



بیمه خرد و تکافل خرد

مدرس:

مریم مطوف



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



بیمه و تکافل خرد





مقدمه

- پدیده فقر واقعیتی اجتماعی ، اقتصادی ، فرهنگی و سیاسی است که از دیرباز از بزرگترین مشکلات انسان بوده است (شاطری ، تقی زاده خوش فطرت)
- فقر در تعریف مطلق : ناتوانی فرد یا یک خانواده در دسترسی به منابع کافی برای تامین نیازهای اساسی زندگی (فیلدز 2001)
- حدودا 20 درصد از مردم دنیا در فقر چند بعدی زندگی می کنند و برنامه های کاهش فقر می تواند اثر مهمی در کاهش ابعاد آن داشته باشند .
- فاکتور درآمد مهمترین فاکتور تعیین فقر و سطح آن می باشد .
- ابعاد آموزش (سالهای تحصیل ، حضور کودک در مدرسه) ، سلامت (مرگ و میر و تغذیه) و سایر استانداردهای زندگی (برق ، دفع فاضلاب ، آب آشامیدنی ، سوخت پخت و پز ، مالکیت کالای بادوام و کف پوش خانه) را می توان بر اساس فاکتور درآمد خانوار ، مورد بررسی قرار داد
- با توجه به تمرکز جنبه های مختلف توسعه بر رویکرد پولی و درآمد ، اکثر برنامه های فقرزدایی یا با شکست مواجه می شوند و یا توفیق چندانی ندارند چرا که علت اصلی فقر صرفا نبود و یا عدم کفایت درآمد نیست بلکه فقدان قابلیت های لازم فقرا جهت خروج از فقر است (توانمند سازی)





تعاریف

بیمه خرد به طور خاص برای حمایت از افراد کم درآمد، با محصولات بیمه ای مقرون به صرفه در نظر گرفته شده است که به آنها کمک می کند تا با خسارات مالی کنار آمده و از پس آن برآیند.

محصولات بیمه خرد خانوارهای کم درآمد یا افرادی که پس انداز کمی دارند را تحت پوشش قرار می دهد. و به طور خاص برای دارایی های کم ارزش و غرامت بیماری، جراحی یا مرگ طراحی شده است. **Investopedia**

بیمه خرد محافظت از افراد کم درآمد (کسانی که روزانه بین 1 تا 4 دلار در روز زندگی می کنند) در برابر خطرات خاص در ازای پرداخت منظم حق بیمه متناسب با احتمال و هزینه خطرات مربوطه است. این تعریف دقیقاً همان تعریفی است که می توان برای بیمه معمولی به کار برده شود، به جز برای بازار هدف که به وضوح تجویز شده است: افراد کم درآمد. جامعه هدف معمولاً شامل افرادی است که توسط جریان اصلی طرح های بیمه تجاری و اجتماعی نادیده گرفته شده اند، و همچنین افرادی که قبلاً به محصولات بیمه مناسب دسترسی نداشته اند. **Wikipedia**





تعاریف

Microtakaful یک راه حل قابل اجرا است که افراد فقیر را قادر می سازد تا یک تکافل نامه داشته باشند. این یک طرح حفاظتی **منطبق با شریعت** است که منحصراً برای اقشار ضعیف مردم، یعنی فقرا، با قیمت پایین طراحی شده است. **ETHIS**.

بیمه خرد اسلامی نوعی محصول تکافل است که برای پاسخگویی به نیازهای مالی خانوارهای کم درآمد برای مقابله با هزینه های قابل توجه یا به عنوان تسکین موقت یا جزئی برای مشکلات مالی پیش آمده طراحی شده است. این بسیار شبیه به بیمه خرد است اما از نظر ویژگی های محصول با تکافل متفاوت است و برای گروه هدف مقرون به صرفه است و به راحتی قابل دسترس می باشد.

بیمه خرد ابزار توانمندسازی اجتماعی-اقتصادی و مدیریت ریسک برای خانوارهای کم درآمد





بیمه های خرد

مشتریان :

افراد، خانوارها، جوامع روستایی، شهری یا حومه شهر هستند که اغلب در بخش غیررسمی یا در شرکت های خرد کار می کنند. و طبق استانداردهای هر کشور جزئی افراد کم درآمد و یا فقیر محسوب می شوند .

با توجه به مناطق، الگوهای سازمانی اجتماعی و فرهنگی، جوامع هدف بیمه خرد عبارتند از :

اعضای انجمن سلامت ، انجمن های زنان ، تعاونی های کشاورزی ، اتحادیه های کارگری و سازمان های اجتماعی و حرفه ای ، مشتریان خرده فروشی در قالب گروهی و امثالهم





بیمه های خرد

• **ارایه دهندگان :**

• بیمه‌گران متعارف، شرکت‌های متقابل، دولت‌ها، انجمن‌ها یا نهادهای حرفه‌ای، ارائه‌دهندگان خدمات سلامت.

• **طرق ارایه محصولات و خدمات:**

• به عنوان یک بیمه‌گر مستقیم ارائه دهنده خدمات جامع

• در این حالت، ارائه دهنده خدمات بر کل زنجیره تولید، از مرحله طراحی تا توزیع آن، تسلط کامل دارد.

• به عنوان نماینده-شریک

• ارائه دهنده خدمات به عنوان عامل توزیع واسطه شرکت بیمه مداخله می‌کند. طراحی و مدیریت محصول توسط بیمه‌گر انجام می‌شود در حالی که بازاریابی و توزیع به نماینده سپرده می‌شود. این طرح شامل گسترش وظایف است. حق بیمه را تعیین می‌کند، بر درخواست‌ها برای پوشش نظارت می‌کند و از رعایت تعهدات قانونی اطمینان می‌دهد. از سوی دیگر، انتقال منطقی ریسک، منابع و به اشتراک گذاری دانش به عامل سپرده شده است.

• **به عنوان یک جامعه متقابل یا یک جامعه**

• خود بیمه‌گران هم ارائه‌دهنده خدمات و هم مدیران سیستم هستند. این طرح به طور کلی به اعتبار، عمر، پس انداز و بیمه سلامت مربوط می‌شود. در مورد خاص بیمه درمانی، تامین کننده خدمات مراقبتی جزئی یا کامل را نیز ارائه می‌دهد.





چالشها

- پایین بودن ضریب نفوذ بیمه
- عدم اعتماد به شرکتهای بیمه
- فقدان محصولات بیمه متناسب و مرتبط
- برخی باورهای فرهنگی و مذهبی
- عدم حمایت دولت در برخی کشورهای توسعه نیافته و یا در حال توسعه
- عدم متولی توزیعهای گروهی
- عدم وجود بستر دیجیتال بهینه
- عدم وجود ساختار متناسب با خسارتهای گسترده
- عدم آموزش گروههای کم درآمد
- موازی کاریها با سازمانهای حمایتی
- هزینه های اداری بالا و تاثیر آن بر حق بیمه
- میزان کارمزد عوامل فروش نسبت به بیمه های متعارف
- تعدد واسطه های فروش
- عدم وجود آیین نامه های مرتبط





محصولات بیمه و تکافل خرد

- چهارمرحله اساسی راه اندازی بخش بیمه و تکافل خرد در شرکتها
- -بازار
- -تامین محصولات
- -ارایه
- -خدمات
- که محصولات خرد با توجه به بازار شناسایی شده طراحی و سپس به بخش ارایه ارجاع می گردند
- **برخی الزامات طراحی محصول**
- تعریف واحد از بیمه خرد
- اکچوئر مرتبط
- انطباق با قوانین
- رعایت شان مصرف کننده نهایی
- تعیین تکلیف دوره انتظار
- تعیین تکلیف انواع قواعد نسبی
- بیان ساده آسان و به دور از قوانین پیچیده





• انواع خطرات و ریسکهای موضوع بیمه و تکافل خرد

- با توجه به حوزه مداخله ای که دارد، بیمه خرد برای پوشش شوک های اقتصادی خرد، یعنی رویدادهایی که منجر به نیاز غیرمنتظره و فوری به پول اضافی برای خانوار یا فرد می شود، بسیار مناسب است. ممکن است رویدادهای غیرمنتظره شخصی مانند مرگ سرپرست خانواده، تصادفات، جراحات یا بیماری هایی باشد که باعث ناتوانی جزئی یا کلی می شود. سایر خطرات نیز مربوط به اموال شخصی یا مستغلات است: مسکن، ابزار تولید، کشاورزی، آموزش





برخی محصولات خرد

- **متداول ترین محصولات : بیمه سلامت و زندگی**
- **بیمه عمر:** به عنوان یک محصول کلیدی در سیستم بیمه های خرد شناخته می شود که طراحی آن ، **خدمت محور است** مانند پوشش تشییع جنازه و یا آموزش فرزندان دسته بندی محصولات: وقف / پس انداز / مستمیری
- **بیمه سلامت:** پزشک مشکلات بهداشتی به عنوان عوامل کلیدی در ایجاد فقر در نظر گرفته می شود. پوششی در برابر بیماری و حوادث و همچنین خدمات پیشگیری (واکسیناسیون ، پیشگیری از بارداری) ارائه می دهد.
- **بیمه اموال:** پوشش آتش سوزی و حوادث متفرقه را برای خطرات مختلف فردی ، شغلی و کشاورزی در صورت تلف یا خسارت ارائه می دهد.
- **بیمه کشاورزی:** با توجه به نقش حیاتی فعالیت کشاورزی برای جمعیت روستایی ، این طرح در آینده رونق زیادی خواهد داشت . چندین موسسه بین المللی از جمله بانک جهانی و سازمان ملل متحد فائو با همکاری شرکت های بیمه در حال توسعه پروژه های بیمه ای مرتبط با آب و هوا در آفریقا ، آمریکای جنوبی ، اروپا و آسیا هستند. برای این بخش از فعالیت ها ، محصولات دیگری مانند بیمه محصولات زراعی و بیمه دام موجود است. در ایران نیز بیمه محصولات کشاورزی پس از تایید بیمه محترم مرکزی در روند اجرایی شدن می باشد
- **بیمه مبتنی بر شاخص**
- **با بررسی تاثیر شدید آب و هوا بر اقتصاد به خصوص در کشاورزی و دامداری ، بیمه پارامتریک مبتنی بر شاخص نیز در زمره بیمه های خرد قرارگرفت**





محصولات بیمه های خرد

- برخی نکات مهم در طراحی بیمه های خرد :
- انطباق با نیاز و خواسته های جامعه هدف و توجه جزئی تر به خواسته های اصلی
- طراحی پارامتریک
- آنالیز ریسک بر اساس منطقه ، سوابق ، اطلاعاتی بهداشت و ...
- شفافیت و رسایی بیمه نامه ها و محصولات با توجه به جامعه هدف
- خدمت محوری
- بعضا به صورت بدون امکان فسخ طراحی می گردد .





Nepal Micro Insurance Company

ما یک شرکت بیمه کوچک با تعهدی عمیق به مردم نپال هستیم. داستان ما با یک مأموریت ساده و در عین حال عمیق آغاز شد - رساندن بیمه به میلیون ها فرد و خانواده که در جوامع دورافتاده و روستایی نپال زندگی می کنند. بنیانگذاران ما به اهمیت بیمه پی بردند اما درک کردند که اغلب افراد و خانواده های کم درآمد به آن دسترسی ندارند.

هدف ما ایجاد شهرت به عنوان شرکتی است که مفتخر به خدمات رسانی به مشتریان در سراسر نپال، از تپه های دورافتاده هیمالیا تا شهرهای شلوغ دره کاتماندو است. ما به مأموریت خود برای ارائه راه حل های بیمه مقرون به صرفه، آسان و در دسترس برای مردم نپال متعهد هستیم

محصولات:

بیمه های کشاورزی - بیمه سفر دو چرخ - گیاهان دارویی - بیمه دام - زندگی - اتومبیل





Crest Micro-Life Insurance

یک شرکت جدید در صنعت بیمه عمر نپال است که به ارائه راه حل های بیمه قابل اعتماد و مقرون به صرفه برای خانواده ها و افراد در سراسر کشور اختصاص دارد. طیف وسیعی از محصولات بیمه ما به گونه ای طراحی شده است که نیازها و بودجه منحصر به فرد شما را برآورده کند، با مشاوره شخصی از تیم متخصصان مجرب.

ما اهمیت حفاظت از امنیت مالی شما عزیزان را درک می کنیم و به همین دلیل است که طیف گسترده ای از محصولات بیمه ای، از بیمه عمر سنتی گرفته تا بیمه درمانی و بیمه حوادث را ارائه می دهیم. هدف ما ایجاد آرامش برای مشتریان و کمک به آنها برای آماده شدن برای شرایط پیش بینی نشده است.





برخی شرکتهای هندی ارایه دهنده بیمه های خرد

IDBI Federal Life Insurance Co. Ltd

Kotak Mahindra OM Life Insurance Ltd.

PNB MetLife India Insurance Co. Ltd.

Sahara India Life Insurance Co. Ltd.
Life Insurance Corporation

بسیاری از شرکتهای بیمه ای هند از طریق نمایندگی های خاص بیمه های خرد را ارایه می دهند





برخی شرکتهای بیمه خرد در نیجریه

1. Goxi MicroInsurance

GOXI یک شرکت بیمه خرد ترکیبی است که مجوز ارائه خدمات بیمه عمر و غیرزندگی دارد. آنها اولین بیمه مستقل دارای مجوز در نیجریه هستند که راه حل های بیمه ای مقرون به صرفه، نوآورانه و مشتری محور را به افراد کم درآمد، شرکت های تجاری خرد و کوچک ارائه می دهند. روابط کاری نزدیک با بخش کم درآمد برای اطمینان از اینکه ارزش های واقعی به مشتریان ارائه می شود مناسب و مرتبط است از مشخصه های شرکت مذکور می باشد

2. LifeGuard Microinsurance

3. Prudent Choice Microinsurance

فعالیت های این شرکت فقط یک نسخه کوچک شده از عملیات بیمه معمولی نیست، بلکه محصولات و فرآیندها کاملاً متناسب با ویژگی ها و ترجیحات بازار کم درآمد است. انتخاب محتاطانه همچنین براساس نیازها و شرایط جمعیت های کم درآمدی که نادیده گرفته شده اند و از خدمات مالی و طرح های رفاهی دولتی حذف شده اند تمرکز دارد

4. Creditstar Microinsurance

5. Cassava Microinsurance





بیمه های خرد در اوگاندا

اوگاندا بازار بیمه نسبتاً توسعه نیافته ای دارد و به ویژه از طریق بیمه خرد پتانسیل روشنی برای گسترش وجود دارد با این حال، بیمه گران در توسعه بیمه های خرد فراتر از آن با چالش های مهمی مواجه هستند درک بیمه و مزایای آن و سطح پایین اعتماد در بین مردم و سطح پایین ارزیابی خدمات از مهمترین مسایل هستند

- Jubilee Health Insurance Company of Uganda Limited. ...
- Jubilee Life Insurance Company of Uganda. ...
- Liberty Life Assurance Uganda Limited. ...
- NIC Life Assurance Company Limited. ...
- Prudential Assurance Uganda Limited. ...
- Sanlam Life Insurance Uganda Limited. ...
- UAP Old Mutual Life Assurance Uganda Limited.





خرده فروشی

Retailing

خرده فروشی مفهوم جدیدی نیست و هزاران سال با انسان همراه بوده است. می توان گفت از زمانی که انسان نخستین بازارها را تشکیل داد، خرده فروشی هم شکل گرفت و به تدریج گسترش یافت.

ریشه لغت **retailer** به یک واژه کهن فرانسوی (**taillier**) باز می گردد که به معنای «برش» و «بریدن» بوده و برای کسانی که کار می رفته که طاقه های پارچه و قطعات بزرگ پارچه را می بریدند و در ابعاد کوچک تر به مشتریان می فروختند. لغت **taylor** به معنای خیاط هم به همین بریدن و تکه تکه کردن اشاره دارد. معنای عمومی تر **taillier** هم خرد کردن و تقسیم کردن هر چیز به قطعات کوچک تر است اما تعریف خرده فروشی در ادبیات مدیریت و تجارت گسترده تر از معنای قدیمی این واژه است

خرده فروشی یعنی آخرین حلقه در زنجیره عرضه یک محصول (کالا یا خدمت)؛ خرده فروش، محصول را به مصرف کننده نهایی (**Consumer**) ارائه می دهد.

خرده فروش معمولاً تغییر جدی در محصول ایجاد نمی کند





خرده فروشی

اما طی دهه‌های اخیر خرده‌فروشان نقش‌های بسیار متنوعی را بر عهده گرفتند و سهم خود را در [زنجیره ارزش](#) افزایش داده‌اند. از جمله این نقش‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- فروش اعتباری و تأمین مالی فروش (البته از قدیم هم در حد فروش نسبی وجود داشته؛ اما در مقیاس بسیار کوچک)
- بسته‌بندی، نصب و ارائه خدمات پس از فروش (در واقع بار را از دوش تولیدکننده اصلی برداشته‌اند)
- خدمات لجستیک پس از فروش (مثلاً ارسال محصول به آدرس مشتری)
- تأسیس و نگهداری کانال‌های مختلف فروش (وبسایت، اکانت در شبکه‌های اجتماعی و ...)
 - (Costco)
 - (Home Depot)
 - (Target)
 - (Gap)
 - (Marks & Spencer)
 - (Menards)
- فروشگاه‌های زنجیره‌ای ایرانی مانند رفاه، شهروند، اتکا، هایپر استار، هایپر می و افق کوروش و ...



بیمه های کوچک

- بیمه های کوچک ، در ماهیت تفاوتی با بیمه های کلان نداشته و صرفا ابعاد کوچکتر از بیمه های بزرگ هستند
- در هر شرکت بیمه ای و تکافلی می توان استاندارد برای بیمه های کوچک تعریف کرد : درمیزان حق بیمه ، در سرمایه بیمه نامه ، در موضوع و مورد بیمه ، در نوع بیمه گذار و ...
- بیمه های کوچک نیز مانند بیمه های خرد اغلب برای مصرف کننده نهایی طراحی شده است
- مخاطب بیمه های کوچک : صاحبان کسب و کارهای کوچک ، مالکین اموال با سرمایه های پایین ، افراد حقیقی که اقدام به خرید بیمه نامه اشخاص و یا پذیره نویسی تکافل خانواده می نمایند و
- بعضا بیمه گران به بیمه نامه های کوچک تخفیفات کمتری نسبت به بیمه های کلان تخصیص می دهند
- بیمه و تکافل کوچک را می توان به صورت انفرادی و یا گروهی ارایه داد .



توزیع یک سوال مهم برای کسانی است که به دنبال ارائه بیمه به افراد کم درآمد هستند

، بیمه‌گران باید کانال‌های کم‌هزینه‌ای را پیدا کنند که بتواند به تعداد زیادی به مشتریان دسترسی پیدا کند. همچنین باید بتوانند به کسانی که تجربه بیمه‌ای ندارند، بفروشند. این محدودیت‌ها به نوآوری چشمگیر منجر خواهد شد

نکته مهم در طراحی کانال توزیع :

با توجه به توسعه بیمه‌های خرد در کشورهای در حال توسعه، پیشرفتهای چشمگیری در کانالهای توزیع، روشهای آن و حتی ادعای خسارت به وجود آمده است لیکن همچنان مهمترین موضوع در فروش بیمه‌نامه‌های خرد، 1-ارایه گروهی بیمه‌نامه و 2-ارایه بسته‌های بیمه‌ای است





در خصوص انتخاب کانال توزیع می بایست موارد زیر را بدوا بررسی نماییم :

- کانال توزیع چه کاری می تواند برای من انجام دهد؟
- درک مشتری : آیا کانال قادر است نیازهای مشتری را شناسایی و به ایشان مشاوره بدهد؟
- تنوع محصول : آیا کانال به ارائه گسترده ترطیف وسیعی از محصولات باز است ؟
- مقیاس : آیا کانال به تعداد زیادی از مشتریان بالقوه دسترسی دارد؟
- نام تجاری و اعتماد : آیا کانال جهت ارائه محصولات و حتی خدمات خوشنام و شناخته شده است ؟
- هزینه : آیا کانال توزیع برای بیمه گر کم هزینه است (به صرفه است) ؟
- ریسک مشارکت : آیا کانال قرارداد طولانی مدت با بیمه گر منعقد می نماید؟





در خصوص انتخاب کانال توزیع می بایست موارد زیر را بدوا بررسی نماییم :

برای کانال توزیع چه کاری می توانم انجام دهم؟

- مشکلات توزیع کننده را شناسایی ، بررسی و حل کنید
- خلق ارزش کنید
- مزیت رقابتی پایدار تعریف نمایید
- بستر دیجیتال را قوی و گسترده نمایید
- آموزش ، آموزش ، آموزش
- مکانیسمهای تشویقی هدفمند تدوین نمایید
- به بیمه گذاران خدمات خوب ارائه داده تا وفاداری ایشان و چسبندگی به کانال توزیع تقویت گردد
- امکان تعریف شبکه برای کانالها ایجاد گردد .
- برند خود را تقویت نمایید.





با سپاس از شما

