

خلاصه سخنرانی دکتر مجتبی کاتب

دکتر مجتبی کاتب، قائم مقام شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد، در بیست و هشتمین دوره می صبح فناوری در تاریخ بیست و نهم آذر ماه به میزبانی شرکت "عصرامین کارآفرین به صحبت در حوزه بیمه پرداختند. در ادامه به اهم موضوعات مطرح شده در این سخنرانی اشاره می گردد :

صنعت بیمه بسیار سنتی اداره می شود. با توجه به آمارها تنها حدود ۴٪ خدمات اکنون آنلاین است که از این مقدار حدود ۸۵٪ فروش بیمه شخص ثالث اجباری است .

کتابی با عنوان انقلاب فناوری اطلاعات در صنعت بیمه در سال ۹۸ چاپ کردم. آن زمان در کتاب نوشتم که صنعت بیمه ما، بیست سال از کشورهای دیگر عقب است. متأسفانه صنعت بیمه ایران را با کشورهای همسایه مقایسه می کنند. سنی ها به بیمه اعتقادی ندارند و بیمه آن ها بیمه تکافل است و مثل ما بیمه تعاون ندارند و مدل کاملاً متفاوتی در صنعت بیمه خود دارند. به دلیل الزامات بین المللی آن ها بیمه خودرو فقط دارند.

در ادامه در مورد ضریب نفوذ بیمه در ایران صحبت شد که: قبل از انقلاب ضریب نفوذ بیمه یک درصد بوده است. زمان جنگ تا سال ۱۳۷۰ وضعیت کاملاً بدی این ضریب داشته است که مقدار آن کمتر از زمان قبل از انقلاب می شود. ضریب نفوذ بیمه مهم ترین عامل نشان دادن رشد و توسعه صنعت است و هرچه این ضریب بیشتر باشد نشان می دهد که مردم از رفاه بیشتری برخوردار هستند و شرایط اقتصادی کشور مطلوب تر است به همین دلیل در کشورهای توسعه یافته می بینیم که صنعت بیمه بیس اصلی بقیه صنایع است در ایران به دلیل وابستگی به نظام بانکی این قضیه کاملاً برعکس است. ضریب نفوذ بیمه در سال ۱۳۹۰ به ۱/۸ می رسد و سال ۹۹-۹۸ به بالاترین درصد خود، ۲/۳ می رسد و از سال ۱۴۰۰ دوباره سیر نزولی را شروع کردیم . امسال ضریب نفوذ بیمه به ۱/۸ رسیده است. که نشان می دهد عامل تورم و نرخ ارز بسیار در این صنعت تاثیرگذار است. چراکه ضریب نفوذ از حق بیمه تولیدی بر تولید ناخالص داخلی به وجود می آید. اگر اثر تورم را از ضریب نفوذ بیمه کتر کنیم و مقدار حقیقی آن را بدست آوریم می بینیم که ضریب نفوذ بیمه اصلاً رشدی نداشته است و آمارهایی که نشان دهنده رشد

این ضریب هستند اسمی بوده و در حقیقت رشدی ما نداشته ایم. باید بدانیم که صنعت بیمه رابطه مستقیمی با سبد خانوار دارد.

با توجه به آمار سال ۱۳۹۹، حدود ۳۰ درصد خودروها بیمه ثالث ندارند. همچنین حدود ۷۰٪ بیمه‌ها، بیمه درمان و ثالث است.

بیمه تجهیزات الکترونیکی که در دنیا حرف اول را می‌زند در ایران تنها ۱٪ سهم کل بازار را دارد. چرا که شناخت درستی از این بیمه در کشور ما نیست. در ایران ما بیمه سایبری نداریم. در صنعت بیمه ایران همان ۴٪ خدماتی که به صورت الکترونیکی انجام می‌شوند وابسته به تکنولوژی و فناوری نیست. تنها از طریق وب سایت بیمه نامه ای به فروش می‌رسد. در صنعت بیمه دنیا به این عمل نمی‌گویند کار نوآورانه. در دنیا به کمک هوش مصنوعی و بیگ دیتا صنعت بیمه فعال است. در ایران حقیقتاً بیمه آنلاین نداریم ما و همه ی بیمه‌ها به صورت سنتی صادر می‌شود.

در ایران بیمه شخص ثالث عدالت اجتماعی رعایت نمی‌شود. در دنیا بیمه نامه براساس ریسک افراد صادر می‌شود. به طور مثال ریسک رانندگی یک جوان هجده ساله با یک فرد شصت ساله متفاوت است. پس نرخ بیمه نامه متفاوتی باید داشته باشند یا نوع ماشین در ریسک رانندگی اثر دارد. اگر فردی ماشین ایمن تری دارد بیمه کمتری باید نسبت به کسی که ماشین ناامن دارد پرداخت کند. در کشورهای پیشرفته بیمه نامه‌ها را شخصی‌سازی کرده‌اند و متناسب با ریسک هر فرد بیمه نامه صادر می‌شود.

۳۵٪ پرداختی‌هایی که بیمه در سال ۹۸-۹۹ داشته برای خدمات و فعالیت‌های جعلی بوده است. یعنی صحنه سازی شده بودند. اکثر این تخلفات در حوزه درمان و خودرو بوده‌اند.

باید بدانیم تا زمانی که در کشورمان به فناوری و تکنولوژی و بحث‌های این چنینی از منظر هزینه‌ای نگاه کنیم وضعیت بهبود پیدا نمی‌کند. در صورتی که بیمه مرکزی باید خود متولی این موضوع شود تا جلوی این تخلفات گرفته شود. کار سختی نیز نیست به طور مثال اگر پرونده‌های پزشکی الکترونیکی شود، پزشک خانواده داشته باشیم و از حالت دستی خارج شود و روی سیستم پیاده‌سازی اطلاعات صورت گیرد، این امر در پیشگیری از تخلفات این چنینی کمک شایانی خواهد کرد..

استفاده از فناوری های جدید در حوزه بیمه کار عجیبی نیست و شرایط انجام و دانش آن را داریم و ربطی نیز به تحریم ها ندارد.

حقیقتا حق بیمه جواب خسارت ها را نمی دهد. شرکت بیمه ذاتا در دنیا شرکت سرمایه گذاری است. وقتی مدیریت بهینه در مدیریت سرمایه گذاری نداریم دارایی های بیمه به زیان تبدیل می شوند. من اعتقاد دارم ۵۰٪ کار بیمه باید در حوزه سرمایه گذاری انجام گردد.

نکته دیگری که وجود دارد بحث خصوصی سازی است. همین الان بین شرکت های بیمه می بینیم شرکت هایی که خصوصی تر هستند وضعیت بهتری نسبت به سایر شرکت ها دارند.

در صنعت بیمه جز سناپ هیچ فعالیت نوآورانه ای نکردیم. سناپ هم در جمع آوری داده بوده است که باید از این داده ها برای بهبود خدمات استفاده کرد.