

واکاوی پدیده به گزینی در قراردادهای بیمه بدنه اتومبیل راننده محور؛ مطالعه موردی شرکت بیمه ملت

علی بنیادی نائینی^{۱*}، حمیدرضا نورعلیزاده^۲، علی نجار^۳

۱- استادیار، دانشکده مهندسی پیشرفت دانشگاه علم و صنعت ایران، bonyadi@iust.ac.ir

۲- استادیار، دانشکده مهندسی پیشرفت دانشگاه علم و صنعت ایران، nouralizadeh@iust.ac.ir

۳- کارشناس ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه علم و صنعت ایران، ali_najjar@pgre.iust.ac.ir

چکیده

فرض اصلی در بیشتر تئوری ها و اصول اقتصاد خرد وجود اطلاعات کامل در بازار است که به معنی وجود توازن کامل اطلاعاتی در هر یک از دو طرف عرضه و تقاضا در هر سیستم اقتصادی است. در دنیای واقعی به زودی این فرض با مطرح شدن قاعده لمونز زیر سوال رفت. بر اساس این قاعده کالای خوب به وسیله کالای بد از بازار خارج میشود. در بازار بیمه این قضیه منجر به پدیده کژگزینی و کژمنشی خواهد شد. این تئوری بارها در مطالعات قبلی مورد آزمایش قرار گرفته است. در پژوهش حاضر با استفاده از ضریب همبستگی ناپارامتریک و ضریب عدم اطمینان و آزمون رگرسیون لجستیک چندوجهی، طرح بیمه راننده محور که توسط بیمه ملت به بازار ارائه گردیده است، از منظر وجود به گزینی مورد بررسی قرار گرفته است. بر این اساس اطلاعات پرونده ۴۴۰۰ بیمه گزار بیمه بدنه اتومبیل شرکت بیمه ملت که در سال ۱۳۹۵ اقدام به خرید این بیمه نامه نموده بودند، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس یافته‌های پژوهش، ارائه طرح بیمه بدنه راننده محور به بازار بیمه اتومبیل کشور توانسته است با تأکید بیشتر بر ویژگی‌های بیمه گزار به جای ویژگی‌های اتومبیل، وقوع پدیده کژگزینی در نتیجه عدم تقارن اطلاعات در بازار را حل نماید. به عبارت دیگر شواهدی از سازگاری اطلاعاتی در قرارداد بیمه بدنه راننده محور و وقوع پدیده به گزینی به دست آمده است.

واژه‌های کلیدی: بیمه بدنه اتومبیل، کژگزینی، به گزینی، بیمه بدنه طرح راننده محور، رگرسیون لجستیک چند وجهی

۱- مقدمه

بحث درباره نقش اطلاعات در اقتصاد، از بازانیشی و زیر سؤال بردن یکی از فروض نظریه رقابت کامل در بازار شروع شد. یکی از فروض نظریه رقابت کامل این است که تمام شرکت‌کنندگان در بازار، اطلاعات کامل از تمام قیمت‌های مربوط و تمام اطلاعات فناورانه مربوطه دارند (ایاتون و همکاران، ۲۰۱۲).