



فرهنگ و ارتقاء

توسعه بیمه بعد از فروپاشی کمونیسم در کشورهای کمونیستی

ترجمه: محمد جواد روستا سکه روانی

مدیر داخلی تازه های جهان بیمه

Sekehravany@yahoo.com

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مشترک اروپایی دارند و شامل ۱۹ کشور است که از نظر فیزیکی و مکانی نیز بخشی از اروپا هستند.

نویسنده این مقاله به سه موضوع جدا از هم

این مقاله به بحث در خصوص توسعه بیمه در اروپای شرقی و مرکزی بعد از گذشت یک دهه از شکست کمونیست می پردازد و آگاهانه به بخشی از دنیای کمونیست محدود شده است که فرهنگ

پرداخته است که ممکن است روابط درونی مشترکی نیز داشته باشند.

اولین موضوع این است که دیدگاه فرجام شناختی نفوذ بیمه ای چیست؟ زیرا اعتقاد بر این است که کشورهای توسعه یافته در خصوص سطوح عالی نفوذ بیمه ای نیز به هم خواهند پیوست و چنین قلمداد می شود که این ویژگی مخصوص اقتصادهای توسعه یافته غربی است.

البته در جاهایی که دیدگاه فرجام شناختی موجه است و جاهایی که می تواند در جوامع پس از کمونیزم اروپای شرقی کاربرد داشته باشد، سئوالاتی مطرح شده است.

این مسئله در برگزیده آزمونی از عامل های فرهنگی و اعتقادی غیر واقعی است که سعی شده به وسیله آن سطح نفوذ بیمه ای اروپای شرقی را کمتر از آن چیزی نشان دهد که در اتحادیه اروپا وجود دارد. این مسئله ما را به سوی دومین موضوعی که قرار است در مقاله مطرح شود، راهنمایی می کند. زیرا بیمه در بسیاری از کشورهای اروپای شرقی یک مفهوم بیگانه و خارجی است.

داشتن دیدگاه معینی از مکانیسم بیمه از قبیل بیمه اتکایی یا کسر مالیات از حق بیمه ها، ما را در جهت رسیدن به اهدافمان هدایت می کند. زیرا بدون داشتن این دیدگاه به نظر می رسد بیمه بیشتر برای صدور سرمایه ها، فرار از پرداخت مالیات یا زراندوزی کاربرد دارد تا اینکه یک سیستم انتقال ریسک باشد.

موضوع نهایی مورد نظر این مقاله استفاده از بازاریابی چند سطحی برای غلبه بر مشکل عدم پذیرش فروشندگان بیمه نامه های عمر (بیمه گران غربی) در اروپای شرقی است زیرا آنها به سختی قادر به فروش این نوع بیمه نامه ها در اروپای شرقی هستند.

این عمل که معمولاً محکوم می شود به عنوان مثالی از فساد است که مسئول نا امید کردن مبتکران (طراحان) بیمه نامه های داخلی است. بنابراین لازم است که یک مشارکت معین برای توسعه آرام بیمه های زندگی در این ناحیه از جهان به وجود آید.

اهمیت بیمه در یک اقتصاد سنتی به وسیله سطح نفوذی که دارد اندازه گیری می شود و حق بیمه های زندگی و غیر زندگی به عنوان درصدی از GDP بیان می شوند.

ضریب نفوذ بیمه ای یک اقتصاد پیشرفته مثل آلمان در سال ۲۰۰۰ در سطح ۶/۵ درصد بوده است در حالی که این ضریب در یک اقتصاد سنتی مثل رومانی در همین سال تنها در سطح ۰/۸ درصد بوده است.

این سطح مفایرت بین ضرایب نفوذ بیمه ای عموماً بین بیشتر کشورهای اتحادیه اروپا (EU) با خیلی از کشورهای اروپای مرکزی و شرقی وجود دارد.

میانگین ضریب نفوذ بیمه ای در سال ۲۰۰۰ در اتحادیه اروپا ۸/۸ درصد بوده است در حالی که

میانگین ضریب نفوذ بیمه ای در اروپای مرکزی و شرقی تنها ۲/۵ درصد بوده که این درصد معادل ۲۸ درصد از سطح اتحادیه اروپاست. بیمه گران شرقی بیشتر تمایل به سرمایه گذاری در کشورهای دارند که سطح ضریب نفوذ بیمه ای پایین دارند، زیرا معتقدند که این امر بیانگر پتانسیل توسعه بیمه این کشورهاست.

به طور مثال اگر سطح ضریب نفوذ بیمه ای رومانی مانند آلمان در حال افزایش باشد جمع ناخالص حق بیمه ها مطابق اطلاعات سال ۲۰۰۰ از ۳۱۰ میلیون دلار آمریکا به ۲/۴ بیلیون دلار افزایش خواهد یافت و اگر یک شرکت بیمه ای ۱۰ درصد از سهم این بازار را در اختیار داشته باشد یک گردش مالی قابل قبولی معادل ۲۴۰ میلیون دلار خواهد داشت. این محاسبات ۱ بیلیون دلاری را که در بازار بیمه اروپای شرقی سرمایه گذاری شده اند را تایید می کند.

سئوالی که در اینجا مطرح است این است که آیا درست است که باور کنیم سطح ضریب نفوذ بیمه ای اروپای شرقی به طور اجتناب ناپذیری با اتحادیه اروپا تلاقی خواهد داشت؟ و یا اینکه روند رشد بازار برای بهبود گردش مالی مورد نظر سرمایه گذاران غربی مقبول خواهد بود؟ به نظر می رسد دو فرض سئوال بر انگیز وجود دارد.

اولین فرض اینکه نفوذ بیمه ای کارکرد ساده ای از ثروت است و آیا اروپای شرقی غنی تر شده یا کشورهای غربی سرمایه های بیشتری را به

سوی بیمه هدایت کرده اند.

دوم اینکه آیا اروپای شرقی همان اروپای غربی است دارای فرهنگ مشترک هستند یا موقتاً برای یک دوره ۴۵ ساله حاکمیت کمونیستی از یکدیگر جدا شده اند؟

از دیدگاه نویسندگان مقاله این گونه سئوالات و فرضیات نه تنها تجربه دگرگونی تاریخی در کمونیست گذشته را در نظر نمی گیرد، بلکه میزان تاثیر ارزش های اجتماعی را نیز که موقتاً به وسیله کمونیست تغییر یافته است، را در نظر می گیرد.

امروزه کسانی که به دیدگاه فرجام شناختی نفوذ بیمه ای حمله می کنند شرقی هستند، جایی که مدل استانداردهای زندگی متفاوتی دارند یعنی سطح بالایی از افراد ثروتمند با سطوح شدیداً پایینی از افراد جامعه ترکیب شده اند و ضریب نفوذ بیمه های غیر زندگی را تحت تاثیر قرار داده اند.

در اینجا دو مثال از فرهنگ های مختلف که یکی متعلق به هنگ کنگ و دیگری مربوط به عربستان سعودی است را به عنوان نمونه ذکر می کنیم.

هنگ کنگ یکی از ثروتمندترین و بهترین جامعه فرهیخته در جهان است ولی با این وجود نفوذ بیمه های غیر زندگی آن در سال ۲۰۰۰ تنها ۱/۱ درصد GDP این کشور بوده است. یک مقایسه نشان می دهد که سطح نفوذ بیمه ای در هنگ کنگ پایین تر از بلغارستان است زیرا سهم GDP

بلغارستان ۱۵ برابر بیشتر از هنگ کنگ است. از طرفی سطح نفوذ بیمه ای در عربستان سعودی در همین سال برابر ۰/۰۴ درصد بوده است در حالی که همین ضریب در آلبانی تقریباً ۵ برابر بوده است.

این موضوعات می تواند ما را علاقمند به تجزیه و تحلیل دلایل ضریب نفوذ بیمه ای پایین در این کشورها کنند اما باید بگوئیم که این مسئله بیشتر به فرهنگ آنها مربوط می شود تا به زمینه های اقتصادی آنها. به عنوان نمونه اعتقاد به قضا و قدر و در هنگ کنگ و احساسات مذهبی در عربستان سعودی.

اما آیا عامل های قابل قیاسی که ما را به این جهت راهنمایی کند که اروپای شرقی یک استثناء از این مدل استاندارد است وجود دارد و آیا نفوذ بیمه ای تحت تاثیر عملکرد افراد ثروتمند افزایش می یابد؟

در این قسمت توجه شما را به نمای پنج ساله سطح نفوذ بیمه ای در اروپای شرقی جلب می کنیم البته هدف شرح و بسط مبسوط این موضوع نیست بلکه در نظر است توجه شما را به سه دیدگاه اصلی که در این زمینه وجود دارد معطوف نماییم.

اولین دیدگاه اینکه سطح نفوذ بیمه ای به وسیله کشورها از سطح بالای ۴/۵ درصد در جمهوری چک تا پایین ترین سطح نفوذ بیمه ای یعنی ۰/۰۴ درصد در آلبانی طبقه بندی شده اند. بنابراین بر طبق این دیدگاه یک درجه وسیعی از دگرگونی ها و

تغییرات درون بلوک شرق و سپس بین میانگین نفوذ بیمه ای در اروپای شرقی و غربی وجود دارد.

دومین دیدگاه این است که همبستگی قابل مشاهده ای بین سطح نفوذ بیمه ای و دارایی افراد جامعه وجود ندارد به عنوان نمونه نفوذ بیمه ای در کرواتا تقریباً با اسلونی برابر است و می توان گفت که سرانه GDP آنها کمتر از نصف است.

دیدگاه سوم اینکه سطح نفوذ بیمه ای، مخصوصاً برای بیمه های غیرزندگی یا ثابت هستند یا در تعدادی از کشورها در حال کاهش است. ولی با همه شرط هایی که ارائه شد، نرخ GDP واقعی در این منطقه طی ۵ سال گذشته رشد داشته است.

گسترش دامنه تغییرات در سطح نفوذ بیمه ای در میان بلوک شرق دلالت بر این مسئله دارد که کشورهای اروپای شرقی نمی توانند به عنوان یک کل مورد بررسی قرار گیرند.

در زمینه های تاریخی نیز با نتایج غیر منتظره ای مواجه هستیم از جمله حداقل با پنج گروه اصلی نظام اخلاقی که عبارتند از اسلاوها، آلبانی ها، رومانی ها، اتریشی ها مواجه می شویم که قبل از نفوذ کمونیست با فرهنگ مشترک تحت سلطه امپراتوری های ترکیه، اتریش و روسیه قرار داشتند.

اگرچه همه ۱۹ کشور یاد شده بعد از پایان جنگ جهانی دوم با آغوش باز کمونیسم را پذیرفتند

ولی طبیعت رژیم های متفاوت از مائونیسم نامعتدل انورهائوکس آلبانیائی تا اندازه ای از لیبرال سوسیالیسم و مارشال نیتو یوگسلاویایی نیز وجود دارد.

این رژیم های متفاوت برخوردارهای متفاوتی با بیمه داشته اند. در بعضی کشورها از قبیل چکسلواکی و یوگسلاوی نسبت قوی صنعت بیمه دارایی حفظ شد، اما بسیاری از کشورهای دیگر به طور کلی مکانیسم بیمه را کنار گذاشته اند.

در رومانی و بخش هایی از اتحاد جماهیر شوروی بیمه اموال وجود نداشت و عملکرد اصلی بیمه را انحصار گران بیمه به صورت گروه هایی خارج از مرکز، آن هم در بخش های منتخبی اجباری اداره می کردند. از زمان پایان کمونیسم خیلی از کشورها در مناطقی از خود به طور سطحی تجاربی شبیه به بیمه داشته اند.

این احساس وجود دارد که آنها مدرن ترین قوانین بیمه را تصویب کرده اند و به منظور گسترش بیمه، بیمه های انحصاری دولتی را به بخش خصوصی واگذار کرده و بازارهای خود را به روی شرکت های بیمه خارجی باز کرده اند و اینگونه فعالیت ها را اخیراً نیز توسعه داده اند.

کشورهایی که سطح پایین نفوذ بیمه ای را در سال ۱۹۹۵ داشته اند هنوز نیز سطح نفوذ بیمه ای پایین در سال ۲۰۰۰ دارند. این امر دلالت بر این دارد که توسعه صنعت بیمه هر کشوری انعکاسی از تاریخچه پیشینیان و کوشش های اخیر آنها در جهت

مدرنیزه شدن صنعت بیمه است.

شاید به این مسئله توجه کرده باشید که ۱۹ کشور اروپای شرقی را در چهار بلوک طبقه بندی کرده ایم که عبارتند از یوگسلاوی، اروپای میانی، بالکان و بخش هایی از اتحاد جماهیر شوروی که ارتباط مؤثری بین الگوهای نفوذ بیمه در این چهار بلوک و تجربه تاریخی اخیر آنها وجود دارد.

کشورهای یوگسلاوی سابق به عنوان نمونه یک صنعت بیمه با دارایی های قدیمی قوی در زیر لوای سوسیالیسم نقش میانجی بین شرکت های بیمه و تأمین اجتماعی را دارا بوده است و برخلاف دیگر رویه هایی که در سراسر اروپای شرقی وجود دارد خیلی از این شرکت ها خصوصی نیز نبوده اند و قدرت اقتصادی و سیاسی آنها اجازه فعالیت در رشته آتش سوزی را می داده است. ضریب نفوذ بیمه های غیر زندگی در این کشورها بالا و عموماً ثابت است.

دومین کشورهای این بلوک جمهوری چک، اسلواکی، هلند و اتریش تحت تاثیر اقتصاد اتریش و آلمان توسعه یافته اند و یک فرهنگ توسعه یافته تری در زمینه بیمه از سایر کشورهای اروپای شرقی به نمایش گذاشته اند. این کشورها مقصد اصلی سرمایه گذاران مستقیم خارجی بوده اند و با توجه به اینکه صنعت بیمه سنتی در دوره کمونیسم به طور کلی نابود شده بود در این پنج سال اخیر یک الگوی ثابتی از توسعه و گسترش را در نتیجه سرمایه گذاری

مستقیم خارجی به نفایش گذاشته اند. رومانی، بلغارستان و آلبانیسی نیز بعد از کمونیست فقط توانسته اند به هزیت ملی بعد از قرن نوزدهم دست یابند هرچند پیشینه ۵۰۰ ساله به عنوان بخشی از امپراتوری عثمانی داشته اند.

این سه کشور بعد از کمونیسم متحول شدند و این تحول در بر گیرنده توسعه واقعی فعالیت بیمه ای نیز هست، هرچند که در تصویب قوانین بیمه مدرن تاخیر داشته اند و نتوانسته اند متدهای جدید نظارت بیمه ای را به وجود آورند. به عنوان نتیجه از ضعف این قوانین و نظارت صنعت بیمه بلغارستان تحت تاثیر جرم های سازمان یافته بوده در حالی که صنعت بیمه رومانی این احساس را دارد که با یک کلکسیونری از حبله های ماجراجویانه غارت شده است. با این نگرش سطح نفوذ بیمه غیر زندگی پایین است و بیمه زندگی نیز تقریباً وجود ندارد.

آخرین بلوک در بر گیرنده کشورهای حاشیه شرقی است که شامل روسیه، بلاروس، اوکراین، مولداوی و حوزه بالتیک است. صنعت بیمه در همه این کشورها تکوین یافته ای از سیستم بیمه ای اتحاد شوروی سابق است. دارایی های صنعتی در زمان کمونیسم بیمه نشده اند و بیمه شخص ثالث وسایل نقلیه موتوری وجود ندارد و تنها عملکرد محلی صنعت بیمه در فیش های اجباری اداره می شوند بنابراین بیمه سنتی به عنوان مکانیسمی برای انتقال ریسک وجود ندارد. سطح نفوذ بیمه ای عموماً پایین است و بخش بزرگی از معاملاتی که به عنوان تجارت

بیمه ثبت می شود در حقیقت نوعی طرح برای فرار از مالیات یا فرار سرمایه ها است. این دوره کوتاه بیانگر این است که خیلی از عوامل مهم به تنهایی می توانند نفوذ بیمه ای پایین را سبب شوند. اکنون می خواهیم نگاهی گذرا داشته باشیم به اینکه واقعاً معنی فقدان سنت بیمه در عمل چیست؟

همانگونه که ذکر شد در بسیاری از کشورهای کمونیستی صنایع و دارایی های تجاری بیمه نشده بودند و هر خسارتی نیز که به بار می آمد به نحو مطلوبی از محل بودجه دولت پرداخت می شد. داشتن تجربه مدیریت بدون بیمه برای ۴۵ سال سبب شده است که مدیران از طریق را با مذاکره به این امر قانع شوند که منابع مالی کمیاب و یا فعالیت هایشان را بیمه کنند.

این مسئله به ویژه وقتی که اقداماتشان کاربردی است و وقتی که دولت مالکیت ها را به سوی پاسخگویی به نیاز سهامداران سوق می دهد، بیشتر رخ می دهد. حتی با این وجود نیز بیمه به صورت سمبلیک شکل می گیرد تا کاربردی.

به دلایل تاریخی وقتی دارایی های صنعتی مشترکاً بیمه می شوند برای تعیین ارزش دفتری دارایی ها را بدانند و هزینه استهلاک را نیز از آن کسب کنند. ارزش دفتری به طور نرمال بخش کوچکی از هزینه است و میبانی که بیمه پرداخت می کند برای ذخیره طبیعی تولیدات کافی نیست.

اگر بانک ها به بیمه نمودن دارایی ها به عنوان یکی از شرایط اعطای وام احتیاج داشته باشند این

احتراق است چرا به فکر بیمه کردن آنها در مقابل آتش سوزی نباشیم؟

دلایل دیگر نفوذ بیمه ای در اروپای شرقی کوچک بودن اندازه بازارهای محلی است که فرصت های اعتباری محدودی را برای مسکن سازی ارائه می کند.

در کشورهای کمونیستی که در آنها زلزله و سیل به تواتر اتفاق می افتد، هیچ گونه محاسبه ای برای خطرات طبیعی در زمان کمونیست انجام نگرفته است زیرا اعتقاد دارند که دولت ها و جامعه بین المللی بودجه هایی را برای مواجه شدن با خطرات حوادث طبیعی در نظر خواهند گرفت. گرایش مصرف کنندگان به سوی بیمه و شرکت های بیمه نیز از عوامل رونق بیمه بعد از کمونیست است. در طول دوره حاکمیت کمونیست مردم تجربه بیمه نداشتند و اغلب بیمه هایی را که می شناختند اجباری بود که به وسیله بیمه های دولتی صادر می شد. به عنوان نمونه جمع کل حق بیمه های دریافتی در رومانی همیشه ناکافی بود. اکنون در شرایط بعد از کمونیست بیمه گران باید سطح آگاهی عمومی را در خصوص بیمه های اجباری و اختیاری بالا ببرند و این مسئله را تداوم بخشند.

در کشورهای اروپای شرقی برخی اعتقاد دارند خرید بیمه ضروری نیست زیرا شرکت های بیمه هیچ خسارتی را پرداخت نخواهند کرد. این اعتقاد به خصوص در بلغارستان وجود دارد زیرا معتقدند که تنها وقتی موفقی به دریافت خسارت

عملکرد مشترک بین بانک و بیمه برای اعطای پوشش بیمه فقط در مقابل اعطای وام است که سبب رقابتی کردن فعالیت شرکت های بیمه می شود تا مشخص شود که برای آن مبلغ وام مورد نظر چه پوشش هایی می توانند ارائه دهند.

کوشش سرمایه گذاران غربی برای ورود به بازار بیمه اروپای شرقی از سایر نقاط متفاوت است. هرچند که آمارهای دقیقی برای سنجش آنها در دست نیست ولی سیاست آنها اروپای شرقی به گونه ای است که پوشش های قابل قبولی را برای دارایی های محلی ارائه می کنند.

به طور تجربی واضح است که رشد بیمه دارایی ها در اروپای شرقی ناشی از سرمایه گذاری های موثر خارجی است تا ریسک های محلی و بنابراین این رشد به صنعت بیمه اروپای شرقی تحمیل شده است و بیانگر رشد بنیادی نیست. با این حال بسیاری از سرمایه گذاران خارجی یا برنامه و طرح های بیمه جهانی دارند یا به سلامت عملکرد بیمه های محلی اعتقادی ندارند.

تجارت داخلی به طور طبیعی ۱۵ درصد از حق بیمه اموال در اروپای شرقی را در مقایسه با ۶۰ درصد در اتریش در بر می گیرد. دلیل این موضوع عینی است زیرا بعد از جنگ جهانی دوم خانه ها را بیشتر از بتون می ساختند. بنابراین آسیب پذیری کمتری در برابر آتش سوزی یا حوادث طبیعی نسبت به اروپای غربی داشتند.

به عبارت دیگر اگر دارایی های ما قابل

خواهی شد که در بخش پرداخت خسارت دوستی داشته باشی یا یکی از اعضای این بخش را به عنوان پارتنری پیدا کنی و به او رشوه دهی.

بیمه های مسئولیت نیز در اروپای شرقی توسعه نیافته است. تعدادی از کشورها شامل روسیه و اوکراین هنوز به پیش نیازهایی برای اجباری کردن بیمه مسئولیت شخص ثالث نیاز دارند و کسانی نیز که بیمه اجباری اتوموبیل را انجام می دهند عموماً محدودیت های قانونی زیادی برای بیمه قائل هستند.

مسئولیت کارکنان یا جبران خسارات وارده به کارکنان به وسیله سیستم های تامین اجتماعی با شرایطی بهتر از بیمه تحت پوشش قرار می گیرند. عموماً میانگین حق بیمه های شخص ثالث فقط ۲ تا ۳ درصد از مجموع حق بیمه های غیر زندگی در اروپای شرقی در مقایسه با ۱۰ درصد این میانگین برای انگلستان است.

دلایل این سطح پایین نفوذ بیمه ریشه تاریخی دارد. زیرا که در سیستم قانونی کمونیزم برای پوشش دادن و آموزش افراد هیچ طرحی اجرا نشده بود و حمایت های ناقص مالی و پاسخگویی نامناسب سیستم های تامین اجتماعی نیز مزید بر علت بود. اگرچه خیلی از کشورهای اروپای شرقی در دهه اخیر سیستم های قانونی خود را بازبینی کرده اند ولی دستیابی به قانون در بسیاری از دادخواهی های شخصی با اعتقاد به بی طرفی های قوه قضاییه هنوز ضعیف است.

مهم تر از این مفهوم مسئولیت های قانونی

شخصی که باید جبران شود در افکار عمومی هنوز شکست خورده است. دومین موضوع مورد بحث ارتشاه می باشد. اگرچه سوء استفاده کردن از مکانیزم بیمه ممکن است یک حرفه ابتدایی و عامیانه باشد ارتشاه مورد بحث در صنعت بیمه به چند شکل برمی گردد. *

پیشتر جوامع اروپای شرقی به نحو دغل کارانه ای از بیمه تکایی به عنوان پوششی برای نهان سازی صدور غیر قانونی سرمایه ها به خارج از کشور، سوء استفاده از بیمه برای فرار از مالیات محلی یا کاربرد فریب کارانه از کارگزاران به عنوان راهی برای نقل و انتقال وجوه شرکت ها و اندوخته مستقیم استفاده می کنند.

اگرچه میزان بروز ارتشاه از کشوری به کشور دیگر فرق می کند ولی تاثیر آن بر فعالیت های بیمه ای رسماً به ثبت رسیده است زیرا هرگونه تحریف در آن می تواند سطح نفوذ بیمه ای را غیر واقعی نشان دهد.

به عنوان نمونه برآورد می شود که ۲۵ درصد از درآمدهای حق بیمه های غیر زندگی در کشور اوکراین مربوط به فعالیت های دغل کارانه است. ۱۰ درصد در بلاروس، ۲۵ درصد در لیتوانی و ۵۰ درصد در روسیه. در زمینه زندگی نیز این تحریف معادل ۱۵ درصد در روسیه و ۲۵ درصد در بلغارستان است.

دغل کاران و تحریف در زیاد نشان دادن سطح نفوذ بیمه ای در کشور ها رو به افزایش است

(در کشورهایی که سطح نفوذ بیمه ای پایینی دارند) و این می تواند به خاطر فقدان یک سابقه بیمه سنتی در این کشورها باشد که سعی دارند مکانیسم سوء استفاده از بیمه را رواج دهند.

اگر دولت ها مالیات های قابل پذیرش تعیین کنند یا بخشودگی مالیاتی در مبادلات خارجی را کنترل کنند، این مسائل پیش نمی آید. در اینجا برای اینکه نمایی از عملکرد عینی وضعیت صنعت بیمه در کشورهای اروپای شرقی را نشان دهیم، مثالی را مطرح می کنیم.

اولین مثال، بوسنی است جایی که حوادث شخصی در سطحی بالاتر از ۱۱ درصد حق بیمه های غیر زندگی را شامل می شود. با اینکه حق بیمه های گروهی به عنوان هزینه قابل قبول مالیاتی پذیرفته می شود ولی سبب سوء استفاده مشترک بین تمام شرکت ها شده است که در آخرین روزهای سال مالی از محل سودهایسی که به آن مالیات تعلق می گیرد بیمه نامه های گروهی خریداری می کنند و در اولین روز از سال مالی آینده بیمه نامه ها را باطل و حق بیمه را برگشت می دهند.

همچنین عملکرد مشابهی در لائوس وجود دارد. در این کشور حق بیمه ها در قالب قراردادهای اتکایی از کشور خارج می شوند ولی به کشور برگشت داده می شوند و در حساب های شخصی بانک لائوس نگهداری می شوند تا با استفاده از قوانین نهایی بانکداری بتوانند از پرداخت مالیات فرار کنند.

کارگزاری بیمه از زمانی که قوانین مقدماتی آن در دسامبر ۱۹۹۹ تصویب شده است در بلغارستان به رشد انفجاری رسیده است که این رشد ناشی از تقاضا برای کارگزاری نبوده است بلکه منشاء آن تقاضای سرکوب شده برای مدیریت ریسک است. این کارگزاران بیمه بیشتر از ۳۰ درصد برای بیمه نامه های تجاری کمیسیون مطالبه می کنند. یک نمونه از عملکرد دیگر در مولداوی است که به منظور جلوگیری از دغـل کاری درآمدهای خود را در صندوق های شرکت نگهداری می کنند.

آخرین مثال بلغارستان است جایی که دولت شرکت ها را در پس اندازهای بازنشستگی تشویق می کند و به آنها معافیت مالیاتی نامحدود اعطا می کند همچنین به آنها اجازه می دهد که پرداخت های خود را از مالیات در سر رسیدهای معین به تعویق بیندازند. این مصلحت ساده که در آن تاریخ پرداخت قراردادهای سالانه یا اعطاء فوری بیمه نامه وام ها ذکر نمی شود به تجار کوچک اجازه می دهد تا سطح درآمدهای داخلی خود را به وسیله عملیات پول شویی در قالب یک قرارداد یک ساله همواره در سطح درآمدهای معاف از مالیات نگه دارند. به همین علت شگفت آور نیست اگر رشد سالانه بازار بلغارستان در سال ۱۹۹۹ نزدیک به ۲۴۹ درصد و در سال ۲۰۰۰ بیشتر از ۱۵۹ درصد باشد.

در بحث پایانی بر این هستیم که نفوذ بیمه های زندگی را در سطوح چند جانبه بازاریابی برای فروش و بهره مندی از جریان گردش پول

بیمه نامه ها مورد بحث قرار دهیم.

کرده اند.

واقعیت سرمایه گذاری در اروپای شرقی این است اما فقط بیمه گران به عنوان کسانی که گردش نقدینگی بالایی دارند حافظ بازار هستند و آن هم به یک گروه منتخب از بیمه های زندگی محدود می شود که توسط بیمه گران استرالیایی اداره می شود و در چارچوب محدود از سطوح چند جانبه بازاریابی به عنوان کانال های انحصاری برای مشارکت بیشتر در بخش بیمه استفاده می کنند.

برای کسانی که با عملکرد سطوح چندجانبه بازاریابی یا مباحث فروش آشنا نیستند باید بیان کنیم که یکی از تکنیک های فروش، الزام عضو به خرید بیمه نامه ۱۰ ساله است که سبب گردش سریع وجوه بیمه عمر با مدت معین می شود.

این عضو جدید نیز تلاش می کند تا دوستانش را متقاعد به خرید بیمه نامه کند و همین طور تا بی نهایت ادامه می یابد. به هر عضو یک مبلغی از کمیسیون تعلق می گیرد. که این مبلغ نیز به طور تصاعدی افزایش می یابد.

این تکنیک فروش بیمه موجه به نظر می رسد به دلیل اینکه باعث افزایش ضریب نفوذ بیمه ای و گسترش آن می شود. نقطه ضعف این تکنیک فروش این است که بیمه نامه ها به وسیله آژانس هایی فروخته می شوند که کفایت و آشنایی کافی با بیمه ندارند.

از طرفی، کسانی که این بیمه نامه ها را خریداری می کنند، تصور می کنند می توانند

دلایل زیادی وجود دارند که گواه گسترش آرام بیمه های زندگی در اروپای شرقی هستند. از جمله دلایل این گسترش درآمدهای ناپایدار، نا امنی شغلی، عدم ثبات اقتصادی و سیاسی، تورم بالا، فقدان فرصت های سرمایه گذاری بلندمدت، فقدان اعتماد به ثبات گردش پول محلی، سقوط بانک ها و سرمایه گذاری های تقلبی هستند که اعتماد مردم را نسبت به موسسات مالی از بین برده اند و باعث توجه مردم به بخش بیمه های زندگی شده است.

البته دیدگاه بلندمدتی نیز وجود دارد که مردم اروپای شرقی دارای فرصت های سرمایه گذاری هستند و ذخیره عظیمی از گردش مالی که از رشد بازار در نتیجه فعالیت اقتصادی با خارج از کشور شکل گرفته است در دست مردم است.

آشکارترین توضیح از این مبالغ و پول های در دسترس مردم و بیانگر تمایل سرمایه گذاری آنها را می توان در هرم ذخایر تقلبی مشاهده کرد که به وسیله آن سعی شده بود سرمایه گذاری را در اروپای شرقی در دو دهه گذشته بالا نشان دهد.

نمونه هایی مثل یوگسلاوی، بانک دافی منت در سیبری، کارتینر وان. ان. ای در رومانی، ام. ام. ام در رومیه و بسیاری از رسوایی های دیگری که در زمینه مسائل مالی به وجود آمده است، خسارت هایی تا ۱/۲ میلیون دلار آمریکا تا سال ۱۹۹۷ برآورد

یک نمونه دیگر سبیری است. جایی که یکی از شرکت های اتریش خودش را در قالب سطوح چند جانبه بازاریابی به عنوان یک بیمه گر عمر محلی معرفی می کند و تا حدودی نیز در قالب کارگزارها به صورت موفق عمل کرده است.

وقتی که این شرکت در سال ۱۹۹۸ شروع به فعالیت کرد ناگهان با فشار گزارش ادعای خسارات محلی روبرو شد که در آن ۲۵۰/۰۰۰ بیمه گذار در حدود ۱ میلیون دلار کلاهبرداری کرده بودند. اگرچه این بیانات توسط گردانندگان شرکت بی شک یک بزرگ غایی است ولی از طرفی این کارگزاری موفق مجموع کل درآمد حق بیمه های خود را در جایی ثبت نکرد.

این گونه فعالیت های غیر قانونی و غیر اخلاقی اثراتی را بر سطوح چند جانبه بازاریابی داشته است. زیرا برای خیلی از مردم اروپای شرقی پیوستن به یک سطح چندجانبه بازاریابی در واقع اولین نوع قراردادی بوده که با یک موسسه مالی غربی منعقد می کردند.

در حالی که نتیجه این قراردادها جز کلاهبرداری چیستی نبوده است. این امر در واقع یک گروهی از بیمه گذاران نا امید و دلسرد با تصور بدی از بیمه عمر و عدم اعتبار به شرکت های بیمه غربی را به وجود آورد. این تاثیرات به همراه جاه طلبی شرکت های بیمه غربی در توسعه بیمه بازار بیمه عمر در اروپای شرقی نقش به سزایی داشته است.

حق بیمه هایشان را از طریق حق کمیسیون هایسی که از دوستانشان عاید آنها می شود پرداخت کنند، ولی اگر موفق به تامین حق بیمه هایشان نشوند قبل از اینکه تقاضای واگذاری ارزش بیمه نامه خود را داشته باشند بیمه نامه آنها باطل می شود.

از طرف دیگر حق بیمه هایی هم که پرداخته اند از طریق این سیستم جذب صنعت بیمه شده و قابل برگشت نیست و حق بیمه های عاید شده به اتریش را نیز برای سرمایه گذاری از کشور خارج می کنند.

در واقع همان طور که واضح است اینگونه حق بیمه ها به طور غیرقانونی جمع آوری شده اند. و طبیعتاً به طور غیر قانونی نیز از کشور خارج می شوند در بومسنی این کار به وسیله قرار دادن وجوه در عقب یک ماشین و در مولداوی به وسیله رشوه دادن به یک دیپلمات و اجاره کردن کیف دستی او انجام می شود.

یک سؤال عجیب این است که سطوح چند جانبه بازاریابی در سطح کلان در مورد بیمه های عمر واقعاً چگونه اجرا می شود؟ این سؤال بی جواب است زیرا اینگونه فعالیت های بیمه ای در جایی ثبت نمی شود و عملاً دست ناظران بیمه ای برای نظارت بر این نوع از فعالیت ها بسته است.

این سؤال در اتریش نیز بی جواب است زیرا خردشان به اکراه این روش را از راهکارهای نفوذ بیمه پذیرفته اند.

در این مقاله تاریخچه ۱۹ کشور بررسی شد که هر کدام حکم کلی و جدایی دارند بر ضریب نفوذ بیمه ای آنها تاثیر دارد. البته باید یادآور شد که خیلی از فاکتورهای اصلی تاثیر گذار بر نفوذ بیمه در هر یک از این کشورها به تفصیل بحث نشده است.

اما امید است این مقاله ما را به سوی بیمه رهنمون شود و از ما یک مصرف کننده بیمه بسازد مانند آن چیزی که در حال حاضر در انگلیس وجود دارد و برای آینده جوامع اروپایی نیز یک ضرورت اجتناب ناپذیر است.

ما به عنوان بیمه گسر وظیفه داریم که مسئولیت های تجاریمان را در کشورهای کمتر توسعه یافته به عنوان یک وظیفه کاربردی اجرا کنیم ولو اینکه گاهی ممکن است به کارگیری عملکرد خودمان در دیگر فرهنگ ها ضرورتاً به موفقیت نرسد.

ولاگان کلیدی:

سطوح چندجانبه بازاریابی، مکانیسم بیمه سطح نفوذ

بیمه ای توسعه بیمه

منابع:

Axco insurance information services Ltd.