



فرآیند جهانی شدن، بسیاری از حوزه‌ها و مرزها را در هم نوردیده و ساختارهای ملی و بین‌المللی را دچار تغییر می‌کند. تأسیس سازمان تجارت جهانی یکی از دستاوردهای جهانی شدن است که به عنوان مهم‌ترین رویداد عصر حاضر در حوزه تجارت اتفاق افتاده است. اهمیت این رویداد تا آنجاست که عضویت کشورها در این سازمان با حیات اقتصادی آنان رابطه‌ای مستقیم یافته است.

در شرایط موجود، دستیابی به اهداف توسعه اقتصادی در چارچوب مرزهای ملی قابل تحقق نخواهد بود. در عصر جهانی شدن، توسعه صرفاً یک مسأله ملی به شمار نمی‌رود و تنها با اتکاء به منابع ملی و داخلی دست‌یافتنی نخواهد بود. حضور در نظام اقتصاد جهانی، فرآیندی تدریجی و مرحله‌ای است و کشورهای فعال، اعم از توسعه‌یافته و در حال توسعه به طور یکسان در این نظام مشارکت ندارند؛ آنچه میزان مشارکت کشورها در اقتصاد جهانی را معین می‌کند، اولاً روند سطح توسعه اقتصادی و صنعتی آنها و ثانیاً نقشی است که اقتصاد بین‌الملل در اقتصاد داخلی آنان ایفا می‌کند.

حضور فعال در نظام تجارت جهانی، مسیری دوطرفه است. این مسیر به‌آمدگی برای ایجاد و گسترش قابلیت‌ها و توانایی‌های ملی و همچنین بهره‌گیری از امکانات بین‌المللی نیاز دارد. در حال حاضر حدود ۱۵۰ کشور عضو سازمان تجارت جهانی هستند و نزدیک به ۲۸ کشور دیگر از جمله ایران در انتظار الحاق به آن به سر می‌برند.

بالاخره پس از سال‌ها انتظار، بیست و سومین تقاضای عضویت ایران در شورای عمومی *WTO* بررسی شد و این شورا ایران را به عنوان «عضو ناظر» پذیرفت. به این ترتیب ایران اجازه یافت در تمامی جلسات و نشست‌های کاری سازمان جهانی تجارت به جز کمیته مالی و اداری و بودجه و دو کمیته‌ای که مسیر عضویت جداگانه‌ای دارند، شرکت کند.

پذیرفته شدن ایران به عنوان «عضو اصلی» در این سازمان مستلزم مراحل پیچیده و زمان‌بری است. فرآیند الحاق به سازمان تجارت جهانی، طولانی و چند مرحله‌ای است و در مورد برخی از کشورها گاه تا ۱۵ سال به طول انجامیده است.

ورود به این شبکه، نیازمند الزامات و آمادگی‌هایی است و متعاقباً قرار گرفتن در این ساختار، پیامدهایی را به دنبال دارد. سازگاری ساختارهای حقوقی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی، مهم‌ترین الزامات حضور در این دستاورد جهانی شدن است و پدیده‌هایی نظیر پیوستن کشورها به اقتصاد جهانی، شکل‌گیری نوعی تقسیم کار جدید در اقتصاد جهانی، تغییر مرزهای تجاری و روی آوردن کشورها به استراتژی مزیت نسبی، برخی از پیامدهای کلان این تحول می‌باشد.

بیمه از جمله موضوعات تجاری است که ذیل بخش خدمات





بالارفتن شاخص نفوذ بیمه در کشور باشد.

تغییرات و آمادگی‌های که می‌بایست در صنعت بیمه صورت گیرد، بخش دوم الزامات حضور صنعت بیمه در شرایط جدید است. تکمیل فرآیند خصوصی سازی، ایجاد آمادگی برای ورود شرکت‌های بیمه خارجی در بازار داخلی و رقابت با آنها، توسعه بیمه‌های عمر برای پشتیبانی از بخش سرمایه‌گذاری، تعامل جدی با بازار بیمه جهانی و... از جمله مواردی هستند که صنعت بیمه می‌بایست براساس مطالعات و برنامه‌ریزی‌های مقتضی به تدریج آنها را ایجاد نماید.

توجه به پیامدهای مثبت و منفی این الحاق از جمله امکان جذب بخش قابل ملاحظه‌ای از پورتنفوی بازار از سوی شرکت‌های خارجی به دلیل تجربه، مهارت، مدیریت، و قدرت مالی زیاد آنها ضرورت دارد. این موضوع لزوم ارتقاء توان شرکت‌های داخلی برای رقابت با شرکت‌های بزرگ خارجی را دوچندان می‌کند.

تغییرات ساختاری ناشی از قرار گرفتن در روابط تجاری جدید موجب تغییر در خصوصیات بازار، تغییر در چارچوب رقابت، گسترش نقش شرکت‌های بیمه در بازار سرمایه و... خواهد شد. به نظر می‌رسد شرکت‌های بیمه باید پس از مطالعات کافی می‌بایست برنامه‌های ویژه‌ای را برای حضور در این شرایط فراهم کنند؛ برنامه‌های زمان‌بندی شده‌ای که با ایجاد ظرفیت‌های فنی و دانش و مهارت، کافی تدریجاً تغییرات لازم را برای تداوم فعالیت‌ها فراهم سازد.

مالی سازمان *WTO* قرار گرفته است. با توجه به تنوع، گستردگی و حجم ریسک‌ها، تغییرات ساختاری و نیز فعالیت‌های جدید بازیگران تجاری، صنعت بیمه در فرآیند گذار کشورهای در حال عضو و همچنین ساختار جدید فعالیت‌های اقتصاد جهانی در جایگاه ویژه‌ای قرار می‌گیرد.

نفوذ بالای تغییرات ناشی از این رویداد، حتی «کار ویژه»های اصلی بخش‌های تجاری را دستخوش تغییر ساخته است. شرکت‌های بیمه کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی برای فعالیت در شرایط جدید، حضور در بازار سرمایه بین‌المللی و همچنین توسعه ظرفیت بیمه‌گری و کسب ظرفیت‌های لازم در این دو حوزه به همکاری و ادغام با یکدیگر روی آورده‌اند.

به نظر می‌رسد صنعت بیمه کشور ما نیز همانند سایر بخش‌های تجاری می‌بایست الزامات الحاق به *WTO* و به دنبال آن پیامدهای این رویداد را مورد بررسی قرار داده و با اتخاذ سیاست‌های مرحله‌ای و پلکانی در کنار سایر بخش‌ها، این مرحله را نیز با موفقیت پشت سر بگذارد.

ورود شرکت‌های بیمه خصوصی به بازار بیمه کشور، اولین و مهم‌ترین گام در جهت ایجاد آمادگی این صنعت برای الحاق به *WTO* بود. آزادسازی شرکت‌های بیمه دولتی، برداشتن تدریجی نظام تعرفه‌ای، سازگارسازی مقررات و قوانین و آمادگی برای رقابت با شرکت‌های بیمه خارجی اقدامات دیگری هستند که می‌بایست در فرآیند الحاق مورد توجه واقع شوند.

الزاماتی که صنعت بیمه کشور برای الحاق به *WTO* می‌بایست به آنها توجه کند را می‌توان در دو بخش قرار داد. الزامات برون‌بخشی نظیر سازگارسازی قوانین و مقررات، عزم سیاسی و آمادگی‌های فرهنگی، نمونه‌هایی از بخش اول ضرورت‌هایی است که بدون فراهم شدن آنها امکان الحاق فراهم نخواهد شد.

در بخش قوانین و مقررات می‌بایست موضوعاتی نظیر رفع تعارضات حقوقی ایران با مقررات *WTO*، دستیابی متوازن به بازار، حق و اختیار تاسیس شرکت، فرصت رقابت برابر، تمرکز بر توانگری و تدبیر، مقررات شفاف در مورد انحصارهای باقیمانده، شفاف بودن استانداردها، شرایط و معیارهای حرفه‌ای، آزادی در ارایه محصولات جدید و رقابت بر پایه خدمات بهتر، امکان تجارت فرامرزی شرکت‌های داخلی و... مدنظر قرار گیرد.

صنعت بیمه در بعد فرهنگی نیز به دلیل ناآشنایی مردم با بیمه، و نارسایی سیستم فروش حضوری، کارهای زیادی می‌بایست انجام دهد؛ هر چند افزایش کارایی صنعت بیمه پس از عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی بر آشنایی مردم و جامعه با بیمه و نیز حق بیمه‌های دریافتی تأثیر دارد. از منظر دیگر این تأثیرات مثبت که ناشی از فعالیت‌های اقتصادی و پویایی اقتصاد به دلیل افزایش مبادلات داخلی و خارجی است، می‌تواند عاملی برای