

## بیمه و مدیریت منابع انسانی

داود عبادیانی

(معاون نیروی انسانی سازمان امور اداری و استخدامی کشور)

در دهه‌های اخیر، معمولاً پیشرفت و توسعه صنعت بیمه با توسعه اقتصادی و افزایش مبادلات تجاری و رشد سرمایه‌گذاری‌های ملی و بین‌المللی همراه بوده است. حفظ سرمایه‌ها و داراییها از طریق بیمه موجب حفظ ثروت ملی می‌شود. بیمه تضمینی برای حفاظت از سرمایه‌گذاری‌ها از خطرهای اقتصادی، طبیعی و انسانی است و در عین حال موجب رشد ذخایر پولی و انگیزه‌ای برای ترغیب غیرمستقیم مردم به پس‌انداز است.

وجود بیمه‌های اعتباری می‌تواند موجب رونق تجاری شود. در ضمن چون شرکتهای بیمه قبل از اینکه هزینه‌ای بنمایند از طریق دریافت حق بیمه به کسب درآمد مبادرت می‌ورزند، لذا فرصت بسیار زیادی برای سرمایه‌گذاری‌های وسیع و تأثیرگذاری بر رونق اقتصادی دارند. این درآمدها و ذخایر که به ذخایر فنی معروف است، خود می‌تواند منشأ توسعه تجارت و بازرگانی در کشور باشد، مشروط بر اینکه با برنامه‌ریزی‌های دقیق شرکتهای بیمه همراه باشد. نقش بیمه مرکزی ایران در این میان می‌تواند به منزله مرکز هدایت و سیاست‌گذاری در ارائه مشورت‌های اقتصادی جلوه‌گر شود. راینیهای تجاری با توجه به حساسیتهای بازار و قدرت کشش سرمایه‌گذاری‌ها و قیمت‌ها و نیز وضعیت تورم و ارزش ریال، ممکن است شرکتهای بیمه‌ای را در موقعیتی استثنایی قرار دهد.

شرکتهای بیمه می‌توانند از طریق بیمه‌های اتکایی بر موازنه ارزی تأثیر گذارند. البته لازمه این کار از یک سو، رشد چشمگیر منابع درآمدی شرکتهای بیمه و از دیگر سو، تلاش کارمندان شرکت برای کسب تخصصهای لازم در خصوص صنعت بیمه و حتی تربیت متخصصان حقوق بین‌الملل خصوصی و عمومی و بیمه‌های دریایی و جز آن است. لذا ایجاد پشتوانه قوی مالی برای جذب و پذیرش بیمه‌های اتکایی کشورهای

دیگر به ویژه کشورهای کمتر توسعه یافته و پیدا کردن بازارهای جدید در این زمینه، مستلزم برنامه‌ریزی‌های بلندمدت و متهورانه است که خود باید با نوعی ریسک‌پذیری و پویایی صنعت بیمه همراه باشد.

همچنین جهت‌گیری اقتصاد بدون نفت، خود می‌تواند زمینه‌ساز تولدی دیگر در صنعت بیمه در جمهوری اسلامی ایران باشد و شرکتهای بیمه با ارائه انواع بیمه‌های بازرگانی، نظیر بیمه اعتبارات بازرگانی، بیمه محصولات کشاورزی، بیمه هواپیما، بیمه کشتی، بیمه حمل و نقل کالا، بیمه بلایای طبیعی و نیز بیمه‌های درمانی، می‌توانند موجب شکوفایی، رشد و توسعه اقتصادی شوند.

توسعه را اصلاح ساختارهای اجتماعی و اقتصادی یک جامعه با توجه به ارزشهای معنوی حاکم بر آن، به‌منظور بهبود شرایط زندگی آحاد جامعه تعریف می‌کنند. در این فراگرد، منابع به‌کار گرفته شده به سه دسته عمده نیروی انسانی، سرمایه و تکنولوژی تقسیم می‌شوند. از آنجا که در این میان، نیروی انسانی عمده‌ترین عامل است، توجه مدیران سازمانهای بزرگ و کوچک و مدیران ارشد هر کشوری باید به این منبع لایزال الهی معطوف باشد. لذا بحث توسعه منابع انسانی و مدیریت منابع انسانی به‌عنوان بحثی محوری در توسعه مطرح می‌شود.

در این زمینه، موضوع بهره‌وری نیروی انسانی، بحثی اساسی و استراتژیک است زیرا اصولاً نیروی انسانی یک سرمایه استراتژیک است؛ در واقع ثروت هر کشوری نیروی انسانی آن کشور است. یکی از عوامل مؤثر در بهره‌وری نیروی انسانی، انگیزه افراد است. انگیزه‌های انسان آگاهانه یا ناخودآگاه بر پایه نیازهای او استوار است. انگیزش یک اصطلاح کلی است که درباره تمامی کششها، اشتیاقها، نیازها و آرزوها به کار برده می‌شود. نیازها معمولاً باعث پدید آمدن رفتار می‌شوند و رفتار نیز خود به پدیدار شدن نیاز دیگری می‌انجامد. لکن برای ارتقای بهره‌وری در نیروی کار، باید نیازهای مادی او در کنار نیازهای معنوی مورد توجه جدی قرار گیرند. لذا باید برای تقویت آن، محیط کار، نیازمندیهای اقتصادی و نیازهای روحی و عاطفی کارمندان مورد توجه قرار گیرد. افزایش حقوق و مزایای کارمندان به ویژه در سالهای اخیر به منزله یک حرکت امیدبخش در دستور کار دولت بوده و هست. لکن بدون شک، افزایش حقوق به تنهایی باعث افزایش بهره‌وری نخواهد شد و حتی در مواردی این افزایشها تأثیر موقت دارد. اما آنچه در این امر بیشتر مؤثر است، تأمین آتیه و تعبیه نظامهای حمایتی نیروی کار است.

لذا موضوع تأمین رفاه خانواده و بیمه‌های اجتماعی اعم از حوادث، عمر، درمانی و جز آن به عنوان مسائل مبتلا به مدیریت منابع انسانی از اهمیت خاصی برخوردار است که در این میان بیمه‌های بازرگانی می‌توانند نقش درخور توجهی ایفا کنند. آسودگی خیال از تأمین آتیه در میزان وفاداری نیروی انسانی به سازمان خود، تأثیر به‌سزا دارد و این نکته‌ای است که باید شرکت‌های بیمه در بازاریابی‌های خود روی آن حساس باشند و کانون توجه آنان قرار گیرد.

با ایجاد فضای اطمینان‌بخش در محیط سازمانها، می‌توان انتظار کارایی و بهره‌وری بیشتری داشت. نیروی انسانی با انگیزه، هم به آموزشها خوب پاسخ می‌دهد و هم آنها را خوب به کار می‌بندد. در نتیجه، بهره‌وری افزایش می‌یابد و بستر توسعه هموار و هموارتر می‌شود.

بیمه عمر و حادثه برای شاغلان را که از چند سال پیش در سازمان امور اداری و استخدامی کشور تعقیب می‌کردیم توانستیم پس از عقد قرارداد با یکی از شرکت‌های بیمه به تصویب هیأت محترم وزیران برسانیم. این امر افزون بر اینکه در کارمندان درخصوص تأمین آتیه خانواده‌های تحت سرپرستی شان ایجاد انگیزه مثبت می‌کند، بیانگر این واقعیت است که زمینه حرکتی گسترده‌ای در رابطه با نیروی انسانی عظیم کارمندی و کارگری برای ارائه خدمات بیمه‌ای، میسر و مهیاست. مشروط بر اینکه هم شرکت‌های بیمه، نرخهای تعدیل شده ارائه کنند و هم رابطه خود را با نهادهای دولتی بیش از پیش استحکام بخشند. این نکته که تعدیل نرخ حق بیمه در رشد تقاضای بیمه مؤثر است، مبتنی بر بررسیهای کارشناسی است. به طوری که آمار نشان داده است، هر ده درصد رشد نرخ حق بیمه، بیمه ۳ تا ۱۲ درصد تقاضا را کاهش می‌دهد، لذا شرکت‌های بیمه باید سعی کنند با توسعه فعالیت‌های اقتصادی، نرخهای حق بیمه را تا حد امکان و البته با رعایت منافع معقول اقتصادی شرکت تعدیل نمایند.

همان‌گونه که گفته شد، یکی از دل‌نگرانیهای نیروی کار، احتمال بروز پیشامدهای نامنتظر در محیط کار و زندگی است که در کشور ما به دلیل کافی نبودن نظامهای حمایتی اجتماعی، این مشکل بیش از پیش بروز و ظهور دارد. ابتلا به بیماریهای صعب‌العلاج یا سوانح و حوادث ناشی یا غیرناشی از کار که ممکن است به عملهای جراحی پرهزینه، نقص عضو، ازکارافتادگی یا فوت شخص یا اعضای خانواده منجر شود، از جمله این دل‌نگرانیهاست. سیل، زلزله و سایر بلایای طبیعی و نیز حوادث رانندگی، آتش‌سوزی یا

سایر اتفاقات احتمالی که به ویژه در شهرها احتمال وقوع آنها بیشتر است و نیز، خسارت‌های ناشی از بلایای طبیعی برای نیروهای کار شاغل در مزارع و کشتزارها، همگی ضرورت پیش‌بینی مکانیزم‌های لازم برای پوشش خدماتی و جبران خسارت‌ها و حمایت‌های مالی را محرز می‌سازد.

بازاریابی، تبلیغات و آموزش از دیگر عوامل مؤثر در توسعه صنعت بیمه و جلب توجه مردم به این مهم است. بسیاری از بازرگانان جوان از حمایت‌های بیمه‌ای آگاهی ندارند یا به هزینه‌های بیمه‌ای به منزله هزینه‌های بالاسری زاید که باید صرفه‌جویی شوند، نگاه می‌کنند. البته هم مردم باید آموزش ببینند و هم کارگزاران و کارمندان صنعت بیمه باید نحوه بازاریابی، تبلیغ و آموزش دیگران را فراگیرند. مطلب دیگری که درخصوص آموزش مردم قابل ذکر است، لزوم طرح بیمه و معرفی این صنعت به عنوان یک پستوانه فردی و اجتماعی از طریق جزوه، بروشور، پوستر و تراکت‌هاست که باید در شهرهای کوچک و بزرگ و در سطح وسیعی انجام شود. البته باید نوع تبلیغات در عین جذاب بودن، کم هزینه باشد. حتی می‌توان به درج مطالبی در کتابهای درسی اندیشید که در سطوح راهنمایی، دبیرستان و دانشگاه‌ها گنجانده شود.

کیفیت ارائه خدمات، سرعت در زمان رسیدگی و جبران خسارت از دیگر مواردی است که در یک نظام رقابتی می‌تواند مؤثر باشد. البته شرکت‌های بیمه، دولتی هستند، لکن اگر مکانیزم‌های تجاری به کار گرفته نشوند، به هیچ وجه اقبال از بیمه به یک فرهنگ عمومی تبدیل نمی‌شود. لذا فضا سازی فرهنگی امری واجب و گذاری اجتناب‌ناپذیر است. البته وضع قوانین و مقررات نیز می‌تواند به ایجاد شرایط مساعدتری برای هر حرکت اجتماعی یا اقتصادی بینجامد. مثلاً اجباری کردن استاندارد مواد غذایی خود به خود به بهبود کیفیت صنایع غذایی منجر می‌شود که نوعی حرکت از طریق اصلاح مقررات است، گرچه روش‌های تشویقی قطعاً برای فضا سازی فرهنگی از روش‌های اجباری مناسب‌تر و موفق‌تر است. به هر حال، توجه به آموزش کارمندان بیمه، زمینه ساز آموزش آحاد جامعه است. لذا ضرورت برنامه‌ریزی جامع برای آموزش کارکنان و تجهیز کردن آنان به دانش روز و به ویژه تکنیک‌های بیمه‌ای و ابداعاتی که در سطح جهان در زمینه صنعت بیمه انجام می‌شود، به خوبی احساس می‌گردد. خوشبختانه حرکت‌هایی که ظرف چند سال اخیر برای ارتقای کیفی نیروی انسانی شاغل در شرکت‌های بیمه آغاز شده طیعه‌ای برای تحقق این هدف به شمار می‌رود. تا به حال ۱۹۰ نفر از کارکنان بیمه در سطح کارشناسی و ۱۰۵ نفر از آنان در مقطع کارشناسی ارشد با مجوز سازمان امور

اداری و استخدامی کشور از بورسیه آموزشی استفاده کرده‌اند. همچنین مجوز اجرای چهار دوره کاردانی به تعداد ۱۴۴ نفر، یک دوره یکساله علوم بیمه‌ای با ظرفیت ۱۰۰ نفر و یک دوره کارشناسی به تعداد ۳۰ نفر به شرکتهای بیمه داده شده است که قطعاً در ارتقای توان علمی کادر صنعت بیمه تأثیر به‌سزایی دارد. اما به دلیل زود بازده بودن آموزشهای کوتاه‌مدت شغلی، ضروری است که شرکتهای بیمه به امر توسعه آموزشهای کوتاه‌مدت ضمن خدمت و تخصص، توجه خاص مبذول دارند.

توجه به سیاستهای دولت در امر اصلاح تشکیلات اداری و برنامه‌های مربوط به نیروی انسانی نیز همیشه باید در قانون توجه شرکتهای بیمه قرار داشته باشد. مثلاً اجرای سیاست واگذاری امور پشتیبانی به بخش غیردولتی یا واگذاری بخشی از وظایف اعمال تصدی دولت به بخش غیردولتی و نیز لغو انحصارات که در اجرای تبصره ۲۹ قانون برنامه دوم توسعه صورت خواهد گرفت، ممکن است منجر به تعدیل یا جابه‌جایی نیروی انسانی شود که در اینجا شرکتهای بیمه بی‌درنگ باید وارد شوند و با بازاریابی و آموزش، توجه کارمندان شاغل در این امور را به خدماتی که از ناحیه بیمه شدن قابل ارائه است، معطوف سازند. همچنین ممکن است با عقد قرارداد با مؤسسات و شرکتهایی که چنین برنامه‌هایی برای اصلاح ساختار دارند، نوعی حمایت تحت عنوان «بیمه اشتغال یا کاریابی» ارائه دهند که هم نگرانی کارمندان (به‌ویژه نگرانی کارمندان غیررسمی در مورد تأمین شغلی، تا زمانی که به کار جدیدی گمارده نشده‌اند) را مرتفع سازد و هم مدیریت را در مواجهه با بحرانهای ناشی از تعدیل یاری نماید.

در این میان نقش صنعت بیمه، صنعتی که می‌تواند با هزینه‌های محدود، خدمات ارزشمندی به آحاد جامعه و به ویژه نیروی انسانی شاغل در کشور که در معرض خطر بیشتری نیز قرار دارند ارائه دهد، انکارناپذیر است، که متأسفانه هنوز اهمیت آن برای مردم محسوس نیست. بدین لحاظ یکی از رسالتهای شرکتهای بیمه، فضاسازی فرهنگی است که البته تبلیغات بازرگانی، همه این کار نیست، بلکه باید از آموزشهای همگانی و عمومی برای این مهم استفاده بهینه شود.

به هر حال امیدوارم، این سمینار و سمینارهایی از این دست بتواند به معرفی بیمه به مردم و نیز ایجاد حساسیتهای لازم در کارمندان کارگزاران صنعت بیمه در خصوص جامعه بزرگ و میلیونی نیروی کار فعال در جامعه به عنوان یک بازار بالقوه، بینجامد و زمینه‌ساز شکوفایی اقتصادی و شتاب حرکتهای جاری در زمینه رشد و توسعه در کشور شود.