

آموزش در صنعت بیمه



میزگرد

اشاره :

توسعه علوم و معارف و دانش فنی طی دهه‌های اخیر زندگی بشر را دچار تحولات اساسی نموده است. پیچیدگی و تخصصی شدن امور، تقسیم کار و شکل‌گیری ترکیب خاص فعالیت‌ها، از جمله تبعات عینی پیشرفت دانش بشری است. بدیهی است ارتباط متقابل و روشمند علوم و معارف با جنبه‌های عملی و کاربردی زندگی انسان نوید بخش توسعه‌ای انسانی و مطلوب خواهد بود و در این میان آموزش و تربیت نیروهای انسانی از جمله مهم‌ترین عناصر تعیین‌کننده در جریان توسعه می‌باشد شاید بتوان ادعا نمود اساسی‌ترین سرمایه‌گذاری‌های توسعه «سرمایه‌گذاری‌های آموزشی» است زیرا موجب می‌شود همه بخشهای مؤثر در این فرآیند، برای حصول اهداف توسعه نقش خویش را به خوبی ایفاء نمایند.

به منظور ارزیابی و بررسی وضعیت موجود و مطلوب آموزش در صنعت بیمه با تنی چند از صاحبان نظران به گفتگو نشستیم. آقایان دکتر منوچهر فرجادی از پیش‌کسوتان صنعت بیمه و مدرس دانشگاه، دکتر نادر مظلومی رئیس دانشکده بیمه اکو، آقای سید محمد آسوده عضو هیئت‌عامل و معاون نظارت و برنامه ریزی بیمه مرکزی ایران و چند تن از کارشناسان بیمه آسیا در این میزگرد به بحث و تبادل نظر پیرامون ساختار آموزشی صنعت بیمه پرداختند، توجه شما را به مشروح این گفتگو جلب می‌کنیم.

تجارتی باشد و یا اجباری، یک نوع صنعت محسوب می‌شود و دست‌اندرکاران این صنعت باید به رموز آن وارد باشند تا بتوانند محصول این صنعت را خوب و قابل عرضه بیرون بدهند. بنابراین در هر صنعتی، کسانی که برای آن صنعت کار می‌کنند باید اطلاعاتی در مورد آن داشته باشند، این اطلاعات در مجموع، آموزش نامیده می‌شود. هدف بیمه‌های اجتماعی و بیمه‌های بازرگانی انجام عملیات بیمه‌گری برای جبران خسارت ناشی از حوادث و یا تأمین سرمایه است در بیمه‌های بازرگانی ساختار فنی‌تر است. به دلیل اینکه بایستی بیمه‌گران به نحوی عملیات بیمه‌ای را انجام دهند که هم هزینه‌های اداری جبران شود و هم بتوانند سود معقولی برای عملیات بیمه‌گری تحصیل کنند.

هدف عالی بیمه جبران زیان مخصوصاً برای سرمایه‌گذاری‌های خیلی

می‌رسد. صنعت بیمه به عنوان متولی بخش مهمی از اقتصاد کشور نیز از این امر مستثنی نیست. از جناب آقای دکتر فرجادی خواهش می‌کنم، اهمیت آموزش در صنعت بیمه را تشریح بفرمایند.

دکتر فرجادی: البته همانطوری که فرمودید باید روی آموزش در صنعت بیمه تکیه داشت. دست‌اندرکاران این بخش از اقتصاد باید کاملاً با زیربوم این صنعت آشنا باشند و بدانند چگونه این صنعت کار می‌کند و ساختار آن چیست؟ چون بیمه ساختار خاصی دارد. و این ساختار ویژه، آن را به صورت صنعت در آورده است. از سوی دیگر وقتی این صنعت جنبه تجاری یافت، سودآور می‌شود. بیمه‌های غیرتجاری نیز هستند، مثل بیمه‌های تعاونی و بیمه‌های اجتماعی و غیره. به طور کلی حرفه بیمه اعم از اینکه بیمه

آسیا: در جریان توسعه و پیشرفت جهان امروز، کارسازترین عنصر موفقیت، نیروی انسانی است به طوری که اقتصاددانان و جامعه‌شناسان معتقدند: آنچه که در نهایت توفیق روند توسعه اقتصادی و اجتماعی یک کشور را تعیین می‌کند، منابع انسانی آن کشور است. چگونگی بکارگیری سایر منابع و سرمایه‌های موجود در جامعه، ایجاد سازمانهای اجتماعی و اقتصادی، تولید، گسترش و بکارگیری دانش و سایر عناصر ضروری توسعه، به کیفیت منابع انسانی وابسته است. بنابراین با توجه به روند مستمر تغییر و تحول در شئون مختلف اجتماعی، پیشرفتهای شگرف و عمیق در علوم و فنون گوناگون و تأثیرات آنها بر فعالیت‌های مختلف اجتماعی - اقتصادی و عملکرد سازمانها، آموزش و بهسازی نیروهای انسانی، حیاتی به نظر



دکتر فرجادی : اگر شرکت بخواهد دارای یک مجموعه عملیات سالمی باشد و از ضرر خود جلوگیری نماید باید به آموزش توجه کند

آموزش مردم و مشتریان بیمه، آموزش مورد نظر برای این است که یک شرکت بیمه دارای پرتفوی سالمی باشد، به اصطلاح دارای وزن و ارزش اجتماعی بالایی باشد. هر یک از این آموزشها، شاخه‌ای از آموزش بیمه هستند. وقتی که آموزش را در هر یک از این مباحث مورد توجه قرار دهیم خود یک زمینه بسیار وسیعی از تقسیم‌بندی است. برای بنده هنوز روشن نیست که وقتی به طور عام و مطلق می‌گوییم آموزش در بیمه لازم است، منظور چیست؟ باید ببینیم الان که در ابتدای راه بیمه هستیم چه باید کرد؟ صنعت بیمه در کشور ما خیلی جوان است می‌خواهیم پایه‌گذاری صنعت بیمه را در این کشور طوری آغاز کنیم و طوری عمل کنیم که بتوانیم ضروری ترین مسائل مربوط به بیمه را جزو فرهنگ مردم کنیم و شرکتهای بیمه را نیز از این نظر مجهز نماییم. ما در

از اینکه یک مؤسسه بیمه‌گری تجارتي تأسیس شد و خواست شروع به کار کند یا اینکه شروع به کار کرده و سالهاست انجام وظیفه می‌کند اگر بخواهد دارای یک مجموعه عملیات سالمی باشد و از ضرر خود جلوگیری نماید باید به آموزش توجه کند. اینها و مسائل مربوط به ایجاد و نگهداری حسابها، ایجاد ذخایر و بعد از آن ریسکها، قبول ریسکها، تقسیم ریسکها، واگذاری ریسکها که هم جنبه داخلی و هم جنبه بین‌المللی دارد، به آموزش مربوط می‌شوند. بنابراین جهت آگاهی یافتن و وارد بودن به مسائل بیمه‌گری حتماً آموزش لازم و ضروری است و بدون اطلاع از این صنعت اگر هر کسی ولو اینکه دلسوزترین فرد این صنعت باشد بخواهد گام بردارد در این میدان ناتوان خواهد ماند.

آموزش یک امر کلی است. آموزش بیمه یک مقدار اختصاصی می‌شود. آموزش بیمه در دانشگاه، آموزش کارمندان، آموزش نمایندگان بیمه در امر تولید و فروش،

بزرگ ملی یا به عبارتی دیگر تأمین این سرمایه‌گذاری‌هاست که باید تحقق پیدا کند. بنابراین ساختار بیمه‌های بازرگانی یا تجاری از پیچیدگی خاصی برخوردار است. افرادی که دست اندرکار این صنعت اعم از مأمور بایگان تا بالاترین مقام شرکت یا مؤسسه بازرگانی بیمه هستند، بایستی با چگونگی صنعت بیمه آشنا باشند. بنابراین ملاحظه می‌کنیم که چه مسئولیت بزرگی وجود دارد. وقتیکه یک شرکت بیمه تأسیس می‌شود، کارکنان آن شرکت باید به اطلاعات و علوم ساختاری بیمه مجهز باشند. معمولاً در همه جای دنیا مراکز آموزشی مخصوصی وجود دارد که با عنوان مدرسه یا دانشکده بیمه یک عده‌ای را تحت تعلیم قرار داده و اصول علمی و عملی بیمه را به آنها آموزش می‌دهند. بنابراین در آموزش کلاسیک دانشکده‌های بیمه وجود دارند ولی دوره‌های آموزشی کوتاه مدت یا بلند مدت برای کارکنان صنعت بیمه پیش بینی می‌شود. با ذکر مثالی می‌خواهم ضرورت آموزش را توضیح دهم. مثلاً در شرکت بیمه می‌خواهیم شروع به فعالیت بیمه‌ای بکنیم. در ابتدای فعالیت، موضوع ضوابط کار خودنمایی می‌کند و آن اینست که بیمه‌گر باید بشناسد چه چیزی را می‌خواهد بیمه بکند و آن چیزی که می‌خواهد بیمه بکند چه شرایطی دارد؟ بعد وارد مقوله‌ای بنام خطر یا ریسک می‌شویم، لذا سؤالات جدیدی مطرح می‌شود انواع خطر چیست؟ خطرهایی که قابل بیمه می‌شوند کدام هستند؟ از بین این خطرهایی که قابل بیمه‌شدن هستند چه خطراتی را لازم است بیمه کنیم؟ مقوله شناخت و انتخاب خطر به تنهایی یک آموزش بسیار وسیعی لازم دارد. پس می‌بینیم بیمه‌گری سهل و آسان نیست. بعد

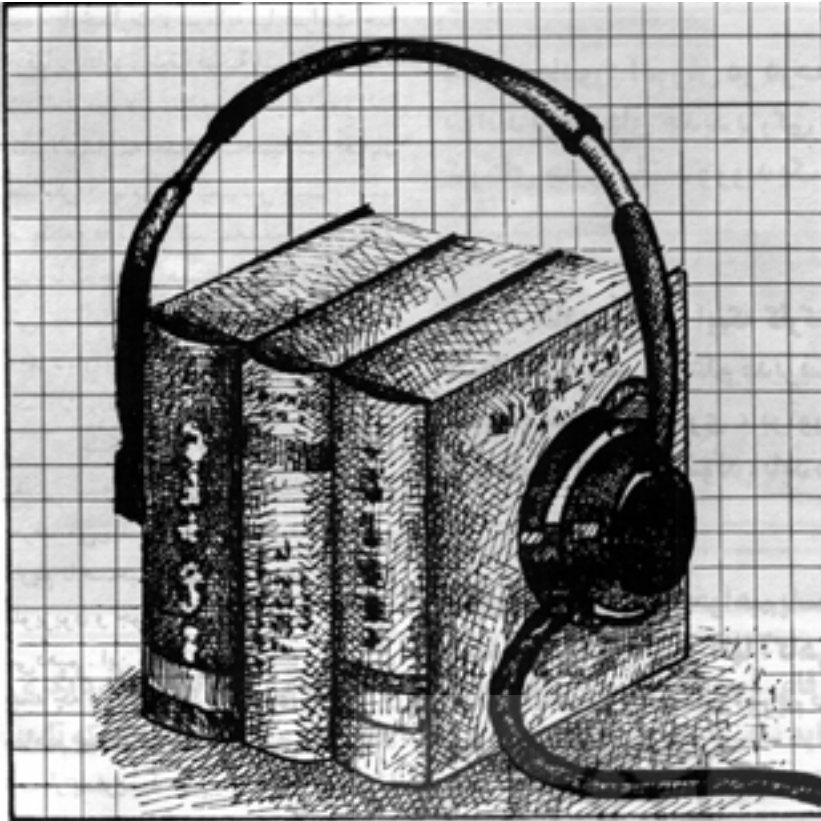


دکتر فرجادی: ما در یک کشور در حال توسعه هستیم و بیمه را باید از جنبه نیازهای یک کشور در حال توسعه و مسائل مبتلا به آن بررسی کنیم

جدید بزرگی ارائه نمایند، یعنی شرکتها تنها غرق در کارهای جاری نباشند و روند یک پرتفوی سالم را ایجاد نمایند. کارمندان طوری تربیت حرفه‌ای شده باشند که بتوانند این پرتفوی سالم را برای شرکت‌های بیمه به وجود بیاورند. کارمندان به تحلیل‌های آماری که اصل و پایه اطلاعات بیمه‌گر و از مبانی صنعت بیمه است، آشنا باشند. آمار، حساب احتمالات و ریسک، سه عامل اساسی در شرکت بیمه هستند که باید تمام کارمندان به آن آشنا باشند. مدیریتها کنترل بکنند تا کارمندی که جلوی پیشخوان نشسته است و می‌خواهد کار کند، ریسک را بشناسد. ریسکهای بد را رد کند و ریسکهای خوب را بگیرد. در بیمه یک اصلی هست که می‌گوید ریسک بد خودش به شرکت بیمه می‌آید و برای ریسک خوب، نماینده باید دنبالش برود. اهمیت نماینده در بیمه اینجا مشخص می‌شود. بعضی از شرکتها و یا شعب آنها

سطوح پایین‌تر که پذیرش مشتری است قسمت قبول ریسک تا خسارت و بخش تکایی، حسابداری، توزیع خطر و ذخائر و مسائل دیگر. افرادی داشته باشیم که به پیچ‌وخم این صنعت آشنا باشند و دلسوزانه کار کنند. آن موقع ما زبان همدیگر را می‌فهمیم. وقتی که هیئت مدیره شرکت در بالا دستوری می‌دهد، کارمندی که در شهرستان و مسئول پذیرش است آن ندای اول رئیس بیمه را درک کرده و پیاده می‌کند و بدین ترتیب صنعت سالم می‌ماند. الان برای مثال کارمند در شرکت بیمه نمی‌داند فسخ قرارداد بیمه با بطلان قرارداد بیمه چه فرقی دارد و یا در صورت مراجعه مشتری چرا این ریسک را قبول کند و چرا ریسک دیگری را قبول نکند. چرا باید در حق بیمه تخفیف بدهد و یا چرا در حق بیمه تخفیف قایل نشود؟ بنده معتقدم آموزش در درجه اول، شرکت‌های بیمه را توانا می‌کند تا بتوانند برنامه‌های

یک کشور در حال توسعه هستیم و بیمه را باید از جنبه نیازهای یک کشور در حال توسعه و مسائل مبتلا به آن بررسی کنیم. اگر از این نظر موضوع را مورد بررسی قرار دهیم متوجه می‌شویم مسائل مبتلا به صنعت بیمه و یا آنچه که فکر بنده را در حدود ۴۰ تا ۴۵ سال بخود مشغول داشته چیست. موضوع این است که ما به چه وسیله بتوانیم بیمه را در ایران جابباندازیم. در اولین مرحله شرکت‌های بیمه نباید به صورت یکنواخت کار کنند بلکه باید خلاقیت و ابتکار داشته باشند که بیافرینند و بعد بایستی افرادی که در این صنعت تحقیق و مطالعه می‌کنند، مجرب و آزموده باشند، مجهز به علم هم باشند و آفرینندگی را با تجربه در زندگی بیمه‌گری تحصیل کرده باشند و بعد ابداع و ابتکار کنند. بیمه را باید از لحاظ خود مؤسسات بیمه‌گری در ایران نیز بررسی کرد. چه در آن زمان که شرکت‌های بیمه تعدادشان زیاد بود، یک تعداد شرکت‌های خصوصی بودند و شرکت دولتی و چه حالا که محدود به چند شرکت دولتی بیمه است. اصولاً خود مؤسسات بیمه چه کاره‌اند و چه می‌کنند و ما چه کنیم تا مؤسسات بیمه مقبول خاص و عام شوند. از سوی دیگر چه کنیم تا این صنعت سالم باشد، سودآور باشد و روز به روز توسعه پیدا کند نه از طریق قرعه‌کشی و یا عملیات شبه بانکی؟! واز فعالیتهای یکنواخت و کلاسیک و عادی بیرون بیاید. وقتی که این سؤالات را مطرح می‌کنیم، اولین جواب این است: که کارمندانی که در این سازمانها کار می‌کنند همه باید آموزش بیمه ببینند، یعنی اگر شرکت‌های بیمه کارمندانی را بدون تحصیلات بیمه استخدام کردند برای اینها دوره‌های کوتاه مدت بگذارند و بعد کار آنها را نظارت و کنترل کنند در مدیریتها در تمام سطوح از



فکر می‌کنند که نماینده یک زائده است. در حالیکه این نماینده باید به دنبال ریسک برود. و البته فعالیت نماینده باید تحت ضوابط و مقررات قرارداد نمایندگی و مقررات بیمه مرکزی باشد ولی اخذ بیمه بداند چگونه ریسکهای بد به شرکت وارد می‌شوند؟ و چگونه باید این مسئله را حل کرد و چگونه باید مشتری‌های بد را رد کند. در مورد پذیرش بیمه باید یک صافی در شرکت باشد و ریسکها از این صافی بگذرد تا برای شرکت بیمه بنیان‌کن نباشد. اینها الفبای بیمه است که نماینده یا مأمور پذیرش بیمه باید به آنها آشنا باشد، این امر باعث می‌شود، تا این پرتفوی سالم باشد. موضوع بعد در مدیریت شرکت، کنترل روزانه امور داخل شرکت و بازاریابی است. بعد از اینکه شرکت روپراه شد با یک نیرو و سربازان جنگ آزموده‌ای به جبهه بازار می‌رود، آن وقت می‌تواند در بازاریبیمه رقابت کند. شرکت بیمه نه تنها در داخل مملکت بلکه از نظر جهانی، چه در منطقه چه در سطح جهان نمونه می‌شود. و این امر ممکن نیست مگر اینکه ما آموزش را از سطح کارمندان شروع کنیم. هم اکنون در شرکت‌های بیمه، ما کارمندانی که در زمینه‌های مختلف امور مالی، امور کامپیوتر، امور تولید و بازاریابی استخدام می‌شوند، همه بایستی از تحصیلاتی برخوردار باشند. این عده را با کنکور و آزمایشهای مشکلی، انتخاب می‌کنند ولی باید هر ۳ یا ۴ سال یکبار یک سری دوره‌های آموزشی برای آنها بگذارند، برای اینکه این کارکنان با تحولات دنیا، از جمله پیشرفت تکنولوژی، پیشرفت علم مدیریت و در زمینه بیمه، پذیرش ریسکهای جدید، شناخت مشتری، برآورد

خطرات خاص، جنبه‌های فنی و کارشناسی

آنها آشنا شوند. یکی از دوستانم که در آلمان زندگی می‌کند، تعریف می‌کرد و می‌گفت من ۳ سال پیش در یک شرکت بیمه آلمانی کار می‌کردم مدتی به ایران آمدم و دوباره به آلمان مراجعت کردم، با وجودیکه چند سال سابقه داشتم ولی در این شرکت به من گفتند که باید بروید کلاس و ۶ ماه آموزش ببینید بعد بیایید پست قبلی و ادامه بدهید والا نمی‌شود. گفتم چطور؟ مگر من ظرف ۳ سال عقب افتاده‌ام، گفتند نخیر شما با کلاسی که خواهید رفت متوجه می‌شوید که از لحاظ شناخت خطرات جدید و ارتباطات و حتی موضوعات اداری و به اصطلاح ابزار و آلات اداری مثل کامپیوتر، برنامه‌ریزیها، حسابداری سه سال عقب هستید. اگر فقط تکنولوژی را بشکافید می‌بینید که چه تحولاتی شده و پایه‌های این تحولات چه متدهایی به کار رفته است. باید پایه آموزش از خود شرکت‌های بیمه و نیز کارکنان رده اول نمایندگیهای بیمه آغاز

شود. البته این مانع نمی‌شود که برای مشتریان و مسؤولان کارخانجات، صاحبان تأسیسات صنعتی و سرمایه‌گذارهای بزرگ در مورد پیشگیری خطرات و آموزش مبارزه با خطرات و مدیریت ریسکها در سمینارهای دو سه روزه در سال صحبت نکنیم. باید مسؤولان و صاحبان بنگاه‌ها و سازمانهای بزرگ اقتصادی کشور را دعوت کنیم و برایشان صحبت کنیم. من معتقدم این هدف مقدس یعنی آموزش، زیربنای توسعه بیمه است. من در روزنامه خبری خواندم که نشان میداد مردم و حتی بعضی تحصیل کرده‌ها فرق حق بیمه را با خسارت نمی‌دانند. در این روزنامه نوشته بود «پدری پسر و دختر خودش را بیمه کرده و این دختر کروال بوده ولی یک طوری گفته‌است پدرم، مرا سه بار زیر تریلی هل داد که کشته بشوم تا حق بیمه من را از شرکت بگیرد» من خواندم و خندیدم. مردم نمی‌دانند حق

دکتر فرجادی: آموزش در درجه اول، شرکتهای بیمه را توانا می‌کند تا بتوانند برنامه‌های جدید بزرگی ارائه نمایند، یعنی شرکتهای تنها غرق در کارهای جاری نباشند و روند یک پرتفوی سالم را ایجاد نمایند.

دکتر فرجادی: برای اینکه این کارکنان با تحولات دنیا، از جمله پیشرفت تکنولوژی، پیشرفت علم‌مدیریت و در زمینه بیمه، پذیرش ریسکهای جدید، شناخت مشتری، برآورد خطرات خاص، جنبه‌های فنی و کارشناسی آنها آشنا شوند، باید دوره‌های آموزشی گذاشته شود

آقای دکتر آسوده: اگر ما بخواهیم پاسخگوی خطرات جدیدی باشیم که جامعه را تهدید می‌کند، باید از آنها آگاهی پیدا کنیم و اگر بخواهیم این آگاهی را به صورت فردی به دست آوریم طبعاً محال است. این آگاهی‌ها باید از طریق آموزش

آگاهی‌ها و تبلیغات باید طرح‌های پخته ارائه شود و روی آن، کار شده باشد. آسیا: همانطور که آقای دکتر فرجادی فرمودند من فکر می‌کنم که در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توانیم آموزش در صنعت بیمه را به دو بخش تقسیم کنیم. شاید این دو اصطلاح رسا نباشند ولی ناچار آنها را به آموزش عمومی و آموزش تخصصی تقسیم می‌کنیم. آموزش عمومی شامل ارتقاء آگاهیهای مردم نسبت به خدمات بیمه‌ای است که شاید ما بتوانیم در حد عام‌تر آنرا ارتقاء فرهنگ بیمه لحاظ کنیم، بخش دوم، آموزش تخصصی است و شامل آموزشهای تخصصی دست‌اندرکاران و متولیان امر بیمه در جامعه می‌باشد. در مورد بخش دوم از جناب آقای آسوده به عنوان یکی از دست‌اندرکاران صنعت بیمه در کشور تقاضا می‌کنم بفرمایند در حال حاضر چه روشها و برنامه‌ریزیهایی برای تأمین بخش دوم یعنی آموزشهای تخصصی بیمه در کشور وجود دارد؟ آقای آسوده: پیرو صحبت‌های جناب آقای دکتر فرجادی لازم می‌دانم به یک سری توضیحات و مقدمه‌ای مختصر اشاره

کنم. اگر بخواهیم به طور عام از آموزش صحبت کنیم واقعیت این است که ۹۰ درصد دانش بشری در ۵۰ سال اخیر تحقق پیدا کرده است. هر ۱۰ سال نیز دانش بشری دو برابر می‌شود. واقعیت این است که اگر ما بخواهیم به گذشته برگردیم و از ابتدا تغییرات را مشاهده کنیم، شاید بتوانیم بپذیریم که در گذشته تعداد دانشمندان و مخترعین زیاد بوده است، ولی این تعداد در حال حاضر بسیار بیشتر و متنوعتر شده است. به عنوان نمونه شما صنعت برق را در نظر بگیرید که ادیسون آن را اختراع کرد، اگر ایشان الان زنده بود و می‌دید که از برق چه استفاده‌هایی می‌شود شاید ۹۰ یا ۹۵ درصد از این مزایا را نمی‌دانست. وقتی که در محیط بیرونی صنعت، تا این اندازه حجم دانش و اطلاعات افزایش می‌یابد، طبعاً صنعت خود را با آن تطبیق می‌دهد. گفته می‌شود که ۹۰ درصد دانشمندان در طول اعصار هم اکنون زنده

بیمه با خسارت، سرمایه با غرامت چه فرقیایی دارد. طبقه نخبه مملکت جمع شده‌اند در هیئت تحریریه یک روزنامه کثیرالانتشار که حداقل تحصیلات آقایان لیسانس و بالاتر از لیسانس است. اینها مطالعه دارند، دست اندرکار اخبار و اطلاعات جهانی هستند در کشوری زندگی می‌کنند که الان چندین شرکت معظم بیمه وجود دارد باوجود اینها فرق حق بیمه با خسارت را نمی‌دانند؟! مشکل دیگر ما این است که وقتی بعضی بیمه‌گران در وسایل ارتباط جمعی حرف می‌زنند به یک نفر مترجم احتیاج داریم تا صحبت آنها را ترجمه کند. در تلویزیون و جوار اتوبوسها در همه جا آگاهی می‌دهیم. این کار از نظر پیشبرد فرهنگ بیمه چه فایده‌ای دارد؟ به جای آن یکی از مفاهیم بیمه را در جوار اتوبوس به عنوان شعار بنویسید هم بیمه شما معروف می‌شود هم مردم آموزش می‌بینند. در اینجا اگر بخواهیم آموزش بدهیم صرفنظر از تکنولوژی و مسائل پیشرفته جهان باید الفبای بیمه را به مردم آموزش داد. مشکلات بیمه‌ای که مثلاً در آمریکا پیش می‌آید، به درد ما نمی‌خورد.

مشکلات بیمه‌ای که در انگلستان پیش می‌آید، به درد ما نمی‌خورد. ما در ابتدای کار هستیم. آموزش ما باید ساده، عملی و به اصطلاح پربار باشد. در این سیستم هدف اول باید آموزش کارمندان خودمان باشد. بعد از آن افکار عمومی هستند. برای



آقای آسوده: در بازار رقابت، هر شرکتی برای پیشی گرفتن از دیگری باید سعی کند آموزش خود را به شیوه‌های بهتری ارائه کند نه اینکه تابع یک سری دستورالعمل از بیمه مرکزی باشد.

کنند. این طرح‌ها نیز در مرحله اجرا توسط مثلاً ۲۰۰۰ نفر به فروش می‌رسد. اگر قرار باشد این عده طرحی را که چهار نفر روی آن کار کرده‌اند بفروشند، باید نتیجه کار آن چهار نفر به این ۲۰۰۰ نفر که می‌توانند پرسنل شرکت یانماینده و یا کارگزاران باشند، به خوبی انتقال داده شود. این امر جز با آموزش امکان‌پذیر نیست. ممکن است کارشناسان چیزی را طرح کرده باشند و فروشندگان چیز دیگری بفروشند. یکی از مسائل مهم در صنعت بیمه، بازاریابی یا شیوه‌های بازاریابی است. نماینده یا افرادی که با مشتری تماس دارند باید بتوانند کالا را بشناسند و برای شناختن لازم است خود بدانند چه چیزی می‌فروشند؟ و جز با آموزش به این مهم نخواهیم رسید. به نظر من خدمتی (سرویس) که به جامعه ارائه می‌دهیم باید از آن آگاهی و شناخت داشته باشیم. از سوی دیگر متولی آموزش

محیط فراتر از صنعت و در کل کشور ایجاد می‌شود به حدی زیاد است که اگر بخواهیم پاسخگوی آن تغییرات باشیم باید فعالیت‌ها را تخصصی و تشکیلاتی کنیم و طرح‌های جدید ارائه بدهیم. در گذشته سماور عالی نسب ۲۰ سال قابل مصرف بود، ولی هم اکنون عمر مصرف کالاها کم شده است. قبلاً عمر کالاهای بیمه‌ای از روی شرایط عمومی در نظر گرفته می‌شد. مثلاً بیمه باربری تمام خطر صادر می‌شد. الان نیازها تغییر یافته است. در حال حاضر نمی‌توان از یک طرح بیمه‌ای صد هزار بیمه‌نامه صادر کرد. امروزه بیمه‌گذار مایل است نوع بیمه تحت پوشش را سفارش داده و برای خود داشته باشد. ممکن است شرایط عمومی را بپذیرد و مشکل داشته باشد. اگر ما بخواهیم این نیازها را پاسخ‌گو باشیم باید همواره طرح‌های جدید ارائه بدهیم. اگر قرار است طرح جدیدی بدهیم باید چند کارشناس روی آن طرح کار

هستند. اینها از مزایای آموزش است که به این ترتیب می‌توانستند علوم را گسترش دهند. آموزش مانند اسکناسی است که بخواهند از آن کپی بگیرند. یک معلم می‌تواند تجربیات و نتیجه بررسی و تحقیقات خود را مثلاً به ۴۰ نفر منتقل کند. آن ۴۰ نفر نیز بتوانند باز هر کدام به ۴۰ نفر دیگر بگویند. وقتی شرکتی گسترش یافته و در سطح کشور یا خارج از آن می‌خواهد به اصطلاح خدمات ارائه کند نمی‌تواند بررسی این فعالیت را به یک نفر محدود نماید. نباید هر فرد به تنهایی بررسی کند و یا به تنهایی آموزش ببیند. باید یکسری کارها تقسیم شود و هر کس در یک زمینه خاص فعالیت کند و تجربه خود را در آن زمینه بین افراد دیگر با هزینه بسیار کم توزیع نماید. اگر این روند طی شود می‌توان گفت که آموزش صورت می‌گیرد. به عبارتی اگر نتیجه دو سال مطالعه در مدت یک ماه به ۳۰ نفر ارائه شود و این ۳۰ نفر نیز این اطلاعات را به علاوه زمینه‌های دیگر مطالعه خود به دیگران منتقل کنند، طبعاً سطح دانش در یک مجموعه بالا می‌رود. در صنعت بیمه نیز بیمه‌گذاران مختلفی هستند که خود منشأ تغییراتند. فرض کنید کارخانه‌ای تحت بیمه است. تکنولوژی خاصی که هم اکنون در این کارخانه بکار گرفته می‌شود، با ۱۰ سال قبل متفاوت است. خطراتی که یک خانواده تحت پوشش بیمه را تهدید می‌کند با خطرات ۱۰ سال پیش یکی نیست. اگر ما بخواهیم پاسخگوی خطرات جدیدی باشیم که جامعه را تهدید می‌کند، باید از آنها آگاهی پیدا کنیم و اگر بخواهیم این آگاهی را به صورت فردی به دست آوریم طبعاً محال است. این آگاهی‌ها باید از طریق آموزش کسب شود. تغییراتی که در محیط صنعت بیمه و یا در



آقای مظلومی: زمان آن رسیده است که در سایه شتاب فزاینده‌ای که کمیت آموزش رسمی و دانشگاهی بیمه به خود گرفته است، کیفیت آن به طور جدی مورد نقد و بررسی قرارگیرد

اطلاعات عمومی این مدیر مثلاً نسبت به صنایع و روند اقتصادی کشور بیشتر باشد. بنابراین آموزش‌ها باید متناسب با سطوح مختلف و تخصصهای مختلف در هر شرکت و برای خود آن شرکت و حتی شرکت نمایندگی انجام بگیرد. شرکت‌های نمایندگی نیز باید برنامه آموزشی برای خود داشته باشند.

وقتی مدیران شرکتها برنامه آموزشی خود را تنظیم می‌کنند به سازمان برنامه و بودجه ارائه می‌دهند. در این زمان بیمه مرکزی می‌تواند اهمیت آموزش را برای این سازمان تشریح کند تا برای هر شرکت بیمه مقدار بیشتری بودجه آموزشی در نظر گرفته شود. از سوی دیگر باید در بیمه مرکزی قسمت آموزش ایجاد شود تا طرحهای آموزشی که در شورای عالی بیمه تصویب می‌شود، عیناً به شرکتها منتقل شود و به اجرا درآید.

آسیا : جناب آقای مظلومی شما به عنوان

آموزش قبل از خدمت و آموزش ضمن خدمت حتماً ضروری است چون : او تمام فعالیت‌های بیمه ترکیبی از عمل و تئوری است و در دانشگاه باید در کنار مباحث نظری بیمه برای دانشجویان برنامه‌های کارآموزی هم پیش بینی کرد. دانشجویان نیز پس از اخذ لیسانس وقتی وارد صحنه شدند باید بسیاری از مسائل را در عمل فرا بگیرند و همگام با تغییراتی که در عمل ایجاد می‌شود با طرحهای جدید هم آشنا شوند.

ثانیاً آموزش در سطوح مختلف صنعت بیمه تفاوت می‌کند. آموزش کارشناسان و متخصصین، آموزش سرپرستان، آموزش مدیران، آموزش مدیران ارشد، سطوح مختلفی است و هر چه سطح سازمانی بالاتر می‌رود، عمق آموزشها کمتر می‌شود. یعنی اطلاعات بیمه‌ای مدیری که در رده بالای یک سازمان است، می‌تواند کمتر از یک کارشناس که مثلاً در قسمت خسارت و باربری کار می‌کند، باشد. ولی ممکن است

نمی‌تواند تنها یک ارگان باشد. البته بیمه مرکزی به موجب قانون وظیفه ارشادی و هدایتی دارد و طبعاً باید نقشی آموزشی هم داشته باشد ولی هر کدام از ارکان صنعت بیمه مانند شرکت‌های بیمه باید آموزشهای درون سازمانی داشته باشند. اصولاً آموزش شرکت‌های بیمه باید با یکدیگر متفاوت باشد ضمن این که در بسیاری از موضوعات مشترک است. در بازار رقابت، هر شرکتی برای پیشی گرفتن از دیگری باید سعی کند آموزش خود را به شیوه‌های بهتری ارائه کند نه اینکه تابع یک سری دستورالعمل از بیمه مرکزی باشد. بیمه مرکزی باید آموزشهای عمومی‌تر و باز تخصصی را در صنعت بیمه ارائه بدهد تا بتواند رسالت خود را ایفا نماید. به طور کلی نیروهایی که در صنعت بیمه فعالیت می‌کنند باید دو نوع آموزش داشته باشند : یکی آموزش قبل از خدمت و دیگری آموزش ضمن خدمت است. آموزش قبل از خدمت زمانی است که می‌خواهیم نیروها را انتخاب کنیم. طبعاً برای فعالیت بیمه‌ای نیاز به افرادی داریم که آموزش بیمه را به خوبی طی کرده‌اند و یا دوره‌های دانشگاهی را گذرانده‌اند. ما باید بهترین نیروها را در زمان جذب انتخاب کنیم. خوشبختانه آموزش قبل از خدمت به خوبی گسترش یافته است. در چند سال اخیر رشته بیمه از جمله رشته‌هایی بوده که در خیلی از مراکز آموزش عالی نفوذ کرده است. هم اکنون دانشگاه تهران، علامه طباطبایی، شهید بهشتی، بیمه اکو و دانشگاه آزاد اسلامی دانشجوی بیمه تربیت می‌کنند و تعداد بسیار زیادی نیز در شهرستانها مشغول به تحصیل هستند. آنچه که ما را نگران می‌کند تأمین استاد است.

یکی از دست اندرکاران مسایل آموزشی بیمه، سطح آموزش و بنیانهای علمی را در رابطه با صنعت بیمه کشور چطور ارزیابی می‌کنید؟

آقای مظلومی: داشتن سطح مطلوبی از آموزش مستلزم یک گروه آموزشی رسمی و فعال است که براین امر نظارت مستمر داشته باشد. متأسفانه نبود این گروهها یک خلاء در امر آموزش بیمه ما است

آقای مظلومی: حتی معتبرترین دانشگاه هائی که رشته بیمه را تدریس می‌کنند، توسط سازمانها و شرکتهای بیمه حمایت می‌شوند. ما در کشورمان آن سازمانها را نداریم

آقای مظلومی: همکاری ارگانیک بین آنچه که به نام صنعت بیمه است با سیستم آموزشی وجود ندارد. بنابراین هر کدام، کار خود را انجام می‌دهند در نتیجه در دانشگاه تحقیقاتی که قابل قبول باشد وجود ندارد و انجام نمی‌گیرد

آقای مظلومی : اجازه بدهید قبل از پرداختن به سؤال شما به خاطر مورد توجه قراردادن مسئله آموزش بیمه تشکر بکنم و امیدوارم که این سؤال برای بررسی عمیقتر این مسأله فتح بابی باشد. در واقع از نظر من با توجه به تجربه موجود، زمان آن رسیده است که در سایه شتاب فزاینده‌ای که کمیت آموزش رسمی و دانشگاهی بیمه به خود گرفته است، کیفیت آن به طور جدی مورد نقد و بررسی قرارگیرد. تجربه مورد اشاره من به دو دوره زمانی تقسیم می‌شود. دوره اول که رسماً از سال ۱۳۴۹ آغاز و با شروع انقلاب فرهنگی در دانشگاه‌های کشور در سال ۱۳۵۸ خاتمه می‌پذیرد و دوره دوم از سال ۱۳۶۷ با بازگشایی این رشته در سطح دانشگاه‌ها آغاز شده و هنوز هم ادامه دارد.

تطبیق آن با شرایط روز احساس نمی‌شد. در دوره دوم تصویر به کلی واژگونه شد. بدین صورت که مصرف کننده آموزش دانشگاهی بیمه (صنعت بیمه)، برخلاف نظام نیمه باز قبلی با دولتی شدن کاملاً بسته شد، در صورتیکه تولید کننده این آموزش که قبلاً فقط یک مؤسسه بود به چندین وچند پاره تقسیم شد. تا آنجایی که من اطلاع دارم، در حال حاضر در تهران دو واحد رسمی دانشگاهی (علامه طباطبایی و تهران)، یک واحد رسمی وابسته به دانشگاه (مؤسسه آموزش عالی بیمه اکو)، یک واحد رسمی دانشگاهی وابسته به وزارتخانه (دانشکده اقتصاد و دارایی) و حداقل یکی از واحدهای دانشگاه آزاد فعال هستند و اخیراً یک واحد آموزش غیر انتفاعی از نوع دوم نیز به این لیست اضافه شده است .

در تمامی واحدهای دانشگاهی فوق بیمه به عنوان یک رشته دانشگاهی مستقل با برنامه‌ای واحد ارائه می‌شود (به استثنای مورد آخر). در جوار اینها باید به

تفاوتهای مشخصی را مابین این دو دوره می‌توانیم مشاهده کنیم. در دوره اول آموزش به صورتی متمرکز در " مدرسه عالی بیمه تهران " و دانشکده R . C . D منضم به آن ارائه می‌شد. در نتیجه از آنجا که این آموزش دانشگاهی متولی واحدی داشت، فراهم آوردن امکانات آموزشی برایش آسانتر بوده و امکان ارزیابی برنامه‌هایش قاعداً می‌بایست سهل‌تر انجام می‌شد هرچند به علت نبود رقیب در تولید علم ولو اینکه مصرف کننده این علم متعدد بود، ضرورت چندانی به بازنگری برنامه‌ها و





آموزش مستلزم یک گروه آموزشی رسمی و فعال است که براین امر نظارت مستمر داشته باشد. متأسفانه نبود این گروهها یک خلاء در امر آموزش بیمه ما است. هرچند تلاش شده است که با ایجاد گروههای غیررسمی متشکل از همکاران پاره وقت، تا حدودی این کمبود جبران شود، با این وجود مدعو بودن اکثریت قریب به اتفاق مدرسین دروس تخصصی بیمه، محدود بودن تعداد این مدرسین و کثرت مرکز آموزشی در هر حال به عنوان یک واقعیت محدودیت‌هایی هستند که بر سطح آموزش تاثیر می‌گذارند. البته این نوع نگاه کردن به مساله تا حدودی انتزاعی و کمال‌گرا است. در آن طرف سکه، تصویر دیگری را هم داریم. اگر به شرکتهای بیمه دقت کنید، متوجه می‌شوید که بخش بزرگی از مدیران واحدها و دوائر تخصصی که در واقع ستون فقرات صنعت بیمه امروز محسوب می‌شوند، همان فارغ التحصیل‌های دوره اول هستند. در یک سطح پائین‌تر چهره‌های تعدادی از فارغ التحصیل‌های دوره دوم را نیز می‌توان مشاهده کرد. آیا آموزش و حضور اینها در فرآیند فعالیت صنعت بیمه بی‌تاثیر بوده است؟ مسلماً چنین نیست. بنابراین هدف از بیان محدودیت‌های مذکور، نفی آموزش نبوده بلکه نقدی از زاویه اصلاح امور است. بنابراین ملاحظه می‌کنید که قضاوت در مورد سطح آموزش و بنیانهای علمی چندان آسان نیست. چراکه برای چنین قضاوتی باید همه سو نگر بود و در طول زمان نگاه کرد. از جمله عوامل دیگری که بر سطح آموزش تاثیر می‌گذارد برنامه‌های درسی و آموزشی است. بدنه اصلی برنامه درسی مصوبی که کمابیش در حال حاضر به اجرا گذاشته می‌شود، در حوال محور آموزش

مدیریت بازرگانی تنظیم شده است که با اضافه شدن تعدادی واحدهای درسی بیمه تکمیل می‌شود. باید توجه داشت که این برنامه درسی، نوعاً دانشگاهی است و متفاوت از برنامه‌های آموزش حرفه‌ای از قبیل (CII) است. بنابراین دانشجویان این رشته در سطح کارشناسی پس از اتمام دوره درسی خود بلافاصله نمی‌توانند کار حرفه‌ای خود را شروع کنند. بلکه آموخته‌های ایشان با آموزش‌های درون سازمانی می‌باید صیقل ببینند. ولیکن با توجه به این نکته که این فارغ التحصیلان در زمینه‌های دیگری علاوه بر بیمه از قبیل مدیریت، امور مالی، اقتصاد و غیره هم آموزش دیده‌اند، افراد واجد شرایطی برای پر کردن سطوح مدیریت میانی شرکتها به شمار می‌آیند. در این جا است که می‌باید مجدداً به کیفیت تلاشی که مدرسین در کلاسهای درس بدان اهتمام می‌ورزند و همچنین عامل دیگری که در ارتباط با سوال شما می‌توان مطرح کرد، تعداد و کیفیت تحقیقاتی است که در ارتباط با بیمه در سطح دانشگاهها و همچنین دانشکده‌های ارائه دهنده رشته بیمه انجام می‌گیرد. متأسفانه از این بابت سابقه خوبی در دست نداریم. اخیراً با تعداد زیادی از دانشگاهها



دکتر فرجادی: مدیریت بیمه نه تنها بایستی به تمام رگ و ریشه شرکت بیمه آشنا باشد بلکه باید بازار را هم با مسایل اقتصادی آن بشناسد و اوضاع اقتصادی خارج از مملکت را هم درک کند

گیریهای آماری در بیمه با اهمیت است. در کشورهای پیشرفته، شرکتهای بیمه یک مدیریت خاص برای آمار دارند. اینها مرتب در حال تجزیه و تحلیل نموده‌ها و موضوعات بیمه‌ای هستند و این تحلیلهای آماری را در اختیار مدیران قسمتها قرار می‌دهند، تا براساس آنها تصمیم‌گیری شود. به طور کلی آمار نقش بزرگی در تولید یعنی فروش بیمه دارد. مدیریت فنی در بیمه خیلی مهم است. من فکر می‌کنم با مدیریت مثلاً شهرداری و یا مدیریت دخانیات یا مدیریت کارخانه پارچه بافی زمین تا آسمان فرق می‌کند ما نمی‌توانیم این مدیریتها را در یک روال و در یک جهت مورد بحث و بررسی قرار بدهیم. مدیریت بیمه نه تنها بایستی به تمام رگ و ریشه شرکت بیمه آشنا باشد بلکه باید بازار را هم با مسایل اقتصادی آن بشناسد و اوضاع اقتصادی خارج از مملکت را هم درک کند. بایستی گروهی از کارشناسان را در اختیار داشته

نمایش گذاشته بود که تا به حال سابقه نداشته است. این نشان می‌دهد با یک حرکت بیمه مرکزی و به همت تلاش تعدادی از همکاران ما، مسئله بیمه در دانشگاهها مطرح شده است و حداقل در آنجا دانشجویان راغب هستند که در مورد بیمه کار بکنند. اما کافی نیست چون می‌بایست بیشتر از اینها فعالیت کرد و این نیاز به حمایت مستقیم دارد. متأسفانه شرکتهای بیمه در این زمینه هیچ فعالیتی نداشته‌اند. انجمن‌هایی هم نداریم که بخواهند در این زمینه فعالیت کنند. تا آنجایی که حداقل توانسته ایم یک آموزشی را آماده بکنیم، خوب است ولی این روند پاسخگوی نیاز ما به ویژه در آینده نخواهد بود.

دکتر فرجادی: پایه و رکن بیمه، آمار است و این کار آماری نه تنها برای فعالیتهای روزمره بلکه از لحاظ استفاده در سالهای آتی بسیار مهم است. ثبت و ضبط نموده‌ها و بعد مسائل مربوط به دسته‌بندیها و نتیجه -

و موسساتی که در دنیا شناخته شده هستند و آموزش بیمه را به صورت رسمی ارائه می‌کنند تماس گرفته و از آنها خواستیم که برای ما بروشورهای خود را بفرستند. خوشبختانه از حدود ۴۲ دانشگاه و مرکز علمی که با آنها تماس گرفتیم، نزدیک به ۳۰ مورد جواب دریافت شد. بلااستثناء همه آنها، حتی معتبرترین دانشگاه هائی که رشته بیمه را تدریس می‌کنند، توسط سازمانها و شرکتهای بیمه حمایت می‌شوند. ما در کشورمان آن سازمانها را نداریم. سازمانهایی حرفه‌ای مثل سندیکاها، بیمه‌گران، سندیکاها، کارگران بیمه، سندیکاها، نمایندگان بیمه و سایر سندیکاها و سازمانهای بیمه و آنهایی که متعلق به بیمه هستند. خودشرکتهای بیمه نیز چنین عمل می‌کنند و بورسهای تحصیلی ارائه می‌دهند و در اختیار مراکز علمی و دانشگاهها می‌گذارند. یعنی شرکتهای بیمه حمایتهای مالی را به عمل می‌آورند. نه اینکه الزاماً چند دانشجو برای خود تربیت کنند، بلکه این حمایتهای مالی برای آن است که بتوانند پول را در جهت تحقیقات صرف نمایند یعنی برای آنهایی که بخواهند تحقیقات موثری انجام دهند بودجه‌های

لازم را اختصاص بدهند. ولی متأسفانه چنین ارتباطی در ایران وجود ندارد. همکاری ارگانیک بین آنچه که به نام صنعت بیمه است با سیستم آموزشی وجود ندارد. بنابراین هر کدام، کار خود را انجام می‌دهند در نتیجه در دانشگاه تحقیقاتی که قابل قبول باشد وجود ندارد و انجام نمی‌گیرد. البته در سمینار بیمه و توسعه، بیمه مرکزی در غرفه خود حداقل ۷ و ۸ جلد تحقیق کارشناسی ارشد ارائه کرده و به



دکتر فرجادی: مهم‌ترین علت عقب‌ماندگی ما هم این است که شرکت‌های بیمه ما هنوز آن طوری که باید و شاید در زمینه‌های فنی، اصیل عمل نمی‌کنند که آن هم به علت فقر آموزشی است

تمهیداتی در نظر گرفته شده است تا با توجه به شرایط و تغییرات جدید بتواند پاسخگوی نیازهای صنعت بیمه باشد؟

آقای آسوده: در صحبت‌های ابتدایی خود سعی کردم یک مقدار کلیات را عرض کنم. در بخش آموزش‌های قبل از جذب. در حال جذب فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها هستیم. در این زمینه بیمه مرکزی طی چند سال گذشته، فعالیت خوبی داشته است. همانطور که می‌دانید بعد از انقلاب تمام دانشگاه‌هایی که رشته بیمه را تدریس می‌کردند تعطیل شدند و یا رشته بیمه به طور کلی برچیده شد. اما در حال حاضر اکثر دانشگاه‌ها، رشته بیمه را تدریس می‌کنند. من فکر نمی‌کنم از نظر تعداد دانشجویی که برای رشته بیمه پذیرفته می‌شوند نگرانی خاصی داشته باشیم. بلکه از نظر کیفیت آموزش تا حدودی جای نگرانی وجود دارد. در واقع تعداد استادان

اداری و مالی و بهم خوردن تعادل کل پرتفوی شرکت.

آسیا: آقای فرجادی، حساسیت و ضرورت نیاز به آموزش در صنعت بیمه را به ذهن تشریح کردند. سؤال دیگری که به ذهن می‌رسد این است که صنعت بیمه با توجه به ساختار و عملکرد ویژه خود به رشته‌های خاصی نیاز دارد مانند حسابداری و آمار. بدیهی است سطح کیفی آموزش دانش‌های موجود و شرایطی که این معارف به کار گرفته می‌شوند در پویایی این صنعت مؤثر است. آموزش کسانی که در صنعت بیمه فعالیت می‌کنند می‌تواند در دو مقطع انجام بگیرد: یکی قبل

از جذب و دیگری بعد از جذب. برای آموزش‌های قبل از جذب در حال حاضر چه مکانیزم‌هایی وجود دارد که متخصصین مورد نیاز جذب شوند و برای بعد از جذب یعنی آموزش در ضمن خدمت چه

باشد که اینها بتوانند نوآوری کنند. همانطور که جناب آقای آسوده فرمودند ما وقتی نگاه می‌کنیم رشد شرکت‌های بیمه در ایران بسیار اندک است. اگر خود را با برخی کشورهای جهان سوم از لحاظ درآمد سرانه و یا آمارهای رشد بیمه‌ای و حق بیمه‌هایی که می‌گیرند یا تعداد شرکت‌های بیمه مثل ترکیه یا پاکستان مقایسه کنیم می‌بینیم که ما عقب‌تر هستیم و مهم‌ترین علت عقب‌ماندگی ما هم این است که شرکت‌های بیمه ما هنوز آن طوری که باید و شاید در زمینه‌های فنی، اصیل عمل نمی‌کنند که آن هم به علت فقر آموزشی است.

به عنوان مثال در مؤسسات بازرگانی بیمه، بیمه‌نامه‌ها و ریسک‌های بد بایستی یک پیشینه‌ای داشته باشد، (لیست سیاه یا بلاک لیست) بدین معنی که این ریسک‌ها دفعه دیگر نباید پذیرفته شوند. از طرف دیگر پرتفوی نماینده‌ها هر ۳ یا ۵ سال یکبار کنترل شود. باید آمار عملکرد نماینده را بررسی کرد. ببینیم چقدر حق بیمه گرفته و چقدر خسارت داشته است. اگر حق بیمه‌ای که آورده کمتر از خسارت باشد با او چه برخوردی خواهد شد؟

ماحصل کلام اینکه از نظر فنی مدیریت‌های بیمه باید قوی باشند. در نظر بگیرید که مثلاً یک شرکت شروع می‌کند به باز کردن شعبه. یک دفعه ۲۰ تا ۳۰ شعبه شروع به فعالیت می‌کنند. مدیریت شرکت نمی‌تواند عملاً اینها را در کنترل بگیرد، زیرا باید افرادی آموزش دیده داشته باشد که این شعب را تغذیه کنند. برای پست رئیس شعبه جدید مثلاً شرط حداقل ۵ سال سابقه خدمت و آموزش فنی داشته باشد نه اینکه شما کارمند تازه استخدام را مسئول شعبه کنید، بدیهی است آن وقت حاصل کار چه خواهد شد؟! اضافه کردن بار هزینه‌های

در این رشته محدود است.

آقای آسوده: بیمه جزئی از اقتصاد است. اگر رشد اقتصادی یا توسعه اقتصادی نداشته باشیم، طبعاً صنعت بیمه را هم نمی‌توانیم توسعه دهیم. اینها بر هم تأثیر می‌گذارند.

آقای آسوده: وقتی شرکتهای بیمه به صورت یک سیستم گسترده عمل می‌کنند الزاماً تنها به فارغ التحصیلان بیمه نیاز ندارند، بلکه به بسیاری از رشته‌های دیگر نیز نیاز دارند. رشته‌های مدیریت، حقوق، بازاریابی و اقتصاد

آقای آسوده: برای هر سطحی و هر تخصصی آموزش‌ها فرق می‌کند. چون آنقدر تنوع فعالیت‌ها زیاد است که اگر بخواهیم آموزش بدهیم باید ببینیم که از آن کارمند چه انتظاراتی داریم و بر مبنای آن طبقه‌بندی کنیم و گروه‌بندی کرده و برای هر گروهی آموزش خاص آن را ارائه بدهیم

در آموزش آکادمیک بیمه باید همیشه ورودیها از خروجیها بیشتر باشند. از سوی دیگر کیفیت هم باید بالاتر برود تا بتوانیم پاسخگوی گسترش بیمه باشیم. اگر دو نفر دانشجو فارغ التحصیل می‌شوند، باید چهار نفر وارد دانشگاه شوند تا حداقل ما بتوانیم ادعا کنیم که در جامعه نفوذ کرده‌ایم. در زمینه کیفیت آموزش، بیمه مرکزی توانسته نقشی را ایفا کند. بیمه مرکزی در برنامه‌ها و هماهنگی‌هایی که در دانشکده‌ها داشته، سعی کرده است در انتخاب دروس و معرفی استادان و تنظیم برنامه‌های آموزشی و گنجانیدن رشته بیمه در برخی دانشگاهها فعالیت نماید.

آموزش بیمه‌گزاران نیز مهم است ولی آموزش عرضه‌کنندگان بیمه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این نوع آموزش یک مقدار جنبه بازاریابی به خود می‌گیرد تا اینکه کالاهای خود را معرفی کنیم. وقتی صحبت از رشد و توسعه صنعتی بیمه می‌شود می‌گویند در این زمینه خیلی عقب هستیم. من می‌گویم این طور نیست. اگر بیاوریم رده وضعیت اقتصادیمان را در دنیا مشخص کنیم و بگوییم که از نظر درآمد سرانه در دنیا در چه رده‌ای هستیم و از نظر رشد بیمه چه

رتبه‌ای داریم، می‌بینیم که دو رقم بدست آمده یکی می‌شود. یعنی فرض کنیم درآمد سالانه ما از تجارت جهانی که صنعت بیمه جزئی از آن است ۰/۴ درصد باشد، بدین ترتیب سهم حق بیمه ما در جهان نیز همین مقدار است. یعنی بیمه جزئی از اقتصاد است. اگر رشد اقتصادی یا توسعه اقتصادی نداشته باشیم، طبعاً

بازاریابی خوبی هم دارید ولی روزی که مشتری مراجعه می‌کند تا خسارت خود را بگیرد برخورد نامناسبی با او می‌شود و مشتری از دست می‌رود. و اگر این امر به کل شرکت تعمیم یابد در همه جای شرکت پسروی وجود خواهد داشت.

جنبه‌های آموزشی اگر فقط برای همکاران جدید باشد اشتباه است. به نظر من مدیر بیشتر از یک کارمند نیاز به آموزش و مطالعه دارد، چون یک کارمند جدید در محدوده‌ای تصمیم‌گیری می‌کند که ممکن است چند مشتری را ناراضی یا راضی کند ولی تصمیم مدیر، کل شرکت را متأثر می‌کند و اگر از تغییرات بیرونی، تغییرات اجتماعی و اقتصادی آگاهی نداشته باشد ممکن است تصمیماتی اتخاذ کند برکل شرکت تأثیر مثبت یا منفی داشته باشد. بنابراین اگر نیروها در یک شرکت خوب آموزش نمی‌بینند و یا خوب فعالیت نمی‌کنند، ایراد جز در مدیریت نیست. البته مدیریت نیز متغیری از توابع دیگر است ولی مدیریت اهمیت بسیاری برخوردار

صنعت بیمه را هم نمی‌توانیم توسعه دهیم. اینها بر هم تأثیر می‌گذارند.

وقتی کشاورزی و صنعت در کشور ما گسترش پیدا کرد، آگاهی مردم نسبت به بیمه نیز افزایش خواهد یافت ولی می‌بایست قالبهای مختلفی برای آموزش در نظر گرفته شود. استفاده از آن مکانیزمها موجب می‌شود که شما بهتر بتوانید توضیح بدهید که کاربرد بیمه چیست؟ لذا بحث خود را محدود به آموزش قبل از خدمت می‌کنیم. در این زمینه وقتی شرکتهای بیمه به صورت یک سیستم گسترده عمل می‌کنند الزاماً تنها به فارغ التحصیلان بیمه نیاز ندارند، بلکه به بسیاری از رشته‌های دیگر نیز نیاز دارند. رشته‌های مدیریت، حقوق، بازاریابی و اقتصاد. ممکن است در قسمتهایی به فرض بیشتر از حد معمول خسارت بدهد، ولی ایراد در قسمت خسارت نباشد بلکه در قسمت صدور بیمه باشد. و یا قسمت صدور، مشتری ندارد بعد می‌بیند مشکل در قسمت خسارت است. یعنی شما



است. کارمندی که تازه از دانشکده آمده، بهترین پتانسیل را برای هر نوع آموزش دارد ولی در محیط شرکت تحت تأثیر بسیاری از مسائل قرار می‌گیرد و انگیزه‌هایش از بین می‌رود. همه اینها برای امر آموزش ضدانگیزه می‌شود. ولی اگر مدیریت با اتخاذ خط مشی مناسب، شرکت را درست هدایت کند و شرایطی به وجود آورد که مثلاً اگر کارمندی همه کارها را به خوبی انجام داد می‌تواند ترقی کند، انگیزه ایجاد می‌شود.

بحث دوم آموزش ضمن خدمت است. این نوع آموزش هیچگاه نباید متوقف شود. یعنی در هیچ مرحله‌ای هیچ کس بی‌نیاز از آموزش نیست. چنانچه کسی بگوید به حد کافی آموزش دیده‌ام، نیازهای جدید آموزشی را درک نکرده است. می‌بایست بر اساس مطالعات نیازهای جدید شناسایی شده و به او آموزش داده شود. در اینجا صحبت پیغمبرمان مصداق پیدا می‌کند که (از گهواره تا گور دانش بجوی). در دنیای امروز تحولات زیاد است که بعید به نظر می‌رسد کسی بتواند حتی در بهترین شرکت‌های دنیا فارغ از آموزش باشد. بنابراین می‌پذیریم که در طول خدمت آموزش لازم است. منتهی برای هر سطحی و هر تخصصی آموزش‌ها فرق می‌کند. چون آنقدر تنوع فعالیت‌ها زیاد است که اگر بخواهیم آموزش بدهیم باید ببینیم که از آن کارمند چه انتظاراتی داریم و بر مبنای آن طبقه‌بندی کنیم و گروه‌بندی کرده و برای هر گروهی آموزش خاص آن را ارائه بدهیم تا بتوانیم اهداف شرکت را محقق سازیم.

آقای مظلومی: شرکتهای بیمه از آموزش دانشگاهی حمایت کنند تا نهایتاً بتوانیم در سطح دانشگاه زمینه تحقیقات را فراهم بیاوریم. اصولاً آموزش آکادمیک در بیمه عبارت از فراهم کردن زمینه‌های تحقیقات در سطوح بالاتر دانشگاهی است

آقای مظلومی: مساله کیفیت فارغ التحصیلان تا آنجا که بتواند باعث رقابت بین این موسسات و اثرگذاری بر کیفیت آموزش آنها شود امر خوبی است

آقای مظلومی: شرکتهای می‌توانند هزینه تحصیل کارشناسی ارشد را بپذیرند. یا مثلاً به بهترین تزی که در مورد بیمه نوشته شده است جایزه بدهند. برای استادان دانشگاه که روی یک موضوع بیمه‌ای تحقیقاتی را انجام می‌دهند اهرمهای تشویقی در نظر بگیرند

مواجه خواهد شد؟ یا چه الزاماتی برای رسیدن به این هدف وجود دارد؟ یک تحقیق دانشگاهی به این سؤالات پاسخ می‌گوید. حرکت ما باید مبتنی بر تحقیقات باشد. مسلماً اگر تحقیقات اولیه زیربنای تحقیقات گسترده‌تر بعدی باشند، شرکت‌های بیمه ما بهتر می‌توانند تصمیم‌گیری کنند. پس مسئله اول این است که اصولاً سازمانهای حرفه‌ای باور کنند که می‌توان به تحقیقات دانشگاهی اعتماد کرد، می‌توان از آنها کمک گرفت و در تصمیم‌گیریها از آنها استفاده کرد. طبیعتاً این راهی نیست که در یک شب طی شود. از دانشگاهها نیز انتظار معجزه نداریم. این موضوع فرایندی است طولانی که باید طی شود. بنابراین نیاز به حمایت دارد. حمایت هم می‌تواند به صورت‌های مختلف باشد. منظور من از حمایت این نیست که حتماً هر یک از شرکتهای، سالی مقداری پول به دانشگاهها بدهند. بلکه مقصود، ترغیب دانشگاهها برای حرکت به سوی تحقیقات است. مثلاً شرکتهای

آسیا: آقای مظلومی به طور مشخص چه پیشنهادی برای بهتر کردن فعالیتهای آموزشی بیمه دارید؟

آقای مظلومی: در مورد آموزش که شامل آموزشهای دانشگاهی و همچنین درون سازمانی است دوییشنهاد به نظرم می‌رسد. پیشنهاد اول من این است که شرکت‌های بیمه از آموزش دانشگاهی حمایت کنند تا نهایتاً بتوانیم در سطح دانشگاه زمینه تحقیقات را فراهم بیاوریم. اصل آموزش آکادمیک در بیمه عبارت از فراهم کردن زمینه‌های تحقیقات در سطوح بالاتر دانشگاهی است. متأسفانه دانشگاهها با موضوع بیمه بیگانه هستند. البته نه به این معنا که در زمینه بیمه مدرس نداریم، بلکه صنعت بیمه می‌تواند کمک کند تا دانشگاهها به تدریج به سویی حرکت کنند که تحقیقات به عمل تبدیل شود. اگر یکی از شرکت‌های بیمه بخواهد بیمه‌نامه‌ای را طراحی بکند آیا اقبال عامه





آقای مظلومی: درون سازمانی و تکنیکهای بیمه‌گری، تمامی سطوح را شامل می‌شود. از آموزش روابط انسانی و رفتار سازمانی در سطوح پایین تا مدیریت استراتژیک و غیره در سطح بالا

ریسک، آمار و حساب احتمالات و اصول دیگر حقوقی و فنی و با مدیریت صحیح می‌تواند یک پرتفوی سالم و بزرگی را ایجاد کند. همانطور که آقای مظلومی فرمودند، بیمه از خود سرمایه نمی‌آورد ولی سودآوری دارد چون بیمه بازرگانی است. برای اقتصاد مملکت هم مثر ثمر است و نقش بزرگی در توسعه اقتصادی بازی می‌کند. چنانکه در تمام سمینارهایی که در زمینه بیمه و توسعه اقتصادی برگزار می‌شود، حتماً متولیان امر به این مسئله مهم توجه دارند که پایه بیمه واقعی، آموزش است. صرف نظر از آموزش دانشگاهی.

(۲) آموزش نمایندگان :

آموزش حین خدمت بایستی نه تنها برای کارکنان شرکت بلکه برای نماینده‌های بیمه نیز الزامی باشد. که در دومرحله‌است

آسیا : از آقای فرجادی خواهش می‌کنم که با توجه به صحبت های آقای مظلومی و شرایطی که در حال حاضر برفضای آموزشی صنعت بیمه حاکم است بفرمایند که برای بهینه سازی این فعالیتهای آموزشی چه پیشنهاداتی دارند؟

آقای فرجادی : اگر بخواهیم شرکت‌های بیمه را واقعاً از لحاظ تکنیکی مجهز به علم امروز بکنیم راه زیادی در پیش داریم ولی مهمترین کار همان آموزش حین خدمت است که باید در دو بخش باشد: آموزش دادن به کارکنان صنعت و آموزش نمایندگان.

(۱) آموزش دادن به کارکنان صنعت :

اصولاً صنعت بیمه، ساختار و عناصرش (شناسائی تک تک این عناصر و نقشی که اینها بازی می‌کنند) به گونه‌ای است که با بکاربردن یک سلسله تکنیکها بر مبنای

می‌توانند هزینه تحصیل کارشناسی ارشد را بپذیرند. یا مثلاً به بهترین تزی که در مورد بیمه نوشته شده است جایزه بدهند. برای استادان دانشگاه که روی یک موضوع بیمه‌ای تحقیقاتی را انجام می‌دهند اهرمهای تشویقی در نظر بگیرند و یا آنکه برای شاگردان اول پذیرفته‌شده در رشته بیمه جوایز تشویقی و یا بورسهای تحصیلی اهدا کنند.

پیشنهاد دیگر من در مورد آموزشهای درون سازمانی است. چنین آموزشهایی مقطعی هستند و حسب نیاز شرکتها ارایه می‌شوند و می‌توانند نقش بسیار مهمی را در بهبود نیروی انسانی شرکتها بازی کنند. از آنجایی که نیازها این آموزشها را شکل می‌دهند، بنابراین موضوعات آنها محدود نیست. بلکه باید به صورت امری مستمری به آن نگاه شود. هرچند اگر مدیریت دستگاه چنین تلاشهایی را باور نداشته باشد موفق نمی‌شوند.

پس می‌باید چنین باوری به صورتی نهادی ایجاد شود. صنعت بیمه در ۵ سال آتی معلوم نیست همین وضع و روزگار فعلی را داشته باشد. شرکت‌های بیمه سازمانهای خدماتی هستند و کالای خود را می‌بایست به فروش برسانند. منابع انسانی چنین سازمانهایی در شرایط متفاوت می‌باید از توانایی‌ها و خصلت‌های ویژه‌ای برخوردار باشند. بنابراین آموزشهای درون سازمانی و تکنیکهای بیمه‌گری، تمامی سطوح را شامل می‌شود. از آموزش روابط انسانی و رفتار سازمانی در سطوح پایین تا مدیریت استراتژیک و غیره در سطح بالا، طبیعی است در طراحی چنین دوره‌هایی نیز همکاری مابین مراکز دانشگاهی و صنعت بیمه مفید واقع می‌شود.

یکی مرحلهٔ استخدام به شرط داشتن آموزشهای اولیه، و دیگری هم آموزشهای دوره‌ای. برای اینکه نماینده را با واقعیات بازار و آن رسالتی که شرکت‌های بیمه باتوجه به اوضاع و احوال اقتصادی مملکت پیدا می‌کنند تطبیق دهند و به اصطلاح برای روغن زدن چرخهای این صنعت برای چرخش بهتر و راندمان بیشتر است.

در یکی از شرکت‌های بیمه به من گفتند، که می‌خواهیم راجع به آموزش، برنامه‌ای بریزیم و این طرحها را تهیه کرده‌ایم. یک پرسشنامه‌ای تهیه شده که به کارمندان می‌دهیم و در آن خواسته‌ایم، بنویسند بهتر است چه درسهایی تدریس شود؟ در پاسخ به این پرسشنامه یک عده تقاضا کرده بودند که می‌خواهیم کامپیوتر یاد بگیریم، یک عده هم گفتند ما می‌خواهیم انگلیسی بخوانیم. من به آنها گفتم که شما اشتباه می‌کنید به جای این کار شما باید به کارمندان خط بدهید. شما باید دنبال این باشید که در شرکت بیمه، چه نیامندیهای مدیریتی و علمی و فنی وجود دارد؟ نه اینکه کارمندان به شما بگویند! شما باید برنامه‌ریزی کنید، از بالا هم باید مدیریت پروژکتور ببندازد جلوی پای کارمندان و به اینها بگوید که راهی که شما می‌روید این راه است، و برای این راه شما، این برنامه را طراحی کرده‌ایم و با این برنامه باید حرکت کنید تا به هدف مورد نظر شرکت برسید. هدف باید مشخص شود، هدف شرکت اگر تصفیه

پرتفوی، تمیز کردن پرتفوی و یا اگر ایجاد پرتفوی مدرن و یا برنامه‌ریزی توسعه است، مشخص شود. مدیریتهای بالا بایستی، عالم به این مسایل باشند و مشکل را تشخیص داده و برنامه‌ریزی کنند. بعد این برنامه‌ریزی را برای اجرا در اختیار یک عده کارشناس بگذارند. اگر فردی را که مثلاً در یک کارخانهٔ کفاشی استخدام می‌کنید به

دکتر فرجادی: آموزش حین خدمت بایستی نه تنها برای کارکنان شرکت بلکه برای نماینده‌های بیمه نیز الزامی باشد. که در دوره‌هاست یک مرحلهٔ استخدام به شرط داشتن آموزشهای اولیه، و دیگری هم آموزشهای دوره‌ای

دکتر فرجادی: هنوز در ایران بیشتر همان بیمه‌نامه‌های کلاسیکی که ۲۰ سال ۳۰ سال پیش وجود داشت، صادر می‌شود. با این وضعیت ما چگونه می‌توانیم پایمان را بگذاریم جای پای کشورهای پیشرفته بگذاریم؟

نظریه‌ها را در زمینهٔ بیمه داشته باشیم و به کار ببریم. هنوز نوآوری در تولید بیمه‌های جدید برای صنعت بیمه ایجاد نشده است. مدیریت‌ها ضعیف است. باید ابتدا خودمان را درست کنیم بعد که خودمان را درست کردیم، آن وقت بازارمان را درست کنیم. البته این قصه سردراز دارد و فکر می‌کنم اگر بخواهیم ادامه بدهیم بیشتر از آن بحث اصلی خارج می‌شویم. باید ببینیم دروسی که الان در دانشکده‌های مدیریت بیمه تدریس می‌شود آیا جوابگوی احتیاجات زمان ما هست؟ من بیشتر روی نیاز شرکت‌های بیمه به داشتن کارمندی که در عمل بتوانند گلیم شرکت‌های بیمه را از آب بکشند. تکیه می‌کنم.

کلام آخر اینکه اگر می‌خواهیم راهی را طی بکنیم آیا توان ما در این است که فقط یک راه مسطح را برویم یا باید کوهپیمایی هم بکنیم یا کوله‌بارهای سنگی را هم بالا بکشیم. بنده عقیده دارم در حال حاضر جادهٔ صاف و راست را بتوانیم طی کنیم. ماباید بتوانیم وضعیت بیمه را از این جمود بیرون بیاوریم تا فرق آن با ادارهٔ مالیات یا ادارهٔ شهرداری معلوم شود.

او بگویید که شما چه باید یاد بگیرید، طبعاً آن فرد نخواهد گفت من می‌خواهم کفاشی یاد بگیرم، او می‌گوید کفاشی من خوب است، ولی مرا به کلاس مثلاً تنیس بفرستید، خوب این کلاس چه فایده‌ای برای کارخانه دارد؟

صنعت بیمه در کشور ما در جا می‌زند. مثلاً اگر ضرورت بازار، فلان بیمهٔ تمام خطر را ایجاد کرد. یک فرم بیمهٔ تمام خطر از خارج می‌آورند. ترجمه می‌کنند و یا اقتباس می‌کنند و قرارداد بیمه می‌بندند. این کارها به توسعهٔ بیمه منجر نمی‌شود. در مسئله بازاریابی، نمایندگان بیمه رشد قارچ ماندنی پیدا کرده‌اند بدون توجه به اینکه این نماینده باید چه اطلاعات علمی و یا چه اطلاعات تئوری و یا پشتوانه بازاریابی داشته باشد تا بتواند نمایندگی بیمه را اخذ کند. این نمایندگان باید آموزش ببینند بانظر کارشناسان اقتصادی و فنی شرکت‌های بیمه بتوانند بیمه‌های جدید را به قول معروف سربازانها بیاندازند و در بازار عرضه کنند. برای نمایندگان هم کلاس بگذارند. بیمه‌های جدید را توسعه

بدهند. هنوز در ایران بیشتر همان بیمه‌نامه‌های کلاسیکی که ۲ سال ۳ سال پیش وجود داشت، صادر می‌شود. با این وضعیت ما چگونه می‌توانیم پایمان را بگذاریم جای پای کشورهای پیشرفته، چگونه می‌توانیم بگوییم ما بایستی آخرین