



بیمه و مردم

خدمات درمانی سازمان تأمین اجتماعی خلاصه می‌شود... صنعت بیمه باید با برنامه ریزی دراز مدت و شناسایی نیازهای واقعی مردم به امر بیمه، پوششهای مناسب و مطلوب در حد توان اقتصادی جامعه را به بازار عرضه کند.^(۳)

گزارشی که پیش رو دارید بر آن است تا ضمن انعکاس میزان آشنائی مردم با صنعت بیمه، با استفاده از دیدگاههای تنی چند از کارشناسان و مدیران صنعت بیمه کشور حتی المقدور راههای گسترش فرهنگ بیمه و عوامل و موانع توسعه این صنعت را در میهن عزیزمان تبیین نماید.

مردم چه می گویند؟

برای جویا شدن از نظرات مردم و اطلاع از میزان آشنائی آنها از صنعت بیمه و گستره عمل و پوشش آن سری به خیابانهای تهران می‌زنیم. برخی از شهروندان بیمه را در خدمات درمانی و تأمین اجتماعی خلاصه می‌کنند به عنوان نمونه: خانمی که خود را فرزانه حسینی و معلم دبستان معرفی می‌کند در جواب این

« امروزه بدون پوششهای لازم بیمه‌ای، ایجاد واحدهای بزرگ اقتصادی و تمرکز دارائیه در یک محل به منزله واحد تولیدی عاقلانه نیست. ورود شرکتهای بیمه برای سرمایه‌گذاریهای بزرگ نه تنها ریسک پذیری برای انجام این گونه سرمایه‌گذاریها را کاهش می‌دهد و اطمینان لازم را در به وجود آوردن سرمایه گذاریهای زیربنائی کشور فراهم می‌کند بلکه در مواقعی که این نوع سرمایه‌گذاریها یا پروژهها مواجه با خطر هستند، اگر تحت پوشش بیمه قرار بگیرند، می‌تواند با یک مکانیزم ساده کمک بکند که نتیجه حاصل از این گونه خطرها متوجه بودجه عمومی نشود از طرف دیگر باعث خواهد شد ما کمتر با توقف پروژههای این چنینی که موجب رشد توسعه اقتصادی در کشور خواهد بود رویاروی شویم. »^(۲)

« در حال حاضر اغلب مردم کشورمان استنباط صحیح و درستی از نقش و اهمیت بیمه و مزایایی که شرکتهای بیمه از طریق صدور بیمه نامه در اختیار آنها قرار می‌دهند، ندارند. بسیاری از مردم گمان می‌کنند که بیمه، فقط به بیمه شخص ثالث اتومبیل یا

« توسعه اقتصادی را اگر تحولی در ساختارهای فرهنگی - اجتماعی - سیاسی که متضمن یک رشد مستمر و خودجوش باشد، تعریف کنیم و افزایش رفاه و گسترش عدالت اجتماعی را از نتایج معین توسعه اقتصادی بدانیم، که هست، در این صورت به یقین بیمه که ائتلاف سرمایه‌های ملی در برابر حوادث طبیعی و غیرطبیعی را جبران کرده، برای سرمایه‌گذاران در جریان تولید ملی کشور امنیت خاطر و تأمین اقتصادی به وجود می‌آورد، صادرات کشور را با تشویق و تأمین خاطر صادر کنندگان گسترش می‌دهد، پس اندازه‌های کوچک را تحت عنوان بیمه‌های عمر و پس انداز جمع‌آوری و در جریان تولید کالا و خدمات سازنده کشور وارد می‌سازد، و نیروی انسانی، این سرمایه متبلور در افراد جامعه را در مقابل حوادث و بیماریها حمایت می‌کند، قطعاً نقش تعیین کننده‌ای در روند توسعه اقتصادی کشور بازی می‌کند. بیمه‌های بازرگانی بخش مهمی از موانع توسعه اقتصادی کشور را از میان برمی‌دارند و روند توسعه را تسریع می‌بخشند.»^(۱)





سؤالهایمان در خصوص بیمه پاسخ می‌گوید. سعید رهبر تلقی خود را از بیمه اینگونه بیان می‌کند: اگر بیمه را به صورت جامع و گسترده بخواهیم تعریف کنیم می‌شود گفت که بیمه یکی از کارهای خدماتی است که برای پیشرفت علم، صنعت، هنر، دانش و امور اجتماعی به کار گرفته می‌شود. بیمه هم از بعد معنوی کارکرد دارد و هم از بعد مادی و یکی از پشتوانه‌هایی است که می‌تواند در مواقع اضطراری به ما کمک کند. بیمه برای رفاه حال مردم در ابعاد مختلف و برای ایجاد آسایش و امنیت روانی آنها به وجود آمده است. وی در خصوص اولین آشنایی‌اش با بیمه می‌افزاید: من کارمند آموزش و پرورش بودم و اولین بار به وسیله بیمه خدمات درمانی با بیمه آشنا شدم و بعدها نیز که یک خودرو خریدم با بیمه شخص ثالث آشنا شدم. مطالب بالا گوشه‌ای از نظرات شهروندان تهرانی در مورد بیمه و طرز تلقی آنها از این صنعت بود. در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که اکثر مردم شناختی بسیاری کلی از صنعت بیمه داشته و غالباً از کارکردهای گوناگون آن ناآگاهند. بیشتر

شرایطی است که بوسیله بعضی از شرکتها ایجاد می‌شود و چنانچه کسی برایش مشکلی پیش بیاید، بیمه به آن فرد یا خانواده کمک می‌کند. وی در باره اولین آشنایی‌اش با بیمه می‌افزاید: من برای اولین بار بوسیله تأمین اجتماعی با بیمه آشنا شدم و الان بیمه عمر و پس انداز نزد بیمه آسیا هستم. در ادامه تهیه گزارش و جویایی از نظرات مردم با یک دانش آموز به گفتگو می‌نشینیم. این نوجوان تهرانی علیرضا محمدزاده مؤید نام دارد و در مورد بیمه می‌گوید: بیمه برای کسانی خوب است که به دردشان بخورد، مثلاً کسانی که یک کارخانه دارند و برای اینکه ضرر نبینند کارخانه خود را بیمه می‌کنند، یا کسانی که تصادف می‌کنند. وی چگونگی آشنایی خود با بیمه را از طریق تبلیغات رادیو و تلویزیون ذکر می‌کند و می‌گوید: من خودم تا به حال به شرکتهای بیمه مراجعه نکرده‌ام. هنرمندی سالخورده که عمری را در راه اعتلای هنر در جامعه و تربیت شاگردان سپری کرده است، ما را در دفتر کارش به حضور می‌پذیرد و به

سؤال که آیا می‌دانید بیمه چیست؟ می‌گوید: با توجه به اینکه یکی از افراد مستمری بگیر تأمین اجتماعی هستم فکر می‌کنم هدف از تشکیل بیمه، حمایت از افراد جامعه به هنگام بیماری و بازنشستگی باشد. وی در خصوص اولین آشنایی‌اش با بیمه می‌افزاید: بعد از فوت همسرم با سازمان تأمین اجتماعی و بیمه آشنا شدم. یک دکتر داروساز جوان و با نشاط که خود را علیرضا جمشیدی معرفی می‌کند، در این باره می‌گوید: به نظر من بیمه یک اطمینان کلی است و سبب می‌شود که دارایی شخص در وضعیتهای مختلف حفظ شود. وی در ادامه سخنانش می‌گوید: اولین آشنایی من با بیمه زمانی بود که اتومبیلم را بیمه کردم و در تصادفی که پیش آمد ما دیگر هیچ مشکلی نداشتیم. بعضی از مردم هم تعریف روشنتری از بیمه ارائه می‌دهند. به سراغ یکی از مغازه داران می‌رویم و از وی می‌خواهیم برای ما بگوید بیمه چیست؟ این شهروند تهرانی خود را سعید محمدمردادی معرفی میکند و می‌گوید: تا آنجا که من می‌دانم بیمه یک



آموزش بیمه بالاتر رود، در عمق و غنا بخشیدن به شالوده و بنیانهای بیمه در کشورمان کمک می‌کند. یکی از اساتید رشته بیمه در این رابطه می‌گوید: «از اوایل دهه ۶۰ میلادی که تاریخ تولد بیمه به شمار می‌رود تا کنون تحقیقات در خصوص جنبه‌های اقتصادی بیمه دچار تحولی شگرف شده است، متأسفانه آموزش و پژوهش در بیمه کشورمان کاملاً از این جنبه مهم بیمه منزوی مانده است. به طور نمونه نه تنها هیچ یک از برنامه‌های آموزشی بیمه در ایران حتی درسی به این نام یا محتوا عرضه نمی‌کند بلکه دروس اقتصادی ارائه شده در این برنامه‌ها و برنامه‌های دیگر به صورتی بی‌ارتباط با موضوع بیمه به دانشجویان حتی در سطح کارشناسی ارشد بیمه آموزش داده می‌شود. مهم‌ترین علت این کاستی بسیار مهم علمی، نداشتن آموزشگران و پژوهشگران کارآمد در زمینه اقتصاد بیمه و عدم به وجود آوردن امکانات لازم برای آموزشگران و پژوهشگران بالقوه در این زمینه با اهمیت است. لذا پیشنهاد می‌شود که با کمک بیمه مرکزی ایران و شرکتهای بیمه و مراکز آموزشی و پژوهشی بیمه‌ای

بیمه و شرکت بیمه باید مترادف با دستگیری و کمک در هنگام خسارت و آسیب دیدن باشد. نه مقاومت در برابر پرداخت خسارت.»^(۴)

به عقیده یکی دیگر از کارشناسان، افزایش نرخ ایمنی می‌تواند در توسعه این صنعت نقش مهمی ایفاء کند. وی در این باره می‌گوید: «باید روی سیستمهای آموزشی، پژوهشی کار کرد تا خسارتهای را به حداقل رساند. نباید فشار روی افزایش نرخ بیمه باشد، باید فشار روی افزایش نرخ ایمنی باشد و این بسیار مؤثر است. باید به جامعه از طرق گوناگون؛ صدا و سیما، روزنامه‌ها، رسانه‌های گروهی و ساختن فیلمهای مناسب در مورد ایمنی آموزش بدهیم. برای مثال مواد شیمیائی را در یک انبار دست فردی که هیچ اطلاعی از انبارداری و مکانیزم نگهداری مواد شیمیائی و کیفیت نگهداری آنها ندارد، نسپاریم چرا که ممکن است حادثه‌ای اتفاق بیفتد و هزاران تن مواد شیمیائی و غیرشیمیائی از بین رفته و خسارتهای کلانی ایجاد کند.»^(۵)

آنچه مسلم است هر چه سطح آموزشی به لحاظ کیفی و کمی در مراکز

شهروندان عملکرد بیمه را در محدوده ارائه خدمات درمانی، بازنشستگی و یا حداکثر در پرداخت خسارت خودرو می‌دانند.

کارشناسان چه می‌گویند؟

در ادامه تهیه گزارش به انعکاس دیدگاه یکی از کارشناسان در رابطه با راههای گسترش فرهنگ بیمه می‌پردازیم به عقیده این کارشناس «در مورد راههای گسترش فرهنگ بیمه بحثهای بسیاری شده است اما در عمل اقدام اساسی برای اشاعه این فرهنگ کمتر به چشم می‌خورد. مردم باید از مزایای بیمه مطلع شوند، تبلیغات مناسب برای شناساندن بیمه و مزایای آن به مردم باید در اولویت کارهای دست اندرکاران صنعت بیمه قرار گیرد. تبلیغات نقش تعیین کننده‌ای در ترویج فرهنگ بیمه دارد اما ترویج فرهنگ بیمه در جامعه به عوامل دیگری هم نیاز دارد. اصلاح روشها به ویژه در موقع پرداخت خسارت، کمک شایان توجهی به گسترش فرهنگ بیمه خواهد کرد. مردم باید از بیمه خاطره خوب و خوش داشته باشند و نام



کشورمان در جهت رفع این نقیصه اقدامهای سریع و جدی لازم به عمل آید. « (۶)

آنچه که از اظهارات کارشناسان صنعت بیمه استنباط می‌شود این است که موضوع آموزش نقش بسیار مهمی در ارتقاء سطح فرهنگ بیمه در جامعه دارد. به عقیده این صاحب نظران، امر آموزش باید برای تمام سطوح جامعه مدنظر قرار گیرد. البته چندی پیش به کوشش وزارت آموزش و پرورش و کارشناسان بیمه مرکزی ایران مبحث بیمه در یکی از کتب درسی سال دوم راهنمایی گنجانده شد که این حرکت اولین گام در راه آموزش بنیادین بیمه در جامعه محسوب می‌شود.

مدیران چه می‌گویند؟

موانع رشد کمی و کیفی صنعت بیمه کدامند؟ یکی از مدیران شرکتهای بیمه در این رابطه می‌گوید: «می‌توان گفت که مطلوب نبودن فرهنگ بیمه در کشور از موانع رشد صنعت بیمه محسوب می‌شود. یعنی اگر فرهنگ و شناخت کافی در

جامعه چه در مردم و چه در مسئولین و همه دست اندرکاران وجود نداشته باشد. مانع پیشرفت بوده، جلو توسعه کمی و کیفی بیمه را می‌گیرد... مانع دیگر عدم مشارکت مردم و به طور کلی بخش خصوصی در صنعت بیمه است همچنین مشخص نبودن جایگاه صنعت بیمه و سیستم مدیریتی که برای این صنعت به کار گرفته می‌شود و بسیاری مسائل دیگر در این زمینه هر کدام به نوبه خود می‌توانند مانعی برای پیشرفت باشند.

این مقام می‌افزاید: مفهوم عملی رایج از بیمه در کل کشور مفهومی است که اگر صحیح تعریف نشود قطعاً مانع فلج کننده خواهد بود... شاید شنیده باشید که می‌گویند؛ ده سال است این ماشین را بیمه کرده‌ام و تصادفی نداشته‌ام، یعنی فکر می‌کنم ده سال است که پولم را دور ریخته‌ام. چنین تفکری نباید در جامعه رایج شود.

مردم باید بیمه را پدیده‌ای بدانند که اولاً در حادثترین شرایط به کمک آنها می‌شتابند. دوم، امنیت می‌دهد، سوم خسارت می‌پردازد.

بنابراین اگر بخواهیم موانع توسعه

بیمه را برطرف کنیم نخست باید مفهوم عملی بیمه را برای خود، جامعه و همه روشن سازیم.» (۷)

عده‌ای از صاحب نظران صنعت بیمه خصوصی سازی این صنعت را امری ضروری می‌پندارند که می‌تواند نقش عظیمی در گسترش بیمه داشته باشد. به عقیده ایشان اگر در امر خرید و فروش و بازاریابی انگیزه و منافع شخصی در میان نباشد از بازار بیمه انتظاری بیش از این نمی‌توان داشت.

یکی از مدیران در این خصوص می‌گوید: «اگر بر فرض، خصوصی سازی در هیچ یک از اموری که تا کنون انجام گرفته است اولویت نداشته باشد، در امر بیمه اولویت ویژه دارد. امر بیمه چیزی جز یک خرید و فروش نیست. در امر خرید و فروش و بازاریابی اگر انگیزه شخصی وجود نداشته باشد نمی‌توان از بازار بیش از یک حد مشخص انتظار داشت. منظور از خصوصی سازی صنعت بیمه، اختصاصی سازی یا ایجاد زمینه‌ای برای سوء استفاده و چپاول عده‌ای سرمایه‌دار نیست، بلکه منظور حاکم کردن نگرشی خاص بر نحوه اداره



شرکتهای بیمه و استفاده از ظرفیت بالقوه بازار از طریق اشاعه رقابت در صنعت بیمه است... ساختار فعلی صنعت بیمه گرهی است که باید هر چه زودتر گشوده شود....

قانون بیمه‌گری و تأسیس بیمه مرکزی ایران، دارای مواد و تبصره‌های بسیار محکمی برای اعمال نظارت دولت بر بازار بیمه است و نباید نگرانی از کاهش حاکمیت دولت در جریان انتقال تصدی به بخش خصوصی وجود داشته باشد... در مجموع، برنامه تدوین شده برای توسعه صنعت بیمه کشور در برگیرنده تمامی خط مشیها و هدفهای کیفی و کمی برای توسعه صنعت بیمه کشور است» (۸)

بنا بر آنچه گذشت، آگاهی از مزایای بیمه، تبلیغات مناسب برای شناساندن آن به مردم، اصلاح روشها (به ویژه در موقع پرداخت خسارت)، افزایش نرخ ایمنی، ارتقاء سطح آموزش در مراکز آموزش بیمه و مشارکت بخش خصوصی در صنعت بیمه پاره‌ای از راه حلها و ابزارهایی است که از دید کارشناسان و مدیران این صنعت می‌تواند در گسترش بیمه و ارتقاء فرهنگ آن در جامعه نقشی

اساسی ایفاء نماید، به امید هرچه جاری‌ترکردن این نهر مقدس در میهن عزیز اسلامی‌مان و بهره مند شدن همه آحاد مردم از آن، والسلام.

دري نجف آبادی، رئیس کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی، سال نهم، شماره ۳۵، پائیز ۱۳۷۳، ص ۲۱

۶ - بیمه مرکزی ایران، فصلنامه صنعت بیمه، مقاله دکتر فرهاد خرمی معاون آموزشی و پژوهشی مؤسسه آموزش عالی بیمه آکو، سال نهم، شماره ۳۵، پائیز ۱۳۷۳، ص ۴۷ و ۴۸

۷ - بیمه مرکزی ایران، فصلنامه صنعت بیمه، برگرفته از سخنرانی آقای علی موسی الرضا مدیر عامل شرکت سهامی بیمه ایران، سال نهم، شماره ۳۵، پائیز ۱۳۷۳، ص ۷۶ - ۷۹

۸ - بیمه مرکزی ایران، فصلنامه صنعت بیمه، مقاله دکتر عبدالناصر همتی رئیس کل بیمه مرکزی ایران، سال نهم، شماره ۳۵، پائیز ۱۳۷۳، ص ۳۰ و ۳۱

۱ - بیمه مرکزی ایران، فصلنامه صنعت بیمه، مقاله دکتر عبدالناصر همتی رئیس بیمه مرکزی ایران، سال نهم، شماره ۳۵، پائیز ۱۳۷۳، ص ۲۴ و ۲۵

۲ - بیمه مرکزی ایران، فصلنامه صنعت بیمه، مقاله آقای معصوم ضمیری مدیر عامل شرکت سهامی بیمه آسیا، سال نهم، شماره ۳۵، پائیز ۱۳۷۳، ص ۱۴۰

۳ - بیمه مرکزی ایران، فصلنامه صنعت بیمه، مقاله دکتر عبدالناصر همتی، رئیس کل بیمه مرکزی ایران، سال نهم، شماره ۳۵، پائیز ۱۳۷۳، ص ۲۷ و ۲۸

۴ - بیمه مرکزی ایران، فصلنامه صنعت بیمه، مقاله دکتر عبدالناصر همتی، رئیس کل بیمه مرکزی ایران، سال نهم، شماره ۳۵، پائیز ۱۳۷۳، ص ۲۹

۵ - بیمه مرکزی ایران، فصلنامه صنعت بیمه، برگرفته از سخنرانی حجه الاسلام و المسلمین

