

دلزدگی و پشیمانی در بین بیمه‌گذاران محدود ایرانی می‌شود. متأسفانه نقش رسانه‌های گروهی نیز در تعمیم و اشاعه فرهنگ بیمه کم‌رنگ و نارسا است. شاهد این مدعا ضریب نفوذ اندک بیمه در کشور - چیزی حدود ۲۰ درصد ضریب نفوذ بیمه در جهان - است. در حالی که بیمه‌ها حتی با اجرای کامل تعهدات قانونی و پرداخت به هنگام خسارت نیز در جلب رضایت بیمه‌گذاران خود توفیقی حاصل نمی‌کنند و اینک با وجود حدود ۲۰ شرکت و هزاران نماینده و کارگزار فعال در امور بیمه‌ای کشور، متأسفانه بسیاری از مردم، کارکردهای بیمه‌ای را نمی‌شناسند.

چالش‌ها و راهکارهای بیمه در ایران

۱) نظام‌های حقوقی مختلف که بر مبنای آرمان‌های اخلاقی - اجتماعی و با هدف تأمین عدالت اجتماعی و تنظیم روابط مردم و حفظ نظم در اجتماع شکل گرفته‌اند، در زمینه آثار حقوقی ناشی از تعهدات و روابط قراردادی و انجام معاملات، قواعد و مقررات خاصی وضع نموده‌اند. افزون بر این که برخی از داد و ستدها و معاملات را - گرچه در عرف هم رایج و متداول باشد - به دلیل رعایت قواعد آمره و حفظ نظم عمومی، غیرمعتبر و فاقد اثر حقوقی می‌شمارند، در حقوق ایران نیز برخی از معاملات و قراردادها، به دلیل فقدان پاره‌ای از شرایط اساسی صحت معامله از اعتبار و نفوذ برخوردار نمی‌باشند. برخی چالش‌های کنونی بیمه در ایران از ناحیه عدم تطبیق قوانین ما با قوانین جهانی و بخشی نیز مربوط به اختلاف سطح پوشش‌های خسارتی در ایران و سایر نقاط دنیا است. چنانکه به عنوان نمونه در اروپا و آمریکا، سقف تعیین شده برای بیمه عمر یک فرد، رقمی حدود ۳۰۰ میلیون تومان است، در حالی که در ایران خسارت پرداختی به بازماندگان رقمی حدود ۱۰۰ میلیون تومان می‌باشد. یعنی در صورت فوت بیمه شده در اروپا و آمریکا از طریق بیمه‌های موجود، امکان پرداخت غرامت حدود ۳ برابر ایران وجود خواهد داشت.

۲) عدم شناخت مردم از قوانین جاری، مزایا و محاسن بیمه و روند پرداخت خسارت، از دیگر مشکلات موجود در گسترش فرهنگ بیمه به شمار می‌آید.

۳) در زمینه رقابتی شدن بیمه‌گری، تا سال‌های اخیر حرکت معناداری را شاهد نبوده‌ایم. از زمان ابلاغ فرمان مقام معظم رهبری، مبنی بر اجرایی شدن اصل ۴۴ و واگذاری بیمه‌ها به بخش خصوصی، در کنار فرمان ۱۰ ماده‌ای ریاست جمهوری، انتظاری رفت که کمی از رکود بازار بیمه کاسته شده است، ولی هنوز نقش دولت در تعیین تعرفه‌ها و کُنندگی واگذاری بیمه‌های دولتی به بخش خصوصی از موانع عمده رشد بیمه‌گری در ایران است که باید برای رفع آن کوشید. به ویژه آن که بهانه‌های موجود در این راه تا



صنعت بیمه در ایران

جایگاه امروز، چشم‌انداز فردا

بیمه که از مهمترین ارکان بازسازی و تضمین چرخه صنعت و اقتصاد می‌باشد، هنوز با اقبالی مناسب از سوی مردم مواجه نشده است.

متأسفانه آمارها میزان گرایش مردم ایران و دیگر کشورهای منطقه به بیمه را بسیار ناچیز می‌نمایند که این امر گویای این واقعیت است که فرهنگ بیمه آن طور که باید و شاید، در بین مردم کشور فراگیر نشده است. بی‌تردید ریشه این امر تنها در عملکردها و رویکردهای گسترده صنعت بیمه کشور نیست، بلکه مشکلات قانونی و ناآشنایی بسیاری از مردم و کارکنان عرصه بیمه با رویکردهای قانونی و چگونگی استفاده از ابزار باید‌ها و نبایدها، سبب بروز احساس

از مسایل تأثیرگذار بر امر بیمه، نوع نگرش و باورهای مردم در این مقوله می‌باشد. از این رو با تغییر نحوه رویکرد جامعه از طریق اطلاع‌رسانی شفاف و صادقانه می‌توان بسته لازم را در روند ارتقای فرهنگ بیمه، رشد و توسعه پایدار این صنعت، گسترش امنیت اجتماعی و شکوفایی اقتصاد کشور فراهم ساخت. بی‌گمان در این دگراندیشی مسؤولان و دست‌اندرکاران صنعت بیمه از یک سو و اصحاب رسانه از سویی دیگر نقش مؤثر و تعیین‌کننده دارند.

ساختارهای مدرن و نو آغاز شد. بر این مبنا، مفهومی با عنوان داده کاوی معرفی شد که طبق تعریف، بخشی از بازیافت اطلاعات از پایگاه داده‌ها با هدف یافتن الگوهای معتبر، مفید و قابل فهم در رابطه با اطلاعات و داده‌ها است.

این مفهوم در برگیرنده شش مرحله شناخت کسب و کار، شناخت و فهم داده‌ها، آماده‌سازی و تهیه داده‌ها، مدل‌سازی، ارزیابی و کاربرد می‌باشد و می‌تواند در مواردی همچون مدیریت ریسک، تشخیص تخلفات، مدیریت ارتباط با مشتری و مدیریت پروژه‌ها مورد استفاده قرار گیرد.

از دیگر اقدامات صورت گرفته در زمینه خدمات بیمه‌ای، طراحی کد واحد و استاندارد برای ارائه خدمات عملیات بیمه‌ای است. طبق قانون، تمام کالاها و خدمات، باید دارای یک کد مشخص و استاندارد و منحصر به فرد باشند. برای خدمات بیمه‌ای هم، بیمه مرکزی ایران اقدامات لازم را برای طراحی و تدوین این کد آغاز کرده است.

راه‌اندازی مرکز میانی گواهی دیجیتال که بیمه مرکزی به نمایندگی از صنعت بیمه، در این خصوص اقدام نموده است، خدمت دیگری در راستای ارتقای صنعت بیمه ایران است. در حقیقت، چرخه اجرایی و عملیاتی شدن بیمه الکترونیکی می‌تواند با حل مسایل مربوط به گواهی دیجیتال تکمیل شده و با استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی، تحول مطلوب در صنعت بیمه را پدید آورد، چراکه الکترونیکی شدن بیمه، بدون تردید نقشی اثرگذار در توسعه این صنعت دارد و به همین علت در برنامه‌های مختلف کشور، به این موضوع پرداخته شده است. اما تحقق این مأموریت که بیمه مرکزی ایران عهده دار آن است، نیازمند فراهم شدن بسترهای خاص و به طور ویژه، رفع موانع قانونی و حقوقی، فراگیر شدن بانکداری الکترونیکی و توسعه بسترهای مخابراتی می‌باشد.

بیمه الکترونیک مزایای بسیاری به همراه خواهد داشت که کاهش هزینه‌ها، ذخیره شدن وقت برای مشتریان و عرضه خدمات جدید و بهتر و نیز امکان کنترل و نظارت دقیق‌تر از جمله آنها است. در این راستا، وجود بانک اطلاعاتی بیمه شخص ثالث خودرو - که تمامی اطلاعات مربوط به همه خودروهای بیمه شده و خسارات را ذخیره و استعمال در خصوص بیمه بودن یا نبودن خودروها را به طور فوری انجام می‌دهد - می‌تواند کمک شایانی به رهگیری مواردی همچون سوابق خسارات و تخلفات نماید. به هر روی، ایجاد این باور در مسؤولان که بیمه با وجود سابقه‌ای به نسبت کهن در کشورمان، هنوز صنعتی نوپا و نیازمند حمایت است، می‌تواند تغییر نگرش دولت را در رفع یا کاهش تسری و اثرگذاری برخی قوانین - از قبیل قانون مالیات بر ارزش افزوده - در فعالیت‌های کلی بخش خصوصی و از جمله بیمه، در پی داشته باشد. ■

موجود نیز از دیگر آثار واگذاری بیمه‌ها به بخش خصوصی است.

جهت‌گیری دولت درباره بیمه می‌تواند به گونه‌ای شکل یابد که شرایط تطبیق این صنعت با استانداردهای مدیریتی در واحدهای اداری، صنعتی و تجاری، متناسب با عرف جهانی و معیارهای موجود - همانند مجوزهای ایزو - فراهم شود. در این راستا تصویب قوانین و مقررات الزام‌آور برای بنگاه‌های کوچک و بزرگ اقتصادی، اثرگذاری بیشتری



در گسترش روابط تجاری، اداری و صنعتی با سایر کشورها خواهد داشت که این عامل علاوه بر افزایش ضریب امنیت سرمایه‌گذاری در کشور، کاهش آثار تحریم‌های اقتصادی موجود را نیز در پی دارد. ناگفته پیداست، چنانکه بیمه نتواند فضای امنی را برای سرمایه‌گذاری در کشور فراهم کند، تحقق این امر از سایر کانال‌های اجرایی موجود، دشوار بوده و یا دست کم به زمان بیشتری نیازمند است. بدون تردید، نگرش مدیران بخش‌های بالادستی در این روند، با گوشه چشمی به مجموعه فرایندهای شناخته شده در دنیای IT، می‌تواند نگرش مدیریتی بیمه‌گری در کشور را دچار تحول اساسی نماید. در حالی که پیچیدگی و سرعت تحولات اقتصادی در جهان، شاخص‌ها و ملزومات قرار گرفتن در عرصه رقابت و لزوم بهینه‌سازی ساختار تولید و اجرایی در سازمان‌ها، نیاز به تغییرات و دگرگونی‌های بسیار صنعت بیمه را گوشزد می‌نماید.

با آغاز توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در ایران و طرح بحث دولت الکترونیک، سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف با استفاده از ابزارهای متفاوت برای تجهیز خود اقدام کردند. همزمانی توسعه فن‌آوری اطلاعات با آغاز گام‌های اولیه خصوصی‌سازی در کشور از ابتدای سال ۸۱ به تدریج، ردپای بانک‌ها و بیمه‌های خصوصی را در اقتصاد ایران پدیدار کرد.

این همزمانی، فرصتی برای صنایع و شرکت‌ها ایجاد کرد تا ساختار خود را بر مبنای فن‌آوری اطلاعات توسعه داده و از آن به عنوان بزرگترین مزیت رقابتی خود بهره‌برداری کنند. به این ترتیب، حرکت از ساختارهای سنتی و قدیمی به سمت

حدودی از میان برداشته شده‌اند.

یکی از بندهای فرمان ۱۰ ماده‌ای رییس‌جمهور، مبنی بر توسعه بیمه‌های عمر و بیمه شدن روستاییان - که تحت هیچ‌گونه پوشش بیمه‌ای نبوده‌اند - به خوبی گویای این عزم جدی می‌باشد. در همین رابطه دکتر فرشایف ماهریان، رییس کل بیمه مرکزی ایران، با بیان این که ایران از لحاظ حق بیمه دریافتی، مقام اول و از لحاظ ضریب نفوذ بیمه، مقام سوم را در میان کشورهای منطقه دارد، اشاره نموده که بر اساس سند چشم‌انداز ۲۰ ساله، ایران از لحاظ ضریب نفوذ بیمه در میان کشورهای منطقه در مقام اول قرار خواهد گرفت. به گفته دکتر ماهریان، اکنون تنها سه نیروگاه از ۴۱ نیروگاه موجود در کشور بیمه شده‌اند، و نیز ظرفیت‌های بالایی در بیمه صادرات، واردات و بیمه اعتباری در اختیار داریم. وی سهم بخش خصوصی را در بیمه، حدود ۲۲ درصد اعلام کرد و اظهار امیدواری نمود که طی مدتی کوتاه، حجم بازار غیر دولتی به بالای ۵۰ درصد خواهد رسید.

البته طرح تحول در صنعت بیمه کشور برای تحقق این امر تدوین و ارائه شده است و شرکت‌های بیمه باید در چارچوب این طرح، چشم‌اندازی برای خود ترسیم کرده و طی یک برنامه زمان‌بندی شده، با قرار دادن بحث گسترش بازار بیمه در دستور کار خود، در کلیه پوشش‌ها و رشته‌های بیمه‌ای نقشی مؤثر را ایفا نمایند. همچنین یکی از سرفصل‌های مهم برنامه پنجم توسعه که از سوی مقام معظم رهبری ابلاغ گردید، گسترش بیمه‌های خدمات درمانی است که بر رقابتی کردن بیمه‌های درمانی تأکید دارد. اگر مازاد ذخایر بیمه‌های مذکور، تحت پوشش اقتصاد و بازار رقابتی قرار بگیرد، علاوه بر آن که به راحتی امکان تحقق تخصیص منابع وجود دارد، شرکت‌های بیمه هم در این زمینه فعال‌تر می‌شوند.

۴) ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری در بازار بیمه ایران بسیار فراوان است و بازار مذکور، با آزادسازی بنگاه‌های اقتصادی رونق پیدا خواهد کرد. خوشبختانه هم اینک سرمایه‌گذاری در صنعت بیمه رشد خوبی دارد. آمارها از نسبت بالای جذب سرمایه ایران در مقایسه با سایر کشورهای منطقه حکایت می‌کند، تا جایی که برنامه‌های راهبردی بیمه‌گویی آن است که ضریب نفوذ بیمه ایران در منطقه به رتبه نخست خواهد رسید. در این راستا، دانش بیمه‌ای کشور باید ارتقا یابد که بدین منظور، بانک اطلاعات بیمه‌ای با همکاری فنی و علمی کارشناسان بیمه در حال شکل‌گیری است. از سوی دیگر، حضور گسترده بیمه در بازار بورس در قالب شرکت‌های سهامی عام و مردمی شدن بورس و سهام بیمه‌ها، چرخش بزرگ این صنعت را به سوی بازارهای جهانی به همراه دارد. ارائه شرکت‌های بیمه ایرانی در بازارهای جهانی و در نتیجه افزایش تمایل بیمه‌های خارجی برای ارائه خدمات پوشش بیمه اتکایی و کاهش اثر تحریم‌های