

نوزدهمین همایش ملی و پنجمین همایش بین المللی بیمه و توسعه

مکان : تهران ، شهرک قدس انتهای بلوار شهید دامن ، بلوار فرحزادی پژوهشگاه نیرو

شرکت کننده : مریم حسینی تاریخ : ۱۳ / ۰۹ / ۱۳۹۱ ساعت : ۸:۳۰ الی ۱۸

تلاوت آیاتی از کلام ا... مجید ، پخش سرود جمهوری اسلامی ایران و سرود بیمه

خیر مقدم و سخنرانی جناب آقای دکتر غدیر مهدوی رئیس محترم پژوهشکده بیمه و رئیس همایش

پخش کلیپ عملکرد صنعت بیمه

سخنرانی جناب آقای مهندس سید محمد کریمی رئیس محترم بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران

رونمایی از دانشنامه بیمه

سخنرانی جناب آقای دکتر محمد رضا رحیمی معاون اول محترم رئیس جمهور

سخنرانی آقای سانکارشان باسو رئیس کنگره سالانه آپریا

سخنرانی جناب آقای همام بدر دبیر کل محترم فدراسیون بیمه گران و بیمه گران اکایی آفریقایی آسیایی

سخنرانی جناب آقای دکتر سید شمس الدین حسینی وزیر محترم امور اقتصادی و دارایی

ارائه مقالات برتر

اعلام پایان نامه برتر ، فرهیختگان صنعت بیمه و مراسم اختتامیه

چکیده از سخنرانی دکتر غدیر مهدوی

متاسفانه با وجود قدمت ۸۰ ساله صنعت بیمه در کشور، این صنعت به صورت متناسب با ارکان دیگر بازارهای مالی یعنی بورس و بانک توسعه نیافته است. عدم توسعه یافتگی در صنعت بیمه ایران را می توان در جنبه های کمی و کیفی مشاهده کرد؛ از جهت کمیت، تقاضای سرانه بیمه در ایران، حدود یک ششم تقاضای سرانه بیمه در جهان است.

ممکن است علت پایین بودن تقاضای بیمه در کشور در مقایسه با سایر کشورها، پایین بودن سطح درآمد سرانه کشور تلقی گردد؛ زیرا درآمد، از عوامل مهم تاثیر گذار بر تقاضا و استفاده از خدمات بیمه ای است. اما بررسی آمار و ارقام مشاهده می شود که جایگاه صنعت بیمه کشور در جهان تفاوت فاحشی با جایگاه اقتصادی کشور در جهان دارد؛ زیرا از جهت درآمد سرانه و جایگاه اقتصادی، ایران حدود رتبه بیستم رادر جهان دارد، در حالی که در صنعت بیمه جایگاهی بهتر از رتبه هفتم در جهان ندارد. پایین تر بودن رتبه صنعت بیمه نسبت به وضعیت کلی اقتصاد در مقایسه با دیگر کشورهای جهان، مؤید این امر است که صنعت بیمه از جهت کمیت تقاضا در وضعیت بدی قرار دارد و در مقایسه با بخش های دیگر اقتصاد عقب مانده تر است.

علل اصلی وضعیت نامناسب تقاضای بیمه را می توان در درجه پایین ریسک گریزی و نوع شخصیت مردم ایران از قبیل درجه پایین آینده نگری و برنامه ریزی و پایین بودن فرهنگ بیمه ای و همچنین عدم آشنایی با خدمات بیمه ای به دلیل عدم تبلیغات مناسب محصولات بیمه و عدم ارائه محصولات مناسب دانست. متاسفانه خدمات بیمه ای در سبده مصرفی خانوارهای ایرانی، جایگاه ویژه ای نداشته و بسیاری از خانواده ها آن را به عنوان هزینه ای سربار و تحمیلی محسوب می کنند که این امر از ضریب نفوذ پایین تقاضای بیمه ۱/۳٪ به خوبی قابل استنباط است.

بنابراین تغییر ریشه ای در این تفکر، نیازمند آموزش و فرهنگ سازی و تبلیغات رسانه ای مناسب و هوشمندانه است که با نهادینه کردن بازاریابی دقیق و مؤثر در صنعت بیمه و تغییر مردم به سوی آینده نگری، وجود برنامه ریزی بلند مدت در زندگی، قانون مداری و افزایش درجه ریسک گریزی، موجبات ایجاد کشش و افزایش سطح تقاضای مناسب در بازار بیمه را فراهم نمود.

چکیده از سخنرانی دکتر محمد کریمی

امروزه ضعف در عوامل ساختاری وعدم آگاهی مردم باعث شده تا صنعت بیمه با چالش های بزرگی مواجه شود موانعی که عمده ترین آنها را می توان در حوزه مسائل مدیریتی و فرهنگی بیمه در میان مردم جستجو کرد و ادامه مشکلات در هریک از این ابعاد، می تواند آینده صنعت را با بحران مواجه سازد و سهم ایران را از صنعت جهانی بیمه به حداقل برساند، وضعیتی که در حال حاضر نیز به هیچ عنوان شایسته حدود هفت دهه تجربه و سابقه در بیمه گری نیست . پایین بودن ضریب نفوذ بیمه و حق بیمه سرانه در ایران ترکیب نامناسب رشته های بیمه و سهم کم بیمه های عمر و پس انداز در پرتفوی صنعت بیمه کشور را می توان از جمله چالش های بزرگ صنعت بیمه در ایران توصیف کرد. امروز بیمه شخص ثالث اتومبیل که اجبار قانونی برای دریافت آن وجود دارد، درصد بالایی از پرتفوی شرکت های بیمه را به خود اختصاص داده است و بیمه های اختیاری که عمدتاً رویکرد آرامش بخش و نه پرداخت خسارتی دارند (مانند بیمه های مسئولیت زندگی) سهم ناچیزی در پرتفوی شرکت های بیمه دارند.

در حالی که بیمه های زندگی یکی از مهمترین و تخصصی ترین رشته های بیمه ای است.

تاسیس شرکت های بیمه تخصصی به خصوص در بیمه های زندگی ضروری است زیرا علیرغم اهمیت بیمه عمر در ایجاد فضای آرامش و اطمینان برای خانوارها و نقش قابل توجه آن در افزایش رشد اقتصادی ، متأسفانه این فعالیت بیمه ای در ایران رونق چندانی ندارد. در ایران وجود اقدامات و تبلیغات شرکت های بیمه دولتی و تاسیس شرکت های خصوصی بیمه در سالهای اخیر، متأسفانه هنوز سهم حق بیمه های زندگی از کل حق بیمه های زندگی از کل حق بیمه های سالانه رقم ناچیزی است.

به طوری که از ۱۰۰ درصد سهم بازار حق بیمه ، بیمه های پرداختی ۹۲/۱ درصد متعلق به بیمه های غیر زندگی و فقط ۷/۹ درصد سهم بیمه های زندگی است.

همایش سال جاری به دنبال تعقیب سیاست تحول در صنعت بیمه و افزایش ضریب نفوذ بیمه زندگی است . امیداست مجموعه راهکارهای ارائه شده در همایش در افزایش کارآمدی مدیران صنعت و به ویژه شرکت های بیمه مؤثر بوده و در آینده نزدیک شاهد استقبال روز افزون اقشار جامعه از بیمه های زندگی باشیم .