

ביטוח רכב בישראל לקראת שנת אלפיים, תסריט אפשרי

תמכור ביטוח במחיר מוזל לצרכן הבודד ומטבע הדברים תרצה לקרב אליה את אותם המבוטחים המהווים סיכון טוב לחברה. קבוצות כאלה ידועות למבטחים כבר היום. כשלושה רבעים מכלל התאונות נגרמות בגלל הגורם האנושי. ידוע למשל, כי הנשים מהוות סיכון טוב. היחס של נהגות כלפי נהגים הוא לערך אחת לשניים, אולם היחס של נהגות המעורבות בתאונה לעומת הנהגים הגברים, הוא לערך יחס של אחת לחמישה. וזאת למרות העובדה שנשים נוהגות בדרך כלל פחות שעות מהגברים, כך שניתן היה לצפות למעורבות רבה יותר בתאונות דרכים הנובעת מחוסר מיומנות, עקב חוסר נסיון בנהיגה.

שערו בנפשכם, כי חברת ביטוח מסוימת תציע הנחה בשיעור של חמישים אחוז (מחצית המחיר) לנשים המבטחות את הרכב ביטוח מקיף המוגבל לנהיגה על ידי המבוטחת בלבד. ברור כי הנחה כזו אפשרית רק באותם מקרים בהם חברת הביטוח פועלת בדרך של שיווק ישיר וחוסכת את עמלת הסוכן. פעולה כזו, יכול להיות שתגרוור את חברות הביטוח האחרות לתת הנחות לקבוצות סיכון טובות (נשים, נהגים חברי מועדון הנהג הטוב של המועצה למניעת תאונות ומבוטחים אחרים). כאשר תעריך הרכב יפעל לפי רמת סיכון הנהג ולא לפי רמת סיכון הרכב וגודל הקולקטיב, סביר להניח שחברות הביטוח ישקיעו יותר מחשבה בשיפור סיכון הנהג באמצעות עידוד קורסים שונים לנהיגה מונעת, מבחנים עצמיים לנהגים צעירים, או אפילו פיתוח לומדות מיוחדות למחשב הביתי.

מוטיבציה לשינוי במבנה תעריף הרכב יכול ותבוא בעקבות שינוי בהוראות חוקי המס לגבי אחזקת רכב של חברות והשתתפות החברה בהוצאות הרכב של העובד. במצב המחייב הוצאת תעריפים, יהא על המבטח הרוצה לשרוד, לפעול לבחירת הסיכונים הטובים ביותר ובמקביל לפעול לשיפור בסיכונים הקיימים, כמו למשל, פעולה מכוונת לעידכון מאגרי המידע של כל קבוצת ביטוח לאיתור וסיווג מבוטחים בלתי רצויים לחברה (ולא רק בביטוחי רכב). יתכן מצב בו מלחמת הורדת תעריפים, אפילו לקבוצות סיכון טובות, תניע את שר האוצר לנצל את הזכות המוקנית לו על פי חוק הפיקוח על עסקי



הביטוח יראה בעין יפה את הקמתן של חברות ביטוח חדשות, כדי לפתוח את הריכרזיות שנוצרה כיום בענף. אולם, נכון להיום אף חברת ביטוח חדשה טרם קיבלה רשיון לפעול. הסיבה לכך נעוצה כנראה בעובדה, כי המפקח על הביטוח, לפני מתן רשיון לחברה חדשה, בודק בשבע עיניים את האפשרויות הכלכליות ואת תוכניות הביטוח של מבקשי הרשיון. כך שחברה חדשה שתקבל רשיון, תוכל לממש את תוכניותיה לטובת ציבור המבוטחים (שיפור בשירות וצמצום בתשלום הפרמיות) מבלי שתסכן את עצם קיומה (עקב הוצאות גבוהות מעל למתוכנן בעיקר בכל הנוגע לתשלום תביעות).

■ תעריף רכב

אולם נראה שתמונת המצב עשויה להשתנות מקצה לקצה תוך תקופה קצרה למדי, אם וכאשר לפחות חברת ביטוח אחת תקבל רשיון לשיווק ישיר של ביטוחי פרט. הפרמיות של ענף ביטוח הרכב מהוות כידוע, כמחצית מהפרמיה בענף הביטוח האלמנטרי. חברת ביטוח שתציע הנחה משמעותית לכלל הציבור, תעמיד קרוב לודאי, את חברות הביטוח האחרות במצב המחייב תגובה של שינוי עמדות לגבי מבנה תעריף הרכב בישראל. חברת ביטוח שתפעל בדרך של שיווק ישיר,

קטיה שורצמן, יועצת ביטוח

■ הקדמה

אילו הייתם שואלים את אחד העוסקים בביטוח בשנת 1989 מה צפוי לענף בתחילת שנות התשעים, סביר להניח כי רק אנשים מעטים, אם בכלל, היו יכולים לשער בליבם תסריט, המתאר את אשר אמנם אירע במציאות (דבר שנראה באותה תקופה כאפשרות בדיונית למדי). באותם ימים עליזים, ימי תחרות בלתי מרוסנת של סוכני ביטוח על לקוחות ותחרות של חברות ביטוח בינן לבין עצמן על סוכנים, איש לא היה מעלה בדעתו כי תוך שנים ספורות יעלם מהנוף ענק ביטוח ותיק ומוכר כמו חברת הסנה, מבטחי משנה יתבינו תעריפים בביטוח עסקי, הקושי בהשגת ביטוח משנה ילך ויגבר וסוכני הביטוח ינהלו באמצעות הלשכה, קרבות נגד חברות הביטוח בנושאים שונים, כמו ביטוח קולקטיבים ברכב, ביטוח באמצע עות הבנקים וקיצוץ בעמלות הסוכנים... אם כבר מביטים לאחור, אפשר גם להביט קדימה ולנסות לשער, לאור מה שידוע לנו כבר היום, התפתחותן של מגמות קיימות והשפעתן על שינויים בתמונת הביטוח המקומי בשנים הבאות.

■ שיווק באמצעות סוכנים

חברות הביטוח הקיימות בנויות על שיווק באמצעות סוכנים. למרות חילוקי דעות בנושאים שונים העולים מדי פעם בפעם, הרי שבמבט כולל מסתבר, כי נכון להיום צד אחד אינו יכול להתקיים בלי הצד השני. סוכני הביטוח עדיין לא הקימו חברה משל עצמם וחברות הביטוח אינן יכולות לשווק את תוצרתן בלי להעזר בסוכני ביטוח. הואיל ועדיין לא קמה חברת ביטוח המשווקת פוליסות בשיווק ישיר לכלל ציבור המבוטחים, המצב בביטוח אישי כמעט ולא השתנה בחמש השנים האחרונות.

לאחרונה מתפרסמות ידיעות שונות בעיתון נות, בהקשר לחברות ביטוח או לפחות חברה אחת, שבכוונתה המוצהרת לפעול בשיווק ישיר של פוליסות ללא סוכנים. מהפירסומים בעיתונות ניתן היה להבין, כי המפקח על

ביטוח רכב

סוכני ביטוח רבים ללקוחותיהם לתבוע נזקי רכוש שנגרמו להם על ידי צד שלישי, למרות שאינם חייבים לעשות זאת על פי חוק. חברת שתעסוק בשיווק ישיר, יתכן ותסרב לעזור למבוטחים בנושא זה כפי שסוכנים מסויימים עושים זאת כבר היום. במקרה של תביעות שנויות במחלוקת עם החברה, יפנה המבוטח לארגוני הצרכנים ולמשרדו של המפקח על הביטוח. אולם אפשר והמבוטחים שיפעלו בדרך של שיווק ישיר, יעסיקו עובדים במחלקה מיוחדת לטיפול בתלונות של לקוחות שאינם מרוצים.

סיכום

קרוב לוודאי שהענף יושפע מגורמים נוספים, כמו הסכם השלום שיביא לגידול בתנועת כלי הרכב בכבישים ועליה בתאונות דרכים, הונאות ביטוח בשיתוף עם גורמים בארצות ערב (כמו למשל הברחת כלי רכב לסוריה או לירדן). מאידך יתכן ובעקבות הסכמי השלום ורגיעה במצב הבטחוני, חברות ביטוח זרות יחזרו לפעול בארץ. רווחיות הענף יכולה להפגע על ידי אסונות טבע, כמו שטפונות וסערות (רעידת אדמה, אינה כלולה במרבית ביטוחי המקיף). אולי חברת הסנה תחזור לפעול. מנסיון של עשרים שנה בענף הביטוח אני יכולה לצפות, כי בכל מקרה צפויים שינויים וכי מה שהיה הוא לא מה שיהיה.

לעצמו ביטוח תאונות אישיות או ביטוח חיים).

צמצום בהוצאות המבטח יכולות לבוא משינוי בחוק, לפיו אחריות ללא אשם תצומצם להוצאות רפואיות בלבד, כאשר נזק כמו אבדן הכנסה ונזקים אחרים, יהיו לפי מידת הרשלנות וידונו בבית משפט. צמצום נוסף יכול לבוא מרכישת או הקמת חברות למתן שירותים רפואיים מסויימים ושרותי סיעוד ושקום לנפגעי תאונות דרכים. יתכן וחברות הביטוח יפעילו חוקרים למעקב ואימות נזקים גם לאחר שהנפגעים כבר קיבלו את הסכומים שנפסקו על ידי בתי המשפט.

השרות למבוטח ומעמד הסוכנים

עליה ברמת המיכון כרוכה בצמצום כח אדם. כאשר שיווק ביטוחי הפרט יעשה בעיקרו בדרך של שיווק ישיר, ישרו בעיקר אותם סוכנים המבטחים קולקטיבים (אלא אם החברות שיעבדו בדרך של שיווק ישיר, יציעו מחירים זולים יותר אף ממחירי הקולקטיב), הסוכנים המתמחים בביטוחי עסק ותעשייה וביטוחים מתוחכמים וסוכני ביטוח חיים. סביר להניח כי שיווק ישיר יביא לשינוי הרצוי לטובת המבוטח, לפחות מבחינת ההוזלה בעלויות הביטוח. שיפור השירות נשאר נתון בסימן שאלה. כיום למשל עוזרים

הביטוח, לקבוע בתקנות שיעורים מינימליים לפרמית הרכב.

רכישת מוסכים בידי חברות

כבר כיום מדברים על אפשרות של כניסת גורמים חדשים לענף, כמו יבואני רכב. גורמים אלה, שעלויות תיקון הרכב לגביהם יהיו נמוכות יותר בגלל השליטה במלאי החלפים והמחיר הזול יותר, יוכלו להציע מחיר זול יותר לציבור רוכשי הרכב החדש, שברך הטבע משלם את הפרמיות הגבוהות הנובעות מערך הרכב. כתגובה, חברות ביטוח שירצו להמשיך ולבטח כלי רכב חדשים, יאלצו אף הן להוריד מחירים ולקצץ בעלויות. אפשר ומבטחים אכן ירכשו מוסכים במטרה להוזיל את עלות הטיפול בתיקוני הרכב ולהבטיח דיוק בפרטי הנזק המשולם על ידי החברה. ענין זה אפשרי כבר כיום, הואיל ולפי התקנה לביטוח רכב פרטי ומסחרי עד 4 טון, יכולה חברת הביטוח להחליט על תיקון הרכב באמצעותה, כלומר, ההחלטה אם התביעה תסולק בדרך של תשלום הנזק במזומן, או על ידי תיקון הרכב נתונה בידי חברת הביטוח. לפי התקנות, המבוטח אינו יכול להחליט באיזה מוסך יתוקן הרכב, במקרה שהחברה בוחרת לשלם את הנזק בדרך של תיקון. רכישת המוסכים או הקמתם, יכול שתעשה על ידי חברות הביטוח עצמן, או על ידי חברות בת שיוקמו על ידי החברות.

שיפור הסיכון במבנה התעריף

תאגיד אבנר נוסד במטרה לשמור על יציבות המבטחים העוסקים בביטוח רכב חובה. אולם, קיומו של התאגיד מותנה בשני תנאים, המהווים למעשה דבר והיפוכו. הפסדים גבוהים מדי שלא יאפשרו לתאגיד לעמוד בתשלום הנזקים, אפשר ויביאו להלאמת ענף ביטוח רכב חובה, מאידך, מצב הפוך, בו ביטוח רכב חובה לא יסכן עוד את יציבותם של המבטחים (ביטוח חובה יהיה מאוחז או אפילו רווחי) יביא אף הוא לחיסולו של התאגיד (יתכן והצעד של חברת אליהו מהווה תקדים למבטחים נוספים בענף). בכל מקרה, נראה שחברות הביטוח יעדיפו לפעול לשיפור סיכון ביטוח החובה וצמצום העלויות, על מנת שהביטוח ישאר בידי החברות ולמנוע הלאמה אשר תפגע בקלות יצירת הקשר הראשוני של המבטח עם ציבור המבוטחים. שיפור הסיכון יכול להעשות על ידי שינוי במבנה התעריף, שיכלול מרכיבים כמו עבירות תנועה, מין גיל, ותק. אפשר והביטוח יהיה לפי נהג ולא לפי רכב (אפשר וחברות הביטוח יגלו פתאום, שכדאי להם ליצור קשר מידי עם ציבור גדול יותר של מבוטחים לעתיד וגם מי שאין בידו רכב או דירה, יכול אולי לרכוש

השקט
הנפשי
שלך*

* עכשיו בתשלובת הביטוח הוותיקה בישראל

שלוח
חברה לביטוח
בע"מ

המשמר
שרות לביטוח
בע"מ

סהר
חברה ישראלית
לביטוח בע"מ

הדאל
חברה לביטוח
בע"מ