



سندیکای بیمه‌گران ایران
IRAN INSURERS SYNDICATE



بیمه مرکزی
جمهوری اسلامی ایران



پژوهشکده بیمه



مجموعه توصیه‌های سیاستی

بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

**”افزایش ضریب نفوذ بیمه؛
چالش‌ها و راهکارها“**





مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”



سندیکای بیمه‌گران ایران
IRAN INSURERS SYNDICATE

ISC

SID

به نام خداوند جان و خرد



مجموعه توصیه‌های سیاستی
بیست‌وششمین همایش بیمه و توسعه
**افزایش ضریب نفوذ بیمه؛
چالش‌ها و راهکارها**

پژوهشکده بیمه

بهار ۱۳۹۹



ISC

SID

مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

«افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها»



سندیکای بیمه‌گران ایران
IRAN INSURERS SYNDICATE



جمهوری اسلامی ایران



پژوهشگاه بیمه

سرشناسه	: ماجد، وحید
عنوان و نام پدیدآور	: مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه: افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها/ تهیه‌کننده وحید ماجد؛ ناظر علمی لیلی نیاکان؛ ویراستار علمی عزیز احمدزاده.
مشخصات نشر	: تهران: بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، پژوهشگاه بیمه، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۳۸ص.
شابک	: 978-622-681407-2
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: بیمه -- ایران
موضوع	: Insurance -- Iran
موضوع	: بیمه -- ایران -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع	: Insurance -- Economic aspects -- Iran
شناسه افزوده	: نیاکان، لیلی
شناسه افزوده	: احمدزاده، عزیز، ۱۳۶۲ - ویراستار
شناسه افزوده	: همایش ملی بیمه و توسعه (بیست و ششمین : ۱۳۹۸ : تهران)
شناسه افزوده	: بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، پژوهشگاه بیمه
رده بندی کنگره	: ۸۶۹۵/۷HG
رده بندی دیویی	: ۳۶۸/۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۶۱۷۷۳۵۲



مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه: افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها

تهیه‌کننده: وحید ماجد، پژوهشگر همکار پژوهشگاه بیمه، عضو هیات علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران

ناظر علمی: لیلی نیاکان، عضو هیات علمی پژوهشگاه بیمه

ویراستار علمی: عزیز احمدزاده، عضو هیات علمی پژوهشگاه بیمه

صفحه‌آرا و طراح جلد: علی حسین صفری

ناظر فنی چاپ: محمدرضا حیدری

چاپ اول: ۱۳۹۹

چاپ: کارنگ

تیراژ: ۱۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۱۴-۰۷-۲

ناشر: پژوهشگاه بیمه وابسته به بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران

نشانی: تهران - سعادت‌آباد - میدان شهید تهرانی مقدم (کاج) خیابان سرو غربی - پلاک ۴۳

سندوق پستی: ۱۹۳۹۵-۴۴۹۹ تلفن: ۲۲۰۸۴۰۸۴ دورنگار: ۲۲۰۸۴۰۲۲

وبسایت: www.irc.ac.ir سامانه نشر کتاب: info@irc.ac.ir

«حق چاپ برای ناشر محفوظ است»



مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”

ISC

SID



توسعه پژوهش‌های بیمه‌ای
زمینه‌ساز توسعه اقتصادی کشور
است.

رئوس مطالب

- ۱۲ مقدمه.
- ۱۳ حقایق آشکار شده در مورد ضریب نفوذ.
- ۲۱ عوامل موثر بر توسعه بیمه و افزایش ضریب نفوذ.
- ۲۵ آیا ضریب نفوذ معیار مناسبی برای ارزیابی و مقایسه توسعه بیمه‌های بازرگانی است؟
- ۲۶ شاخص‌های تکمیلی و راهکار اصلاح استفاده از معیار ضریب نفوذ.
- ۳۰ مجموعه توصیه‌های سیاستی پتل‌ها و مقالات همایش بیست‌وششم.
- ۳۲ اصلاحات پارامتریک برای توسعه بیمه و افزایش ضریب نفوذ.
- ۳۴ اصلاحات نهادی برای توسعه بیمه و افزایش ضریب نفوذ.
- ۳۷ منابع و مأخذ: مقالات ارائه شده در بیست‌وششمین همایش بیمه و توسعه.



مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”

ISC

SID



«بیمه، پدیده بسیار خوبی است که به
کارهای اقتصادی جامعه نظم می‌دهد،
از افراد ضعیف حمایت می‌کند و
خسارت‌های غیرقابل محاسبه، ناگهانی
و سنگین را نیز جبران می‌کند.»

مقام معظم رهبری (مدظله العالی)

پیشگفتار

دکتر غلامرضا سلیمانے

رئیس کل بیمه مرکزی ج.ا.ایران





صنعت بیمه، به‌عنوان یکی از مهمترین بازیگران فعالیت‌های اقتصادی و پوشش‌دهنده مخاطرات مختلف موجود در جامعه، سهم به‌سزایی در بهبود وضعیت فعلی و آتی ذی‌نفعان خود داشته و با پذیرش ریسک‌های متنوع، امکان حرکت‌های پرشتاب جامعه در بخش‌های گوناگون اقتصادی و اجتماعی را فراهم می‌سازد. منافع ناشی از توسعه بیمه در کشور نه تنها نصیب بیمه‌گران و فعالان حوزه بیمه خواهد شد، بلکه کل اقتصاد و کسب‌وکارهای فعال در کشور را در بر می‌گیرد. براساس قوانین و اسناد بالادستی کشور، بیمه مرکزی ج.ا.ا مکلف است نسبت به ارتقای نقش اقتصادی بیمه در تامین رفاه و امنیت مردم و افزایش ضریب نفوذ بیمه در کشور در سال‌های اجرای برنامه اقدام نماید. این نهاد با رویکرد افزایش ضریب نفوذ در کشور در طی چند سال اخیر سیاست‌ها و برنامه‌هایی را اجرا نموده است که اهم آن عبارتند از: الزام به تفکیک حساب‌های مربوط به بیمه زندگی از غیرزندگی؛ تاکید بر تاسیس موسسات بیمه تخصصی؛ پیاده‌سازی اصول حاکمیت شرکتی در صنعت بیمه؛ گسترش پوشش‌های بیمه‌ای برای جبران حوادث فاجعه‌آمیز از طرق مختلف از جمله پیگیری و راه‌اندازی صندوق بیمه حوادث همگانی؛ توجه به فناوری اطلاعات و زمینه‌سازی حضور شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها؛ و توجه به امر آموزش و پژوهش در صنعت بیمه.

برگزاری بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه فرصتی بود برای هم‌اندیشی و هم‌افزایی اصحاب صنعت، دانشگاهیان و نهادهای سیاستگذار و موثر در توسعه صنعت بیمه برای ارائه سیاست‌ها و راهکارهای توسعه صنعت بیمه و افزایش ضریب نفوذ که خلاصه توصیه‌های سیاستی آن در این مجلد اجمالی ارائه شده است.

غلامرضا سلیمانی

رئیس کل بیمه مرکزی ج.ا.ا ایران

پیش‌درآمد

دکتر سید محمد کریم

دبیرکل سندیکای بیمه‌گران ایران





مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

«افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها»



ISC

SID

به‌منظور مدیریت ریسک‌های کسب و کارها و افراد در شرایط امروز دنیا، بیمه ابزاری مهم و لازم است. توسعه صنعت بیمه می‌تواند مخاطرات پیچیدگی جوامع را پوشش دهد و علاوه بر ایجاد آرامش و رفاه اقتصادی و تسهیل شرایط فعالیت‌های اقتصادی، به‌عنوان یکی از ابزارهای تجهیز منابع در اقتصاد نیز باشد. یکی از شاخص‌ها و معیارهای ارزیابی توسعه صنعت بیمه ضریب نفوذ بیمه است. ضریب نفوذ بیمه جایگاه صنعت بیمه را در مقایسه با توان اقتصاد آن کشور ترسیم می‌کند. بنابراین شایسته است تا سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، تصمیم‌سازان، تصمیم‌گیران و بازیگران این صنعت، به منظور بهره‌برداری از ظرفیت‌های بیمه و توسعه آن متناسب با اقتصاد ملی تلاش مضاعفی را داشته باشند. نکته قابل تأکید در خصوص افزایش ضریب نفوذ این است که قوانین حاکمیتی در این حوزه باید بازبینی شود و از تجربه‌ها و الگوهای موفق پیاده شده در دنیا بهره‌برداری شود. برگزاری بیست‌وششمین همایش بیمه و توسعه با محوریت ضریب نفوذ، نشان‌دهنده‌ی عزم جدی صنعت بیمه برای نیل به این مهم است. در همایش بیست و ششم، برای نخستین بار سندیکای بیمه‌گران ایران با برنامه‌های ویژه‌ای جهت طرح و بررسی موضوعات حرفه‌ای و فنی صنعت بیمه مشارکت کرد تا علاوه بر بررسی مساله افزایش ضریب نفوذ در حوزه‌های علمی-دانشگاهی و ساینستگذاری و حاکمیتی، در سطوح اجرایی و عملیاتی نیز نقش بازیگران مختلف در تحقق هدف پیش‌بینی شده در اسناد بالادستی از جمله برنامه ششم توسعه اقتصادی و اجتماعی مورد کنکاش قرار گیرد. امید است که مجلد حاضر که حاصل تلاش پژوهشکده بیمه در تلخیص، تدقیق و دسته‌بندی راهبردهای سیاستی همایش بیست و ششم است مورد توجه اصحاب صنعت بیمه برای اتخاذ راهبردهای مناسب جهت توسعه این صنعت قرار گیرد.

سیدمحمد کریمی

دبیرکل سندیکای بیمه‌گران ایران

دیباچه

دکتر حمید کردبچه

رئیس پژوهشکده بیمه





بیمه، یکی از سه رکن اصلی در نظام مالی یک کشور است. واسطه‌گری مالی و تأمین پوشش ریسک کسب‌وکارها، دو کارکرد اصلی این نهاد مهم اقتصادی است. از این روست که صنعت بیمه از نقش مضاعفی در اقتصاد کشورها برخوردار است. به‌همین دلیل توسعه این صنعت همواره جزو اولویت‌های برنامه‌های پنج‌ساله توسعه اقتصادی کشور بوده است. در این راستا، برنامه ششم توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور، بر توسعه این صنعت با هدفگذاری کمی برای ضریب نفوذ بیمه تأکید بیشتری نموده است.

ضریب نفوذ بیمه در سال‌های اخیر رشد سالانه بسیار خوبی را تجربه نموده است. با وجود این، صنعت بیمه هنوز متناسب با اهدافی که اسناد بالادستی کشور برای توسعه اقتصادی کشور و توسعه صنعت بیمه مورد توجه قرار داده است، در جایگاه مناسب خود قرار ندارد. بر همین اساس، افزایش ضریب نفوذ بیمه به عنوان رایج‌ترین شاخص توسعه صنعت بیمه، در دستور کار بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه قرار گرفت. در حقیقت، در این همایش، بررسی و مطالعه چالش‌های پیش‌روی توسعه صنعت بیمه و شناخت راهکارها و سیاست‌های مناسب برای عبور از این چالش‌ها، دنبال شد.

خداوند را سپاسگزارم که این همایش، فرصت ارزشمند بزرگی را در سطح ملی برای محققین و پژوهشگران، سیاست‌گذاران، مدیران و فعالان صنعت بیمه فراهم نمود تا در خصوص این مباحث به گفتگو بنشینند. خلاصه اهم نتایج این گفتگو در این کتابچه ارائه شده است. با اعتنای از این فرصت، از همه کسانی که در این همایش حضور داشته و با انتشار نتایج مطالعات و پژوهش‌های خود، یا با ارائه نظرات و دیدگاه‌های خود بر غنای آن افزوده‌اند تشکر می‌نمایم. همچنین از مجموعه دست‌اندرکاران این همایش در دو بخش علمی و اجرایی که برای برگزاری این همایش و حصول چنین موفقیتی و انتشار نتایج آن به‌ویژه تدوین این مجموعه، تلاش نمودند، صمیمانه قدردانی می‌نمایم و سلامتی و توفیق بیشتر همه این عزیزان را در خدمت به کشور عزیزمان و صنعت بیمه از خدای متعال خواستارم.

حمید کردبیچه

رئیس پژوهشکده بیمه

مقدمه

بیمه^۱ به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای مالی، نقش مهمی را در توسعه و رشد اقتصادی کشورها بر عهده دارد. در واقع صنعت بیمه به‌عنوان یک نهاد مالی، از یک سو منجر به اطمینان و تسهیل فعالیت‌های اقتصادی و از سوی دیگر به‌عنوان یک موسسه مالی منجر به تقویت بنیه اقتصادی کشور می‌گردد.

ضریب نفوذ بیمه^۲ یکی از مهم‌ترین شاخص‌هایی است که برای ارزیابی عملکرد صنعت بیمه‌ی یک کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد. این ضریب همچنین به‌عنوان معیاری برای مقایسه عملکرد صنعت بیمه در بین کشورهای مختلف به کار می‌رود. در واقع ضریب نفوذ بیمه از اصلی‌ترین شاخص‌های ارزیابی عملکرد صنعت بیمه در مقایسه با اقتصاد ملی است.

ضریب نفوذ بیمه حاصل تقسیم حق بیمه تولیدی به تولید ناخالص داخلی (بر حسب قیمت جاری) است. بر این مبنا ضریب نفوذ بیمه به‌عنوان حق بیمه کل کشور به صورت درصدی از تولید ناخالص داخلی آن کشور (GDP) تعریف می‌شود و نشان می‌دهد که بخش بیمه تا چه اندازه در اقتصاد ملی سهم دارد.

$$\text{ضریب نفوذ بیمه} = \frac{\text{حق بیمه تولیدی}}{\text{تولید ناخالص داخلی}}$$

با توجه به کارکردهای بیمه و نقش آن در اقتصاد ملی و ایجاد اطمینان و آرامش برای کسب و کارها و شهروندان، توسعه صنعت بیمه و افزایش ضریب نفوذ آن در اسناد بالادستی کشور مورد تاکید قرار گرفته است. از جمله در پروژه‌های اقتصاد مقاومتی و در برنامه ششم توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور به این مقوله پرداخته شده است. مطابق بند ۱ ماده ۱۱ از قانون برنامه پنج‌ساله ششم

1. Insurance
2. Insurance Penetration Rate



توسعه تا سال ۱۴۰۰ شمسی، بیمه مرکزی موظف است ضریب نفوذ بیمه‌های بازرگانی را در طول اجرای برنامه به ۷ درصد برساند.

به دلیل اهمیت موضوع، عنوان محوری بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه، افزایش ضریب نفوذ انتخاب شد که در آذر ماه سال ۱۳۹۸ با عنوان «افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها» برگزار گردید. پیرو همایش مذکور مقرر گردید که توصیه‌های سیاستی آن، در مجموعه‌ای برای استفاده اصحاب صنعت بیمه، احصاء و گردآوری گردد. بر این مبنا نوشتار حاضر با نگاهی اجمالی و سیاستی به مقوله ضریب نفوذ، حقایق آشکار شده در مورد آن، مزیت‌ها و نقیصه‌های معیار ضریب نفوذ به عنوان معیار ارزیابی عملکرد و مقایسه، به جمع‌بندی و ارائه توصیه‌های سیاستی ارائه شده همایش مذکور پرداخته است.

حقایق آشکار شده در مورد ضریب نفوذ

با توجه به رابطه ضریب نفوذ بیمه با مولفه‌های کلان اقتصادی، اطلاع از وضعیت این مؤلفه‌ها برای ارزیابی وضعیت ضریب نفوذ بیمه و روند آن از اهمیت برخوردار است. جدول شماره ۱، حقایقی از شاخص‌های کلان اقتصادی و شاخص‌های بیمه‌ای را برای ایران به نمایش گذاشته است. طبق آمار و ارقام رسمی منتشر شده از سوی مراجع رسمی در خصوص شاخص‌های اقتصادی و بیمه‌ای، در سال ۱۳۹۷ تولید ناخالص داخلی به قیمت‌های ثابت^۱ برابر ۷۱۴۱۳۳۰ میلیارد ریال بوده است که رشد ۴/۸- را نسبت به سال قبل داشته است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۸). همچنین طبق ارقام رسمی منتشره در همان سال میلادی (۲۰۱۸) اقتصاد ایران با تولید ناخالص داخلی ۴۴۶ میلیارد دلار در جایگاه ۲۹ اقتصاد جهانی قرار گرفته است.

جدول ۱: مقایسه شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و بیمه‌ای کشور طی دو سال اخیر

عنوان	۱۳۹۶ (۲۰۱۷)	۱۳۹۷ (۲۰۱۸)
رشد اقتصادی (درصد)	۳.۹	-۴.۸
تورم (درصد)	۸.۲	۲۶.۹
جمعیت (میلیون نفر)	۸۱.۱	۸۲.۱
نرخ بیکاری (درصد)	۱۲.۱	۱۲
حق بیمه تولیدی (میلیارد ریال)	۳۴۰,۵۱۸	۴۵۴,۴۳۱
حق بیمه تولیدی (میلیارد دلار)	۱۰	۱۰.۸
رتبه جهانی صنعت بیمه (بر حسب میزان حق بیمه تولیدی)	۴۲	۳۹
نرخ رشد حق بیمه تولیدی کشور بر حسب ریال (درصد)	۲۱.۵	۳۱.۶
سهم از حق بیمه‌های زندگی (عمر) در کشور (درصد)	۱۳.۶	۱۴.۵
حق بیمه سرانه (دلار)	۱۲۳	۱۳۲
ضریب نفوذ بیمه	۲.۳	۲.۳۸

منبع: سالنامه آماری بیمه ۱۳۹۷ و مرکز آمار ایران

از منظر شاخص‌های بیمه‌ای ضریب نفوذ بیمه در ایران در سال ۲۰۱۸ برابر ۲,۳۸ درصد بوده و از منظر این شاخص ایران در رتبه ۶۳ بین کشورهای دنیا قرار گرفته است. همچنین از منظر شاخص سرانه حق بیمه تولیدی در سال ۲۰۱۸، ایران با حق بیمه سرانه ۱۳۲ دلاری در رتبه ۷۰ جهانی در بین ۱۹۶ کشور قرار گرفته است. جدول شماره ۱، برخی از شاخص‌های کلان اقتصادی و شاخص‌های بیمه‌ای را برای ایران به نمایش گذاشته است. به منظور مشخص شدن بیشتر عملکرد صنعت بیمه در ایران در مقایسه با متوسط جهانی و کشورهای منطقه چشم‌انداز، جدول شماره ۲، بر مبنای دو شاخص حق بیمه سرانه و ضریب نفوذ، عملکرد صنعت بیمه را طی سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ به صورت مقایسه‌ای نشان می‌دهد.



مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”



ISC

SID

جدول ۲: مقایسه شاخص‌های بیمه‌ای کشور با کشورهای منطقه و جهان

کشور/منطقه	شاخص	۱۳۹۶	۱۳۹۷
ایران	حق بیمه سرانه (دلار)	۱۲۳	۱۳۲
	ضریب نفوذ بیمه (درصد)	۲.۳	۲.۳۸
میانگین کشورهای منطقه چشم‌انداز	حق بیمه سرانه (دلار)	۱۳۴	۱۳۵
	ضریب نفوذ بیمه (درصد)	۲	۱.۹
میانگین جهان	حق بیمه سرانه (دلار)	۶۵۰	۶۸۲
	ضریب نفوذ بیمه (درصد)	۶.۱	۶.۱

منبع: سالنامه آماری بیمه ۱۳۹۷ و مرکز آمار ایران

به منظور مشخص نمودن جایگاه نسبی صنعت بیمه کشور در مقایسه با سایر کشورها، متوسط ضریب نفوذ بیمه در ایران و کشورهای منتخب طی دوره ۲۰۱۷ - ۱۹۹۰ در جدول ۳ به ارائه گردیده است. ضریب نفوذ بیمه در بین این کشورها دارای تفاوت‌های جدی می‌باشد به گونه‌ای که کم‌ترین مقدار آن برابر با ۰/۴۴ درصد برای عربستان و بزرگ‌ترین مقدار برابر با ۸/۲۲ درصد برای دانمارک و فرانسه می‌باشد.

جدول ۳: متوسط ضریب نفوذ بیمه طی دوره ۲۰۱۷ - ۱۹۹۰

کشور	ضریب نفوذ بیمه	کشور	ضریب نفوذ بیمه	کشور	ضریب نفوذ بیمه
ایران	۰.۹۷	امریکا	۶.۹	فنلاند	۳.۹۶
ترکیه	۰.۹۴	کانادا	۵.۵۶	غنا	۰.۹۵
آذربایجان	۰.۴۷	اتریش	۴.۷۳	یونان	۱.۹۹
پاکستان	۰.۶۷	آلمان	۵.۰۲	هندوراس	۱.۵۸
کویت	۰.۶	فرانسه	۸.۲۲	بلغار	۲.۷۴
نیجریه	۰.۵۷	ایتالیا	۵.۷۶	ایسلند	۲.۶۵
عربستان	۰.۴۴	اسپانیا	۴.۳۲	اندونزی	۱.۳۲



مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”

ISC

SID



سندیکای بیمه‌گران ایران
IRAN INSURERS SYNDICATE



جمهوری اسلامی ایران



پژوهش‌های بیمه‌گری

کشور	ضریب نفوذ بیمه	کشور	ضریب نفوذ بیمه	کشور	ضریب نفوذ بیمه
امارت	۱.۵	آرژانتین	۲.۳۲	مالزی	۴.۳۱
ونزوئلا	۱.۷۲	بلژیک	۷.۴۸	مکزیک	۱.۷۱
برزیل	۱.۹۷	چک	۳.۲۸	هلند	۷.۸۸
روسیه	۱.۳۳	دانمارک	۸.۲۲	نیوزلند	۲.۳۷
هند	۲.۶	اکوادور	۱.۴۹	لهستان	۳.۰۵
چین	۲.۱۹	مصر	۰.۷۶	پرتغال	۶.۴۳
ژاپن	۶.۹۴	السالوادور	۱.۶۵	سوئد	۶.۳۳

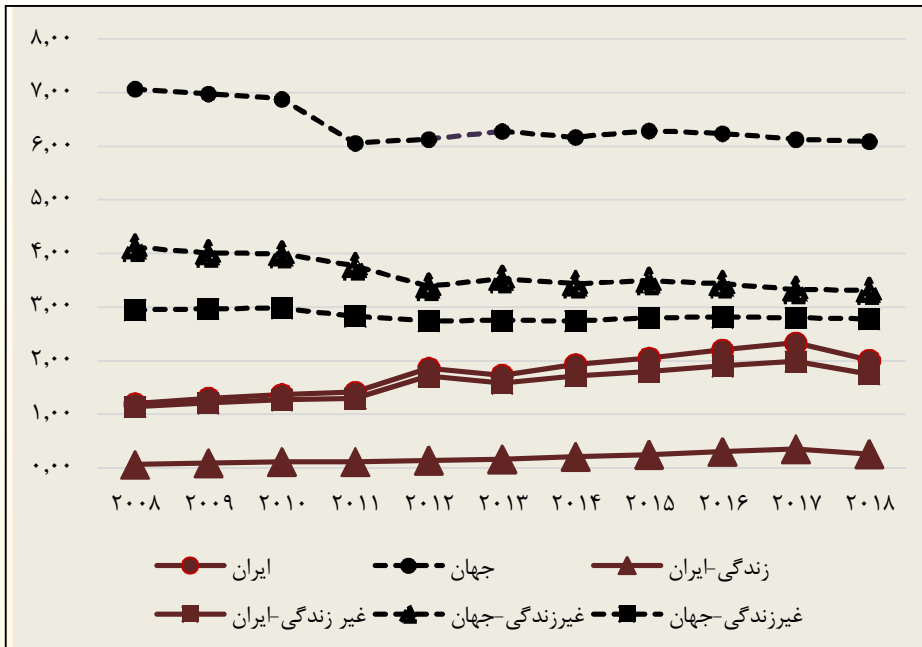
منبع: سوری و رافعی، ۱۳۹۸

به‌طور کلی مقدار ضریب نفوذ بیمه برای کشورهای توسعه‌یافته بیش از سایر کشورها می‌باشد. در این نمونه از کشورها متوسط ضریب نفوذ بیمه برابر با ۳/۲۴ است. همچنین پراکندگی آن (انحراف معیار) برابر با ۲/۴۴ و ضریب تغییرات نسبی (یعنی نسبت انحراف معیار به میانگین) برابر با ۷۵/۴ درصد است که بیانگر تفاوت‌های نسبتاً بزرگ در بین کشورها می‌باشد. متوسط ضریب نفوذ بیمه در ایران طی این دوره برابر با ۰/۹۷ درصد است که نسبت به متوسط جهانی (یعنی ۳/۲۴) برابر با ۰/۳ می‌باشد. به‌عبارت دیگر ضریب نفوذ بیمه در ایران کم‌تر از یک‌سوم میانگین ضریب نفوذ بیمه در بین کشورهای منتخب بوده است.



ISC

SID

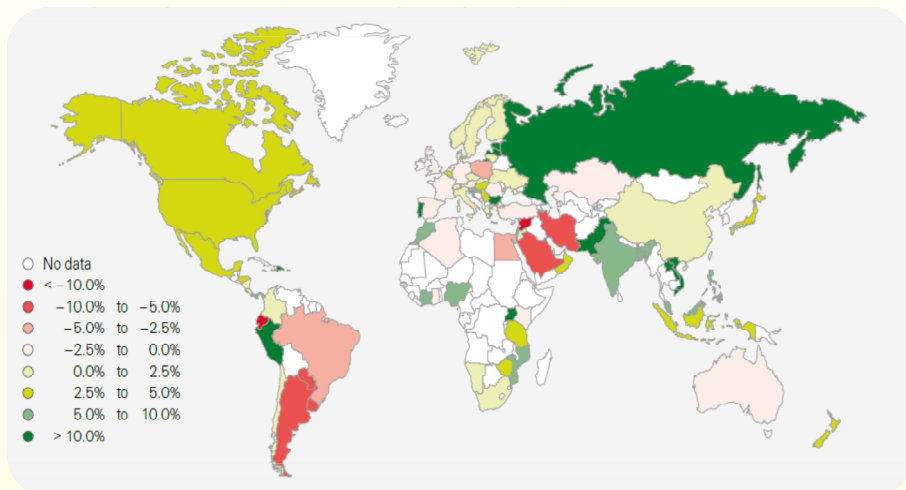


نمودار ۱: روند ضریب نفوذ بیمه ایران و جهان در طی دهه گذشته

نمودار شماره ۱، به مقایسه ضریب نفوذ بیمه به تفکیک کل، بیمه‌های زندگی و بیمه‌های غیرزندگی در ایران و متوسط جهانی طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۸ می‌پردازد. همان‌طور که در نمودار مذکور مشخص است، ضریب نفوذ بیمه در کشور طی دوره ده ساله مورد بررسی، از متوسط جهانی بسیار پایین‌تر بوده است. نکته بسیار قابل تأمل در نمودار مذکور پایین‌تر بودن ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی از بیمه‌های غیرزندگی در ایران است که در مقایسه با متوسط جهانی، حاکی از توسعه و گسترش اندک بیمه‌های زندگی در کشور است.

همانگونه که مشاهده می‌شود طبق آمارهای جهانی ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی در دنیا از ضریب نفوذ بیمه‌های غیرزندگی بالاتر بوده و صنعت بیمه در غالب کشورهای دنیا، نقش موثری در کنترل

ریسک‌های اشخاص و تأمین آتیه دارد؛ این در حالی است که در این حوزه صنعت بیمه ایران نتوانسته تاکنون در حد و اندازه‌ی متوسط جهانی ظاهر شود. نمودار شماره ۲، نقشه حرارتی^۱ رشد حق‌بیمه حقیقی تولیدی^۲ در کشورهای مختلف دنیا را در سال ۲۰۱۸ به نمایش گذاشته است.



نمودار ۲: رشد حق‌بیمه حقیقی در کشورهای مختلف در سال ۲۰۱۸

منبع: Swiss re, 2019

با استفاده از نقشه حرارتی، مقایسه بین کشوری از وضعیت رشد حقیقی صنعت بیمه در کشورهای مختلف با سهولت امکان‌پذیر است. با توجه به نمودار شماره ۲، در سال ۲۰۱۸ رشد حق‌بیمه حقیقی به‌طور متوسط در دنیا ۱/۵ درصد و در کشورهای نوظهور ۲/۱ درصد بوده است. رشد حق‌بیمه

1. Heat Map
2. Real Premium

۳. منظور تعدیل حق بیمه اسمی با شاخص قیمتی برای حذف اثرات تورم است.



حقیقی در ایران منفی بوده که با توجه به انقباضی بودن اقتصاد ملی در سال مذکور دور از انتظار نمی‌باشد.

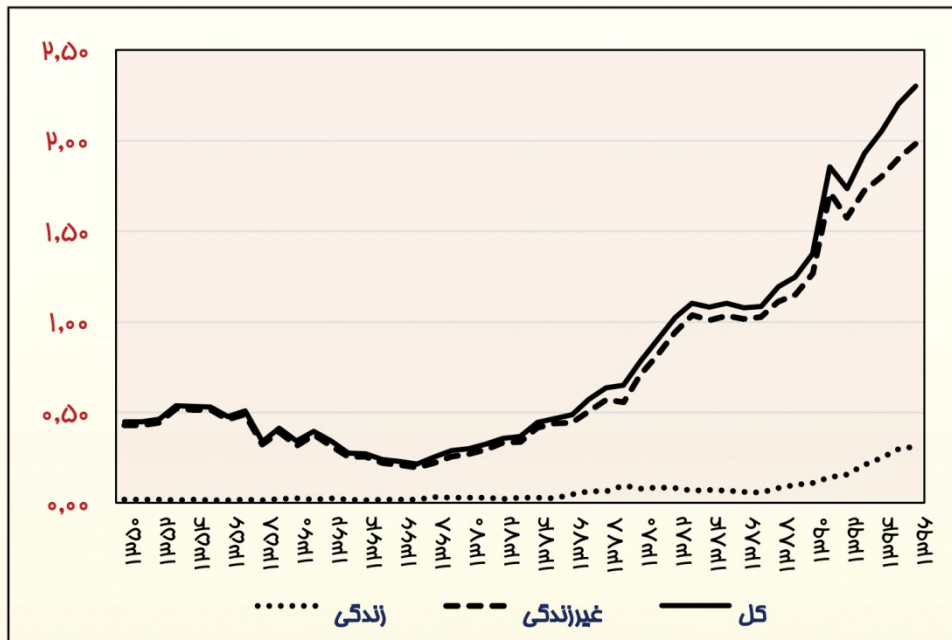
علاوه بر مقایسه عملکرد کلان صنعت بیمه کشور با دیگر کشورها، بررسی تاریخی توسعه صنعت بیمه کشور با معیار ضریب نفوذ می‌تواند ضمن نشان دادن فراز و فرود روند حرکتی این صنعت، چشم‌انداز آتی و فرصت‌های ممکن را تا حدودی نمایانگر سازد.

جدول ۴: رشد ضریب نفوذ بیمه

متوسط رشد سالانه (درصد)	دوره
۱/۷	۱۳۵۰-۵۷ قبل از انقلاب اسلامی
-۸/۳	۱۳۵۸-۶۷ جنگ تحمیلی
۱۰/۸	۱۳۶۸-۸۳ دوره بعد از جنگ تحمیلی تا شروع تحریم‌ها
۵/۸	۱۳۸۴-۹۶ تحریم‌ها و رکود اقتصادی

منبع: سوری و رافعی، ۱۳۹۸

بررسی تاریخی ضریب نفوذ بیمه در کشور طی سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۹۶، نشان می‌دهد که ضریب نفوذ از ۰/۴۵ در سال ۱۳۵۰ به ۲/۳ در سال ۱۳۹۶ رسیده که نشان‌دهنده رشد ۵ برابری طی این سال‌ها است. همچنین ضریب نفوذ بیمه از ۰/۴۵ در ۱۳۵۰ به ۰/۵۱ در سال ۱۳۵۷ می‌رسد که حدود ۱/۱۳ برابر شده است. این درحالی است که بعد از ۱۳۵۷ تا ۱۳۷۶ دارای روند نزولی بوده و سپس شروع به افزایش می‌کند به گونه‌ای که در سال ۱۳۶۰ تقریباً به سطح سال ۱۳۵۷ می‌رسد. رشد عمده ضریب نفوذ بیمه در سال‌های بعد از جنگ تحمیلی می‌باشد که از ۰/۲۱ در سال ۱۳۶۷ به ۲/۳ در سال ۱۳۹۶ می‌رسد که بیش از ۱۰ برابر شده است. جدول شماره ۴ و نمودار شماره ۳ رشد ضریب نفوذ بیمه را طی دوره‌های مختلف نشان می‌دهد.



نمودار ۳: روند ضریب نفوذ (کل، زندگی و غیرزندگی) طی سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۹۶

نمودار شماره ۳ روند ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی و غیرزندگی را طی دوره ۱۳۵۰ تا ۱۳۹۶ نشان می‌دهد. از این نمودار مشاهده می‌شود که این ضریب در طول دوره اگرچه پایین بوده اما روند رو به رشدی را تجربه کرده است. طی این دوره، ضریب نفوذ بیمه عمدتاً شامل بیمه‌های غیرزندگی است. به هر حال از اواسط دهه ۱۳۸۰، ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی نیز از رشد قابل توجهی برخوردار شده است.

جدول شماره ۵، نرخ رشد حق بیمه، ضریب نفوذ بیمه و تولید ناخالص داخلی را طی دوره‌های ۱۳۵۰-۹۶ و ۱۳۶۸-۹۶ نشان می‌دهد. طی دوره ۱۳۶۸-۹۶ تولید ناخالص داخلی (مخرج کسر ضریب نفوذ بیمه) حدوداً ۲۵/۳ درصد در سال رشد داشته است. این در حالی است که حق بیمه‌های تولیدی (صورت کسر ضریب نفوذ بیمه) حدود ۳۶ درصد رشد داشته است.



مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”



ISC

SID

جدول ۵: نرخ رشد ضریب نفوذ بیمه (درصد)

۱۳۶۸-۹۶		۱۳۵۰-۹۶		نوع بیمه
ضریب نفوذ	حق بیمه	ضریب نفوذ	حق بیمه	
۱۰/۱	۳۸/۰	۶/۳	۳۱/۰	زندگی
۸/۳	۳۵/۷	۳/۴	۲۷/۴	غیرزندگی
۱۱/۹	۴۰/۳	۵/۴	۲/۹	اجباری
۷/۴	۳۴/۴	۳/۰	۲۷/۰	اختیاری
۸/۵	۳۶/۰	۳/۶	۲۷/۷	کل
۲۵/۳		۲۳/۳		تولید ناخالص داخلی

منبع: سوری و رافعی، ۱۳۹۸

با توجه به نرخ رشد متوسط تولید ناخالص داخلی (مخرج کسر ضریب نفوذ بیمه) و حق بیمه‌های تولیدی (صورت کسر ضریب نفوذ بیمه) طی سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۹۶، متوسط رشد سالانه ضریب نفوذ حدود ۸/۵ درصد می‌باشد. در طی سال‌های مذکور همچنین بیشترین رشد را ضریب نفوذ بیمه‌های اجباری داشته که رشد آن، حدود ۱۲ درصد در سال بوده است. با وجود اینکه ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی نسبتاً کوچک است، ولی طی دوره رشد قابل توجهی را نشان می‌دهد که حدود ۱۰/۱ درصد در هر سال می‌باشد.

عوامل موثر بر توسعه بیمه و افزایش ضریب نفوذ

از آنجا که صنعت بیمه یکی از قطب‌های نظام مالی در هر اقتصادی است، در چارچوب اقتصاد کلان کارکرد و نقش این صنعت دارای اهمیت ویژه‌ای است. با توجه به اهمیت مذکور از دیدگاه کلان و همچنین نقش بیمه در سطح خرد در ایجاد آرامش و اطمینان برای افراد و کسب و کارها و همچنین هموارسازی هزینه‌های آنها، لازم است عوامل تاثیرگذار بر توسعه بیمه و در نتیجه افزایش ضریب نفوذ آن مورد بررسی قرار گیرد.



ISC

SID

مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”



سندیکای بیمه‌گران ایران
IRAN INSURERS SYNDICATE



جمهوری اسلامی ایران
جمهوری اسلامی ایران



سازمان تنظیم مقررات و نظارت
بیمه‌های ایران

نکته بعدی در کارکرد رفاهی بیمه‌های بازرگانی است. از آنجا که بیمه‌های بازرگانی دارای نقش انتقال ریسک بوده و جنبه سرمایه‌گذاری و پس‌اندازی (به‌ویژه در بیمه‌های زندگی) دارند، یکی از سنجه‌های رفاه عمومی و توسعه فرهنگی در یک جامعه محسوب می‌شوند. لذا انتظار یک رابطه مثبت بین شاخص‌های بیمه‌ای (مشخصاً ضریب نفوذ بیمه) و شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی وجود دارد. بدین معنی که با رشد مستمر اقتصادی و پیشرفت هر کشور، شاخص‌های بیمه‌ای و مشخصاً ضریب نفوذ نیز ارتقا پیدا خواهد کرد. از این رو عواملی چون: موانع و محدودیت‌های اقتصادی، نحوه نگرش مردم به بیمه و سطح فرهنگ عمومی، میزان توجه و پشتیبانی دولت و مشارکت مردم در فعالیت‌های بیمه‌ای در توسعه یا عدم توسعه یافتگی صنعت بیمه در یک کشور و افزایش ضریب نفوذ بیمه، نقش قابل توجهی دارد.

بنابراین با توجه به شواهد آماری ارائه شده در بخش پیشین، انتظار می‌رود، رشد و توسعه صنعت بیمه و فعالیت‌های آن، تابعی از رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها باشد. بر مبنای این رابطه، انتظار می‌رود که با افزایش میزان توسعه فعالیت‌های اقتصادی در یک کشور، بر گسترش فعالیت‌های بیمه‌ای نیز افزوده شود. شواهد آماری نیز حاکی از آن است که ضریب نفوذ بیمه در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه تفاوت قابل ملاحظه‌ای با یکدیگر دارد (سوری و رافعی). ایجاد چنین وضعیتی می‌تواند از عوامل و دلایل مختلفی ناشی شود. لذا در چنین شرایطی مسأله اصلی بررسی چگونگی افزایش ضریب نفوذ بیمه با توجه به نحوه تاثیرگذاری متغیرهای کلان اقتصادی بر ضریب نفوذ بیمه کشور می‌باشد.

برای تجزیه و تحلیل دقیق عوامل موثر بر ضریب نفوذ لازم است که هر دو گروه عوامل سمت تقاضا و عرضه بیمه مورد توجه و بررسی قرار گیرند.

در سمت تقاضای بیمه همانند تقاضای هر محصولی، متغیرهایی مثل قیمت، درآمد، کیفیت محصول، ساختار ترجیحات، در دسترس بودن جایگزین‌های مدیریت ریسک و جبران خسارت و سایر عوامل نهادی مثل آموزش، باورها، ارزش‌ها و غیره نقش قابل توجهی در تقاضای بیمه دارند.



مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”

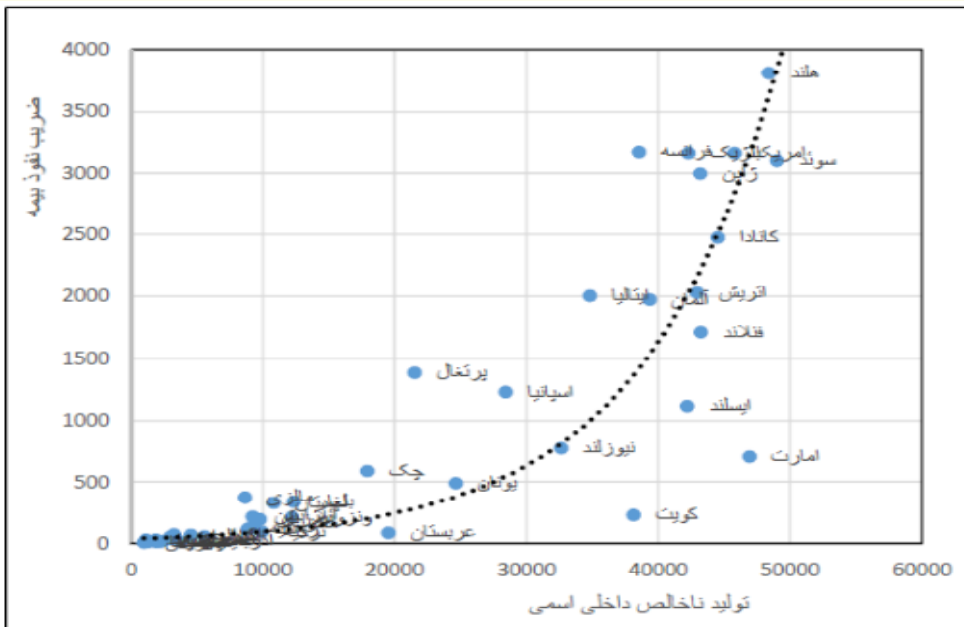


ISC

SID

از آنجاکه یکی از عوامل مهم در تقاضای کالاها و خدمات، درآمد سرانه است، لذا گسترش بیمه نیز کاملاً وابسته به درآمد سرانه می‌باشد.

نمودار شماره ۴، وضعیت ضریب نفوذ بیمه در بین کشورهای منتخب بر مبنای داده‌های جدول شماره ۳ را ترسیم نموده است. در نمودار مذکور تولید ناخالص داخلی روی محور افقی و حق بیمه تولیدی روی محور عمودی نشان داده شده است. بنابر این شیب نمودار شماره ۴، بیانگر ضریب نفوذ بیمه است. این نمودار به خوبی نشان می‌دهد که هر چه به تولید ناخالص داخلی کشورها افزوده می‌شود، حق بیمه پرداختی نیز افزایش می‌یابد (یعنی صورت و مخرج کسر ضریب نفوذ بیمه، هر دو افزایش می‌یابند). نکته قابل توجه در این نمودار این است که با افزایش درآمد، شیب منحنی که بیانگر ضریب نفوذ بیمه است، به میزان قابل توجهی افزایش می‌یابد.



نمودار ۴: حق بیمه تولیدی و تولید ناخالص داخلی اسمی



بر اساس مطالعات نظری و تجربی، نرخ تورم از دیگر متغیرهای کلان تاثیرگذار بر صنعت بیمه و تقاضای آن است. از آنجا که بیمه به معنای پرداخت حق بیمه در زمان فعلی و دریافت خسارت (در صورت وقوع حادثه) در آینده می‌باشد، لذا تورم ارزش خسارت‌های دریافتی را کاهش می‌دهد. این وضعیت سبب می‌شود تا تقاضای بیمه کاهش یابد و لذا موجب کاهش ضریب نفوذ بیمه می‌شود (سوری و رافعی، ۱۳۹۸).

بی‌ثباتی اقتصادی یکی از مشکلات اقتصاد کلان است که بسیاری از کشورها با آن مواجه هستند. بی‌ثباتی اقتصادی بیانگر نوسانات در سطح اقتصاد کلان است که از متغیرها و شاخص‌های مختلفی برای اندازه‌گیری و توصیف آن استفاده می‌کنند. از بین متغیرهای کلان، دو متغیر تولید (درآمد) و تورم از جمله متغیرهای مهم برای اندازه‌گیری بی‌ثباتی می‌باشند. تغییرپذیری درآمدها و تورم واقعی و همچنین تغییرپذیری تورم از متغیرهای کلان اندازه‌گیری‌کننده و نماینده‌ای برای بی‌ثباتی کلان است که هر چه تغییرپذیری آنها بیشتر باشد به معنای بی‌ثباتی بیشتر و تاثیر منفی بر تقاضای بیمه و در نتیجه ضریب نفوذ بیمه است. (همان منبع)

در سمت عرضه خدمات بیمه‌ای ساختار صنعت و میزان رقابت در آن، دسترسی به بازارهای مختلف، امکان تسهیم جهانی ریسک، هزینه‌های کسب و کار بیمه از جمله هزینه‌های سربار، تنوع محصولات بیمه‌ای که جوابگوی نیازهای مختلف مشتریان باشد و مسائل نهادی از عوامل تعیین‌کننده می‌باشند.

عوامل نهادی از جمله موضوعاتی است که می‌تواند تاثیر مهمی بر فضای کسب و کار و فعالیت‌های اقتصادی داشته باشد. حتی شاید بتوان گفت که تورم، درآمد سرانه و بی‌ثباتی اقتصادی نیز متأثر از عوامل نهادی است.

اگرچه معیار و شاخص معینی برای اندازه‌گیری عوامل نهادی ارائه نشده است، اما با توجه ادبیات توسعه داده شده در این حوزه، معیارهایی نظیر کیفیت حکمرانی، سهولت محیط کسب و کار، آزادی اقتصادی، کیفیت تنظیم‌گری دولت و نهادهای قانون‌گذار در بازارهای مختلف و کیفیت



شیوه‌های نظارتی نهادهای نظارتی در صنایع مختلف و از جمله صنعت بیمه از عوامل نهادی تاثیر گذار است.

آیا ضریب نفوذ معیار مناسبی برای ارزیابی و مقایسه توسعه بیمه‌های بازرگانی است؟

همانگونه که بیان گردید، «ضریب نفوذ بیمه عبارت است از مجموع حق بیمه‌های تولیدی تقسیم بر تولید ناخالص داخلی». استفاده از معیار ضریب نفوذ بیمه برای ارزیابی عملکرد بیمه یک کشور و توسعه این صنعت با اتکاء به این تک‌معیار مزیت‌هایی و معایبی دارد که می‌توان به صورت خلاصه مزایا و معایب آن را به صورت زیر بیان داشت.

مزایای استفاده از ضریب نفوذ بیمه به عنوان شاخص ارزیابی توسعه بیمه

عمده مزایای استفاده از ضریب نفوذ بیمه به عنوان شاخص ارزیابی توسعه بیمه در یک اقتصاد را می‌توان به صورت زیر برشمرد:

- ✓ سادگی محاسبه
- ✓ شاخص قابل مقایسه بین کشورها

معایب استفاده از ضریب نفوذ بیمه به عنوان شاخص ارزیابی توسعه بیمه

معایب استفاده از ضریب نفوذ بیمه به عنوان شاخص توسعه صنعت بیمه و ارزیابی عملکرد این صنعت را می‌توان در دو دسته تقسیم‌بندی نمود.

الف) عدم دقت کافی در انعکاس واقعیت‌های دقیق و داخلی صنعت بیمه

از موارد عدم انعکاس واقعیت‌های دقیق و داخلی صنعت بیمه با استفاده از ضریب نفوذ، حداقل می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:



ISC

SID

مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”



سندیکای بیمه‌گران ایران
IRAN INSURERS SYNDICATE



جمهوری اسلامی ایران



پایه نهاد بیمه

- ۱) عدم آشکارسازی جزئیات بیشتری از بازار بیمه کشورها
- ۲) عدم توجه به ساختار نهادی اقتصادهای ملی
- ۳) احتساب نسبت گردش مالی بیمه به GDP (لزوما حق بیمه صادره ارزش افزوده ایجاد می‌کند)
- ۴) عدم انعکاس کیفیت پوشش بیمه‌ای

ب) عدم توجه به ساختار نهادی کشورها در مقایسه

کشورهای مختلف از منظر ساختار اجتماعی، اقتصادی و نهادی باهم تفاوت دارند. از جمله می‌توان اشاره داشت که ساختار کسب و کارها، شیوه‌های اشتغال و سازوکارهای حمایتی در بین اقتصادها ناهمگن است و این موضوع در حوزه فعالیت صنعت بیمه بیشتر مشهود است. با توجه به تفاوت در ساختارهای حمایتی، پوشش ریسک و جبران خسارات حوادث رخ داده برای افراد و کسب و کارها در فرهنگ‌ها و کشورهای مختلف، استفاده از معیار ضریب نفوذ برای مقایسه می‌تواند نتایج تورش‌داری را ایجاد نماید.

بنابر این لازمه استفاده از ضریب نفوذ برای مقایسه علاوه بر معایب یاد شده، مفروض دانستن همگنی نسبی کشورهاست که با توجه به توضیحات مذکور در نتایج مطالعات و بررسی‌های تطبیقی مبتنی بر شاخص مذکور تورش ایجاد خواهد نمود (ماجد و شهباء، ۱۳۹۸).

شاخص‌های تکمیلی و راهکار اصلاح استفاده از معیار ضریب نفوذ

با توجه به نقطه ضعف‌ها و معایب ارائه شده برای استفاده از معیار ضریب نفوذ به‌عنوان شاخص عملکرد و توسعه صنعت بیمه و شاخص ارزیابی مقایسه بین کشورهای، پیشنهادات متعددی برای رفع نقیصه‌های یاد شده ارائه شده است (همان منبع). در این بخش به‌صورت اجمالی در دو بخش (۱) افزایش دقت در انعکاس واقعیت‌های داخلی صنعت بیمه و (۲) توجه به ساختار نهادی کشورها در مقایسه بین کشورهای در استفاده از شاخص ضریب نفوذ پرداخته می‌شود.



افزایش دقت در انعکاس واقعیت‌های داخلی صنعت بیمه

برای افزایش دقت در انعکاس واقعیت‌های داخلی صنعت و کیفیت ارائه خدمات آن در کنار شاخص ضریب نفوذ در دو حوزه (۱) توسعه بازار و (۲) ارزش‌های خلق شده برای بیمه‌گذاران، شاخص‌هایی در ادبیات نظری و تجربی بیمه مورد اشاره قرار گرفته است و هم‌اکنون در گزارشات جهانی نیز به برخی از آنها پرداخته می‌شود.

در حوزه توسعه بازار می‌توان به شاخص‌های زیر در کنار ضریب نفوذ بیمه اشاره کرد:

- ۱) حق بیمه سرانه (چگالی بیمه)^۱: این شاخص به صورت ساده از تقسیم حق بیمه تولیدی به جمعیت کشور بدست می‌آید.
 - ۲) نسبت مرکب^۲: این نسبت سودآوری فعالیت بیمه‌گری را اندازه می‌گیرد و از تقسیم مجموع خسارت پرداختی و هزینه‌های بیمه‌گری بر حق بیمه عاید شده به دست می‌آید.
 - ۳) نرخ پوشش^۳: منظور از نرخ پوشش بیمه، درصدی از افراد جامعه است که دارای پوشش بیمه‌ای می‌باشند. این شاخص تاکید بر بیمه‌های خرد برای افراد حقیقی دارد.
 - ۴) نرخ رشد حق بیمه: این شاخص به صورت ساده رشد حق بیمه تولیدی حقیقی (تورمزدایی شده) را اندازه می‌گیرد.
 - ۵) نرخ رشد تعداد بیمه‌نامه: این شاخص به صورت ساده نرخ رشد تعداد بیمه‌نامه‌های صادره را اندازه می‌گیرد.
 - ۶) هزینه هر واحد پوشش: این شاخص به صورت ساده متوسط هزینه هر واحد پوشش بیمه‌ای را اندازه می‌گیرد. این شاخص نشان‌دهنده بهره‌وری صنعت بیمه نیز می‌تواند باشد.
- در حوزه ارزش‌های خلق شده برای مشتری می‌توان به شاخص‌های زیر در کنار ضریب نفوذ بیمه اشاره کرد:

1. Per Capita Spending on Insurance (Insurance Density)
2. Combined Ratio
3. Coverage Ratio



مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”



- ۱) نرخ ادعاهای خسارت: این شاخص به صورت ساده از نسبت تعداد خسارات ادعایی به تعداد بیمه‌نامه‌های فروخته شده بدست می‌آید.
- ۲) زمان پاسخگویی به ادعای خسارت: این شاخص نشان‌دهنده سرعت عمل متوسط صنعت بیمه در پاسخگویی به ادعاهای خسارت است که در واقع نشان‌دهنده چابکی بیمه‌گران است و متوسط زمان لازم به پاسخگویی به هر ادعای خسارت را از شروع تا بسته شدن پرونده نشان می‌دهد.
- ۳) حق بیمه به ازای هر بیمه‌نامه: این شاخص به صورت ساده متوسط حق بیمه به ازای هر بیمه صادره در صنعت بیمه یک کشور را اندازه می‌گیرد.
- ۴) نرخ نگهداشت مشتری: این شاخص به نوعی نشان‌گر رضایت بیمه‌گذاران از صنعت بیمه و در واقع عکس نرخ چرخش بیمه‌گذاران در بین شرکت‌های بیمه و یا خروج (نرخ ریزش) از صنعت بیمه می‌باشد.
- ۵) نرخ سربار: این شاخص به صورت ساده متوسط هزینه‌های سربار به ازای هر بیمه‌نامه را نشان می‌دهد. بالاتر بودن آن نشان‌گر هزینه‌های بالای بیمه‌گری در صنعت است.
- ۶) تنوع محصولات: این شاخص نشان‌دهنده تنوع محصولات بیمه‌ای در هر بازار بیمه می‌باشد که نشان‌دهنده افزایش دایره انتخاب مشتریان است.
- ۷) رقابت در بازار بیمه: این شاخص درجه رقابت در صنعت بیمه را اندازه می‌گیرد. درجه بالای رقابت متضمن دریافت خدمات بیمه‌ای با نرخ منصفانه‌تر و کیفیت بالاتر برای مشتریان است.

توجه به ساختار نهادی کشورها در مقایسه بین‌کشوری در استفاده از شاخص ضریب نفوذ

مقایسه کشورها بدون توجه به حوزه خاص مورد مطالعه، یا مقایسه صنایع مختلف آنها بدون توجه به سطح توسعه‌یافتگی اقتصادی، ساختارهای اجتماعی، سیاسی، نهادی و ارزشی، سطوح درآمدی



آنها و همچنین وابستگی منطقه‌ای و عضویت آنها در گروه‌های متحد اقتصادی منطقی نیست و نمی‌تواند مبنای مناسبی برای هدف‌گذاری سیاستی باشد.

در کشورهای با سطح یکسان توسعه اقتصادی، به دلایل بسیاری ممکن است رابطه‌ای متفاوت بین توسعه صنعت بیمه آنها و متغیرهای کلان اقتصادی وجود داشته باشد.

بر این مبنا خوشه‌بندی^۱ کشورها برای مقایسه و هدف‌گذاری می‌تواند راه‌حل مناسبی باشد که در آن بتوان هر کشور را با مجموعه‌ای از کشورهای دارای ساختار نهادی و اقتصادی مشابه بر مبنای مؤلفه انتخابی و پراهمیت مقایسه کرد.

در یک مطالعه برای مقایسه عملکرد صنعت بیمه کشورهای مختلف، بر مبنای معیارهای درآمدسرانه، منطقه ژئوپلیتیک کشورها، سطح تکنولوژی کشورها و جمعیت آنها، ۸۴ کشور دنیا که اطلاعات مربوط به مؤلفه‌های مذکور برای آنها طی ۱۵ سال اخیر در دسترس بود خوشه‌بندی شدند (ماجد و شهباز، ۱۳۹۸). در مطالعه مذکور کشورهایی که دارای ویژگی‌های مشترکی با ایران بودند و در خوشه ایران قرار گرفته‌اند در جدول شماره ۶، آورده شده‌اند. در جدول مورد اشاره، وضعیت شاخص‌های بیمه‌ای و متغیرهای کلان اقتصادی و جمعیت کشورهای هم‌خوشه در سال ۲۰۱۸ مورد اشاره قرار گرفته است.



مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”



سندیکای بیمه‌گران ایران
IRAN INSURERS SYNDICATE



جمهوری اسلامی ایران



سازمان بیمه‌گرایی

جدول ۶: نرخ رشد ضریب نفوذ بیمه

کشور	ضریب نفوذ کل ^۱	زندگی ^۱	غیرزندگی ^۱	رتبه ^۳	بیمه ^۲	ثابت ^۲	رتبه ^۲	درآمد سرانه	رشد	
									اقتصادی ^۱	جمعیت
ایران	۲۰.۱	۰.۲۶	۱.۷۵	۶۳	۹۴	۴,۶۵۹	۶۶	-۰.۲	۸۱,۸۰۰,۲۶۹	
نیجریه	۰.۳۳	۰.۱۵	۰.۱۸	۸۷	۶	۲,۰۲۸	۷۹	۱.۹	۱۹۵,۸۷۴,۷۴۰	
کنیا	۲.۳۷	۰.۹۶	۱.۴۲	۵۴	۴۱.۵	۱,۷۱۰	۸۱	۵.۹	۵۱,۳۹۳,۰۱۰	
قزاقستان	۰.۶۳	۰.۱۶	۰.۴۷	۸۴	۵۵.۷	۹,۳۳۱	۵۲	۴.۱	۱۸,۲۷۶,۴۹۹	
روسیه	۱.۵۳	۰.۴۷	۱.۰۶	۷۰	۱۶۳.۳	۱۰,۷۳۶	۴۸	۱.۸	۱۴۴,۴۷۸,۰۵۰	
بلغارستان	۲.۲۹	۰.۳۲	۱.۹۸	۵۷	۲۱۲.۴	۹,۲۷۲	۵۴	۳.۳	۷,۰۲۴,۲۱۶	
صربستان	۱.۹۲	۰.۴۵	۱.۴۸	۶۵	۱۴۰.۱	۷,۲۳۴	۵۹	۴.۲	۶,۹۸۲,۰۸۴	
عمان	۱.۴۷	۰.۲۱	۱.۲۷	۷۲	۲۳۴	۱۶,۴۱۹	۳۹	۳.۳	۴,۸۲۹,۴۸۳	
عربستان	۱.۲۱	۰.۰۴	۱.۱۷	۷۷	۲۸۰.۸	۲۳,۲۱۹	۳۱	۲.۱	۳۳,۶۹۹,۹۴۷	

۱. درصد ۲. میلیون دلار ۳. رتبه ضریب نفوذ کل

منبع: ماجد و شها، ۱۳۹۸

مجموعه توصیه‌های سیاستی پنل‌ها و مقالات همایش بیست‌وششم

توسعه بیمه در ایران لازم و ملازم توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور است. پایین بودن ضریب نفوذ بیمه به‌عنوان یکی از معیارهای نشان‌دهنده عدم توسعه یافتگی بیمه در کشور است. با توجه به این که رفاه اقتصادی و افزایش قدرت خرید جامعه، موجب افزایش تقاضا برای پوشش‌های بیمه‌ای و افزایش سهم بیمه در سبد هزینه فعالین اقتصادی شامل خانوارها و کسب و کارها شده و از سوی دیگر، وجود بیمه موجب بهبود وضعیت اقتصادی جامعه می‌گردد، این مهم در اسناد بالادستی کشور نیز مد نظر قرار گرفته است. بر این اساس، توسعه این صنعت و افزایش ضریب نفوذ آن به ۷ درصد در قانون برنامه پنج‌ساله ششم توسعه، بر عهده بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران گذاشته شده است. با مقایسه این رقم با ضریب نفوذ فعلی صنعت بیمه (۲/۳۳)، به نظر می‌رسد که وظایف و



تکالیف سنگینی بر عهده صنعت بیمه می‌باشد. اگرچه تعیین تکلیف مذکور از سوی قانون‌گذار فرصت خوبی را برای بیمه‌های بازرگانی ایجاد کرده؛ اما رسیدن به این هدف مستلزم ایجاد زیرساخت‌ها و تغییرات هم در محیط اقتصاد کلان کشور و هم در سازوکار نظارت بر صنعت و فضای کسب و کار بیمه است.

بررسی روند ضریب نفوذ بیمه در اقتصاد ایران و همچنین تحلیل مراحل فرآیند توسعه بیمه نشان می‌دهد که در حال حاضر بیمه ایران در مرحله رشد قرار داشته و روند ضریب نفوذ آن صعودی است؛ لذا لازم است که سیاست‌ها و راهکارهایی برای توسعه بیمه و پوشش‌های آن در کشور و در نتیجه افزایش ضریب نفوذ اتخاذ شود. با توجه به اهمیت موضوع، بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه به موضوع «افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها» اختصاص یافته و جهت دستیابی به نتایج علمی و کاربردی، مطالعاتی در راستای محورهای همایش در پژوهشکده بیمه برنامه‌ریزی و اجرا شدند که در این بخش توصیه‌های سیاستی مستخرج از این مطالعات به همراه نکات کاربردی حاصل از مقالات ارسالی به دبیرخانه همایش مورد توجه قرار گرفته است.

با توجه به ظرفیت‌های اقتصادی کشور به نظر می‌رسد که علی‌رغم مشکلات موجود در سمت عرضه و تقاضا، توسعه صنعت بیمه و افزایش پوشش‌های بیمه‌ای در ایران و در نتیجه افزایش ضریب نفوذ، امری دست‌یافتنی است.

با توجه به شناسایی عوامل موثر بر توسعه بیمه و افزایش پوشش‌های بیمه‌ای که هم به صورت نظری و هم به صورت تجربی در دو سمت عرضه و تقاضای خدمات بیمه‌ای مورد بررسی و احصاء قرار گرفته‌اند، سیاست‌های راهبردی سطح کلان برای توسعه پوشش‌های بیمه‌ای در کشور و افزایش ضریب نفوذ بیمه را می‌توان در دو بخش بر شمرد.

بخش نخست شامل اصلاحاتی در چارچوب قوانین فعلی صنعت بیمه کشور است، به صورتی که با اصلاحات فنی ضمن افزایش جذابیت محصولات بیمه‌ای، نوآوری بیمه‌ای و توسعه پوشش‌های بیمه باعث افزایش فروش و حق بیمه تولیدی شود که این اصلاحات را پارامتریک می‌نامیم.



ISC
SID

مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”



سندیکای بیمه‌گران ایران
IRAN INSURERS SYNDICATE



جمهوری اسلامی ایران



رژیم‌گردیز

بخش دوم شامل اصلاحاتی است که با اصلاح و تغییر رویه‌های قانونی، نهادی و نظارتی در سمت عرضه و فرهنگ‌سازی و نهادسازی در سمت تقاضا، موجبات تسهیل کسب و کار بیمه و افزایش تقاضا برای خدمات بیمه را فراهم آورد که این اصلاحات را نهادی می‌نامیم. یادآوری می‌شود توصیه‌های سیاستی ارائه‌شده ذیل دو بخش فوق‌الاشاره، منتج از مقالات و مباحثات مطرح شده در پنل‌های بخش علمی همایش بیست‌وششم بیمه و توسعه می‌باشد.

اصلاحات پارامتریک برای توسعه بیمه و افزایش ضریب نفوذ

- ◀ اقدام جهت تنوع‌بخشی محصولات منطبق با نیازها و توان خرید دهک‌های درآمدی خانوار و همچنین با توجه به نیاز و سطوح درآمدی اصناف (خامسیان و سخایی)؛
- ◀ پوشش ریسک‌های جدید ایجاد شده در شرایط تورمی یا نوسانات ارزی حال حاضر کشور (همان منبع)؛
- ◀ استفاده از انواع ابزارهای اوراق بهادار اتکایی، جهت کاهش هزینه سرمایه و افزایش ظرفیت پذیرش ریسک صنعت بیمه (همان منبع)؛
- ◀ استفاده از رهیافت‌های فروش، بازاریابی و قیمت‌گذاری مانند اوراق بهادار بیمه‌ای، باندلینگ، بیمه‌نامه‌های اعتباری و نظایر آن (حضور و امینی)؛
- ◀ توجه به اهمیت خدمات پس از فروش و نقش آن در رضایتمندی و حفظ مشتریان در برنامه‌های راهبردی شرکت‌های بیمه (ناصری)؛
- ◀ توسعه و اطلاع‌رسانی عرضه خدمات بیمه‌ای در مناطق محروم (طیار و جاهدی)؛
- ◀ ارزیابی مجدد تعداد و مکان‌یابی شعب شرکت‌های بیمه در مناطق جغرافیایی با توجه به ظرفیت‌ها، جذابیت بازار، عملکرد شرکت و فناوری‌های نوین (فرهی و همکاران)؛
- ◀ اهتمام جدی به استفاده از کلیه ریسک فاکتورهای موثر در نرخ‌گذاری انواع بیمه‌نامه‌ها (اثنی عشری و همکاران)؛



- ◀ توسعه نوآوری در صنعت بیمه از طریق تمرکز بیشتر بر نوآوری‌های تدریجی و بهره‌گیری از شبکه‌های فروش نوین و متفاوت (خانی زاده و همکاران)؛
- ◀ تأسیس واحد خلاقیت و نوآوری در شرکت‌های بیمه (همان منبع)؛
- ◀ بازننگری در برخی قوانین در راستای حمایت از ایجاد نوآوری (همان منبع)؛
- ◀ ارائه محصولات جدید مانند بیمه‌های عمر متصل به واحد سرمایه‌گذاری، بیمه‌های عمر توام، بیمه‌های مستمری، بیمه عمر گردشگری و محصولات ترکیبی (قنبرزاده)؛
- ◀ توجه به پوشش خدمات مشاوره و سایر خدمات مرتبط با سلامت روان (حضارمقدم و جهانگیری)؛
- ◀ استفاده از ابزار اوراق بهادار بیمه‌های زندگی جهت افزایش سودآوری بیمه‌های زندگی در راستای افزایش سطح مزیت رقابتی محصولات بیمه‌های عمر و پس‌انداز در مقایسه با محصولات سپرده بانکی (خامسیان و سخایی)؛
- ◀ سیاستگذاری و برنامه‌ریزی برای ارائه بیمه سایبری (میره)؛
- ◀ ترویج رشته‌های بیمه‌ای مبتنی بر P2P یا همتا به همتا (طیار و جاهدی)؛
- ◀ ترسیم و تدوین و اجرای سند زیست‌بوم نوآوری در صنعت بیمه (پاینده و همکاران)؛
- ◀ لزوم توجه بیشتر به مولفه‌های فناوری اطلاعات (شامل ویژگی‌های فردی، عوامل انگیزشی، عوامل آموزشی، عوامل فنی، عوامل اقتصادی، عوامل محیطی، عوامل انسانی و مدیریتی) در تنظیم سیاست‌های فناورانه صنعت (نظر و صابری)؛
- ◀ توجه به تغییر در ساختار کسب‌وکار صنعت بیمه در چارچوب اقتصاد مشارکتی (بهشتی و کاردگر).



اصلاحات نهادی برای توسعه بیمه و افزایش ضریب نفوذ

- ◀ سیاست‌گذاری و طراحی سازوکارهای مناسب برای ارتقاء فرهنگ بیمه با تمرکز بر اصلاح موانع شناختی و روان‌شناختی مرتبط با بیمه (حسینی و همکاران)؛
- ◀ موضع‌یابی محصول به عنوان یک پشتوانه و سرمایه نه به‌عنوان یک هزینه، به‌خصوص برای افراد با گرایشات زیان‌گریزی و ریسک‌گریزی بالا (بادین و بختیار نصرآبادی)؛
- ◀ انجام مطالعات راهبردی و کاربردی در حوزه رفتاری به‌ویژه در بیمه‌های زندگی (همان منبع)؛
- ◀ ارتقاء سطح آموزش‌های بازاریابی و فروش، از مباحث صرفاً انگیزشی به مسائل تحلیلی با استفاده از صاحب‌نظران، محققین و اساتید بازاریابی و علوم رفتاری (همان منبع)؛
- ◀ سیاست‌گذاری و اقدام برای فرهنگ‌سازی اخذ پوشش‌های بیمه زندگی به‌عنوان سبک زندگی رشدیافته، منطبق با ارزش‌های ایرانی و اسلامی و قالب‌بندی محصولات بیمه زندگی به‌عنوان ابزاری برای فردایی بهتر (همان منبع)؛
- ◀ بررسی وضعیت موجود فرهنگی جامعه و انطباق آن با محصولات و خدمات بیمه‌ای، فعالیت‌های بازاریابی و اطلاع‌رسانی و متناسب‌سازی آنها (طیار و جاهدی)؛
- ◀ اقدام برای ارتقاء سواد مالی و بیمه‌ای در اقشار مختلف جامعه (حسینی و همکاران)؛
- ◀ آگاهی‌بخشی عموم در زمینه تفاوت‌های بیمه‌های اجتماعی و بازرگانی (طیار و جاهدی)؛
- ◀ تاکید بر ویژگی‌هایی مانند کیفیت زندگی، وابستگی متقابل، ارزش‌ها، روابط متقابل و توجه به رفاه دیگران در طراحی و بازاریابی محصولات بیمه‌ای (همان منبع)؛
- ◀ ارتقاء اقدامات و برنامه‌های عملی ترویج مبنایی و فرهنگ بیمه در نظام آموزش عمومی و دانشگاهی (گودرزی و همکاران)؛
- ◀ توسعه تعاملات بین‌المللی صنعت بیمه و بهره‌گیری از ظرفیت جهانی شدن (اسدی و همکاران)؛
- ◀ سیاست‌گذاری در جهت حمایت از تعاملات بین‌المللی در مقابله با تحریم، جهت کاهش شکاف صنعت بیمه کشور با دنیا (حمزه و همکاران)؛



- ◀ بسترسازی برای ورود شرکت‌های رتبه‌بندی داخلی به صنعت بیمه با بهره‌گیری از توانمندی شرکت‌های رتبه‌بندی بین‌المللی (همان منبع)؛
- ◀ تداوم پیاده‌سازی استانداردهای گزارشگری مالی بین‌المللی جهت افزایش شفافیت مالی و ایجاد زیرساخت‌های لازم برای ورود به بازار جهانی (همان منبع)؛
- ◀ برنامه‌ریزی و سیاستگذاری جهت استفاده از ظرفیت‌های توجه ویژه مقامات عالی نظام در خصوص رونق و جهش تولید، برای ارتقاء جایگاه صنعت بیمه؛
- ◀ برنامه‌ریزی و سیاستگذاری جهت استفاده از ظرفیت‌های صنعت بیمه برای رونق تولید و اقتصاد کشور؛
- ◀ توجه سیاستگذار به تدریج‌گرایی در اصلاح قوانین و مقررات (نیاکان و رجائی هرندی)؛
- ◀ حرکت در جهت افزایش استقلال نسبی نهاد ناظر از دولت، با هدف تاثیرپذیری کمتر از امور سیاسی و تصمیمات دولتی (همان منبع)؛
- ◀ افزایش مشارکت ذینفعان در مقررات‌گذاری و توجه متوازن به منافع همه ذینفعان، اعم از تقاضاکنندگان (بیمه‌گذاران) و بنگاه‌های عرضه‌کننده (شرکت‌های بیمه) (همان منبع)؛
- ◀ انطباق مقررات‌گذاری در صنعت بیمه با اصول اساسی بیمه IAIS (همان منبع)؛
- ◀ توجه نهاد سیاستگذار به انضباط بودجه‌ای در شرکت‌های بیمه دولتی در راستای برابرسازی محیط فعالیت بنگاه‌های بیمه‌ای (همان منبع)؛
- ◀ مطالعه تجربه جهانی در سیاست‌های تنظیمی قیمت‌گذاری بهینه برای ارائه رهیافت‌های مناسب برای نهاد ناظر صنعت بیمه (کردبچه و جوانمرد)؛
- ◀ تعیین استاندارد و الزام شرکت‌های بیمه به استفاده از روش‌های اکچوئری برای محاسبه قیمت ریسک‌محور به‌منظور کاهش سهم قیمت‌گذاری مبتنی بر ویژگی‌های غیرریسکی بیمه‌گذاران (نظیر قیمت‌گذاری ناکنشی) (همان منبع)؛



- ◀ بازنگری در آئین‌نامه تعیین نرخ (آئین‌نامه ۹۴) برای کاستن از پیامدهای منفی اجرای قیمت‌گذاری بهینه (همان منبع)؛
- ◀ تعیین الزامات برای شفافیت و انتشار اطلاعات مرتبط با نرخ قراردادهای بیمه‌ای در گروه‌های مختلف ریسکی (همان منبع)؛
- ◀ تدارک یا حمایت از سایت‌های جستجو و مقایسه و اطلاع‌رسانی قیمت (همان منبع)؛
- ◀ بازنگری آیین‌نامه ۶۸ (آیین‌نامه بیمه‌های زندگی) با رویکرد نوآوری و رفع موانع موجود از جمله فراهم شدن امکان و اقدام شرکت‌های بیمه برای صدور بیمه‌های زندگی به شرط حیات (قتبرزاده)؛
- ◀ ضرورت توجه به پیامدهای نامطلوب تورم، نااطمینانی و نوسانات تورم در سیاست‌های نرخ‌گذاری (سوری و رافعی)؛
- ◀ ضرورت توجه صنعت بیمه به تورم به‌ویژه تورم انتظاری در محاسبات نرخ حق‌بیمه (همان منبع)؛
- ◀ ضرورت توجه به روند حق بیمه سرانه (به‌ویژه حق بیمه سرانه حقیقی) و ضریب نفوذ حقیقی (نسبت تعداد بیمه‌نامه‌ها به تولید ناخالص داخلی حقیقی) در بررسی عملکرد صنعت بیمه (همان منبع)؛
- ◀ ضرورت توجه به تغییرات سالانه نرخ بیمه‌نامه و تورم در تجزیه و تحلیل ضریب نفوذ بیمه و گزارش آن برای رشته‌های بیمه‌ای مختلف (همان منبع).



منابع و مأخذ: مقالات ارائه شده در بیست‌وششمین همایش بیمه و توسعه

ردیف	عنوان	نویسنده/نویسندگان
۱	تأثیر استراتژی نوآوری بر ضریب نفوذ بیمه در ایران	امیر تیمور پاینده، اورینب افروز کلاردهی چیمن محمدنژادبانه
۲	تحلیل ویژگی‌ها و ساختار رقابتی بازار بیمه ایران	ابراهیم کاردگر، مهدی احراری حمید رضا محمدی اوجان
۳	بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر ضریب نفوذ بیمه	نیره نظر، محسن صابری
۴	تبیین تأثیر رفتار خرید بیمه‌گذار در افزایش ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی «با تمرکز بر اصول اقتصاد رفتاری»	مسعود بادین، حسینعلی بختیار نصرآبادی
۵	تأثیر آستانه‌ای تورم بر بیمه‌های زندگی: مدل رگرسیون انتقال ملایم پانلی	سعید اسدی قراگوز، علیرضا دقیق‌اصلی غدیر مهدوی، مرجان دامن کشیده
۶	تأثیر جهانی شدن بر ضریب نفوذ بیمه؛ مقایسه تطبیقی کشورهای چشم انداز ایران و توسعه یافته	سعید اسدی قراگوز، علیرضا دقیق‌اصلی غدیر مهدوی، مرجان دامن کشیده
۷	رقابت و قیمت‌گذاری بهینه در صنعت بیمه؛ ملاحظات مقرراتی	حمید کردبچه
۸	ارزیابی تأثیر ابعاد فرهنگ ملی بر ضریب نفوذ بیمه زندگی	منیر گودرزی، حمیده حیدری ریحانه جناتی کاشانی
۹	اقتصاد مشارکتی؛ روند فناورانه تأثیرگذار بر صنعت بیمه	عطیه بهشتی، ابراهیم کاردگر
۱۰	بررسی نقش سطح سواد بیمه‌ای با رویکرد ترجیح مردم برای خرید بیمه‌های عمر	سیدعلی حسینی، پریسا صفامنش امیر بهرامی
۱۱	تحلیل کانال‌های توزیع فروش و توسعه طرف عرضه محصولات بیمه‌ای	یاسر فرهی، نیلوفر شریعتی، فرامرز خلیقی، نازنین صدرالدینی و حسین کربلایی حاجی
۱۲	عوامل موثر بر قصد خرید بیمه براساس مدل لحظات واقعی	سیده ام‌سلمه پوره‌اشمی، محسن قره‌خانی
۱۳	بررسی تمرکز بازار بیمه و تأثیر آن بر ضریب نفوذ بیمه	لیلی نیاکان، سعیده رجائی هرندی



ISC
SID

مجموعه توصیه‌های سیاستی بیست‌وششمین همایش ملی بیمه و توسعه

“افزایش ضریب نفوذ بیمه؛ چالش‌ها و راهکارها”



سندیکای بیمه‌گران ایران
IRAN INSURERS SYNDICATE



جمهوری اسلامی ایران



رئیس‌جمهور

ردیف	عنوان	نویسنده/نویسندگان
۱۴	بررسی ارتباط میان ابعاد فرهنگ با ضریب نفوذ بیمه	شاهین طیار، علیرضا جاهدی
۱۵	محاسبه حق بیمه بهینه و تاثیر آن بر ضریب نفوذ بیمه	افشین عزیزی دروئی، علیرضا بحیرایی
۱۶	تاثیر میزان کیفیت خدمات بیمه بر میزان وفاداری مشتری در خرید بیمه‌نامه‌های اختیاری	اعظم ناصری
۱۷	بررسی عملکرد محصولات ترکیبی پویا در بیمه‌های عمر و مستمری‌های بازنشستگی بر ضریب نفوذ بیمه	ریحانه فتحی، محمدمهدی قلی‌کشمزلی شیرین شعاعی
۱۸	شناسایی ریسک فاکتورهای بیمه سائیری به منظور طراحی آن	سمیه میره
۱۹	ارزیابی ضریب نفوذ بیمه؛ مروری بر واقعیت‌های آماری	علی سوری، میثم رافعی
۲۰	بررسی نقش عوامل اقتصادی بر افزایش ضریب نفوذ بیمه صنعت بیمه کشور	فرزان خامسیان، شیما سخایی
۲۱	تجزیه و تحلیل ضریب نفوذ بیمه در کشورهای با ویژگی‌های مشترک و بررسی عوامل موثر بر آن	وحید ماجد، فرنام شهبها
۲۲	سرمایه مورد نیاز برای تحقق اهداف بیمه‌ای برنامه ششم	عزیز احمدزاده، نرگس حاجی ملادرویش
۲۳	شناسایی و بررسی محصولات بیمه زندگی در کشورهای منتخب	میترا قنبرزاده
۲۴	شناسایی و بررسی محصولات بیمه درمان در کشورهای منتخب	نسرین حضارمقدم، رضا جهانگیری
۲۵	بررسی نقش ارتباطات بین‌المللی بر ضریب نفوذ بیمه	اسماء حمزه، فاطمه عطاطب محسن قره خانی
۲۶	اصول و چهارچوب‌های طراحی محصولات بیمه‌ای جدید در راستای افزایش ضریب نفوذ بیمه	فرید خانی‌زاده، آزاده بهادر سیاوش بنداریان زاده
۲۷	نرخ‌گذاری بیمه‌های اموال و مسئولیت: روش طبقه‌بندی ریسک و روش مبتنی بر کارایی	مریم اثنی‌عشری، لعبا ملکیان علیرضا بحیرایی، عزیزی
۲۸	شناسایی محرک‌های انگیزشی اقتصادی موثر بر فروش بیمه	محمد جواد حضوری، سارا امینی



A Set of Policy Advices
for 26th National Conference on Insurance and Development
(NCID 2019)
Increasing Insurance Penetration Rate: Challenges and Strategies

آدرس: تهران - سعادت آباد - میدان شهید تهرانی مقدم (کاج) - خیابان سرو غربی - پلاک ۴۳

پست الکترونیکی: info@irc.ac.ir

سایت پژوهشکده: www.irc.ac.ir

پژوهشکده بیمه: ۲۲۰۸۴۰۸۴

