



## گزیده ای از پیام دکتر محمدرضا عباسی مدیرعامل شرکت بیمه معلم به مناسبت روز بیمه

# صنعت بیمه نیازمند حمایت بیشتر قوای سه گانه

بیمه جزئی مهم از اقتصادهای ملی است و با توجه به عمر طولانی این صنعت در کشور شایسته است صنعت بیمه جایگاه واقعی خود را به دست آورد و این مهم با توجه بیشتر به کارشناسان، ترویج علم و

دانش و حمایت های قوای قضائیه، مقننه و مجریه از این صنعت محقق خواهد شد.

امروز که بیمه و اقتصاد متأثر از یکدیگر هستند و رابطه آنها دوطرفه است امیدواریم تا حمایت از

صنعت بیمه تبدیل به فرهنگی پایدار گردد، تا با رشد آن شاهد افزایش رفاه، اشتغال و تولید باشیم.

طبیعی است در چنین جامعه ای به منظور تولید ثروت با پشتوانه بیمه امکاناات برای تولیدکنندگان

و صادرکنندگان در سطح ملی تسهیل می شود و این راهی است که کشورهای موفق پیموده اند.

نکته آخر: صنعت بیمه می تواند از یک بعد به معنای واقعی کلمه کارآفرین و مولد ثروت باشد.

بیمه معلم با مطالعات در بازار محصولی را ارائه می کند که بیشترین منفعت را برای مشتری دارا باشد که این محصول وقتی با اثربخشی تلفیق می شود کاهش هزینه را در پی دارد و همراهی آن با کارایی بیشترین منفعت و کمترین هزینه را در پی خواهد داشت.

ابراقتصادی - با عنایت به نگاه هزینه و منفعت بیمه معلم در طراحی بیمه نامه ها چگونه حرکت می کند؟

دکتر صفی خانی - بیمه معلم سعی دارد با افزایش مقبولیت در زمینه کارایی فنی و کارایی اقتصادی محصولات را قابل خرید کند و این مقوله ای است که کمتر در صنعت بیمه مورد توجه قرار گرفته است و بیمه معلم سعی دارد با بالا بردن کارایی قابلیت خرید را فراهم

خدمات یکپارچه که پوشش های پایه و مکمل را داشته باشد به وزارت رفاه و آموزش و پرورش ارائه شده است. دکتر صفی خانی نکته ای دیگری که در این گفت وگو مطرح کرد و به تشریح آن پرداخت بحث تلفیق نگاه معطوف به رفاه اجتماعی و نگاه معطوف به سود بازرگانی بود.

ابراقتصادی - تجربه شما در حوزه های بازرگانی و اجتماعی می تواند در تلفیق نگاه معطوف به رفاه اجتماعی و سود بازرگانی ستاوردی مفید برای صنعت بیمه رقم زند، بفرمایید برای نزدیک کردن این دو حوزه چه باید کرد؟

دکتر صفی خانی - تجربه نشان می دهد با نگاه

دست اندرکاران صنعت بیمه در سال های اخیر سعی داشته اند تا بین بیمه های پایه و بیمه های بازرگانی ارتباطی برقرار کنند تا در نتیجه از این اجماع مردم منتفع شوند.

از این رو در سال های اخیر شاهد ظهور پدیده ای جدید به نام بیمه های مکمل هستیم. بیمه های مکمل که امروز از سوی بیمه های بازرگانی ارائه می شوند به عنوان تکمیل کننده بیمه های پایه ظاهر شده و سعی دارند در پرداخت بخشی از فرانشیزهای درمانی بیمه گذاران را یاری کنند.

بر این اساس یکی از محورهای گفت وگویی ویژه ابرراقتصادی با دکتر حمیدرضا صفی خانی، عضو هیأت مدیره و معاون طرح و توسعه بیمه معلم در

این اعتقاد است. ابرراقتصادی - در مورد بیمه های خرد اظهار نظر فرمایید. دکتر صفی خانی - بیمه های خرد ابزار رسیدن به فراگیری است. اگر شرکتی حیات خود را به شرکت های بزرگ گره بزند ممکن است در یک مقطع ریسک ترک مشتری شما را تهدید کند. اگر خواهان افزایش ضریب نفوذ بیمه هستیم باید به سمت بیمه های خرد برویم. ابرراقتصادی - چالش های فعلی قوانین صنعت بیمه را به صورت تیتروار تشریح بفرمایید. دکتر صفی خانی - قانون و مقررات در کشور برای

درد دارد؟

دکتر صفی خانی - بله، کیفیت مزیت رقابتی دیگر بیمه معلم است که این کیفیت باید دارای مزیت هایی باشد که مردم به واسطه آن نسبت به پیشنهاد های دیگر بی تفاوت باشند.

به عبارت دیگر بعد از احساس نیاز خدمات، سرویس باید کیفی ارائه شود.

ردپای مدیریت تام کیفیت در بیمه معلم دیده می شود و این متدولوژی کیفیت مناسب با صنعت بیمه در حال پیگیری است.

در این زمینه مطالعات مربوط به مقوله های نوین با راه اندازی و ایجاد واحد مطالعات بازار و واحد تحقیق و

همبستگی اجتماعی و در نظام مبتنی بر اقتصاد ملاحظاتی بازرگانی همگرایی ایجاد کنند.

ابراقتصادی - در این زمینه بیمه معلم چه اقداماتی انجام داده است؟

دکتر صفی خانی - مهمترین ارزش بنیادی تصمیم گیران بیمه معلم در این راستا حرکت شرکت بیمه معلم در جهت رفاه و همبستگی اجتماعی است.

به عبارت دیگر در شرکت بیمه معلم خلاقیت، نوآوری، ابتکار، توجه به نیروی انسانی، توجه به مشتری و وفاداری به مشتری به عنوان ارزش های بنیادی تلقی می شود و ما در نهایت به سمت سودآوری می رویم اما به شرط آنکه مردم از محصولات بیمه معلم منتفع شوند.

دست اندرکاران صنعت بیمه در سال های اخیر سعی داشته اند تا بین بیمه های پایه و بیمه های بازرگانی ارتباطی برقرار کنند تا در نتیجه از این اجماع مردم منتفع شوند.

از این رو در سال های اخیر شاهد ظهور پدیده ای جدید به نام بیمه های مکمل هستیم. بیمه های مکمل که امروز از سوی بیمه های بازرگانی ارائه می شوند به عنوان تکمیل کننده بیمه های پایه ظاهر شده و سعی دارند در پرداخت بخشی از فرانشیزهای درمانی بیمه گذاران را یاری کنند.

بر این اساس یکی از محورهای گفت وگویی ویژه ابرراقتصادی با دکتر حمیدرضا صفی خانی، عضو هیأت مدیره و معاون طرح و توسعه بیمه معلم در

## کیفیت مزیت رقابتی بیمه معلم

صنعتی که قصد رشد دارد باید تسهیل گر باشد نه مداخله گر.

نظام های تعرفه ای، ارتباط بین سطوح تصدی گری، سیاست گذاری و کارگزاری تعریف نشده است، ایجاد دفاتر خارجی، انتخاب ریسک همه اینها در یک جمله تسهیل گری را فراهم نمی کند.

توسعه، تحقیق بازار، گروه ها و محصولات جدید کلید خورده است.

مشتريان به خرید محصولات بیمه که بیشترین منفعت را برای آنها داشته باشد فراهم آوریم.

ابراقتصادی - آیا کیفیت نیز در این پکیج جایی

خصوص بررسی این مسأله بود که در ادامه خواهد آمد. دکتر حمیدرضا صفی خانی که متولد سال ۱۳۲۷ می باشد فعالیت خود را از بنیاد مستضعفان و جانبازان آغاز کرد و در پرورنده کاری سال های گذشته وی دبیری شورای هماهنگی سازمان های بیمه گر کشور، مدیرکل خدمات درمانی استان های یزد، همدان و تهران، عضویت در هیأت مدیره سازمان بیمه خدمات درمانی و مدیریت فنی این سازمان، مشاور وزیر رفاه و مدیرکل برنامه ریزی و سیاست گذاری امور بیمه وزارت رفاه و نماینده وزیر بهداشت و مدیر گروه اصلاح مدیریت در نظام بهداشت و درمان کشور به چشم می خورد.



دکتر صفی خانی - اولین مزیت رقابتی بیمه معلم توجه به نیروی انسانی متخصص است. براین اساس سعی شده با توسعه و آموزش نیروی انسانی و آموزش های رسمی و غیررسمی و بهره گیری از تکنولوژی های نوین در آموزش ها، نیروی انسانی متخصص تربیت کنیم که به انکای دانش و تجربه این نیروی انسانی در بازار قدامت کنیم.

توجه ویژه به حاکمیت الکترونیک دومین مزیت رقابتی بیمه معلم است. به بیان دیگر از خلاهای صنعت بیمه گسست نیروی انسانی و نظام های ارتباطات و اطلاعات است که با استفاده از تجارب بین المللی و بهینه گزینی در حیطه فناوری اطلاعات، پیاده سازی کارآمدترین و اثربخش ترین چهارچوب ارتباطی در بیمه معلم پیگیری می شود. استفاده از نرم افزارهای آن لاین، بهره گیری از سیستم های بدون کاغذ، توسعه سیستم های ارتباط با مشتریان، توسعه پورتال بیمه معلم و استفاده از ابزار تلفن گویا از جمله محورهای حوزه فناوری اطلاعات از برنامه های در حال اجرا و پیگیری بیمه معلم است.

سومین مزیت رقابتی بیمه معلم، توانایی ایفای تعهدات است که رشد در کفایت سرمایه و تسریع در ارائه خدمات از جمله مقوله های مطرح در این زمینه است. بر این اساس در طراحی ساختار و تدوین اصول معماری سازمانی هنجارشکنی شد و از ساختارهای موجود در صنعت بیمه نیز خروج کردیم و ساختار سیال و ماتریسی در بیمه معلم طراحی شد.

ابراقتصادی - آیا در ساختار جدید مسأله حداقل قیمت، حداکثر کیفیت مطرح شده است؟

دکتر صفی خانی - با مطرح شدن مسأله قیمت اثربخشی و کارایی نیز باید بررسی شود. هنر یک مجموعه بیمه ای این است که بین اثربخشی و هزینه و کارایی ارتباط منطقی برقرار کند. استراتژی بیمه معلم نیز برقراری ارتباط منطقی بین «هزینه»، «اثربخشی»، «منفعت»، «کارایی» و «عملکرد» است.

# ۱۳ آذر بر تلاشگران صنعت بیمه تهنیت باد

## برای همه ایرانیان

### www.mic-ir.com

#### مرکز تماس ۸۴۲۲۳

ایشان دوره اقتصاد و سلامت را در دانشگاه پورک انگلستان، دوره مدیریت کیفیت در خدمات بهداشتی درمانی را در دانشگاه بوستون آمریکا، دوره برنامه ریزی و سیاست گذاری را در دانشگاه NSW استرالیا و دوره مدیریت منابع مالی را در دانشگاه آمریکایی بیروت با همکاری دانشگاه هاروارد گذرانده است.

اما دکتر صفی خانی همزمان با تجربه مدیریت در بیمه های پایه در سال های اخیر با تحصیلات در حوزه بیمه های اجتماعی با شرکت های بیمه بازرگانی نیز همکاری داشته است.

ابراقتصادی - قراردادهای تکمیلی امروز باید چه خدماتی را ارائه دهند و در زمینه ارائه خدمات تکمیلی به فرهنگیان چه اقداماتی انجام داده اید؟

دکتر صفی خانی - دولت ها متولی سلامت مردم هستند و قانون اساسی در اصل ۲۹ به این مسأله تأکید دارد. دولت در این راستا بخشی از کالاهای عمومی مثل واکسیناسیون (Public good) را فراهم می آورد. در سطح بعدی که نیاز اساسی نیست دولت با همکاری بیمه های پایه که سهم مشارکت مردم و کارفرما در آن دیده شده به سرویس دهی می پردازد که این سرویس دهی به واسطه اشتغال فراهم می شود.

اما یک اصل مهم در سرفصل های برنامه ریزی وجود دارد که معتقد است اگر بناسد به همه مردم سرویس داد این مسأله امکان پذیر نیست چرا که نیاز نامحدود و منابع محدود است. براین اساس بیمه های پایه نیازهای ضروری محصولات سبب بیمه ای را انتخاب می کنند.

در سطح بعدی بیمه های مکمل قرار دارد که این بیمه ها باید برای بیمه گذاران منفعت جدید ایجاد کند. اما ایراد کشور ما این است که بیمه کامل مکمل وجود ندارد.

در تعریف بیمه مکمل ۳ جزء نهفته است: ۱- ایجاد منفعت جدید ۲- سرویسی که ماهیتاً در تعهد بیمه پایه قرار ندارد ۳- پرداخت مازاد پایه یا پرداخت فرانشیز بیمار که شرکت های بیمه تجاری کمتر به این موضوع پرداخته اند.

بیمه معلم در الگویی که به آموزش پرورش ارائه داد ۳ سطح محصول پیشنهاد کرد و همچنین ارائه پیشنهاد

مشترک بیمه های اجتماعی و بازرگانی راه اندازی صندوق برای متقاضیان در شرایط عادی و ارائه خدمات در هنگام مواجهه با مخاطره توسط این صندوق ها است که هر دو شکل بیمه ها اگر تکالیف خود را درست انجام دهند می توانند به این نیاز پاسخ گو باشند.

از این رو بیمه های بازرگانی می توانند چتر ایمنی و رفاه عمومی مردم باشند و از لایه های اصلی رفاه اجتماعی تعریف شوند که این مقوله با ملاحظاتی همراه خواهد بود.

به هر حال حاکمیت ها وظیفه دارند چند لایه را به عنوان تور ایمنی ایجاد کنند که این لایه ها می توانند به عنوان یک «پابلیک گود» Public Good تعریف شود.

تکالیف حاکمیت ها در قبال «نیازهای اساسی» مشارکت و به لحاظ حقوقی تولید و راهداری است. اما در بیمه های بازرگانی دولت ها تکلیف مشارکت مالی ندارند که این مسأله نافی سیاست گذاری دولت نیست. بر این اساس نهادهایی چون بیمه معلم می توانند در کنار نگاه حاکمیتی و اجتماعی با هدف ایجاد

قانون و مقررات برای صنعتی که قصد رشد دارد باید تسهیل گر باشد نه مداخله گر.

اگر خواهان افزایش ضریب نفوذ بیمه هستیم باید به سمت بیمه های خرد پیش رویم.