

زیرساخت‌های توسعه بیمه در ایران

بهزاد ایثاری

عضو شورای عالی بیمه

مقدمه

در این مقاله توسعه به مفهوم بسط و گسترش کمی و کیفی کلیه فعالیت‌هایی است که در جهت تحقق یک برنامه مدون برای ایجاد تأمین سرمایه به وجود آید.

زیرساخت‌ها، مجموعه موضوعاتی است که کاربری صحیح آن توسعه بیمه را امکان‌پذیر می‌سازد.

ما در اینجا به بررسی سه عامل سرمایه و سرمایه‌گذاری، مدیریت و آموزش می‌پردازیم هرچند مقولات دیگری از جمله عوامل پیرامونی مانند فرهنگ بیمه در جامعه که اهمیت فزاینده‌ای دارد و باید به آنها پرداخته شود از نظر دور نخواهد ماند.

بستر توسعه یعنی فضا و محیطی که عوامل زیرساخت در آن قادر به رشد و نمو مؤثر و کارآمد هستند و از اهمیت یکسانی با موضوع توسعه برخوردار است و فقط در شناخت درست و ایجاد این فضاست که محرکه‌های اصلی زیرساخت‌های توسعه می‌توانند فعال شوند.

آماده سازی بستر توسعه الزاماً یک دوره گذرا را طلب می‌کند. در این دوره تمرکز سیاست‌گذاری و ایجاد زمینه‌های لازم برای پایه‌گذاری مبانی توسعه، اهمیت خاصی دارد و می‌تواند فعالیت‌های آینده را در جهت نیل به هدفهای توسعه با شتاب و سرعت دلخواه همراه سازد.

عوامل بازدارنده در زیرساخت‌های قبلی به وجود آمده است و به‌طور عمومی از سه بخش پایدار، موروثی و گذرا تشکیل شده‌اند که در آماده‌سازی بستر توسعه، مقابله با عوامل بازدارنده به شناخت کامل و تجزیه و تحلیل از کارکردهای آنها نیاز دارد. دامنه فعالیت عوامل بازدارنده معمولاً پیرامونی است و متأثر از مشترکاتی با ساختار بستر اقتصادی کشور. در نتیجه ضرورت پرداختن به مسائل پیرامونی نیز از اهمیت خاص خود برخوردار است.

زیرساخت توسعه بیمه، سرمایه و سرمایه گذاری

سرمایه مهمترین پشتوانه مالی یک بنگاه بیمه را در آغاز فعالیت تشکیل می دهد و صاحبان بنگاه را قادر می سازد تا از طریق آن برخی از هزینه های شروع به کار را پرداخت کنند و به پذیرش ریسک بپردازند. شرکتهای بیمه اصولاً شرکتهای سرمایه ای محسوب نمی شوند و عملیات تولید درآمد آنها هر چند به صورت مستقیم مرتبط با تأمین سرمایه است لیکن اصل سرمایه جز به صورت یاد شده فاقد کارایی تکاثری (بدان نوع که معمولاً در مؤسسات سرمایه ای مانند بانک عمومی به چشم می خورد) است.

میزان سرمایه در توان نگهداری ریسک بیمه گر در شروع به فعالیت به رغم ماهیت سرمایه بسیار مؤثر است و چنانچه یک بنگاه بازرگانی بیمه با سرمایه ای کمتر از آنچه به وی اجازه نگهداری مؤثر ریسک را بدهد شروع به کار کند، بازده های مالی ناشی از عملیات ریسک پذیری به وجود نمی آید و وابستگی به مؤسسات بزرگ بیمه اتکایی از شرکت بیمه، یک مؤسسه واسطه ای می سازد. بنابراین میزان سرمایه در شروع به کار بنگاه بیمه اهمیت فراوان دارد. اما اینکه به چنین سرمایه گذاری چه نوع بازدهی تعلق می گیرد و در مقایسه با سایر فرصتهای مالی چه امتیاز خاصی برای صاحبان سرمایه خواهد داشت مطلب دیگری است.

با توسعه فعالیت یک بنگاه بازرگانی بیمه و ضرورت ایجاد ذخایر گوناگون، منابع مالی شرکت تغییر ساختاری می دهد و اهمیت سرمایه اولیه به تدریج جای خود را به حجم و افزایش ذخایر مالی می سپارد و توان نگهداری مؤسسات بیمه نیز با توجه به رشد حجم ذخایر، رشد می یابد. سه عامل ریسک، نرخ بازده سرمایه گذاری و تورم در ساختار آینده مالی شرکت بیمه مؤثر خواهند بود. عامل ریسک با امور فنی بیمه ای ارتباط مستقیم دارد که به بیمه گر اجازه می دهد در مقابل قبول ریسک، میزان حق بیمه خود را تعیین کند. چنین امری متأثر از نوع دانش و دانایی، مدیریت و آگاهی و استفاده از تکنولوژی است. در غیاب عوامل یاد شده ایجاد بازارهای انحصاری تعرفه و اجباری کردن بیمه، جایگزینهای بسیار نامناسبی است زیرا این عوامل در حالی که ریسک پذیری شرکت بیمه را مصون می دارند از کیفیت آن به شدت می کاهند و فاصله با بازار تقاضا را توسعه می بخشند.

نرخ بازده سرمایه گذاری با ماهیت منابع بیمه ای رابطه متضاد دارد در حالی که افزایش کامل ریسک سرمایه گذاری می تواند احتمالاً افزایش بازده را به همراه داشته باشد. ماهیت فعالیتهای بیمه ای ضرورت دسترسی سریع به منابع مالی و شبه پول با حداقل ریسک را اجباری می سازد و بازارهایی با چنین بازدهی به فراوانی و مطلوبیت در اختیار بیمه گران نیست.

در کشورهای پیشرفته، تحول ژرفی در این بخش به وجود آمده است و آن مشارکت بیمه‌گذاران در سرانجام این بخش از ساختار مالی آینده شرکت بیمه است. در حقیقت بیمه‌گذار خود ریسک سرمایه‌گذاری را به امید بازده مناسب‌تر و در نتیجه کاهش میزان هزینه انتقال ریسک می‌پذیرد. چنین فعالیتی فقط در مراحل پیشرفته‌تر بازار امکان‌پذیر است. تورم در ساختار مالی مؤسسات بیمه نقش تکاثری ایفا می‌کند. از یک سو، منابع مالی بنگاه را به تدریج کاهش می‌دهد (زیرا تورم، کلیه بازارهای مالی را آسیب‌پذیر می‌سازد و در نتیجه میزان خسارتها را به‌ویژه در بخشی که خسارت‌های جزئی وجود دارد به‌صورت چشمگیر افزایش می‌دهد و ریسک‌های اول سرمایه بیمه را هدف می‌گیرد). از دیگر سو، افزایش حق بیمه به دلیل وجود تورم در سرمایه‌های بیمه‌ای به سرعت خسارت رشد نمی‌کند و استفاده از تکنیک‌های بیمه‌ای مانند اصل نسبیّت با کاربرد اصول فنی دیگری مانند نخستین خسارت، کارایی چندانی در این صورت نخواهد داشت و بنابراین مقابله با تورم در بخش سرمایه و سرمایه‌گذاری باید همواره در دستور کار بیمه‌گران قرار گیرد.

جذب سرمایه برای توسعه عملیات بیمه‌گری هزینه‌هایی دربر دارد که به دلیل اهمیت فراگیر شدن بیمه به‌عنوان یکی از پیش‌نیازهای توسعه اقتصادی و رفاه اجتماعی باید در اولویت سیاست‌های دولت در برنامه توسعه اقتصادی قرار گیرد. مشوق‌های ملموس و قابل قبول با آثار فوری و عملی می‌توانند در مقابل سایر فرصت‌های جذب سرمایه مؤثر واقع شوند. برای مثال معافیت‌های مالی، امتیازات بلندمدت ورود به بازارهای سرمایه‌گذاری و دسترسی به منابع ارزی می‌تواند به‌صورت جدی سرمایه‌های لازم را برای توسعه بیمه فراهم سازد.

مدیریت

وجود سرمایه به‌تنهایی به‌عنوان زیرساخت توسعه کافی نیست. سرمایه در مؤسسات بیمه بیشتر به‌مثابه سخت‌افزار است و مدیریت به منزله نرم‌افزار. مدیریت در هر دو بخش کلان (هدایت، کنترل و نظارت بر عملکرد مؤسسات بیمه) و بخش خرد (اداره بنگاه‌های بیمه‌ای) از اهمیت فراوانی در زیرساخت توسعه اقتصادی برخوردار است.

فعالیت یک مؤسسه یا بنگاه بازرگانی بیمه به نحو مطلوب به دانش و دانایی تخصصی مدیران آن نیاز دارد. فن بیمه‌گری امری سهل و دشوار است. آثار کارکرد نامطلوب یا مخرب مدیران در بازارهای انحصاری که به لطف حق بیمه‌های اجباری و غیراقتصادی به‌صورت «یارانه» مدیران عمل می‌کند متأسفانه بلندمدت است. جامعه متخصصان و کارشناسان بیمه باید این

خصوصیات را به درستی برای مسؤلان کشور توضیح دهد که در حقیقت آنچه در حسابهای ملی، به صورت درآمد یا رشد درآمد مشاهده می شود درصد ناچیزی از توان صنعت بیمه ایران است که برای حصول همین میزان نیز پرتهای مالی توجیه‌ناپذیری وجود دارد.

در جهان، مردان و زنانی که به علم یا علومی از نظر دانش و دانایی تسلط کافی دارند کم نیستند فقط تعدادی از اینان برای اِعمال این دانش توانایی لازم را دارند. این موضوع در حیطه مدیریت با شفافیت بیشتری مطرح است زیرا موضوع بیمه، انجام کار برای مردم و ارتباط با مردم است. در بیمه مسائلی از قبیل مدیریت منابع انسانی، مدیریت منابع مالی و مدیریت بازاریابی به شناخت و ایجاد امکانات لازم برای کاربرد تواناییهای مدیریتی نیاز دارد. این خود حساسیت آموزش و انتخاب مدیر را دو چندان می‌کند.

در آستانه سال ۲۰۰۰، دانش عمومی فراگیر شده است و در یک بنگاه بازرگانی بیمه آنچه مهم است گردآوری و راهبری تواناییها در جهت هدفهای مطلوب است. رهبری در مدیریت یعنی ارسال دستورها از بالا به پایین و راهبری به مفهوم مشارکت عمومی در تعیین هدفها و راهبری منابع انسانی و امکانات در جهت نیل بدان است. چنین امری آسان نیست و به زمان و تبادل نظر فراوان نیاز دارد لیکن حاصل آن بی تردید در تحقق هدفهای مؤسسه مؤثرتر خواهد بود.

انتخاب ناصحیح در بخش مدیریت مؤسسات بیمه صرفاً نباید جایگزینی شخصی یا گروهی تلقی شود. چنین انتخابی در کوتاه مدت با تکرار خطاهای مشابه مدیران منتخب ادامه می‌یابد و در مراحل بعدی رقابتهای ناسالم به صورت نرخ شکنی و استفاده از تسلطهای حساب سازی به جای حسابرسی و ایجاد فضایی که در آن تبادل اطلاعات مدیریتی و آماری عملاً ناممکن خواهد شد راه را برای هرگونه ارزیابی کوتاه مدت خواهد بست. چنین روندی می‌تواند به لطف غیراقتصادی بودن عملیات بیمه‌ای برای سالها به طول انجامد و متأسفانه مانند جراحی که می‌تواند خطایش را دفن کند این‌گونه پیامدها در انبوهی از شگردهای بوروکراسی و ایجاد مدار تکاثری تورم دفن می‌شود.

بیمه‌گذار در فرهنگ مدیریت بیمه به‌این دلیل حساس است که کلیه عملیات و تلاشها برای تأمین نیاز وی انجام می‌شود. مؤسسات پیشتاز در امر بیمه همه ساله با استفاده از انواع وسایل و امکانات سعی می‌کنند از تقاضای واقعی بیمه‌گذار مطلع شوند و تولیدات خود را منطبق با این نیاز طراحی و عرضه دارند و در ارتباط با بیمه‌گذار به‌عنوان تنها ممر درآمد خود تلاش می‌نمایند. انتخاب بازار نفوذ و چگونگی ورود به این بازار را علم مدیریت بازار و بازاریابی متحول کرده است به طوری که اگر قرار است پاسخ منفی به اعلام خسارت بیمه‌گذار داده شود،

صالحترین مدیران که تسلط کافی به امر روان‌شناسی و دانش اجتماعی دارند با چنین امری مقابله می‌کنند. موضوعاتی از این دست موجب جذب جامعه به مؤسسات بیمه می‌شود و بسیاری از درهای بسته را که متأسفانه فرهنگ بیمه به‌روزی خود بسته است باز خواهد کرد.

خلاقیت، ابتکار زاینده استعداد است و تحقق آن فقط با ایجاد فضای مناسب برای به‌کارگیری آن امکان‌پذیر خواهد شد. امروزه مدیریت منابع انسانی از زیرشاخه‌ای به نام «مدیریت تشویق» برخوردار است که هدف آن رشد استعدادهای در نیروی انسانی است. چنین مدیریتی، تجزیه و تحلیل کار را در سرلوحه هدفهای خود قرار می‌دهد و سعی می‌کند هر پدیده‌ی جا افتد و قسمتی را زیر سؤال ببرد و دگرگونی و تحول در آن را در جهت شکوفایی و رشد ارزیابی نماید. بدین قرار است که تک تک افراد، اهمیت بیمه‌ای پیدا می‌کنند و در پی آن انگیزه‌های لازم برای شکوفایی استعدادهای به وجود می‌آید. مدرسان بیمه این تجربه را به تلخی درک کرده‌اند که استعدادهای درخشان دانشجویان و دانش‌آموختگان ما کمتر اجازه شکوفایی می‌یابند. هرچند تلاش برای افزایش حقوق و مزایا و سایر مسائل رفاهی تحقق یافته است لیکن متأسفانه در بازده کاری و تحول مورد نیاز هیچ‌گونه تغییر محسوسی مشاهده نمی‌شود.

۲ در سطح کلان، مدیریت برنامه‌ریزی توسعه بیمه به یک طرح جامع نیاز دارد. فقط در طراحی چنین طرحی است که می‌توان به خطاهای فعلی و تسری روزانه آن پی برد. افزایش تعداد نماینده و کارگزار بیمه و آمارهای رشد و توسعه حق بیمه تنها در صورتی توجیه‌پذیر است که نتایج و علت‌های آن نیز بررسی شود. اینکه بستر لازم برای توسعه بیمه، بستر خصوصی‌سازی شده است و تا فرارسیدن آن زمان کار چندانی نمی‌توان انجام داد و نباید مورد قبول قرار گیرد. هر روز و هر ساعت و هر دقیقه از عمر آینده این صنعت ۶۱ ساله می‌تواند به‌کار بازسازی، بازآموزی و ساماندهی گرفته شود و مدل‌های تهیه شده‌ای حتی برای فراگیر شدن بیمه در شرایط دولتی آن به وجود آید. بی‌تردید با چنین تلاشی راه‌های ایجاد بستر مناسب نیز هموار می‌شود.

آموزش

یکی دیگر از زیرساخت‌های توسعه بیمه در ایران آموزش است و آن به مفهوم فراگیری علوم و دانشی است که یک مؤسسه بیمه به کمک آن می‌تواند به هدفهای تعریف شده‌اش برسد. بنابراین آموزش نمی‌تواند یک «هدف» تلقی شود بلکه تنها یک وسیله است و آن هم ابزاری بسیار مهم در مجموعه زیرساخت‌های توسعه که باید مورد بحث و بررسی قرار گیرد. مشکل آموزش در این است که دانشگاهها و دانشکده‌های ما که به چنین عرضه‌ای مشغول

هستند خود با مشکلات فراوان درون سازمانی و بوروکراسی سنتی دست به گریبانند و متأسفانه فاصله آنها از مراکز تولید بسیار زیاد است. سازماندهی آموزشی بدون ساماندهی به مسائل مدیریتی صنعت بیمه هم مزید بر علت بوده و مشکل را دو چندان ساخته است. این همه برنامه‌ریزی برای جذب استعدادها مناسب با تمام سخنگیری‌ها و سختیهای کنکور ورودی به مراکز آموزشی بی‌حاصل مانده است و این مؤسسات در ایجاد این تحول و دگرگونی که از ضرورت‌های توسعه است توانمند ظاهر نشده‌اند. بنابراین باید آموزش و ارائه دانش امروزی بیمه را از درون مؤسسات بیمه شروع کنیم و با تحقق پیش شرط آموزشی یعنی ایجاد محیط مدیریتی مناسب در یک‌دوره میان مدت، تحول لازم را ایجاد نماییم.

اگر با دقت نگاهی به جهان پیرامونی خود بیفکنیم بیشتر متوجه اهمیت آموزش خواهیم شد. به‌طور متوسط شرکت‌های بیمه پیشرو، متجاوز از ۴/۵ درصد از درآمد خود را صرف آموزش نیروی داخلی و نیروی بازار می‌کنند. به‌طور متوسط ۲۰ درصد از کارکنان در کلیه رده‌ها مشغول فراگیری علوم جدید هستند و دانسته‌های آنها خود موجب بازدهی دیگران می‌شود. سمینارها و جلسات آموزشی یک‌روزه همه هفته برگزار می‌شود و انتقال دانش و اطلاعات، فضای کافی برای رشد استعدادها و توسعه و دسترسی به تأمین و رفاه عمومی را امکان‌پذیر می‌سازد.

بستر توسعه

ویژگیهای بستر توسعه بیمه بارها مورد بحث و گفت و گو قرار گرفته است. به‌طور کلی منظور از بستر توسعه محیطی است که بتوان در آن توانایی و امکانات مدیریتی را به کار گرفت و از دانش و دانایی منابع انسانی و سرمایه‌های مالی برای ایجاد تأمین و رفاه عمومی بهره‌مند شد. مهمترین تغییر محیطی مورد نیاز، ایجاد فضای مناسب است که در آن جامعه‌ای که در دو دهه گذشته شاهد فعالیت بخش خصوصی نبوده است با اعتماد به وضعیت جدید بنگرد. متأسفانه به دلیل خوش بین نبودن افکار جامعه نسبت به خدمات بیمه، این تغییر محیطی باید با ظرافتهای خاص خود صورت پذیرد و بخش خصوصی به‌طور اخض با ارائه راه‌حل‌های قابل قبول نسبت به جلب اعتماد عمومی بپردازد. نقش سازمان نظارتی در ایجاد و حمایت از فضای به‌وجود آمده تعیین کننده است. در بیمه ابتدا سازمان نظارتی دولتی باید برای انجام چنین مأموریتی آماده شود و حمایت‌های خویش را در هموارسازی بستر توسعه افزایش دهد. وضع قوانین و مقرراتی که امنیت سرمایه را تضمین کند و اصلاح قوانین و مقرراتی که در شرایط فعلی از عوامل بازدارنده تلقی می‌شوند نیز از ضرورت‌های اجتناب‌ناپذیر ایجاد بستر مناسب است.

برای مثال، در قانون آیین‌نامه‌های مربوط به تجدید ارزیابی داراییها، هزینه‌های قابل قبول، اصلاح قانون تجارت در بخش مربوط به حقوق سهامداران اقلیت، سود قابل پرداخت به سهامداران، پاداش هیأت مدیره و نقل و انتقال سهام اصلاحات لازم انجام گیرد و در قانون کار امکان اصلاح ساختاری با توجه به ضرورت‌های تعدیل نیروی انسانی داده شود.

ملاحظات پایانی

صنعت بیمه ایران در طی ۶۱ سال گذشته فراز و نشیب‌های فراوانی را تجربه کرده و دوره‌های شکوفایی و برگریزان زیادی را شاهد بوده است. لیکن در هیچ یک از چرخه‌های تاریخی فراز و نشیب خود با شرایط دوگانه‌ای که امروز با آن روبه‌روست، مواجه نبوده است؛ شرایطی که جنبه‌های بیم و امید آن، موضوع چالش‌های دهه ۱۳۸۰ است. امروزه در حالی که تقاضای بالقوه و بالفعل برای استفاده از امکانات بیمه در جامعه به‌صورت چشمگیری وجود دارد، که این خود مدیران برنامه‌های اطلاع‌رسانی بیمه مرکزی و یکی دو شرکت بیمه در دهه گذشته است (و همینجا باید گفته شود که ساختار و نوع انتظار نیز کاملاً شناخته شده نیست)، متأسفانه در بخش عرضه، ما با مشکلات متعدد که همگی ناشی از فقدان زیرساخت‌های عنوان شده است، روبه‌رو هستیم. در شرایط حاضر، تداوم وضعیت فعلی عملاً توجیه‌پذیر نیست و نباید تردید کرد که صنعت بیمه ایران یا با شکوفایی وارد دهه ۱۳۸۰ می‌شود یا راهی به آن نخواهد یافت. اشتباه بزرگی که در توصیف اهمیت بیمه می‌شود، نشان دادن ارزش درآمدی و نهایتاً سودآوری آن است که در مقایسه با سایر درآمدهای دولت (مانند مالیات گمرک، نفت یا فروش ارز) ناچیز جلوه می‌نماید و در نتیجه فراخوانی و بسیج امکانات و تواناییهای این صنعت را در اولویت قرار نمی‌دهد. باید توجه داشت که درآمد سود مؤسسات بیمه در اقتصاد کلان کشور هرگز نباید به‌عنوان شاخص مطلوبیت آن مورد توجه قرار گیرد بلکه اهمیت بیمه در ایجاد زمینه‌های امنیت سرمایه‌گذاری، رفاه و آرامش اجتماعی و فراهم نمودن اطمینان و امید به آینده‌ای مطمئن است که این صنعت مادر را استراتژیک و مهم می‌سازد و چنانچه ایجاد چنین فضایی در دستور کار دولت قرار دارد باید برای ایجاد زمینه‌های توسعه آن گام‌های اساسی و تعیین‌کننده‌ای برداشته شود.