

## CONSIDERAȚII CE STAU LA BAZA LANSĂRII BĂNCILOR ÎN SFERA ASIGURĂRIILOR

Conf. dr. ec. Florin Ion COANĂ  
Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad  
Drd. ec. Rodica Viorica COANĂ, Arad  
Ec. Iudit FODOR, Arad

**Abstract.** *The breakthrough of banking houses on the insurance market is just one of the efforts made to modernize the financial services sector in order to satisfy the diverse needs of the consumers. The decisions regarding the penetration of banks in the insurance area take into consideration not only the need of improvement but also its consequences upon consumers and market.*

Sectorul serviciilor financiare a suportat în ultimele decenii numeroase schimbări economice, demografice, tehnologice și de reglementare. Astfel, în condițiile reducerii creșterii produsului intern brut și a productivității, s-au înregistrat rate de dobândă fără precedent, iar inflația și șomajul au crescut constant. Deteriorarea condițiilor economice a fost compensată însă de îmbunătățirea nivelului de educație a populației, care a condus la o mai bună înțelegere a problemelor financiare, populația fiind mai interesată de fructificarea și protejarea averilor obținute. De asemenea, s-au înregistrat modificări ale structurii pe vârste a populației și ale structurii membrilor familiei, observându-se o creștere a acumulărilor personale de venit, ca urmare a creșterii speranței de viață și a reducerii numărului de membri ai familiei.

Pe lângă aceste influențe economice și demografice, influențele tehnice au avut o contribuție majoră în accelerarea modernizării domeniului serviciilor financiare. Nivelele actuale ale posibilităților tehnologice și apariția formelor de telecomunicații avansate asigură o creștere a comodității în utilizarea produselor financiare. Exemple în acest sens sunt ATM-urile și Sistemul Electronic de Transfer al Fondurilor. În aceste condiții, au apărut tipuri noi de

consumatori, care urmăresc în primul rând ca produsele și serviciile financiare să fie performante, flexibile și sigure.

Se pot identifica trei tipuri mari de consumatori **persoane fizice**: consumatori-negociatori, consumatori-intermediari și consumatori pasivi. Diferențele între aceste tipuri sunt generate de accentul pus pe anumite caracteristici ale livrării produselor sau ale performanțelor acestora. Astfel, consumatorii-negociatori sunt mai agresivi și participă la majoritatea tranzacțiilor privind interesele lor financiare, consumatorii-intermediari sunt mai prudenți și valorifică relațiile personale, iar consumatorii pasivi exercită o presiune minimă asupra vânzărilor, participând la puține negocieri.

În ceea ce privește consumatorii **persoane juridice**, aceștia acordau înainte puțină importanță facilităților produselor financiare oferite. Spre deosebire de consumatorii individuali, aceștia puneau accent pe funcționalitatea și eficiența produselor oferite, fără a lua în considerare posibilitatea ca aceste servicii să îmbunătățească performanțele financiare ale companiei. Presiunile crescânde făcute de concurență, precum și necesitatea oferirii unor niveluri înalte de performanță financiară au schimbat aceste viziuni.

Pentru a onora noile cerințe de afaceri, corporațiile au fost nevoite să-și modifice modelele de consum, fiind interesate în prezent de servicii financiare care să permită evitarea costurilor suplimentare, minimizarea cheltuielilor care nu pot fi evitate și maximizarea utilizării resurselor.

Mulți ofertanți de servicii financiare s-au adaptat la timp schimbărilor și circumstanțelor pieței. Mediul le-a impus o asemenea comportare. Influențele colective care au generat schimbarea au făcut dificilă distincția între segmentele tradiționale ale sectorului serviciilor financiare. Pentru a analiza condițiile intrării băncilor pe piața asigurărilor, este necesară o prezentare succintă a caracteristicilor mediului asigurărilor.

Piața asigurărilor este caracterizată ca fiind un mediu riscant. Evoluțiile bruște din economie au un impact substanțial asupra profitabilității activității de subscriere și asupra venitului din investiții – cele două componente importante ale performanței exprimate de profitul total. Activitatea economică de bază din domeniul auto și cel al construcțiilor de locuințe, precum și condițiile generale de încheiere a afacerilor afectează cererea și implicit venitul din prime.

Pe lângă experiența de risc, inflația are un impact deosebit nu numai asupra cumpărării asigurărilor și costurilor de procesare, dar și asupra costului despăgubirilor. Ratele de dobândă și condițiile de piață determină într-o mare măsură performanțele investiției.

Există anumiți factori care promovează schimbarea în domeniul asigurărilor. Consumatorii, atât persoane fizice cât și persoane juridice, au devenit tot mai experimentați în ceea ce privește facilitățile produselor și modul de determinare a prețului. Presiunile exercitate de concurență impun mobilități de reducere a costurilor, în special a celor legate de vânzare, precum și îmbunătățirea produsului și a calității serviciilor. Problemele economice și financiare sunt tot mai mari, pe măsură ce ratele de dobândă în scădere amenință cu reducerea venitului din

investiții care, în ultimii ani, a acoperit pierderile din subscriere. Tehnologia avansată joacă un rol tot mai mare în livrarea produselor și în procesarea informațiilor.

Alți factori se opun schimbării în domeniul asigurărilor. Menținerea constrângerilor regulatorii blochează inovația și reduce oportunitățile existente pe piață. Managementul pe termen scurt, descurajarea alternativelor de promovare a produselor și a metodelor alternative de servire inhibă schimbarea. Schimbarea metodelor de distribuție și livrare are consecințe nefavorabile considerabile. Aspectele economice și operaționale, asociate cu modificările substanțiale impuse în domeniu, generează o anumită **inerție**.

Capacitatea instituțiilor de depozit de a intra cu succes pe piețele de asigurări depinde nu numai de mediu, ci și de eforturile făcute pentru aceasta. Mediul instituțiilor de depozit este destul de complex și prezintă anumite caracteristici specifice.

Instituțiile financiare de depozit oferă servicii atât piețelor comerciale, cât și celor pentru persoane, pentru constituirea de depozite, acordarea de credite și alte servicii auxiliare. Băncile comerciale și instituțiile de economii sunt în mod evident principalii ofertanți ai acestor servicii și reprezintă majoritatea în acest domeniu. Brokerii/dealerii au întreprins în ultima perioadă acțiuni agresive de dezvoltare a produselor și de vânzare a acestora. Aceștia au apărut pe piață ca o forță de colectare a depozitelor, la început din rândul persoanelor fizice.

Factorii economici, demografici și tehnologici care au stat la baza schimbării mediului au sporit eforturile concurențiale ale instituțiilor de depozit. Mai mult, barierele regulamentare au împiedicat băncile să reacționeze eficient la intrarea pe piață a concurenților de tip bancar.

Prin urmare, condițiile economice severe, precum și fenomenul de dezintermediere generat de participanții de tip bancar au afectat performanțele

financiare. Într-o anumită măsură, eforturile depuse pentru dereglementare au început să rezolve aceste probleme.

Desigur că instituțiile de depozit continuă să caute oportunități pe toate piețele financiare și în funcție de tipurile de consumatori. În ceea ce privește intrarea pe piața asigurărilor, băncile pot contribui cu canale de distribuție deja create, cu o clientelă considerabilă, cu abilitatea de gestionare a banilor și experiența tehnologică.

Din punctul de vedere al activității bancare, canalele de distribuție relativ scumpe și incapacitatea de a diferenția produsele – caracteristice domeniului asigurărilor – reprezintă aspecte vulnerabile, care trebuie să fie luate în considerare de instituțiile care vor să intre pe piață.

Eforturile depuse de unele bănci comerciale, instituții de economii, brokeri/dealeri, în special în domeniul asigurărilor de viață, reprezintă o dovadă a interesului prezentat de instituțiile de depozit pentru domeniul asigurărilor.

Deși intrarea băncilor pe piața asigurărilor poate avea consecințe favorabile asupra pieței în ansamblu său, regulamentele bancare urmăresc să separe activitățile bancare de alte tipuri de comerț, în scopul reducerii posibilității de manifestare a practicilor anticoncurențiale.

Cu toate acestea, schimbările înregistrate pe piața financiară, au susținut necesitatea de relaxare a cadrului regulamentar bancar, fiind de așteptat ca în viitorul apropiat sectorul financiar să aibă o nouă structură.

Mecanismele anticoncurențiale legate de activitatea de creditare vor avea un impact negativ considerabil asupra consumatorilor. În această privință, experiențele anterioare legate de crearea unui cadru regulamentar mai permisiv, oferă câteva perspective asupra impactului probabil pe piață și asupra implicațiilor pentru consumatori.

Astfel, efectele produse de modificarea cadrului regulamentar se manifestă în **două etape**:

**1.** O etapă inițială de destabilizare a pieței;

**2.** O etapă de restabilire a echilibrului pieței, după o perioadă de ajustare.

Pe parcursul acestor etape, produsele și serviciile oferite de participanții din domeniu se modifică semnificativ. Astfel, în prima etapă a intrării pe piață se pot produce modificări importante în ceea ce privește modalitatea în care produsele sunt oferite pe piață. Experiența anilor 1970-1980 în SUA, în ceea ce privește relaxarea cadrului regulamentar, a demonstrat că în prima etapă se produc câteva **evenimente**:

**a)** Mulți ofertanți intră pe piață, experimentând diverse clauze contractuale, asociate cu eforturi promoționale substanțiale;

**b)** Se diversifică oferta de asigurare. Produsele sunt mult modificate față de cele specifice unui mediu mai reglementat;

**c)** În ofertele de produse, accentul se pune pe preț. Reducerea prețului și concurența pe bază de preț reduc profitabilitatea. Probabilitatea de apariție a comportamentului anticoncurențial este maximă în acest moment;

**d)** Clienții nu dispun de o informare completă, deoarece caracteristicile noilor produse și disponibilitatea acestora fac dificilă selecția ofertelor. Combinarea sau separarea serviciilor de asigurare se va realiza în funcție de cerințele pieței;

**e)** Există o tendință către dezorganizarea piețelor. Siguranța și stabilitatea mediului reglementat sunt înlocuite cu nevoia de a examina cât mai atent caracteristicile produselor.

Solicitanții de asigurări se pot aștepta la o serie de schimbări dacă instituțiile de depozit primesc o autoritate mai mare în domeniul asigurărilor. Pe **termen scurt**, acestea pot fi:

**a)** Modificări în definirea produselor existente și în promovarea noilor produse, agregarea produselor de asigurare existente, combinarea produselor financiare cu produse de asigurare;

**b)** Inflexibilitatea noilor clauze ale produselor și presiunea asupra vânzătorilor. Ofertanții vor impune consumatorilor noile caracteristici ale produselor. Șansele privind practicarea vânzătorilor agregate sunt maxime în această perioadă de destabilizare, având în vedere dezorganizarea care însoțește schimbările radicale de pe piață;

**c)** Vor fi disponibile puține informații despre performanțele noilor produse. Noutatea unui concept va genera o confuzie temporară, atât din punctul de vedere al consumatorului, cât și al ofertantului;

**d)** Se va manifesta o activitate promoțională susținută. Numărul mare de modificări contradictorii ale produselor va

crea nesiguranță privind noile produse, fiabilitatea acestora și capacitatea de a satisface nevoile consumatorului.

Vânzările agregate, folosite ca metodă concurențială, reprezintă o **problemă critică** pe piața asigurărilor. Este necesar să se ofere clienților suficiente alternative și informații pentru ca aceștia să poată evalua produsele, mai ales în etapa de tranziție a pieței. Posibilitatea de a alege dintre produsele oferite pe piață, reprezintă un element esențial pentru o piață concurențială, fiind deci necesară o prezentare cât mai detaliată a componentelor produselor agregate.

#### REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

Coană F.I.,  
Coană R.V.

*Analiza performanțelor societăților de asigurări*, Editura Gutenberg  
Univers Arad, 2005, ISBN 973-7776-36-4