



دلایل عدم توسعه بیمه های زندگی در ایران

ترجمه و تألیف: عباس اسفندیاری*

چکیده

تلاش و کوشش بشر در طول تاریخ بر این بوده است که وسایل مبارزه با حوادث و مشکلات را فراهم سازد و از زندگی پر از ترس و هراس نجات یابد و آسایش و امنیت خاطر را که اساس زندگی است، به دست آورد. در این شرایط بیمه های زندگی می توانند انسان را از پیامدهای خطرهایی که تهدیدش می کند محافظت کند. در ایران متأسفانه بیمه های زندگی به رشد و توسعه مطلوب نرسیده است و به

نسبت بیمه های غیر زندگی جایگاه چندان درخور توجهی ندارد. لذا بررسی دلایل عدم رشد و توسعه این بیمه به منظور برنامه ریزی برای گسترش آن بسیار مؤثر به نظر می رسد. در این مقاله دلایل عدم توسعه بیمه های زندگی بررسی شده است.

مقدمه

از زمان پیدایش جوامع بشری، همواره انسان در جست و جوی تأمین جانی و مالی برای خود و خانواده اش بوده است و همین جست و جو برای تأمین نیاز به پیدایش بیمه و فعالیت های بیمه گری منجر شده. به مرور زمان بیمه وسعت یافت و انواع مختلف آن به وجود آمد. یکی از این انواع بیمه ها، رشته بیمه های زندگی است. که در جوامع پیشرفته امروزی این بیمه ها به دلیل اهمیت و نقشی که در تأمین و تضمین آتیه خانواده ها دارند و موقعیت خانواده ها را از لحاظ خطرهای مرگ و میر سرپرست خانواده و مشکلات اقتصادی ناشی از آن تضمین می کند اهمیت بسیاری یافته اند. همچنین نقش اقتصادی آن به دلیل فراهم آوردن موجبات تشکیل پس اندازهای عظیم و متعاقب آن سرمایه گذاری قابل توجه است به طوری که در نهایت رشد و توسعه این شاخه از بیمه ها منجر به رشد و توسعه اقتصادی می شود.

در کشور ما بیمه های زندگی جایگاه مناسب و مطلوبی ندارند و سیاست گذاران صنعت بیمه هنوز نتوانسته اند این بیمه ها را به سطح مطلوب خود برسانند ولی در کشورهای پیشرفته این بیمه ها جایگاه و اهمیت ویژه ای دارند. مثلاً در کشورهای ژاپن و کره جنوبی از هر ۱۰۰ واحد درآمد سرانه، ۱۰ واحد به بیمه های زندگی اختصاص می یابد ولی در کشور ما نسبت بیمه های زندگی بسیار پایین است و در قاره آسیا پرتفوی بیمه های زندگی بیش از ۷۰ درصد است در حالی که در ایران فقط دو بار از مرز ۱۰ درصد فراتر رفته است. در کشور چین که درآمد سرانه اش کمتر از مردم ایران است، سهم بیمه زندگی از درآمد سرانه در آن کشور بیشتر از کشور ماست.

با توجه به جمعیت زیاد کشور، که درصد قابل توجهی از آن را جوانان تشکیل می دهند در آینده حجم بالایی از جمعیت به سن بازنشستگی می رسند و سیستم تأمین اجتماعی نمی تواند پاسخگوی نیاز این میزان جمعیت باشد، پس می بایست به بیمه های زندگی اهمیت بیشتری داد و در جهت رشد و توسعه این رشته تلاش و کوشش کرد.

بیمه یکی از راه های منطقی و اساسی این تأمین و تجلی روح تعاون و همکاری بین افراد است و تا آنجا پیش رفته که برای انواع خطرها نوع خاصی از بیمه توسط شرکتهای بیمه ارائه شده است، همچنین با توجه به این که کشور در حال مذاکرات پیوستن به سازمان تجارت جهانی (با توجه به عدم توسعه بیمه های زندگی) یکی از رشته های بیمه که دارای پتانسیل بالا و بسیار مورد توجه شرکتهای خارجی است بیمه های زندگی است. بنابراین شرکتهای فعال در زمینه بیمه های زندگی علاوه بر رشد و گسترش بیمه های زندگی باید از توان رقابتی بالایی در مقابل بیمه گران خارجی نیز برخوردار باشند.

به منظور توسعه بیمه های زندگی می بایست ابتدا از دلایل عدم توسعه این بیمه ها آگاهی یافت و با شناخت و درک مناسب این عوامل راه حل های مناسب را یافت. لذا این مقاله سعی در ارائه تعدادی از عوامل و موانع عدم توسعه بیمه های زندگی دارد. بر همین اساس در ابتدا شناختی مقدماتی از انواع بیمه های زندگی را مطرح می کنیم و در ادامه عوامل مؤثر بر فعالیت شرکتهای بیمه زندگی (به دلیل درک این مطلب که شرکتهای فعال در زمینه بیمه های زندگی چگونه باید فعالیت کنند که موفق باشند)، آثار اقتصادی و اجتماعی بیمه های زندگی (به این دلیل که اهمیت این بیمه ها را از ابعاد اقتصادی و اجتماعی بررسی کنیم) و در نهایت به بحث اصلی که دلایل عدم توسعه این بیمه ها است می رسیم.

انواع بیمه های زندگی

شرکتهای بیمه ای که در کار صدور بیمه های زندگی فعالیت می کنند، معمولاً پنج نوع از قراردادهای بیمه زندگی را صادر می کنند که هر یک از این انواع پوشش های بیمه ای، خود به تعداد زیادی طرح های دیگر - بر اساس نیاز جامعه بیمه گذاران- تقسیم می شود. در زیر به طور مختصر به تقسیم بندی بیمه های زندگی می پردازیم:

- بیمه عمر: مهم ترین بخش بیمه های زندگی را تشکیل می دهند. هدف در بیمه عمر تأمین مبالغی معین (سرمایه یا مستمری) برای بیمه شده یا افراد ذی نفع در صورت فوت یا حیات وی است. بیمه عمر قراردادی است که به موجب آن بیمه گر تعهد می کند در قبال دریافت حق بیمه، مبلغی معین را در

موعدی مقرر در صورت فوت یا حیات بیمه شده به وی یا افراد ذی نفع پرداخت کند. این بیمه انواع مختلفی دارد که به دلیل دور بودن از هدف مقاله از ذکر آن ها خوداری می شود.

- بیمه حوادث: حادثه واقعه ای است ناگهانی و شدید که مستقیماً بر اثربخشی عمل خارجی بروز کند و موجب جراحت و یا آسیب بدنی گردد به طوری که برای پزشک قابل تشخیص باشد. در بیمه حوادث بیمه گذار با پرداخت حق بیمه در مقابل کلیه خطرهای ناشی از حوادث مختلف که منجر به فوت، نقص عضو و جراحت وی گردد تحت پوشش بیمه قرار می گیرد.

- بیمه مستمری: گونه ای از پوشش های بیمه ای است که پرداخت مستمری دوره ای را برای مدت زمان معین یا تمامی مدت حیات بیمه شده تعهد می نماید. این نوع بیمه در کشورهای پیشرفته با استقبال و درخواست عامه مردم مواجه شده است.

- بیمه های درمانی: معمولاً بخشی از بیمه های حوادث و ضمیمه این قرارداد قلمداد می شوند و زمانی هم بیمه حوادث و درمانی توأمأ جزو قراردادهای بیمه عمر قرار می گیرند تا پوشش جامع و کاملی را ارائه دهند. در ایران بیمه درمانی به دو صورت خدمات درمانی سرپایی و بیمارستانی و خدمات درمانی بیمارستانی عرضه می شود.

- بیمه های بازنشستگی: این بیمه ها در کلیه کشورهای پیشرفته جهان در توسعه اقتصادی و سیاسی و اجتماعی و ساختار قرن بیستم ریشه دارد تا بتواند برای تعداد زیادی از افراد مسن تأمین و رفاه مادی و فکری را به ارمغان آورد.

عوامل مؤثر بر فعالیت شرکت های بیمه زندگی

مسئولان و مدیران شرکت های بیمه می بایست توسعه و گسترش شرکت را بر پایه ای اصولی و مستمر قرار دهند و نه توسعه و گسترش ناگهانی را که می تواند عواقب ناخوشایند و ناگواری را برای شرکت به بار آورد. از عوامل مؤثر بر فعالیت یک شرکت بیمه زندگی می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- بررسی بازار: بررسی های اولیه برای تأسیس شرکت بیمه زندگی باید متکی و مبتنی بر تجزیه و تحلیل های فوق العاده دقیق باشد. ابتدا باید بازار بیمه هر کشور را بررسی و چنانچه بازار فروش بیمه دارای پتانسیل های بالقوه زیر باشد، اقدام لازم را انجام داد: داشتن اقتصاد پویا و با ثبات، موجود

بودن میانگین درآمد مناسب بین افراد جامعه به منظور امکان پذیر ساختن پس انداز، وجود شیوه و روش ها و همچنین استانداردهای بالای تجاری، نبودن قوانین محدود کننده و غیر قابل پیش بینی.

• ساختار اقتصادی: شرکت های بیمه زندگی می باید از ساختار و ترکیب اقتصادی کشور خود اطلاعات کافی داشته باشند تا بتوانند تصمیمات صحیح را اتخاذ کنند و برای این که امکان تأسیس داشته باشند می باید اطلاعاتی نظیر درآمد ملی، درآمد سرانه و نیروی کار کشور را در اختیار داشته باشند.

• ساختار جمعیت: اطلاعات مورد نیاز ساختار این شناخت را به ما می دهد که آیا ترکیب جمعیت به نحوی است که تولید تقاضا برای خرید بیمه نامه زندگی را ایجاد نماید. مواردی که در ساختار جمعیت باید به آن توجه کرد عبارتند از گروه های متفاوت و متعددی که دارای فرهنگ و اخلاقیات خاصی هستند، اعتقادات سیاسی و مذهبی میزان و درصد زایش و تولد، درصد مرگ و میر و علت آن، سطح و میزان تحصیلات و

• مسائل فنی: در زمان تأسیس و مدیریت یک شرکت بیمه زندگی موارد متعدد فنی باید مد نظر قرار گیرد و به دقت بررسی شود در غیر این صورت، ممکن است که هر یک از این عوامل به تنهایی به یک عامل بازدارنده ای مبدل شود که به کار گسترش و توسعه لطمه وارد آورد. یکی از این موارد مهم مالیات بندی بر شرکت های بیمه زندگی است.

آثار اجتماعی و اقتصادی بیمه های زندگی

پیشرفت بیمه با توسعه اقتصادی کشور مقارن است و ترمیم وضع اقتصادی، افزایش مبادلات، ترقی سطح زندگی و ... موجب پیشرفت بیمه در هر کشور می شود. به طور کلی بیمه بر تضمین سرمایه گذاری، افزایش پس انداز، موازنه ارزی، توسعه سرمایه گذاری و صادرات آثار بسیاری دارد ولی از آنجا که بحث ما در این مقاله تنها بیمه های زندگی است به آثار این بیمه ها بر اقتصاد و جامعه می پردازیم. می توان این بررسی را به سه مورد محدود کرد که شرح مختصری از هر کدام در زیر آورده شده است:

۱. بیمه های زندگی به عنوان یک اصل خدماتی پاسخگوی نیازهای اصلی و اساسی افراد بسیاری است. احتمال محروم شدن وابستگان از یک درآمد مستمر و همیشگی موجب می شود که افراد به خرید این بیمه ها اقدام نمایند. بنابراین بیمه های زندگی وضعیت اقتصادی خانواده ها را تضمین و نگرانی

آنها را از مشکلاتی که بر اثر وقوع حادثه ای ناگهانی ممکن است به وجود آید کاهش می دهند و نقش اصلی وسازنده ای در پاسخگویی به نیازهای انسان دارند.

۲. دومین اثر بیمه های زندگی همان گردآوری سرمایه ها و در واقع جنبه پس اندازی آنهاست که البته در بیشتر انواع این بیمه ها پس اندازها به صورت بسیار بلندمدت است و فرصتی مناسب را در اختیار افراد برای تأمین آینده خود قرار می دهند. از طرفی از مجموع پس اندازها ذخایر قابل توجهی به دست می آید که اگر در مسیر صحیح سرمایه گذاری شوند، به رشد و توسعه اقتصادی کشور منجر می شود.

۳. بیمه های زندگی مجموعه ای از عملیات مالی و اقتصادی است و شرکتهای بیمه فعال در این زمینه می توانند سهم مؤثری در بالا بردن تولید داشته باشند و این امر منجر به اشتغال جوانان و افراد جویای کار شده و به نوبه خود بسیاری از مشکلات و فسادهای اجتماعی ناشی از بیکاری را از بین می برد و بدین صورت جامعه اصلاح شده و پیشرفت می کند.

دلایل توسعه ناکافی بیمه های زندگی

همان گونه که گفته شد بیمه و توسعه اقتصادی یک کشور با یکدیگر ارتباط متقابل دارند و از آنجا که یکی از شاخه های بیمه، رشته بیمه های زندگی است و از لحاظ اقتصادی نیز اهمیت بسیاری دارند، همچنین علاقه شرکت های خارجی به فعالیت در این زمینه در ایران، لذا بهتر است برای حل مشکلات عدم توسعه بیمه های زندگی گام برداریم. قدم اول شناختن دلایل توسعه ناکافی بیمه های زندگی است که در ادامه به پاره ای از این عوامل به مختصر اشاره شده است:

۱. عدم برنامه ریزی صحیح و اتخاذ سیاست های مناسب توسط شرکت های بیمه: برنامه ریزی صحیح ارائه طرح های مناسب بیمه ای از طریق برگزاری جلسات مشترک و هم فکری سیاست گذاران شرکت های بیمه که در زمینه بیمه زندگی فعالیت می کنند، بر رشد و گسترش این گونه بیمه ها مؤثر است. بدیهی است یکی از راه های اساسی برآوردن نیازهای افراد جامعه برای امور بیمه ای برنامه ریزی و سیاست گذاری است و امروزه هر حرکتی مستلزم برنامه ریزی و پیش بینی دقیق است.

بیمه مرکزی ایران به عنوان محور سیاست گذاری در صنعت بیمه می تواند از طریق هماهنگی لازم و تنظیم برنامه های بلندمدت، میان مدت و کوتاه مدت به صورت اثر بخش و کارا برای پیشبرد

صنعت بیمه اقدام نماید. تعداد این جلسات در سنوات گذشته بسیار کم بوده است و بدیهی است که مشکل صنعت بیمه کشور با این تعداد جلسات محدود حل نخواهد شد بیمه مرکزی ایران همانند بانک مرکزی می تواند در امر هدایت و گسترش بیمه کشور اقدامات اساسی تری را صورت دهد.

بنابراین برنامه ریزی و سیاست گذاری مناسب برای گسترش بیمه بسیار مفید است. اما در خصوص بیمه های زندگی تعداد این جلسات مشترک که می تواند به سیاست گذاری و گسترش این گونه بیمه ها منجر شود، بسیار اندک است. از بررسی آمارها در می یابیم که این گونه بیمه ها فقط در چند دوره رشد بالایی داشته اند و در چند دوره دیگر رشد پایین یا حتی منفی داشته اند که و این امر نشان دهنده عدم برنامه ریزی مناسب است. برای ارتقای سطح این بیمه ها می بایست مسئولان و کارشناسان با برگزاری جلسات مشترک و با توجه به هدفی که برای بیمه های زندگی دارند (که طبیعتاً گسترش و رشد این بیمه ها است) برای آینده آن برنامه ریزی کنند.

۲. عدم به کارگیری نیروی انسانی متخصص و با تجربه: امروزه با پیشرفت روز افزون عملیات بازرگانی و بیمه، شرکت های بیمه به اهمیت نیروی انسانی با تجربه و متخصص پی برده اند و شرکتهایی که دارای نیروهای مستعد با تجربه هستند به منظور تکمیل دوره های تخصصی به ادامه تحصیل در دانشگاه های کشورشان می پردازند.

امروزه بیشتر کشورهای فعال در بیمه های زندگی در جهان به این مسئله واقف شده اند که باید از نیروهای متخصص و کارآزموده استفاده کنند و این امر به رشد چشمگیری در سهم این گونه بیمه ها منجر می شود. نمایندگان و کارمندان شرکت های فعال در زمینه بیمه زندگی در ایران نیاز به آموزش دارند و از آنجا که این آموزش ها یا صورت نگرفته یا این که بسیار در سطح ابتدایی انجام شده است، لذا شرکت های فعال در بخش بیمه های زندگی اغلب به صورت سنتی اداره می شوند. این شکل سنتی فعالیت های بیمه ای نتوانسته است به رشد بیمه های زندگی منجر شود و یکی از عوامل عدم رشد این گونه بیمه ها در واقع، عدم آموزش و تخصص لازم است. علاوه بر آن بیمه زندگی کالایی است خاص که فروش آن صرفاً در گرو عرضه محصول نیست، بلکه باید آن را به فروش رساند و محصولی به فروش می رسد که نیازی را برطرف نماید، لذا با استفاده از پرسنل آموزش دید و مجرب و ایجاد یک نظام فروش واقع بینانه در سازمان می توان به توسعه این گونه بیمه ها کمک کرد. در واقع آموزش یک جریان

است که شرکت ها باید پرسنل و نمایندگان خود را دائماً در مسیر این جریان قرار دهند این امر می تواند از طریق کلاس های هفتگی، نشریات و ... باشد.

۳. عدم گسترش بیمه های زندگی متناسب با ساختار فرهنگی و اقتصادی جامعه: شرکت های بیمه می بایست بر مبنای اطلاعات جامع طرح های جدید بیمه های زندگی را ارائه کنند. هر نوع برنامه ریزی و سیاست گذاری در ارائه طرح های مناسب مستلزم کار ریشه ای و عمیق است که جز با مطالعه دقیق هنجارها و ارزش های ملی میسر نخواهد بود. نکته مهم این است که چطور نیازهای افراد را به شکل تقاضا درآوریم. شرکت های بیمه به منظور فروش بیمه نامه در جامعه می بایست ایجاد اطمینان کنند و این میسر نخواهد شد مگر این که بیمه گذاران مطمئن شوند که چیزی که خریداری می کنند با زمینه های فکری و فرهنگی آنان مغایر نیست. لذا شرکت های بیمه زندگی ابتدا باید مطالعاتی را در زمینه شناختن فرهنگ جامعه و ساختار اقتصادی کشور انجام دهند و تنها در این صورت است که می توانند متناسب با نیاز افراد جامعه طرح هایی نو و جدید ارائه کنند.

۴. تورم: هیچ کس تردیدی ندارد که تورم، به خصوص بعد از جنگ جهانی دوم، عامل بسیار مهمی در اقتصاد جهان بوده است. امروزه نیز یکی از عمده ترین مشکلات در بخش صنعت بیمه به خصوص در کشورهای جهان سوم تورم است. خرید بیمه های زندگی در مجموع نوعی سرمایه گذاری بلند مدت محسوب می شود و اولین شرط هر سرمایه گذاری حفظ ارزش پول و سرمایه در پایان مدت قرارداد از نظر سرمایه گذار یا بیمه گذار است. متأسفانه در کشور ما مسئله تورم فزاینده و افسار گسیخته، به خصوص بعد از انقلاب و مهم تر از آن بعد از پایان جنگ به دلیل سرمایه گذاری های زیر بنایی و عملکرد غلط سیستم بانکی کشور منجر به سرعت تصاعدی گردش نقدینگی در جامعه شد و تورم به مراتب بیش از دوران قبل از انقلاب و دوران قبل از جنگ رشد پیدا کرد و همین امر به عدم گرایش مردم به بیمه های زندگی منجر شده است.

در صورت وجود تورم پیشنهادهایی برای جلب مردم به خرید این بیمه ها در ادامه ارائه می شود:

الف) صدور بیمه نامه بر حسب یک پول خارجی: در بعضی از کشورها که تورم شدید وجود دارد و ارزش پول ملی تنزل می یابد، بیمه گذاران مایل به دریافت بیمه بر حسب یک پول خارجی قوی مثل دلار یا فرانک هستند.

ب) انتخاب جانشین برای سرمایه بیمه: در بعضی از کشورها علاقه مردم به یک نوع کالای خاص شرکتهای بیمه را ترغیب می کند که در بیمه های زندگی به جای سرمایه نقدی، آن کالا را تحویل بگیرند. مثلاً در سال ۱۳۳۸ در ایران مسکن و خانه برای بیمه گذاران ارزش بسیاری داشت و شرکت بیمه ایران تعهد کرده بود که در سررسید بیمه زندگی به جای پول نقد، خانه به بیمه گذاران اعطا کند.

پ) بیمه مرتبط با واحدهای سرمایه گذاری: یکی از جدیدترین راه حل های مقابله با تورم صدور بیمه نامه زندگی بر حسب واحدهای سرمایه گذاری است که در ۲۰ سال اخیر مطرح شده و به سرعت در حال توسعه است. در این روش بیمه گر ذخایر را در مواردی مورد استفاده قرار می دهد که به موازات تورم افزایش می یابد و بر این اساس می تواند جوابگو باشد.

۵. وجود درآمد سرشار ناشی از بیمه های اجباری: همچنان که در اقتصاد کشور وجود درآمد سرشاری به نام ارزشهای حاصل از فروش نفت خام تأثیر خود را بر تمامی اجزای اقتصاد نشان داده است، در صنعت بیمه نیز حضور بیمه های اجباری، به ویژه در بخش بیمه های باربری، درآمد ثابت و مستمری را ایجاد کرده، که در سایه آن صنعت بیمه فارغ از دغدغه های رقابت و ضرورت تصمیم گیری های حساس اقتصادی، حاشیه امنی یافته و هیچ گونه انگیزه ای برای جبران کاستی ها و ترقی و تعالی خود احساس نمی کند.

بنابراین این حاشیه ایمن و درآمد مستمر (با توجه به خصوصیت صنعت بیمه در ایران که بعد از انقلاب تا سال ۱۳۸۱ به صورت دولتی به فعالیت مشغول بوده است) موجب شده که بیمه گران انگیزه ای برای طرح های نو و جدید نداشته باشند و در قبال رضایت و نارضایتی بیمه گذاران بی تفاوت باشند.

با ورود شرکت های خصوصی به بازار بیمه و افزایش رقابت بین شرکت های بیمه، بیمه گران مجبورند حتی با داشتن این حاشیه ایمن برای از دست ندادن سهم خود در بازار به سمت رشته هایی که توسعه کافی نیافته اند گرایش پیدا کنند. بیمه های زندگی یکی از رشته هایی است که پتانسیل بالایی برای رشد و توسعه دارد و در نتیجه امید به گسترش این بیمه ها افزایش یافته است.

۶. ضعف تبلیغات و شفافیت اطلاعاتی: عصر کنونی عصر بمباران اطلاعات است. تبلیغات مانند

موجودی خزنده است که موانع فیزیکی، چندان در سد کردن راه آن موفق نیستند و به بیان ساده نمی توان از تبلیغات جلوگیری کرد چرا که تبلیغات ماهیت ارائه دارد.

فعالیت شرکت های بیمه شامل قرارداد و فروش بیمه نامه، نیازمند دانش خاص است و افراد آموزش دیده و توانمند و قادر به رفع ابهام در این حرفه مورد نیازند تا با استفاده از انواع فنون تبلیغاتی در توسعه بیمه زندگی ایفای نقش می کنند. عرضه ناکافی خدمات بیمه ای، فقدان زمینه های آموزشی گسترده، تسهیلات ناکافی و مشکلات فروش انواع بیمه نامه از مسائل عمده در بخش تبلیغات و شفافیت اطلاعاتی است. آمار پراکنده و نامتمرکز و در دسترس نبودن اطلاعات کافی، دقیق و به هنگام، شناخت عمومی در زمینه پدیده بیمه را در محدودیت کامل قرار می دهد. بیمه های زندگی نیازمند تغذیه اطلاعاتی وسیع و ایجاد و برقراری نظام های آموزشی پویاست، که به تربیت نیروی انسانی متخصص و ماهر و مناسب با عملیات بیمه ای نیاز دارد.

در این زمینه می توان پیشنهاداتی ارائه کرد:

- ایجاد واحد تبلیغات مستقل و تأمین هزینه های تبلیغات آنان
- استفاده از متخصصان تبلیغات و بازاریابی
- آموزش کارکنان و نمایندگان شرکت های بیمه

۷. فقدان امکانات و مکانیسم های ارزیابی دقیق ریسک: عوامل مؤثر بر انتخاب ریسک در بیمه

زندگی سن، قد، وزن، تاریخچه سلامت خانواده و ... است. محاسبات دقیق حق بیمه سالیانه و ارزیابی ها بر اساس مبلغ پرداختی به بیمه شده صورت می گیرد و در این خصوص از جداول مرگ و میر استفاده می شود. وجود ریسک های متعدد در بخش بیمه زندگی، استفاده از مکانیسم های محاسباتی پیشرفته را اجتناب ناپذیر می کند. فقدان تکنیک های پیشرفته محاسباتی و مشکل محاسبه دقیق ریسک به این موضوع منجر شده که شرکت های بیمه تمایل چندانی به فعالیت در زمینه بیمه زندگی نداشته باشند و این امر نیز به عدم توسعه بیمه های زندگی انجامیده است. در این خصوص می توان پیشنهاد کرد که شرکت های بیمه دوره های عالی علوم آکچوئری را برپا کنند و یکی از اهداف اساسی این دوره ها

استقلال شرکت های بیمه در محاسبه و تعیین تعرفه ها و نرخ حق بیمه ها باشد. یکی از راه های تعیین دقیق و علمی تعرفه ها و نرخ های حق بیمه، تهیه جداول مرگ و میر خاص کشور است.

۸. عدم توجه دولت: در بسیاری از کشورها دولت ها به اهمیت بیمه های زندگی و اثر درازمدت آن بر پیشبرد برنامه های اقتصادی و اجتماعی کشور آنچنان که باید توجه ندارند و لذا از کمک و تشویق در زمینه توسعه و گسترش آنها خوداری می کنند. در کشور ما یکی دیگر از راه های توجه به بیمه های زندگی حمایت دولت است از آنجا که برای مدتی طولانی این صنعت در کشور به صورت صد درصد دولتی اداره شده است، بنابراین دولت قادر بود با گنجاندن برنامه توسعه بیمه در برنامه های اقتصادی و در نظر گرفتن تسهیلات ویژه در جهت توسعه صنعت بیمه و بیمه های زندگی گام اساسی بردارد ولی این موضوع به صورت کم رنگ دنبال شده است و از طرفی در اوایل انقلاب برخی از فقها بیمه های زندگی را مورد تأیید قرار ندادند و لذا این بیمه رشد و توسعه درخوری نیافت.

۹. رقابت قوی نهادهای مالی دیگر: از آنجا که بیمه های زندگی و مخصوصاً بیمه های عمر نوعی سرمایه گذاری محسوب می شود، هر فرد به دنبال منافع حاصل از آن سرمایه گذاری است، بنابراین بانک ها و بعضی مؤسسات اعتباری با فعالیتهای متنوعی که دارند رقیب سرسختی برای شرکت های بیمه زندگی به شمار می روند. آنها می توانند با بالا بردن نرخ بهره، دادن جایزه، اعطای وام و ... نظر پس اندازکنندگان را به سوی خود جلب کنند و چه بسا امتیازاتی که آنها به مشتریان خود می دهند واقعاً ارزشمندتر از مزایای بیمه زندگی نباشد، ولی آنها با وسایل تبلیغاتی مؤثر در جذب سرمایه موفق تر هستند. و افراد به جای سرمایه گذاری بر روی بیمه های زندگی به سمت بانک ها می روند. بنابراین از آنجا که بیمه های زندگی در واقع نوعی سرمایه گذاری یا پس انداز به شمار می روند لذا نرخ بهره بانسک ها یکی از عواملی هستند که راه گسترش این گونه بیمه ها را سد کرده اند و می بایست برای حل این مشکل چاره ای اندیشیده شود تا افراد جامعه به سمت این نوع بیمه ها گرایش یابند.

۱۰. عوامل فرهنگی: برخی معتقدند که مانع اصلی عدم گسترش بیمه های زندگی در کشورهای جهان سوم، عامل فرهنگی است. اعتقاد به سرنوشت، آداب و رسوم و امیدواری به کمک و فداکاری های خانوادگی و حتی اعتقادات مذهبی مانع نگرانی زندگی و دوران پیری است. (لذا کسی به فکر آینده خود

نیست البته این یک قاعده کلی نیست) در کشور ما نیز یکی از عواملی که منجر به بی رغبتی افراد جامعه به سوی بیمه های زندگی شده است اعتقاد داشتن به قضا و قدر است، به این معنا که عده زیادی از مردم بر این باورند که چون بروز حادثه برای اشخاص یا اشیاء با اراده الهی صورت می گیرد، لذا انسان ها جبراً تسلیم این اراده اند و به اعتقاد آنها قبول و پذیرش بیمه باعث متزلزل شدن این اعتقاد می شود.

با توجه به مطلب فوق بیمه گران و مسئولان صنعت بیمه برای این که مردم به سمت این گونه بیمه ها گرایش یابند می باید جامعه را از مزایای بیمه بعد از وقوع حادثه آگاه سازد. بدین ترتیب حتی اگر قضا و قدر دلیل و علت بروز حادثه باشد، به وسیله پوشش بیمه ای مناسب می توان خسارت ناشی از حادثه را کاهش داد، بر این اساس افراد جامعه به سمت بیمه تمایل پیدا می کنند و همین امر به توسعه و رشد این بیمه ها منجر می شود.

نتیجه گیری

در این مقاله بیان شد که بیمه های زندگی از نظر اقتصادی، اجتماعی و... اهمیت بسیاری دارند، ولی در ایران هنوز این بیمه ها از جایگاه و سطح مطلوبی برخوردار نیستند. با توجه به نیازهای آینده جامعه و همچنین مذاکرات کشور برای پیوستن به سازمان جهانی تجارت این بیمه ها می بایست گسترش یابند و برای تحقق این امر ابتدا دلایل عدم توسعه بیمه های زندگی را دریافت، تا بتوان در خصوص گسترش آن اقدام نمود.

• شاید بتوان بیان کرد که مهم ترین دلیل عدم توسعه این بیمه ها در کشور ما این است که شرکت های بیمه برنامه و سیاست متناسب با شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... برای پیشبرد این بیمه ها ندارند. شرکت های بیمه زندگی باید در ابتدا اطلاعات جامع و کاملی از وضعیت جامعه ایرانی کسب کنند و سپس با داشتن این اطلاعات، سیاست هایی مناسبی را برای گسترش و شکوفایی این بیمه ها اتخاذ کنند.

• پیشنهاد می شود شرکت های تخصصی بیمه زندگی در کشور ایجاد شوند که تنها در زمینه بیمه های زندگی فعالیت کنند. این امر موجب می شود که این شرکت ها در به کار گیری نیروهای

متخصص در رشته بیمه های زندگی تلاش کند. همچنین می تواند آموزش هایی را که برای کارکنان خود در نظر گرفته اند، تخصصی تر برگزار کند و از آموزش های عمومی بیمه خوداری نماید.

شرکت ها می بایست امکانات و مکانیسم های جدیدی را برای محاسبه ریسک به کار گیرند، همچنین جداول مرگ و میر مخصوص کشور را فراهم سازند. اگر این جداول به صورت منطقه ای تهیه شوند، بهتر می توان نرخ حق بیمه را در هر منطقه مشخص کرد و نیازهای بیمه ای هر منطقه بهتر نمود پیدا می کند و این امر به پیشرفت بیمه های زندگی در کل کشور منجر می شود.

واژگان کلیدی:

بیمه، بیمه زندگی، توسعه، تبلیغات

منابع:

۱. "بررسی وضعیت بیمه های عمر در ایران"، فصلنامه آسیا، ش ۳، تابستان ۷۶، صفحه ۱۶-۴.
۲. تاجدار، سید رسول. "بررسی علل عدم رشد بیمه های عمر در ایران"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، سال ۷۵، ص ۴۵.
۳. دستباز، هادی (۱۳۷۷). "اصول و کلیات بیمه های اشخاص"، دانشگاه علامه طباطبائی، ج ۱، ص ۱۵.
۴. کدخدایی، حسین. "مشکلات ساختاری توسعه بیمه های زندگی"، فصلنامه بیمه مرکزی، ش ۴۷، پاییز ۷۶، صفحه ۵۹.
۵. کریمیان، محمد تقی. "بررسی علل عدم رشد بیمه های اشخاص در ایران"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، سال ۷۰، ص ۳۸.
۶. کریمی، آیت. "ساختار بازار بیمه در ایران نیازمند تحول بنیادین است"، فصلنامه آسیا، ش ۱۷، سال ۷۹، صفحه ۲۴.
۷. همتی، عبدالناصر "بیمه های زندگی و توسعه اقتصادی"، فصلنامه بیمه مرکزی، ش ۴۷، پاییز ۷۶، صفحه ۸.