ضرورت های خصوصی سازی در صنعت بیمه کشور

جفرودی، شهاب

اندازه فعالیت اقتصادی دولت یکی از مباحث اقتصاد بخش عمومی(مالیه‏ عمومی)است که در کشورهای در حال‏ توسعه بیش از آنکه متاثر از مقوله کارایی‏ باشد از مسائل سیاسی تاثیر می‏گیرد.در حال حاضر بخشهای متعددی از اقتصاد کشور انحصارا در قلمرو فعالیتهای دولت‏ قرار دارد که عمده‏ترین آنها عبارتست از موسسات مالی و بانکها،شرکتهای‏ بیمه،پست و مخابرات،دخانیات و صدا و سیما.برمبنای نظریات اقتصاددانان‏ بزرگ جهان،هنگامی حضور دولت در فعالیتهای اقتصادی توجیه‏پذیر است که‏ اولا بخش خصوصی در انجام آن ناتوان‏ باشد و یا انگیزه‏های لازم برای حضور در آن فعالیتها را نداشته باشد.ثانیا حضور دولت در آنها علاوه بر مسائل مالی و انتفاعی از جنبه نیاز و منافع ملی و عمومی‏ کشور توجیه‏پذیر باشد و به عبارتی دولت‏ در پی ایجاد تعادل در بازار و دست‏یابی به‏ حد مطلوبی از تولید در جامعه به منظور نیل به اهداف و برنامه‏های توسعه‏ اقتصادی کشور باشد.گاهی نیز ناتوانی‏ سیستم قیمت در تخصیص کارای منابع، حضور دولت را در بازاری خاص الزامی‏ می‏کند.خصوصیت مشترک این بازارها در آن است که اولا قیمت‏های بازار الزاما منعکس‏کننده منافع یا هزینه‏های‏ نهایی اجتماعی کالا یا عوامل تولید نیست و سود بازار را نمی‏توان با فایده‏ خالص اجتماعی برابر دانست.ثالثا برای‏ تخصیص بهینه و متناسب منابع به‏ فعالیت موردنظر بازار،ناگزیر از انجام‏ عملیات مکمل(مثلا تهیه کالا و خدمات‏ همگانی)و یا استفاده از ابزارهای تصحیح‏ مکانیزم قیمت(مالیات و سوبسید)باشد. برای درک بهتر مطلب لازم است توضیح‏ بیشتر در مورد خصوصیت بازار از نظر کارایی یا ناتوانی آن در ارائه کالاها و خدمات مورد نیاز جامعه ارائه شود.

اقتصاد بازار بطور معمول وسیله‏ای‏ است برای استفاده مطلوب از منابع‏ تولیدی جامعه در جهت تولید کالا و خدمات مورد نیاز آن.مصرف‏کنندگان در بازار در واقع با پرداخت پول خود به‏ تخصیص منابع جامعه به تولید کالا یا خدمات موردنظرشان رای می‏دهند و ترجیح خود را برای محصولات مختلف‏ اعلام می‏کنند.بر همین اساس بخش‏ خصوصی با مطالعه بازارها و اطلاعات‏ موجود در آن‏که در یک برآیند فشرده بنام‏ قیمت منعکس است،تصمیم به ورود بازار و تولید می‏گیرد و در نتیجه بازار به تناسب‏ عرضه و تقاضا و نیاز جامعه به تعادل‏ می‏رسد.

بسیاری از کالاها و خدماتی که ما در زندگی روزمره با آن مواجهیم(مانند غذا و مسکن و پوشاک و...)در بازارهای ذکر شده‏ که به بازار"کالاها و خدمات خصوصی‏" موسوم هستند مبادله می‏شوند.اما بازار همیشه نمی‏تواند مسائل اقتصادی را حل‏ کند.این امر بیشتر در واقعی اتفاق‏ می‏افتد که بازار با عوامل خارجی‏ ( Externalities )مواجه است.منظور از این اصطلاح حالتهایی است که در بازار منافع مصرف‏کننده محدود نمی‏گردد،توزیع و تغییرات درآمد بر میزان‏ مصرف و مطلوبیت مصرف‏کنندگان بی‏اثر است و مسائلی مانند بیکاری،تورم و رشد اقتصادی بر آن بی‏اثر است.در این حالت‏ بازار ناتوان و در واقع غیر قابل رقابت است‏ و بعضی از فعالیتهای اقتصادی انحصارا توسط دولت صورت می‏گیرد.مصداق بارز این بازار،آموزش و پرورش همگانی‏ (رایگان)است.تولیدات آموزش و پرورش‏ همگانی خدماتی است که به طیف‏ وسیعی از مصرف‏کنندگان عرضه‏ می‏گردد،مصرف آن غیر قابل رقابت است‏ و سهیم شدن در منافع آن توسط یک فرد، کاهشی در منافع سایرین در مصرف این‏ کالاها ایجاد نمی‏کند،به سهولت و به‏ صورت یکسان در دسترس همه افراد جامعه است و مقدار مصرف آن برای هر فرد به تصمیم و رضایت او بستگی ندارد بلکه تابعی است از انتخاب سایر افراد در جامعه و در واقع افراد نمی‏توانند مقدار مصرف خود را براساس سلیقه خود (و برمبنای میزان مطلوبیتی که از خرید آن‏ به دست می‏آورند)تعیین کنند.در این‏ مکانیزم،بازار توزیع کالا و خدمات در بین‏ افرادی که از مصرف آن‏ها مطلوبیت‏ بیشتر به دست می‏آورند تضمین‏ نمی‏گردد،و در واقع برای همه افراد به یک‏ قیمت عرضه می‏گردد و بهای آن نیز به‏ صورت غیر مستقیم و عمدتا از طریق‏ مالیات پرداخت می‏گردد و چون نسبتهای‏ مالیات برای مشاغل مختلف با یکدیگر متفاوت است،نتیجتا سهم افرادی که از خدمات آموزش و پرورش استفاده می‏کنند در پرداخت بهای آن یکسان نیست در حالی که قادر هستند به صورت یکسان از آن بهره‏مند شوند.بر همین اساس هزینه‏ نهایی استفاده یک فرد اضافی از این‏ امکانات برای او صفر است.

تقاضای کل جامعه برای چنین‏ تولیداتی نیز عبارتست از مجموع تمایل به پرداخت افراد جامعه در تمام سطوح‏ تولید امکانات و خدمات آن.یعنی چنانچه‏ تمایل افراد به دست‏یابی به تولیدات‏ کالاها و خدماتی مانند آموزش و پرورش‏ به درستی بیان گردد،منافع نهایی آنها از مصرف یک واحد بیشتر این تولیدات به‏ دست می‏آید و جمع عمودی منحنی‏های‏ تقاضای افراد جامعه در طول محور قیمت‏ تولیدات آموزشی(براساس هزینه‏های‏ واقعی دولت در بخش آموزش و پرورش‏ عمومی)بیانگر تقاضای کل جامعه خواهد بود.در این مکانیزم،قیمت تولیدات‏ آموزشی متناسب با هزینه ناشی از آخرین‏ واحد مصرف برای آخرین مصرف‏کننده‏ تعیین و از محل بودجه عمومی کشور تامین می‏گردد و منافع آن برای دولت در سطح صفر نگه داشته می‏شود.

در مقابل فرضیه فوق،گروه کالاهای‏ خصوصی قرارداد.تولیدکنندگان کالای‏ خصوصی برای حد اکثر کردن منفعت خود کالای مورد نیاز مصرف‏کننده را با کمترین‏ هزینه تولید می‏کنند و رقابت در بازار آن‏ به تولید ترکیبی از کالاها که با ترجیح‏ مصرف‏کنندگان تطبیق دارد منجر می‏گردد.مصرف‏کنندگان نیز با توجه به‏ درآمد خود و براساس مطلوبیتی که از خرید کالا به دست می‏آورند برای آن پول‏ پرداخت کنند و منابع جامعه به نسبت‏ تمایل جامعه برای تولید کالایی خاص به‏ آن تخصیص می‏یابد.بدین ترتیب‏ تقاضای کل جامعه برای گروه کالاهای‏ خصوصی با جمع مقادیر مصرف تمام‏ مصرف‏کنندگان در هر قیمت به دست‏ می‏آید،با توجه به اینکه محدود بودن‏ منابع و تولیدات جامعه منجر به محرومیت‏ برخی از افراد جامعه از مصرف کالاها و خدمات خصوصی آن در قیمتهای جاری‏ می‏گردد.منحنی تقاضای کل جامعه‏ برای این گروه از کالاها از جمع مقادیر تقاضای مصرف‏کنندگان براساس‏ قیمتهای جاری در طول محور افقی به‏ دست می‏آید.بدین ترتیب مکانیزم بازار قادر به هدایت سیستم قیمت خواهد بود و حضور بخش خصوصی برای شرکت‏ در فعالیتهای آن را توجیه‏پذیر می‏کند.

از آنجایی که تاکید این مقاله‏ بر تولیدات بخش‏"بیمه‏"در کشور و بررسی‏ لزوم یا عدم لزوم حضور دولت در آن است، باید با توجه به مطالب ذکر شده اولا تعریف مشخصی از خدمات بیمه به دست‏ آورد تا مشخص شود که عرضه آن در جامعه در قالب کالاهای همگانی است یا خصوصی،ثانیا در صورتی که دولت‏ بخواهد به صورت ساختاری و به منظور تخصیص بهینه منابع جامعه به بخش‏ بیمه حضوری هرچند کوتاه‏مدت داشته‏ باشد،کارایی آن را اندازه‏گیری کرد.

براساس مفاهیم ارائه شده،بیمه‏ عملی است اقتصادی که طی آن بیمه‏ گذرا(مصرف‏کننده)با پرداخت حق بیمه‏ به بیمه‏گر(ارائه‏کننده خدمات بیمه) تعهدی به نفع خود یا برای فرد ثالثی به‏ دست می‏آورد.حق بیمه(قیمت کالا)نیز وجهی است که بیمه‏گذار به‏ بیمه‏گر پرداخت می‏کند تا در مقابل آن‏ بیمه‏گر در صورت وقوع حادثه و ایجاد خسارت،زیان وارده را جبران کند.مقدار حق بیمه(قیمت کالا)به شدت و ضعف‏ احتمال وقوع خطر بستگی دارد.

در این مکانیزم تقاضای افراد جامعه‏ قیمتهای مختلف برای خدمات بیمه با یکدیگر متفاوت است.در نمودار زیر تقاضای کل جامعه برای خدمات بیمه‏ای‏ مورد بررسی قرار گرفته است:

در منحنی فوق تا قیمت P1 فقط یک‏ نفر از خدمات بیمه‏ای استفاده می‏کند و تقاضای او با Dc نشان داده شده است. در قیمت‏ها پائین‏تر،افراد دیگری وارد بازار شده‏اند.تقاضای کل D ،از جمع افقی‏ منحنی‏های مربوط به تقاضای افراد در قیمتهای مختلف به دست آمده است.

از مطالعه این نمودار استنباط می‏گردد عکس العمل مصرف‏کننده و مقدار تقاضا با تغییرات قیمت متغیر است و کاهش‏ قیمت به افزایش تقاضا منجر می‏گردد.

به ترتیب می‏توان برای تولیدات‏ بیمه به عنوان خدماتی اقتصادی‏ خصوصیت تفکیک‏پذیری قائل شد به‏ این مفهوم که برخلاف کالاهای همگانی، می‏توان متقاضیاتی را که حاضر به‏ پرداخت قیمت‏های جاری آن نیستند از مصرف آن محروم کرد و از این طریق بازار توزیع آن را بین افرادی که ارزش بیشتری‏ برای خدمات بیمه قائل هستند تضمین‏ نمود.بدین ترتیب خدمات بیمه‏ای در زمره کالاهای خصوصی محسوب می‏گردد و حضور دولت در این فعالیت اقتصادی‏ مورد تردید قرار می‏گیرد.البته همانطور که‏ قبلا گفته شد گاهی اوقات دولت به دلایل‏ مختلف مستقیما به ارائه کالاهای‏ خصوصی مبادرت می‏ورزد که عمدتا در مورد صنایعی است که ماهیت انحصاری‏ دارند و قیمت‏شان بالاتر از هزینه نهایی‏ آنهاست و مشمول رشته بیمه نمی‏گردد. مع الوصف به دلیل فعالیت انحصاری‏ دولت در این بخش ناگزیر از بررسی‏ اجمالی مسئله قیمت‏گذاری انواع خدمات‏ بیمه توسط دولت هستیم.

به‏طور کلی قیمت در بازار رقابتی(که‏ در آن قیمت در حد اقل،بازار در رقابت‏ کامل و رفاه مصرف‏کننده در حد اکثر قرار دارد)قیمت براساس هزینه نهایی‏ ( Marginal Cost )تعیین می‏گردد.در این مکانیزم منحنی هزینه دولت به‏ عنوان واحد انحصاری ارائه‏کننده خدمات‏ بیمه و در واقع به عنوان گیرنده قیمت در بازار عوامل تولید در نظر گرفته می‏شود.

همانطور که ملاحظه می‏گردد براساس شرایط بازار رقابتی،قیمت یکی‏ از خدمات فرضی بیمه در نقطه C (نقطه‏ تلاقی منحنی تقاضا و هزینه نهایی)به‏ میزان Po تعیین و این قیمت به میزان Xo تقاضای برای آن در بازار وجود دارد.در این حالت،رفاه مصرف‏کننده در حد اکثر قرار دارد و اطلاعات بازار در دسترس همه‏ افراد و گروههای جامعه قرار می‏گیرد.اما چون دولت به صورت انحصاری عمل‏ می‏کند،هزینه متوسط او( Ac )بالاتر از قیمت است و چنانچه خدمات بیمه‏ای را به میزان Po عرضه کند،به اندازه‏ Pn n CPO زیان می‏کند.حتی اگر مرکز عملیات دولت در نقطه b (محل تلاقی‏ منحنی تقاضا و هزینه متوسط دولت)قرار بگیرد،یعنی به مقدار Xb تولید کند و به‏ قیمت Pb بفروشد،سود اقتصادی او صفر خواهد بود.

بنابراین نقطه بهینه تولید و فروش‏ دولت در بازار انحصاری بیمه،نقطه a است‏ که در آن هزینه نهایی دولت با درآمد نهایی او برابر است( MR-Mb ).در این‏ نقطه دولت به میزان Xa از خدمات بیمه‏ای‏ را به قیمت Pa عرضه می‏کند و به‏ اندازه Pa amPb سود به دست می‏آورد.

درحالی که تقاضای بالقوه در این بازار در شرایطی که بخش خصوصی فعالیت کند حد اقل به میزان Xo وجود دارد.خروج‏ دولت از بازار و رقابتی شدن آن باعث‏ می‏گردد بازار از حالت انحصاری خارج‏ شده و با حضور چشمگیر بخش خصوصی‏ در آن و دست‏یابی به قیمت‏های بهینه در بازار،ضمن افزایش تقاضا در بازار و فراگیر شدن صنعت بیمه در کشور،منابع جامعه‏ اعم از سرمایه و نیروی متخصص‏ و مدیران نیز متناسب با نیاز جامعه و ابعاد بازار به بخش بیمه جذب شود.

از این محبث استنباط می‏گردد حضور دولت در بخش بیمه از نظر تئوری‏ رفتار مصرف‏کننده موجه بنظر نمی‏رسد و لا اقل باید در شرایطی صورت پذیرد که‏ بخش خصوصی نیز به منظور ایجاد رقابت در بازار قادر به فعالیت در آن باشد.

با الهام از این مدل می‏توان ادعا نمود که دولت در هزینه‏ای بالاتر از بخش‏ خصوصی به تولید خدمات بیمه‏ای‏ اشتغال دارد و چنانچه مکانیزم بازار بیمه‏ در پی فعالیت بخش خصوصی بصورت‏ خودکار عمل نماید،ورود دولت به آن‏ همراه با عدم کارایی خواهد بود.حتی در شرایطی که بازار با عدم کارایی عملکرد بخش خصوصی مواجه باشد،حضور دولت‏ در بازار عدم کارایی را افزایش خواهد داد. در نمودار زیر عدم کارایی بازار ناشی از انحصار در فروش خدمات بیمه نشان داده‏ شده است.چنانچه بخش خصوصی در بازار فعالیت نماید تولید در سطح Qe قرار خواهد گرفت و نسبت به سطح تولید کارآمد Qe (بازار رقابتی)عدم کارایی‏ انحصارگر به میزان men خواهد بود.اگر این شرایط به علت وجود عدم کارایی‏ دولت کنترل بازار و تولید را به دست بگیرد باید مقدار تولید را در جایی قرار دهد که‏ هزینه نهایی با قیمت برابر باشد( e ).در این وضعیت بازار با جبران کاهش رفاه‏ انحصارگر مواجه می‏گردد اما اگر عدم‏ کارآیی مدیریت دولتی( X )هزینه نهایی‏ ( Mc )را به سمت بالا و چپ منتقل کند، نتیجه تغییر خواهد کرد.

چنانچه در اثر عدم کارایی X منحنی‏ هزینه نهایی تولید به Mcx1 جابجا شود، نسبت به فعالیت انحصاری بخش‏ خصوصی افزایش رفاه وجود دارد در این‏ حالت عدم کارایی x به میزان( fce )خواهد بود و دخالت دولت به افزایش خالص رفاه‏ به مقدار mfcn منجر خواهد شد.اما اگر عدم کارایی مدیریت دولتی منحنی هزینه‏ نهایی تولید را به صورت Mcx2 درآورد، سطح تولید مدیریت دولتی کمتر از حالت‏ انحصاری خواهد شد( Qa )و عدم کارایی‏ به سطح Abe خواهد رسید و به‏ میزان Abmn بیش از بخش خصوصی‏ رفاه تولیدکننده خدمات بیمه‏ای را کاهش خواهد داد.

با توجه به الگوی فوق و کاهش رفاه‏ و کارایی دولت در تولید خدمات بیمه‏ای‏ لازم است مسئله تخصیص منابع نیز مورد بررسی قرار گیرد.از آن جائی که منابع‏ تولید در جامعه اعم از سرمایه،نیروی‏ انسانی متخصص و...محدود است‏ تخصیص هریک از منابع فوق به دولت‏ برای فعالیت در بخش‏های اقتصادی به‏ کاهش سهم بخش خصوصی از منابع ذکر شده منجر می‏گردد.این موضوع در نمودار زیر توضیح داده شده است.

چنانچه دولت به میزان Oa1 از منابع‏ جامعه را برای تولید در بخش بیمه مصرف‏ کند سهم بخش خصوصی از این منابع به‏ میزان b3 خواهد بود.با این فرض که‏ عوامل تولید و تکنولوژی در جامعه ثابت‏ باشد و اشتغال کامل عوامل تولید با حد اکثر کارایی وجود داشته باشد.هرچه‏ سهم دولت از امکانات بیشتر شود به‏ کاهش سهم بخش خصوصی از آن منجر می‏گردد.با افزایش سهم دولت به a2 ، سهم بخش خصوصی به b2 کاهش‏ می‏یابد و با افزایش ارائه خدمات و کاملا توسط دولت در بخش بیمه‏ای از Oa2 به‏ Oa3 ،کاهش در تولید کالا و خدمات‏ بخش خصوصی از Ob2 به Ob1 به وقوع‏ خواهد پیوست.با تعمیم این تفسیر به‏ نقش مدیریت و نیروی متخصص و سرمایه در بخش بیمه و با عنایت به‏ مبحث قبلی که در آن عدم کارایی دولت‏ و مدیران دولتی در بازار انحصاری بررسی‏ شده بود می‏توان اذعان نمود هرچه‏ بیشتر منابع جامعه در بخش‏های مختلف‏ اقتصادی(در شرایطی که مکانیزم بازار در تنظیم مبادلات آن ناتوان نیست)در اختیار دولت قرار گیرد کارایی و بازده‏ کمتری در جامعه خواهد داشت.بدین‏ ترتیب ملاحظه می‏گردد که از نظر مسئله‏ تخصص بهینه منابع جامعه نیز حضور دولت در بخش بیمه به لحاظ اقتصادی‏ و کارایی توجیه‏پذیر نیست.

مسئله دیگری که در ارتباط با فعالیت‏ دولت به صورت انحصاری در بخش بیمه‏ باید بررسی شود به مدیریت‏های افقی‏ و تصمیم‏گیریهای استراتژیک‏ شرکت‏های بیمه مربوط می‏گردد.این‏ تصمیمات عمدتا در بخش‏های‏ سازمانی و پرسنلی،بازاریابی،مالی‏ و نرخ‏گذاری روی خدمات بیمه و بودجه‏ ریزی برای آن صورت می‏گیرد و لازم است‏ در هر مورد به تفضیل بررسی شود. موضوعات اصلی مدیریت مالی در بخش‏ بیمه شامل موارد متعددی می‏گردد که به‏ طور عمده می‏توان به فرضیه بازارهای‏ کارآ،تصمیم‏گیریهای سرمایه‏گذاری، ساختار سرمایه و سیاست‏های تقسیم‏ سود،شیوه‏های مطلوب تامین منابع مالی، روشهای تعیین ارزش دارایی‏ها و فرصت‏ های احتمالی اقتصادی و ریسک، مدیریت جریانهای مالی نقدی،روشهای‏ برآورد هزینه فرصت شرکت و تدوین‏ استراتژی فروش و بازاریابی خدمات بیمه‏ اشاره نمود.

به‏طور کلی قیمت‏های موجود در بازار بازتابی از اطلاعات موجود در آن‏ است.چنانچه جامعه با مسئله عدم وجود بازارهای مالی مواجه نباشد و شرکتهای‏ بیمه قادر به عرضه سهام سرمایه‏ای خود با هدف جذب و هدایت منابع مالی و پس‏اندازهای جامعه به بخش بیمه باشند لازم است نقش و جایگاه بورس بازی‏ و آربیتراژ و اختلاف ارزشی سهام در بازارهای مختلف به‏طور همزمان به دقت‏ مورد مطالعه قرار گیرد.در این شرایط مدیران دولتی شرکت‏های بیمه ناگزیر از ایجاد هزینه اضافی ناشی از پردازش اطلاعات در بخش تحت مدیریت خود هستند(از طریق استخدام کارشناس‏ مالی و به کارگیری فنون پیشرفته اطلاع‏ رسانی و...)و بدین ترتیب هزینه متوسط شرکت بیمه دولتی و در نتیجه هزینه‏ متوسط مدیران دولتی بیشتر خواهد شد و به افزایش قیمت خدمات بیمه‏ای و در نتیجه کاهش تقاضای بازار و تبعا کاهش‏ ارزش سهام شرکت‏های دولتی منجر خواهد شد.

از طرف دیگر چنانچه بخواهیم‏ تصمیم‏گیریهای سرمایه‏گذاری و بودجه‏ ریزی را از سلیقه‏های شخصی و خواسته‏های فردی تفکیک کنیم،چنانچه‏ بازار سرمایه در حالت رقابت کامل باشد مدیریان قادر خواهند بود سرمایه‏گذاری‏ را تا جایی ادامه دهند که نرخ بازده آن با هزینه فرصت سرمایه برابر شود و در واقع‏ حقوق صاحبان سهام شرکت در نقطه‏ ماکزیمم قرار گیرد.اما در شرایطی که‏ میزان سرمایه‏گذاری و روشهای جذب‏ سرمایه در بخش بیمه منفک از بازار سرمایه عمل کند و در واقع محدود به‏ مقدار بودجه و سرمایه پرداخت شده‏ای که‏ در کادر تصمیم‏گیری مالی شرکت‏های‏ دولتی قرار دارد باشد،یعنی براساس پلنوم‏ و اساسنامه شرکتهای دولتی که در آن‏ سرمایه‏گذاری محدود به زمان و بدون‏ بازنگری و ارزیابی شرایط جدید بازار تعیین می‏گردد باشد،حقوق صاحبان‏ سهام و ثروت شرکت صرفا از طریق‏ افزایش مقدار فروش و توانائیهای‏ بازاریابی بیشتر خواهد شد که منابع مالی‏ جدید نیز مجددا بدون توجه به نقش‏ بازار و نیاز جامعه به دولت اختصاص‏ خواهد یافت درحالی که قاعده‏ سرمایه‏گذاری بخش خصوصی بر این‏ اصل مبتنی است که باید طرحهایی را به‏ اجرا درآورد که نرخ بازده آنها از نرخ بازار یعنی هزینه فرصت سرمایه بیشتر باشد و چنانچه الگوهای ارزش‏یابی سود و برآورد نرخ بازده نتیجه‏ای مبنی بر لزوم‏ افزایش سرمایه از طریق ارائه سهام‏ بیشتر در بازار مالی ارائه دهد،بخش‏ خصوصی بدون نیاز به قرار گرفتن در چارچوب و کادرهای مدیریتی(که در بخش دولتی اعمال می‏گردد)به این امر مبادرت خواهد ورزید.

همچنین در زمینه تعیین ارزش‏ دارایی مالی شرکت بیمه روشهای ارزیابی‏ فرصتهای رشد آنها،بخش خصوصی‏ معمولا ارزش فعلی جریانات نقدی را مبنای تعیین ارزش داراییهای شرکت قرار می‏دهد و جریانات نقدی مورد انتظار آینده را نسبت به حال تنزیل می‏کند.در حالی که معمولا شرکتهای دولتی قادر به‏ انجام این کار نیستند و تصمیمات مربوط به تعیین ارزش دارائیهای در آنها به‏ گونه‏ای است که بر منحنی توزیع جریانات‏ نقدی آینده اثر نگذارد.اگر نرخ بازده‏ عملکرد شرکتهای بیمه از هزینه‏ سرمایه‏گذاری آن بیشتر باشد نشان‏ دهند حجم سرمایه‏گذاری و رشد شرکت‏ خواهد بود در نتیجه شرکتی رشد بیشتری‏ داشته است که نرخ بازده آن بیشتر باشد.

بر همین اساس رشد شرکتهای بیمه‏ خصوصی که جریانات نقدی آینده خود را با نرخ مناسبی نسبت به حال تنزیل‏ می‏کنند و رشد مالی شرکت خود را بر اساس آن می‏سنجند در صورت مطلوب‏ بودن نرخ بازده از نرخ بیشتری نسبت به‏ شرکتهای دولتی برخوردارند زیرا اساس‏ رشد و پیشرفت مالی در شرکتهای دولتی‏ بزرگ بودن عدد سود شرکت است که‏ ضابطه مناسبی برای تشخیص رشد محسوب نمی‏گردد.

همچنین تغییرات جریانهای نقدی‏ شرکتهای بیمه ایجاب می‏کند که بر آنها نوعی مدیریت اعمال گردد.الگوهای‏ موجود از آنجایی که بر قدرت نقدینگی‏ و ارزش شرکت و توانایی پرداخت خسارات‏ بیمه‏ای اثر دارند دارای اهمیت می‏باشند لذا تصمیمات مالی کوتاه‏مدت شرکتهای‏ بیمه حتما باید با تصمیمات‏ و سرمایه‏گذاریهای بلند مدت هماهنگ‏ باشد و در راستای به حد اکثر رسانیدن‏ ارزش شرکت اعمال گردد و معمولا شرکتهای بیمه دولتی از قدرت مانور کمتری در این زمینه برخوردار بوده و در چارچوب تصمیم‏گیری محدودتری قرار دارد.

مسئله مهم دیگری که در ارتباط با مدیریت مالی در شرکت‏های بیمه باید مورد بررسی قرار گیرد بودجه‏بندی و برنامه‏ریزی مالی است.منظور از بودجه‏بندی و برنامه‏ریزی مالی‏ پیش‏بینی نتایج مالی حاصل از اجرای‏ برنامه‏های و عملیات شرکت در زمان‏ معین است که علاوه بر انعکاس ابعاد مالی‏ برنامه‏ها به پیش‏بینی ارزیابی و کنترل‏ ساختار کلی فعالیت‏های اقتصادی آن‏ کمک خواهد نمود.در واقع بودجه‏بندی به‏ مثابه ابزاری در دست مدیریت است تا بتواند بهترین ترکیب تخصیص منابع‏ برای انجام فعالیت‏های شرکت به دست‏ آورد و براساس آن جریان مداوم دریافت‏ها و پرداختهای شرکت را تنظیم نماید.بدین‏ ترتیب بودجه،انعکاس مالی کلیه‏ برنامه‏ها و فعالیت‏های اجرایی شرکتهای‏ بیمه اعم از فروش انواع خدمات بیمه‏ای‏ یا سرمایه‏گذاری در بخش بیمه اتکایی‏ خواهد بود که مطالعه و تحلیل روابط مالی‏ آن ممکن است به تغییر سیاستهای جاری‏ شرکت منجر گردد.به عنوان مثال می‏توان‏ اشاره نمود که شرکتهای بیمه خصوصی به‏ طور معمول براساس شاخص‏ها و آمارهایی که در زمینه دریافت حق بیمه‏ و پرداخت خسارت در سالهای مالی گذشته‏ به دست آورده‏اند،نرخهای حق بیمه سال‏ جاری و بودجه اجرایی عملیات مختلف‏ بیمه‏ای را تدوین می‏کنند و بر همین‏ اساس تغییرات مورد نیاز را به سرعت و یا بررسی و تحلیل شاخص‏های مالی‏ گذشته اعمال خواهند نمود.اما این امر در شرکتهای دولتی به سرعت قابل اجرا نیست و مستلزم طی سلسله مراتب‏ عمودی و به تصویب رساندن تصمیمات‏ مالی جدید در سطوح بالای دولت و گاها در پارلمان کشور است در نتیجه تا اعمال‏ تصمیمات جدید مدیران شرکتهای بیمه‏ از تطبیق خود با شرایط بازار ناتوان‏ خواهند بود.

مسئله دیگری که باید بر آن اشاره‏ نمود به نظام مدیریت منابع انسانی در شرکتهای بیمه دولتی و خصوصی مربوط می‏گردد.کارایی و اثربخشی هر سازمان به میزان قابل توجهی به نحوه مدیریت‏ و کاربرد صحیح منابع انسانی بستگی دارد. هم‏چنین تحولات و دگرگونی مستمر در پدیده‏های اقتصادی و اجتماعی جامعه بر لزوم طرح‏ریزی و برآورد نیازهای سازمان‏ مبتنی بر مدیریت پویا و انطباق‏پذیر تاکید دارد.بدیهی است که هر قدر که دامنه‏ تغییرات و تحولات ناشی از محیط وسیع‏تر باشد،مدت زمان مورد نیاز برای انطباق با آنها باید کوتاه‏تر گردد.این امر از یک سو نیازمند بررسی وضع موجود و برآورد نیازهای آینده براساس اطلاعات و داده‏هایی است که از گذشته وجود دارد و از سوی دیگر مستلزم شناخت متغیرهای‏ متعددی است که برآورد و پیش‏بینی‏ نیاز آینده سازمان را مشکل می‏سازد.

مدیریت منابع انسانی که در یک‏ قلمرو حرفه‏ای نظام برنامه‏ریزی و تامین‏ نیروی انسانی را در جهت اهداف و خط مشی‏های تعیین شده به کار می‏گیرید و به اجرای برنامه‏ها و کنترل ارزیابی آنها می‏پردازد ناگزیر از داشتن قابلیت انعطاف‏ در برابر تغییرات داخلی و خارجی در زمینه‏های مختلف سازمانی به ویژه‏ جنبه‏های اقتصادی آن است.مدیریت‏ کارآمد همچنین در محدوده دانش‏ تخصصی باقی نمی‏ماند و همگام‏ با اوجگیری در محیط سازمانی خود،به‏ نگاهی فراگیرتر و جامع‏تر نیازمند است. مواردی که ذکر شد در مورد شرکتهای‏ کوچک و بزرگ،اعم از خصوصی و دولتی‏ نیز به عنوان یک سازمان نظام‏دار اقتصادی صدق می‏کند و لازم است در این حوزه فصول مختلف نظام روابط کار اعم از طبقه‏بندی و ارزشیابی مشاغل، بهسازی منابع انسانی و نگهداری آنها توسط مدیران شرکتها مورد بررسی‏ قرار گیرد.با توجه به جنبه‏های مختلف‏ مدیریت اعم از انگیزه‏های مالی و شغلی‏ برای تحرک بیشتر و انعطاف‏پذیری در ساختار مدیریتی،به نظر می‏ رسد مدیریت در بخش خصوصی از موفقیت و رشد بیشتری نسبت به‏ شرکتهای دولتی به ویژه از نظر قابلیت‏ انطباق با تغییرات محیط داخلی و خارجی‏ شرکت برخوردار خواهد بود.