

معیاری برای روش‌شناسی امکان‌سنجی طرح‌های توجیهی تأسیس شرکت‌های بیمه



نویسنده

- عبدالرضا سلامات

- دانشجوی کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی، دانشگاه تهران مرکز

شماره ۱۷۶

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

چکیده

هدف این مقاله معرفی سه تکنیک به‌منظور امکان‌سنجی تأسیس شرکت‌های بیمه در هر رشته فاص است. روش‌شناسی امکان‌سنجی ایجاد و تأسیس شرکت‌های بیمه با بهره‌گیری از سه تکنیک «فاز صفر» و «تلوس» و «پست» به‌منظور بررسی و تجزیه و تحلیل فراگیر طرح مورد نظر صورت می‌پذیرد. بررسی همه جوانب طرح تأسیس شرکت بیمه از تمامی زوایا، امکان موصول به نتیجه منطقی تأسیس یا عدم تأسیس شرکت بیمه در هر رشته فاص را ممکن می‌سازد.

- آیا توجیه اقتصادی برای ارائه خدمات بیمه (در هر رشته خاص مورد نظر) در ایران وجود دارد؟
- آیا از لحاظ حقوقی و قانونی امکان ارائه خدمات بیمه (در هر رشته خاص مورد نظر) در ایران وجود دارد؟

- «آیا منع قانونی و حقوقی در ایجاد شرکت بیمه (در هر رشته خاص مورد نظر) از سوی بیمه مرکزی ج.ا.ا. و سایر نهادهای حقوقی و قانونی وجود دارد؟
- آیا امکان عملی و عملیاتی برای مهیا کردن و آماده‌سازی ارائه خدمات بیمه‌ای از سوی شرکت‌های بیمه گر (در هر رشته خاص مورد نظر) برای مشتریان وجود دارد؟ «بررسی امکان ارائه بیمه‌نامه برای مشتریان»
- آیا امکان ارائه برنامه زمان‌بندی شده و جدول زمانی پروژه (به منظور جلوگیری از شکست پروژه به سبب طولانی شدن دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده) جهت امکان ارائه خدمات بیمه (در هر رشته خاص مورد نظر) در ایران وجود دارد؟

۲. فرضیه‌های طرح تأسیس شرکت بیمه

- از لحاظ فنی امکان ایجاد شرکت بیمه (در هر رشته خاص مورد نظر) در ایران وجود دارد.
- از لحاظ اقتصادی امکان ارائه خدمات بیمه (در هر رشته خاص مورد نظر) در ایران وجود دارد. «توجیه اقتصادی برای ارائه خدمات بیمه (در هر رشته خاص مورد نظر) در ایران وجود دارد».

- از لحاظ حقوقی و قانونی امکان ارائه خدمات بیمه (در هر رشته خاص مورد نظر) در ایران وجود دارد. «منع قانونی و حقوقی در ایجاد شرکت بیمه (در هر رشته خاص مورد نظر) از سوی بیمه مرکزی ج.ا.ا. و سایر نهادهای حقوقی و قانونی وجود ندارد».

- امکان عملی و عملیاتی برای مهیا کردن و آماده‌سازی ارائه خدمات بیمه‌ای از سوی شرکت‌های بیمه گر (در هر رشته خاص مورد نظر) برای مشتریان وجود دارد.

فرایند بسترسازی در بخش مطالعات قبل از سرمایه‌گذاری برای تأسیس شرکت‌های بیمه و نیز انتخاب اولویت‌های مناسب سرمایه‌گذاری، مستلزم بهره‌گیری کامل از شیوه‌ها و روش‌های علمی - کاربردی امکان‌سنجی طرح‌هاست و بخش مطالعه بازار بیمه از مهم‌ترین مباحث انجام یک مطالعه امکان‌سنجی در طی مراحل مختلف آن است، که عدم توجه لازم به این بخش و سطحی‌نگری موجب خواهد شد، فعالیت‌های اقتصادی بخش بیمه عمدتاً به صورت غیر تخصصی و غیر علمی و تنها با اتکاء بر فرایند آزمون و خطا صورت پذیرد و به تبع آن شاهد اتلاف و تخصیص غیربهبینه منابع و اعسار و شکست‌های پی در پی شرکت‌های بیمه و ورود به مراحل بحرانی باشیم.

از ایرادات جدی که بر مطالعات بازار صنعت بیمه وارد است، اعمال نگرش یکسان در بررسی و ارزیابی طرح‌های تأسیس شرکت‌های مختلف بیمه‌ای است، به نحوی که در بررسی بازار طرح‌های مختلف کوچک یا بزرگ دولتی یا خصوصی و یا طرح‌های تأسیس شرکت‌های بیمه‌ای که برای اولین بار ایجاد می‌شوند و همچنین در مورد طرح‌های توسعه‌ای صنعت بیمه، عملاً نگرش یکسانی اعمال می‌گردد. نکته حائز اهمیت تنوع و گستردگی قابل ملاحظه طرح‌های مختلف تأسیس شرکت‌های بیمه‌ای از هر دو بعد کمی و کیفی است، که براین اساس در هر یک از طرح‌ها باید توجه خاص در نوع نگرش و تدوین مطالعه بازار صنعت بیمه صورت پذیرد (نیاکان، ۱۳۸۳).

۱. پرسش‌های مربوط به امکان‌سنجی طرح

ایجاد و تأسیس شرکت بیمه

- آیا از لحاظ فنی امکان ایجاد شرکت بیمه (در هر رشته خاص مورد نظر) در ایران وجود دارد؟

- آیا از لحاظ اقتصادی امکان ارائه خدمات بیمه‌ای (در هر رشته خاص مورد نظر) در ایران وجود دارد؟

از ایرادات جدی که بر مطالعات بازار صنعت بیمه وارد است، اعمال نگرش یکسان در بررسی و ارزیابی طرح‌های تأسیس شرکت‌های مختلف بیمه‌ای است.

مواردی هستند که تنگناها و موانع اجرایی مطالعه بازار بیمه را تشکیل داده‌اند.

پس از شناخت کلیه پارامترهای مؤثر بر انجام مطالعه بازار صنعت بیمه، زمانی فرا می‌رسد که نسبت به طراحی ساختاری مناسب برای تدوین و انجام مطالعه بازار بیمه باید اقدام شود. در تدوین گزارش مطالعه بازار نخست باید به معرفی پروژه و طرح بیمه‌ای و اهداف آن پرداخت و با توجه به ملاحظات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و همچنین در نظر گرفتن ویژگی‌هایی نظیر مکان اجرایی پروژه تأسیس شرکت بیمه و دانش فنی به کاررفته در آن، ضرورت انجام آن را تشریح کرد.

گام دوم، معرفی محصول بیمه‌ای (نوع و میزان پوشش بیمه‌نامه) یا معرفی طرح تأسیس شرکت بیمه، موارد کاربرد (جمعیت هدف بیمه‌شونده) و تشریح ویژگی‌های آن نظیر کیفیت پوشش بیمه‌ای، نوع کالاهای جانشین و مکمل (محصولات بیمه‌ای و بیمه‌نامه‌های ارائه‌شده از سوی دیگر شرکت‌های بیمه‌گر رقیب) و... می‌باشد. (اینکه آیا شرکت‌های رقیب موجود در صنعت بیمه با همین مکانیسم اجرایی وجود دارند یا خیر؟ و آیا همان محصول بیمه‌ای را ارائه می‌دهند یا خیر؟) و...

گام بعدی تحلیل جایگاه صنعت بیمه در استراتژی و سیاست‌های کلان اقتصادی کشور و شناخت اولویت‌ها، موانع و حمایت‌های دولت از صنعت بیمه است. به عبارت دیگر هر رشته فعالیت بیمه‌ای در قالب حوزه‌های مختلف پوشش، ویژگی‌های بیمه‌نامه‌ها، اولویت‌های صنعت بیمه، موانع و حمایت‌های خاص سیاستی را در برمی‌گیرد که تحلیل جایگاه صنعت بیمه در استراتژی‌های کلان اقتصادی کشور را مهم و حیاتی می‌کند. (نیاکان، ۱۳۸۳).

۳-۱- تحلیل عرضه و تقاضای پوشش‌های بیمه‌ای

تحلیل عرضه و تقاضای پوشش‌های بیمه‌ای ارائه‌شده را می‌توان کلیدی‌ترین و محوری‌ترین بخش هر گزارش



- امکان ارائه برنامه زمان‌بندی شده و جدول زمانی پروژه (به منظور جلوگیری از شکست پروژه به سبب طولانی شدن دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده) جهت امکان ارائه خدمات بیمه (در هر رشته خاص مورد نظر) در ایران وجود دارد.

۳. مطالعات امکان‌سنجی کاربردی در بخش بازار بیمه

انجام مطالعات امکان‌سنجی کاربردی در بخش بازار بیمه همواره با تنگناها، موانع و محدودیت‌های بسیاری همراه است که عدم توجه به این موارد، در برخی از مواقع، نتایج کاربردی مطالعات بازار بیمه را به شدت منحرف خواهد نمود. فقدان درک و نگرش تخصصی در انجام مطالعه بازار بیمه، فقدان شفافیت مناسب در تدوین استراتژی توسعه اقتصادی صنعت بیمه، عدم ترسیم اولویت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت بیمه، همسو نبودن مطالعات بازار بیمه با تحولات جهانی صنعت بیمه، نگرش یکسان در طرح‌های مختلف بیمه‌ای و عدم تفکیک‌پذیری مناسب تحلیل‌های مالی و اقتصادی صنعت بیمه، از مهم‌ترین موانع ساختاری پیش روی تحلیلگران بازار بیمه در کشور می‌باشد، که عمدتاً ماهیتی برونزا دارند و در مقابل مواردی چون ضعف دسترسی به آمار و اطلاعات فعالیت‌های شرکت‌های بیمه‌گر، بروز تناقض و اختلافات فاحش در انتشار آمار و اطلاعات موجود بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه‌گر و تمسک به روش و ابزارهای نه‌چندان مناسب در پردازش و تحلیل آمار و اطلاعات گردآوری‌شده، از مهم‌ترین

پس از شناخت کلیه پارامترهای مؤثر بر انجام مطالعه بازار صنعت بیمه، زمانی فرا می‌رسد که نسبت به طراحی ساختاری مناسب برای تدوین و انجام مطالعه بازار بیمه باید اقدام شود.

تأثیر گذار نهفته است.

۳-۳. پیش‌بینی تقاضای آتی صنعت بیمه

پیش‌بینی تقاضای آتی صنعت بیمه عموماً با استفاده از روش‌های مختلفی نظیر تحلیل و ارزیابی تداوم روند قبلی، سطح تقاضای سرانته بیمه، تحلیل بودجه خانوار، روش کسب درآمدی تقاضای بیمه، روش‌های اقتصادسنجی، روش ضرایب فنی، سری‌های زمانی و ... امکان‌پذیر است، لیکن باید این نکته مورد توجه قرار گیرد که انتخاب یک یا چند روش جهت پیش‌بینی تقاضای یک محصول بیمه‌ای به هیچ وجه یک امر سلیقه‌ای نیست، بلکه کارشناس تحلیل‌گر بازار باید با در نظر گرفتن کلیه مقادرات و امکانات اطلاعاتی خود و با لحاظ فاکتور بسیار مهم انتظارات بیمه‌گذاران و بیمه‌گران یک یا چند روش برآورد تقاضای بیمه‌نامه را با ارائه دلیل‌های روشن انتخاب نموده و برآن اساس، تحلیل کاربردی مناسبی از چشم‌انداز آتی تقاضای بیمه‌نامه ارائه کنند.

۳-۴. تحلیل تقاضای خارجی صنعت بیمه

بخش دیگری از تقاضای بیمه‌نامه نیز شامل تحلیل تقاضای خارجی صنعت بیمه یا بازار جهانی بیمه است (بیمه‌های اتکایی) که پرداختن به این موضوع با عنایت به تحولات اخیر در سطح بین‌المللی، تقویت نظریات جهانی شدن، ادغام کشورها در اقتصاد جهانی، شکل‌گیری همکاری‌های منطقه‌ای و پیوستن به زنجیرهای تولید و تجارت بین‌الملل و با توجه به تأثیر متقابل بازار داخلی و خارجی بر یکدیگر، ضرورت پیدا می‌کند. از این رو پس از ترسیم ابعاد مناسب بازار هدف (فرضاً انتخاب اتحادیه یا منطقه‌ای که امکان فعالیت به صورت گسترده در آن وجود دارد) و اطمینان از مزایای رقابتی صنعت بیمه داخلی در مقایسه با بازارهای هدف مورد نظر و شناسایی رقبای اصلی فعال و حجم تقاضای بالقوه صنعت بیمه منطقه، تحلیل مناسبی از سمت‌وسوی تقاضای خارجی صنعت بیمه ارائه می‌شود. تحلیل قیمت محصول بیمه‌ای مورد نظر در گذشته و پیش‌بینی روند

مطالعه بازار بیمه تلقی کرد. در بخش عرضه صنعت بیمه، پس از تبیین ساختار صنعت بیمه و تحلیل مناسبی از نحوه تعاملات حاکم بر آن، بررسی روند حجم تولید بیمه‌نامه در گذشته و ظرفیت اسمی صدور بیمه‌نامه، ظرفیت واقعی صدور بیمه‌نامه و راندمان صنعت بیمه و همچنین تعداد واحدهای فعال و نحوه پراکنش جغرافیایی آنها (شبکه فروش بیمه‌ای) و مقوله بسیار مهم بیمه‌های اتکایی (پوشش‌های بین‌المللی بیمه) مورد توجه قرار می‌گیرد و در نهایت با عنایت به شواهد و مستندات، صنعت بیمه مورد بحث و وضعیت واحدهای در شرف تأسیس و ...، ظرفیت بالقوه تولید بیمه‌نامه صنعت بیمه برای سال‌های آتی برآورد می‌گردد.

۳-۲. تحلیل تقاضای بازار بیمه

تحلیل تقاضای بازار بیمه، فرایند بسیار پیچیده و دشواری را شامل می‌شود که عمده تمرکز آن بر تحلیل رفتار بیمه‌گذاران استوار است. در این راه بهره‌گیری از شیوه‌های مناسب مانند تقسیم بازار بیمه بر اساس معیارهای مختلف نظیر جنسیت بیمه‌گذاران، میزان درآمد بیمه‌گذاران، منطقه جغرافیایی تحت پوشش بیمه و نظایر آن و تلاش در جهت ترسیم ابعاد مناسب بازار هدف پیش رو، می‌تواند چشم‌انداز ارزشمندی از تقاضای مؤثر صنعت بیمه را فراهم سازد. همچنین بهره‌گیری از تفکیک برآورد تقاضای بیمه‌نامه، راه را برای شناخت هرچه بیشتر روندهای کمی تقاضای بیمه در گذشته جهت تحلیل تقاضای صنعت بیمه و ترسیم چشم‌انداز آینده آن، هموار می‌سازد. لیکن شاید این سخن که مرحله پیش‌بینی تقاضای آتی صنعت بیمه، حساس‌ترین، پیچیده‌ترین و درعین حال مهم‌ترین بخش یک مطالعه بازار بیمه را تشکیل می‌دهد، ادعای گزافی نباشد، چرا که اعتبار کاربردی یک مطالعه بازار در گرو شناخت صحیح از چالش‌های پیش رو در آینده است و نبض تمامی حوادث آتی، بی‌شک در مفهوم تقاضای پیش روی صنعت بیمه، به‌عنوان اصلی‌ترین پارامتر

بازاریابی هدفمند بیمه‌ای، شامل تعیین خط مشی بازاریابی بیمه‌ای، تقسیم بازار این صنعت، تصاحب بازار موازی بیمه‌ای و جایگاه‌یابی بازار صنعت بیمه می‌شود.



بازار موازی بیمه‌ای و جایگاه‌یابی بازار صنعت بیمه می‌شود و برای دستیابی به بازارهای هدف باید عناصر چهارگانه بازاریابی یعنی محصول بیمه‌ای (پوشش بیمه)، قیمت پوشش بیمه (حق بیمه)، ارتقاء و گسترش شبکه فروش را به نحو مناسب به کار بست. سرانجام پس از در نظر گرفتن تمام راهکارهای مختلف، مطالعات امکان‌سنجی در بخش بازار بیمه، باید به نتایج کاربردی درباره همه جنبه‌های اصلی پروژه رسید و مسیر حرکت مطالعات باید به شیوه‌ای طراحی شود، که نتایج حاصل از آن، اجرا یا عدم اجرای پروژه را با ترسیم چشم‌انداز آینده صنعت بیمه، مورد توجه قرار دهد.

۲-۵-۳. تجزیه و تحلیل بازاریابی شرکت بیمه

- وضعیت (شرایط) و میزان رقابت موجود در صنعت بیمه؛

- تعداد، ظرفیت و موقعیت شرکت‌های بیمه رقیب؛
- بررسی دلایل خروج برخی شرکت‌های بیمه‌گر در صنعت بیمه؛

- تکنولوژی و فناوری موجود در شرکت‌های بیمه‌گر رقیب.

بررسی وضعیت محصولات بیمه‌ای ارائه‌شده در در شرکت‌های رقیب

- میزان صدور کتونی بیمه‌نامه‌های شرکت‌های رقیب؛
- میزان صدور پیش‌بینی شده بیمه‌نامه‌های شرکت‌های رقیب؛
- میزان بیمه‌نامه اتکایی صادر شده در شرکت‌های رقیب.

۳- الزامات امکانات و تأسیسات

- مکان و موقعیت محل تأسیس شرکت بیمه (در مناطق آزاد همانند شرکت بیمه امید و حافظ یا در خارج از مناطق آزاد همانند دیگر شرکت‌های بیمه‌گر دولتی و خصوصی)

(Hoagland and Williamson, 2000)

- مکان، منطقه‌بندی و دیگر محدودیت‌ها، فضای مورد نیاز برای گسترش و توسعه شرکت بیمه.

تحولات آن در آینده با توجه به ساختار بازار بیمه‌ای پیش رو، مرحله بعدی تدوین گزارش مطالعه بازار بیمه است.

۵-۳. بازاریابی بیمه

آخرین نکته که در یک گزارش مطالعه بازار بیمه مورد تأکید قرار می‌گیرد مفهوم بازاریابی است. این مفهوم به‌ویژه از سال ۱۹۹۱ مورد توجه جدی دستورالعمل پیشنهادی سازمان توسعه ملل متحد^۱ قرار گرفت. اهمیت بازاریابی بیمه به قدری است که حتی در برخی از متون تخصصی بازاریابی بیمه‌ای، مفهوم مطالعه بازار بیمه با مطالعه بازاریابی بیمه‌ای معادل شناخته شده است و در برخی از منابع نیز از مطالعه بازار بیمه تحت عنوان بخشی از فرایند جامع مطالعات بازاریابی بیمه یاد شده است.

۱-۵-۳. بازاریابی هدفمند صنعت بیمه

بازاریابی هدفمند بیمه‌ای، شامل تعیین خط مشی بازاریابی بیمه‌ای، تقسیم بازار این صنعت، تصاحب

1. The United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)

جدول ۱: نمونه‌ای از چهارچوب سازمانی شرکت بیمه و میزان سرمایه اسمی و پرداخت شده

مدیر عامل: الف	
قائم مقام مدیر عامل: ب	
رئیس هیئت مدیره: ج	
نایب رئیس هیئت مدیره: د	
اعضای اصلی هیئت مدیره	۱. هـ
	۲. و
	۳. ح
	۴. ط
	۵. ک
اعضای علی‌البدل هیئت مدیره	۱. گ
	۲. ز
سرمایه اسمی	۱/۵۳۵ میلیارد ریال
سرمایه پرداخت شده	۵/۷۶۷ میلیارد ریال
تاریخ صدور مجوز پروانه	۱۳۸۸/۱۲/۲۵

(سایت بیمه مرکزی، ۱۳۹۱)

– ساختمان و تجهیزات شرکت بیمه

- میزان سطح دستمزد پیشنهادی به نیروی آموزش دیده
- مقررات ساعات کاری شرکت بیمه؛
- الزام وجود مدیریت و نظارت بر پرسنل.

– سرمایه

- سرمایه مورد نیاز برای بازاریابی امکانات و تجهیزات تأسیس شرکت بیمه؛
- سرمایه‌های عملیاتی؛
- وجود امکان تأمین مالی شرکت بیمه برای سرمایه مورد نیاز و امکان بازگشت سرمایه.

• عرضه نیروی کار جهت فعالیت در شرکت**بیمه در شرف تأسیس**

- وجود نیروی کار با تجربه و آموزش دیده با ویژگی محلی بودن؛
- مالکیت سهام شرکت بیمه، سهام و گردش سرمایه؛
- توافق‌نامه‌های قراردادی شرکت بیمه، قرارداد بازاریابی و شبکه فروش شرکت بیمه.

– ملاحظات مربوط به فروش بیمه‌نامه‌ها

- شناسایی حوزه‌های رقیب بیمه‌نامه‌های عرضه شده

به بازار؛

هدفمند نقاط ضعف و قوت یک کسب و کار، مشارکت، فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی، منابع مورد نیاز برای انجام کار و در نهایت چشم‌انداز موفقیت را مورد بررسی قرار دهد.

• حجم و کمیت بیمه‌نامه‌های صادرشده و کیفیت خدمات بیمه‌ای؛

• شناسایی افراد و طبقه‌های اجتماعی و بازار فروش به منظور رقابت در فروش بیمه‌نامه‌ها (برای نمونه، فرهنگیان)؛

• چه نوع از بیمه‌نامه‌ها ارائه خواهد شد؟ (زندگی - غیر زندگی - اتکایی...)

• طرح‌های فروش (کارگزاران بیمه‌ای، نمایندگان شرکت، بازاریابان و ...) (Hoagland and Williamson, 2000)

۶-۳. مطالعه امکان‌سنجی کسب و کار بیمه و ابعاد قابلیت حیات شرکت

نتایج و یافته‌های مطالعات امکان‌سنجی شرکت‌های بیمه از طریق سرمایه‌گذاران بالقوه و سهام‌داران با توجه به توانایی و قدرت اعتبارزایی، مورد ارزیابی و سنجش مستدل و منطقی قرار خواهد گرفت.

مطالعات امکان‌سنجی شرکت‌های بیمه، ابعاد یافته‌ها و نتایج ارزیابی و برآورد مدل‌های حیات کسب و کار بیمه را به صورت یک گزارش رسمی و اداری ارائه می‌دهد. مطالعات امکان‌سنجی شرکت‌های بیمه به منظور حمایت و پشتیبانی از اتخاذ تصمیم‌های آینده‌ای که براساس تحلیل‌های هزینه و فایده منطقی و مستدل کسب و کار بیمه یا حیات پروژه شرکت بیمه می‌باشند، مورد استفاده قرار می‌گیرند. این مطالعات در طی مرحله «مذاکره و مشورت و تأمل و هم‌فکری» به منظور توسعه و گسترش چرخه و سیکل کسب و کار بیمه در جهت آغاز طرح توجیهی تأسیس شرکت بیمه صورت می‌پذیرد. یک ابزار تحلیلی شامل توصیه‌ها و محدودیت‌هاست. که به منظور کمک به تصمیم‌گیرندگان در زمان تعیین ابعاد و جوانب کسب و کار بیمه کاربرد دارد.

۴. معرفی امکان‌سنجی طرح تأسیس شرکت بیمه

۴-۱. هدف مکان‌سنجی

هدف از امکان‌سنجی این است که به صورت

۴-۱. مراحل امکان‌سنجی عبارت‌اند از

- فرایند کنترل و شناخت مسائل؛

- شناسایی اهداف؛

- شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها؛

- شرح موقعیت‌ها؛

- شناسایی درآمدها؛

- شناسایی هزینه‌ها؛

- شناسایی سود؛

- تجزیه و تحلیل یک پروژه.

۴-۳. بخش‌های تشکیل‌دهنده یک طرح

امکان‌سنجی عبارت‌اند از:

- بخش اول: آشنایی با طرح و شرکت؛

- بخش دوم: بررسی اقتصادی (مطالعات بازار)؛

- بخش سوم: مطالعات فنی و برآورد امکانات زیربنایی طرح؛

- بخش چهارم: برآورد سرمایه‌گذاری طرح؛

- بخش پنجم: برآورد هزینه‌های تولید و ارزش فروش سالانه طرح؛

- بخش ششم: پیش‌بینی مالی و نحوه تأمین مالی طرح؛

- بخش هفتم: تعیین شاخص‌های مالی و اقتصادی طرح.

۴-۴. مطالعات امکان‌سنجی تأسیس شرکت‌های

بیمه شامل دو مرحله می‌باشد:

۴-۴-۱. مطالعات امکان‌سنجی مقدماتی^۱ تأسیس

شرکت بیمه

در مطالعات امکان‌سنجی مقدماتی تأسیس شرکت بیمه به مشخصات کلی پروژه و طرح تأسیس شرکت بیمه پرداخته می‌شود و معمولاً در زمانی که سرمایه‌گذار با چند گزینه مختلف روبروست، انجام می‌گردد. در این مطالعات متناسب با ابعاد طرح تأسیس شرکت بیمه،

- برآورد هزینه‌ها و درآمدهای کمی هر یک از گزینه‌های فنی طرح تأسیس شرکت بیمه بر مبنای قیمت‌های بازار، ضمن در نظر گرفتن مالیات‌های متعلقه؛

- تحلیل حساسیت برآوردها نسبت به تغییرات قیمت‌ها، طولانی‌شدن دوره اجرا، تغییرات در قابلیت دسترسی، میزان تولید یا خدمات حاصل از گزینه‌های مختلف و تعیین درجه عدم قطعیت آنها؛

- بررسی‌های اجتماعی و ارزیابی آثار و پیامدهای اجتماعی هر یک از گزینه‌ها؛

- تهیه گزارش امکان‌سنجی مقدماتی طرح تأسیس شرکت بیمه.

۲-۴-۴. مطالعات امکان‌سنجی نهایی تأسیس شرکت

بیمه:

این مطالعه پس از مرحله پیدایش طرح تأسیس شرکت بیمه و تعریف چهارچوب کلی آن از لحاظ مشخصات محصول (پوشش بیمه‌ای)، ظرفیت تولید بیمه‌نامه و میزان سرمایه‌گذاری انجام می‌شود. این مطالعات بنا به نیاز و درخواست کارفرما، در سطوح مختلفی از جزئیات پروژه تأسیس شرکت بیمه می‌تواند وارد شود. در این مطالعات متناسب با ابعاد پروژه، عمدتاً به موارد زیر توجه می‌شود:

- تعیین ساختگاه طرح تأسیس شرکت بیمه؛
- تعیین گزینه‌های ساختگاه طرح تأسیس شرکت بیمه در محل انتخابی برای اجرای طرح؛
- مقایسه و اولویت‌بندی گزینه‌های مختلف ساختگاه طرح تأسیس شرکت بیمه و تهیه گزارش انتخاب ساختگاه؛
- مطالعات مهندسی پایه و طراحی اولیه تأسیس شرکت بیمه؛
- بازنگری و تکمیل اطلاعات و داده‌های اولیه مربوط به شرایط ساختگاه، امکانات زیربنایی قابل دسترس برای طرح مانند منابع نیروی انسانی.

• مطالعات مهندسی پایه و طراحی تأسیس شرکت بیمه

1. Final Feasibility Study (FFS)

عمدتاً به این موارد توجه می‌شود:

- بازنگری، بازبینی و اعلام نظر در مورد مطالعات پیدایش طرح تأسیس شرکت بیمه؛

- تعیین، تحلیل و اولویت‌بندی گزینه‌های فنی طرح تأسیس شرکت بیمه که متشکل از این موارد است:

- تعیین و تحلیل گزینه‌های محل اجرای طرح تأسیس شرکت بیمه (مطالعه جغرافیایی پروژه)؛
- تعیین و تحلیل گزینه‌های فناوری طرح تأسیس شرکت بیمه؛
- تعیین و تحلیل گزینه‌های روش اجرای طرح تأسیس شرکت بیمه؛

• تهیه برنامه زمانی اجرای مقدماتی برای گزینه‌های فنی مختلف طرح تأسیس شرکت بیمه؛

• ارزیابی فنی و تحلیل مالی و اقتصادی گزینه‌های فنی طرح تأسیس شرکت بیمه و اولویت‌بندی آنها؛

- تعیین ضوابط حاکم بر نحوه اندازه‌گیری هزینه‌ها و درآمدهای طرح تأسیس شرکت بیمه متشکل از این موارد:

* برآورد هزینه‌های هر یک از گزینه‌های فنی طرح تأسیس شرکت بیمه بر اساس ساختار تفکیک هزینه‌های کمی و غیرکمی

* برآورد درآمدهای هر یک از گزینه‌های فنی طرح تأسیس شرکت بیمه بر اساس ساختار درآمدهای کمی و غیرکمی

* تحلیل هزینه - درآمد و اولویت‌بندی اقتصادی گزینه فنی طرح تأسیس شرکت بیمه؛

- تحلیل حساسیت هر یک از گزینه‌ها نسبت به تغییرات قیمت‌ها، طولانی‌شدن دوره اجرا، تغییرات قابلیت دسترسی و میزان تولید یا خدمات حاصل از گزینه‌های مختلف، تعیین درجه عدم قطعیت برآوردها و تجدید نظر در اولویت‌بندی اقتصادی گزینه‌ها؛

- تحلیل مالی گزینه‌های فنی طرح تأسیس شرکت بیمه و اولویت‌بندی آنها؛

و فرایند آن؛

• اولویت‌بندی گزینه‌های اجرایی با توجه به قابلیت‌های اجرایی قابل دسترس، برنامه زمانبندی طرح و هزینه‌های طرح تأسیس شرکت بیمه؛

• تهیه برنامه زمانبندی طرح به تفکیک پروژه‌ها برای فعالیت‌ها و خدمات، تدارکات، پشتیبانی تدارکات، مالی، تجهیز نیروی انسانی برای دوره بهره‌برداری و راه‌اندازی شرکت بیمه؛

- برآورد هزینه‌های سرمایه‌گذاری ارزی و ریالی طرح به تفکیک طرح تأسیس شرکت بیمه؛
- تهیه و ارائه گزارش مرحله امکان‌سنجی نهایی (سیدمطهری، ۱۳۷۴).

۴-۵. ارزیابی طرح تأسیس شرکت بیمه از طریق

تجزیه و تحلیل امکان‌سنجی

به عبارت دیگر اولین مرحله در شروع ارزیابی طرح تأسیس شرکت بیمه، تجزیه و تحلیل امکان‌سنجی آن است، که شامل هفت مرحله است:
- بررسی صحت و اهمیت تقاضای طرح تأسیس شرکت بیمه؛

برای انجام پروژه و طرح تأسیس شرکت بیمه باید از اهمیت داشتن پروژه و طرح تأسیس شرکت بیمه برای متقاضی (چه بیمه مرکزی ج.ا.و چه بازار هدف بیمه‌ای یعنی بیمه‌گذاران) اطمینان حاصل کرد و همچنین صحت داده‌های موجود تأیید گردد.

• جانمایی و آرایش واحدها، سیستم‌ها و تجهیزات طرح تأسیس شرکت بیمه

• طراحی مهندسی اولیه شامل این موارد است:

* مهندسی فرایند تأسیس شرکت بیمه؛

* طراحی اولیه سیستم‌ها و تجهیزات مکانیکی شرکت بیمه؛

* طراحی اولیه کارهای زیربنایی به منظور تأسیس شرکت بیمه؛

* طراحی اولیه سیستم‌ها و تجهیزات به منظور تأسیس شرکت بیمه؛

* طراحی اولیه سیستم‌های کنترل و ابزار دقیق شرکت بیمه؛

• تهیه فهرست اقلام عمده کلیه واحدها، سیستم‌ها و بخش‌های مختلف طرح تأسیس شرکت بیمه شامل فهرست مقادیر.

• تعیین خط مشی اجرایی طرح تأسیس شرکت بیمه؛

• تعیین گزینه‌های تفکیک طرح به پروسه‌های مستقل با فصل مشترک‌های مشخص با یکدیگر؛

• تعیین گزینه‌های تقسیم کار تأسیس شرکت بیمه؛



گران تمام شود یا نرم‌افزار موجود در یک شبکه بزرگ به درستی کار نکند باید از راه‌حل‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری بهره برد.

۷. برآورد هزینه

آخرین مرحله امکان‌سنجی تأسیس شرکت بیمه، برآورد هزینه است، مرحله بعد از امکان‌سنجی زمانبندی است که در این مرحله باید از نظر زمانی بعد از موافقت جهت انجام پروژه، تقسیم‌بندی زمانی انجام شود تا امکان تحویل پروژه در موعد مقرر بررسی گردد.

منابع

۱. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۸۱. *راهنمای تهیه گزارش توجیه طرح*. معاونت امور فنی؛ دفتر نظارت و ارزیابی طرح‌ها.
۲. سیدمطهری، س.م.، ۱۳۷۴. *ارزیابی طرح‌های تولیدی (فنی، اقتصادی، مالی) کاربردی*. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۳. نیاکان، ع.، ۱۳۸۳. *راهنمای مطالعه بازار و بازاریابی در امکان‌سنجی طرح، بانک صنعت و معدن*.
4. Behrens, W. and Hawranek., P.M., 1995. *Manual for the preparation of industrial feasibility studies: Newly revised and expanded edition.*, UNIDO, Vienna
5. Hoagland, W. and Williamson, L., 2000, *Feasibility Studies*, University of Kentucky.

- بررسی صنعت بیمه موجود در قالب شرکت‌های بیمه‌ای فعال و بررسی اهداف تقاضا جهت تأسیس شرکت بیمه: در این زمینه صنعت بیمه‌ای حال حاضر بررسی گردد و مشکلات و نارسایی‌هایی که دارد آشکار گردد و براساس تقاضایی که متقاضی (بیمه مرکزی ایران و بازار هدف بیمه‌ای یعنی بیمه‌گذاران) از سیستم جدید دارد یک تجزیه و تحلیل جدید صورت گیرد.

- تعیین موجودیت‌های خارجی و رسم نمودار و جدول متن: (بخش بیمه‌های اتکایی، پذیرش و سپردن ریسک‌های خارجی):

تعیین اینکه صنعت بیمه موجود با کدام بخش‌های خارج از صنعت بیمه کشور در ارتباط است، رسم نمودار و جدول متن به این صورت است که ارتباط‌هایی که صنعت بیمه به صورت کلی در ارتباط با بخش‌های دیگر دارد با فلش‌های جهت‌دار تعیین شود و هر بخش به شکل بیضی نمایش داده شود)

- **تعیین عوامل مخاطره‌آمیز** بررسی عوامل مخاطره‌آمیزی که ممکن است سیستم را در یک شرایط خاص قرار دهد (همانند اعمال تحریم‌ها از سوی شرکت‌های بیمه اتکایی خارجی) که در این صورت ممکن است سیستم طراحی شده دیگر جواب ندهد که باید از قبل این عوامل مخاطره‌آمیز را پیش‌بینی کرد و تمام این عوامل را در نظر گرفت و راه‌حلی برای آن طراحی کرد.

۵. تعیین دامنه وسعت و محدوده پروژه تأسیس شرکت بیمه:

باید مشخص شود سیستم طراحی شده در چه ساختمانی و برای چند سیستم یا چند کاربر و متصدی مورد استفاده قرار می‌گیرد و همچنین موارد جزئی مثل سیستم عاملی که مورد استفاده قرار خواهد گرفت و نوع شبکه و ... باید تعیین شود.

۶. تعیین راه‌حل‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری

بعد از تعیین وسعت دامنه در صورتی که سیستم

آخرین مرحله امکان‌سنجی

تأسیس شرکت بیمه، برآورد

هزینه است، مرحله بعد از

امکان‌سنجی زمانبندی است.