

اصولی برای اداره کسب و کار بیمه

ترجمه:

اداره مطالعات و تحقیقات بیمه ملت

۱- مقدمه

وظیفه اصلی تمامی مقامات ذی صلاح در بخش های نظارتی بیمه، علاوه بر نظارت و اداره بیمه گران، ایجاد شیوه ای است که بتوان به وسیله آن به سطح مطلوبی از نظر مالی دست یافت و بدین طریق سطح بالایی از امنیت را هم برای بیمه گذاران و هم برای کل صنعت ایجاد نمود.

درک و ارزیابی محصولات بیمه ای برای تعداد زیادی از طرفین درگیر در بازار بیمه مشکل می باشد. این محصولات در واقع یک قرارداد می باشند که طی آن بیمه گر موافقت می کند تا در ازای رعایت تعهدات معینی از طرف بیمه گذار، غرامتهایی را جهت پوشش ریسکها یا پیش آمدهایی خاص، فراهم آورد. به همین دلیل، داشتن اطلاعاتی قابل درک، مرتبط و به صورت مکتوب برای مشتریان مهم است. این اطلاعات ممکن است بعداً با اطلاعات شفاهی دیگری نیز تکمیل گردند، بنابراین افرادی که این اطلاعات را در اختیار مشتریان می گذارند، می بایست دارای دانش لازم جهت مشاوره دادن باشند.

لازم است که بیمه گذاران قبل از بستن هر نوع قراردادی به اطلاعات مهم و تاثیر گذار در قرارداد بیمه دسترسی داشته باشند و به همین دلیل می بایست مشاوره ای به شیوه صحیح انجام گیرد تا از این طریق آنها درک درستی از نیاز های بیمه ای خود و تعهدات و حقوق مربوطه در طول قرارداد، چگونگی ادعای خسارت قانونی و نحوه ی دریافت غرامت به موقع و بی کم و کاست، داشته باشند و در صورت وجود تردید، می بایست امکان دریافت "مشاوره تکمیلی"^۱ از سوی شخصی بی طرف برای بیمه گذاران وجود داشته باشد. آنها این حق را دارند که با واسطه ها و بیمه گران آگاه، قابل اعتماد و امین، داد و ستد نمایند.

¹ Supplementary advice

بیمه گران و واسطه ها در موضوعات بیمه ای دارای دانش بیشتری نسبت به بیمه گذاران هستند. بیمه گذاران ممکن است قادر به شناسایی قراردادهایی که به نفع بیمه گران تنظیم شده است و یا قراردادهایی که قادر به پوشش نیازهایشان نیست، نباشند. روشهای بازاریابی نیز ممکن است بیمه گذاران را تحت فشار قرار دهند. علاوه بر این ممکن است " شیوه های ضد مصرف کننده"² دیگری نیز وجود داشته باشند که بکار گیری آنان مطابق با اصول منطقی "اداره بازار"³، باشد. تمامی موارد ذکر شده حاکی از آن است که می بایست برای اداره کسب و کار بیمه از یک سری از "اصول اخلاق حرفه ای"⁴ که توسط قانون گذاران تصویب شده اند، پیروی کرد.

با رعایت این اصول در بازار بیمه می توان انتظار داشت که روابط بیمه گر، واسطه و بیمه گذار بهبود یابد و بدین طریق سقف پوشش افزایش و اطمینان خاطر بیمه گذار تقویت گردد. این اصول باید شامل مجموعه ای از استانداردهای اصلی رفتار حرفه ای در تمام بخش های صنعت بیمه باشد تا موجب تسهیل کسب و کار در فراسوی مرزها گردد، تشویق به رقابت نماید و از یکپارچگی بازار حمایت کند. چنین چارچوبی از اصول، رهنمودی را در مورد "رویه های بازاری"⁵ مشروع و قابل قبول در اختیار خواهد گذاشت. همچنین زمینه ای را ایجاد خواهد کرد تا به وسیله آن رفتار هایی که منجر به بهبود و تقویت فعالیتها می شوند، سنجیده شوند و با تعیین مقررات محلی، سبب می شود افرادی که به خاطر اثر "سوء استفاده بازار"⁶ آسیب دیده اند، امکان مناسبی برای ادعای خسارت داشته باشند.

در صورتی که اصول مربوط به امور بین المللی مورد توافق قرار گیرد، وظایف تنظیم کنندگان و قانون گذاران داخلی آسانتر خواهد شد. این امر بدین معناست که هر حوزه قضایی خود باید درباره "وضعیت قانونگذاری"⁷، اجرا و پاسخگویی در خصوص این اصول، تصمیم گیرد و در صورت لزوم مسئولیت هایی واضح جهت نظارت، اعمال و برقراری تحریمها، وضع گردد. همچنین این اصول می توانند با استانداردهایی که بعداً توسط تنظیم کنندگان داخلی برای تطبیق و سازگاری بیشتر با شرایط خود آنان وضع شده اند، بسط داده شوند.

این اصول بیشتر برای بیمه گران و واسطه های موجود در بخشهای مختلف بیمه ای، تنظیم شده اند. اگرچه اغلب موضوعات مطرح شده با توجه به اصطلاحات و مضامین حوزه "بازار خرده فروشی بیمه"⁷ تعریف شده اند،

² Anti-consumer practices

³ market conduct

⁴ Conduct of business principles

⁵ Market abuse

⁶ Legislative status

⁷ Retail insurance market place

اما این رویکرد قصد ندارد تا مانع اعمال آنها در حوزه های عمده فروشی، مزایای کارکنان و بازارهای بیمه اتکایی شود.

اصول اداره کسب و کار بیمه هم برای بیمه گران و هم واسطه ها، خواه افرادی حقوقی باشند خواه حقیقی، قابل اعمال هستند (البته گاهی اوقات اصول خاصی صرفاً برای یکی از آنها کاربرد دارد). لازم به ذکر است که پیروی از این اصول توسط بیمه گران و یا واسطه ها، بدین معنی نیست که بیمه گذاران نباید حداکثر دقت را در ارزیابی ریسکها و مطابق بودن محصول با نیازهای خود داشته باشند.

۲- اصولی برای اداره کسب و کار بیمه

ناظران بیمه باید برای کسب اطمینان از رعایت منفعت مشتریان به بهترین نحو و یکپارچگی بازار، بر اجرای اصولی که در ادامه ذکر میگردد نظارت داشته باشند.

اصل ۱: یکپارچگی

بیمه گران و واسطه ها باید در تمامی مواقع به شیوه ای درست و صادقانه عمل نمایند.

تأمین کنندگان خدمات (بیمه گران و واسطه ها) وظیفه دارند تا از اعمال فریبنده، گمراه کننده و تظاهر پرهیز کنند. همچنین آنها نباید خواستار استثناء یا محدود کردن هر نوع وظیفه یا مسئولیتی که بر اساس قانون نسبت به مشتری دارند، باشند و یا به طرز غیر معقولی بر مفادی اتکا کنند که سعی در استثناء یا محدود کردن وظایف و مسئولیتهایشان دارند.

اصل ۲: مهارت، دقت و سخت کوشی

بیمه گران و واسطه ها باید در اداره فعالیت های تجاری خود مهارت، دقت، سخت کوشی و مراقبت مقتضی را اعمال نمایند.

تأمین کننده خدمات، موظف است تا در خصوص تمامی معاملات میان خود و مشتری، با تمام توان و سخت کوشانه عمل نماید و در صورت نیاز، نسبت به ارزیابی هر یک از نیازهای مشتری اقدام نماید تا مشخص گردد که وی به چه پوشش بیمه ای نیاز دارد. مفهوم "دقت" دلالت بر این موضوع دارد که بیمه گران و واسطه ها باید

وظایف خود را به نحوی انجام دهند که از یک فرد عاقل و محتاط در شرایط مشابه انتظار می رود. همچنین بیمه گر وظیفه دارد، در شرایطی که از نظر حقوقی به عنوان مسئول یک کسب و کار و تأمین کننده خدمات، مقابل بیمه گذار قرار می گیرد، پوشش کافی را برای داراییهای مشتری فراهم کند.

اصل ۳: حسابگری

بیمه گران و واسطه ها باید کسب و کار خود را اداره نمایند و امور خود را با دور اندیشی سازمان دهی نمایند.

این امر شامل موارد ذیل می شود:

- حفظ منابع مالی، از جمله نقدینگی به اندازه کافی

- حفظ سیستمهای مدیریت ریسک کارآمد.

حسابگری و دور اندیشی، بیمه گر را ملزم می نماید تا ریسکی را بدون ارزیابی صحیح از نتایج احتمالی حاصل از آن، تقبل ننماید. "کافی" اشاره به این موضوع دارد که بیمه گر باید کرانههای^۸ لازم برای پیش آمدهای احتمالی غیرمنتظره و اثرات احتمالی فعالیتهای تنظیم نشده بر فعالیتهای تنظیم شده اش را نیز در نظر بگیرد.

اصل ۴: افشاگری اطلاعات برای مشتریان

بیمه گران و واسطه ها باید توجه کافی به نیازهای اطلاعاتی مشتریان خود داشته باشند و اطلاعات مربوطه را به طور کامل در اختیار مشتریان قرار دهند.

این موضوع شامل موارد ذیل می باشد:

- انتقال اطلاعات با اهمیت و مرتبط در زمان لازم و به صورت جامع، به منظور قادر نمودن مشتری جهت اخذ تصمیمی آگاهانه و معقول؛

- آگاه نمودن مشتری در زمینه منافع و یا هر نوع ریسکی به روشی بی طرفانه و سنجیده؛

- بیان تعهدات تأمین کننده خدمات و مشتری به روشی قابل درک و واضح.

تأمین کننده خدمات باید توجه داشته باشد که تمامی اطلاعات کاملاً واضح، دقیق و به آسانی قابل درک باشند و به صورت مکتوب و یا با وسایل الکترونیکی مناسب قابل دسترسی باشند.

⁸ Margins

. به مشتری باید اطلاعاتی دربارهٔ موارد ذیل ارائه شود:

- واسطه (اگر ضروری باشد) و به خصوص "وضعیت قانونی"⁹ وی - بدین معنی که مستقل است یا وابسته - برای مثال بررسی این موضوع که واسطه نامینده مشتری می باشد یا بیمه گر
 - بیمه گر
 - محصول، برای مثال قیمت، پوشش، شرایط، اهداف محصول، عوامل ریسک، تضمینها، استثنائات خاص و غیره
 - هزینه ها¹⁰ و بازده های تخمین زده شده (اگر ضروری باشد) و
 - رسیدگی به شکایات و سایر توافقات قراردادی
- میزان اطلاعاتی که می بایست افشا شود، به نوع توافق قراردادی بستگی خواهد داشت.

اصل ۵: اطلاعات دربارهٔ مشتریان

بیمه گران و واسطه ها باید اطلاعاتی را که معمولاً قبل از دادن مشاوره و یا انعقاد قرارداد ممکن است لازم شود، از مشتریان خود درخواست نمایند.

رابطه بین تأمین کننده خدمات و مشتری باید بر اساس اعتماد باشد. برای ایجاد چنین رابطه ای، تأمین کننده خدمات باید اطلاعات لازم را از مشتری برای ارزیابی نیازهای بیمه ای وی به دست آورد و او را نیز نسبت به وظیفه اش در مورد افشاگری اطلاعات مرتبط، آگاه نماید. همچنین اطلاعاتی را که مشتری انتظار دارد محرمانه باشند، محرمانه نگاه دارد.

اصل ۶: تضاد منافع

بیمه گران و واسطه ها باید از تضاد منافع اجتناب نمایند.

تأمین کننده های خدمات باید تلاش کنند تا از تضاد منافع اجتناب نمایند. با این وجود در صورت ایجاد تضاد، می بایست از طریق افشاگری، مقررات محرمانه داخلی، امتناع از کار و غیره، با مشتریان خود به صورت منصفانه ای رفتار کرده و بکوشند تا انتظارات آنها را بر آورده نمایند و همیشه منافع مشتری را به منافع خود ترجیح دهند، به خصوص اگر مشتری این انتظار را از آنها داشته باشد و این انتظار کاملاً معقولانه باشد.

⁹ Status

¹⁰ Charges

اصل ۷: رابطه با تنظیم کنندگان

بیمه گران و واسطه ها باید با تنظیم کنندگان^{۱۱} خود همیارانه و بی پرده رفتار نمایند.

تأمین کننده خدمات باید با تنظیم کننده (ناظر) خود به شیوه ای همیارانه و بی پرده رفتار نماید و در صورت وقوع پیش آمدی مهم بی درنگ او را در جریان بگذارد. در صورت لزوم، این اصل در رابطه با فعالیتهای تنظیم نشده از طرف ناظر نیز، صادق خواهد بود. تأمین کنندگان خدمات باید برنامه کارآمدی برای پیروی از اصول داشته باشد و آن برنامه با شرایط و اصول ناظرین نیز مطابق باشد.

اصل ۸: شکایتها

بیمه گران و واسطه ها باید در صورت لزوم از سیستم رسیدگی به شکایات حمایت نمایند.

تأمین کنندگان خدمات باید به نحو کارآمد و منصفانه ای به شکایتهای مشتریان رسیدگی نمایند. بدین منظور می-بایست روند ساده و منصفانه ای جهت حل اختلاف موجود باشد. روندی که به طور کامل معرفی شده و به آسانی در دسترس باشد. علاوه بر این بهتر است که یک هیات بی طرف و مستقل از تأمین کنندگان خدمات نیز جهت حل اختلاف ایجاد گردد تا به عنوان راهکاری دیگر به شکایتها رسیدگی نماید. چنین هیات بی طرفی باید حداقل سالی یکبار از عملکرد خود به صورت علنی گزارش دهد و همچنین تأمین کنندگان خدمات نیز می-بایست داوطلبانه از چنین سیستمی حمایت نمایند.

اصل ۹: مدیریت و کنترل

بیمه گران و واسطه ها باید به نحو کارآمدی امور خود را کنترل و سازمان دهی نمایند.

تأمین کنندگان خدمات باید کنترل امور خود را در دست داشته باشند. بدین منظور آنها می-بایست از سیستمهای مدیریت و کنترل استفاده نمایند. این سیستمها بسته به اندازه و پیچیدگی مسئولیت تأمین کننده خدمات، متفاوت خواهند بود.

تأمین کننده خدمات باید در صورت لزوم:

¹¹ Regulators

الف. دارای مدیران ارشد و سرپرستانی باشد که جهت انجام وظایف محوله اشان، مناسب و شایسته باشند؛

ب. تامین کننده خدمات همچنین می بایست مسئولیتها را در میان مدیران ارشد و سرپرستان خود به گونه ای تقسیم نمایند که:

- مسئولیتهای فردی آنان واضح باشد؛

- کسب و کار تامین کننده خدمات در سطح هیات مدیره و مدیریت ارشد و از طریق سیستم های کنترل داخلی، قابل نظارت باشد؛

ج. از توافقات مستحکمی برای پایبندی به استانداردها و شرایط سیستم نظارتی و قانونی و همچنین اجتناب از مشارکت در سوء استفاده از بازار یا جرائم مالی (از جمله شناسایی و ممانعت از پول شویی) استفاده نماید؛ و

د. گزارشهای منظم و کافی از شیوه ی سازمان دهی داخلی و کسب و کار خود داشته باشد.

پاراگراف الف به منظور حصول اطمینان از اینکه افراد تامین کننده خدمات، مناسب سمت محوله خود باشند، به مسئولیت آنها می پردازد. این موضوع شامل شایستگی و صداقت و در برخی موارد مربوط به وضعیت مالی آنان می شود. البته گاهی نیز افرادی به نمایندگی از تامین کنندگان خدمات، وظایفی را بر عهده می گیرند. این افراد شامل کارمندان، تمامی واسطه ها، نماینده های شرکتی و تامین کنندگان خدمات برون سپاری شده می شوند.

پاراگراف ب تامین کننده خدمات را ملزم می کند تا از شیوه ای درست و واضح برای تقسیم وظایف میان مدیران ارشد و سرپرستان خود استفاده نماید و همچنین بتواند از طریق ترکیب مناسبی از مسئولیت های فردی و جمعی، کل کسب و کار را در سطح مدیریت ارشد کنترل نماید.

پاراگراف ج تامین کننده خدمات را ملزم به پیروی از توافقاتی می کند که مستحکم و قابل اطمینان هستند. این توافقات باید حفاظهایی را در برابر مشارکت مستقیم یا مورد استفاده قرار گرفتن توسط دیگران به عنوان ابزاری برای سوء استفاده از بازار یا جرائم مالی مانند پول شویی ایجاد نمایند.

پاراگراف د تامین کننده خدمات را ملزم میکند تا گزارش های مناسبی از داد و ستد انجام داده شده شامل صورتهای حسابداری (خواه حسابرسی شده باشند یا نه)، بازده های مالی و یا گزارشهای قانونی از جمله ترازنامه و صورت درآمدی تهیه شده را بمنظور ارائه به عموم یا مقامات ناظر بیمه تهیه نماید. این گزارش ها همچنین شامل توصیفهایی از سازمان دهی داخلی (برای مثال توصیفهایی از تعیین سهم و مسئولیتها میان مدیران ارشد) نیز می گردد.

۳- جمع بندی

اصول فوق مبنایی برای استانداردهای خاص "اداره بازار"^{۱۲} ایجاد می نمایند. این استانداردها می توانند پشتوانه قانونی داشته باشند و یا بسته به آنچه حوزه های قضایی خاص تصمیم می گیرند، توسط انجمنهای صنعتی، نظارت و تقویت شوند. همچنین این استانداردها می توانند شامل گزینه ها و معیارهای تجویزی جهت استفاده ناظران باشند و بهترین شیوه را برای اداره امور در صنعت بیمه تعریف کنند.

منبع:

IAIS, 1999, "Principles for the Conduct of Insurance Business".

http://www.iaisweb.org/_temp/Principles_for_conduct_of_insurance_business.pdf

¹² Market conduct