



ارزیابی عملکرد شرکت‌های بیمه در رشته بیمه‌های زندگی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پژوهشگاه علوم انسانی

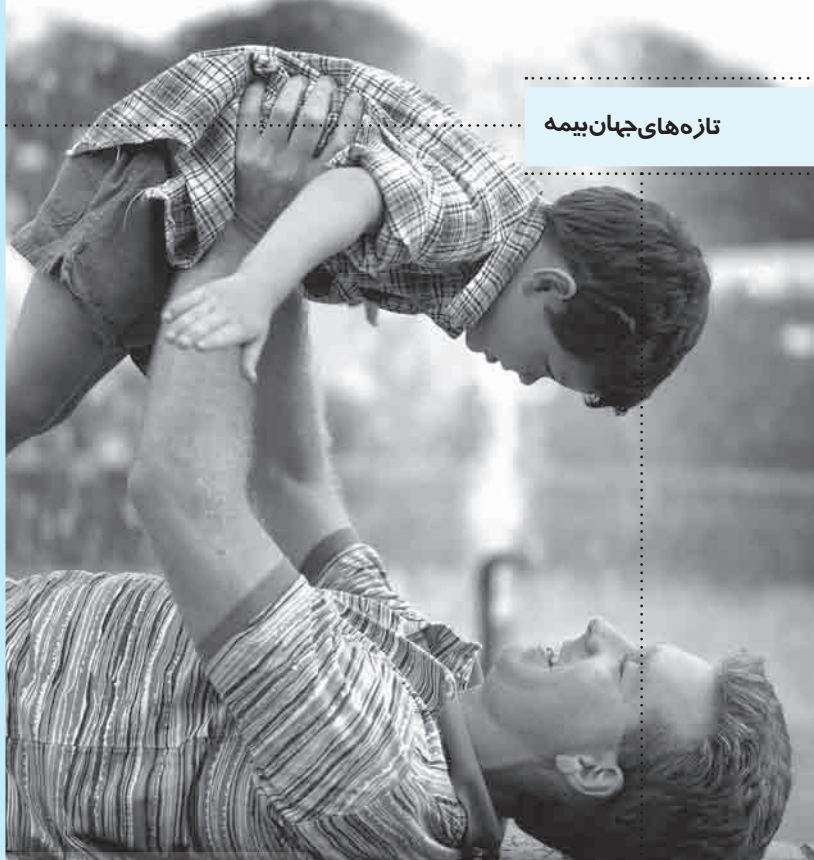
نویسنده: آرش حسن‌زاده

کارشناس ارشد علوم اقتصادی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد فیروزکوه

مقدمه

بیمه از دستاوردهای مهم زندگی توسعه‌یافته بشری است. اهمیت بیمه در زندگی نوین بشری به حدی است که دولت‌ها نیز بدان توجه بیشتری دارند و برای بسط آن با برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها کوشش می‌کنند تا جایگاه واقعی آن را در عرصه اقتصادی و اجتماعی زندگی افراد نشان دهند. خانواده‌ها هنگامی که منبع اصلی درآمدشان در اثر خطراتی از قبیل مرگ زودرس، ازکارافتادگی، بیکاری یا فرا رسیدن ایام پیری

و بازنشستگی سرپرست یا نان‌آور خانوار از بین می‌رود در صورتی که منابع دیگری برای جایگزینی نداشته باشند از نظر معیشتی در تنگنا قرار می‌گیرند. در چنین شرایطی بیمه‌های زندگی، ابزاری است که می‌تواند حداقل تأمین را برای خانواده‌ها ایجاد کند. بیمه‌های زندگی امروزه از جمله مهم‌ترین زمینه‌های فعالیت در بازارهای بیمه کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است. این بیمه‌ها از دو جهت حائز اهمیت‌اند. یکی اینکه تأمین آتی زندگی افراد جامعه یا



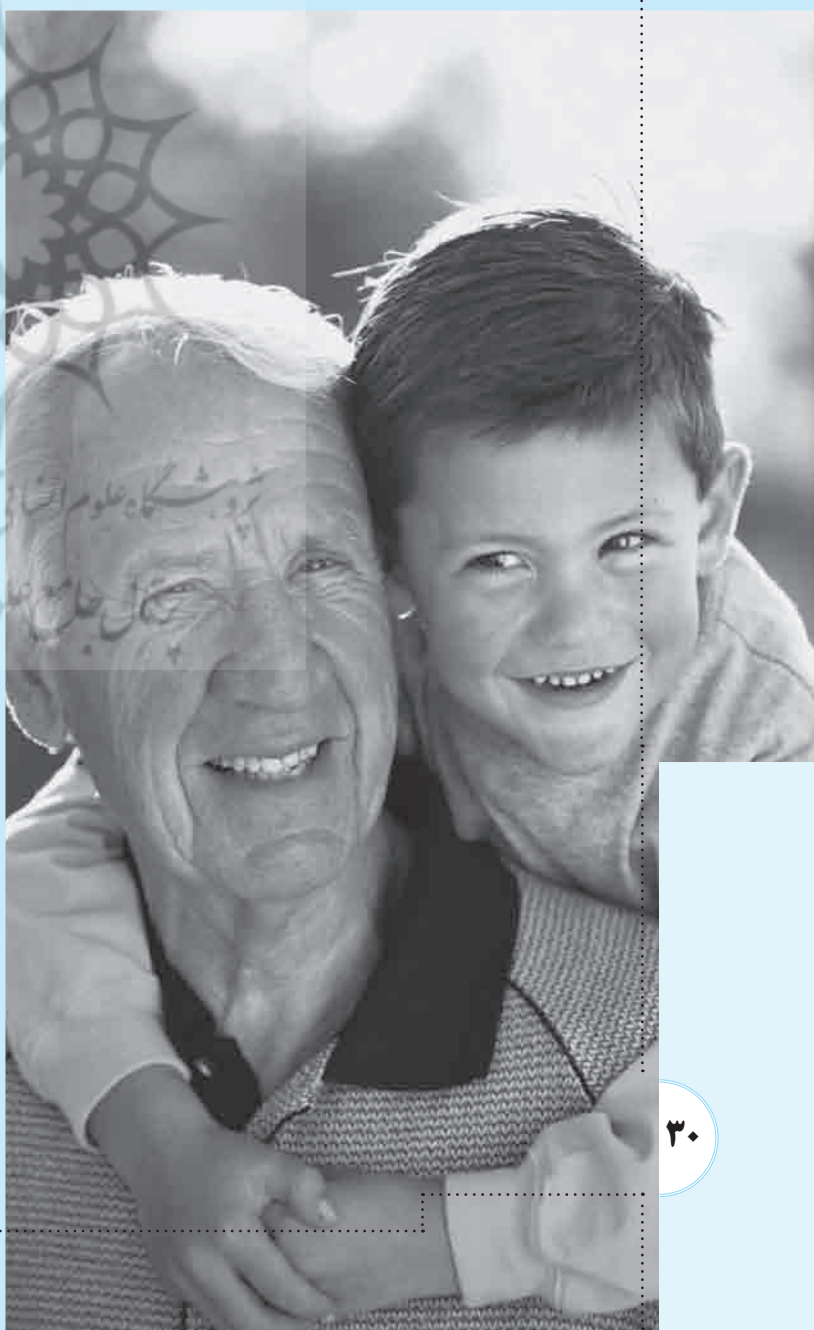
خانوار را برعهده‌دارند و دیگری نقش پس‌اندازی آنهاست. اهمیت و نقش بیمه‌های زندگی تا آنجاست که از شاخص‌های سنجش رفاه و تأمین جوامع توسعه‌یافته به‌شمار می‌آید. کشورهای بی‌تأمینی که افراد آن به فراخور نیاز خود از این تأمین برخوردارند، با اطمینان و اعتماد بیشتری در برنامه‌ریزی توسعه و گسترش جامعه خویش مشارکت می‌کنند.

در گزارش حاضر به عملکرد شرکت‌های حاضر در صنعت بیمه ایران و رتبه‌بندی آنها از حیث فعالیت در بازار بیمه‌های زندگی پرداخته شده است.

۱. فعالیت بیمه‌ای در رشته بیمه عمر براساس آمار

گسترش بیمه‌های زندگی، رابطه مستقیم و انکارناپذیری با توسعه اقتصادی هر کشوری دارد. در کشورهایی می‌توان به فروش بیمه‌های زندگی در سطح وسیع پرداخت که هم‌زمان با رشد اقتصادی و افزایش تولید داخلی، توزیع درآمد بهبود یابد. با نگاهی به آمارها می‌توان مشاهده کرد که در سال ۲۰۱۰ حق بیمه سرانه جهان در حدود ۶۲۷ دلار بوده که از این میزان ۳۶۴ دلار آن مربوط به بیمه‌های زندگی و بقیه مربوط به بیمه‌های غیرزندگی است. به عبارتی حدود ۵۸ درصد کل فعالیت‌های صنعت بیمه به بیمه‌های زندگی اختصاص دارد. در همین سال ضریب نفوذ بیمه در جهان به طور متوسط حدود ۷ درصد بوده است که ۴ درصد آن مربوط به بیمه‌های زندگی است. توسعه بیمه و به‌ویژه بیمه‌های زندگی از ضرورت‌های جوامع صنعتی و توسعه‌یافته امروز است. آمارها و اطلاعات موجود در رابطه با بیمه عمر در کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که میانگین نفوذ این بیمه حدود ۵/۷ درصد است. این ضریب نفوذ در کشور ما ۰/۸ درصد است؛ شکاف و اختلاف موجود میان این سهم ۸ درصدی و ضریب نفوذ کل صنعت (که عدد ۱/۵ است) نشان از عدم توسعه‌یافتگی ملموس در این زمینه است.

از جمله شاخص‌های مهم جهت بررسی عملکرد شرکت‌های بیمه در رشته بیمه‌های زندگی میزان و رشد حق بیمه زندگی دریافتی و نسبت حق بیمه زندگی دریافتی شرکت‌های بیمه به کل حق بیمه تولیدی صنعت بیمه است که این شاخص‌ها از جنبه جایگاه بیمه‌های زندگی و گستره آن برای شرکت‌های بیمه اهمیت دارد. طبق آمار دریافتی از



شرکت‌های بیمه در سال ۱۳۸۹، میزان حق بیمه‌های تولیدی کل صنعت بیمه نسبت به سال پیش حدود ۱۲۷۲۴ میلیارد ریال کاهش داشته است.^۱ با وجود کاهش ۳۰ تا ۷۰ درصدی تعرفه حق بیمه‌های دریافتی شرکت‌های بیمه در بسیاری از رشته‌ها، حجم حق بیمه تولیدی بازار بیمه در سال ۱۳۸۹ با رشد ۲۵ درصدی نسبت به سال گذشته به رقم ۱/۵۷ هزار میلیارد ریال رسید و تعداد بیمه‌نامه‌های صادرشده شرکت‌های بیمه با رشد ۱۰ درصدی به حدود ۳۲/۶ میلیون افزایش یافت. در کل در این سال صنعت بیمه کشور رشدی ۲۵ درصدی را ثبت کرده است که در این میان رشد بیمه‌های زندگی به‌طور جداگانه ۴۳ درصد بوده و از این لحاظ از بیمه‌های غیرزندگی پیشی گرفته است. در نتیجه سهم بیمه‌های زندگی از بازار بیمه به ۸ درصد رسیده است.

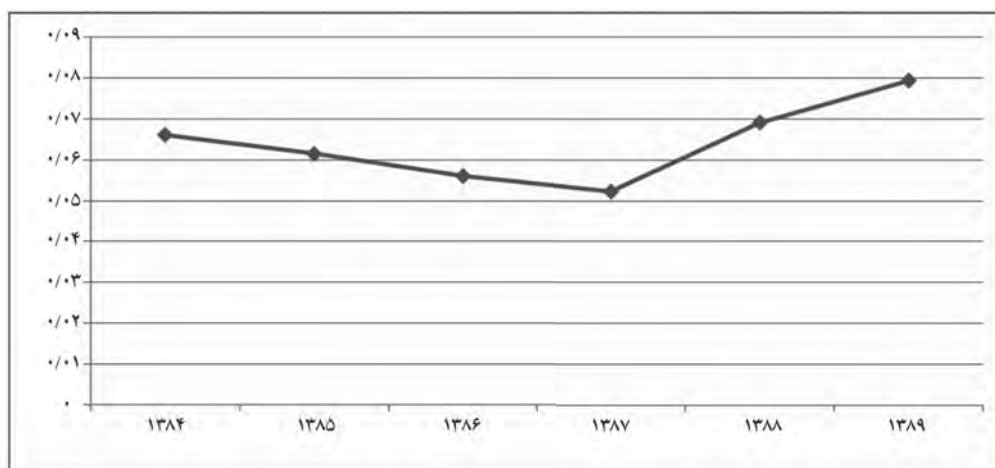
نگاهی به این سهم ۸ درصدی نشان می‌دهد که بیمه‌های عمر، سهم اندکی از پورتفوی بازار بیمه کشور را در اختیار دارند. همچنین کل رشد حق بیمه‌های مرتبط با این رشته زندگی در سال گذشته به دلیل اقبال عمومی به رشته‌های عمر در کشور نیست و مطمئناً نمی‌توان همه این رشد را به رشد تعداد بیمه‌نامه‌های زندگی صادرشده ارتباط داد، بلکه در این رابطه باید به مواردی همچون افزایش احتمالی مبلغ حق بیمه‌های جدید و نیز افزایش نرخ تورم توجه کرد. در هر صورت غالب حق بیمه‌های تولیدی در آمارهای ذکرشده مربوط به بیمه‌های گروهی است که اکثریت قریب به اتفاق برای سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی صادر شده است.

۲. تحلیل روند رشد بیمه‌های عمر در ایران

بر اساس آمار^۲ که مرکز مطالعات بیمه مرکزی^۳ درباره تحولات بیمه‌های بازرگانی در ایران منتشر کرد^۴، سال ۱۳۶۸ را باید سال جهش رشد بیمه‌های عمر در ایران دانست. در سال ۱۳۶۸ طرح بیمه عمر کارکنان دولت به اجرا گذاشته شد و حجم حق بیمه‌های تولیدی در رشته بیمه عمر را برای اولین بار، بیش از صد درصد افزایش داد و سهم بازار بیمه‌های عمر نیز برای نخستین بار پس از سال ۱۳۳۹ بار دیگر از ۱۰ درصد

۱. طبق گزارش بیمه مرکزی ج.ا.ی در سال‌های ۱۳۸۹ و ۱۳۸۸ حق بیمه تولیدی صنعت بیمه کشور به ترتیب ۵۹۱۶۲ و ۴۶۴۳۸/۲ میلیارد ریال بوده است.
 ۲. گزارش آماری عملکرد صنعت بیمه کشور ۱۳۸۴.
 ۳. از سال ۱۳۸۴ این مرکز به پژوهشکده بیمه تغییر نام یافت.
 ۴. از سال ۱۳۸۵ این گزارش به سالنامه آماری صنعت بیمه تغییر نام یافت.

نمودار ۱. نسبت حق بیمه‌های زندگی به کل حق بیمه‌های صنعت بیمه ایران طی سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۸۹



امروزه در بعضی از کشورهای دنیا و به‌ویژه در کشورهای صنعتی، به‌طورمتوسط سهم حق بیمه‌های زندگی از کل حق بیمه به ۶۰ درصد رسیده است. در کشور ما با وجود ۲ برابر شدن حق بیمه‌های تولیدی بازار بیمه کشور طی ۵ سال منتهی به سال ۱۳۸۹، رتبه جهانی ۴۶ کشورمان ثابت مانده است (Kalra & Futterknecht, 2011). ازسوی دیگر از سال ۱۳۸۹ (مطابق جدول و نمودار ۱) شاهد افزایش سهم حق بیمه‌های زندگی در بازار بیمه و رسیدن آن به ۷/۹ درصد هستیم که ناشی از فعالیت مؤثر شرکت‌های بیمه در این حوزه است؛ به‌طوری‌که تعداد بیمه‌نامه‌های صادرشده این شرکت‌ها نسبت به سال قبل ۲ برابر شده است. همچنین حق بیمه سرانه کشور در سال ۱۳۸۹ به حدود ۷۹۲ هزار ریال رسیده است.

جدول ۱. کل حق بیمه‌ها و حق بیمه‌های زندگی

صنعت بیمه ایران

(ارقام به میلیارد ریال)

سال	حق بیمه‌های زندگی	کل حق بیمه‌ها	نسبت
۱۳۸۴	۱۴۲۰/۴	۲۱۵۲۹/۹	۰/۰۶۶
۱۳۸۵	۱۶۲۸/۷	۲۶۵۶۱/۱	۰/۰۶۱
۱۳۸۶	۱۸۹۲/۲	۳۳۸۲۴	۰/۰۵۶
۱۳۸۷	۲۱۱۵/۸	۴۰۵۶۱	۰/۰۵۲
۱۳۸۸	۳۲۰۶/۲	۴۶۴۵۹/۷	۰/۰۶۹
۱۳۸۹	۴۶۸۶/۷	۵۹۱۶۲	۰/۰۷۹

(سالنامه آماری صنعت بیمه، ۱۳۸۹)

فراتر رفت و به ۱۳/۳ درصد رسید.

باوجود رشد قابل توجه حق بیمه عمر در سال‌های بعد، به دلیل رشد سریع تر دیگر رشته‌های بیمه‌ای در سال‌های پس از جنگ تحمیلی، از جمله رشد بیمه‌های باربری و آتش سوزی، سهم بازار بیمه‌های عمر (زندگی) طی سال‌های ۱۳۷۷-۱۳۷۰ کمتر از ۱۰ درصد بود. اما طی سال‌های ۱۳۷۷-۱۳۷۹ این سهم بار دیگر به طور جهشی افزایش یافت و به ترتیب به ۱/۳ درصد، ۱۰/۲ درصد و ۱۴/۸ درصد رسید. اگرچه حق بیمه‌های تولیدی در بیمه‌های زندگی طی سال‌های پس از ۱۳۷۹ نیز هر سال (به استثنای سال ۱۳۸۰) افزایش یافته است، اما از آغاز گردآوری آمار فعالیت‌های بیمه‌ای در ایران تا سال ۱۳۸۹ هیچ‌گاه سهم بازار بیمه‌های زندگی از کل حق بیمه‌های تولیدی در ایران در یک سال از سهم ۱۴/۸ درصد ثبت شده در سال ۱۳۷۹ فراتر نرفته است، این در حالی است که سهم بازار بیمه‌های زندگی در جهان از کل حق بیمه‌های تولید، طبق آمارهایی که در دست است بیش از ۵۰ درصد و در برخی از سال‌ها بیش از ۶۰ درصد و در کشوری مثل ژاپن به‌طورمعمول بیش از ۸۰ درصد است.

۳. تحلیل وضعیت شرکت‌های بیمه در بازار بیمه

زندگی

یکی از زمینه‌های جدی که برای توسعه صنعت بیمه کشور وجود دارد، توجه به بیمه‌های زندگی است.

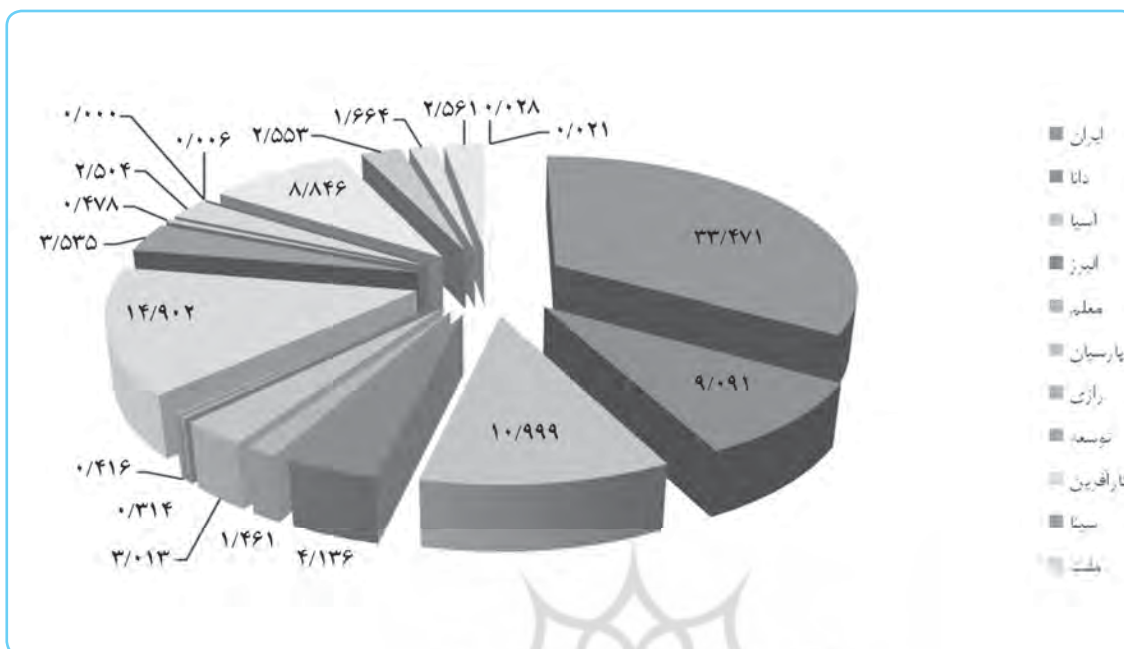
از طرفی به دلیل اهمیت و نقش بیمه‌های زندگی در تأمین و تضمین آتیه خانوارها و به این علت که این نوع بیمه‌ها در سطح کلان اقتصادی، پس‌انداز قابل توجهی برای اقتصاد کشور ایجاد می‌کنند و نقش مهمی در اقتصاد کشور دارند، حق بیمه‌های زندگی در دنیا به یکی از منابع مهم سرمایه‌گذاری تبدیل شده است. این منابع به‌عنوان یکی از منابع تأمین مالی سرمایه‌گذاری در افزایش تولید ناخالص و افزایش ظرفیت اشتغال و به‌طور کلی در توسعه و رفاه کشورها تأثیر دارد.

تحلیل سهم شرکت‌های بیمه از بازار بیمه‌های زندگی نشان می‌دهد که شرکت بیمه ایران در سال ۱۳۸۹ با بیش از ۳۳ درصد سهم (معادل ۱۶۰۸/۷ میلیارد ریال)، بیشترین سهم را در بازار بیمه‌های زندگی کشور داشته است. همچنین این شرکت با رشد حدود ۵۳ درصدی

جدول ۲. رتبه‌بندی شرکت‌های بیمه از نظر سهم از میانگین سه سالانه حق بیمه‌های زندگی تولیدی صنعت بیمه (میلیارد ریال)

رتبه	شرکت‌ها	میانگین سه سالانه	سهم از کل میانگین سه ساله به درصد	۱۳۸۹	رشد ۱۳۸۹ نسبت به ۱۳۸۸	۱۳۸۸	رشد ۱۳۸۸ نسبت به ۱۳۸۷	۱۳۸۷
۱	ایران	۱۱۴۴/۹۳	۳۳/۵	۱۶۰۸/۷	۵۲/۸	۱۰۵۲/۵	۳۶/۱	۷۷۳/۶
۲	کارآفرین	۵۰۹/۷۳	۱۴/۹	۷۴۴	۶۰/۴	۴۶۳/۸	۴۴/۳	۳۲۱/۴
۳	آسیا	۳۷۶/۲۳	۱۱	۴۹۴/۳	۳۰/۳	۳۷۹/۳	۴۸/۷	۲۵۵/۱
۴	دانا	۳۱۰/۹۷	۹/۱	۴۰۵/۳	۲۵/۲	۳۲۳/۷	۵۸/۸	۲۰۳/۹
۵	دی	۳۰۲/۶۰	۸/۸	۳۰۱/۱	-۱۱/۲	۳۳۹	۲۶/۶	۲۶۷/۷
۶	البرز	۱۴۱/۴۷	۴/۱	۱۸۳/۹	۴۴/۷	۱۲۷/۱	۱۲/۱	۱۱۳/۴
۷	سینا	۱۲۰/۹۳	۳/۵	۱۷۵/۴	۴۲/۸	۱۲۲/۸	۹۰/۱	۶۴/۶
۸	پارسیان	۱۰۳/۰۷	۳	۱۸۸/۲	۱۱۲/۹	۸۸/۴	۱۷۱/۲	۳۲/۶
۹	سامان	۸۷/۳۳	۲/۶	۱۸۰/۷	۳۲۷/۲	۴۲/۳	۸.۵	۳۹
۱۰	پاسارگاد	۸۷/۶۰	۲/۶	۱۸۴	۱۷۰/۲	۶۸/۱	۵۳۶/۴	۱۰/۷
۱۱	ایران زمین	۸۵/۶۷	۲/۵	۱۵۶/۲	۵۵/۷	۱۰۰/۳	۱۹۹۶۰	۰/۵
۱۲	نوبین	۵۶/۹۳	۱/۷	۱۰۵/۱	۹۷/۲	۵۳/۳	۳۲۹/۸	۱۲/۴
۱۳	معلم	۴۹/۹۷	۱/۵	۳۰/۹	-۷۳/۲	۱۱۵/۱	۲۸۵۱/۳	۳/۹
۱۴	ملت	۱۶/۳۷	۰/۵	۳۰/۴	۱۵۷/۶	۱۱/۸	۷۱	۶/۹
۱۵	توسعه	۱۴/۲۳	۰/۴	۳۵/۳	۴۶۰/۳	۶/۳	۴۷۲/۷	۱/۱
۱۶	رازی	۱۰/۷۳	۰/۳	۱۲/۴	۹.۷	۱۱/۳	۳۲/۹	۸/۵
۱۷	امید	۰/۰۲	۰	۰/۰۰۹	-۷۷.۵	۰/۰۴	۰	۰
۱۸	حافظ	۰/۲۰	۰	۰/۲	۰	۰/۲	۰	۰/۲
۱۹	میهن	۰/۹۷	۰	۲	۱۲۲.۲	۰/۹	۰	۰
۲۰	کوثر	۰/۷۳	۰	۲/۲	۰	۰	۰	۰
جمع		۳۴۲۰/۶۸	۱۰۰	۴۸۴۰/۳۰۹		۳۳۰۶/۲۴		۲۱۱۵/۵

نمودار ۲. متوسط سه سالانه حق بیمه‌های زندگی تولیدی صنعت و شرکت‌های بیمه طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۸۹ (میلیارد ریال)



اگرچه در این رتبه‌بندی شرکت‌هایی نظیر کوثر و میهن حائز رتبه‌های انتهایی شده‌اند، ولی با یک نگاه دقیق‌تر به سهم این دو شرکت از کل دارایی‌های صنعت بیمه (کل دارایی شرکت‌های بیمه) که به ترتیب ۵ درصد و ۲ درصد است و همچنین تعداد نمایندگی‌ها-به‌عنوان معیاری برای سنجش گستردگی شبکه فروش- که به ترتیب ۱۱۶ و صفر است می‌توان کارنامه به نسبت قابل قبولی برای این شرکت‌ها در نظر گرفت و چشم‌انداز مناسبی برای آنها تصور کرد.

۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

مدت‌هاست که اصلی‌ترین چالش صنعت بیمه کشور، افزایش سهم بیمه‌های زندگی از حق بیمه‌های تولیدشده در صنعت و به تبع آن تعادل ضریب خسارت این رشته‌ها و سوددهی شرکت‌های بیمه از یک سو و ایجاد آرامش خاطر و سلامت روانی خریداران از سوی دیگر است. اما این مهم نه تنها کماکان محقق نشده است بلکه به نظر هم نمی‌رسد که با ارائه راهکارهای کوتاه‌مدت، آنی یا چند تغییر جزئی بتوان به نتیجه مطلوبی دست یافت. با وجود اهمیت بیمه‌های زندگی، این بیمه‌ها در

این سهم در سال، گسترش فعالیت در این زمینه را در کارنامه‌اش دارد که نشان‌دهنده اهمیت این رشته از صنعت بیمه برای این شرکت است.

همچنین در این بررسی شرکت بیمه کارآفرین با رقمی معادل ۷۴۴ میلیارد ریال، سهم ۱۵ درصدی و رتبه دوم را در میان شرکت‌های بیمه حاضر در صنعت بیمه زندگی دارد. این در حالی است که اولاً سهم این شرکت از کل فعالیت بیمه‌ای کشور، تنها ۳ درصد است که بیانگر اهمیت این رشته از فعالیت‌های بیمه‌ای برای شرکت مزبور است و ثانیاً آنکه سهم ۱۵ درصدی شرکت بیمه کارآفرین از بازار بیمه‌های زندگی سال ۱۳۸۹ رشد ۶۰/۴ درصدی را نسبت به سال قبل از آن داشته است که این موضوع دلیل دیگری بر آن مدعاست.

در مطالعه حاضر به ترتیب شرکت‌های بیمه آسیا (۱۰ درصد)، دانا (۸ درصد)، دی (۶ درصد)، پاسارگاد، البرز، سامان، سینا و ایران معین (۳ درصد)، نوین (۲ درصد)، توسعه (۰/۷ درصد)، معلم و ملت (۰/۶ درصد)، رازی (۰/۲ درصد) و کوثر و میهن (۰/۰۴ درصد) قرار می‌گیرند.

اثربخش نبودن تلاش‌های بازاریابی شرکت‌های بیمه بسنده می‌گردد.

منبع

۱. سالنامه آماری صنعت بیمه، ۱۳۸۹، بیمه مرکزی ج. ا. ا.

2. Kalra, A & Futterknecht, O 2011, 'Insurance in emerging markets: growth drivers and profitability', *Sigma, Swiss Re Publication*, no. 5, pp.1-40.

کشور ما حجم بسیار پایینی از پرتفوی صنعت بیمه را تشکیل می‌دهند و در فضای فرهنگی موجود این بیمه‌ها به درستی شناخته نشده‌اند. شاید اغراق نباشد که بتوان گفت بر عهده بیمه‌گران است که راه‌های نوینی برای اشاعه بیمه‌های عمر و جلب اعتماد بیمه‌گذاران بالقوه پیدا کنند و در وهله دوم، دولت با فرهنگ‌سازی مناسب گره‌کور فرا راه رشد بیمه، به‌خصوص بیمه‌های زندگی را باز کند.

بی‌تردید نیل به نتایج مذکور نیازمند تغییرات گسترده در شیوه‌های اطلاع‌رسانی، بازاریابی شرکت‌های بیمه، تغییر در مواد قانونی، نرخ‌گذاری و شرایط آن و ... است. بسیاری از متخصصان، مشکل اصلی عدم توسعه‌یافتگی این رشته بیمه‌ای در سطح کلان اقتصادی را به عامل تورم نسبت می‌دهند و در سطح خرد نیز فقط به

