه موردی وجود نداشته است. هنگامی که بازارها به سرعت توسعه می‌یابند، ممکن است نگرانی در مورد نرخها و کارمزدها در آغاز بروز نکند لیکن مطمئناً گروههای حمایت از مصرف‌کننده در بررسی دقیق‌تر خود به آن پی خواهند برد. این بیمه فعالیتی است که مدت آن کوتاه، درک آن ساده و مسؤلیت آن محدود است و به ویژه بیمه نامه‌هایی که به صورت سالیانه تمدید می‌شوند، تأثیر اندکی روی محاسبه ذخایر می‌گذارند.

در امریکای شمالی، نرخ بیمه انواع وامهای مصرفی براساس مقرراتی که دولت وضع کرده تعیین می‌شود. متأسفانه در این مقررات، بیمه عمر اعتبار به صورتی نسبتاً خشک و محدود تعریف شده است. این امر مانع نوآوری بیمه‌گران شده و عرضه انواع پوششهای بیمه‌ای مورد نیاز برای وامهای جدیدی را که مؤسسات مختلف اقتصادی ارائه می‌کنند ناممکن ساخته است.

۹. ظرفیتهای و فرصتهای آینده

الف) توسعه دامنه پوشش

بیمه اعتبار دهنده در آینده نقش مهمی در بازار جهانی خواهد داشت. این بیمه دارای مفهومی رشد‌یابنده است و زمینه‌های زیادی برای افزایش ریسکهای تحت پوشش آن وجود دارد. برخی زمینه‌ها به شرح زیر است:

بسیاری از بانکها به طور معمول تسهیلاتی عرضه می‌کنند که براساس آن صاحبان حساب می‌توانند تا حد معینی اضافه برداشت از حساب خود داشته باشند. گاه‌گاه سطح این گونه اعتبارات خیلی بالاست. این نوع استقراض بسیار گران است لیکن برای وامهای کوتاه مدت، بر مبنای اعتبار در گردش، امری است کمال مطلوب. اساس بیمه اعتبار دهنده در مورد بدهیهای معوق یا کارت اعتباری تفاوتی ندارد و منافع قابل پیش‌بینی آن برای وام‌گیرنده مشابه است. من قبلاً در مورد بیمه اجباری مانده کارتهای اعتباری و

وامهای مسکن در انگلستان مطالبی عرض کردم و به هیچ وجه پیشنهاد برقراری مجدد سیستم بیمه اجباری به شکل «tieim» را که به موجب آن اعطای وام تنها در صورتی میسر است که وام گیرنده اقدام به خرید بیمه اعتبار دهنده کرده باشد ندارم. بیمه اجباری زمانی جایگاه خواهد داشت که دولتی با حذف حمایت‌های خود مایل باشد که از وام‌هایی که وام گیرندگان بیمه می‌کنند اطمینان خاطر داشته باشد. برای حصول به چنین نتیجه‌ای باید مذاکرات و توافقات مهمی در صنعت بیمه صورت گیرد.

ایجاد امکان خرید یک پوشش بیمه‌ای مستقل یا انتقال‌پذیر که ارتباطی با وام دریافتی نداشته باشد نیز مقوله جالبی است. نخست اینکه وام گیرنده می‌تواند در طول مدت بیمه، پوشش بیمه خریداری شده را برای یک وام یا مجموعه‌ای از وام‌ها مورد استفاده قرار دهد. دوم اینکه برای نخستین بار این امکان را می‌یابد که پیشنهاد‌های بیمه‌گران مختلف را مورد بررسی و ارزیابی قرار دهد هرچند که وام گیرندگان آگاهی کمی نسبت به نیازهای بیمه‌ای خود و کانال‌های عرضه آن دارند. تأثیر این عمل روی روابط جاری وام دهندگان و بیمه‌گران به آسانی قابل پیش بینی نیست. ممکن است بیمه‌گران تمایلی به رقابت در این زمینه، جز در مورد وام‌های بزرگ نداشته باشند. مطلب کلیدی دیگر، تأثیر این اقدام روی معیارهای اقتصادی است که برای نگه داشتن حق بیمه در سطحی معقول به کار گرفته می‌شود.

ب) افزایش فروش

همزمان با بررسی و توضیح مفاهیم، جا دارد بازارهای موجود و زمینه‌هایی که برای توسعه این نوع بیمه و افزایش سطح فروش آن وجود دارد نیز مورد بررسی قرار گیرد. بیمه اعتبار دهنده را می‌توان همراه با وام و به عنوان بخشی از شرایط آن به فروش رسانید. البته در این مورد نیز باید وام گیرنده هزینه بیمه را بپردازد و این امر به ویژه در مواردی که وام گیرنده قبلاً پوشش بیمه‌ای کافی کسب کرده ممکن است موجب نارضایتی گروه‌های حمایت از مصرف کننده شود. با دیدی خوشبینانه می‌توان گفت که بسیاری از مصرف کنندگان به این روشها عادت دارند و از این اقدام احساس راحتی می‌کنند و احتمالاً چنین روشی را مورد تأیید قرار می‌دهند. در حال حاضر، اشخاصی که در زمان معامله از خرید پوشش بیمه‌ای خودداری می‌کنند، امکان خرید مجدد آن را نمی‌یابند. وام گیرنده به دلایل مختلفی ممکن است تصور کند که نیازی به پوشش بیمه ندارد و متقابلاً به دلایلی مختلف ممکن است در آینده نیاز به بیمه را احساس کند.

فروش از طریق پست یا تلفن نیز ساده و کم هزینه است و مطمئناً می‌توان از این طریق سطح فروش را بالا برد.

ب) ظرفیت بالقوه بازار

ظرفیتهایی در بازار وجود دارد که بخشهای سنتی واحدهای ارائه دهنده خدمات مالی آنها را کم‌رنگ ساخته‌اند. مطمئناً واژه «بیمه بانکی» برای شما آشناست. در بازارهایی که بیمه بانکی ایجاد شده است، بانکها، بیمه‌گران و خرده فروشان اصلی امکان خوبی برای عرضه بیمه اعتبار دهنده دارند. جالب است بدانیم که در امریکای شمالی «بیمه بانکی» وجود ندارد و به همین سبب این انعطاف نیز در آن بازار موجود نیست. بازارها به هیچ وجه اشباع نشده‌اند. در انگلستان تنها ۲۵ درصد از وامهای اعطایی تحت پوشش بیمه اعتبار دهنده قرار دارند و انتظار می‌رود تا سال ۲۰۰۵ این نسبت به ۳۰ درصد افزایش یابد. در امریکای شمالی نرخ جذب این رشته در سال ۱۹۷۵ به اوج خود رسید. در این سال ۶۵ درصد از اعتبارات معوق تحت پوشش بیمه عمر اعتبار قرار داشت، لیکن این روند ادامه نیافت. از سال ۱۹۷۵ تا ۱۹۹۰ حجم وامهای مصرفی، سالیانه ۱۰ درصد افزایش یافته در حالی که نرخ رشد سالیانه بیمه عمر اعتبار تنها ۵ درصد بوده است.

با توجه به افزایش روز افزون حساسیت مصرف کنندگان نسبت به مسائل مالی، ضرورت عرضه محصولات بیمه‌ای جدید نیز باید درک شود. این امر به ویژه در شرایط نامطمئن اقتصادی دهه ۱۹۹۰ و آغاز هزاره جدید مصداق بیشتری می‌یابد. در آینده مصرف کنندگان احتمالاً امنیت کمتری خواهند داشت و بیشتر در معرض خطر قرار خواهند گرفت و به همین علت باید در برنامه ریزی مالی خود دقیق‌تر عمل کنند و به اشتغال کوتاه مدت و کاهش حمایت‌های دولت عادت نمایند. مشتریان آگاهی که قصد تهیه پوشش بیمه برای مبالغ کلان دارند ممکن است برای به دست آوردن شرایط بیمه بهتر با شرکتهای مختلف بیمه تماس بگیرند لیکن اغلب وام گیرندگان تحت تأثیر پیامهای فروش موسوم به «ارزش افزوده» و راحتی دریافت یک وام و پوشش بیمه‌ای همراه آن قرار دارند.

۱۰. نتیجه گیری / جهان گستری

جهان گستری مفاهیم و تولیدات جدید امر پذیرفته شده‌ای در صنعت بیمه است. در بسیاری از کشورها، کمک دولت تحت فشار شدیدی قرار دارد که عمدتاً ناشی از روند افزایش جمعیت است و این امر قطعاً موجب خواهد شد که مسؤلیت تهیه پوششهای مختلف بیمه‌ای از جمله بیمه فوت، نقص عضو و بیماری به افراد جامعه منتقل شود. استفاده از وامهای مصرفی، امروزه واقعیت پذیرفته شده‌ای در زندگی اجتماعی محسوب می‌شود و این امر همچون گذشته مذموم نیست. در آینده احتمالاً مشتریان، از معاملات نقدی روی گردان می‌شوند و جذب وام امری عادی در برنامه مالی تأمین مسکن تلقی خواهد شد. تمام این پیشرفتها حاکی از آن است که در یک محیط ناامن اقتصادی، نیاز افراد به تأمین پوششهای حمایتی به صورت فزاینده‌ای افزایش می‌یابد. بیمه اعتبار دهنده راه حل بسیاری از نیازهای حمایتی است.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی