

راهبردهای همگامی صنعت بیمه با پیشرفتهای اقتصادی

دکتر ضیا رفیعیان

کارشناس ارشد و مدرس بیمه

نخستین پرسش این است که اصولاً صنعت چیست و چرا بیمه صنعت است؟ صنعت در اصطلاح غربیان یعنی به کارگیری مواد اولیه و تبدیل آنها به اشیای دیگر برای کسب درآمد و ثروت. با عنایت به این تعریف، چگونه است که بیمه را صنعت می‌دانند؟ بیمه در تثبیت سرمایه و جایگزین کردن اموال و اشیایی که دستخوش آسیب‌دیدگی یا تلف می‌شود نقش اساسی دارد. مؤسسه‌هایی را که در کار صنعت و تولید هستند نگه می‌دارد و از وقفه در تولید پیشگیری می‌کند. می‌دانیم که موج توقف یک واحد تولیدی به بسیاری از مؤسسه‌های دیگر می‌رسد و در میزان تولید و فعالیت اقتصادی آنها اثر می‌گذارد و این امر در بازار عرضه و تقاضا و قیمت کالاهای تولید شده این مؤسسه‌ها مؤثر واقع می‌شود. بنابراین بیمه ابزار و وسیله‌ای است در خدمت اقتصاد و صنعت و بدین لحاظ بیمه خود عاملی از عوامل تولید دانسته شده و نام صنعت بر آن نهاده‌اند.

هویت یافتن بیمه تجاری به این وابسته است که در خدمت اقتصاد و صنعت باشد و سایر فعالیت‌هایش از هر قبیل جنبی، و نقش محوری خدمات را به خود نگیرد. بیمه چگونه می‌تواند با پیشرفتهای اقتصادی کشور هم‌دوش باشد؟ منطقاً باید سازمان و تشکیلات و جهتگیری مدیران و توان نیروی انسانی و کارکرد آنها به گونه‌ای باشد که بتواند خدماتی را که یک اقتصاد جوان و درحال توسعه به آن نیازمند است عرضه نماید. برای وصول به این عنایت، مؤسسه‌های بیمه باید از شرایط زیر برخوردار باشند:

۱. از لحاظ مالی، مستحکم و توانمند باشند و بتوانند در صورت وقوع هر خطری که بیمه کرده‌اند خسارتها را جبران کنند.

۲. توانمندی مالی، موقت نباشد و دوام و استمرار آن مورد اطمینان باشد. در صورتی قدرت مالی بقا و ثبات دارد که بیمه‌گر اساس و ضوابط بیمه‌ای را در رأس برنامه کار خود قرار دهد و

عدول از آن را جایز نشمارد. اگر بپذیریم که بیمه‌گری هم دارای تقواست، تقوای بیمه‌گر در فن خود، رعایت دقیق تکنیک بیمه است. این تقوا سپهر محافظ بیمه‌گر است. باید تکنیک بیمه که بر پایه آمار استوار است و ترازوی عدالت بیمه‌گر محسوب می‌شود بر همه فعالیت‌های او حاکم باشد. ۳. بیمه‌گر در صورتی از تکنیک بیمه عدول نمی‌کند و در راهی که از نشانه‌های راهنما خالی است گام نمی‌نهد که در کار خود مستقل باشد و عوامل خارج از فن، روی او اثر نگذارند. هیچ مصلحتی برای یک شرکت بیمه فراتر از مصلحت رعایت ضوابط فنی نیست. اگر این مصلحت تحت الشعاع مصالح دیگری قرار گیرد و چنین روشی برگزیده شود، بیمه‌گر از آن پس دیگر صنعتگر و مهندس بیمه نیست و موجبات سقوط تدریجی خود را تدارک می‌بیند.

رعایت این مصلحت تا آن پایه مهم است که حتی دولت‌ها در شرایط جنگی هم بیمه‌گران را ملزم به بیمه کردن خطرهای جنگی نمی‌کنند. برای دولت کشوری که با کشور دیگر می‌جنگد، ایجاد تأمین اقتصادی برای مؤسسه‌های تولیدی و آسایش خاطر برای مردمش از اهمیت بالایی برخوردار است. نمی‌توان به اتکای مردمی که روحیه خود را یاخته‌اند و از حداقل وسایل زندگی و لوازم معاش محروم هستند، در برابر دشمن مقاومت کرد و جنگید. با این همه دولت‌ها با التفات به اینکه قبول خطرهای جنگی، شرکت‌های بیمه را در معرض ورشکستگی قرار می‌دهد، این بار سنگین را خود بر دوش می‌گیرند و متعهد خسارت‌های ناشی از جنگ می‌شوند. دولت‌ها آگاهی دارند که خسارت‌های ناشی از خطرهای جنگی با تکنیک بیمه محاسبه‌پذیر نیست و الزام شرکت‌های بیمه به نادیده گرفتن تکنیک، مستلزم انهدام بنیه اقتصادی آنهاست. تجاوز به حریم استقلال شرکت‌های بیمه ممکن است به طور موقت نتیجه سودمندی داشته باشد ولی در بلندمدت موجودیت آنها را به خطر می‌اندازد و به مخاطره افتادن شرکت‌های بیمه، آثار سوء خود را بر اقتصاد کشور می‌گذارد.

۴. تکنیک بیمه باید تعیین‌کننده مرزهای رقابت باشد. در این رهگذر نمی‌توان از حدودی که تکنیک برای رقابت تعیین می‌کند خارج شد. تکنیک می‌گوید که شرکت بیمه باید ذخایر کافی در اختیار داشته باشد، و این ذخایر نه در حال کاهش که در حال افزایش باشد. چرا؟ برای اینکه آمار، علمی است ولی نه علم قطعی.

آمار، آینه راهنمای تصمیم‌گیری است ولی نمی‌توان اطمینان داشت که آنچه در آینده واقع می‌شود منطبق بر آمار گذشته است. با رعایت همه ضوابط فنی ممکن است بیمه‌گر ناگزیر شود برای جبران برخی خسارت‌ها به سوی ذخایر خود دست دراز کند. حال اگر بر این قضیه احیاناً رقابت لحام گسیخته افزوده شود و از مرزهای مقرر پا فراتر نهاده شود بیمه در سراسیمه‌برد و

باخت می‌لغزد. بدین منوال است که می‌بینیم حتی در یک کشور صنعتی پیشرفته، بیمه‌ای ورشکست می‌شود.

۵. بی‌تردید کسانی می‌توانند یک مؤسسه بیمه با این مشخصات را به درستی سرپا نگه‌دارند و موقعیت آن را تثبیت و آینده آن را تأمین کنند که: نظریه‌های بیمه را بدانند؛ از تجربه برخوردار باشند؛ شایستگی وفاداری به دانسته‌ها و تجربه‌ها در آنها قوی باشد؛ و از بازرش‌نواآموزی غفلت نکنند؛ و از نعمت گرانقدر مدیرانی همگام و همدل که امکانات لازم را در آنها قرار دهند و خدمات آنها را ارجح نهند سود برند.

تحول و پیشرفت بیمه را از بدو پیدایش تاکنون که در مرحله بلوغ است می‌توان به تکاملی یک ساختمان تشبیه کرد. مهندسان و معماران با کسب تجربه که راهنما به تکنیک است به تدریج بناهای استوارتر، زیباتر و مرتفعتر می‌سازند. همچنین معماران و مهندسان که از آرا و افکار یکدیگر سود می‌برند از توفیقات و شکستهای خود تجربه می‌اندوزند و د معلومات و بهره‌گیری از تجربه‌ها کاخ بیمه را اصلاح و تعمیر یا نوسازی می‌کنند و هر دو دانش و بینش آنها افزوده شود کاخ بیمه هم مرتفعتر و عظیمتر می‌شود.

با توجه به آنچه بیان شد، ملاحظه خواهیم کرد که شرکتهای بیمه برای همگامی پیشرفتهای اقتصادی از چه کمبودهایی رنج می‌برند و چه برنامه‌ای باید در پیش رو داشته باشند؟ گفته می‌شود که بیمه در ایران جوان است. جوان، موجودی است که از رشد و شکوفایی برخوردار است و متوقف نمی‌شود و به طریق اولی سیر قهقراپی ندارد. انسان چه تنها جسم او تواناتر و کاراتر می‌شود که روح او نیز در حال تکامل و پیشرفت است و مجموعه دارای زندگی سودمند برای خود و دیگران است و به عنوان یک فرد مؤثر و مفید حیات اجتماعی پربار و ثمربخش. این تعریف از جوانی با اشکال با بیمه تطبیق می‌کند. به لحاظ کمی، رشد و توسعه یافته است؛ امکانات مالی شرکتهای بیمه افزایش یافته و نسبت سابق در سطح جغرافیایی وسیعتری فعالیت می‌کنند؛ کارمندان بیشتری دارند؛ شبکه نمای آنها توسعه یافته و شعب زیادی دارند ولی آیا این رشد کمی با رشد کیفی توأم بوده است؟ دست کم می‌توان گفت که این دو، پا به پای هم پیش نرفته‌اند و تعادل و تناسب لازم بین برقرار نیست. برای هر انسان علاقه‌مندی که از آثار بالقوه بیمه در پیشرفت اقتصادی آگاه است این پرسش مطرح می‌شود که چه عللی توسعه کیفی شرکتهای بیمه را کند کرده‌اند؟ چه عوامل موجب شده که رشد کمی با رشد کیفی هماهنگ نباشد و اولی بر دومی سبقت گیرد؟

الف) بدان سان که تغذیه و رشد جسم آسانتر از تغذیه و رشد روح است، توسعه کمی

مؤسسه سهلتر از توسعه کیفی آن است. یک مؤسسه با داشتن پول می تواند ساختمانها؛ شکوهمندی بخرد و انواع وسایل و لوازم را در آنها جای دهد، داوطلبان زیادی را استخدام کند واحدهای سازمانی خود را توسعه بخشد. ولی این امور لزوماً همراه با بهبود کیفیت کار و عرضه خدمات بهتر نیست. در زمانی کوتاه، توسعه کمی مقدور است ولی توسعه کیفی مدتها تلاش مراقبت لازم دارد. بذر سرمایه گذاری در نیروی انسانی پس از سالها ثمر می دهد و به حوصله بردباری و گذشت فراوان نیاز دارد و با تنگ حوصلگی و در انتظار نتایج سریع نشستن، سازگار؛ ندارد. تهیه و تأمین نیرویی که کارهای روزانه و عادی را انجام دهند چندان دشوار نیست و به یکی دو دوره آموزش دست یافتنی است. ولی تدارک و نگهداری نیروی متخصص که در کارز رقابت جهانی بتواند به مقابله برخیزد و با همردیفان خود در سطحی برابر قرار گیرد و حلاً مشکلات فنی باشد کاری است که به سعه صدر، پذیرش خطر و قدردانی و سپاسگزاری نیه دارد، که این کسان نه آسان به دست می آیند و نه آسان به خدمت ادامه می دهند. خدمات ایه نیروی متخصص در یک شرکت بیمه آن قدر ضرورت دارد که عظمت واقعی مؤسسه با آسنجیده می شود و راز دوام و بقای آن تلقی می گردد. در این رهگذر، یکی از مشکلات این اسه که به حصول نتایج مورد نظر از توسعه کمی می توان اطمینان داشت ولی دستیابی به همه نتایج حاصل از سرمایه گذاری در نیروی انسانی قطعی نیست. همه نیروهای آموزش دیده معموم کارایی کافی ندارند و گاه بهره ای که از آنها گرفته می شود با هزینه های صرف شده متناسب نیست؛ این امر به عنوان یک خطر تلقی می شود و در تصمیم گیری مدیر برای سرمایه گذاری در نیروی انسانی مؤثر است. اگر میزان سرمایه گذاری، وسیع باشد و نتایج درحد مطلوب به دست نیاه مدیر برای دفاع از اجرای برنامه با دشواری مواجه می شود و دور نیست که در معرض خرده گیر قرار گیرد.

ب) نتایج توسعه کمی مشهود و ملموس و قابل ارائه است. یک مؤسسه می تواند اهمیت عظمت خود را با توسعه کمی نشان دهد و ساختمانهای شکوهمند و لوازم تجملی اداری را معرض دید همگان قرار دهد. این تدبیر دست کم در کوتاه مدت مؤثر است و در دید عامیاری برای عظمت یک شرکت محسوب می شود. ناسازگاری بین صورت و سیرت به زود آشکار نمی شود و مدتها می گذرد تا مردم بر این خصیصه واقف شوند. شکوه ظاهر یک مؤسسه و زرق و برق آن در دید بسیاری از مردم جالب و چشمگیر است و چنین می نماید که در من آنها یک مؤسسه بزرگ و معتبر قرار گرفته است.

پ) بر مدیران مؤسسه این احساس چیره است که نتایج کار و تلاش خویش را به نحو بارز

عرضه نمایند و مساعی آنها در پرده استتار نماند؛ این، هم یک نیاز روحی است و هم پاسخگوی یک نیاز اقتصادی. هر مدیری دوست دارد که عملکرد او خوب باشد و دیگران به نیکی در مورد او قضاوت کنند و به عنوان مدیری کارآمد و کاردان شناخته شود و شایستگی او برای پستی که تصدی آن را به عهده گرفته است مورد تأیید باشد. در این دیدگاه طبیعی است کشش بیشتر به جانب کمیّت باشد تا کیفیت. از این رو ملاحظه می‌شود که گاه یک مؤسسه بیمه برای افزایش پرتفوی و استحصال حق بیمه که بر کمیّت ارقام بیفزاید و ابزار آماری تحسین برانگیزی را در دسترس قرار دهد راه و روشهای نامتعارف در پیش می‌گیرد و بر آن نام «رقابت» می‌نهد.

ت) هدفگیری توسعه کیفی، میوه درختی است که سالها نیاز به مراقبت و توجه دارد. کمتر کسی است که آماده باشد چندین سال عمر خود را در پای درختی صرف کند که میوه آن عاید او نمی‌شود و ثمره آن، کام دیگران را شیرین می‌کند. اینار فراوان می‌طلبند که کسی ثمره تلاش خود را در طبق اخلاص نهد و در مقابل خلف خود قرار دهد. چنین گذشته‌ای در حد وارستگان و خادمان حقیقت است که به شهرت و مقام دل نبسته‌اند و کمر خدمت بسته‌اند. هنگامی می‌توان انتظار داشت که مدیری به توسعه کیفی روی آورد که به بقای خود در مدیریت تا حدودی مطمئن باشد. در شرایطی که مدیران به بقا در پست خود چندان امیدی ندارند، اجرای برنامه‌هایی که در زمانی طولانی میسر است دست کم در اولویت قرار نمی‌گیرد.

ث) از آفات دیگر تغییرات در پست مدیریت، کاهش اشتیاق به تعمق و اندیشه در مسائل فنی مؤسسه است. عنایت خاص به فنون یک مؤسسه و فراگیری جزئیات کار وقتی سودمند می‌نماید که امیدی برای بهره‌گیری از آن تجارب و معلومات در سالهای بعد وجود داشته باشد. مدیری که عمر مدیریتش کوتاه است نظرش معطوف به مسائلی است که ضرورتها و موقعیتها بررسی و حل و فصل آنها را الزامی می‌کند. کوتاه بودن عمر مدیریت در شرکتهای بیمه آفت دیگری هم دارد: مدتها طول می‌کشد تا مدیران در جریان کارها قرار گیرند و با مسائل اداری و فنی شرکت آشنا شوند و به درستی کارکنان شرکت را بشناسند و با بصیرت هر یک را در مقام شایسته خود قرار دهند. افزون بر این، اغلب سلیقه و روش کار، شیوه مدیریت و طرز تفکر مدیر لاحق با مدیر سابق یکسان نیست. چه بسا برنامه‌ای که روند مطالعه و بررسی آن پایان یافته متوقف شود و مطالعه برای تدوین و اجرای برنامه دیگری آغاز گردد. این وضع عملاً باعث به هدر رفتن نیروها و از دست دادن فرصتها می‌شود.

ج) رکود و جمود نیروی انسانی در یک مؤسسه اقتصادی ضایعه بزرگی است. یک سازمان اقتصادی باید دارای نیروی پویا، فعال، علاقه‌مند و دلسوز باشد و بدین لحاظ نیروی انسانی باید

به طور مرتب پالایش و پیرایش شود. هرگاه مدیر از اختیار کافی برای این مهم برخوردار نباشد یا به درستی از اختیار خود استفاده نکند، مؤسسه از نیروی انسانی واجد صلاحیت تهی خواهد شد. اگر به مدیری بگویند نیروی انسانی مؤسسه همین است که هست و باید با آنها کار کنی و با نیک و بد آن بسازی، از همان ابتدای کار، شکست او را تدارک دیده‌اند. پرسشی که مطرح می‌شود این است که پالایش و پیرایش باید چگونه باشد؟ آیا مدیر باید با کنجکاری و بررسی کامل همه کارکنانی را که در کار خود سست و ضعیف هستند یا تساهل و تسامح می‌کنند شناسایی و سپس آنها را بازنشسته یا بازخرید یا احیاناً منفصل کند؟ قطعاً چنین کاری به مصلحت مؤسسه نیست. بسیاری از بی‌تفاوتیها و بی‌علاقگی به کار، معلول علت‌هایی است که اگر نسبت به رفع آنها همت گمارده شود، تحول آشکار ظاهر خواهد شد. کارکنان، فراوان شکایت می‌کنند که مؤسسه در تشخیص صلاحیتها و ارزیابی کارها و در نتیجه تعیین متصدیان برای مشاغل ناموفق است. هر تغییر اساسی و اصولی که این باور را در کارکنان به وجود آورد که پیشرفت مادی و معنوی در گروه کار واقعی و تلاش مخلصانه توأم با کوشش برای فراگیری است، در پیرایش کارکنان و رهایی آنها از نقاط ضعف اثر بسزایی دارد. کارکنان باید باور کنند که ملاک ترقی حسن خدمت است و مدیر با چشم تیزبین و ژرف‌نگر، واقعیات را بررسی و ارزیابی می‌کند و بر وفق آن رفتار خود را با کارکنان تنظیم می‌نماید و مقام و منزلت آنان را تعیین می‌کند. اگر مدیر تشخیص دهد که به هیچ وجه راهی برای اصلاح برخی از کارکنان وجود ندارد و تنها چاره این است که از خدمت مرخص شوند، در این صورت ترتیب جایگزینی آنها مورد پرسش است؟ پاسخ این است که چنین پالایشی بدون برنامه‌ریزی قبلی مشکل‌آفرین است. لازم است جانشینان از قبل تدارک دیده شده باشند؛ شرکت، کسانی را انتخاب کرده و به آنها آموزش لازم داده باشد و سپس در اجرای نظر خود اقدام کند.

چ) آیا رقابت در توسعه بیمه و بهبود کیفیت آن نقش سازنده داشته است؟ از لحاظ اصولی رقابت می‌تواند در توسعه کمی و کیفی مؤسسه‌های بیمه مؤثر باشد. در صورتی یک مؤسسه بیمه در واقع امر از دیگری می‌تواند پیشی گیرد که کارکنان ماهرتر، بسعیرتر و وظیفه‌شناس‌تر داشته باشد و بتواند هزینه‌های خود را در سطحی پایین و متناسب نگه دارد و خدمات بهتر در اختیار مشتریان قرار دهد. این رقابت، رقابت سازنده است. بدین معنا که بیمه‌گذاران بالقوه نه برای بهره بردن از تخفیف در حق بیمه یا در اثر تبلیغ نماینده به سوی بیمه‌گر روی می‌آورند بلکه فعالیت سالم و درست و حق‌گزاری و پایبندی به تعهدات، عامل جلب آنهاست و بوی طبله عطار است نه تعریف از آن که جذاب می‌نماید. چنین رقابتی هم سلامت اقتصادی و مالی و

نیروی انسانی کار را برای بیمه‌گر تأمین می‌کند و هم بیمه در جهت منافع و مصالح بیمه‌سیر می‌نماید. در ایران در هیچ زمانی رقابتی که مشمر نتایج یادشده باشد وجود نداشته و پد آثار نیک رقابت در سایه آثار سوء آن قرار گرفته است.

عبرت آموز است که رقابت شرکتهای بیمه خصوصی که قبل از انقلاب در بازار بیمه فعالیت می‌کردند بیشتر در جهت دستیابی به موارد بیمه موجود در بازار بود و این نه بر توسعه و تحرکی در بازار که باعث انتقال معاملات بیمه از یک شرکت به شرکت دیگری می‌تواند باشد. آنچه به یک مدیر خلعت زیبای مهارت و استادی فن را اعطا می‌کرد سودی به عاید صاحبان سهام می‌شد و برای دستیابی به آن، چه ترغدها که به کار نمی‌رفت.

این نحو رقابت، آثار مخرب خود را در طول زمان، هم بر نیروهای داخلی سازمان و بیمه‌گذاران می‌گذارد و در اعتقاد هر دو گروه به بیمه خلل وارد می‌کند. آثار صدمات و ضایع فعالیت شرکتهای مزبور برای بیمه‌داشته و این صنعت را از مقام و موقعیتی که به حق با داشته فرود آورده هنوز باقی است و زدودن آن به شرط جد و جهد کافی سالها وقت نیاز دارد. پایه‌های اساسی رشد بیمه، ایمان و اعتقاد همه مردم و از جمله صاحبان صنایع به بیمه است. چه ضربه‌ها که بر این ایمان و اعتقاد وارد گشته و چه موانعی که در راه پدید آمدن آن ایجاد است.

ح) مؤسسه‌های بیمه برای تشکیل سازمانهایی که خدمات آنها در صنعت بیمه مورد است اقدامی نکرده‌اند. مثلاً تأسیس یک شرکت کارشناسی با مشارکت مؤسسه‌های بیمه دارای کارشناسان خبره باشد و بتواند در صورت لزوم به سهولت از خدمات کارشناسان خود استفاده کند یا احیاناً آنها را به خدمت گمارد، در روند توسعه بیمه و عرضه خدمات به مؤسسه‌های اقتصادی نقش بسزایی دارد. این شرکت کارشناسی مستقلاً می‌تواند امور کارش را که به او ارجاع می‌شود انجام دهد و اطمینان بیمه‌گذاران را جلب کند که به عنوان کارش بی‌طرف خسارتها را رسیدگی می‌کند.

کارکنان مؤسسه‌های بیمه در ارتباط با کارشناسان قرار می‌گیرند و تبادل اطلاعات و بر وسعت معلومات هر دو گروه می‌افزاید؛ مواضع ضعف هر یک آشکار می‌شود و در صد نواقص و تکمیل خود بر می‌آیند. چنین شرکتی با مؤسسه‌های کارشناسی خارجی در ار خواهد بود و از این رهگذر نیز دریچه‌ای نو برای ورود اطلاعات گشوده می‌شود.

خ) برای اینکه بیمه بتواند خود را با پیشرفتهای اقتصادی هماهنگ سازد و در این مسیر

نماند لازم است در کشور محبوس نشود و با مؤسسه‌های بیمه‌ای در کشورهای توسعه یافته ارتباط مستمر باشد. محصور بودن فعالیت یک شرکت بیمه به داخل کشور، هم امکان پذیرش خطرهای او را تقلیل می‌دهد و هم از دریافت آموزه‌ها و تجارب جدید محروم می‌شود و هر چه این وضع بیشتر دوام یابد بر عقب ماندگی فنی و علمی آن شرکت افزوده می‌شود. درهای بیمه شرکت بیمه باید به روی شرکتهای بیمه معتبر خارجی باز و روابط اتکایی برقرار باشد. گرچه پوشش اتکایی برای بسیاری از خطرهای از لحاظ یک ضرورت است و لزوم آن نیازی به استدلال ندارد ولی آنچه در اینجا مورد نظر است انتقال معلومات از خارج به داخل کشور است. هم طور که خطرهای بزرگ باید در یک سطح جغرافیایی وسیع توزیع شود، دانش و تجارب بیمه‌ها سایر کشورها هم باید چون سایر معلومات بشری راه ورود داشته باشد و یکی از راههای ورود برقراری روابط اتکایی با شرکتهای خارجی است. این روابط می‌تواند وسیله‌ای برای شرکت جستن در تشریفات کم فایده و هزینه‌های غیرضروری را موجب گردد و بدین لحاظ؛ تردید بدان نگریسته شود. البته این، جانب سوء قضیه است که باید تحت نظارت قرار گیرد و اسراف پرهیز شود ولی این امر نباید مانعی در راه فواید دیگری که از این روابط به دست می‌آید پدید آورد. آنچه بیشتر شرکتهای خارجی از این روابط می‌طلبند تحصیل معاملاتی است که سودآور باشد ولی آنچه لازم است مورد عنایت یک شرکت ایرانی قرار گیرد نباید محدود به واگذاری خطرها باشد بلکه باید به عنوان وسیله‌ای برای ارتقای جنبه‌های فنی و گشایشی برارشد معلومات و تجارب کارکنان پیشرفته شرکت تلقی شود.