

ارایه راهکارهای توسعه‌ی بیمه‌های عمر انفرادی در صنعت بیمه ایران

بررسی راهکارهای توسعه‌ی بیمه‌های عمر انفرادی در کشور

مهندس مجید حبیبی^۱

مقدمه

براساس آمار و اطلاعات ارایه شده از سوی بیمه مرکزی ایران سهم بیمه‌های زندگی در سال ۱۳۸۴ معادل ۶/۶ درصد از مجموع حق بیمه‌های تولید شده می‌باشد. همین آمار نشان دهنده رشد ۴۸/۳۳ درصدی تولید حق بیمه نسبت به سال ۱۳۸۳ می‌باشد، ولی علت آن اقبال رشته‌های زندگی در صنعت بیمه کشور نیست زیرا در همین سال رشد تعداد بیمه‌نامه‌های زندگی صادر شده نسبت به سال ۱۳۸۶، ۱/۳- درصد می‌باشد و علل رشد حق بیمه را نیز در مسایلی مانند عوامل واحد پولی، عدم تعادل در تولید حق بیمه، افزایش سرمایه‌ها و روند فزاینده تورم در سطح اقتصاد کلان می‌توان جستجو کرد. البته غالب حق بیمه‌های تولید شده در آمارهای فوق‌الذکر نیز مربوط به بیمه‌های گروهی می‌باشند که اکثر قریب به اتفاق نیز جهت سازمانها و ارگانهای دولتی صادر شده است. به علت پایین بودن سطح تولید حق بیمه، رشته‌های زندگی در کشور ما، با ضریب خسارت ۶۸/۹ درصدی مواجه می‌باشند. به طور حتم افزایش سهم بیمه‌های زندگی از حق بیمه‌های تولید شده در صنعت بیمه و به تبع آن تعادل در ضریب خسارت این رشته‌ها و در نتیجه سود دهی در صنعت بیمه و ایجاد آرامش خاطر و سلامت روانی در سطح جامعه و اثرات بسیار آن با ارایه راهکارهای کوتاه مدت، آنی و چند تغییر جزئی کارآمد نخواهد بود. برای بدست آوردن نتایج مذکور صنعت بیمه نیازمند تغییرات بسیار در شیوه‌های اطلاع رسانی، تغییر در مواد قانونی، نرخ و شرایط، آیین‌نامه‌ها و همگامی با بیمه‌گذاران می‌باشد.

جهت توسعه بیمه‌های عمر انفرادی در کشور میتوان به مواردی از جمله: آموزش پایه، سیاستهای تشویقی بر اساس سیستمهای اعطای پاداش (Reward System)، ایجاد مباحث و نمایش اثرات بیمه‌های عمر انفرادی بر زندگی بیمه‌گذاران این رشته‌ها، تاثیر عملکرد روابط عمومی شرکت‌های بیمه، مطبوعات و رسانه ملی، ارایه بسته‌های (package policy) بیمه‌ای، تاثیر آزادسازی و اگذاری اتکایی، نرخ و کارمزد فروش غیر مستقیم بر بیمه‌های عمر، ایجاد شرکت‌های تخصصی در رشته‌های اشخاص و تاثیر آن بر ترویج بیمه‌های عمر انفرادی و در نهایت فرهنگ سازی و اعتماد سازی برای تهیه این پوشش‌ها جهت بیمه‌گذاران و بهره‌مندی جامعه از اثرات آن اشاره کرد که در

^۱ - کارشناس مدیریت بیمه و رییس شعبه تخصصی نفت، گاز و پتروشیمی (عسلویه) شرکت بیمه البرز.

این نوشتار ضمن مقایسه بیمه‌های عمر رایج و بررسی مطلوبیت هر یک از این بیمه‌نامه‌ها برای بیمه‌گذاران، ارزیابی بسته‌های بیمه‌ای مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

تقسیمات مقاله

مقاله‌ای که پیش رو دارید در ۷ بخش ارزیابی شده که به شرح ذیل فهرست می‌گردد:

- ۱- تعریف بیمه عمر و اشاره به رشته‌های عمر انفرادی رایج در کشور، مطلوبیت هر یک و قابلیت درج در بسته‌های بیمه‌ای
- ۲- انتخاب بیمه‌نامه متناسب جهت درج در یک بسته بیمه‌ای
- ۳- تعریف بسته بیمه‌ای (package policy)
- ۴- اشاره به یک بسته بیمه‌ای از سایر کشورها در قبال بسته‌های بیمه‌ای ارزیابی شده در ایران
- ۵- ماهیت بسته‌های بیمه‌ای قابل ارزیابی در وضعیت کنونی صنعت بیمه در جهت توسعه بیمه‌های عمر انفرادی
- ۶- نگرانی‌های بیمه‌گران و بیمه‌گذاران
- ۷- نتیجه‌گیری
- ۸- مراجع

۱- تعریف بیمه عمر و اشاره به رشته‌های عمر انفرادی رایج در کشور، مطلوبیت هر یک و قابلیت درج در بسته‌های بیمه‌ای

بیمه عمر یا بیمه زندگی قراردادی است که به موجب آن بیمه‌گر در مقابل دریافت حق بیمه، متعهد می‌شود که در صورت فوت بیمه‌شده یا در صورت زنده ماندن بیمه‌شده در موعد تعیین شده در قرارداد، سرمایه تعیین شده را به بیمه‌گذار، بیمه‌شده یا استفاده‌کننده‌ی معین شده از سوی وی بپردازد.

انواع بیمه‌های عمر انفرادی را می‌توان به انواع ذیل تقسیم نمود [۱]:

الف- بیمه عمر به شرط فوت

ب- بیمه عمر به شرط حیات

ج- بیمه‌های عمر مختلط

الف- بیمه عمر به شرط فوت

در این بیمه نامه بیمه گر متعهد می شود در صورت فوت شخص بیمه شده در مدت اعتبار قرارداد، سرمایه بیمه در قرارداد را به استفاده کننده ی تعیین شده در بیمه نامه بپردازد. انواع آن عبارتند از:

الف-۱- بیمه تمام عمر

در قرارداد بیمه تمام عمر، فوت بیمه شده در هر زمان که اتفاق افتد موجب ایفاء تعهد بیمه گر می گردد. به عبارت دیگر، بیمه تمام عمر، دارای تاریخ انقضاء نبوده و تامینی دائمی تلقی می گردد. در برابر تعهد بیمه گر، بیمه گذار نیز متعهد پرداخت حق بیمه می باشد که این پرداخت اشکال گوناگون دارد. پرداخت حق بیمه این بیمه نامه، می تواند به صورت یکجا یا به صورت اقساطی باشد. در زمان پرداخت اقساطی نیز به دو روش عمل می شود، یا بیمه گذار متعهد می شود حق بیمه ها را در تمام طول مدت بیمه نامه (تا زمان فوت بیمه شده) پرداخت نماید و یا این که متعهد می شود که اقساط حق بیمه را تا پایان مدت تعیین شده در قرارداد بپردازد. برای مثال، بیمه گذار برای مدت معین ۱۵ تا ۲۰ سال حق بیمه می پردازد و پس از آن مدت، پرداخت حق بیمه قطع می شود ولی بیمه شده مادام العمر بیمه بوده و در هر زمان که فوت نماید سرمایه بیمه عمر به استفاده کننده پرداخت خواهد شد. امتیاز این نوع بیمه این است که بیمه گذار حق بیمه های مربوطه را در زمان اشتغال به کار که درآمد بیشتری دارد می پردازد و هنگام بازنشستگی یا عدم توانایی کارکردن و کم شدن درآمد، پرداخت حق بیمه قطع می شود اما پوشش بیمه ای مادام العمر وجود دارد. در این بیمه نامه به علت مدت زمان بالا جذب بیمه گذار دشوار بوده و اثر آن بر راحتی برای بیمه گذار قابل درک نمی باشد و در صورت ارایه در بسته های بیمه با سایر رشته ها سازگاری ندارد.

الف-۲- بیمه عمر ساده زمانی (با مدت محدود)

نوعی از بیمه عمر است که موضوع آن فوت به هر علت بیمه شده، می باشد و بیمه گر متعهد می شود در صورت فوت بیمه شده در مدت اعتبار بیمه نامه سرمایه تعیین شده را به استفاده کننده بپردازد. هدف از ارائه آن، تأمین و ایجاد پشتوانه مالی جهت اعضاء خانواده بیمه شده است که در صورت از دست دادن وی سرمایه ای را از بیمه گر دریافت نمایند. بیمه عمر ساده زمانی را می توان بر حسب سرمایه مورد تعهد شرکت بیمه به انواع ذیل تقسیم نمود:

الف-۳- بیمه عمر ساده زمانی (با مدت محدود) با سرمایه ثابت

معمولترین شکل بیمه عمر با مدت محدود بیمه نامه ای است با سرمایه ثابت، که در طول مدت بیمه سرمایه بیمه تغییر نمی نماید. در این نوع بیمه، بیمه گر تعهد می کند که در ازاء پرداخت حق بیمه توسط بیمه گذار، برای مدت معین و در صورتی که بیمه شده در خلال آن مدت فوت نماید، مبلغ ثابتی که در شروع اعتبار بیمه نامه مورد توافق بیمه گذار و شرکت بیمه قرار گرفته است به استفاده کننده (گان) بپردازد.

این بیمه نامه با توجه به قابلیت تغییر در زمان بیمه نامه (به عنوان مثال یکسال) برای درج در بسته‌های بیمه‌ای باعنایت به صدور یکساله سایر بیمه‌های مورد نظر جهت درج در یک بسته بیمه‌ای مناسب می‌باشد و به همین علت برای بیمه‌گذاران نیز مطلوب تر می‌باشد.

الف-۴- بیمه عمر ساده زمانی با سرمایه نزولی (مانده بدهکار)

بیمه‌ای است که با هدف حمایت شخص بیمه شده در مقابل بدهی‌های وی طرح ریزی گردیده و مبلغ بیمه (تعهد بیمه‌گر) سال به سال نسبت به مبلغ بیمه نامه کاهش می‌یابد و سرانجام در تاریخ انقضاء بیمه نامه به صفر می‌رسد. به عبارت دیگر، در این نوع بیمه نامه تعهدات بیمه‌گر همانند بیمه به شرط فوت است با این تفاوت که سرمایه متناسب با زمان کاهش می‌یابد. این نوع بیمه بیشتر به نفع وام‌گیرندگانی است که مایل هستند در صورت فوت آنان در طول مدت وام وراثت آن‌ها متعهد به پرداخت اقساط باقی مانده نباشد.

تصور بر آن است که این نوع بیمه نامه مورد استقبال قرار گرفته است در صورتی که از طرف ارایه‌دهندگان تسهیلات یک ضرورت شناخته شده است و برای دریافت کنندگان تسهیلات به امری اجباری تبدیل شده است، هرچند این بیمه نامه موجب حمایت وراثت بیمه‌گذار از جهت بازپرداخت بدهی‌های بیمه‌گذار می‌گردد ولی به هر حال ذینفع این بیمه نامه شخص حقیقی یا حقوقی وام‌دهنده می‌باشد و برای بیمه‌گذار به طور عام جذابیت ندارد.

ب- بیمه عمر به شرط حیات

نوعی از انواع بیمه عمر است که موضوع آن حیات بیمه شده می‌باشد. در این بیمه نامه تعهد می‌شود در صورت حیات فرد بیمه شده در پایان مدت مقرر در بیمه نامه، سرمایه بیمه نامه به استفاده‌کننده پرداخت شود و هدف از ارائه آن، ایجاد سرمایه‌ای در پایان دوره خاص برای بیمه شده یا ذینفعی که از جانب وی تعیین می‌گردد، می‌باشد. این بیمه نامه به علت بلند مدت بودن، قابلیت درج در بسته بیمه‌ای را ندارد.

بیمه عمر با استرداد حق بیمه‌ها در این حالت بیمه‌گر در صورت زنده ماندن بیمه شده در سررسید معین سرمایه بیمه را به او می‌پردازد. در صورت زنده نبودن بیمه شده در سررسید تعیین شده بیمه‌گر متعهد پرداخت سرمایه بیمه نیست ولی باید حق بیمه‌های دریافتی را بازپس بدهد. این بیمه نامه بلند مدت بوده و به علت آن که در پایان (در صورت حیات) اصل حق بیمه بازگردانده می‌شود بدون آن که سودی به آن تعلق گیرد، از این رو در صورت پذیرش ریسک فوت از طرف بیمه‌گذار، وی می‌تواند این حق بیمه‌ها را در محل دیگری مثل بانک سرمایه‌گذاری نموده و نتیجه بهتری کسب کند.

ج- بیمه های عمر مختلط

بیمه عمر مختلط یکی از پرطرفدارترین بیمه های عمر در جهان است که با اضافه نمودن یک برنامه سرمایه گذاری سیستماتیک به بیمه عمر بلند مدت، روز به روز طرفداران بیشتری را در اکثر کشورها به خود جلب می نماید. این بیمه، ترکیبی از بیمه های عمر به شرط حیات و فوت است که در آن، تعهد بیمه گر قطعی است و چه در حیات و چه در صورت فوت بیمه شده، سرمایه بیمه به وی در پایان مدت بیمه نامه و یا به ذینفع وی در طول مدت بیمه نامه قابل پرداخت است. به موجب این بیمه نامه علاوه بر پوشش بیمه عمر (به شرط فوت) موجبات تشکیل سرمایه برای آینده نیز فراهم می آید. که سرمایه مذکور می تواند برای تامین مواردی از قبیل: تهیه مسکن، هزینه ازدواج، هزینه های تحصیلی و استفاده گردد.

بیمه عمر و پس انداز نیز برای مدت معین صادر می گردد. تعهد بیمه گر در این بیمه نامه به این صورت است که در صورتی که بیمه شده در طول مدت قرارداد فوت نماید مبلغ بیمه به استفاده کننده (گان) پرداخت و یا هم چنین در صورتی که بیمه شده در پایان مدت بیمه نیز در قید حیات باشد مبلغ بیمه به خود بیمه شده و یا استفاده کننده (گان) پرداخت می گردد. بیمه نامه مختلط عمر و پس انداز با توجه به نوع تعهدات با نام های مختلفی از طرف شرکت های بیمه عرضه می گردد، نظیر بیمه عمر و تشکیل سرمایه، بیمه نامه عمر و سرمایه گذاری، بیمه نامه عمر و پس انداز و.....

پوشش های تکمیلی

- پوشش تکمیلی فوت بیمه شده بر اثر حادثه، در این حالت در صورت فوت بیمه شده در اثر حادثه، سرمایه فوت بیمه عمر و پس انداز می تواند به ۲ یا ۳ یا ۴ برابر افزایش یابد.
- پوشش تکمیلی معافیت از پرداخت حق بیمه در اثر از کارافتادگی
- پوشش از کارافتادگی دائم و کامل در اثر حادثه، نیز به عنوان خطر تبعی ارائه می گردد. در این صورت هر گاه بیمه شده بطور کامل در اثر حادثه (یا در برخی موارد بیماری) از کار افتاده شود، بیمه گر، بیمه گذار را از ادامه پرداخت حق بیمه تا زمانی که از کارافتادگی ادامه دارد، معاف خواهد نمود.
- پوشش بیمه بیماری های صعب العلاج، در این حالت بیمه شده در برابر پنج بیماری (سکته قلبی، سکته مغزی، سرطان، پیوند اعضا و عمل جراحی کرونر و قلب باز) بیمه می شود که در صورت ابتلا به هر کدام از این بیماری ها سرمایه مورد توافق در بیمه نامه (به نام سرمایه امراض) را، به صورت یکجا دریافت خواهد

نمود. بنابراین اگر بیمه شده در اثر این پنج بیماری مشخص فوت نماید ذینفع بیمه نامه سرمایه بیمه عمر و پس اندازی را بعلاوه سرمایه امراض دریافت خواهد نمود.

ازانواع بیمه‌های مختلط که به منظور جلب نظر مشتریان موارد استفاده از بیمه نامه یا استفاده کنندگان آن در عنوان

اصلی قید شده است، می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- ✓ بیمه عمر تامین آتیه فرزندان
- ✓ بیمه چتر سفید (بیمه تامین مخارج فوت)
- ✓ بیمه تامین جهیزیه
- ✓ بیمه مهریه

هرچند این بیمه نامه‌ها جذابیت‌های بسیاری دارند ولی متقاعد کردن بیمه گذار برای پرداخت حق بیمه در طول دوره‌های بلند مدت برای بیمه گر شبکه فروش آن بسیار زمان گیر است (در شرایط فرهنگی حال) زیرا علاوه بر ایجاد انگیزه برای بیمه گذار و پی گیری در پرداخت حق بیمه ها تفاوت نوع سرمایه گذاری در ابتدا باید برای بیمه گذار شفاف نبوده و نرخ فزاینده تورم ارزش سرمایه گذاری این بیمه نامه‌ها را بلااثر می‌کند و به علت صرف مدت زمان زیاد تا حصول نتیجه نهایی برای بیمه گذار امکان درج در بسته‌های بیمه ای وجود ندارد.

۲- انتخاب بیمه نامه مناسب جهت درج در یک بسته بیمه ای

با عنایت به توضیحات فوق الذکر و تفاوت میان رشته‌ها، تنها رشته‌ای که قابلیت درج در یک بسته بیمه ای را دارد امکان ارزیابی در طرح‌های مختلف یک بسته را دارد بیمه عمر زمانی (با مدت محدود) با سرمایه ثابت می‌باشد که به علت قابلیت صدور به صورت یکساله در هر نوع بسته بیمه ای و در کنار هر رشته‌ای قابل ارزیابی می‌باشد، و از طرفی به علت عدم آگاهی عموم مردم با بیمه‌های عمر انفرادی (بیمه‌های گروهی توسط سازمانها و ارگانها جهت پرسنل ایشان صادر می‌گردد) این بیمه نامه می‌تواند سهم بسزایی در آشنایی مردم با بیمه‌های عمر داشته باشد.

به آن علت که به استثنای چند رشته خاص در کشور ایران سایر رشته‌ها با اقبال روبرو نیستند ابتدا باید شناخت عمومی از بیمه‌های زندگی ایجاد گردد که پس از شناخت عمومی و ارزیابی خدمات بیمه‌گران و نمایان شدن اثرات بیمه‌های زندگی و درک اثرات آن بر بیمه گذاران وابستگی صنعت به چند رشته از بین رفته و با شناخت بیمه گذاران از رشته‌های زندگی تمایل به اخذ سایر پوششها نیز حاصل می‌شود و میتوان به رشد بیمه‌های زندگی امیدوار بود.

به نظر نویسنده یکی از عوامل تاثیر گذار در ترویج فرهنگ استفاده از بیمه‌های عمر، ترویج و ارزیابی بیمه‌های عمر انفرادی در کنار سایر رشته‌های بیمه‌ای که برای بیمه‌گذاران یا حالت اجباری داشته باشد (شخص ثالث) یا جذابیتی که بیمه‌گذار برای بدست آوردن آن تلاش می‌کند ولی به نتیجه نمی‌رسد (درمان تکمیلی) می‌باشد.

۳- تعریف بسته بیمه‌ای (package policy) [۲]

بسته بیمه‌ای به بیمه‌نامه‌ای اطلاق می‌شود که در قالب یک قرارداد دو یا چند رشته را تحت پوشش قرار می‌دهد. علت اصلی ایجاد این بیمه‌نامه‌ها را در دو عامل می‌توان بررسی کرد:

۱- ماهیت بیمه‌نامه و خطرات تحت پوشش.

۲- طرح‌های بازاریابی جهت ارزیابی بهتر محصولات.

در این نوشتار حالت دوم یعنی علل بازاریابی و فروش محصولات مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

به طور عام هنگامی که تولیدکننده و یا فروشنده هر کالا قصد فروش و یا ارزیابی خدمات خود را دارد که یا شناخت کافی از آن وجود ندارد یا مورد توجه خریدار نمی‌باشد سعی بر آن دارد کالای مذکور را در کنار کالای دیگر که یا مورد توجه خریدار است یا خریدار از آن کالا شناخت مثبتی دارد عرضه کند و به نحوی خریدار را تشویق به خرید کالا یا خدمات نماید. صنعت بیمه نیز از این قاعده مستثنی نیست زیرا بعضی از محصولات برای بیمه‌گذاران جذاب بوده و یا بیمه‌گذار به علت اجباری بودن تمایل به خرید آن دارد.

در صنعت بیمه ایران بیمه‌نامه شخص ثالث نمونه مثال بالا می‌باشد و همانطور که می‌دانید شبکه فروش غیر مستقیم صنعت بیمه نیز از این تاکتیک البته به صورت غیر حرفه‌ای جهت فروش سایر بیمه‌نامه‌های خود استفاده می‌کنند. به عنوان مثال اگر فردی جهت خرید بیمه‌نامه شخص ثالث به یکی از واحدهای فروش غیر مستقیم شرکتهای بیمه مراجعه کند بیمه‌گذار اجبار به خرید بیمه‌نامه‌های دیگری مانند حوادث انفرادی و یا آتش سوزی منازل مسکونی می‌شود.

این عمل کاملاً غیر حرفه‌ای بوده تا جایی که اگر بیمه‌گذار تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های جانبی نداشته باشد از ارزیابی سرویس به وی خودداری می‌گردد، این عمل تنها باعث عدم جذب بیمه‌گذاران می‌گردد، البته این گونه تخلفات را نباید به تنهایی به رفتار غیر حرفه‌ای شبکه فروش غیر مستقیم شرکتهای نسبت داد زیرا از طرفی شرکت به نمایندگان خود تکلیف می‌کند که مقدار تولید حق بیمه خود را در رشته شخص ثالث کنترل کند و از طرفی واحد فروش، بازار سهل‌الورودی جز بیمه‌های خودرو نمی‌یابد و این گونه بیمه‌گذار را تحت فشار قرار می‌دهد، در صورتی که با ایجاد جذابیت برای بیمه‌گذاران از طریق بسته‌های بیمه‌ای امکان فروش سایر رشته‌ها بدون بروز رفتار غیر حرفه‌ای امکان پذیر است.

با در نظر داشتن توضیحات فوق این سوال در ذهن ایجاد می شود که اگر رشته شخص ثالث در کنار سایر رشته ها در یک بسته بیمه ای ارزانتر و با تسهیلات ارایه شود و برای شبکه فروش غیر مستقیم کارمزد بیشتری در نظر گرفته شود آیا برای فروش سایر رشته هادر آن بسته بیمه ای بی تاثیر است؟

۴- اشاره به یک بسته بیمه ای از سایر کشور ها در قبال بسته های بیمه ای ارایه شده در ایران در صنعت بیمه ایران نیز بسته های بیمه ای جایگاه خاص خود را دارد ولی تا کنون بسته بیمه ای با جذابیت بالا برای بیمه های زندگی ایجاد نشده است در ادامه یکی از بسته های بیمه ای ارایه شده در رشته های غیر زندگی توسط یکی از شرکتهای بیمه ایرانی و اشاره به یکی از بسته های بیمه ای جهت بیمه های زندگی از کشور هندوستان آورده شده است.

الف: بسته بیمه ای غیر زندگی {ایران}:

در ادامه طرح جامع خانوار با هدف فروش هرچه بیشتر در رشته های آتش سوزی ایجاد گردیده (که از نظر نویسنده مورد پذیرش ترین بسته بیمه ای در صنعت بیمه کشور می باشد) به عنوان مثال آورده شده است: خطرات تحت پوشش این بسته بیمه ای عبارتند از: آتش سوزی، انفجار، صاعقه، زلزله، سرقت، مسوولیت مدنی در قبال اشخاص ثالث و حوادث و از طرفی در صورت قابل سکونت نبودن محل مورد بیمه ناشی از آتش سوزی، انفجار و یا زلزله مبلغی به بیمه گذار پرداخت خواهد شد. این بسته دارای هفت عنصر بوده که در طرح های مختلف (در چهار طرح ارایه شده است) مبالغ سرمایه متفاوت می باشد.

عنصر اول: پوشش ساختمان و تاسیسات در قبال خطرات آتش سوزی، صاعقه، انفجار و زلزله تا سرمایه مشخص.

عنصر دوم: پوشش اثاث و لوازم منزل در قبال خطرات آتش سوزی، صاعقه، انفجار و زلزله تا سرمایه مشخص.

عنصر سوم: پوشش اثاث و لوازم منزل در قبال خطر سرقت با شکست حرز تا سرمایه مشخص .

عنصر چهارم: پوشش مسوولیت مدنی در قبال اشخاص ثالث ناشی از آتش سوزی یا انفجار در محل مورد بیمه تا سرمایه مشخص.

عنصر پنجم: پوشش فوت و نقص عضو ناشی از آتش سوزی یا انفجار در محل مورد بیمه تا سرمایه مشخص.

عنصر ششم: جبران هزینه های پزشکی ناشی از آتش سوزی یا انفجار در محل مورد بیمه تا مبلغ مشخص.

عنصر هفتم: پرداخت مبلغ اجاره محل اقامت موقت خانواده بیمه گذار در صورت قابل سکونت نبودن محل مورد بیمه ناشی از آتش سوزی ، انفجار و زلزله تا مبلغ مشخص.

همانطور که ملاحظه می‌شود به غیر از عناصر سوم و هفتم الباقی عناصر این بسته در دسترس بیمه‌گذار می‌باشد که جذابیت خاصی برای وی ندارد و جذابیت برای این بسته در دو عنصر سوم و هفتم می‌باشد.

جدول ۱- طرح جامع خانوار بیمه

ردیف	موضوع بیمه	خطرات تحت پوشش
۱	ساختمان و تاسیسات	آتش سوزی، صاعقه، انفجار، زلزله
۲	اثاث و لوازم منزل	آتش سوزی، صاعقه، انفجار، زلزله
۳	اثاث و لوازم منزل	سرقت
۴	مسئولیت مدنی در قبال اشخاص ثالث	ناشی از آتش سوزی یا انفجار در محل مورد بیمه
۵	بیمه‌گذار و اعضا خانواده مقیم در محل مورد بیمه	فوت یا نقص عضو ناشی از آتش سوزی یا انفجار در محل مورد بیمه (برای هر نفر)
۶	بیمه‌گذار و اعضا خانواده مقیم در محل مورد بیمه	هزینه پزشکی ناشی از آتش سوزی یا انفجار در محل مورد بیمه (برای هر نفر)
۷	اجاره محل اقامت موقت خانواده بیمه‌گذار	قابل سکونت نبودن محل مورد بیمه ناشی از آتش سوزی یا انفجار در آن و زلزله

با تمامی نکات مثبت پیش گفته این بیمه نامه‌ها به علت محدودیت در انتخاب سرمایه منجر به اعمال ماده ۱۰ قانون بیمه هنگام پرداخت خسارت خواهد شد زیرا بیمه‌گذار بدون آگاهی و مطابقت با اموال خود اقدام به خرید ارزانترین طرح این بسته می‌نماید (گاهی اوقات فقط جهت فرار از فشار شبکه فروش غیر مستقیم هنگام خرید بیمه نامه شخص ثالث) و در صورت تحقق خطر آنچنان که باید تحت حمایت قرار نخواهد گرفت و علل آن عدم آگاهی اولیه و خرید بدون تحقیق و محدود بودن سرمایه‌های این بسته می‌باشد.

پوشش سرقت برای بیمه‌گذاران به تنهایی در دسترس نمی‌باشد و بیمه‌گر نیز بر اساس تجارب گذشته به راحتی این پوشش را به بیمه‌گذار ارائه نمی‌کند و بیمه‌گذار با خرید این بسته (بدون بازدید اولیه)، پوشش تبعی سرقت را از بیمه‌گر خریداری می‌نماید و عنصر هفتم نیز به عنوان یک جاذبه دیگر برای بیمه‌گذار است که خرید آن به تنهایی برای بیمه‌گذار امکان پذیر نمی‌باشد. از طرفی دیگر کارمزد پرداختی بابت فروش این بسته بیمه‌ای برای شبکه فروش غیر مستقیم بسیار مناسب می‌باشد و شبکه فروش غیر مستقیم نیز تمایل بسیاری به فروش این

محصول دارد، تمامی این موارد باعث فروش خوب و رشد در بیمه‌های آتش سوزی می‌گردد و بیمه‌گذاران نیز به بیمه‌گر به عنوان یک واحد مبتکر و حامی خواسته‌های آنان نظاره می‌کند زیرا پوشش‌های مطلوب آنان را به راحتی ارائه می‌کند.

ب: بسته بیمه‌ای زندگی {هندوستان}:

در ادامه نمونه دیگری از بسته بیمه‌ای که با هدف فروش بیمه‌های عمر در کشور هندوستان ارائه می‌گردد آورده شده است: شرکت ICICI که بزرگترین عرضه‌کننده بیمه‌های عمر کشور هندوستان است بیمه‌گذاران (بیمه‌شدگان) خود را تحت پوشش بیمه درمان قرار می‌دهد، در این نوع بسته بیمه‌ای سرمایه و حداکثر تعهدات بیمه‌گر محدود نیست و بیمه‌نامه درمان به عنوان پوشش تکمیلی در کنار بیمه‌های عمر ارائه می‌شود که در طول مدت بیمه‌نامه هزینه‌های درمانی بیمه‌شده (تا سقف مشخص، نسبت به سرمایه بیمه عمر وی) تحت پوشش می‌باشد و در پایان هر سال این پوشش به حالت اولیه باز می‌گردد.

در کشور هندوستان فروش بیمه‌نامه‌های عمر به دشواری فروش بیمه‌نامه‌های عمر در ایران نیست و این عمل شرکت ICICI به جهت رقابت موجود در صنعت بیمه آن کشور است. با توجه به توضیحات فوق و مشاهده عملکرد و نتایج فروش بسته‌های بیمه‌ای این نتیجه قابل تصور است در صورت فروش بیمه‌نامه‌های عمر در کنار سایر رشته‌هایی که دارای جذابیت می‌باشند به طور حتم، با رشد بیمه‌های عمر انفرادی روبرو خواهیم بود.

۵- ماهیت بسته‌های بیمه‌ای قابل ارائه در وضعیت کنونی صنعت بیمه در جهت توسعه بیمه‌های عمر انفرادی در صنعت بیمه ایران دورشته که البته بالاترین ضریب خسارت را نیز به خود اختصاص داده‌اند بیشترین توجه را به خود جلب می‌نمایند.

اول، رشته شخص ثالث که شرکتهای بیمه با توجه به ماده ۸ قانون بیمه اجباری مسوولیت مدنی دارندگان وسایل نقلیه موتوری در مقابل اشخاص ثالث، مکلف به فروش آن می‌باشند و مالکان خودرو نیز ناچار به خرید آن.

دوم، بیمه درمان تکمیلی که با توجه به اختیاری بودن آن صرفاً به صورت گروهی و در صورت جذب پرتفوی مناسب از بیمه‌گذار اقدام به ارائه آن توسط بیمه‌گران خواهد شد.

در صورتی که بسته بیمه‌ای که هر دورشته فوق را به همراه داشته باشد و نیز بیمه درمان تکمیلی برای گروه‌های کوچک (خانواده) در کنار بیمه‌های عمر انفرادی (بیمه عمر زمانی (با مدت محدود) با سرمایه ثابت) ارائه

گردد دو فاکتور اجبار و جذابیت در کنار یکدیگر قرار گرفته و موجب فروش بیمه های عمر انفرادی و در نهایت آشنایی جامعه با این رشته بیمه ای خواهد شد، که البته بسته مفروض می بایست دارای شرایط ذیل باشد:

- ۱- عدم حذف تخفیف عدم خسارت در رشته شخص ثالث.
 - ۲- محدود کردن سقف تعهدات بیمه درمانی با توجه به سرمایه بیمه عمر تاحدی که نسبت به سرمایه عمر ناچیز نگردد.
 - ۳- ارزیابی بیمه عمر برای سرپرست خانواده به صورت اجباری و برای سایر اعضای خانواده اختیاری
 - ۴- سرمایه و تعهدات بیمه نامه ها قابل تغییر بوده و دارای حداقل و حداکثر باشد.
 - ۵- ارزیابی بیمه حوادث در کنار بیمه عمر برای ایجاد جذابیت و احساس تامین بیشتر برای بیمه گذار.
 - ۶- کارمزد جذاب جهت تشویق شبکه فروش غیر مستقیم جهت فعالیت مستمر در فروش بسته های بیمه ای .
 - ۷- بیمه نامه به صورت یکساله صادر گردد تا نسبت به اضافه نرخ و تخفیف سالیانه قدرت تصمیم گیری بالاتری وجود داشته باشد.
 - ۸- پرداخت همزمان سرمایه عمر، سرنشین و حوادث در صورت فوت راننده مقصر.
 - ۹- حق بیمه بسته های بیمه ای می بایست به نحوی استخراج گردد(در نظر گرفتن تخفیف یا نرخ متفاوت) تا در صورتی که بیمه گذاران تمایل به خرید هریک از بیمه نامه هابه صورت مجزا داشته باشند خرید یک بسته بیمه ای مقرون به صرفه باشد.
 - ۱۰- عدم محدودیت به وسیله طرح های مختلف بسته بیمه ای و امکان انتخاب پوشش با در نظر داشتن حداقل و حداکثر سرمایه و تعهدات توسط بیمه گذار.
 - ۱۱- امکان تقسیط در پرداخت حق بیمه .
- جدول ۲- عناصر موجود در بسته بیمه ای مفروض

ردیف	بیمه نامه	حداقل سرمایه/تعهدات	حداکثر سرمایه/تعهدات	سرمایه/تعهدات انتخاب شده	حق بیمه
۱	شخص ثالث	الف	ب	ج	د
۲	سرنشین	الف	ب	ج	د
۳	حوادث انفرادی	الف	ب	ج	د
۴	عمر انفرادی	الف	ب	ج	د
۵	مازاد درمان	الف	ب	ج	د

۶-نگرانی های بیمه گران و بیمه گذاران

الف-بیمه گران

اولین تصویری که در ذهن بیمه گران ایجاد می شود و گمان شکست چنین طرحهای را برای آنان ایجاد خواهد کرد، بالا بودن ضریب خسارت دو رشته درمان و شخص ثالث می باشد. علت اصلی بالا بودن ضرایب خسارت در رشته های فوق الذکر فاصله بسیار زیاد با قانون اعداد بزرگ است.

از آنجا که تمامی مالکان، خودروهای خود را تحت پوشش بیمه نامه شخص ثالث قرار نمی دهند و شرکتهای بیمه نیز تمامی افراد جامعه را تحت پوشش قرار نمی دهند به طور قطع نمی توان گفت که این رشته ها کاملاً زیانده هستند در صورت ایجاد جاذبه فروش بسته های فروش با شرایط پیش گفته احتمال کاهش ضریب خسارت این دو رشته نیز دور از ذهن نیست و از طرفی محاسبه ضریب خسارت در بسته های بیمه ای می بایست برای مجموعه بیمه نامه های ارائه شده صورت پذیرد.

در بسته بیمه ای پیش گفته دو رشته شخص ثالث و درمان به تنهایی دارای ضریب خسارت بالایی می باشند و رشته های عمر و حوادث انفرادی از ضرایب خسارت قابل قبولی برخوردارند که موجب تعدیل در ضریب خسارت بسته بیمه ای می شود.

ب-بیمه گذاران

در حال حاضر بیمه گذارانی که بازار هدف این بسته های بیمه ای جهت فروش بیمه های عمر انفرادی را تشکیل می دهند از تمامی اقشار جامعه می باشند و توان خرید این بسته با توجه به ارزیابی چندین بیمه نامه، برای همگان مقدور نمی باشد که با فروش اقساطی این بیمه نامه امکان تهیه این بیمه نامه برای آنان نیز میسر می گردد.

۷-نتیجه گیری

فروش بیمه های زندگی یکی از اهداف مهم صنعت بیمه کشور در شرایط کنونی است، سهم این بیمه ها از فروش بازار بیمه کشور بسیار پایین بوده و قابل قیاس با کشورهای پیشرفته در صنعت بیمه نمی باشد امید است با ارزیابی راهکارهای جدید، بیمه های زندگی جایگاه خاص خود را پیدا کند.

به نظر نویسنده فروش بسته های بیمه ای علاوه بر توسعه بیمه های عمر انفرادی در کشور سهم بسزایی در رشد فرهنگ بیمه نزد مردم خواهد داشت و علت آن آشنایی بیمه گذاران با چند رشته بیمه ای بوده و علاوه بر آن بیمه گران با حمایت از خریداران بسته های بیمه ای با بیمه گذارانی روبرو هستند که چندین پوشش را باهم خریداری

نموده اند و علاوه بر آن که بیمه گذار بیمه نامه مورد نظر را خریداری کرده و از تامین آن برخوردار می شود اثرات بسته های بیمه ای را در کلیه جهات شاهد خواهد بود که در بسته بیمه ای مفروض بیمه گذار علاوه بر داشتن بیمه عمر، مسوولیت رانندگی خود را در قبال اشخاص ثالث بیمه نموده و هم از مزایای بیمه درمان برخوردار می شود و از طرفی دیگر در قبال حوادث تحت پوشش می باشد، در صورتی که بیمه گران شرایط مناسب را برای بیمه گذاران فراهم نمایند تا نسبت به تهیه این بسته های بیمه ای اقدام نمایند و پس از خرید بیمه نامه نیز از وی به بهترین نحو حمایت کنند، بیمه گذاران نیز به بیمه گران اعتماد لازم را پیدا خواهند کرد.

از لحاظ روانی نیز در صورت بروز حوادث منجر به فوت و نقص عضو این دسته بیمه گذاران چون به نیت بیمه شخص ثالث به سمت بسته جذب شده اند پس از دریافت خسارت یا پرداخت به وراثت به شرکت بیمه به عنوان حامی نظاره میکنند و سعی در تهیه پوشش های بیمه ای و خرید بیمه ها ی عمر دیگری از آن شرکت می نمایند و با ترویج بیمه های عمر اقشار جامعه از تامین و آسایش خاطر بیشتری برخوردار بوده صنعت بیمه کشور نیز از حالت یک یا چند محصولی خارج می شود.

بسته های بیمه ای با شرایط مختلف قابل پیاده سازی هستند و الزام به رشته های خاصی نیست و رشته های مندرج در بسته ها بستگی به شرکت بیمه و نیاز بازار دارد و مهمترین ویژگی بسته های بیمه نیز همین ویژگی است به عنوان مثال بسته مفروض در این مقاله هم میتواند با رشته اجباری ثالث آرایه شود هم به همراه درمان و یا هر دو باهم، مساله مهم در بسته های بیمه ای هدف از آرایه محصول است که بسته به نیاز می توان رشته های موجود در آن را تغییر یا میزان تعهدات و سرمایه را تعدیل کرد و بعلاوه می توان بعد از گذشت مدت زمانی مطلوبیت های بازار را شناسایی کرد و بسته های گوناگونی را آرایه کرد تا علاوه بر فروش یک محصول خاص به عنوان مثال بیمه های عمر رضایت بیمه گذاران را بیش از پیش جلب نمود.

در پایان اشاره به این مطلب خالی از لطف نیست که برای بدست آوردن اهداف بزرگی چون: حجم بالای فروش بیمه، اعتلای فرهنگ بیمه، پایین آوردن ضرایب خسارت، بالا بردن ضریب نفوذ بیمه کشور، بالا بردن سهم بیمه های زندگی و در نهایت آرامش خاطر بیش از پیش بیمه گذاران، در ابتدای راه می بایست از منافی چشم پوشی کرد.

۸-منابع و ماخذ

[1]: www.alborz-insurance.com

[2]: www.insurance.cch.com