

بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران
بیمه رازی
بیمه‌های بیمه‌دانا
بیمه‌های بیمه‌سارماد
بیمه‌های بیمه‌نوین
www.novininsurance.com

یادداشت

ضرورت توسعه فرهنگ بیمه در کشور

الهه عسگری
eh.asgari@gmail.com

نقش صنعت بیمه به‌عنوان یک نهاد سرمایه‌گذار در رشد اقتصادی کشورها بر کسی پوشیده نیست و پیشرفت این صنعت در هر سرزمینی منجر به حفظ ثروت ملی و تشکیل پس‌اندازهای بزرگ می‌شود.

بین گسترش بیمه و درجه اقتصادی هر مملکتی رابطه مستقیمی وجود دارد و یکی از شاخص‌های توسعه، ضریب نفوذ بیمه در آن کشور است که این ضریب در مین ما بسیار پایین و با متوسط جهانی فاصله زیادی دارد. اما چرا صنعت بیمه در ایران ما هنوز جایگاه واقعی خود را پیدا نکرده است و چه مانعی بر سر راه مدیران، مجریان و متولیان این صنعت وجود دارد؟ فرهنگ‌سازی چه نقشی ایفا می‌کند؟ آیا می‌توان ضعف در فرهنگ بیمه را دلیل اصلی پایین بودن ضریب نفوذ بیمه در کشور دانست؟

فرهنگ هر جامعه نحوه رفتار، طرز تفکر، اعتقادات، اخلاقیات و عادات مردم آن است و طرز رفتار آدم‌ها در مواجهه با خطر جزئی از زندگی آنها است. یقیناً یکی از اصلی‌ترین عوامل توسعه‌نیافتگی صنعت بیمه، آشنا نبودن مردم با محصولات مختلف بیمه‌ای و کافی نبودن آگاهی آنها در مورد خدمات متنوع آن است. از آنجا که خدمات بیمه عینی و قابل لمس نیست آشناسازی مردم با انواع خدمات نیازمند ارائه اطلاعات تفصیلی است.

حال برای آشنایی بیشتر مردم با بیمه و خدمات آن بهتر است با آمار و ارقام حوادث و خسارت‌ها و علل پدید آمدن آن آشنا شوند، چراکه وقتی در ذهن آنها ترسی از وقایع ناخوشایند وجود نداشته باشد، ضرورتی هم برای مقابله با این خطرات نمی‌بینند.

هر یک از افراد جامعه شاید بارها به نمایندگی بیمه برای خرید بیمه شخص ثالث یا بدنه خودرو خود مراجعه کنند چراکه خطرات ناشی از تصادفات برای آنها ملموس است، ولی با دیگر محصولات متنوع بیمه‌ای آشنا نمی‌شوند. بسیاری از مردم از مزایای خدمات متنوع بیمه مطلع نیستند و این وظیفه بیمه‌گران است که آنها را از خطراتی که تهدیدشان می‌کند مطلع سازند. نقش صنعت بیمه تنها به این برن با کاهش خطر در بین عموم افراد جامعه محدود نمی‌شود، بلکه به‌عنوان یک نهاد موثر می‌تواند در زمینه افزایش سرمایه و تقویت تولید در کشور نیز کمک کند. بنابراین با گسترش فرهنگ بیمه در بین مردم ما بازار بیمه نیز گسترش یافته و صنعت بیمه قادر خواهد بود نقش فعال‌تری داشته باشد. مردم باید به این باور برسند که بیمه هزینه نیست، بلکه نوعی سرمایه‌گذاری است و زمانی در این حوزه به موفقیت می‌رسیم که همه اعضای جامعه معتقد باشند که شرکت‌های بیمه خطر خریداری می‌کنند و امنیت می‌فروشند. یکی از راهکارهای شایسته آشنا کردن و آموزش این فرهنگ از سنین کم با خطر و پیشگیری از وقوع آن و انواع خدمات بیمه‌ای است، چرا که نهادینه‌سازی فرهنگ بیمه از دوران کودکی باعث توسعه فرهنگ بیمه در میان و بلندمدت می‌شود.

برای اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی گسترده نیازمند احساس مسئولیت دسته جمعی هستیم تا به افزایش ضریب نفوذ انواع بیمه‌ها، اعم از اشخاص، اموال و مسئولیت دست یابیم و این باور را به مردم بدهیم که بیمه برای ایجاد آرامش در زندگی و اطمینان بخشی در آینده شان است.

به مناسبت روز بیمه

سومین همایش ملی و نهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه آغاز به کار کرد

امروز سیزده آذرماه در تقویم کشورمان به نام روز ملی بیمه ثبت شده است، بیست و سومین همایش ملی و نهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه در سالن همایش‌های برج میلاد امروز آغاز می‌شود. این همایش با عنوان «کارکردها و سازوکارهای بازار در صنعت بیمه» که موضوع آن در اختتامیه همایش سال گذشته مورد توافق قرار گرفت، برگزار می‌شود. این همایش با حضور ۲۵۰۰ نفر از دست‌اندرکاران صنعت بیمه و دانشگاهیان با ۵ هدف شامل «بررسی تازه‌ترین یافته‌های علمی در صنعت بیمه»، «دسترسی به پیشنهادات کاربردی برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در صنعت بیمه»، «تاثیرگذاری در صنعت بیمه با سیاست‌های فزا و درون صنعتی»، «گردهمایی علاقه‌مندان و دست‌اندرکاران صنعت بیمه که منجر به آشنایی بیشتر دانشگاهیان و فعالان صنعت می‌شود» و «سرانجام «فراهم‌سازی امکان ملاقات هیات‌های داخلی و هیات‌های خارجی که می‌خواهند به تفاهم‌هایی برای سرمایه‌گذاری و امکان امضای قراردادهای تجاری برسند» برگزار می‌شود. محورهای همایش طبق اعلام کمیته



گفت و گو با مهندس مجید صفدری، مدیرعامل بیمه «ما»:

سهیم ۲ درصدی صنعت بیمه در اقتصاد زیننده نیست

گفت و گوئی فرصت امروز با معصوم ضمیری، مدیرعامل شرکت بیمه «پاسارگاد»:

رمز موفقیت شرکت‌های بیمه در آینده دور و نزدیک

گفت و گوئی «فرصت امروز» با دکتر یونس مظلومی، مدیرعامل بیمه «رازی»:

نگاه سازمانی بیمه رازی یادگیرنده است

مدیرعامل بیمه «دانا»:

نوآوری باید تبدیل به مزیت رقابتی شرکت‌ها شود

گفت و گوئی «فرصت امروز» با مدیرعامل بیمه «نوین»:

ارائه خدمات جدید بیمه‌ای نیازمند زیرساخت‌های قوی در حوزه IT است

گفت و گوئی «فرصت امروز» با مدیرعامل بیمه «کوثر»:

صنعت بیمه کشور به لحاظ دانشی کاستی‌های بسیار دارد

صفحه ۷

آرامش شما، هدف ما
بیمه پاسارگاد

ما درخت آرامش را کاشتیم، برای شما
بیمه پاسارگاد پیشرو در ارائه خدمات بیمه‌ای

تلفن: ۰۲۱)۸۲۴۸۹ (۴۰۱)

www.pasargadinsurance.ir

بیمه‌دانا
مطمئن و توانا

اطمینان شما به توانایی ما ۴۲ ساله شد.

۱۳ آذر سالروز تاسیس بیمه دانا و روز بیمه‌گرایی باد

تلفن‌گویا: ۰۲۱ - ۸۲۴۶۸
dana-insurance.com

گفت و گو با مهندس مجید صفدری، مدیر عامل بیمه «ما»:

سهم ۲ درصدی صنعت بیمه در اقتصاد زینده نیست

روستاییان کشور متوجه شدند که بیمه فقط بیمه خودرو نیست و اموال روستاییان عزیز را حفظ خواهیم کرد.

در راستای اجرای این طرح بیمه ای، در روز جهانی محیط زیست، آقای «گری لویز»، نماینده سازمان ملل در جمهوری اسلامی ایران از شرکت بیمه «ما» تقدیر کرد، چراکه این کار تا به حال در دنیا انجام نشده بود و این اقدام به نام کشور ثبت جهانی شده است و افتخاری برای مردم عزیز کشورمان می باشد.

بیمه «ما» برای رقابت در بازار صنعت بیمه چه برنامه هایی دارد؟

برای رقابت در بازار صنعت بیمه، شرکت بیمه «ما» سه نوع بازاریابی را در دستور کار دارد، بازاریابی داخلی، تعاملی و رابطه مندی.

در بخش بازاریابی داخلی، توجه به مشتریان داخلی یعنی پرسنل هستند، به همین دلیل انواع خدمات رفاهی برای آنها فراهم شده است، اگر پرسنل شرکت راضی باشند، به مشتریان شرکت خدمات خوب ارائه می دهند.

نبودن عوامل ناراضی دلیلی بر وجود رضایت نیست؛ در شرکت سهامی بیمه «ما» به دنبال کاهش سه هزینه روانی، زمانی و انرژی هستیم. شریک تجاری شرکت بیمه «ما»، بانک ملت و صندوق بازنشستگی وزارت نفت است، بنابراین مشتری با خیال آسوده تری بیمه نامه می خرد و مطمئن است به موقع خسارت خود را دریافت می کند و IT این شرکت بسیار توانمند و پر قدرت است.

گفتنی است در این راستا هزینه های انرژی را پایین آوردیم؛ واحد خسارت سیار این شرکت در کل کشور راه اندازی شده و حدود ۱۵۰ «میز بیمه» در نقاط مختلف کشور فعال است و در دسترس مشتری بودن سرلوحه کارمان بوده و لذا در یک سال گذشته تعداد ۱۱ شعبه جدید احداث و راه اندازی کرده ایم.

شرکت بیمه «ما» تلفیقی از نیروی کار جوان و با تجربه است؛ از افراد با تجربه در اتاق فکر استفاده می کنیم و از جوانان در کارهای اجرایی. پس این انرژی در شرکت بیمه «ما» توزیع شده است و نتیجه این می شود که نسبت به مدت مشابه سال قبل در شرایط رکود اقتصادی، ۶۰ درصد رشد فروش، ۲۲ درصد رشد تعداد بیمه نامه داشته ایم.

از طرفی این شرکت دارای سطح یک توانگری مالی است که به انتخاب و تایید بیمه مرکزی است و همچنین در بیمه «ما» هیچ گونه زیان انباشت مالی وجود ندارد و دارای ذخایر فنی بسیار مطلوب و شایسته ای هستیم و سهام شرکت در بورس وضعیت خوب و شفافی دارد.



بیمه باید براساس علم روز بازاریابی فعالیت کند، اطلاع رسانی خوبی داشته باشند تا صنعت بیمه کشور شکوفا شود و برای مردم اطمینان و اعتماد ایجاد و ترغیب به خرید بیمه نامه انجام شود.

بیمه «ما» برای فرهنگ سازی در صنعت بیمه چه اقداماتی انجام داده است؟

برای گسترش فرهنگ بیمه، ایده جدیدی تحت عنوان بیمه نامه مسئولیت پلنگ ایرانی ابداع و راه اندازی کردیم، به دلیل اینکه برخی از مردم آکوسیستم پلنگ را از بین می برند و شکار بی رویه و دست درازی کردن به زیستگاه پلنگ باعث می شود که پلنگ به روستاهای کشور حمله کند. بر این اساس در جلسه ای با سازمان محیط زیست بیمه نامه ای برای جبران خسارت روستاییان از حمله پلنگ و حفاظت نژاد پلنگ ایرانی و همچنین گسترش فرهنگ بیمه طراحی شد.

بعد از طراحی این بیمه نامه، شرکت بیمه «ما» در شهر بوشهر در منطقه دشتستان و برازجان در مرداد ماه سال ۹۵ خسارت روستاییان از حمله پلنگ را پرداخت کرد. با طراحی این بیمه نامه علاوه بر کاهش ۷۰ درصد مرگ و میر پلنگ توانستیم فرهنگ بیمه را در روستاهای کشور ایجاد کنیم. بسیاری از

با ما و اگرهایی در آینده مواجه است که هنوز به وقوع نپیوسته. تفاوت زیادی بین فروش بیمه نامه با فروش سایر اقلام وجود دارد.

دومین مشخصه خدمات بیمه گری، پیچیده بودن آن است. فروش بیمه نامه کاری سخت است و تنوع زیاد بیمه نامه ها از جمله خودرو، مسئولیت، باربری، آتش سوزی و غیره باعث می شود که فروش هر کدام تخصص خاصی لازم داشته باشد.

سومین مشخصه این است که خدمات بیمه گری قابل ذخیره کردن نیست. بسیاری از تجهیزات، امکانات و تولیدات را می توان ذخیره کرد، اما خدمات بیمه ای این چنین نیست.

چهارمین مشخصه، وابستگی تمام اجزای آن در این صنعت است. در یک شرکت بیمه خوب باید مجموعه مدیران و پرسنل مانند یک حلقه به هم پیوسته و خوب باشند و اگر مجموعه خوب کار کند، شرکت بیمه موفق بوده و رضایت مندی ایجاد می شود.

اگر صنعت بیمه رشد خوبی نداشته، شاید به این دلیل است که برند سازی انجام نشده و نتوانستیم به مردم آموزش دهیم که بیمه یک کالای لوکس نیست بلکه کالای ضروری است. برای اینکه فضای کسب و کار بیمه رشد کند و ارتقا یابد، شرکت های

شرکت بیمه «ما» از تیر ماه سال ۱۳۹۰ فعالیت خود را در انواع بیمه های اموال، اشخاص و مسئولیت شروع کرده و تا کنون توانسته است به همت نیروی انسانی کارآمد و بهره گیری از کارشناسان متخصص خود در صنعت بیمه به جایگاه خوبی در میان شرکت های بیمه دست یابد. این شرکت بیش از ۴۰ شعبه و ۱۰۰۰ نماینده در سراسر کشور دارد و در شش ماهه اول سال ۹۵ با توجه به گزارش بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران در مقام چهارم رشد فروش بیمه نامه ها قرار گرفته است. متن زیر حاصل گفت و گوی روزنامه «فرصت امروز» با مجید صفدری، مدیر عامل شرکت بیمه «ما» است که در ادامه می خوانید.

وضعیت کسب و کار در صنعت بیمه را چگونه ارزیابی می کنید؟

صنعت بیمه با حدود ۸۰۰ سال قدمت از کشور انگلستان، حدود ۸۰ سال پیش وارد کشور ایران شده است. در تمام دنیا این صنعت یکی از حلقه های توسعه یافتگی کشورها محسوب می شود و برای بررسی پیشرفت و توسعه یافته بودن هر کشور به صنعت بیمه آن نگاه می کنند. ضریب نفوذ بیمه یکی از شاخص های بسیار مهم و اثرگذار در این صنعت است، این ضریب در کشور ۱،۹ درصد است و در سند چشم انداز ۲۰ ساله نظام، صنعت بیمه ایران تا سال ۱۴۰۴، باید سودآور، اقتصادی و دارای ظرفیت های مناسب جهت ارائه خدمات به صنعت گر، تولید کننده و آحاد مختلف جامعه و بخش کشاورزی باشد، همچنین باید تا این سال کشور ایران در منطقه منا (خاورمیانه و بخشی از آفریقا) رتبه اول را داشته و دارای ضریب نفوذ ۷،۵ درصدی باشد. حال ضریب نفوذ حدود ۱،۹ درصدی و فاصله آن تا ۷،۵ درصد که در سند چشم انداز آمده، وضعیت کسب و کار را در این صنعت نشان می دهد.

در مقایسه با کشورهای دیگر صنعت بیمه ایران سهم کمی دارد، برای کشوری مانند ایران که دارای منابع غنی نفت، گاز، پتروشیمی، میعانات گازی، دریای عمان، دریای خزر و همچنین جمعیت جوان و انواع منابع زیرزمینی و شاهراه منطقه است، سهم ۲ درصدی صنعت بیمه در اقتصاد زینده نیست. دلیل کم بودن ضریب نفوذ بیمه و فاصله زیاد آن با سند چشم انداز ۲۰ ساله نظام می تواند مدل کار بیمه گری باشد. بیمه گری که خدماتی است، چند مشخصه دارد.

نخستین مشخصه آن، ناملموس بودن و عینیت نداشتن آن است، به این معنی که خدمات بیمه گری وجود خارجی ندارد. در فروش بیمه نامه، یک برگ کاغذ مبادله می شود. این خدمات



بیمه ما
ma insurance

دست "ما" در دست "ملت"

۰۲۱-۸۶۹۰



www.bimehma.ir

گفت و گوی فرصت امروز با معصوم ضمیری، مدیرعامل شرکت بیمه «پاسارگاد»:

رمز موفقیت شرکتهای بیمه در آینده دور و نزدیک



شرکت بیمه پاسارگاد برای چهارمین سال متوالی موفق به کسب سطح یک توانگری مالی مؤسسات بیمه با نسبت توانگری ۱۱۸ درصد شده است. این در حالی است که نسبت توانگری مالی این شرکت در سال ۱۳۹۳ برابر با ۱۱۵ درصد و برای سال ۱۳۹۲ معادل ۱۰۵ درصد تعیین شده بود. سطوح توانگری بیمه پاسارگاد در چهار سال اخیر نشان می‌دهد که این شرکت بیمه توانسته است با مدیریت صحیح منابع و برنامه‌های افزایش سرمایه، شاخص توانگری مالی خود را رشد دهد و با توانگری ۱۱۸ درصد و در نظر گرفتن حاشیه ریسک بالا، همچنان توانگری مالی خود را در سطح مطلوب حفظ نماید. به مناسبت روز بیمه با معصوم ضمیری، مدیرعامل شرکت بیمه پاسارگاد درباره فضای کسب و کار در صنعت بیمه ایران و فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو به گفتگو نشستیم.

بازار بیمه در ایران را از دیدگاه رقابت چگونه ارزیابی می‌کنید؟

همان‌طور که می‌دانیم نظارت بر عملکرد شرکتهای بیمه به منظور حمایت از بیمه‌گذاران، بیمه‌شدگان و صاحبان حقوق آن‌ها، همچنین اعمال نظارت دولت بر این فعالیت و ارشاد، هدایت و نظارت بر موسسات بیمه و حمایت از آنها در جهت حفظ سلامت بازار بیمه و تنظیم امور نمایندگی و دلایلی بیمه و نظارت بر امور بیمه انکابی و جلوگیری از رقابت مکارانه و ناسالم به بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران واگذار شده است.

طی سال‌های اخیر بازار بیمه کشور شاهد دو تغییر اساسی بوده است. تغییر اول؛ تاسیس و راه‌اندازی شرکتهای بیمه جدید توسط بخش خصوصی و تغییر دوم؛ حذف نظام تعرفه از بازار بیمه کشور. در حالی که شرکتهای بیمه تازه تاسیس به اندازه کافی رشد نکرده بودند و نیاز به حمایت‌های مقطعی در خصوص آنها احساس می‌شد به یک باره آزادسازی نرخ‌ها آغاز شد. به دلیل اینکه خصوصی‌سازی هنوز در ابتدای راه بود و در این شرایط باید نظارت بر اساس تعرفه‌ها و مراقبت از نرخ‌های بازار تقویت می‌شد، آزادسازی نرخ‌ها به آینده موکول می‌گردید.

این دو اتفاق هرچند اتفاقات خوبی بودند اما هزمانی آنها بهم و مصادف شدن آزادسازی با خصوصی‌سازی مشکلات بسیاری را در بازار بیمه بوجود آورد. اگر آزادسازی به طور کامل انجام می‌شد و پس از آن خصوصی‌سازی آغاز می‌گردید یا اگر ابتدا خصوصی‌سازی، به کمال می‌رسید و شرکتهای خصوصی جدید، می‌توانستند در این بازار با اصول حرفه‌ای و فنی، مدیریت شوند و سپس آرام آرام نرخ‌ها با تعرفه‌های بازار حذف می‌شد، شرایط بهتری فراهم می‌گردید. بیمه مرکزی باید از طریق نظارت مالی و نظارت بر توانگری شرکتهای بیمه آنها را وادار به تبعیت از نرخ‌های فنی کرده و اجازه ندهد شرکتهای بیمه از نرخ‌هایی که فنی نبوده و به نوعی نرخ‌های رقابت نامالایمان استفاده کنند و به این کار در بازار بیمه باعث آشوب شوند. در شرایط فعلی به نظر می‌رسد بیمه مرکزی باید اصرار موکد بر اجرای مقررات مربوط به نظام نظارت بر اساس توانگری مالی را در دستور کار خود قرار دهد تا به تدریج از آشفتگی بازار کاسته شده و سر و سامان یابد.

در گذشته در بسیاری از زمینه‌ها، مشتریان مجبور بودند از خدمات و محصولات انحصاری ما بهره‌مند شوند و به هر شیوه ارائه استفاده کنند، ولی هم‌اکنون با ایسلاخ سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، واگذاری‌ها به بخش غیردولتی و ورود بخش خصوصی، در بسیاری از بخش‌های تجاری، ارائه‌کنندگان محصول و عرضه‌کنندگان خدمت باید به رقابت فشرده‌ای برای جلب مشتری بپردازند. آنها با مشتریان بر قدرتی روبه رو هستند و اگر نتوانند به درخواست‌های آنان پاسخ دهند، باید صحنه رقابت را ترک کنند. بنابراین شرکتهایی که با مشتریان دارای قدرت انتخاب روبه رو هستند باید به شیوه‌های جدیدی در کسب‌وکار روی آورند تا بتوانند به نفوذ خود بر مشتری بیفزایند.

دیدگاه شما چگونه است و مهم‌ترین موانع و محدودیت‌ها در این زمینه کدامند؟

هر چند از تاسیس شرکتهای بیمه خصوصی مدت نسبتاً طولانی می‌گذرد و آزادسازی در نرخ‌های حق بیمه نیز تحقق پیدا کرده است، لیکن هنوز می‌توان گفت صنعت بیمه کشور در حال گذر از صنعت بیمه دولتی به صنعت بیمه مورد نظر سیاست‌گذاران بخش اقتصادی کشور است. بنابراین به طور اجمال می‌توان گفت فضای کسب‌وکار در صنعت بیمه در شرایط مطلوب و قابل قبول نیست و موانع و محدودیت‌های فراوانی می‌توان برای آن مشخص نمود که اهم آنها عبارتند از:

- کمبود نیروی انسانی متخصص و کارا متناسب با نیازهای صنعت بیمه
- عدم توسعه در سیستم‌های اجرایی به‌خصوص عدم بهره‌گیری از امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری پیشرفته
- نبود اخلاق حرفه‌ای مناسب در بخش‌های مختلف نقش آفرینان صنعت بیمه
- عدم بلوغ کامل شرکتهای بیمه از جهات مختلف
- عدم وجود نظارت جایگزین مناسب پس از حذف تعرفه‌های حق بیمه در بازار
- نبود نگاه حمایتی از صنعت بیمه توسط سیاست‌گذاران اقتصادی کشور و وضع مقررات نامناسب در بخش مالیات و عوارض برای صنعت بیمه

گفت‌وگویی «فرصت امروز» با دکتر یونس مظلومی، مدیرعامل بیمه «رازی»:

نگاه سازمانی بیمه رازی یادگیرنده است

بیمه‌گذاران از مرز ۸ میلیون نفر گذشته و حدود ۵۰۰ هزار نفر اشخاص حقیقی و حقوقی تاکنون خسارت دریافت داشته‌اند. در ادامه، گفت‌وگوی ما را با جوان‌ترین مدیرعامل بیمه‌ای کشور بخوانید.

شرکت بیمه «رازی» به‌عنوان نخستین شرکت بیمه خصوصی ایران، با هدف توسعه فرهنگ بیمه، ارتقای کیفیت خدمات و گسترش فضای رقابتی فعالیت خود را از اوایل سال ۱۳۸۲ آغاز کرد. در طی ۱۲ سال فعالیت این شرکت تعداد

ارزیابی شما از یک سال گذشته صنعت بیمه چیست؟

مهم‌ترین اتفاق یک سال گذشته صنعت بیمه تصویب قانون جدید بیمه شخص ثالث و اجرای آن بود. این قانون، دادن تخفیف در شرکتهای بیمه را حذف کرد و باعث شد رقابت‌های ناسالمی که به ضرر صنعت بیمه کشور تمام می‌شد تا حدودی بهبود پیدا کند و بین حق بیمه‌ها و خسارت‌ها تعادل برقرار شود. البته به اعتقاد من شرکتهای بیمه

با حق بیمه‌های موجود هم زیان می‌دهند و تاکنون اگر شرکتهای بیمه به این روند ادامه دادند یا به این دلیل بوده که می‌توانستند از محل سرمایه‌گذاری منابع تولید شده از حق بیمه شخص ثالث زیان را جبران کنند، با احتمالاً اگر شرکتی هم تخفیفاتی داده برای تولید منابع نقدی و عمل به تعهدات قبلی شرکت بوده است. این قانون اجازه تخفیف را حذف کرد و دیگر شرکتهای بیمه نمی‌توانند به ارائه تخفیف‌ها ادامه دهند. اثرات تصویب این قانون را بعد از گذشت این چند ماه می‌بینیم.

در مجموع ارزیابی شما از وضعیت بازار بیمه ایران در آینده دور و نزدیک در خصوص آزادی و رقابت، فضای کسب‌وکار، نوآوری و تنوع محصولات بیمه‌ای و نهادهای فعال چگونه است؟

با تصویب قانون تاسیس شرکتهای بیمه خصوصی، تحولی مهم در صنعت بیمه اتفاق افتاد که موفقیت در آن مقررات جدید و نظارت صحیح بر اجرای آنها را طلب می‌نمود. بدیهی است هدف قانونگذار از خصوصی‌سازی، توسعه و تعمیم بیمه در جامعه و ایجاد فضای رقابتی سالم در فضای کسب‌وکار شرکتهای بیمه بوده است.

متأسفانه بررسی عملکرد برخی از شرکتهای بیمه تاسیس شده پس از تصویب این قانون، نشان می‌دهد به علت رشد بی‌رویه تاسیس شرکتهای بیمه با شیوه اداره سنتی سال‌های گذشته و به‌کارگیری کارشناسان ارشد محدود این صنعت که در چهار شرکت بیمه دولتی مشغول فعالیت بودند، به تنها صنعت بیمه کشور از انجام امر فنی بیمه فاصله گرفته، بلکه الزام پاسخگویی مدیران غیر تخصصی به صاحبان سهام به لحاظ سودآوری، آنها را از فضای رقابتی سالم نیز دوره کرده است.

از طرف دیگر نهاد ناظر نیز در بررسی برنامه پیشنهادی شرکتهای بیمه جدیدالتاسیس و تأیید صلاحیت فنی مدیران آن‌ها، در تشدید این وضعیت نقش داشته و به ناچار در سال‌های اخیر سعی در کنترل شرایط موجود نموده که کاری بس دشوار است.

بیمه‌گرها در دنیای پیشرفته و در بازارهای مترقی به شرکتهایی شهرت دارند که به‌خوبی به قول و قرارهای خود عمل می‌کنند. وقتی ما، شرایط را طوری به‌وجود می‌آوریم که بدون نظارت منطقی در بازار اجازه می‌دهیم تا نوعی مسابقه در کاهش قیمت‌ها به‌وجود بیاید، باید این انتظار را هم داشته باشیم تا حقوق مردم ضایع شود و بدتر از آن ممکن است به جایی برسیم که چند شرکت بیمه در ایفای تعهدات به مردم ناتوان شوند.

ما با بررسی‌های تاکفیی به شرکتهایی اجازه داده‌ایم که وارد بازار بیمه کشور شوند. همان‌طوری که قبلاً نیز اشاره شد همزمان شدن آزادسازی و خصوصی‌سازی یکی دیگر از اشکالات کار است. بهتر بود اجازه می‌دادیم شرکتهای خصوصی تا حدودی شکل بگیرند و به بلوغ کافی برسند و بعد بازار را آزاد می‌کردیم تا رقابت سالم بوجود آید. من هم اعتقاد دارم که صنعت بیمه کشور به دلیل عدم توجه به بسترهای لازم برای خصوصی‌سازی، شرایطی را که امروز می‌گذرانیم دارا اشکالاتی است. اما اعتقاد ندارم که این مشکلات قابل حل نیستند، بلکه معتقدم کارشناسان، به‌ویژه بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران که متولی نظارت بر این صنعت است اگر تدابیر لازم را به موقع بیندیشد، هنوز برای اصلاح امور و انجام اصلاحات برای حضور توأم بخش خصوصی و بخش دولتی در یک فعالیت مشترک، امید وجود دارد و می‌توان با تدابیر اشتباهات راه‌های رفته را اصلاح و مقدمات اصلاحات ضروری را پیش‌بینی کرد. در این صورت شرایط جدیدی برای فضای کسب و کار به‌وجود می‌آید و رقابت در این صنعت شکل می‌گیرد.

حتماً باید برای این امور، برنامه مدون تهیه کرد، حتی اگر این برنامه با گام‌های کوچک به سوی بهبود حرکت کند تا نقطه مطلوب برسد. در غیراین صورت خطرات همچنان وجود خواهند داشت. صنعت بیمه کشور ما، صنعتی است که جا دارد به آن به‌عنوان یک سرمایه ملی، توجه بیشتری شود. اعتقاد بر این است که نقش بیمه‌ها در مسائل اجتماعی، تأمین و حفظ سرمایه‌های ملی، کمتر از بانک‌ها نیست. به نظر می‌رسد در دوران اخیر، توجهی که از سوی مسئولان اقتصادی کشور به بخش بانکی شده به صنعت بیمه، نشده است و این توجه بسیار ضروری است تا خطراتی که در این صنعت وجود دارد از میان برود و فضای مطلوب رقابتی، فعالیت حرفه‌ای در بازار بیمه کشور به‌وجود آید. در یک کلام باید بدون فوت وقت و با نگاه پندآموز به گذشته، درک امکانات و توان حال حاضر، برنامه اصلاح امور صنعت بیمه با مشارکت صاحب‌نظران و کارشناسان ذی‌صلاح تهیه و به‌مورد اجرا درآید.

بیمه رازی

اولین و تنها شرکت بیمه‌ای دارنده رتبه اعتباری بین المللی در ایران.

اولین شرکت بیمه‌ای دارنده تندیس طلایی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در صنعت بیمه، در دو سال متوالی.

جهت بهره‌مندی از خدمات بیمه‌ای و مشاوره، به شعب و نمایندگی‌های بیمه رازی در سراسر کشور مراجعه فرمایید.



CAPITAL Intelligence

مرکز ارتباط با مشتریان بیمه رازی: ۰۲۱-۸۱۹۴۲

www.razi24.ir

اطلاعات باید آن محصول را فراموش کرد که این نص مهمی در صنعت بیمه کشور است. وقتی مقایسه با کشورهای دیگر داریم، می‌بینیم خیلی از کارها را می‌توانیم انجام دهیم، مثل فروش بیمه‌نامه و ارائه یکسری خدمات روی موبایل که اجازه آن را نداریم و به‌دنبال آن نوآوری نمی‌توان داشت. برنامه‌های شرکت «بیمه رازی» برای فرهنگ‌سازی چیست؟ در بیمه رازی غیر از فعالیت اقتصادی و توجهی که به عملیات بیمه‌گری داریم، دوست داریم نگاهی را که در گذشته به شرکتهای بیمه بوده است، یعنی: «موقع پول گرفتن خوب پول می‌گیرند، ولی موقع پرداخت خسارت پول نمی‌دهند» را تغییر دهیم. بیمه رازی تمام تلاش خود را به کار گرفته است و برای پرداخت سریع خسارت، تا حدودی موفق بوده‌ایم. مردم کشور ما باید به این باور برسند که در موقع وقوع خسارت، بیمه‌پشت آنها است و به موقع خسارت‌شان پرداخت می‌شود.



داخلی با شرکتهای بیمه خارجی بگویید؟

حضور شرکتهای بیمه خارجی در ایران کاملاً مثبت و به نفع صنعت بیمه ایران است. به دلیل نداشتن دانش بیمه‌ای و نرم‌افزارهای لازم می‌توانیم از تجربیات بیمه‌گران خارجی برای توسعه و تعمیم صنعت بیمه استفاده کنیم. اعتقاد دارم ورود شرکتهای بیمه خارجی باعث نمی‌شود رقابت سخت‌تر شود. سهم بازار برای این شرکتهای مهم نیست، بلکه سود اقتصادی مهم است. پس قیمت‌های منطقی می‌دهند که سودآور باشند. از هر جهت حضور بیمه‌گری از بازارهای توسعه‌یافته وارد کشور شود، به نفع کشور ما است و به صنعت بیمه کمک می‌کند.

با توجه به کم بودن امکانات فناوری اطلاعات در صنعت بیمه در مورد نوآوری محصولات بیمه‌ای توضیح دهید؟

یکی از لطمانتی که صنعت بیمه کشور ما می‌خورد، نداشتن امکانات فناوری اطلاعات جدید در حوزه بیمه است و شرکتهایی که در این زمینه فعالیت می‌کنند، متأسفانه حاضر نیستند خودشان را با نیازهای شرکتهای بیمه اشتراک‌گذار کنند یا اینکه این امکان را فراهم کنند خود شرکتهای بیمه دست به نوآوری بزنند. یعنی نه حاضرند خودشان این کار را انجام دهند نه اجازه می‌دهند این نوآوری را شرکتهای بیمه‌ای انجام دهد. اگر محصول جدیدی داشته باشیم به‌دلیل نداشتن امکانات در فناوری



مدیرعامل بیمه «دانا»:

نوآوری باید تبدیل به مزیت رقابتی شرکت‌ها شود

نایب رئیس هیات‌مدیره و مدیرعامل بیمه دانا، نوآوری در صنعت بیمه را مزیت رقابتی شرکت‌های بیمه در این عرصه می‌داند. دکتر بیژن صادق، اکثر شرکت‌های بیمه را فاقد استراتژی مشخص و واضحی برای



اهداف کسب و کار دارد بیان کند، شناخته شده‌ترین متریک یا شاخص نیز درصد فروش سالانه ناشی از محصولات جدید است. نکته قابل اهمیت دیگر در این رابطه این است که نوآوری موفق در محصولات / خدمات باید رخدادی قابل کنترل باشد که تحقق این امر نیز در گرو این موضوع است که اطمینان حاصل شود نقش محصولات جدید در دستیابی به اهداف کلی کسب‌وکار به وضوح به همه ابلاغ شده و نیز همه افراد درگیر در فعالیت، دارای یک هدف مشترک هستند. میزان رقابت‌پذیری شرکت‌های بیمه ایرانی را در چه حدی ارزیابی می‌کنید؟

همان‌طور که بیشتر اشاره شد تمرکز بر قیمت به جای کیفیت و نحوه سرویس‌دهی و مسئله نرخ‌های غیرفنی از معضلات مطرح در فضای رقابتی صنعت بیمه است. نرخ‌شکنی و عدم آکچوثری صحیح در تمامی رشته‌ها، باعث شده است تا رقابتی مخرب در بین شرکت‌های بیمه در بگیرد که هم به ضرر شرکت‌ها و هم به ضرر بیمه‌گزاران است. نظارت مالی، نتایج عملکرد فنی شرکت‌ها را در میان‌مدت و بلندمدت مشخص می‌کند اما در کوتاه‌مدت نمی‌تواند مانع برخی نرخ‌شکنی‌های بی‌رویه شود. لذا به نظر می‌رسد بیمه مرکزی می‌بایست نظارت فنی بر نرخ‌ها را احیا کرده و به‌صورت فصلی و تصادفی بر نرخ‌ها نظارت کند. البته این امر مستلزم به‌کارگیری ابزارهای IT قابل نظارت در فرآیند نرخ‌دهی است.

بازارهای بیمه ایران علاوه بر نهادهای موجود به کدام نهادها نیاز دارند این‌حالا در چه زمینه‌هایی وجود دارد؟

بازار بیمه در ایران را از دیدگاه رقابت چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به طور کلی بازار رقابتی سالم بازاری است که امکان تغییر در قیمت و میزان عرضه خدمات برای فعالان آن بازار وجود نداشته باشد. در حال حاضر در صنعت بیمه کشور، فاصله قابل ملاحظه‌ای بین وضعیت ایده‌آل و وضعیت موجود وجود دارد. اگرچه آنچه مدنظر ماست رسیدن به وضعیت رقابتی نسبی و متناسب با اقتضائات یک بازار بیمه است اما متأسفانه رقابت میان فعالان بازار بجای تمرکز بر کیفیت، بر قیمت‌های غیرواقعی و کارشناسی نشده متمرکز شده است. به طوری که شاهد این مسئله هستیم که حتی در رشته‌های بیمه عمر نیز، ارائه نرخ‌های غیرفنی به منظور جذب مشتریان از سوی بعضی از شرکت‌ها نگرانی‌هایی را برای نهاد ناظر ایجاد کرده است. به هر روی امیدواریم با تأکیدات مقام محترم ناظر در بیمه مرکزی در خصوص جلوگیری از رقابت‌های ناسالم، نظارت بر توانگری مالی شرکت‌ها و نظارت در راستای ایجاد رقابت مبتنی بر نحوه سرویس دهی در بازار، شاهد ایجاد فضای رقابتی سالم در صنعت بیمه کشور باشیم.

فضای کسب‌وکار در صنعت بیمه ایران از دیدگاه شما چگونه است و مهم‌ترین موانع و محدودیت‌ها در این زمینه کدامند؟

ایران امسال در رده‌بندی جهانی فضای کسب‌وکار میان ۱۹۰ کشور در رده ۱۲۰ جهان قرار گرفته است که نسبت به سال قبل ۳ پله نزول کرده است. به‌طورکلی برای بهبود فضای کسب‌وکار در کشور ضروری است تا همه شاخص‌ها به‌طور متوازن و با ثبات بهبود یافته و این بهبودی برای کلیه فعالان اقتصادی قابل درک باشد. با این وجود با برداشته شدن یا کاهش تحریم‌ها علیه ایران و تمایل سرمایه‌گذاران خارجی به سرمایه‌گذاری در ایران، اصلاح فضای کسب‌وکار صنعت بیمه نیز باید در اسرع وقت در زمره اولویت‌های اصلاح ساختار قوانین اجرایی قرار گیرد. رعایت قوانین و مقررات، پایبندی به اخلاق حرفه‌ای و شفافیت اطلاع‌رسانی از مهم‌ترین مواردی هستند که در بحث حاکمیت شرکتی مطرح می‌شوند. بدین منظور تطبیق مقررات در بیمه و تلاش جهت افشای اطلاعات در مورد موقعیت مالی بیمه‌گر و نیز اطلاعاتی شامل عناصر و ویژگی‌های کلیدی از چارچوب حاکمیت شرکتی بیمه‌گر و کنترل‌های مدیریتی تحت نظارت بیمه مرکزی، منجر به بهبود شاخص افشا، از شاخص‌های حمایت از سرمایه‌گذاران می‌شود. همچنین ساده‌سازی و پالایش قوانین و مقررات در جهت بهبود فضای کسب‌وکار، بازنگری قواعد اعمال قوانین، مقررات، دستورالعمل‌ها، آیین‌نامه‌ها و رویه‌های کار در راستای کاهش مداخلات غیرموجه دولت، برطرف کردن ضعف‌های ساختاری و فنی در قوانین بیمه و نیز تلاش جهت کاهش تغییرات پیش‌بینی نشده مقررات از سوی نهادهای دولتی (با توجه به ساختار دولتی اقتصاد ایران) در راستای بهبود فضای کسب‌وکار ضروری است.

آیا بازار بیمه در ایران را تلازازی آزاد ارزیابی می‌کنید؟ به‌طور کلی در راهبرد اقتصاد باز یا اقتصاد آزاد بازاری، تأکید خاص بر بخش تجارت خارجی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی خارجی است و اینکه اقتصاد آزاد در نقطه مقابل

این امر به شمار می‌رود. بنابراین ضروری است تا سودآوری شرکت‌های بیمه به‌عنوان یکی از الزامات اعتبار شرکت‌ها در نظر گرفته شده و این امر برای بیمه‌گزاران نیز تشریح شود. نکته دیگر اینکه، بی‌انگیزگی شرکت‌های بیمه در کسب پرتفوهای جدید و افزایش معضلات جاری و همچنین عدم استقبال جامعه به دلیل مشکلات اقتصادی، عملاً الگوبرداری برای توسعه و تنوع محصولات جدید را در صنعت بیمه متوقف کرده است. لذا پیشنهاد می‌شود تا بیمه مرکزی، شرایط تشویقی برای طرح‌های جدید بیمه‌ای در نظر گرفته و شرایط حقوقی مناسبی برای مالکیت معنوی و مادی طراحان بیمه‌های جدید در نظر بگیرد.

به علاوه نبود نوآوری در حوزه عملیاتی صدور و خسارت باعث شده تا مردم از صنعت بیمه احساس رخوت و کهنگی دریافت نمایند و وظیفه بیمه مرکزی است تا شاخص میزان استنفاده از ابزارهای IT و کاهش مراجعه حضوری مردم به شرکت‌ها را به‌عنوان یکی از این‌ها رتبه‌بندی شرکت‌ها، به عامه مردم معرفی نماید. همچنین استفاده نهاد ناظر از ابزارهای IT و هوش تجاری باعث کاهش تقلبات سازمان یافته و افزایش اعتماد شرکت‌ها به عامه بیمه‌گزاران برای استفاده هر چه بیشتر از ابزارهای IT می‌شود.

در راستای بهبود فضای کسب‌وکار و رقابتی شدن بازار بیمه چه توصیه‌هایی برای ارتقای همکاری‌های بین‌الملل در حوزه‌های اتکایی و تبادل خدمات بیمه‌ای دارید؟

اگرچه بعد از لغو تحریم‌ها، شرکت‌های بیمه‌ای جهانی به دنبال فرصت حضور در بازار ایران هستند، باید توجه داشت که بیمه اتکایی قبولی از خارج امری بسیار حساس و از نظر فنی پیچیده و نیازمند مهارت و تخصص است. بیمه‌گر قبول‌کننده اتکایی باید اشراف کاملی به پرتفوی بیمه‌گر واگذارنده در کلیه رشته‌هایی که عملیات اتکایی آن را قبول می‌کند، داشته باشد. همچنین سوخته بودن یا نبودن بیمه‌گران کشورها می‌بایست دقیقاً مشخص شده باشد. از نکات مطرح دیگر در این زمینه توجه به قوانین کشورهای واگذارنده است به‌خصوص در خصوص نحوه دریافت و پرداخت در عملیات قبولی اتکایی از خارج. چرا که مهم‌ترین مسئله برای بیمه‌گر اتکایی قبول‌کننده، دریافت حق بیمه‌های قبولی است. بنابراین تقویت بخش آموزش و انتقال تکنولوژی‌های روز بیمه‌ای به کشور و برگزاری دوره‌های مؤثر با بهره‌گیری از اساتید خبره، در کنار در نظر گرفتن رتبه‌بندی موسسات بین‌المللی بیمه‌گران اتکایی و نیز میزان سرمایه و ذخایر آنان و جدول ظرفیت‌های قبولی‌شان، جهت افزایش همکاری‌های بین‌المللی در این حوزه و در نتیجه بهبود فضای کسب‌وکار صنعت بیمه ضروری است.

به علاوه، نبود قوانین، مقررات و زیرساخت‌های لازم برای مشارکت با شرکت‌های خارجی یا ادغام شرکت‌های داخلی باعث شده تا بسیاری از زمینه‌های تشکیل شرکت‌ها به‌صورت جوینت ونچر یا ادغام شرکت‌ها در یکدیگر فراهم نشود. با توجه به شرایط کنونی بازار و صنعت بیمه، شاید ادغام برخی شرکت‌های کوچک دور از ذهن نباشد. لذا تدوین قوانین و مقررات این حوزه، با همکاری سازمان‌های مرتبط ضروری به نظر می‌رسد.

به دلیل نبود ارتباط ارگانیک بین صنعت بیمه با قوه مقننه و قوه قضائیه، عملاً قوانین تصویب‌شده نه تنها کمکی به حل معضلات کنونی صنعت نمی‌کند بلکه باری بر دوش آن می‌افزاید. همچنین در مواردی چون تعیین نرخ دیه و همچنین احکام دادگاه‌ها علیه شرکت‌ها، در قوه قضائیه یک‌طرفه عمل می‌شود. همچنین ارتباط دائمی و مناسبی با نهادهای مرتبط همچون ناجا، سازمان حسابرسی، سازمان امور مالیاتی، وزارت بهداشت، سازمان بورس، شهرداری‌ها و بسیاری از نهادهای دیگر وجود ندارد. لذا پیشنهاد می‌شود تا مذاکرات صنعت بیمه با نهادهای مذکور از طریق تشکیل

کمیته‌های موقت و دائمی، متشکل از اعضای منتخب سندیکا و نمایندگان بیمه مرکزی صورت پذیرد.

در مجموع ارزیابی شما از وضعیت بازار بیمه ایران در آینده دور و نزدیک در خصوص آزادی و رقابت، فضای کسب‌وکار، نوآوری و تنوع محصولات بیمه‌ای و نهادهای فعال چگونه است؟

متأسفانه به دلیل نبود شناخت مناسب از بیمه در سطح جامعه و کاهش روحیه ریسک‌پذیری مردم ایران نسبت به کشورهای پیشرفته و همچنین عدم سرمایه‌گذاری شرکت‌های بیمه در حوزه فرهنگ‌سازی، کارکردهای بیمه در سطح جامعه ناشناخته مانده است. لذا به نظر می‌رسد که برنامه‌های مشترک شرکت‌های بیمه و بیمه مرکزی و انجام کارهای فرهنگی در ارتباط با کاهش روحیه ریسک‌پذیری مردم مشرمر خواهد بود.

از سوی دیگر، شاهد این معضل هستیم که سودآوری شرکت‌های بیمه دغدغه بیمه مرکزی نیست. در صورتی که بدون سودآوری، نوآوری و توسعه در شرکت‌ها متوقف شده و عملاً باعث در جا زدن شرکت‌ها می‌شود. با توجه به شرایط اقتصادی کشور که هنوز در مرحله عبور از تحریم‌هاست، نبود نگاه تجاری به شرکت‌های بیمه از سوی عام جامعه و نهادها و تلقی کردن شرکت‌ها به‌عنوان نوعی خیریه و وجود نگاه وصول‌کننده عوارض به شرکت‌های بیمه در فرآیند فروش بیمه‌نامه، عملاً باعث شده است تا سوددهی شرکت‌های بیمه مختل شده و عدم استقبال عادی از شرکت‌ها در بورس و نبود انگیزه برای تأسیس شرکت‌های تخصصی از نشانه‌های



سیزدهم آذر روز صنعت بیمه گرامی باد

بیمه‌دای
day insurance

باشما، برای جبران

تلفن گویا: ۰۲۱ ۳۳۱۲ ۰۲۱ www.dayins.com



www.sarmadins.ir

روز بیمه گرامی باد

پایان مهلت شرکت در جشنواره بیمه عمر و سرمایه‌گذاری سرمد بزودی برندگان یک دستگاه پژو ۲۰۶ و چندین سکه بهار آزادی اعلام می‌گردد.

بیمه (سرمه)

سرمد

Sarmad Insurance

۰۲۱-۴۳۹۶۳



بانک پاسارگاد

بانک هزاره سوم

آنچه توانسته ایم لطف خدا بوده است



خدمتی ماندگار از بانک پاسارگاد

www.bpi.ir

**باهزینه بانک پاسارگاد سپرده گذاران این بانک نزد بیمه پاسارگاد
تحت پوشش هزینه های بیمارستانی قرار می گیرند.**



■ بیمه حوادث به هزینه بانک پاسارگاد

■ بیمه آتش سوزی منزل مسکونی به هزینه بانک پاسارگاد

■ تخفیف بیمه بدنه اتومبیل سپرده گذاران

■ بیمه تکمیلی حادثه، به هزینه بانک پاسارگاد

مرکز اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲ ۸۹۰