



بررسی وضع موجود رقابت پذیری صنعت پسته و

مقایسه با وضع مطلوب و راهکارهای پیشنهادی

کمیسیون رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری

دبیرخانه کمیسیون های تخصصی

عنوان گزارش: بررسی وضع موجود رقابت پذیری صنعت بیمه و مقایسه با وضع مطلوب و راهکارهای پیشنهادی
کمیسیون: رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری
تهیه کننده: احسان جنتی فرد
اعضای کمیته پژوهشی دبیرخانه: مهدی تاجیک - هما شریفی - حمید رضا قاسمی
انتشار: دبیرخانه کمیسیون های تخصصی اتاق ایران
شماره گزارش: ۱۱۹۷۱۱۸
بهار ۹۷

فهرست مطالب

| | |
|---|----|
| مقدمه: | ۳ |
| بررسی تغییرات شاخص های بهره وری شرکت های واگذار شده در فرآیند خصوصی سازی در صنعت بیمه | ۴ |
| بررسی وضعیت شاخص های بهره وری در صنعت بیمه | ۱۷ |
| خلاصه بررسی های صورت گرفته در زمینه چالش ها و فرصت های رقابت پذیری در صنعت بیمه توسط بیمه مرکزی | ۳۱ |
| گزارش بررسی وضعیت بازار در شرکت های بیمه از نظر انحصاری و رقابتی بودن | ۳۴ |
| وضعیت مطلوب صنعت بیمه در کشور: | ۵۷ |
| گزارش جمع بندی نظرات متخصصین در خصوص راهکارهای عملیاتی ارتقای رقابت پذیری صنعت بیمه | ۵۸ |
| منابع و مآخذ: | ۶۱ |

مقدمه:

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران به عنوان مشاور قوای سه گانه در کشور، وظیفه خود می داند در زمینه های مختلف اقتصادی بررسی لازم را به عمل آورده و اظهارنظرهای کارشناسی شده خود را ارایه نماید. به این منظور کمیسیون رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری اتاق ایران با توجه به اهمیت موضوع های مربوط به این کمیسیون با تشکیل کمیته های تخصصی، سلسله نشست هایی را در صنایع مختلف برگزار می نماید. در همین راستا نشست های مربوط به "بررسی چالش ها و فرصت های رقابت پذیری در صنعت بیمه" در حال پیگیری است.

پس از برگزاری سه نشست تخصصی در صنعت بیمه با حضور نمایندگان شرکت های مختلف در قالب کارگروه رقابت و همچنین بحث و تبادل نظرهای گسترده در کمیسیون رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری اتاق ایران و همچنین برگزاری نشست های تخصصی با صاحب نظران صنعت بیمه، ارایه گزارش های متنوعی در زمینه وضعیت رقابت و انحصار در این صنعت، گزارش حاضر جمع بندی مهمترین مواردی است که در طی این جلسات ارایه شده است که در نهایت مقرر شد این گزارش به عنوان بررسی وضع موجود، چشم انداز صنعت بیمه به عنوان وضع مطلوب و راهکارهای تحقق وضع مطلوب در صنعت بیمه در زمینه رقابت پذیری منتشر گردد. در بررسی وضع موجود در صنعت بیمه سه عامل مهم مورد بررسی قرار گرفته است: مورد اول بررسی وضعیت بهره وری شرکت های واگذار شده در فرایند خصوصی سازی که میزان اثربخشی یا افزایش رقابت پذیری شرکت های بیمه واگذار شده را بررسی می نماید. مورد دوم بررسی وضعیت مهمترین شاخص های بهره وری در صنعت بیمه تا سال ۹۵ می باشد و در ادامه وضعیت بازار صنعت بیمه از نظر میزان انحصاری و یا رقابتی بودن بررسی شده است که هر یک از این موارد از زاویه ای خاص وضعیت موجود در صنعت بیمه را بررسی می نماید. همچنین در ارتباط با وضعیت رقابت پذیری در صنعت بیمه، بیمه مرکزی فعالیت مطالعاتی انجام داده بود که به منظور تکمیل نمودن بررسی های صورت گرفته خلاصه موارد طرح شده در آن بررسی نیز در این گزارش اضافه شد. در ادامه چشم انداز صنعت بیمه در سال ۱۴۰۴ به عنوان وضع مطلوب ارایه شده است و سپس با همفکری و جمع آوری و جمع بندی پیشنهادها و ایده های صاحب نظران با استفاده از روش دلفی، راهکارهای پیشنهادی جهت تحقق و یا نزدیک شدن بیشتر به وضع مطلوب ارایه شده است.

امید است برگزاری این جلسات و انتشار شاخص های مرتبط با این صنعت و تحلیل های کارشناسی متخصصین این صنعت بتواند به توسعه هر چه بیشتر این صنعت کمک نماید.

بررسی تغییرات شاخص های بهره وری شرکت های واگذار شده در فرآیند خصوصی سازی در

صنعت بیمه

با استفاده از اطلاعات سامانه ملی اندازه گیری شاخص های بهره وری ایران

www.lrpmc.ir

پیشگفتار

پس از برگزاری هشت دوره موفق از جشنواره ملی بهره وری مرکز مدیریت بهره وری ایران به عنوان پشتیبان علمی و اطلاعاتی جشنواره، اطلاعات ۵۰۰۰ بنگاه اقتصادی را استخراج و شاخص های مالی و اقتصادی، بهره وری آنان را محاسبه نمود، کمیسیون رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران با توجه به این سابقه موفق مرکز مدیریت بهره وری ایران در دوره های گذشته جشنواره و فعالیت های گسترده در سطح کشور، جهت بررسی تغییرات شاخص های بهره وری پس از خصوصی سازی در صنعت بیمه پیشنهاد پروژه ای مطرح نمود که بر همین اساس گزارش حال حاضر آماده شد.

معرفی مرکز مدیریت بهره وری ایران

با مروری اجمالی بر گذشته نه چندان دور در وضعیت بهره وری در کشور نکته ای که می توان به آن اشاره نمود آن است که ارتقای بهره وری در سطح کل اقتصاد کشور رشد مناسب و قابل قبولی نداشته که این موضوع به ویژه در برخی از زیربخش های اقتصادی غیر قابل انکار است. مهمترین دلایلی را که برای این ناکامی در سطح ملی می توان به آنها اشاره نمود شامل چنین مواردی می باشد: عدم وجود وحدت رویه در فرآیند اجرایی در زمینه مدیریت بهره وری در زیربخش های مختلف اقتصادی، کمبود اطلاعات مناسب در سازمان ها، عدم آشنایی و نیز بی توجهی سازمان ها به مفاهیم پایه ای در ارتباط با بهره وری، پر هزینه و طولانی بودن فرآیند جمع آوری اطلاعات و اندازه گیری شاخص های بهره وری در سطح دستگاه ها و سازمانهای دولتی و خصوصی.

سامانه ملی اندازه گیری شاخص های بهره وری ایران (www.lrpmc.ir)، راهکار ارایه شده توسط مرکز مدیریت بهره وری ایران به عنوان یکی از مهم ترین زیرساخت های لازم برای رشد بهره وری در کشور از سال ۱۳۸۵ فعالیت خود را آغاز نمود. این سامانه به منظور پاسخگویی به نیاز کشور در زمینه اندازه گیری سریع و بدون صرف انرژی زیاد از نیروی انسانی در سازمان ها، در حال فعالیت بوده و امکان انجام تجزیه و تحلیل های مناسب از طریق مقایسه روند عملکردی سازمان با متوسط صنعت و نیز عملکرد سازمان های رقیب را فراهم آورده است. تاکنون شاخص های بهره وری بیش از ۵۰۰۰ بنگاه اقتصادی از سال ۱۳۸۲ در قالب ۵۰ بخش اقتصادی در این سامانه اندازه گیری شده و اطلاعات موجود در این پایگاه داده سبب گردیده تا این سامانه به عنوان پشتیبان علمی و اطلاعاتی در برگزاری ادوار گذشته جشنواره ملی بهره وری مورد استفاده قرار گیرد و به پشتوانه این پایگاه داده هر ساله سالنامه آمار بهره وری، که وضعیت رشد میانگین مهمترین شاخص های بهره وری را در بین بخشهای مختلف اقتصادی نشان می دهد را منتشر می نماید. همچنین مرکز مدیریت بهره وری در قالب مرکز مشاوره خود تاکنون پروژه های موفق را در سطح ملی اجرا نموده است که از جمله آن پروژه اندازه گیری و تجزیه و تحلیل و تهیه طرح جامع بهبود بهره وری در ۲۴ شرکت زیر مجموعه سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (IMIDRO) و در بخشهای مختلف صنعت از جمله فولاد، سیمان، آلومینیوم، زغال سنگ، سنگ آهن، مس و ... در سال ۱۳۸۶، پروژه توسعه مفهوم بهره وری در شرکتهای تحت پوشش بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی، بررسی اثربخشی قانون هدفمندی یارانه ها در ۱۴ صنعت انرژی بر به درخواست مرکز تحقیقات اتاق بازرگانی ایران، بررسی سهم بخش خصوصی، شبه دولتی، دولتیدر ایجاد ارزش افزوده کشور به درخواست اتاق بازرگانی اصفهان، بررسی وضعیت، سهم هزینه نیروی کار و سهم تامین سرمایه از کل هزینه های بنگاه های اقتصادی در ۲۰ صنعت بزرگ کشور به درخواست مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی و اجرای پروژه استقرار چرخه مدیریت بهره وری، گزارش های تحلیلی و ارایه آموزش های کاربردی بهره وری در شرکت های مختلف ایرانی از جمله فعالیت های این مرکز در حوزه مشاوره مدیریت بوده است.

اهمیت مطالعه آثار خصوصی سازی

امروزه با توجه به پدیده‌هایی چون جهانی شدن، گره خوردن هرچه بیشتر کشورها در ابعاد مختلف اقتصادی و اجتماعی، پیچیده شدن بازارها و... می‌توان انتظار داشت اقتصادهایی که تنها بر پایه نظام بازار آزاد استوارند یا اقتصادهایی که تنها بر برنامه‌ریزی دولتی تکیه دارند، در مواجهه با مسائل و بحران‌های اقتصادی، دچار مشکلات جدی خواهند شد. با توجه به تجارب تاریخی می‌توان پذیرفت اقتصاد هم نیاز به بخش خصوصی دارد و هم نیازمند به دولتی سیاستگذار و ناظر بر بخش خصوصی است. در کشور ما ۷۰ تا ۸۰ درصد اقتصاد در دست دولت است و بخش غیردولتی (بازار)، نقش کوچکی را در اقتصاد ایفا می‌کند. این ترکیب نامتعادل اثرات بسیار منفی بر اقتصاد کشور دارد. آنچه که سعی در برقراری توازن بهینه در عرصه اقتصاد کشور دارد، سیاست‌های کلی اصل ۴۴ است. دور از انتظار نخواهد بود که با افزایش سهم بخش خصوصی در صنایع کشور، میزان سرمایه‌گذاری آنان در صنایع و بخش‌های مختلف کشور افزایش یابد. چنانچه این امر محقق شود، دیگر بازار مسکن محل تجمع سرمایه‌ها و پول‌های سرگردان کشور نخواهد بود و بخش‌های تولیدی و مولد اقتصاد نقش و جایگاه اصلی خود را در فرآیند توسعه و رشد اقتصادی کشور پیدا خواهند کرد. چرا که بخش خصوصی برای به‌دست آوردن سهمی در بازارهای رقابتی بین‌المللی و حفظ این سهم راهی جز نوآوری، افزایش اثربخشی، کارایی و در نهایت افزایش بهره‌وری نخواهد داشت. امری که اقتصاد دولتی فاقد آن است. خصوصی سازی، فرایندی اجرایی، مالی و حقوقی است که دولت‌های بسیاری از کشورهای جهان، از آن برای انجام اصلاحات اقتصادی و نظام اداری کشور، استفاده می‌کنند. واژه خصوصی سازی، حاکی از تغییر در تعادل بین حکومت و بازار به نفع بازار است. خصوصی سازی، شیوه‌ای برای افزایش کارایی (مالی و اجتماعی) عملیات یک مؤسسه اقتصادی است زیرا به نظر می‌رسد که مکانیسم عرضه و تقاضا و بازار در شرایط رقابتی، باعث به‌کارگیری بیشتر عوامل تولید، افزایش کارایی عوامل و تولید بیشتر و متنوع‌تر کالاها و خدمات و نیز کاهش قیمت‌ها خواهد شد. این پیش‌بینی‌ها، به دلیل مبانی تئوریک و علمی در سطح اقتصاد خرد و نیز تجربه دیگر کشورها، امری پذیرفته شده و چرایی آن قابل پاسخ و اثبات است. نکته غامض و پیچیده در خصوصی سازی، چگونگی انجام آن بویژه با توجه به مسئله انتقال مالکیت و نیز چگونگی شکل‌گیری بخش خصوصی در جامعه است. برای تحقق هر چه بهتر خصوصی سازی اقدامات زیر باید به‌طور «همزمان» صورت پذیرند:

الف- تقویت حقوق مالکیت خصوصی، تغییر ساختار شرکت‌ها، آزادسازی و مقررات‌زدایی، اصلاح مقررات، اصلاح ساختار مالی (بویژه بازار سرمایه) و بازار نیروی کار

ب- تشویق و هدایت عمومی در زمینه توسعه بخش خصوصی، به منظور تحریک رقابت و ورود تولیدکنندگان به بازار

پ- واگذاری مؤسسات عمومی دولتی به بخش خصوصی (تغییر مالکیت)

خصوصی سازی در سطح ملی، باید با اتکا بر اهداف استراتژیک خاص آغاز شود چرا که بسیاری از طرح‌ها به علت نبود اهداف استراتژیک مشخص، قابل پیگیری و قابل ارزیابی، از حرکت باز مانده و یا از مسیر اصلی خود خارج می‌شوند. اهداف تبیین شده، می‌بایستی بدون تعارض و تداخل منفی و در قالب کوششی هماهنگ و اولویت‌بندی شده تعریف شوند. اهداف استراتژیک خصوصی سازی می‌توانند توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی منطقه و کشور، حذف انحصار و گسترش رقابت، اشتغال‌زایی، توسعه فعالیت، کاهش هزینه‌های جاری شرکت‌ها، کوچک شدن اندازه دولت و... باشند. پس از تبیین اهداف، باید به دو اصل مهم افزایش سودآوری و تقویت مالکیت خصوصی توجه شود. مطالعه تاریخی فرایند خصوصی سازی در کشورهای نظیر: آلمان، انگلیس، فرانسه، روسیه، کره جنوبی، لهستان، جمهوری چک، اسلواکی و... که به لحاظ ساختار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و رفتاری، دارای

تفاوت‌هایی اساسی هستند، نشان می‌دهد که در مرحله گذر از اقتصاد دولتی به اقتصاد بازار و شکل‌گیری نظام بازار، به این دو اصل توجه شده است. آنها به فراخور زمان، مکان و شرایط، زمینه‌های زیر را فراهم کرده‌اند:

۱. اقدامات «درونی» بنگاه برای افزایش بهره‌وری و سودآوری- توسط مدیران بنگاه- نمونه اقدامات مرتبط با این زمینه عبارتند از: تقویت فرهنگ عمومی کارکنان و مدیران بنگاه، توسعه منابع انسانی، مدیریت سرمایه و افزایش بهره‌وری سرمایه، تجدید ساختار و مهندسی مجدد به منظور کاهش سطوح مدیریتی و سلسله مراتب اداری و نیز ادغام فعالیت‌های متجانس و حذف فعالیت‌های موازی، توسعه امور بین‌الملل با هدف جذب سرمایه و فناوری، بازنگری در قراردادها به منظور شفاف‌سازی و همچنین تعریف و ارائه استانداردها و شرایط خصوصی پیمان و... .

۲. ایجاد شرایط و بستر «محیطی» به عنوان «موتور» خصوصی‌سازی- توسط دولت- ما به عنوان حلقه و زیرمجموعه‌ای فراموش شده در خصوصی‌سازی کشور، بر این موارد تأکید داریم. بررسی قوانین و برنامه‌های توسعه و اقدامات خصوصی‌سازی و مکمل آن در کشور، مؤید آن است که دولت فاقد مجموعه‌ای جامع، هماهنگ و مکمل و جهت‌دار (بویژه مابین نهادها و سازمان‌ها) با اهداف و استراتژی‌های کلان خصوصی‌سازی کشور است.

اهداف کلی اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران:

باتوجه به ذیل اصل ۴۴ قانون اساسی و مفاد اصل ۴۳ اهداف کلی این قانون به شرح ذیل می باشد::

- شتاب بخشیدن به رشد اقتصاد ملی.
- گسترش مالکیت در سطح عموم مردم به‌منظور تأمین عدالت اجتماعی.
- ارتقاء کارآیی بنگاههای اقتصادی، و بهره‌وری منابع مادی و انسانی و فناوری.
- افزایش رقابت‌پذیری در اقتصاد ملی.
- افزایش سهم بخشهای خصوصی و تعاونی در اقتصاد ملی.
- کاستن از بار مالی و مدیریتی دولت در تصدی فعالیتهای اقتصادی.
- افزایش سطح عمومی اشتغال.
- تشویق اقشار مردم به پس‌انداز و سرمایه‌گذاری و بهبود درآمد خانوارها.

سوال اصلی طرح

بی تردید بررسی آثار اجرای قانون اصل ۴۴ و خصوصی‌سازی از جنبه‌های مختلف می تواند مورد بررسی قرار گیرد که البته در این پروژه با توجه به این که از اهداف اصلی اجرای قانون همانطور که در متن قانون نیز مشاهده شد افزایش بهره‌وری می باشد. از همین رو در این پروژه آثار اقتصادی اجرای این قانون مورد بررسی قرار می گیرد و لذا این موضوع که اجرای این قانون تاکنون در صنعت بیمه تا چه میزان سبب افزایش بهره‌وری شده و رقابت‌پذیری در کدامیک از شرکت‌های بیمه تحت تاثیر اجرای قانون خصوصی‌سازی قرار گرفته است، و هر یک از شرکت‌های دولتی پس از خصوصی‌سازی به چه میزان از در حوزه بهره‌وری تاثیر پذیرفته‌اند، پرسش‌های اصلی این پروژه می باشد به همین منظور جهت اجرای این طرح سعی شده بر اساس دستور العمل‌های سازمان بهره‌وری آسیایی شاخص‌های بهره‌وری بنگاه‌های اقتصادی صنعت بیمه تعریف، اندازه‌گیری، تورم‌زدایی، تجزیه و مورد تحلیل قرار گیرد.

بخش اول: اطلاعات پایه

تاریخچه بیمه

اولین قرارداد بیمه ای که به وجود آن پی برده اند، قرارداد بیمه حمل و نقلی است که در سال ۱۳۴۷ میلادی در شهر ژن ایتالیا منعقد شده است. بنابراین شروع فعالیت بیمه ای به معنی امروزی آن در قرن چهاردهم میلادی بوده است. در کشور ایران در سال ۱۳۱۰ شمسی فعالیت جدی در زمینه بیمه آغاز و در سال ۱۳۱۶، قانون بیمه در ۳۶ ماده تدوین شد و به تصویب مجلس شورای ملی رسید. نخستین شرکت بیمه خصوصی ایران به نام بیمه شرق در سال ۱۳۲۹ شمسی تاسیس گردید. در سال ۱۳۵۰، بیمه مرکزی ایران به منظور تنظیم و تعمیم و هدایت امر بیمه در ایران و حمایت از بیمه گذاران و بیمه شدگان و صاحبان حقوق آن ها و همچنین به منظور اعمال نظارت دولت بر این فعالیت (طبق ماده ۱ قانون تامین بیمه مرکزی ایران) به صورت سهامی تاسیس شد. بیمه مرکزی ایران با این اندیشه تاسیس شد تا نهاد نظارتی دولت در امر فعالیت های بیمه ای به منظور حفظ حقوق بیمه گذاران و بیمه شدگان باشد. تاسیس بیمه مرکزی ایران همچنین قوام بیشتری به صنعت بیمه ایران بخشید.

بیمه در ایران

فعالیت بیمه ای در ایران از سال ۱۲۸۹ شروع شد. در این سال دو موسسه روسی با نامهای نادژدا و قفقازمرکوری شروع به کار نمودند. پس از شروع به کار این دو موسسه، تا سال ۱۳۱۴ خورشیدی، در حدود ۱۳ شرکت خارجی در بازار بیمه کشور فعالیت خود را شروع نمودند که از آن جمله می توان به شرکت های آلیانس انگلیس، یورکشایر انگلیس و اینگستراخ روسیه اشاره نمود.

ایده تشکیل یک شرکت بیمه ایرانی در سال ۱۳۱۰ توسط فردی ایرانی به نام دکتر الکساندر آقایان (که سابقه فعالیت در شرکت بیمه روسی نادژدا را داشت) به علی اکبر داور، وزیر مالیه وقت مطرح شد و در ۱۵ آبان سال ۱۳۱۴، شرکت سهامی بیمه ایران با سرمایه دو میلیون تومان به عنوان اولین شرکت ایرانی بیمه تاسیس شد. داور در این روز، پس از سخنرانی کوتاهی که در افتتاحیه این شرکت داشت، منزل مسکونی خود را تحت پوشش بیمه آتش سوزی درآورد و اولین بیمه نامه صادره ایرانی، در همین روز به نام وی ثبت شد.

شرکت بیمه ایران در بدو تاسیس با مشکلات متعددی روبرو بود که از آن جمله می توان به نداشتن قرارداد اتکایی برای بسیاری از رشته های بیمه اشاره نمود. به همین دلیل، این شرکت در بدو فعالیت خود تنها به فروش بیمه نامه های آتش سوزی و حمل و نقل می پرداخت. این شرکت توانست به تدریج سایر محصولات بیمه را نیز به سبد خود اضافه نماید. علاوه بر رشته های مختلف بیمه های بازرگانی این شرکت توانست انواع بیمه های اجتماعی از قبیل بیمه کارگران را نیز در ایران پایه گذاری نماید.

پس از جنگ جهانی دوم، بسیاری از شرکت های بیمه خارجی، شعب و نمایندگی های خود را در ایران تعطیل کردند؛ چراکه بر اساس یک مصوبه قانونی، برای ادامه فعالیت در ایران می بایست ودیعه نقدی خود را تا پانصد هزار دلار افزایش می دادند. بنابراین به استثنای چند شرکت معدود، مابقی شرکت های خارجی تصمیم به ترک ایران گرفتند و به این ترتیب، از سال ۱۳۲۹، به تدریج، زمینه برای تاسیس شرکت های بیمه خصوصی ایرانی نیز فراهم شد.

با افزایش درآمدهای ارزی کشور در اواخر دهه ۱۳۴۰، بار دیگر تمایل شرکت های خارجی برای حضور در کشور افزایش پیدا کرد، در حالی که احتمال می رفت شرکت های نوپای داخلی آسیب پذیری زیادی داشته باشند. بنابراین، در سال ۱۳۵۰ بیمه مرکزی ایران به عنوان مقام ناظر دولتی در صنعت بیمه کشور، تاسیس شد و به موجب قانون تاسیس بیمه مرکزی، وظیفه تنظیم و هدایت بازار بیمه کشور را بر عهده گرفت.

تا قبل از انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷، یک شرکت دولتی، دوازده شرکت خصوصی و دو موسسه بیمه خارجی در کشور فعالیت می کردند. در ۴ تیر سال ۱۳۵۸، بنا به مصوبه شورای انقلاب، دوازده شرکت خصوصی مذکور، ملی اعلام شدند و اداره این شرکت ها به دولت واگذار شد. همچنین پروانه فعالیت دو شرکت خارجی نیز لغو شد. به موجب قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران که در آبان ۱۳۵۸ به تصویب رسید، صنعت بیمه در جوار شماری از صنایع بزرگ دیگر، به صورت مالکیت عمومی در اختیار دولت قرار گرفت.

اهمیت صنعت بیمه

در کشورهای صنعتی بیمه نقش مهمی را در ثبات وضع اقتصادی بازی می کند و در کشورهای جهان سوم نیز مزایای اجتماعی و اقتصادی بیمه شناخته شده و عملیات بیمه ای به تدریج گسترش یافته است. یک صنعت بیمه قوی با ایجاد فضای اطمینان، اقتصاد کشور را به سمت

فعالیت های مولد و تولیدی سوق می دهد. وجود یک بازار بیمه سالم، از ویژگی های اساسی رشد اقتصادی است. حق بیمه به تولید ناخالص داخلی در یک کشور، شاخصی است که معمولاً برای ارزیابی میزان اهمیت بیمه در اقتصاد، کاربرد دارد. تاثیر صنعت بیمه بر فعالیت های اقتصاد جهان از دو منظر حائز اهمیت است: ۱- نقش آن در جبران خسارت، ۲- نقش آن به عنوان یک نهاد سرمایه گذار. در سطح کلان، صنعت بیمه با ایجاد ارزش افزوده به تشکیل درآمد ملی کمک می کند. بیمه یک فرآیند واسطه گری مالی نیز است چراکه چرخه تولید برای بیمه معکوس است و پرداخت قبل از ارائه خدمات صورت می گیرد و بنابراین شرکت های بیمه در ازای ایفای تعهداتشان در قبال بیمه گذاران ذخایری گرد می آورند.

خصوصی سازی صنعت بیمه

ایده اصلی و تفکر خصوصی سازی این است که فضای رقابت و نظام حاکم بر بازار، بنگاه ها و واحدهای خصوصی را مجبور سازد تا عملکرد کارآتر و مناسب تری را نسبت به بخش عمومی داشته باشند. به نظر می رسد اگر خصوصی سازی به نحو صحیح اجرا شود، سبب افزایش کارایی، تشویق سرمایه گذار و ایجاد رشد اقتصادی خواهد شد. امروزه، صنعت بیمه یکی از ضروری ترین بخش های اقتصادی هر کشور است که وظایف و کارکردهای مهمی را به عهده دارد. موسسات بیمه از جمله نهادهای مالی اند که در کنار نقش موثر در تامین امنیت اقتصادی سرمایه، در ایجاد منابع مالی در فواصل زمانی دریافت حق بیمه و پرداخت خسارت به خصوص در بیمه های بلندمدت می توانند موجب تحرک و پویایی و توسعه بازارهای مالی شوند و با انباشت سرمایه و مدیریت روزآمد آن ها، زمینه های لازم را برای رشد اقتصادی مولد فراهم کنند. در کشور ما نیز صنعت بیمه یکی از مهم ترین عوامل حفظ و تضمین سرمایه است. این صنعت مهم از سوی دیگر با ارائه خدمات مناسب خود موجب رفاه بیشتر افراد در جامعه را فراهم می سازد. خصوصی سازی صنعت بیمه در دیدگاهی کلی، فرآیندی در جهت رسیدن به وضعیت تعادلی در فعالیت های بیمه ای بخش دولتی با سازوکار بازار است. خصوصی سازی و رقابتی شدن همراه با تدوین مقررات تازه و تقویت مدیریت و جهانی شدن برای دستیابی فکری و سازمانی از ابزار لازم برای بازسازی و شفاف سازی صنعت بیمه کشور است.

از مهم ترین اهداف حاصل از خصوصی سازی در صنعت بیمه می توان به افزایش بهره وری و رقابت پذیری صنعت بیمه، هدایت پس انداز خانوارها به سمت فعالیت های مولد اقتصادی، توسعه بازار سرمایه، ایجاد امنیت اقتصادی، ایجاد بازارهای اقتصادی سالم و همسویی صنعت بیمه با برنامه های کلان توسعه اشاره کرد. یکی از عوامل مهمی که بیمه گران را به سوی انگیزه بیشتر جهت ارائه خدمات متنوع رهنمون می سازد، فعالیت در محیط رقابتی است. دولتی بودن شرکت های بیمه و نبود شرایط کافی برای رقابت از ضعف های صنعت بیمه به شمار می رود. با توجه به این که رشد صنعت بیمه در هر کشور بیانگر توسعه یافتگی آن کشور و افزایش پس اندازهای ملی (ناشی از حق بیمه های دریافتی) است، لذا افزایش رقابت که در نتیجه خصوصی سازی صنعت بیمه ایجاد می شود، می تواند به تنوع و توسعه خدمات و فعالیت های بیمه ای، افزایش شاخص های کارایی صنعت بیمه، تعدیل مقررات مانع خصوصی سازی، افزایش تخصیص و بهره وری نیروی کار و شفافیت اطلاعات و غیره منجر شود.

اهمیت بررسی شاخص های بهره وری جهت مطالعه وضعیت صنعت بیمه

بهره وری معیاری برای ارزیابی عملکرد نظامها و تعیین میزان موفقیت یا ناکامی در رسیدن به اهداف نظام با توجه به مصرف منابع است. اگرچه امروزه مفهوم آن فراتر از یک معیار کمی مطرح شده است، اما از اهمیت اندازه گیری کمی بهره وری کاسته نشده و بعنوان مهمترین شاخص در ارزیابی عملکرد، دارای کاربرد وسیعی است. بهره وری شاخصی است که با استفاده از آن می توان پیوند میان مهارتها و انگیزه، منابع انسانی، تکنولوژی، مواد اولیه، سرمایه، مدیریت و شرایط محیطی را تحلیل و بررسی کرد.

بر اساس نظریه های اقتصادی، رشد ارزش افزوده و به تبع آن رشد تولید ناخالص داخلی در یک اقتصاد، از طریق دو منبع میسر است: افزایش نهادهها (تعداد شاغلان و انباشت دارایی های ثابت) یا بهبود کیفیت ماشین آلات تولید و اصلاح ساختار مدیریت. در اقتصاد سنتی، برخورداری از عوامل تولیدی بیشتر (سرمایه فیزیکی، سرمایه مالی و مواهب طبیعی) مبنای دستیابی به سطح توسعه بالاتر اقتصادی به شمار می رفت. لذا، به هنگام بررسی اختلاف درآمد کشورها، به "شکاف عوامل" موجود میان آنها توجه می شد. بهره گیری از این مولفه اگرچه مناسب به نظر می رسد، گاهی مشکلاتی را در تفسیر پدید می آورد. چراکه به نظر می رسد عاملی فراتر از دارایی های فیزیکی، تعیین کننده سطح توسعه کشورها باشد. پیشرفت سطح علوم و فنون و ورود به فضای اقتصاد نوین باعث شد تا این مساله اهمیت بیشتری یابد؛ به نحوی که در فضای جدید اقتصادی، علاوه بر شکاف عوامل، شکاف مولفه هایی همچون سرمایه انسانی، شدت دانش بری فرآیندهای تولیدی و سرمایه گذاری با فناوری بالا و در یک معنا "شکاف دانش" مورد تاکید واقع شد. ورود این مولفه به تابع تولید، زمینه های انتقال تابع تولید را فراهم آورد و بنابراین به عنوان مولفه اصلی مورد نظر واقع شد. در اقتصاد نوین عامل اصلی تولید، نوآوری و دانش است که با تاثیرگذاری بر سطح "بهره وری" باعث بهبود وضعیت اقتصادی می شود. بهره وری

شاخصی است که از تقسیم خروجی به عوامل تولید حاصل می‌شود و مبین درجه توفیق کشورها در مدیریت منابع، کارایی و اثربخشی است. بهبود این شاخص که در معنای عمومی، به صورت "بهره‌وری کل عوامل" یا (TFP) خوانده می‌شود، زمینه‌ساز بهبود شرایط (۱) قیمت‌ها؛ (۲) توان رقابت ملی؛ (۳) سطح رفاه اجتماعی است و در عین حال پایداری رشد را نیز تضمین می‌کند. به صورت کلی‌تر می‌توان گفت، در راستای ارتقای توان رقابت بنگاه‌های یک کشور و ارتقای رقابت‌مندی ملی باید از مسیر بهبود بهره‌وری گذشت. زیرا، تنها کسانی که می‌توانند در میدان رقابت باقی بمانند که فعالیت‌های خود را به بهره‌وری بیشتر سامان دهند و این امر مستلزم توجه به مجموعه‌ای از عوامل بیرونی و درونی بنگاه‌ها است. عوامل یا مؤلفه‌های درونی آندسته از متغیرها هستند، که در اختیار بنگاه بوده و بنگاه آن‌ها را تعیین می‌کند. این مؤلفه‌ها عبارتند از: ۱- عوامل سخت که شامل نوع محصول، تجهیزات و ماشین‌آلات به کار رفته در فرآیند تولید، سطح فناوری، مواد اولیه به کار رفته در فرآیند تولید می‌باشد؛ ۲- عوامل نرم که شامل افراد، سازمان‌ها، زیر سیستم‌ها، روش‌های کار و نیز شیوه‌های مدیریت است. عوامل یا مؤلفه‌های پیرامونی شامل آن دسته از متغیرها است، که بنگاه‌ها توان تأثیرگذاری بر آن‌ها را ندارند؛ هرچند که این متغیرها بر فعالیت بنگاه تأثیرگذارند. چالش‌های هر یک از حوزه‌های فوق می‌تواند بهبود بهره‌وری را در سطح کلان و خرد مختل نماید و مانع ارتقای رقابت‌مندی ملی و نهایتاً رشد و توسعه اقتصادی کشورها شود. در حال حاضر، بهره‌وری در کشورهای توسعه‌یافته سهم بیشتری از رشد اقتصادی را در مقایسه با کشورهای در حال توسعه به خود اختصاص می‌دهد. به طور مثال، طبق آمارهای موجود متوسط سهم بهره‌وری کل عوامل از رشد اقتصادی در ۱۲ کشور توسعه یافته برابر با ۴۹ درصد است؛ حال آنکه همین نسبت در ۲۰ کشور در حال توسعه به طور متوسط برابر با ۳۱ درصد می‌باشد. به عبارت دیگر، مشخص می‌شود که رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه بیشتر نهاده‌محور است؛ حال آنکه قریب به نیمی از رشد کشورهای توسعه‌یافته را رشد بهره‌وری تشکیل می‌دهد. این بدان معناست که اگر مؤلفه بهره‌وری وجود نداشت و کشورهای توسعه‌یافته خواستار حفظ سطح رشد فعلی خود بودند، باید دو برابر هزینه می‌کردند و این امر در شرایط محدودیت امکانات و منابع کار دشواری است. در اقتصاد ایران، با توجه به سهم بالای صادرات نفتی در درآمدهای ارزی کشور و نوسان قیمت نفت در بازارهای جهانی، لازم است درآمد ارزی کشور از نظر اقتصادی و سیاسی از ثبات برخوردار شود. بر این اساس، ضرورت دارد که صادرات کشور متنوع شود و لازمه این تنوع افزایش توان رقابت‌پذیری اقتصاد ایران است. این مهم تنها از طریق ارتقای شاخص بهره‌وری کل عوامل که در بهبود فناوری و دانش فنی، نوآوری، فنون مدیریت برتر، منافع حاصل از تخصص‌گرایی، افزایش کارایی، آموزش و مهارت و تجربه کارکنان، امنیت، دموکراسی و ... تبلور می‌یابد، قابل دستیابی است. بنابراین ما با مساله مهمی روبرو هستیم؛ مساله‌ای که توجه همگان باید به آن جلب شود. در واقع ما کیمیای بهره‌وری داریم یعنی کلیدی است که تمام مشکلاتمان را حل می‌کند و راه‌حل مشترک تمام مسایل و مشکلات ما محسوب می‌شود. این مساله به خوبی در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله مورد توجه قرار گرفته است. در این سند آمده که در چشم‌انداز ایران باید از یک اقتصاد نهاده‌محور به یک اقتصاد دانش‌محور (بهره‌وری‌محور) تبدیل شود. برای تحقق این مهم ضرورت دارد که ابتدا بدانیم وضع موجود چیست و با وضع مطلوب چه میزان فاصله دارد، سپس مشخص شود که راهبرد مناسب حرکت از وضع موجود به وضع مطلوب چگونه باید تدوین شود. همچنین افزایش بهره‌وری در سطح ملی موجب بالا رفتن سطح زندگی مردم، کاهش تورم و ایجاد توان رقابت ملی در بازارهای جهانی می‌شود. افزایش بهره‌وری ملی برآیند افزایش بهره‌وری در سازمانها، مؤسسات و بنگاههای اقتصادی است و سطح آن را می‌توان به عنوان معیاری برای سنجش پیشرفت و توسعه یک کشور در مقایسه با سایر کشورها در نظر گرفت. در سطح سازمانها و مؤسسات نیز بهره‌وری محور اصلی رقابت و میزان کیفیت ترکیب مناسب عوامل تولید برای ایجاد ارزش بیشتر است. لذا اندازه‌گیری بهره‌وری از دو بعد می‌تواند مورد استفاده واقع شود. نخست نشان دادن روند تغییرات شاخصهای بهره‌وری طی ادوار زمانی برای یک مؤسسه، که سازمانها را برای تحلیل علل کاهش یا افزایش بهره‌وری در زمینه‌های اندازه‌گیری کمک می‌کند، و دوم مقایسه بهره‌وری بین سازمانها و مؤسسات دیگر به منظور یافتن موقعیت نسبی است که می‌تواند برای برنامه‌ریزی‌های آینده در مورد محصول، فرآیند، بازار و غیره در محیط رقابتی مؤثر واقع شود. برای ممکن ساختن مقایسه شاخص‌های بهره‌وری بین مؤسسات و در سطح بخشهای مختلف فعالیتهای اقتصادی، نیاز به تدوین و به کارگیری شاخصهای یکسانی می‌باشد. به طور کلی هدف از تهیه این طرح به شرح زیر است:

۱. استفاده از اندازه‌گیری بهره‌وری به عنوان ابزاری برای برنامه‌ریزی و توسعه اقتصادی و ایجاد ارتباط بین اقدامات مرتبط با بهره‌وری در سطح مؤسسات و زیر بخشها با برنامه‌های کلان اقتصادی.

۲. اندازه‌گیری و تحلیل تغییرات و روندهای بهره‌وری در زمینه‌های کلیدی انتخاب شده و سپس بررسی بهره‌وری و عوامل تأثیر پذیر از آن.

۳. ایجاد امکان هدایت فنی و اقتصادی فعالیتهای رشد و توسعه صنعت بیمه از طریق استفاده مدیران و برنامه ریزان از نتایج محاسبات دقیق و جامع شاخصهای بهره وری بر اساس اصول و موازین علمی .

۴. انتخاب و توسعه معیارهای اقتصادی بهره وری و روشهای تحلیلی برای موءسسات و آموزش کارکنان به منظور استفاده از آن .

۵. مشخص شدن ارقام اطلاعاتی که در حال حاضر در دسترس نمی باشد و تحلیل موءثر آن در حال و آینده در جهت انتخاب و توسعه معیارهای اقتصادی بهره وری صنعت بیمه

تعاریف مهم:

تعریف بهره وری

واژه بهره وری ترجمه اصطلاحی کلمه لاتین (PRODUCTIVITY) به معنی باروری و سودمندی و استعداد تولیدی می باشد. اولین بار این واژه در مقاله ای از کس نی (QUESNAY) در سال ۱۷۶۶ در حدود ۲۴۰ سال پیش بکار برده شد و ۷۰ سال بعد از آن در سال ۱۸۳۳ میلادی فردی بنام لیتره (LITRE) بهره وری را قدرت تولید تعریف کرد. بعبارتی بهره وری یعنی: قدرت تولیدی، باروری و مولد بودن. در اوائل قرن بیستم از این کلمه تعریف مناسب تری ارائه شد: بهره وری برابر است با نسبت خروجی به یکی از عوامل تولید. در سال ۱۹۰۰ فردی بنام ارلی بهره وری را ارتباط بین بازده و وسایل بکار رفته برای تولید این بازده عنوان کرد. در سال 1950 سازمان همکاری اقتصادی اروپایی یا OECD تعریف کاملتری از بهره وری به این شرح ارائه داد:

بهره وری خارج قسمت بازده به یکی از عوامل تولید است. بدین ترتیب می توان از بهره وری سرمایه، بهره وری سرمایه گذاری، بهره وری مواد خام، بسته به این که بازده در ارتباط با سرمایه، سرمایه گذاری یا مواد خام و غیره مورد بررسی قرار گیرد نام برد. دیوسیسی 1955: تغییراتی که میزان محصول بر اثر منابع بکار رفته ایجاد می شود. فابریکت در سال 1962 بیان کرد همیشه نسبت بین بازده و نهاده بهره وری است و در نهایت سومانت در سال ۱۹۷۹ بهره وری را این گونه تعریف کرد: نسبت بازده ملموس به نهاده های ملموس.

تعاریف سازمان های مهم متولی بهره وری در دنیا

آژانس بهره وری اروپا (EUROPEAN PRODUCTIVITY AGENCY) بهره وری را اینگونه تعریف می کند :

۱. بهره وری درجه استفاده مؤثر از هر یک از عوامل تولید است .

۲. بهره وری در درجه اول یک دیدگاه فکری است که همواره سعی دارد آنچه که در حال حاضر موجود است بهبود بخشد .

بهره وری مبتنی بر این عقیده است که انسان می تواند کارها و وظایفش را هر روز بهتر و با اخذ نتایج برتر از روز پیش به انجام رساند.

مرکز بهره وری ژاپن (JPC) :

هدف از بهبود بهره وری عبارتست از به حداکثر رسانیدن استفاده از منابع نیروی انسانی، تسهیلات و غیره به طریقه علمی و با کاهش هزینه های تولید، گسترش بازارها، افزایش اشتغال و کوشش برای افزایش دستمزدهای واقعی و بهبود معیارهای زندگی آنگونه که به نفع کارکنان، مدیران و مصرف کنندگان باشد.

تعریف رقابت پذیری

رقابت پذیری با تعبیر توانمندی و تمایل ورود به رقابت تعریف شده است. در مقیاس خرد، رقابت پذیری به ارزشی که یک محصول در مقایسه با رقیب برای مشتری می آفریند بازمی گردد. و این امر به دو عامل بستگی دارد: میزان مطلوبیت های برآورده شده از تملک یا تصرف یک محصول برای مشتری (منافع) و میزان هزینه ایجادشده از تملک یا تصرف آن محصول برای مشتری. سرآمدی در هر یک از این دو عامل سازمان را رقابت پذیر نموده، به مزیت رقابتی سازمان در بازار محصول منجر می شود. یک سازمان برای موفقیت علاوه بر پاسخگویی مناسب به بازار رقابتی محصول (کالا و خدمات) باید پاسخگوی بازار سرمایه نیز باشد، برای این منظور باید هزینه این استراتژی ها برای تولیدکننده و سود عملیاتی شرکت برای سهامداران قابل پذیرش باشد. این عامل به مزیت رقابتی در بازار سرمایه منجر می شود. تعاریف دیگری نیز از رقابت پذیری ارائه شده است. بر مبنای دیدگاه پورتر، مهم ترین هدف اقتصادی ملت ها ایجاد استاندارد بالای زندگی برای شهروندان است که این استاندارد توسط میزان بهره وری در استفاده از منابع به کار گرفته شده در امر تولید و تجارت تعیین می گردد. درواقع، همین عامل است که وضعیت رقابت پذیری کشورها در صنعتی خاص را تعیین می کند. فیور رقابت پذیری را توانایی وادار کردن مشتری به انتخاب پیشنهادهای شرکت در مقابل پیشنهادهای رقیب تعریف

کرده اند. از دیدگاه شورچولو، از مشخصه های دنیای امروز، تغییرات سریع و مداوم در محیط اقتصادی جهان است که حاصل آن شکل گیری رقابت شدید در اقتصاد جهانی است. مجمع اقتصاد جهانی (WEF) رقابت پذیری را توانایی اقتصادی ملی در پایداری رشد و یا حفظ استاندارد زندگی (درآمد سرانه) می داند. از نظر سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) رقابت پذیری توانایی یک ملت در تولید کالاها و خدمات برای ارائه در بازارهای بین المللی و به طور همزمان حفظ و یا ارتقای سطح درآمد شهروندان در بلندمدت است. کنفرانس سازمان ملل در توسعه و تجارت (UNCTAD) معتقد است که واضح ترین نگرش به رقابت پذیری از مسیر مقایسه عملکرد اقتصاد کلان و اقتصاد زندگی جامعه بر اساس بهره وری عوامل تولید به دست می آید. مفهوم دقیق رقابت پذیری در این دیدگاه توانایی کشورها در فروش محصولاتشان در بازارهای جهانی است. موسسه مدیریت توسعه (IMD) بر این تاکید می کند که رقابت پذیری ملی به مفهوم اجتماع ساده بنگاه های انفرادی نیست، بلکه نتیجه عوامل متعددی نظیر نحوه هدایت اقتصاد توسط دولت، سیاست های اجتماعی و سازوکارهای ایجاد ارزش است. درواقع، رقابت پذیری به مفهوم توانایی کشور در ایجاد ارزش افزوده و افزایش ثروت جامعه به وسیله مدیریت دارایی ها و ایجاد جذابیت هاست. در مجموع، می توان رقابت پذیری را توانایی یک بنگاه در ثابت نگه داشتن یا افزایش سهم خود در بازارهای ملی و بین المللی با استفاده از ابزارهای مختلف و به روز تعریف کرد.

تعریف شرکت های دولتی، شبه دولتی و خصوصی

مفهوم عام و گسترده، خصوصی سازی (Privatization) در صنایع دولتی « کاهش فعالیت های اقتصادی دولت و یا از میان برداشتن همه فعالیت های اقتصادی دولت » است. در مفهوم خاص و محدود، خصوصی سازی به معنی « واگذاری مالکیت صنایع دولتی به بخش خصوصی » است. عموماً دو دلیل و یا دو هدف برای واگذاری صنایع دولتی به بخش خصوصی ارائه می گردد:

۱- کاهش مسئولیت های دولت و خارج سازی صنایع دولتی از حیطه مدیریت دولت.

۲- کاهش بار مالی صنایع دولتی بر بودجه کشور.

جهت تحقق هدف اول، انتقال مدیریت صنایع دولتی به بخش خصوصی در صورتی میسر می باشد که بیش از پنجاه درصد سهام این صنایع به بخش خصوصی فروخته شود و جهت عملی نمودن هدف دوم می بایست تمام صنایع دولتی بدون سود و همراه با ضرر سالیانه به بخش خصوصی عرضه گردد. طبیعتاً در صورتی که بخشی از سهام و یا تمام سهام صنایع دولتی همراه با ضرر سالیانه به بخش خصوصی فروخته شود، مدیریت آنها هم در دست بخش خصوصی واقع خواهد شد.

به زبان دیگر، برای خصوصی سازی مدیریت صنایع دولتی، فروش تمام سهام آنها به بخش خصوصی ضرورت ندارد، بلکه تامین تغییر مدیریت از دولتی به خصوصی هم از انواع خصوصی سازی صنایع دولتی است. بدیهی است که خصوصی سازی در مفهوم عام تأثیرات و پیامدهای بیشتری را در اقتصاد به دنبال دارد و در صورتی که در ارتباط با تولید در چارچوب مفهوم عام و گسترده عمل شود، تولید خدمات و یا کالاها غیر دولتی خواهد بود. به عبارت دیگر، خصوصی سازی گسترده به معنی خصوصی شدن تولید و خدمات است.

برخی از صاحب نظران اقتصادی شیوه خصوصی سازی در ایران را برگرفته از الگوی خصوصی سازی در کشور چین می دانند. این افراد در تبیین الگوی چینی بیان می کنند که در آن کشور، واگذاری بخش های دولتی به بخش خصوصی، طی دو مرحله صورت می پذیرد. به این صورت که ابتدا شرکت های دولتی به مجموعه ها و شرکت های بزرگ تر واگذار شده و آنگاه مجموعه های بزرگ تر، سهام خود را در بازار بورس به مشتریان کوچک تر می فروشند. از این فرآیند به عنوان خصوصی سازی چینی نام برده می شود. براساس این شیوه، دولت در گام نخست، سهام شرکت های دولتی را در بازار بورس به شرکت های بزرگ می فروشد و این شرکت ها در مرحله دوم، سهام خود را به شرکت و بنگاه های اقتصادی کوچک تر واگذار می کنند. در این شیوه از نظر اقتصادی، استدلال این است که چون شرکت های بزرگ دارای نقدینگی و منابع مالی هستند، واگذاری سهام دولت به این شرکت ها منطقی به نظر می رسد. به عنوان مثال در کشور ما، شرکت های کوچک در بازار بورس به هیچ عنوان برای خرید سهام شرکت مخابرات، توان ندارند و منطق اقتصادی حکم می نماید که این سهام در بازار بورس به شرکت های بزرگ تر واگذار گردد.

در ایران شرکت های شبه دولتی به نمایندگی از طرف دولت وارد عرصه خصوصی سازی می شوند و به نوعی قانون را دور می زنند و کارهای دولتی را به شرکت های شبه دولتی واگذار و به عبارتی اصل مالکیت را حفظ کرده و فقط مدیریت کارها را به این شرکت ها واگذار می گردد. در واقع به

صرف این که بیان شود خصوصی سازی طی دو مرحله، با واگذاری سهام شرکت های دولتی به شرکت های بزرگ شبه دولتی صورت می پذیرد و این شرکت ها نیز، سهام خود را در مرحله بعدی در بازار بورس به شرکت های کوچک تر واگذار می نمایند جهت خصوصی سازی کافی نمی باشد، بنابراین این نوع خصوصی سازی اجرا شده، منطقی نمی باشد.

در فرآیند خصوصی سازی ایران، ممکن است موضوع شرکت های شبه دولتی بیشترم طرح می باشد در حالی که طبق قانون، نهادهای عمومی غیردولتی ذکر گردیده و امر واگذاری ها نیز می بایست به نهادهای غیردولتی صورت پذیرد و این نهادها طبق قانون، می توانند در فرآیند خصوصی سازی وارد چرخه اقتصادی بازار شوند. در مورد برخی سازمان های شبه دولتی در کشور همانند صندوق بازنشستگی کشوری، سازمان تامین اجتماعی یا بعضی دیگر از نهادهای غیردولتی که دارای نقدینگی کافی هستند و می توانند وارد بازار بورس شوند، از نظر اقتصادی، منطق حکم می نماید که در گام نخست سهام شرکت های دولتی به این مجموعه ها واگذار شود. به عبارت دیگر این مجموعه ها در بازار بورس باتوجه به توان مالی که دارند از قدرت بیشتری برای خرید سهام شرکت های دولتی برخوردار هستند و طبیعی است که این مجموعه ها در مراحل بعدی، سهام خود را به شرکت ها و بنگاه های اقتصادی کوچک تر واگذار می کنند.

بنابراین اگر بحث واگذاری سهام شرکت های دولتی به مجموعه های دیگر با روش واگذاری سهام های دولتی در کشور چین مقایسه گردد، این یک قیاس شکلی است و از نظر محتوایی می بایست متناسب با قوانین کشور صورت پذیرد. اما برخی از کارشناسان از نحوه خصوصی سازی دو مرحله ای به شکل کشور چین به عنوان گذر از اقتصاد دولتی به شبه دولتی یاد می کنند که اگر به درستی مدیریت و نظارت نشود، فقط واگذاری سهام یک شرکت از بخش دولتی به بخش دیگر آن صورت گرفته است به عنوان مثال، وقتی دولت تعدادی از شرکت های خود را به سازمان تامین اجتماعی یا صندوق های بازنشستگی واگذار می نماید، این مجموعه ها، خود در واقع دولتی هستند، بنابراین اهداف خصوصی سازی با این نگرش در جامعه محقق نخواهد شد. برخی آمارها هم نشان می دهد که بخش زیادی از سهام شرکت های دولتی در فرآیند خصوصی سازی به نهادهای شبه دولتی واگذار شده است .

بنابراین تقسیم بندی شرکت های فعال در کشور به دو بخش خصوصی و دولتی امری غیر واقع است و به نظر می رسد تعداد کثیری از شرکت ها در مرحله گذار از دولتی به خصوصی بوده که در این پروژه شبه دولتی نامیده می شوند.

بر اساس تعریف پیشنهادی بر طبق جدول زیر شرکت های دولتی، شبه دولتی و خصوصی به صورت زیر تعریف شده اند:

| شرکت دولتی | شرکت شبه دولتی | شرکت خصوصی | پایه گذار |
|------------|----------------|------------|--------------|
| دولت | دولت | بخش خصوصی | اداره کننده |
| دولت | بخش خصوصی | بخش خصوصی | سهامدار غالب |
| دولت | بخش خصوصی | بخش خصوصی | |

براساس تعاریف ارایه شده ارزش افزوده بنگاه های اقتصادی تقسیم گردیده است که لازم به ذکر است بنگاه های اقتصادی که اطلاعات آنها در پایگاه داده این مرکز موجود می باشد شامل ۵۰۰۰ بنگاه اقتصادی در قالب ۵۵ گروه (بر مبنای تقسیم بندی آیسیک) می باشد که مجموع ارزش افزوده این پایگاه داده در بخش صنعت و معدن در حدود ۶۰٪ کل ارزش افزوده این بخش و مجموع ارزش افزوده بنگاه های موجود در پایگاه داده در بخش موسسات مالی و پولی در حدود ۸۰٪ کل ارزش افزوده در این بخش می باشد. بر همین اساس در این گزارش سهم هر یک از شرکت های شبه دولتی و نیز شرکت های خصوصی در کل ارزش افزوده هر بخش تعیین شده و همچنین از آنجایی که هدفگذاری سالیانه بر روی میزان رشد شاخص ارزش افزوده و شاخص های بهره وری در بخش های مختلف اقتصادی در برنامه های چهارم و پنجم توسعه وجود دارد لذا در این گزارش میزان رشد ارزش افزوده و شاخص های بهره وری هر یک شرکت های بیمه مورد بررسی قرار گرفته است.

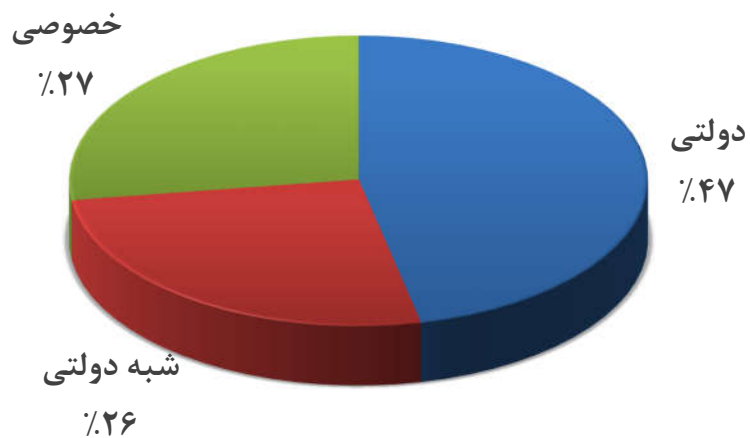
تفکیک شرکت های بیمه از منظر خصوصی و شبه دولتی و دولتی:

| ردیف | نام شرکت | نوع | ردیف | نام شرکت | نوع |
|------|---------------|-----------|------|---------------|-------|
| ۱ | بیمه ایران | دولتی | ۱۱ | بیمه کارآفرین | خصوصی |
| ۲ | بیمه آسیا | شبه دولتی | ۱۲ | بیمه ملت | خصوصی |
| ۳ | بیمه دانا | شبه دولتی | ۱۳ | بیمه سامان | خصوصی |
| ۴ | بیمه البرز | شبه دولتی | ۱۴ | بیمه نوین | خصوصی |
| ۵ | بیمه پارسیان | خصوصی | ۱۵ | بیمه ما | خصوصی |
| ۶ | بیمه کوثر | خصوصی | ۱۶ | بیمه میهن | خصوصی |
| ۷ | بیمه رازی | خصوصی | ۱۷ | بیمه سرمد | خصوصی |
| ۸ | بیمه پاسارگاد | خصوصی | ۱۸ | بیمه حافظ | خصوصی |
| ۹ | بیمه دی | خصوصی | ۱۹ | بیمه آرمان | خصوصی |
| ۱۰ | بیمه سینا | خصوصی | | | |

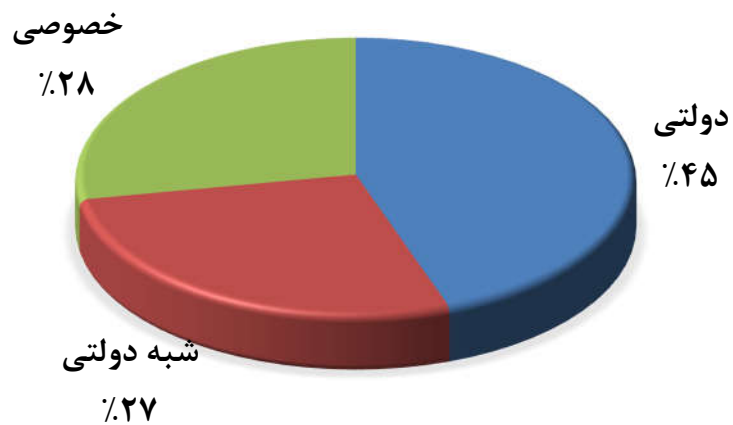
❖ شرکت های بیمه آسیا که در سال ۱۳۸۹، بیمه دانا که در سال ۱۳۹۰ و بیمه البرز که در سال ۱۳۸۹ خصوصی شده اند بر اساس تعریف به عنوان شرکت های شبه دولتی در نظر گرفته شده اند.



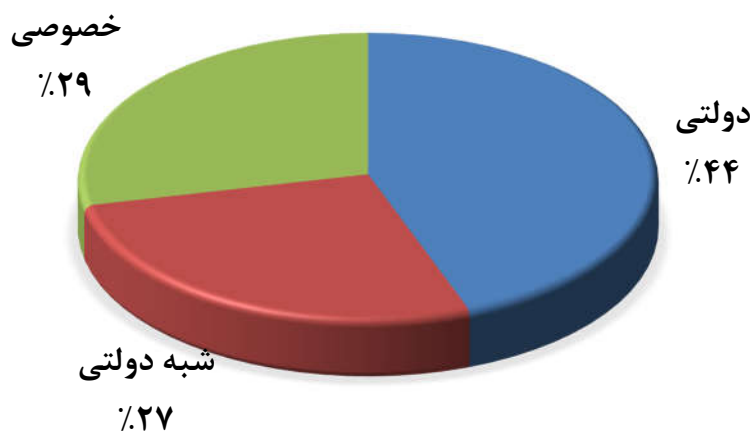
سهم در آمد بخش دولتی، خصوصی و شبه دولتی در کشور در سال ۹۳



سهم در آمد بخش دولتی، خصوصی و شبه دولتی در کشور در سال ۹۴



سهم در آمد بخش دولتی، خصوصی و شبه دولتی در کشور در سال ۹۵



نمودار های بالا: نشان دهنده ترکیب درصد سهم در آمد شرکت های بیمه فعال بخش خصوصی، شبه دولتی و دولتی

پیشینه تحقیق های صورت گرفته مرتبط با موضوع در صنعت بیمه

در ارتباط با موضوع تحقیق با توجه به جاری بودن موضوع بهره وری در کشور و اهمیت صنعت بیمه ، نمونه های فراوانی تحقیق مرتبط با بررسی صنعت بیمه انجام شده است که البته مشکلاتی بر این بررسی ها وارد می باشد که عبارتند از عدم جامعیت و جزئی نگری ، به گونه ای که این بررسی ها تنها بر روی یک بنگاه اقتصادی خاص و یا در بهترین حالت بر روی تعداد محدودی شرکت انجام شده است و از سوی دیگر به علت اینکه بررسی های انجام شده توسط اشخاص متفاوتی صورت گرفته به علت عدم استفاده از منطق و روش یکسان در این روش ها امکان مقایسه نتایج حاصل شده با یکدیگر نیز میسر نمی باشد البته برخی از مقالات نیز هم دارای جامعیت مناسب و هم از یک روش مناسب تحلیل بهره می برد که در این طرح نیز از نتایج آنان استفاده شده است..

از انجام بررسی ها یکسری نقاط ضعف و قوتی بدست آمد که با بهره گیری از این نکات چهارچوب کلی برای این مطالعه ایجاد گردید برخی از نقاط قوت و ضعف بارز مطالعات و تحقیقات انجام شده شامل موارد زیر می باشد:

- عدم اندازه گیری شاخص ها بهره وری و اقتصادی در سطح بنگاه
- بررسی سطح کلان اقتصاد و عدم اندازه گیری شاخص های مناسب و کافی در این زمینه
- عدم جامعیت و تنها در نظر گرفتن شرکت های تولید کننده یک محصول خاص و آن هم در تعداد کم و عدم اندازه گیری شاخصهای مناسب جهت تحلیل عملکرد شرکت های مورد مطالعه
- عدم اندازه گیری شاخص های متنوع و کلیدی در این مطالعات
- بررسی سطح کلان اقتصاد و عدم اندازه گیری شاخص های مناسب و کافی در این زمینه
- معطوف شدن تحقیق تنها و یک بنگاه اقتصادی

خلاصه مقالات مورد بررسی:

| | |
|---|--|
| عنوان تحقیق: آثار و پیامدهای خصوصی سازی صنعت بیمه بر ساختار دارایی ها و سرمایه گذاری های شرکت های بیمه | تاریخ: ۱۳۸۶ |
| محقق: دکتر نعیمی-فاطمه گل محمدی | دامنه بررسی: بیمه ایران، آسیا، دانا و البرز |
| هدف از تحقیق | هدف از انجام این تحقیق، یافتن یک ترکیب بهینه دارایی و سرمایه گذاری در حالت خصوصی سازی شرکت های بیمه است. |
| نتیجه گیری | سرمایه گذاری خارجی در بخش بیمه کشور جهت خصوصی سازی اهمیت بسیار دارد. |

| | |
|---|---|
| عنوان تحقیق: رقابت پذیری و نوآوری در فرآیند خصوصی سازی با تاکید بر صنعت بیمه | تاریخ: 1393 |
| محقق: امیررضا قهرمانیان | دامنه بررسی: اطلاعات سالنامه آماری بیمه |
| هدف از تحقیق | ر این مقاله مبانی رقابت پذیری و نوآوری در صنعت بیمه را که بر اساس مبانی خصوصی سازی به عنوان یک الگوی رقابت پذیری موثر در بخشهای متنوع اقتصادی محسوب میشود؛ مورد بررسی قرار گرفته است. |
| نتیجه گیری | صنعت بیمه ای که در دوره کوتاه مدت پس از خصوصی سازی در سایه رقابت و خلاقیت نه تنها به سرعت رشد نموده بلکه توانمندتر از بخش دولتی جوابگوی نیازهای متعدد صنایع عظیم و مولد بوده است و دارای قدرت نوآوری در سایه کارآفرینان در دل اقتصاد رقابتی به شمار می آید. |

| | |
|---|---|
| عنوان تحقیق: بررسی آثار خصوصی سازی صنعت بیمه بر اقتصاد ایران | تاریخ: ۱۳۸۲ |
| محقق: دکتر مصطفی سلیمی فر- اکبر باقری | دامنه بررسی: آسیا، البرز |
| هدف از تحقیق | بررسی عملکرد صنعت بیمه و تجزیه و تحلیل داده و نسبت کارایی صنعت بیمه از سال ۱۳۴۳ تا ۱۳۷۹ و بررسی برخی از کشور ها در زمینه خصوصی سازی صنعت بیمه |
| نتیجه گیری | وجود بازار انحصاری سبب کاهش خدمات بیمه ای شده است که با خصوصی سازی و ایجاد رقابت می توان شاهد شکوفایی این صنعت شد... |

| | |
|---|---|
| عنوان تحقیق: بررسی تاثیر خصوصی سازی بر رقابت پذیری صنعت بیمه ایران | تاریخ: ۱۳۹۲ |
| محقق: دکتر مهران مولولی و آرش صالحی | دامنه بررسی: مورد مطالعه: بیمه ایران استان آذربایجان غربی |
| هدف از تحقیق | بررسی تاثیر خصوصی سازی صنعت بیمه ایران بر رقابت پذیری آن می باشد روش تحقیق مطالعه حاضر از لحاظ هدف کاربردی است و از نظر روش توصیفی از نوع همبستگی می باشد |
| نتیجه گیری | در مطالعه حاضر دو پرسشنامه خصوصی سازی بیمه و دیگری پرسشنامه رقابت پذیری بیمه بوده است که پایایی هر دو ابزار بر اساس روش آلفای کورنباخ به ترتیب برابر با ۰،۹۳۶ و ۰،۸۹۶ برآورد گردیده است نتایج حاصل از آزمون فرضیه های تحقیق نشان داد که خصوصی سازی و ابعاد آن (آزاد سازی و تسهیل مقررات، تغییرات در ترکیب دارایی ها و تغییرات در سرمایه پذاری ها) بر رقابت پذیری صنعت بیمه ایران تاثیر دارند. |

| | |
|---|---|
| عنوان تحقیق: تحلیل عملکرد شرکت های واگذار شده به بخش خصوصی | تاریخ: ۱۳۸۹ |
| محقق: دکتر محمود هوشمند، محمد فرمانبر | دامنه بررسی: بخش صنعت و معدن |
| هدف از تحقیق | این پژوهش به بررسی عملکرد شرکت های واگذار شده به بخش خصوصی در ایران قبل از واگذاری و پس از آن می پردازد |
| نقاط قوت | در این پژوهش شاخص های مالی انتخاب شده که از جامعیت مناسب برخوردار می باشد. |
| نتیجه گیری | |

بررسی وضعیت شاخص های بهره وری در صنعت بیمه

طراحی و یا بازنگری شاخص های اندازه گیری بهره وری

صورت های مالی حاوی اطلاعات ارزش شمندی است که می تواند به وسیله آن وضعیت و عملکرد مالی سازمان ها را مورد تجزیه و تحلیل و تفسیر قرار داد. این صورت ها نه تنها گزارش وضعیت صنعت را در حال حاضر نشان می دهند بلکه تصویر شرکت در دوره های گذشته را نیز بازتاب می کند. از صورت های مالی - سایر سی شده تعداد زیادی اطلاعات استخراج میگردد. این داده ها و اطلاعات در صورت رعایت ضوابط ساختار یافته و معیارهای مشخص در فرآیند جمع آوری، انتقال، ذخیره سازی، اندازه گیری شاخص های عملکردی و تجزیه و تحلیل می تواند در زمینه های ارزیابی، تجزیه و تحلیل شاخص های عملکردی، شناسایی نقاط ضعف و قوت شرکت ها به کمک آید. بنابراین لازم است با تعریف داده ها و ورودی و خروجی های مناسب برای هر یک از فرآیندها و مکانیزمی برای جمع آوری و صحه گذاری اطلاعات شرایط را برای انجام تحلیل های مناسب و اثربخش فراهم آورد. به منظور تجزیه و تحلیل صحیح و مناسب هر صنعت پس از تعریف داده های مورد نیاز، شاخص های بهره وری مناسبی را تعریف نمود. داده های مورد نیاز برای اندازه گیری شاخص ها باید دارای واحد سنجش باشند و تعریف های دقیقی از آنها ارایه شود تا قابل استفاده باشد. شاخص هایی که بر اساس این داده ها اندازه گیری می شوند باید حداقل در ۴ دوره و حداکثر در ۱۱ دوره اندازه گیری شوند تا قابلیت تجزیه و تحلیل داشته باشند. برای محاسبه شاخصهای بهره وری، اطلاع از مفاهیم ورودیها و خروجیها و به عبارت ساده تر صورت و مخرج نسبتهای بهره وری، بسیار مهم و ضروری است. تعریف صحیح، علمی و استاندارد مفاهیم ورودیها و خروجیها باعث می شود تا محاسبه شاخص ها از اعتبار علمی و هماهنگی لازم در گروه های مختلف و در بررسی های مقایسه ای برخوردار شود.

سرفصل های مالی مورد استفاده در اندازه گیری شاخص های عمومی بهره وری

ارزش افزوده (Added Value)

ارزش افزوده مهمترین متغیر اقتصادی است که در محاسبه شاخص های بهره وری مورد استفاده قرار می گیرد. برای محاسبه تعداد زیادی از شاخص های بهره وری از ارزش افزوده در یکسال مالی به عنوان یکی از مهمترین خروجی ها استفاده می شود. مجموع ارزش خالص تولید در طول یکسال مالی را ارزش افزوده می نامند. به عبارت دیگر مجموع ارزشهای اضافی ایجاد شده در جریان تولید کالا و خدمات در یکسال ارزش افزوده نامیده می شود. پس ارزش افزوده به میزان ثروت ایجاد شده از کوشش های جمعی آنهاست که به کار اشتغال دارند (یعنی کارکنان) و آنهاست که سرمایه را فراهم آورده اند (یعنی سهام داران)، اطلاق میشود.

ارزش افزوده که ارزش تولید خالص بنگاه می باشد، مهمتر از ارزش ستانده کل است و تصویر گویاتری از عملکرد بنگاه را در اختیار قرار می دهد. از این رو در محاسبه بهره وری به جای عامل ارزش تولید خدمات معمولاً از متغیر ارزش افزوده استفاده می شود. ارزش افزوده را از دو روش زیر می توان محاسبه نمود:

الف) روش تولید

ارزش افزوده از تفاضل مجموع مصارف واسطه بکار رفته در جریان تولید از ارزش ستانده در طول یک دوره مالی حاصل می شود. به عبارت دیگر

ارزش مصارف واسطه - ارزش ستانده = ارزش افزوده

ب) روش درآمد (ارزش افزوده در صنعت بیمه)

چون ارزش افزوده بین عوامل ایجاد کننده آن توزیع می شود، لذا می توان آن را از جمع اقلام زیر نیز محاسبه کرد:

+ (سوبسید - مالیاتهای غیر مستقیم) + (هزینه مصرف سرمایه ثابت) + استهلاک + جبران خدمات کارکنان = ارزش افزوده
(... + هزینه تسهیلات اعتباری + سود) + مازاد عملیات

هزینه نیروی کار (LABOR COST)

هزینه نیروی کار یا مزد و حقوق پرداختی به کارکنان که به آن "جبران خدمات کارکنان" نیز گفته می شود، شامل مجموع پرداختی های نقدی و غیر نقدی خالص شرکت تحت عناوین حقوق، مزایا، پاداش، اضافه کار، حق مسکن، حق عیال، حق اولاد، لباس، خواربار و امثال آن می باشد، که به صورت مستمر و غیر مستمر در طول یکسال توسط کار فرما به کارکنان شاغل تمام وقت یا پاره وقت داده می شود. سهم کار فرما از

پرداختی به سازمان تأمین اجتماعی و سازمانهای بازنشستگی نیز در هزینه نیروی کار منظور می شود. همچنین ارزش غذا و کالاهایی که کارفرما به رایگان در اختیار کارکنان خود قرار می دهد، به قیمت تمام شده محاسبه و به هزینه نیروی کار اضافه می شود.

تعداد کارکنان شاغل (NUMBER OF EMPLOYEES)

کلیه کارکنان شاغل در سازمان اعم از رسمی، قراردادی، پیمانی، ماهر و نیمه ماهر، تمام وقت و پاره وقت و نیز کارکنان فامیلی، جزء کارکنان شاغل شرکت محسوب می شوند. برای محاسبه تعداد کارکنان از متوسط تعداد کارکنان در دوره (سال) استفاده می شود. اگر در یک شرکت بجای یک نوبت (شیفت) دو یا سه نوبت کار کند، مجموع تعداد کارکنان آن شرکت در محاسبه منظور می شود. مدیر عامل و مشاورین و اعضای هیئت مدیره که در شرکت کار می کنند و دریافتی مستقیم و یا غیر مستقیم دارند نیز جزء کارکنان شرکت منظور می شوند. بایستی توجه شود کلیه کارکنانی که بصورت مستقیم و غیر مستقیم در جریان تولید مشارکت دارند، به عنوان کارکنان شاغل منظور می شوند ولی کارکنان نیمه وقت بایستی به معادل تمام وقت خود تبدیل شوند.

ارزش کل داده ها (Total Input)

مجموع ارزش هزینه های پرداختی بنگاه اقتصادی در طول یکسال مالی شامل هزینه های نیروی کار، هزینه های مصارف واسطه، پرداختی مالیات غیر مستقیم (منهای سوپسیدهای دریافتی) و هزینه استهلاک و کارمزد پرداختی، به عنوان ارزش کل داده ها و یا

داراییهای ثابت (Fixed Assets)

مجموع ارزش داراییهای ثابت مشهود بنگاه اقتصادی با عمر مفید بیش از یکسال، شامل ساختمان، ماشین آلات، وسایل نقلیه، وسایل کار، اثاثیه اداری، کامپیوتر و مانند آن می باشد که در پایان سال مالی به قیمتهای روز محاسبه می شود. با توجه به سرفصل های مالی تعریف شده فهرست شاخص های مالی، اقتصادی و بهره وری قابل اندازه گیری به صورت سالیانه برای بنگاه اقتصادی به شرح صفحه بعد می باشد:

شاخص های اندازه گیری شده در این پروژه:

| ردیف | نام شاخص | ردیف | نام شاخص |
|------|---|------|-------------------------|
| ۷ | درصد سهم جبران خدمات در ارزش افزوده | ۲ | بهره وری نیروی کار (LP) |
| ۸ | درصد سهم هزینه سرمایه در ارزش افزوده | ۳ | بهره وری سرمایه (CP) |
| ۹ | درصد سهم سود در ارزش افزوده | ۴ | بهره وری کل عوامل |
| ۱۰ | درصد سهم هزینه تسهیلات اعتباری در ارزش افزوده | | ارزش افزوده |

بهره وری به عنوان «نسبت تولید کالاها و خدمات، یا مجموعه ای از کالاها و خدمات (خروجی)، به یک یا چند داده (ورودی) موثر در تولید آن کالاها و خدمات» تعریف شده است. ورودیها ممکن است «زمین»، «نیروی انسانی»، «سرمایه»، «انرژی»، «تکنولوژی» و غیره باشد. متقابلاً ستانده یا خروجی، مجموع ارزش کالاها و خدماتی است که در طول یک دوره مشخص (مثلاً یکسال)، در یک واحد صنعتی حاصل شده است. به بیان ساده و خلاصه بهره وری بصورت رابطه زیر تعریف می شود:

در صورتیکه در مخرج کسر فوق فقط یک نوع ورودی مانند نیروی انسانی یا سرمایه قرار گیرد، از آن به عنوان «بهره وری جزیی» نام برده می شود، مانند بهره وری کار یا بهره وری سرمایه. اما اگر مجموعه ای از ورودی های به کار گرفته شده در تولید بصورت مرکب در مخرج کسر قرار گیرد، از آن به عنوان «بهره وری کل» یا «بهره وری کل عوامل تولید» نام می برند. هر چه محاسبه

بعضی از شاخص های بهره وری جزئی ساده است ، محاسبه بهره وری کل عوامل تولید از نظر اطلاعات مورد نیاز و نحوه محاسبه با مشکلاتی همراه می باشد .^۱

بهره وری نیروی کار

نیروی کار مهمترین داده (ورودی) در تولید کالاها و خدمات محسوب می شود. بهره وری کار از تقسیم ارزش افزوده بر متوسط تعداد شاغلین یا نفر ساعت کار یک کارگاه صنعتی در طول یک دوره مالی حاصل می شود. این شاخص نشان می دهد که به طور متوسط هر نفر نیروی انسانی شاغل چه میزان ارزش افزوده ایجاد کرده است.

بعلت سادگی محاسبه و ارتباط زیاد بهره وری نیروی کار با بهره وری کل، بهره وری نیروی کار متداول ترین ابزار اندازه گیری بهره وری است و در بسیاری از مطالعات مربوط به بهره وری، " بهره وری نیروی کار " را بعنوان " بهره وری " بکار می برند. البته در استفاده از بهره وری کل با عنوان شاخص عملکرد بهره وری، بایستی در تفسیر سطح بهره وری یا تغییرات آن با احتیاط عمل کرد. در برخی از موارد ممکن است این سطح بهره وری نشان دهنده تفاوت در عوامل دیگر مانند جایگزینی سرمایه (تجهیزات و ماشین آلات) به جای نیروی کار، و یا بازگشت به مقیاس تغییر تکنولوژی باشد.

بهره وری سرمایه

بهره وری سرمایه از تقسیم ارزش افزوده ایجاد شده در یک واحد صنعتی در طول یک سال مالی، بر مجموع ارزش داراییهای ثابت در آن سال حاصل می شود. با وجود مشکلات موجود برای شناسایی داراییهای ثابت و ارزشیابی آنها به قیمتهای روز، محاسبه این شاخص اهمیت زیادی دارد. نتیجه محاسبه این شاخص نشان می دهد که در ازای هر واحد سرمایه ثابت، کارگاه چه میزان ارزش افزوده ایجاد نموده است.

بهره وری کل عوامل

هر یک از شاخصهای جزئی مانند بهره وری کار، سرمایه و ... که از حاصل تقسیم خروجی مانند ارزش افزوده بر ورودی مانند تعداد شاغلین یا سرمایه حاصل می شود، فقط عاملی برای نمایش وجهی از عملکرد اقتصادی و فنی واحد صنعتی می باشد و به تنهایی برای سنجش کارایی کلی یک واحد صنعتی و مقایسه تطبیقی واحدها با یکدیگر کافی نیست. از این رو برای تحقق هدف سنجش بهره وری کل واحدهای صنعتی، از شاخص بهره وری مرکب یا کل استفاده می کنند. بدین منظور شاخصهای مختلفی توسعه داده شده اند، که به عنوان نمونه یکی از شاخصهای مناسب برای این منظور شاخص بهره وری کل معرفی شده توسط دکتر کندریک با فرمول زیر است:

که در آن :

$$T.F.P = \frac{AV}{K\beta + L\alpha}$$

T.F.P = شاخص بهره وری کل
AV = ارزش افزوده
K = سرمایه
L = نیروی کار (یا هزینه نیروی کار)

$$\alpha = \text{ضریب کشش سرمایه در هزینه های واحد صنعتی} \quad \beta = \text{ضریب کشش کار در هزینه های واحد صنعتی}$$

تورم زدایی یکی از مراحل مهم برای بررسی عملکرد بنگاه های اقتصادی در یک صنعت می باشد. با استفاده از تورم زدایی می توان پی به این نکته برد که افزایش میزان ارزش ایجاد شده و یا مصرف شده در یک بنگاه تا چه میزان ناشی از بهبود حجم عملکردی آن سازمان و تا چه میزان ناشی از افزایش قیمت ها بوده است. از آنجاییکه در هر یک از صنایع مورد بررسی در این پروژه نرخ تغییرات قیمتی از نظر فروش محصولات و نیز هزینه های ورودی به هر صنعت متفاوت می باشد ضروری است تا با استفاده از نرخ های تورمی آرایه شده توسط بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، این تغییرات قیمتی در ارتباط با صنعت بیمه مورد بررسی قرار گیرند.

^۱ دائرة المعارف بریتانیکا

در بررسی های اقتصادی به منظور تعیین آثار سیاستهای اقتصادی، برنامه ریزی ها و سیاستگزاری های کوتاه مدت و بلندمدت استفاده از نماگرهای اقتصادی یکی از ابزارهای ضروری می باشد. یکی از این نماگرهای اقتصادی شاخص های قیمت می باشد شاخص های قیمت تغییرات قیمت کالا و خدمات عرضه شده در بازارهای مختلف و یا در مراحل مختلف تولید را در دوره زمانی معین نسبت به یک سال پایه نشان می دهد. با توجه به کاربرد و نوع بازاری که شاخص ها برای تحت پوشش قراردادن کالاهای آن بازار تعریف می شوند، شاخص های قیمتی متفاوتی وجود دارد. تغییرات متفاوت این شاخص ها بیانگر تغییرات متفاوت قیمتی در هر یک از این بازارها است.

شاخص های قیمت نظیر شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی و شاخص قیمت تولید کننده، برای نشان دادن سلامت و پیشرفت اقتصاد مورد استفاده قرار می گیرند. این سری از شاخص های قیمت نه تنها به عنوان یک نماگر اقتصادی مورد استفاده قرار می گیرند بلکه در مقام یک تعدیل کننده جهت به دست آوردن آمارهای اقتصادی کلان سری های زمانی به قیمت ثابت در حسابهای ملی به کار برده می شوند. از شاخص قیمت تولید کننده برای تعدیل جریان درآمدی جهت اندازه گیری رشد واقعی ستانده و از شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی جهت تعدیل جریانهای هزینه برای محاسبه تغییرات در هزینه زندگی استفاده می شود.

شاخص قیمت تولید کننده: در محاسبات مربوط به شاخص بهای تولید کننده سعی می شود کالاها به مراحل مختلف کاربردی (مواد اولیه، کالاهای واسطه ای و کالاهای ساخته شده) و در بخش های مختلف اقتصادی (کشاورزی، صنایع، خدمات و...) تقسیم گردد و شاخص ها در بخش های مختلف و به طور جداگانه مورد محاسبه قرار گیرند. شاخص کل از ترکیب تغییرات قیمت کالاها در بخش های مختلف به دست می آید. معمولاً شاخص قیمت تولید کننده از دو روش شاخص بهای تولید کننده با استفاده از قیمت تولید کننده و نیز شاخص بهای تولید کننده با استفاده از قیمت پایه ای محاسبه می شود. به طور کلی شاخص بهای تولید کننده، روند تغییرات قیمت ها را از دیدگاه تولید کننده و خریدار در بخش های مختلف اقتصادی مانند کشاورزی، ماهیگیری، صنعت و معدن، خدمات و ... نشان می دهد. محاسبه این شاخص از سال 1374 در دستور کار اداره آمار بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران قرار گرفت و دوره زمانی این شاخص از سال 1369 تا کنون در دسترس می باشد.

شاخص قیمت مصرف کننده: این شاخص در مقام یک نماگر مهم برای سنجش نرخ تورم و قدرت خرید پول داخلی کشور، یکی از ابزارهای مهم برای برنامه ریزان اقتصادی کشور می باشد. تهیه شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در ایران دارای سابقه تاریخی طولانی است. شاخص مزبور از سال 1315 محاسبه شده و چندین بار در تهیه ضرایب اهمیت و میزان پوشش دهی آن تجدیدنظر صورت گرفته است. این شاخص تغییرات قیمت تعداد ثابت و معینی از کالاها و خدماتی که توسط خانوارهای شهرنشین به مصرف می رسد را در دوره زمانی معین نسبت به یک سال پایه نشان می دهد.

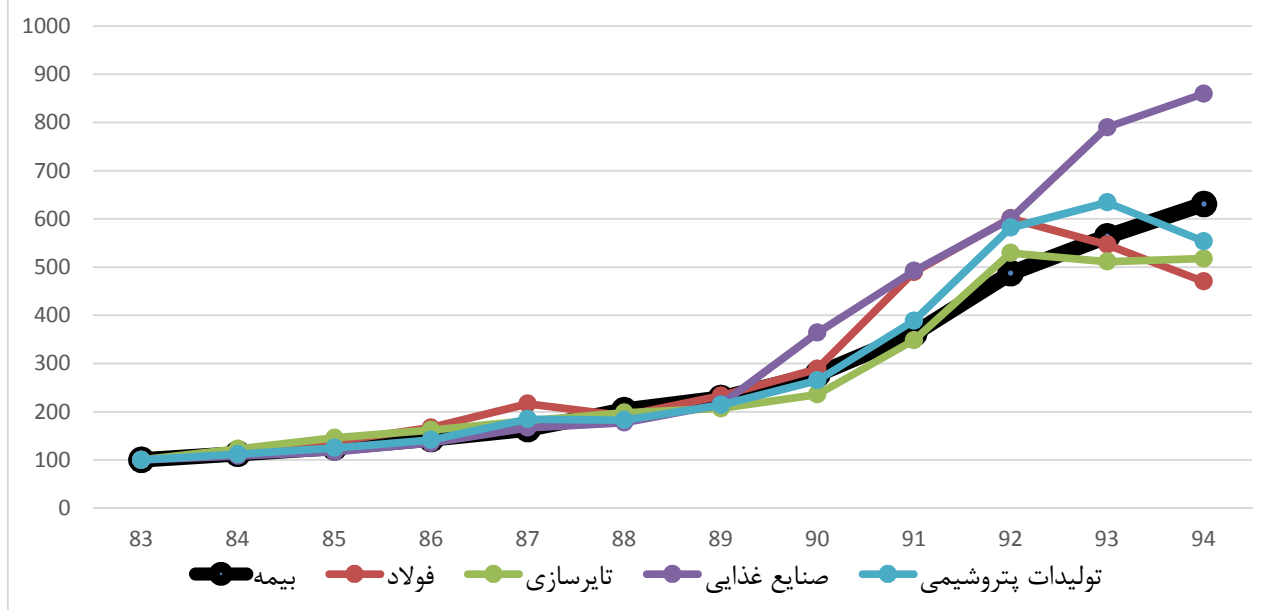
بنابراین همان گونه که بازگو شد هرچند هر یک از شاخص ها تغییرات قیمت سبب ثابتی از کالاها و خدمات را اندازه گیری می کنند، کالاها و خدمات مشمول در هر یک از شاخص ها متفاوت هستند. کالاها و خدمات مشمول در شاخص بهای تولید کننده کل ستانده بخش تولید کننده است. یعنی کلیه کالاها و خدماتی که به وسیله هر نوع تولید کننده، به عنوان مواد اولیه، مواد واسطه یا سرمایه ای و یا کالای نهایی به فروش می رسد، در این شاخص گنجانده می شود. اما در شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی تنها کالاها و خدماتی که برای مصارف مشخص توسط خانوارها خریداری می شود مدنظر قرار میگیرد.

مقایسه رشد قیمت محصولات صنایع مورد بررسی از سال ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۴

به منظور بررسی اولیه در ارتباط با اینکه در طی ۱۰ سال گذشته هر یک از صنایع مورد بررسی نسبت به یکدیگر چه میزان افزایش قیمت در محصولات خود داشته اند، براساس اطلاعات منتشر شده توسط بانک مرکزی نمودار زیر به دست آمده است:

لازم به ذکر است به منظور بررسی افزایش قیمت ها در هر صنعت سال پایه ۱۰۰ در نظر گرفته شده است.

مقایسه رشد نسبی قیمت محصولات و خدمات در صنایع مختلف



| نام صنعت | 83 | 84 | 85 | 86 | 87 | 88 | 89 | 90 | 91 | 92 | 93 | 94 |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| بیمه | 100 | 113 | 126 | 144 | 164 | 203 | 228 | 277 | 362 | 488 | 563 | 631 |
| فولاد | 100 | 119 | 138 | 167 | 216 | 192 | 233 | 289 | 489 | 601 | 547 | 470 |
| تایرسازی | 100 | 123 | 146 | 162 | 182 | 198 | 207 | 236 | 349 | 529 | 512 | 518 |
| صنایع غذایی | 100 | 108 | 117 | 135 | 167 | 177 | 215 | 364 | 492 | 600 | 790 | 860 |
| پتروشیمی | 100 | 112 | 125 | 142 | 185 | 183 | 214 | 265 | 389 | 582 | 634 | 554 |

طراحی نظام جمع آوری و صحنه گذاری اطلاعات و داده ها

راه های بسیاری برای به دست آوردن اطلاعات به منظور اندازه گیری شاخص های بهره وری وجود دارد. روشهای انتخابی اغلب هزینه، زمان، اعتبار و قابلیت اطمینان شاخص ها را می توانند تحت تاثیر قرار دهند اما در نهایت نتایج تحقیقات مورد تایید و استناد می باشد که از مرحله جمع آوری اطلاعات به طور صحیح و دقیق گذر کنند. به همین دلیل در واقع مرحله جمع آوری اطلاعات مهمترین و با ارزش ترین مرحله در میان مراحل اجرای یک طرح تحقیقاتی می باشد.

نخستین بخش از مراحل اجرای یک طرح تحقیقاتی بهره وری، جمع آوری اطلاعات می باشد. به طور کلی عملکردهای مربوط به کار در هر سازمانی به شکلی سنجیده و مستند می شوند. منابع مشخص در این زمینه عبارتند از کارکنان و سوابق اجرایی آنان، داده هایی که به طور روزانه کسب می گردند و به تدریج به اطلاعات ذخیره شده اضافه می شوند، صورتهای مالی شرکتها و ...

به منظور اندازه گیری شاخص های بهره وری ضروری است تا داده های مورد نیاز از بین انبوه اطلاعاتی که به صورت دوره ای جمع آوری می شوند انتخاب شده تا با استفاده از آنها بتوان شاخص های مورد نظر را اندازه گیری نمود. طرح های تحقیقاتی که از اطلاعات اولیه صحیح و دقیق برخوردار باشند امید به سرانجام رسیدن آنها از سایر طرح ها به مراتب بیشتر و قوی تر است. در این راستا پس از جمع آوری اطلاعات اولیه مورد نیاز از بنگاه اقتصادی برای محاسبه شاخصهای بهره وری، طرح وارد مرحله تایید و صحنه گذاری اطلاعات می گردد.

همواره وجود خطا در طرح های تحقیقاتی امری اجتناب ناپذیر می باشد و در جهت کاهش هر چه بیشتر این خطاها و اعتماد بیشتر به داده های جمع آوری شده در این مرحله، اطلاعات جمع آوری شده توسط کارشناسان بهره وری مورد بررسی و کنترل قرار می گیرد. طی این مرحله

با استفاده از منطبق نمودن اطلاعات وارد شده در سایت و اطلاعات موجود در صورت های مالی، بررسی کنترل اطلاعات بنگاه اقتصادی در ارتباط با شاخص های عمومی انجام می شود.

طراحی متدولوژی تجزیه و تحلیل شاخص های بهره وری

تحلیل شاخص های بهره وری اساساً بایستی با استفاده از یک روش سیستماتیک، ساختار یافته و جامع (Total) و با استفاده از خلاقیت و ابتکار کارشناسان انجام پذیرد.

در اینجا تا حد امکان توضیحات و راهنمایی های لازم در مورد جنبه های مختلف این تحلیل ارائه می گردد:

هنگام انتخاب شاخص های بهره وری برای تحلیل عملکرد بنگاه های اقتصادی، با توجه به لزوم بررسی کلیه جنبه های مختلف، شاخصها بصورت زیر انتخاب شده اند تا بتواند اطلاعات لازم را برای تحلیل و ارزیابی همه جوانب بهره وری سازمان فراهم آورد.

" بهره وری نیروی کار " که مهمترین عامل موفقیت سازمان است و حتی در بسیاری از سازمانها آن را بطور کلی " بهره وری " می نامند. " بهره وری سرمایه " که پس از بهره وری نیروی کار، مهمترین شاخص اندازه گیری بهره وری است و اطلاعات بسیار مناسبی برای تصمیم گیریهای مدیریت می باشد.

هر یک از شاخصهای فوق درجه مهمی را به تحلیل وضعیت بهره وری سازمان باز می کند ولی انجام این تحلیل زمانی به غنای کامل می رسد که وضعیت شاخصهای مرتبط با استفاده از بررسی ها و مطالعات کارشناسان سازمان بصورت رفت و برگشتی و در ارتباط با یکدیگر نیز مورد تحلیل قرار گیرد. البته باید توجه نمود که برای هر تحلیل الزاماً نباید از همه شاخصهای منتخب استفاده شود و در هر مورد بستگی به نیاز گروه ها مربوطه دارد.

اولین بررسی درباره سطح هر شاخص انجام می گیرد. بالا بودن یا پایین بودن هریک از شاخصها در این راهنما آورده شده است.

شاخص های بدست آمده باید با میانگین صنعت موجود مقایسه شوند و از این جهت مورد تحلیل قرار گیرند.

بررسی و تحلیل بعدی می تواند با توجه به تغییرات هر شاخص صورت پذیرد. برای مثال وقتی نسبتی پایین رود یا صورت آن کاهش پیدا کرده یا مخارج آن افزایش پیدا کرده است. کاهش صورت یا افزایش مخارج نیز به علت تغییر در اجزای متغیر مربوطه حادث می شود. مثلاً چنانچه بررسی

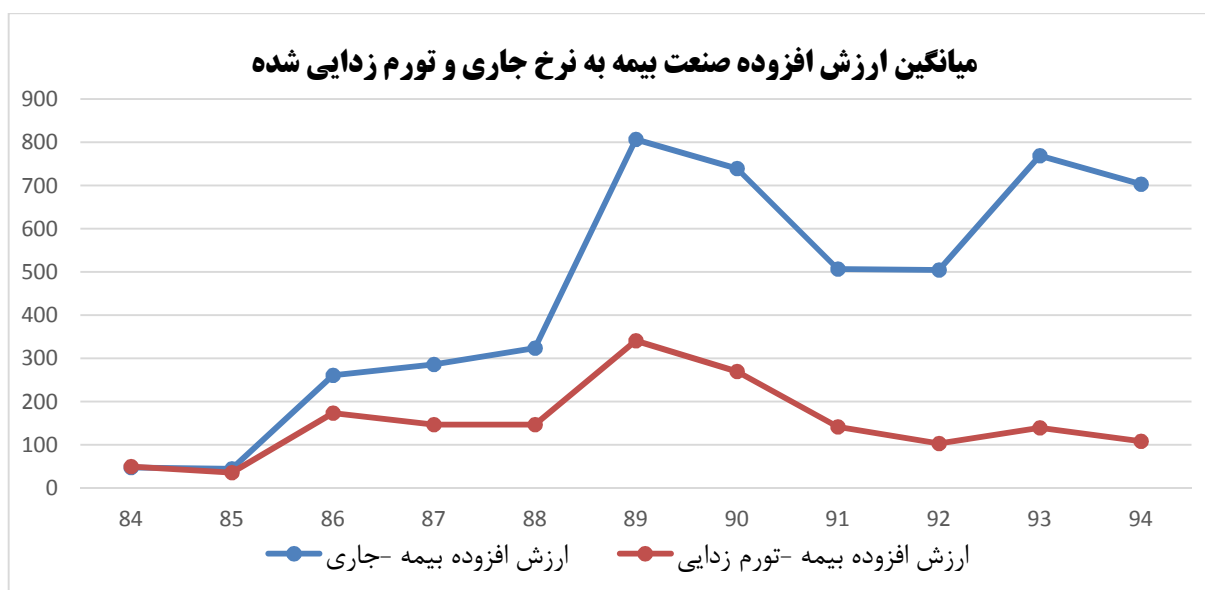
شاخص $(\frac{AV}{LC})$ ارزش افزوده، مد نظر باشد، اگر این شاخص نسبت به سال گذشته کاهش یافته باشد می توان نتیجه گرفت که یا صورت (AV) کاهش

یافته و یا مخارج (LC) افزایش یافته است و یا هر دو در صورتیکه صورت کاهش یافته باشد می توان ارزش افزوده را به اجزای اصلی آن یعنی سود عملیاتی، هزینه نیروی کار، استهلاک، مالیات غیر مستقیم و هزینه تسهیلات اعتباری تجزیه نموده و تغییرات هر یک را مورد مطالعه و تحلیل قرار داد؛ که اولاً آیا تعداد پرسنل افزایش یافته یا متوسط حقوق و دستمزد و ثانیاً آیا این افزایش در نیروی کار مستقیم بوده است یا غیر مستقیم. همچنین می توان از طریق تحلیل شاخص های دیگری که مربوط به اجزای ارزش افزوده و یا هزینه نیروی کار می شوند وضعیت دو متغیر صورت و مخارج نسبت را بیشتر مورد تحلیل قرار داد. از طرف دیگر روند کاهش یا افزایش شاخص ها وضعیت سازمان گروه ها و اثرات تصمیمات گرفته شده در دوره یا دوره های گذشته را روشن می سازد. همچنین می توان این روندها را با روند شاخص های مشابه در گروه ها دیگر اعم از داخلی و خارجی مقایسه و نتایج آن را تجزیه و تحلیل نمود. نرخ رشد (مثبت یا منفی) شاخصها نیز معرف وضعیت سازمان ها خواهد بود و مدیران میتوانند نتایج لازم را از بررسی این نرخ و مقایسه آن با نرخ رشد گروه ها مشابه و نرخ رشد صنعت یا زیر بخش مربوطه به دست آورند.



بررسی شاخص های مالی، اقتصادی و بهره وری در گروه بیمه از سال ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۴

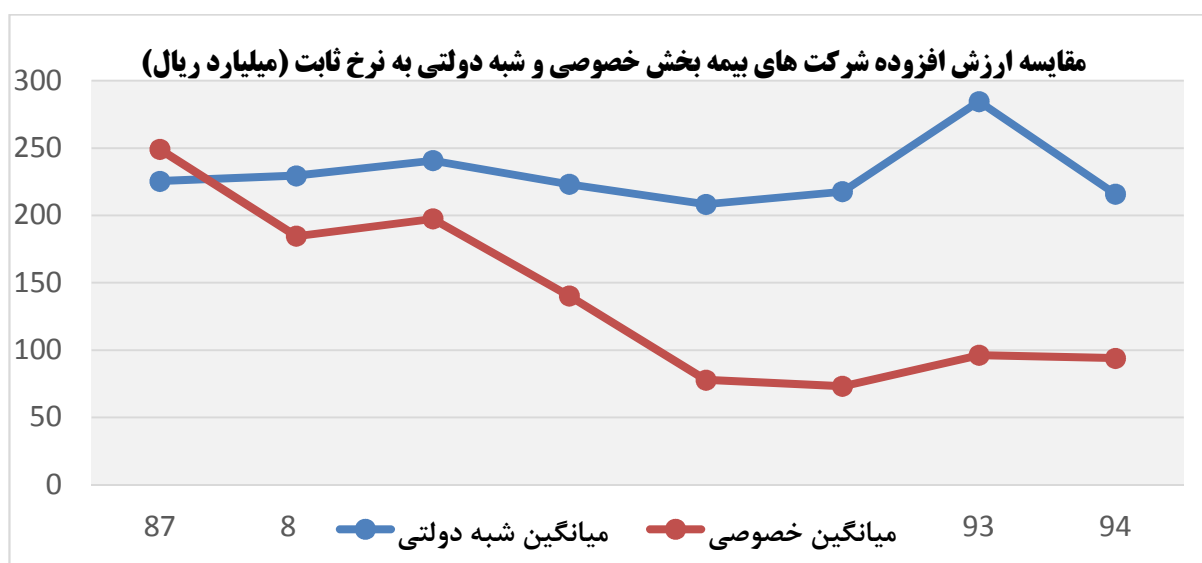
بررسی تغییرات ارزش افزوده به روش درآمد



اختلاف مقادیر تورم زدایی شده و جاری ارزش افزوده ایجاد شده در صنعت بیمه قابل ملاحظه می باشد که بر اساس آمار بانک مرکزی مقدار سال ۸۳ مبنای قرار گرفته شده است بنابراین مقادیر جاری و ثابت سال ۸۳ ارزش افزوده برابر می باشد و از ۸۴ به بعد افزایش ارزش افزوده ناشی از تورم، تعدیل شده است. بین سال های ۸۴ تا ۸۶ اختلاف معناداری بین مقادیر جاری و ثابت وجود ندارد و از این سال به بعد رشد کاذب ارزش افزوده ناشی از رشد تورم در این صنعت مشاهده می شود در واقع به صورت جاری ارزش افزوده ایجاد شده در سال ۹۴ چندین برابر ارزش افزوده در سال ۸۶ می باشد اما اگر آثار ناشی از تورم را از آن خارج نماییم مقدار ارزش افزوده ایجاد شده در صنعت بیمه نسبت به ارزش افزوده ایجاد شده در سال ۸۶ کمتر می باشد.

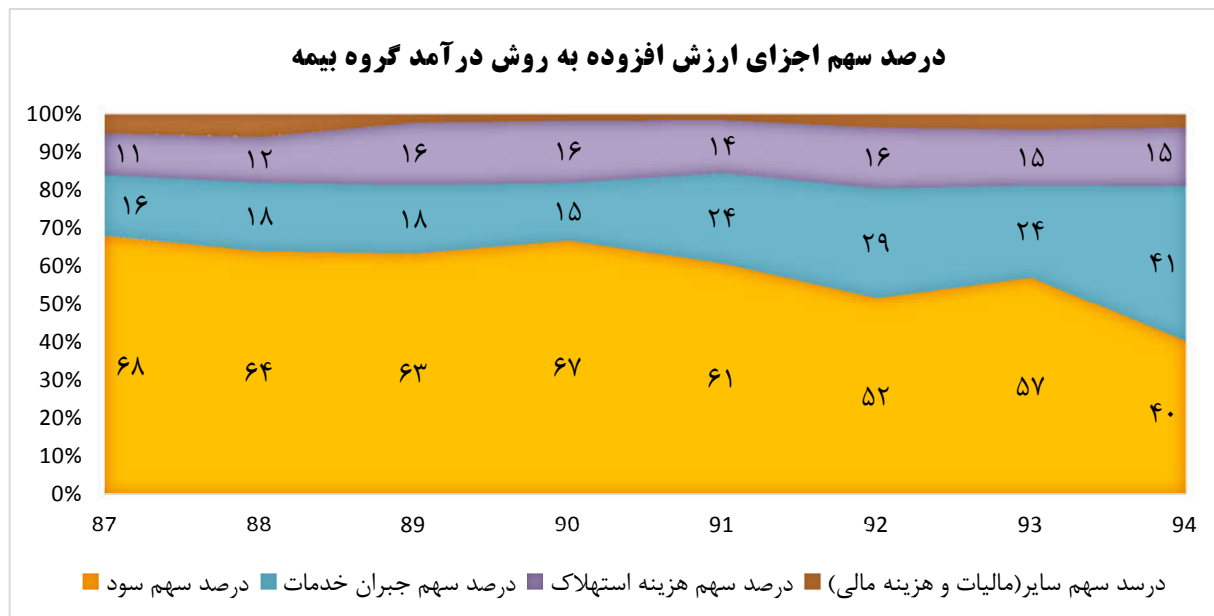
ارزش افزوده مهمترین متغیر اقتصادی است که در محاسبه شاخص های بهره وری مورد استفاده قرار می گیرد. برای محاسبه تعداد زیادی از شاخص های بهره وری از ارزش افزوده واحد صنعتی در یکسال مالی به عنوان مهمترین خروجی ها استفاده می شود. مجموع ارزش خالص تولید کالاها و خدمات در یک واحد صنعتی در طول یکسال مالی را ارزش افزوده می نامند. به عبارت دیگر مجموع ارزش های اضافی ایجاد شده در جریان تولید کالاها و خدمات در یکسال ارزش افزوده نامیده می شود. ارزش افزوده به میزان ثروت ایجاد شده از کوشش های جمعی آنهایی که در واحد صنعتی بکار اشتغال دارند (یعنی کارکنان) و آنهایی که سرمایه موسسه را فراهم آورده اند (یعنی سهامداران) ، اطلاق می شود.

نحوه محاسبه: ارزش افزوده = (سود پس از کسر مالیات + جبران خدمات + هزینه استهلاک + هزینه تسهیلات اعتباری + مالیات)



با توجه به نمودار فوق، مقدار ارزش افزوده ی شرکت های شبه دولتی گروه بیمه از سال ۸۷ به ۸۹ در حال افزایش می باشد، به طوری که میانگین ارزش افزوده ایجاد شده در صنعت در سال ۸۷ نسبت به سال ۸۹، ۴۰ درصد رشد داشته است. همچنین ارزش افزوده شرکت های خصوصی در صنعت بیمه از سال ۸۷ به ۹۴ کاهش یافته است. شرکت های شبه دولتی پس از گذر مدیریت دولتی به شبه دولتی با کاهش ارزش افزوده مواجه شده اند که این کاهش بین سال های ۸۹ تا ۹۲ اتفاق شده است.

بررسی درصد سهم اجزای ارزش افزوده

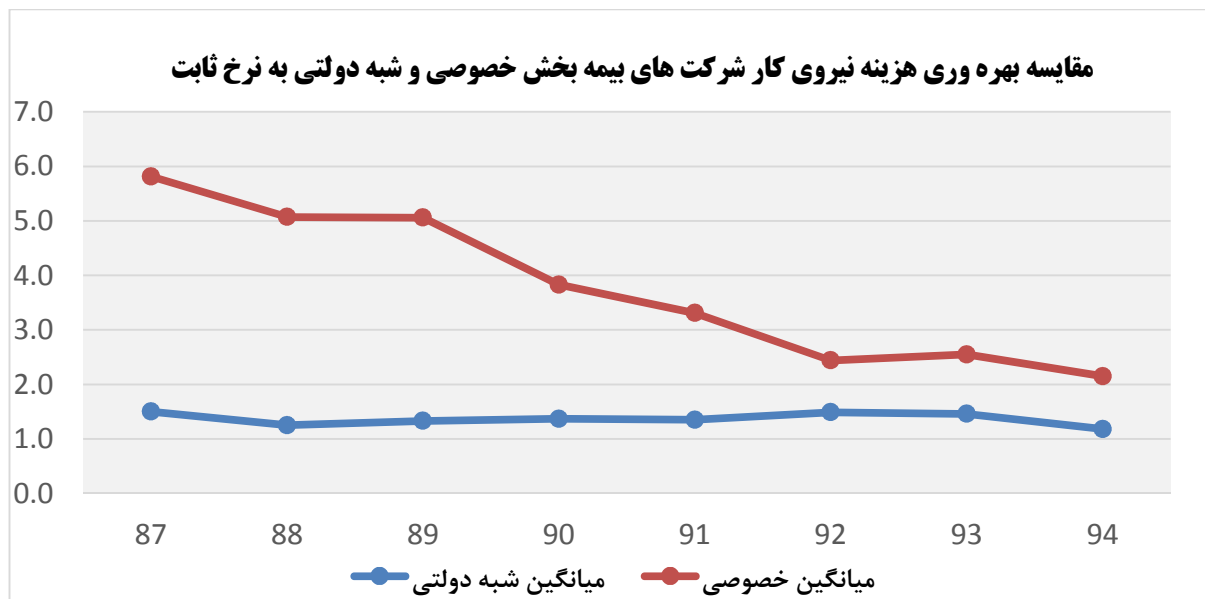


ارزش افزوده ایجاد شده در هر دوره در بنگاه اقتصادی بین عوامل تاثیر گذار در تولید آن بنگاه تقسیم می شود این عوامل داخلی و خارجی می باشند نیروی انسانی فعال به همراه سرمایه به کار رفته شده در تولید و صاحبان سهام که امکان ایجاد فعالیت آن بنگاه را فراهم نموده اند از عوامل تولید داخلی و دولت به عنوان فراهم کننده ساختار کسب و کار و موسسات مالی از عوامل خارجی می باشند. بنابراین ارزش افزوده ایجاد شده در صنعت بیمه به جبران خدمات به عنوان سهم نیروی انسانی، هزینه استهلاک به عنوان سهم سرمایه، هزینه مالیات به عنوان سهم دولت، هزینه تسهیلات اعتباری به عنوان سهم بانک و سود به عنوان سهم سهامدار تقسیم می گردد. با توجه به توضیحات ذکر شده می بایست به نحوی هزینه ها کنترل گردد تا حداکثر بازدهی را برای سهامداران ایجاد شود زیرا این سهم از ارزش افزوده تنها قسمتی است که قابلیت باقی ماندن در بنگاه اقتصادی را دارا می باشد و می تواند برای سرمایه گذاری های آتی سازمان استفاده شود. این سهم در صنعت بیمه در طی سالهای ۸۷ تا ۹۴ کاسته شده و از ۶۸ درصد در سال ۸۷ به ۴۰ درصد در سال ۹۴ کاهش پیدا کرده است.

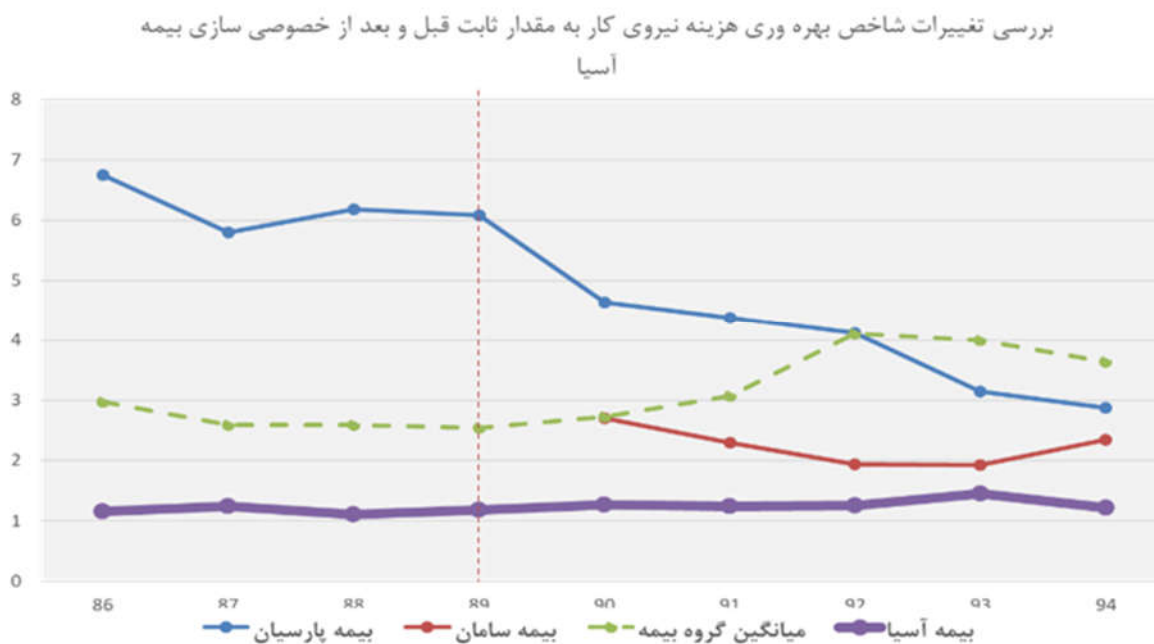
بررسی تغییرات بهره وری هزینه نیروی کار

این شاخص از تقسیم ارزش افزوده بر جبران خدمات شاغلین به دست می آید. برخی از صاحب نظران بهره وری به این نسبت، شاخص رقابت پذیری نیز می گویند. واحد این شاخص نسبت می باشد. مفهوم این شاخص آن است که به ازای یک واحد ریال پرداختی بابت جبران خدمات چه میزان ارزش افزوده در سازمان ایجاد شده است.

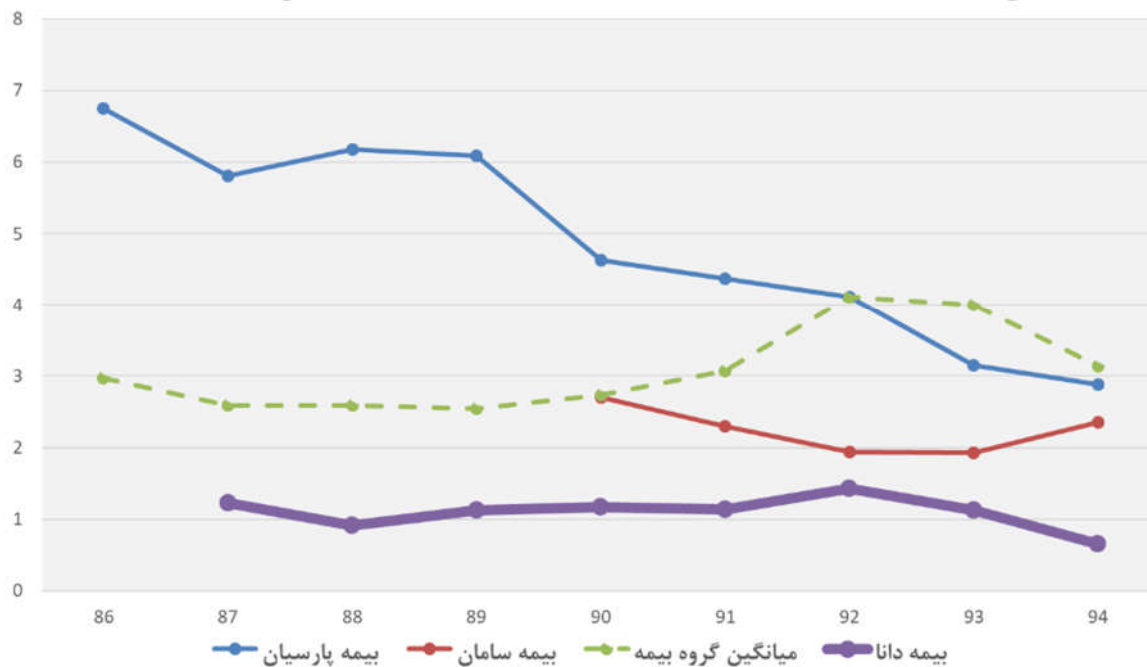
نحوه محاسبه: بهره وری نیروی کار (رقابت پذیری هزینه نیروی کار) = ارزش افزوده ÷ جبران خدمات کارکنان



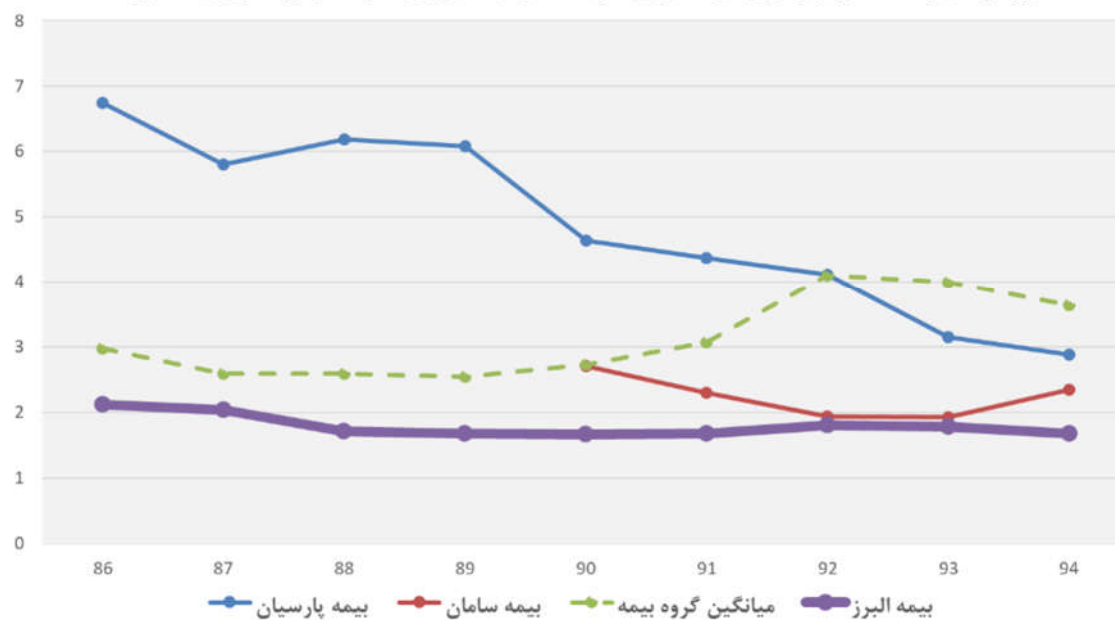
طبق نمودار فوق بهره وری نیروی کار شرکت های بیمه بخش خصوصی از سال ۸۷ تا سال ۹۴ روندی کاهشی داشته است به طوری که در میانگین صنعت ۶۰ درصد کاهش در این سال ها مشاهده می شود. شرکت های بخش شبه دولتی تقریباً روند ثابتی دیده می شود که جهت بررسی دقیق تر شاخص بهره وری نیروی کار شرکت بیمه آسیا بیمه دانا و بیمه البرز را در مقایسه با چند شرکت خصوصی مورد بررسی قرار می گیرد.



بررسی تغییرات شاخص بهره وری هزینه نیروی کار به مقدار ثابت قبل و بعد از خصوصی سازی بیمه دانا



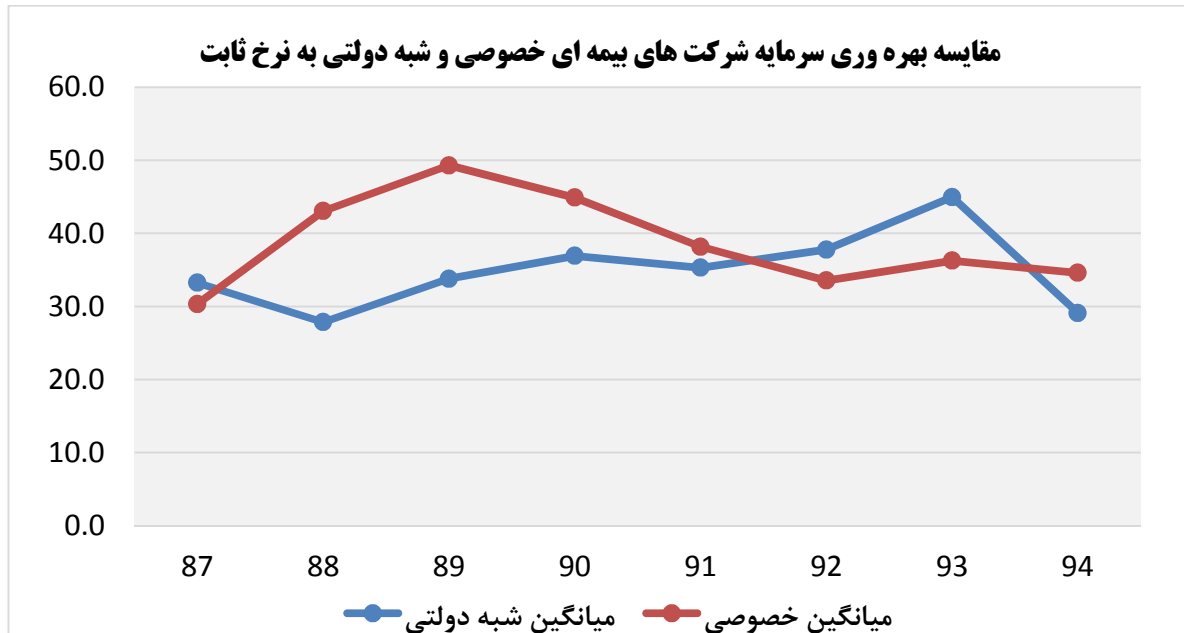
بررسی تغییرات شاخص بهره وری هزینه نیروی کار به مقدار ثابت قبل و بعد از خصوصی سازی بیمه البرز



بررسی تغییرات بهره وری سرمایه

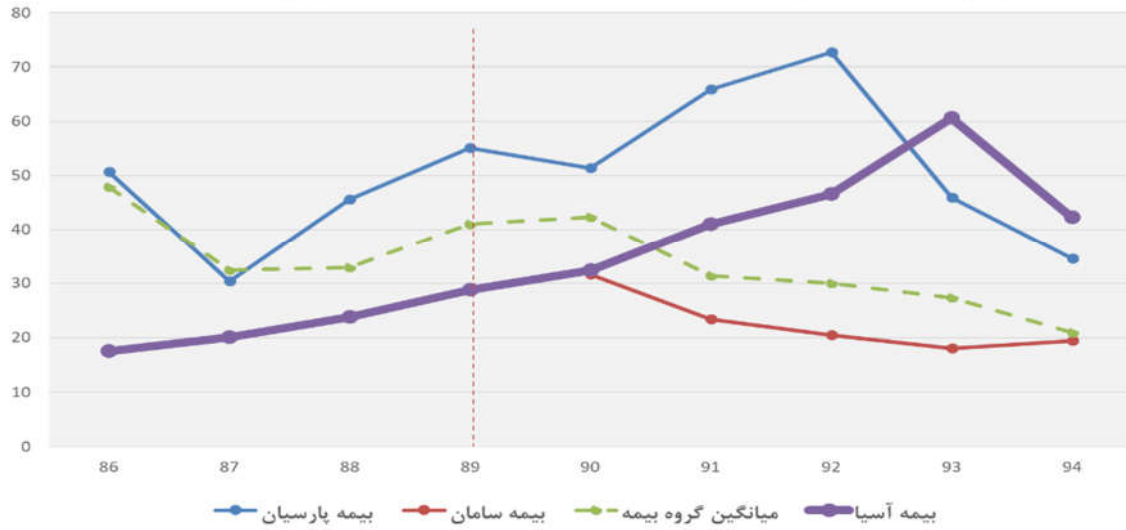
بهره وری سرمایه عبارتست از نسبت ارزش افزوده، به هزینه استهلاک دارایی ثابت، این شاخص نشان می دهد در بنگاه به ازای هر ریال هزینه استهلاک دارایی ها چه میزان ارزش افزوده ایجاد شده است.

نحوه محاسبه: بهره وری سرمایه = ارزش افزوده ÷ هزینه استهلاک دارایی

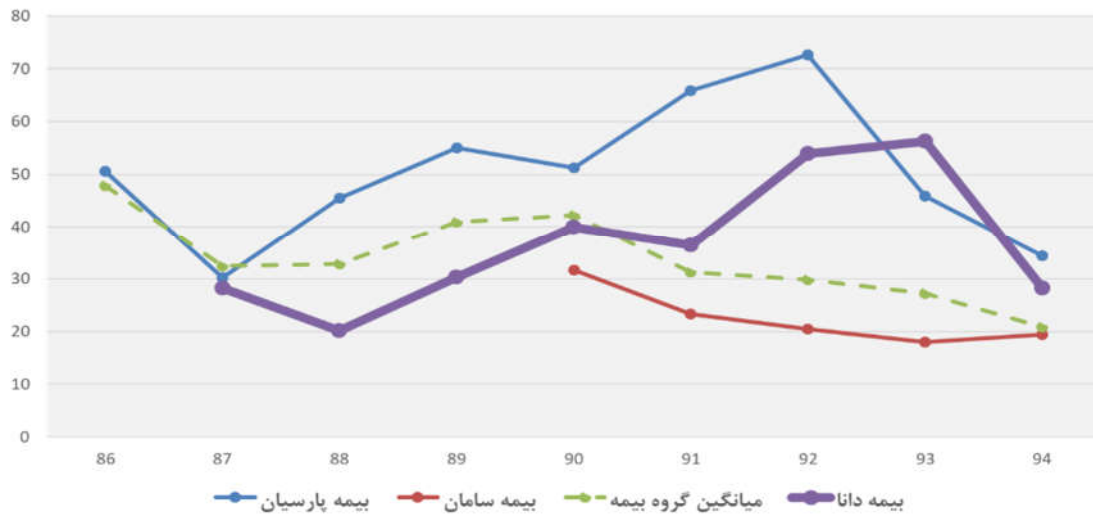


نتایج به دست آمده از اندازه گیری بهره وری سرمایه در صنعت بیمه ، افزایش و کاهش در این شاخص در دوره زمانی تقسیم می گردد. در بخش خصوصی از سال ۸۷ تا ۸۹ افزایش در مقدار شاخص و از سال ۸۹ تا ۹۲ کاهش و از ۹۲ تا ۹۴ روند ثابت در مقدار شاخص ملاحظه می شود. در بخش شبه دولتی از سال ۸۷ تا ۹۳ افزایش در شاخص مشاهده می گردد و از سال ۹۳ به ۹۴ شاخص بهره وری سرمایه کاهش داشته است که جهت بررسی دقیق تر شاخص بهره وری سرمایه شرکت بیمه آسیا، بیمه دانا و بیمه البرز را در مقایسه با چند شرکت خصوصی مورد بررسی قرار می گیرد.

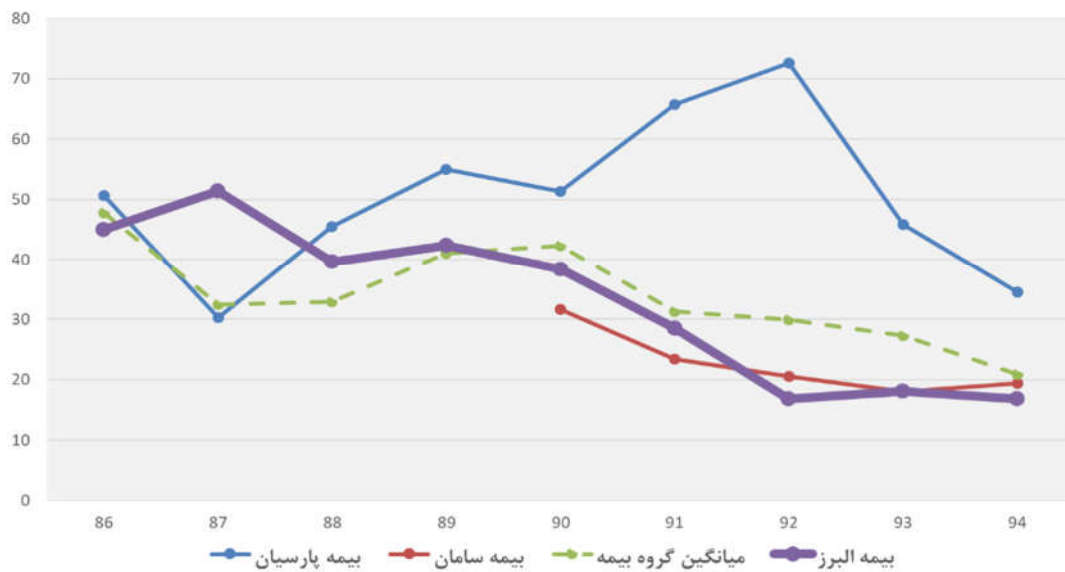
بررسی تغییرات شاخص بهره وری سرمایه به مقدار ثابت قبل و بعد از خصوصی سازی بیمه آسیا



بررسی تغییرات شاخص بهره وری سرمایه به مقدار ثابت قبل و بعد از خصوصی سازی بیمه دانا



بررسی تغییرات شاخص بهره وری سرمایه به مقدار ثابت قبل و بعد از خصوصی سازی بیمه البرز



ریشه یابی علت تغییرات شاخص های بهره وری در صنعت

با توجه به اهمیت تغییرات هزینه نیروی انسانی در صنعت بیمه جهت بررسی دقیق تر، شرکت های صنعت بیمه را از منظر کارایی نیروی انسانی و ارزش افزوده ایجاد شده مورد بررسی قرار می دهیم.
بررسی کارایی هزینه نیروی کار و ارزش افزوده گروه بیمه:

| رتبه بندی بیمه ها بر اساس بهترین کارایی هزینه نیروی کار | | |
|---|-------------------------------|-----------|
| بخش | کارایی هزینه نیروی کار سال ۹۴ | |
| ۱۰۰ | بیمه کوثر | خصوصی |
| ۹۵ | بیمه میهن | خصوصی |
| ۷۱ | بیمه پارسیان | خصوصی |
| ۶۸ | بیمه رازی | خصوصی |
| ۶۴ | بیمه البرز | شبه دولتی |
| ۵۸ | بیمه سینا | خصوصی |
| ۴۸ | بیمه آسیا | شبه دولتی |
| ۳۸ | بیمه دانا | شبه دولتی |

| رتبه بندی بیمه ها بر اساس بهترین ارزش افزوده | | |
|--|--------------------|-----------|
| بخش | ارزش افزوده سال ۹۴ | |
| ۱۰۰ | بیمه آسیا | شبه دولتی |
| ۸۳ | بیمه پارسیان | خصوصی |
| ۷۷ | بیمه البرز | شبه دولتی |
| ۴۶ | بیمه دانا | شبه دولتی |
| ۴۲ | بیمه کوثر | خصوصی |
| ۲۹ | بیمه رازی | خصوصی |
| ۲۷ | بیمه سینا | خصوصی |
| ۷ | بیمه میهن | خصوصی |

| رتبه بندی بیمه ها بر اساس بهترین کارایی هزینه نیروی کار | | |
|---|-------------------------------|-----------|
| بخش | کارایی هزینه نیروی کار سال ۹۳ | |
| ۱۰۰ | بیمه میهن | خصوصی |
| ۸۱ | بیمه کوثر | خصوصی |
| ۷۰ | بیمه سینا | خصوصی |
| ۶۳ | بیمه پارسیان | خصوصی |
| ۵۲ | بیمه رازی | خصوصی |
| ۳۹ | بیمه البرز | شبه دولتی |
| ۳۵ | بیمه آسیا | شبه دولتی |
| ۳۲ | بیمه دانا | شبه دولتی |

| رتبه بندی بیمه ها بر اساس بهترین ارزش افزوده | | |
|--|--------------------|-----------|
| بخش | ارزش افزوده سال ۹۴ | |
| ۱۰۰ | بیمه آسیا | شبه دولتی |
| ۶۵ | بیمه البرز | شبه دولتی |
| ۶۰ | بیمه پارسیان | خصوصی |
| ۵۸ | بیمه دانا | شبه دولتی |
| ۲۹ | بیمه کوثر | خصوصی |
| ۲۷ | بیمه رازی | خصوصی |
| ۱۱ | بیمه میهن | خصوصی |
| ۶ | بیمه سینا | خصوصی |

| رتبه بندی بیمه ها بر اساس بهترین کارایی هزینه نیروی کار | | |
|---|-------------------------------|-----------|
| بخش | کارایی هزینه نیروی کار سال ۹۲ | |
| ۱۰۰ | بیمه میهن | خصوصی |
| ۸۵ | بیمه سینا | خصوصی |
| ۶۸ | بیمه کوثر | خصوصی |
| ۵۱ | بیمه پارسیان | خصوصی |
| ۴۱ | بیمه رازی | خصوصی |
| ۴۰ | بیمه آسیا | شبه دولتی |
| ۳۷ | بیمه البرز | شبه دولتی |
| ۳۲ | بیمه دانا | شبه دولتی |

| رتبه بندی بیمه ها بر اساس بهترین ارزش افزوده | | |
|--|--------------------|-----------|
| بخش | ارزش افزوده سال ۹۴ | |
| ۱۰۰ | بیمه پارسیان | خصوصی |
| ۸۹ | بیمه آسیا | شبه دولتی |
| ۸۱ | بیمه البرز | شبه دولتی |
| ۸۰ | بیمه دانا | شبه دولتی |
| ۳۷ | بیمه کوثر | خصوصی |
| ۱۴ | بیمه میهن | خصوصی |
| ۱۳ | بیمه رازی | خصوصی |
| - | بیمه سینا | خصوصی |

نتایج

خصوصی سازی فرآیند، روش و شاخصی است که در کنار دیگر عوامل موثر می تواند تاثیرهای مثبتی در بهبود وضعیت اقتصادی، اشتغال، عدالت و رفاه اجتماعی به وجود آورد و کشورها را به سمت و سوی جهانی شدن و تشویق رقابت سوق دهد. مهم ترین هدفی که خصوصی سازی در اکثر کشورها دنبال می شود، افزایش کارآیی در اقتصاد از طریق سپردن فعالیت های اقتصادی به سازوکار خود بازار آزاد است. افزایش کارآیی تحت تاثیر عوامل متعدد و بی شماری است که از جمله مهم ترین و اساسی ترین آن ها افزایش رقابت است. در واقع، هر عاملی که مانع از ایجاد شرایط رقابت در بازار شود، کارکرد سالم سازوکار بازار را مختل نموده، عدم کارآیی را بر اقتصاد حاکم می سازد. صنعت بیمه به عنوان یکی از شاخص های توسعه اقتصادی، در سرمایه گذاری های گوناگون، تجارت، تولید و نوآوری نقش تعیین کننده ای دارد. رقابت یک ضرورت پذیرفته شده در صنعت بیمه و تعیین کننده بقا و توسعه این صنعت است. ایجاد این رقابت در زمینه های متفاوت از ابعاد مختلفی قابل بررسی است که این موضوع به شرایط و فضای حاکم بر بازار بیمه هر کشور بستگی دارد. با خصوصی سازی صنعت بیمه و اتخاذ تدابیر مناسب، زمینه برای ارتقای سطح رقابت و افزایش جذب سرمایه فراهم خواهد شد. روشن است که اگر برنامه ای صحیح به منظور رسیدن به خصوصی سازی صنعت بیمه طراحی نشود، فرصت های ذکر شده به تهدید تبدیل می شود. همچنین با توجه به روند وضعیت شاخص های بهره وری شرکت های دولتی، شبه دولتی و خصوصی مشخص گردید:

- ✓ روند شاخص های بهره وری شرکت های شبه دولتی پس از خصوصی سازی تغییر محسوسی نسبت به تغییرات کل صنعت نیافته است.
- ✓ شرکت های دولتی و شبه دولتی سهم بازار بیشتر و در نتیجه اثر بخشی بالاتر می باشند.
- ✓ شرکت های خصوصی شرکت های کوچکتر با کارایی بالاتر می باشند

خلاصه بررسی های صورت گرفته در زمینه چالش ها و فرصت های رقابت پذیری در صنعت بیمه

توسط بیمه مرکزی

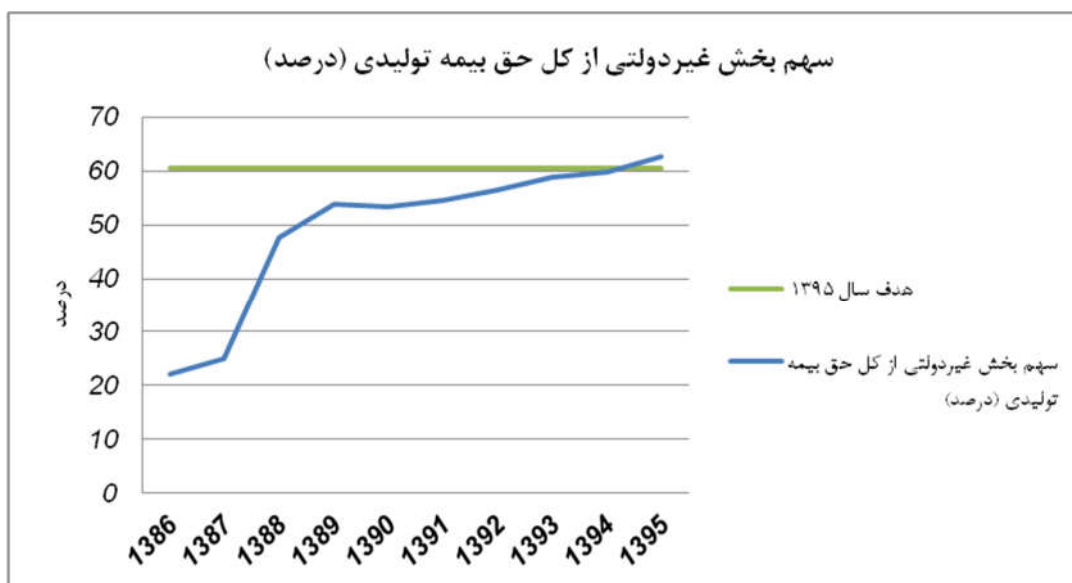
شاخص رشد تعداد شرکت های بیمه مستقیم نسبت به سال قبل.

در سال ۱۳۹۵ شرکت بیمه ایران در نقش یک شرکت بیمه دولتی به همراه ۲۳ شرکت بیمه غیردولتی: آسیا، البرز، دانا، پارسیان، توسعه، رازی، کارآفرین، سینا، ملت، دی، سامان، نوین، پاسارگاد، معلم، میهن، کوثر، ما، آرمان، تعاون، سرمد، تجارت نو، حکمت صبا و بیمه خاورمیانه در سرزمین اصلی و ۶ شرکت بیمه غیردولتی: امید، حافظ، ایران معین، متقابل کیش، آسماری و متقابل اطمینان متحد قشم در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی و نیز ۲ شرکت بیمه اتکایی امین و اتکایی ایرانیان نیز فعالیت می نمایند. بدین ترتیب، تعداد کل شرکت های بیمه در کشور به ۳۲ شرکت بیمه می رسد که در مقایسه با ۲۵ شرکت بیمه فعال در سال ۱۳۹۰ افزایش داشته است. البته در این میان، پروانه فعالیت شرکت بیمه توسعه در زمستان سال ۱۳۹۳ (در رشته های بیمه خودرو و انواع بیمه های زندگی) ابطال شده است. همچنین سه شرکت بیمه تجارت نو، حکمت صبا و شرکت تخصصی بیمه زندگی خاورمیانه پروانه فعالیت خود را از بیمه مرکزی ج.ا.ایران طی سال ۱۳۹۵ اخذ نمودند.



سهم بخش غیردولتی از حق بیمه های تولیدی بازار بیمه

در سال ۱۳۹۵، شرکت بیمه ایران در نقش تنها شرکت بیمه دولتی به همراه ۲۹ شرکت بیمه غیردولتی (به غیر از ۲ شرکت بیمه اتکایی) در بازار بیمه کشور فعالیت کردند. هدف بیمه مرکزی ارتقای سهم بخش غیردولتی از کل حق بیمه های تولیدی بازار بیمه کشور است. در پایان سال ۱۳۹۰ سهم بخش غیردولتی از حق بیمه تولیدی بازار بیمه کشور ۵۳/۳ درصد بوده و در سال ۱۳۹۵ به ۶۲ درصد رسیده است (۸/۷ واحد افزایش طی دوره). در نمودار زیر ضمن ارائه روند ده ساله شاخص سهم بخش غیردولتی از کل حق بیمه بازار، هدف تعیین شده برای سال ۱۳۹۵ (۶۰/۵ درصد) به صورت یک خط افقی نمایش داده شده است.



میزان انحصار در بازار

میزان انحصار در بازار بیمه، بر مبنای درجه تمرکز هرفیندال-هرشمن^۲، در سال ۱۳۹۵ به عدد ۱۷۶۶ رسیده که در مقایسه با سال قبل، ۱۵۰ واحد کاهش داشته است. روند پنج ساله شاخص هرفیندال، از سال ۱۳۹۱ نشان‌دهنده روند نزولی آن است که بیانگر آن است که بازار به سمت رقابتی تر شدن حرکت می‌کند یا به بیان دیگر انحصار بازار سال به سال کمتر می‌شود.

| سال | ۱۳۹۵ | ۱۳۹۴ | ۱۳۹۳ | ۱۳۹۲ | ۱۳۹۱ |
|---------------|------|------|------|------|------|
| شاخص هرفیندال | ۱۷۶۶ | ۱۹۱۶ | ۱۹۹۱ | ۲۱۵۷ | ۲۳۲۴ |

| عنوان متغیر / شاخص | واحد متعارف | سال ۱۳۸۹ | سال ۱۳۹۰ | سال ۱۳۹۱ | سال ۱۳۹۲ | سال ۱۳۹۳ | سال ۱۳۹۴ | سال ۱۳۹۵ | | | میانگین درصد رشد دوره |
|---|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------|------------|-----------------------|
| | | | | | | | | هدف | عملکرد | درصد تحقق | |
| سهیم بخش غیر دولتی از حق بیمه های تولیدی بازار بیمه | درصد | ۵۳٫۹ | ۵۳٫۳ | ۵۴٫۶ | ۵۶٫۵ | ۵۸٫۹ | ۵۹٫۹ | ۶۰٫۵ | ۶۲ | ۱۰۲٫۴ ۸ | - |
| رشد تعداد شرکت های بیمه مستقیم نسبت به سال قبل | درصد | ۱۱٫۱ | ۱۵ | ۸٫۷ | ۸ | - | - | ۷٫۴ | ۱۱٫۱ | ۱۵۰ | - |

۲. این شاخص از جمع مربعات سهم بازار همه بنگاه‌های موجود در بازار محاسبه می‌شود. مزیت مهم این شاخص این است که چون سهم هر بنگاه به توان دو می‌رسد، پس بنگاه‌های بزرگ‌تر که احتمال اعمال قدرت بیشتری دارند، وزن بیشتری خواهند داشت؛ یعنی با انتقال سهم فروش از بنگاه کوچک‌تر به بنگاه بزرگ‌تر، شاخص افزایش می‌یابد. اهمیت شاخص‌های تمرکز، در تحلیل وضعیت ساختاری بازار است و به فعالان حوزه کسب‌وکار کمک می‌کند تا متناسب با ساختار بازار و موقعیت خود در آن، به تدوین استراتژی‌های مختلف ورود و رقابت بپردازند.

وضع موجود:

وضع موجود در شاخص های اصلی در سال ۱۳۹۱-۱۳۹۵

| عنوان شاخص | واحد | ۱۳۹۱ | ۱۳۹۲ | ۱۳۹۳ | ۱۳۹۴ | عملکرد سال ۱۳۹۵ |
|---------------------------------------|------------|------|------|------|------|--------------------|
| حق بیمه سرانه | هزار تومان | ۱۷۳ | ۲۱۱ | ۲۶۸ | ۲۹۰ | ۳۴۷ |
| ضریب نفوذ بیمه | درصد | ۱/۸۶ | ۱/۷۳ | ۱/۹۳ | ۲/۰۵ | ۲,۲ |
| شاخص هرفیندال* | عدد | ۲۳۲۴ | ۲۱۵۷ | ۱۹۹۱ | ۱۹۱۶ | ۱۷۶۶ |
| سهم بخش خصوصی در بازار بیمه کشور | درصد | ۵۴/۶ | ۵۶/۵ | ۵۸/۹ | ۵۹/۹ | ۶۲ |
| سهم بیمه های زندگی در بازار بیمه کشور | درصد | ۷/۸ | ۹/۱ | ۱۰/۸ | ۱۲/۲ | ۱۳,۴ |
| توانگری شرکت های بیمه (سطح یک) | درصد | ۷۱ | ۷۲ | ۷۰ | ۶۹ | ۶۵ |

* شاخص هرفیندال براساس همچنین میزان انحصار شرکتی در بازار بیمه براساس شاخص هرفیندال - هیرشمن (مجموع مجذورات سهم هر یک از شرکتهای بیمه) محاسبه شده است. که تحلیل آن به شرح زیر است:

شاخص هرفیندال - هیرشمن HHI

بازار رقابتی کامل $HHI < 100$

بازار شبه رقابتی یا غیرمتمرکز $100 \leq HHI < 1000$

بازار انحصاری یا متمرکز $1000 \leq HHI < 1800$

بازار بسیار انحصاری یا بسیار متمرکز $1800 \leq HHI < 10000$

بازار کاملاً انحصاری $HHI = 10000$

چالش های صنعت بیمه

پس از بررسی های به عمل آمده مهمترین چالش های پیش روی صنعت بیمه به شرح زیر می باشد:

- پایین بودن سطح رقابت پذیری در صنعت طبق شاخص هرفیندال؛
- بالا بودن سهم بخش دولتی در بازار بیمه کشور؛
- پایین بودن سطح تعاملات بین المللی صنعت بیمه شامل مشارکت اندک شرکتهای بیمه خارجی در داخل کشور؛
- عدم حضور موثر شرکتهای بیمه ایرانی در عرصه جهانی؛

همچنین سایر چالش های صنعت بیمه عبارتند از نامتعادل بودن ترکیب پرتفوی صنعت بیمه، پایین بودن ضریب نفوذ بیمه؛ پایین بودن سهم بیمه های زندگی در پرتفوی بیمه کشور، پایین بودن حق بیمه سرانه می باشد.

گزارش بررسی وضعیت بازار در شرکت های بیمه از نظر انحصاری و رقابتی بودن

مقدمه

با توجه به اهمیت شناخت ویژگی های ساختار بازار در سیاست گذاری ها و تصمیم گیری های کلان، سنجش و بررسی درجه انحصار و رقابتی بودن بازار همواره توجه دولت مردان و برنامه ریزان را به خود جلب کرده است. از راههای تعیین درجه انحصار و رقابت بازار، اندازه گیری درجه تمرکز بازار می باشد که شاخص های مختلفی برای آن تعریف شده است. با توجه به سطح کاربرد وسیع و پایه های نظری قوی، دو شاخص هرفیندال _ هیرشمن و نسبت تمرکز n بنگاه بیشتر مورد استفاده قرار می گیرد.

در تحقیق پیش رو درجه تمرکز گروه شرکتهای بیمه شامل ۱۹ شرکت با استفاده از دو شاخص هرفیندال _ هیرشمن و نسبت تمرکز ۴ و ۸ بنگاه برتر اندازه گیری شده است. در این تحقیق، منبع درآمد شرکتهای بیمه برای محاسبه سهم بازار آنها، درآمد حق بیمه در نظر گرفته شده است. همچنین برای درک بهتر میزان انحصاری بودن این بازار مقایسه ای بین عدد شاخص ۵ گروه خودروسازی، سیمان، سرمایه گذاری و بانک با گروه شرکتهای بیمه صورت گرفته است. نکته دیگری که در این بررسی باید به آن اشاره نمود تعیین دامنه شرکت های بررسی شده در این پژوهش می باشد. که سه نوع شرکت بیمه خصوصی، دولتی و مناطق آزاد در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است.

طبق نتایج به دست آمده شاخص هرفیندال _ هیرشمن برای گروه شرکتهای بیمه در هر پنج سال ۹۱ تا ۹۵ بیش از ۲۰۰۰ بوده است و این مقدار برای درجه تمرکز بیانگر این است که بازار بیمه کشور در حالت نیمه متمرکز (متمرکز ملایم) و انحصار چند جانبه باز (سست) قرار دارد. همچنین عدد به دست آمده برای شاخص تمرکز n بنگاه در هر دو حالت ۴ و ۸ بنگاه برتر بالاتر از ۰.۵ بوده و باز هم وجود انحصار در این بازار را نشان می دهد. به عبارت دیگر در این سه سال بیش از ۷۰ درصد سهم بازار در اختیار ۴ بنگاه برتر بوده است یا بیش از ۸۰ درصد از سهم بازار در اختیار ۸ بنگاه برتر قرار دارد. میزان تمرکز در گروه شرکت های بیمه طی پنج سال مورد بررسی در حال کاهش می باشد و همچنین گروه بیمه در مقایسه با سه گروه سیمان، بانک و سرمایه گذاری میزان تمرکز بیشتر و در مقایسه با گروه خودرو در سال های ۹۲ و ۹۳ و ۹۴ میزان تمرکز کمتر می باشد.

مرحله شناخت

ضرورت و فلسفه انجام بررسی

امروزه بسیاری از مطالعات تجربی پیرامون بررسی بازارها، به منظور اتخاذ سیاست های مفید و اثرگذار در حوزه اقتصاد می باشد و شناسایی ساختار بازار به منظور تسهیل و حفظ فضای رقابتی و تنظیم بازار امری ضروری به نظر می رسد چرا که ساختار بازار از جمله ویژگی هایی است که مطالعه آن به شناخت درجه تمرکز یا همان میزان انحصاری بودن بازار منجر می گردد. در بسیاری از کشور های پیشرفته جهان، هر ساله میزان تمرکز بازار در صنایع مختلف اندازه گیری می شود تا نتایج آن راهنمای سیاست گذاران و دولت مردان برای حفظ رقابت باشد. از این روش شناسایی ساختار بازارها می تواند گامی موثر در سیاست گذاری ها باشد. شناسایی درجه انحصار بازارها، از آن جهت حائز اهمیت است که در شناخت نوع ساختار بازار کمک نموده و به دنبال آن امکان بررسی موانع ورود به بازارهای انحصاری را فراهم می آورد.

شناسایی و مطالعه فعالیت های صورت گرفته و تحقیق های مشابه در صورت وجود

پس از بررسی های محقق در زمینه بررسی وضعیت بازار شرکت های بیمه در زمینه میزان انحصاری و رقابتی بودن نمونه ای در کشور که در ارتباط با این موضوع انجام شده باشد مشاهده نشد. تحقیق های مشابه انجام شده در صنایعی نظیر خودروسازی انجام شده است و در صنایع بانکداری و بیمه نیز با حجم کمتری و بیشتر در قالب بخشی از یک بررسی با موضوع های غیرمرتبط انجام شده است. در جدول زیر بخشی از تحقیقات انجام گرفته پیرامون اندازه گیری درجه تمرکز بازار در صنایع گوناگون آورده شده است.

پژوهش‌های داخلی در زمینه بررسی ساختار بازار و عملکرد در صنایع داخلی ایران

| نویسنده | تاریخ تحقیق | صنعت مورد تحقیق | مؤلفه‌های مورد استفاده | نتیجه |
|---------------------------------|-------------|---|--|--|
| دهقانی و فلاحي (۱۳۸۹) | ۱۳۷۹-۱۳۸۱ | کارگاه‌های صنعتی ده نفر کارکن و بالاتر | درجه تمرکز، هزینه‌های تبلیغات، سودآوری | بالاتر بودن نرخ سودآوری در صنایع متمرکز و انحصاری، تأثیر مستقیم تبلیغات بر سودآوری |
| خداداد کاشی، جعفری لیلاب (۱۳۹۱) | ۱۳۸۵-۱۳۸۰ | صنعت بانکداری ایران | اندازه‌گیری درجه تمرکز با HHI و سهم بازار و موانع ورود | تمرکز بسیار بالا، کارایی پایین و موانع بسیار برای ورود بخش خصوصی |
| معمار نژاد و همکاران (۱۳۹۰) | ۱۳۷۹-۱۳۸۶ | صنعت خودرو سواری ایران | شاخص HHI و نسبت تمرکز و آنتروپی، هزینه اجتماعی انحصار | درجه تمرکز بالا |
| لطفعلی بخشی (۱۳۸۲) | ۱۳۷۴ و ۱۳۸۱ | صنعت سیمان ایران | اندازه‌گیری درجه تمرکز با شاخص HHI | بازار انحصار چندجانبه |
| عبادی و شهیکی تاش (۱۳۸۳) | ۲۰۰۱-۱۹۶۱ | بازار صنایع صادراتی کشاورزی (سیب، انگور، خرما و پسته) | بررسی تأثیر ساختار بازار محصولات از حیث درجه تمرکز بر درآمدهای ارزی غیر نفتی | تنها بازار پسته تأثیر مثبت داشته است |

شناسایی داده‌های مورد نیاز جهت جمع‌آوری اطلاعات با توجه به فرمول‌ها و روابط مورد استفاده

بازار

به مکان فیزیکی که خریداران و فروشندگان (اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی) برای داد و ستد، مبادله کالا و خدمات دور هم جمع می‌شوند، بازار گویند. بازار به عنوان بخشی از محیط تشکیل‌دهنده اطراف یک بنگاه می‌تواند بر نحوه عملکرد و سودآوری بنگاه تأثیرگذار باشد. به همین دلیل شناخت و تحلیل ویژگی‌های ساختاری بازار، برای تصمیم‌گیری درباره چگونگی اداره و مدیریت بنگاه، مهم است.

ساختار بازار

ساختار بازار آن دسته از خصوصیات سازمانی بازار نظیر تعداد مصرف‌کنندگان و میزان قدرت بازار است که با شناسایی آن‌ها می‌توان ماهیت قیمت‌گذاری و رقابت در بازار را مشخص نمود. از جمله خصوصیات سازمانی بازار می‌توان به تعداد و توزیع اندازه بنگاه‌ها (درجه تمرکز)، شرایط و موانع ورود به بازار و خروج از آن، تفاوت کالاها و صرفه‌های ناشی از مقیاس اشاره کرد که هر یک از این ویژگی‌ها عامل تفکیک بازارها از یکدیگر محسوب می‌شود. در حقیقت طبقه‌بندی بازار بر اساس این ویژگی‌ها به فعالان کسب‌وکار این امکان را می‌دهد تا روابط بین بنگاه‌ها، مشتریان و محصولات را بهتر درک کرده رقبا و مشتریان بالقوه را بشناسند و این‌گونه نسبت به تغییرات در عملکرد و سلیقه آن‌ها واکنش مناسبی داشته باشند. تفاوت کالا از متغیرهای ساختاری بازار که در بالا نام برده شد، به معنای همگن یا ناهمگن بودن کالاها است. تفاوت در کیفیت کالاها، رقابت، تفاوت در طراحی و بسته‌بندی و یا تفاوت در شهرت و اعتبار، هزینه‌های سنگین تحقیقات و تبلیغات و ابداع روش‌های جدید تولید باعث می‌شود خریداران بعضی از آن‌ها را به بعضی دیگر ترجیح دهند. شرایط ورود از دیگر متغیرهای ساختاری بیانگر سختی و یا سهولت ورود به یک بازار است و هرچه ورود به بازار سخت‌تر باشد، بنگاه‌های موجود در آن بازار بیشتر قادر به همکاری و تباری و در پیش گرفتن رفتار غیررقابتی می‌باشند.

صرفه‌جویی ناشی از مقیاس، به عنوان متغیر دیگر ساختار بازار، بر این مفهوم دلالت دارد که با افزایش سطح تولید، هزینه متوسط تا سطح معینی از تولید که به سطح تولید بهینه معروف است کاهش می‌یابد.

اما از میان مجموع این ویژگی‌ها دو متغیر در ساختار بازار از اهمیت اساسی برخوردار است: یکی تعداد بنگاه‌ها و دیگری اندازه آن بنگاه‌ها. هر اندازه تعداد بنگاه‌ها کمتر باشد، احتمال عملکرد انحصاری در بازار بیشتر است. همچنین، وقتی یک بنگاه بزرگ و چندین بنگاه کوچک در یک بازار حضور دارند، احتمال انحصاری بودن آن بازار بسیار بیشتر از حالتی است که تنها چند بنگاه، با اندازه‌های کم و بیش مساوی در آن حضور دارند. از طرفی در بسیاری از موارد، اندازه‌گیری خصوصیتی مانند موانع ورود و صرفه‌های ناشی از مقیاس آسان نیست. به همین دلیل، در اغلب مطالعات برای شناخت ساختار بازارها از شاخص‌های تمرکز و قدرت بازار استفاده می‌شود که بر اساس تعداد و اندازه بنگاه‌ها ساختار بازار را بررسی می‌کند. اما با این وجود باید توجه داشت که شاخص تمرکز تنها یکی از متغیرهای ساختاری است. بنابراین، در استفاده از این مفهوم و نتیجه‌گیری درباره انحصار و رقابت بازارها باید جانب احتیاط را داشت تا از قضاوت یک جانبه پرهیز شود. به هر حال گروهی از اقتصاددانان به خصوص اقتصاددانان ساختارگرا معتقدند که اندازه تمرکز، شاخصی از قدرت انحصاری در هر بازار است.

انواع ساختار بازار

در علم اقتصاد، منظور از ساختار بازار، تعداد شرکت‌هایی است که در حال تولید محصول یکسانی هستند. انواع حالت‌های ساختار بازار به صورت زیر است:

ساختار بازار رقابت کامل:

در این بازار تعداد زیادی از فروشندگان، کالاهای مشابهی را به تعداد زیادی از خریداران عرضه می‌کنند. عرضه و تقاضا علاوه بر اینکه پایه و اساس ایجاد بازار است، تعیین کننده قیمت کالا نیز می‌باشد.

خصوصیات بازار رقابت کامل

➤ **همگن بودن کالاها:** به این معنا که کالاهای واحدهای تولیدی در یک صنعت خاص، در بازار کاملاً مشابه هستند به طوری که خرید از هر واحد تولیدی برای مصرف کنندگان بی تفاوت است و از آنجا که کالاهای تولیدی مشابه هستند، هیچ خریداری حاضر به خرید کالا با قیمت بالا نسبت به سایر واحدهای تولیدی نیست.

➤ **تعداد زیاد تولیدکنندگان و فروشندگان:** مقدار فروش هر کدام از آنها نسبت به کل میزان فروش بازار ناچیز است لذا فروشندگان به تنهایی قدرت در تعیین و یا تغییر جهت بازار را ندارند.

➤ **تعداد زیاد مصرف کنندگان و خریداران:** خرید آنها در مقایسه با خرید در بازار ناچیز است و لذا مصرف کنندگان و مشتریان نیز به تنهایی تاثیری در تعیین و یا تغییر قیمت کالا در بازار ندارند.

ساختار بازار انحصار کامل: این حالت، زمانی است که فقط یک فروشنده و تعداد زیادی خریدار در بازار وجود داشته باشد. از خصوصیات بازار انحصار کامل می‌توان موارد زیر را برشمرد:

➤ برای کالاهای همگن تنها یک فروشنده وجود دارد.

➤ قیمت تعیین شده برای فروش کالا، برای ورود سایر واحدهای تولیدی به بازار، سود آور نیست.

- واحد تولیدی موجود در بازار، عرضه و فروش مواد اولیه اساسی برای تولید کالا را کنترل می‌کند.
- با روش تولید و ارتقای تکنولوژی تولید گاه نیز کالا را در انحصار خود در می‌آورد.
- احتمالاً از طرف دولت اجازه تولید انحصاری کالا را داشته یا به وسیله مقررات بازرگانی به وسیله دولت از واحد تولیدی حمایت می‌شود.
- انحصارگر که صاحب بازار انحصاری است زمانی بازار را در حالت تعادل می‌داند که حداکثر سود را در کوتاه مدت به دست آورد.

ساختار بازار انحصار کامل در طرف تقاضا: هنگامی که تنها یک خریدار و تعداد زیادی عرضه کننده در بازار وجود داشته باشند، خصوصیات این بازار مطابق بازار انحصار کامل است.

ساختار بازار رقابت انحصاری: در این حالت نیز تعداد زیادی فروشنده یک نوع محصول خاص و تعداد زیادی خریدار وجود دارند، ولی فروشندگان از طریق ایجاد تمایز در محصولات خود مانند تغییر بسته بندی، ارتقای کیفیت به رقابت می‌پردازند. خصوصیات بازار رقابت انحصاری عبارتند از:

- کالای فروشندگان بی شمار به جای اینکه با هم مشابه باشند از نظر کیفیت و یا بسته بندی با یکدیگر متفاوتند.
- هدف جلب و جذب مشتری است.
- فروشندگان با تعیین قیمت رقابتی سعی در جذب مشتریان بیشتر و حذف رقبا می‌باشند.
- نقش تبلیغات و آگهی‌ها در توسعه فروش بنگاه‌ها، مضاعف بوده و واحدهای تولیدی برای ایجاد تمایز و تفاوت میان کالاها و خدمات خود و سایر تولیدکنندگان به آگهی‌های تجاری متوسل می‌شوند.

ساختار بازار انحصار چند جانبه یا چند قطبی: در این حالت، تعداد کمی فروشنده و تعداد زیادی خریدار وجود دارد. خصوصیات بازار انحصار چند جانبه به شرح زیر می‌باشد:

- چند عرضه کننده در مقابل تعداد کثیری تقاضا کننده یا مشتری قرار گرفته‌اند.
- چند فروشنده، تقاضای انبوه خریداران را به نحوی برآورده می‌کنند که اتخاذ سیاست هر یک از آنها در وضع بازار و وجود دیگر فروشندگان موثر باشد، در چنین حالتی بازار چند قطبی ایجاد می‌شود.

تولیدکنندگان در این نوع بازار می‌توانند تاثیر زیادی بر قیمت بازار گذارند، اما نمی‌توانند به طور مستقل قیمت کالا را تعیین کنند. باید عکس العمل رقبا را در نظر گیرند، زیرا الگوی واکنش رقبا در این حالت می‌تواند اشکال زیادی به خود گیرد. به عنوان مثال حالتی از بازار چندقطبی می‌تواند وجود داشته باشد که در بنگاه‌های اقتصادی تصمیم به توافق با یکدیگر بگیرند که وضعیتی شبیه انحصار ایجاد می‌شود. در این حالت مقدار تولید، فروش و قیمت کالا مشابه وضعیت انحصاری تعیین می‌شود.

ساختار انحصار چندجانبه در طرف تقاضا: در این حالت، تعداد فروشندگان محصول در بازار بسیار زیاد است، ولی تعداد کمی خریدار در بازار وجود دارد. خصوصیات این بازار مطابق بازار انحصار چند جانبه است.

۱.۱.۱. تمرکز بازار

در اقتصاد یکی از شاخصهای مورد استفاده برای بررسی وضعیت رقابت و انحصار و شناسایی ساختار هر صنعت (بازار)، درجه تمرکز است. تمرکز مهمترین متغیر ساختاری است که بیانگر وضعیت تعداد بنگاه‌ها و توزیع بازار در میان بنگاه‌های موجود در آن بازار است. تمرکز بازار و شاخص‌های اندازه‌گیری تمرکز، این امکان را فراهم می‌سازند که اطلاعات مربوط به تعداد بنگاه‌ها و نحوه توزیع بازار بین آن‌ها در قالب یک کمیت مشخص، خلاصه شود.

تمرکز بازار عبارت است از چگونگی توزیع بازار بین بنگاه‌های مختلف یا به عبارت دیگر، تمرکز بازار دلالت بر این دارد که چه میزان از کل تولیدات بازار یک محصول معین در اختیار تعداد محدودی از بنگاه‌های بزرگ قرار دارد. برای اندازه‌گیری تمرکز در یک بازار یا یک صنعت معین، باید به تعداد بنگاه‌ها و اندازه نسبی آن‌ها توجه شود. هرچه تعداد بنگاه‌های یک صنعت کمتر باشد آن صنعت متمرکز تر و هر چه بازار غیریکتواخت تر بین بنگاه‌ها تقسیم شده باشد درجه تمرکز بیشتر خواهد بود. در واقع، تمرکز تابعی مستقیم از نابرابری در توزیع بازار بین بنگاه‌ها و تابعی معکوس از تعداد بنگاه‌های صنعت است.

برای پرداختن به تمرکز ابتدا باید حدود صنعت و سپس متغیر مورد نظر (تولید، فروش، اشتغال،...) را مشخص نمود، که پیرو آن، این سوال مطرح می‌شود که در میان شاخصهای اندازه‌گیری تمرکز کدام یک بهترین است؟ در پاسخ به این سوال شاخصهای پیشنهادی متعددی مطرح می‌شوند که هر کدام از آنها نقاط قوت و ضعف خود را دارند، که بسته به موقعیتهای مختلف به کار می‌روند. به طور کلی از طریق دو نوع معیار (مطلق و نسبی) میتوان اندازه تمرکز را سنجید، معیارهای مطلق هم به تعداد بنگاهها و هم نحوه توزیع بازار توجه دارند، در حالی که معیارهای نسبی تمرکز صرفاً بر حسب نحوه توزیع بازار بین بنگاهها محاسبه می‌شوند.

تمرکز بازار از جمله متغیرهای مهم ساختاری است که از آن برای اندازه‌گیری سطح فعالیت‌های رقابتی و انحصاری در مطالعات تجربی استفاده وسیعی شده است. تمرکز بازار و شاخص‌های اندازه‌گیری تمرکز، این امکان را فراهم می‌سازند که اطلاعات مربوط به تعداد بنگاه‌ها و نحوه توزیع بازار بین آن‌ها در قالب یک کمیت مشخص، خلاصه شود.

تمرکز را می‌توان هم در سطح کلان اقتصاد و صنعت محاسبه نمود و هم در سطح بازارهای انفرادی. مهم‌ترین شاخص‌های تمرکز عبارت‌اند از: نسبت تمرکز K بنگاه برتر، شاخص هرفیندال _ هیرشمن، شاخص آنتروپی، شاخص هانا کای و واریانس لگاریتم اندازه‌ها. از میان این شاخص‌ها، شاخص هرفیندال _ هیرشمن از نظر پایه‌های نظری از سایر شاخص‌ها قوی تر بوده، بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد. در ادامه به توضیح برخی از مهم‌ترین شاخص‌های اندازه‌گیری تمرکز پرداخته شده است.

شاخص‌های اندازه‌گیری تمرکز

همانطور که اشاره شد دو نوع معیار تمرکز قابل ارایه می‌باشد:

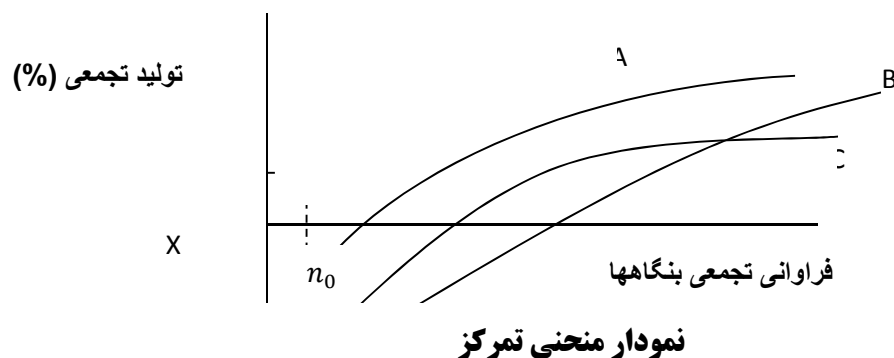
۱. معیارهای نسبی

۲. معیارهای مطلق

معیارهای نسبی تمرکز، تنها به نابرابری اندازه توجه دارند؛ درحالی‌که معیارهای مطلق هم به تعداد و هم نابرابری اندازه آن‌ها توجه دارند. از معیارهای نسبی تمرکز می‌توان به ضریب جینی، ضریب تغییرات و واریانس لگاریتم اندازه Π بنگاه اشاره نمود. از جمله معیارهای مطلق تمرکز نیز می‌توان به شاخص هرفیندال _ هیرشمن، شاخص تایل آنتروپی، هانا کای، هال و تایدمن اشاره نمود.

در سطح بازارهای انفرادی، تمرکز بازار را می‌توان صرفاً بر حسب نحوه توزیع بازار بین بنگاه‌های تولیدکننده یک محصول همگن محاسبه نمود. در چنین حالتی، معیار نسبی تمرکز استفاده می‌شود، حال آنکه اگر هر دو جنبه بازار یعنی هم تعداد بنگاه‌ها و هم نحوه توزیع بازار مورد توجه باشد، معیارهای مطلق تمرکز استفاده می‌شود.

برای محاسبه تمرکز، شاخص‌های مختلفی وجود دارد که هر یک مزایا و معایبی دارند، اما یک شاخص تمرکز خوب دارای ملاک‌های قابل‌درک آسان، مستقل از اندازه بازار، اندازه بین صفر و یک، بدون بعد و دارای پایه‌های نظری قوی است. برای درک بهتر مفهوم تمرکز می‌توان از منحنی تمرکز استفاده کرد. منحنی تمرکز ارتباط بین تولید تجمعی و فراوانی مطلق یا نسبی تجمعی بنگاه‌ها را نشان می‌دهد. منحنی تمرکز از پایین‌مقعر است و اگر چنانچه تمامی بنگاه‌های بازار هم اندازه باشند، این منحنی به صورت خط مستقیم خواهد بود.



نمودار منحنی تمرکز

در نقطه‌ای مانند P در صنعت A مقدار X در صد از کل تولید بازار توسط n بنگاه تأمین می‌شود هرچه سهم بنگاه‌های بزرگ‌تر از کل تولید بیشتر باشد بازار متمرکزتر و شیب منحنی بیشتر خواهد بود؛ بنابراین منحنی تمرکز صنعت متمرکزتر بالاتر است. چون در این نمودار منحنی A بالاتر از دو منحنی B و C است، بنابراین صنعت A متمرکزتر است. زمانی که منحنی تمرکز دو صنعت همدیگر را قطع کنند، این امر صادق نیست و منحنی تمرکز نمی‌تواند درجه تمرکز دو صنعت را باهم مقایسه نماید.

شاخص‌های مطلق اندازه‌گیری تمرکز

شاخص نسبت تمرکز k بنگاه

سادگی و محدودیت اطلاعات مورد نیاز در محاسبه نسبت تمرکز K بنگاه آن را به یکی از پرکاربردترین شاخص‌ها در محاسبه تمرکز تبدیل کرده است. برای محاسبه این شاخص می‌بایست حاصل جمع سهم بازار K مورد از بزرگ‌ترین بنگاه‌ها را در بازار به دست آورد.

$$CR_k = \sum_{i=1}^k S_i$$

در این رابطه k بنگاه پیشرو با وزن یکسان در محاسبات وارد می‌شوند، حتی اگر بنگاه‌های کوچک در بازار فعالیت داشته باشند در محاسبه لحاظ نمی‌شوند. برای تعیین مقدار k قاعده مشخصی وجود ندارد. نسبت تمرکز را می‌توان به عنوان نقطه‌ای در منحنی تمرکز در نظر گرفت. این شاخص بین صفر (برای تعداد زیادی از بنگاه‌ها) و یک (سهم صد درصدی یک بنگاه) قرار دارد.

نسبت‌های تمرکز سهم i بنگاه برتر که با CR_i نشان داده می‌شود، اندازه تولید یا فروش i مورد از بزرگ‌ترین بنگاه‌ها به کل اندازه تولید یا فروش بازار است. یعنی اگر نسبت تمرکز یک بنگاهی با CR_1 نشان داده شود به این معناست که بزرگ‌ترین بنگاه موجود در بازار چه سهمی از کل اندازه تولید یا فروش بازار را در دست دارد. نسبت تمرکز n بنگاهی CR_n به معنای نسبت مجموع اندازه n مورد از بزرگ‌ترین بنگاه‌های موجود به کل اندازه تولید یا فروش در بازار است. در بازار رقابتی، اندازه بازار در بین بنگاه‌های زیادی توزیع می‌شود. بنابراین، نسبت تمرکز یک بنگاهی CR_1 ، چهار بنگاهی CR_4 ، هشت بنگاهی CR_8 ، و حتی ۱۶ بنگاهی CR_{16} ، ارقام کوچکی خواهد بود. در مقابل در یک بازار انحصار کامل، یک بنگاه، کل اندازه بازار را تشکیل می‌دهد و نسبت تمرکز یک بنگاهی نزدیک به یک است.

شاخص هرفیندال-هیرشمن

این شاخص مبنایی برای ارزیابی درجه تکامل شاخص‌های تمرکز است و یکی از پرکاربردترین معیارهای تمرکز در متون نظری به شمار می‌رود. بسیاری از کشورها همچون ایالات متحده در اجرای قوانین ضد رقابتی از این شاخص استفاده می‌کنند. این شاخص به صورت رابطه زیر تعریف می‌شود:

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

$$S_i = \frac{X_i}{X}$$

در این رابطه مجموع مجذور نسبت اندازه هر بنگاه به کل ظرفیت بازار به عنوان شاخص تمرکز در نظر گرفته می‌شود. طبق این رابطه به بنگاه‌های بزرگ‌تر وزن بیشتری اختصاص داده می‌شود. در واقع، برخلاف شاخص نسبت تمرکز k بنگاه، تمام بنگاه‌ها در محاسبات وارد می‌شوند. این شاخص در محدوده $\frac{1}{n}$ (شرایطی که تمام بنگاه‌ها در بازار اندازه برابر دارند) و یک (شرایطی که یک بنگاه به صورت انحصاری در بازار فعالیت می‌کند) قرار می‌گیرد.

در رابطه اول، n بیانگر تعداد بنگاه‌های موجود در بازار، S سهم بنگاه‌ها از کل اندازه‌ی بازار، و در رابطه دوم، X اندازه تمام بنگاه‌ها، و X_i اندازه سهم هر بنگاه است. اگر تعداد بی‌شماری بنگاه با اندازه‌های نسبی یکسان در بازار باشند، شاخص هرفیندال بسیار کوچک و نزدیک به صفر و اگر تعداد کمی بنگاه و با اندازه‌های نسبی نابرابر در بازار وجود داشته باشند، نزدیک به یک خواهد بود.

شاخص جامع تمرکز صنعتی (CICI)

این شاخص از بحث پیرامون تمرکز یا پراکندگی بنگاه‌ها در صنایع مختلف به دست می‌آید. با وجود توافق همگان مبنی بر اینکه تسلط تعداد کمی از بزرگ‌ترین بنگاه‌ها تعیین‌کننده رفتار صنعت است معیارهای تمرکز سهم بازار به دلیل نادیده گرفتن تغییرات ساختار بازار میان بنگاه‌های بزرگ مورد انتقاد قرار گرفته است. بنابراین معرفی این شاخص، امکان محاسبه پراکندگی نسبی سهم بازار هر بنگاه و اندازه مطلق آن به طور همزمان پدید آمد. شاخص مذکور از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$CCI = S_1 + \sum_{i=1}^n S_i^2 (1 + (1 - S_i))$$

این شاخص از مجموع سهم نسبی بنگاه پیشرو و مجموع مربعات اندازه نسبی بنگاه‌ها با وزنی معادل اندازه نسبی سهم سایر بنگاه‌ها در صنعت محاسبه می‌شود. زمانی که بنگاه به صورت انحصاری فعالیت می‌کند شاخص معادل یک واحد است. در مقایسه با شاخص هرفیندال _ هیرشمن شاخص جامع تمرکز صنعتی از حساسیت بیشتری نسبت به تغییرات سهم بازار بنگاه‌های کوچک برخوردار است، بنابراین برای محاسبه تمرکز در بازارهای شبیه به کارتل مناسب‌تر است.

شاخص هانا-کای (HKI)

هانا _ کای شاخص تمرکز را به صورت رابطه زیر ارائه نموده است:

$$HKI = (\sum_{t=1}^n S_t^\alpha)^{\frac{1}{1-\alpha}} \quad \alpha > 0, \alpha \neq 1$$

که در آن، از دو پارامتر حساسیت و مقدار مشخص سهم بازار برای نمایش دیدگاه محقق نسبت به تغییرات در تمرکز، در نتیجه ورود و خروج بنگاه و سهم تسهیلات میان بنگاه‌های مختلف در بازار مطلوب استفاده شده است. انتخاب α باعث می‌شود به راحتی بتوان به انتخاب ساختار مناسب بازار برای تأکید و دنباله بالایی و پایینی توزیع

اندازه بنگاه اقدام نمود، بنابراین علاوه بر توزیع بنگاه‌ها در بازار، مقدار شاخص به اندازه پارامتر α نیز حساس است. هرگاه α به سمت صفر میل کند مقدار این شاخص برابر تعداد بنگاه‌های موجود در صنعت نیز خواهد بود. هر گاه α به سمت بی‌نهایت میل کند آنگاه مقدار شاخص به سمت سهم بازار بزرگ‌ترین بنگاه نزدیک می‌شود. هانا و کای در این رابطه نشان دادند که ورود بنگاهی با اندازه متوسط مؤثر بیش‌ترین کاهش در شاخص تمرکز را موجب می‌شود در مقابل با ورود بنگاه بزرگ‌تر از اندازه متوسط مؤثر در صنعت درصد کاهش در شاخص تمرکز کوچک‌تر می‌شود. توسعه بنگاه‌ها با

اندازه بزرگ‌تر از اندازه متوسط مؤثر مقدار HKI را افزایش داده و توسعه بنگاه‌ها با اندازه کوچک‌تر از اندازه متوسط مؤثر، شاخص را کاهش خواهد داد.

شاخص آنتروپی

تأثیر معیار آنتروپی ریشه در نظریه اطلاعات دارد و در آن اطلاعات توزیعی مورد انتظار در محاسبات لحاظ می‌شود. شکل کلی این شاخص به صورت رابطه زیر است:

$$E = -\sum_{t=1}^n S_t \log_2 S_t$$

این شاخص همانند شاخص‌های تمرکز قبلی به $(0,1)$ محدود نشده و مقدار آن بین صفر و $\log_2 S_t$ قرار دارد. بنابراین مقدار شاخص آنتروپی رابطه معکوسی با درجه تمرکز دارد و به همین دلیل و برای به دست آوردن اندازه تمرکز بازار باید مقدار عددی شاخص آنتروپی را از عدد یک کم کرد. اگر بازار مورد نظر انحصار کامل باشد مقدار شاخص به صفر نزدیک می‌شود. زمانی که سهم بازار تمام بنگاه‌ها برابر باشد و تمرکز در بازار در

کمترین مقدار ممکن قرار داشته باشد مقدار شاخص در بالاترین حد خود و برابر $\log_{10} n$ خواهد بود، همچنین با فرض ثابت بودن تعداد بنگاه با افزایش نابرابری میان بنگاه‌ها مقدار شاخص مذکور کاهش می‌یابد. در مقابل، هر قدر سهم بازار بنگاه‌ها افزایش یابد میزان شاخص کاهش می‌یابد.

شاخص‌های نابرابری اندازه‌گیری تمرکز

شاخص واریانس لگاریتم

مقدار این شاخص زمانی صفر است که اندازه تمام بنگاه‌ها یکسان باشد. فرض اساسی این است که تشابه بیشتر در اندازه بنگاه‌ها رقابت بیشتری را ایجاد می‌کند. ضعف این شاخص این است که برای مثال در دو بنگاه هم اندازه و یا دو بنگاه هم اندازه به رغم داشتن دو وضعیت مجزا، مقدار یکسان حاصل می‌شود.

ضریب جینی

ارزش مقداری ضریب جینی بین صفر و یک در نوسان است. ضریب جینی صفر به این معنا است که همه بنگاه‌ها دارای سهم یکسان هستند و مقدار ضریب جینی یک نشان‌دهنده این است که پراکندگی اندازه بنگاه بسیار نامتعادل و بازار انحصاری است.

مقایسه شاخص‌ها

شاخص نسبت تمرکز، نوع ساختار بازار (رقابت و انحصار) را تا حدودی مشخص می‌کند، ولی اطلاعات جامعی از وضعیت بنگاه‌های دیگر بازار ارائه نمی‌دهد. این شاخص گرچه کاربرد وسیعی دارد، اما دارای نقاط ضعف نیز هست. مهم‌ترین محدودیت این شاخص، اتکا بر یک نقطه بر روی منحنی تمرکز است و لذا در محاسبه این شاخص اطلاعات زیادی از دست می‌رود از دیگر نقاط ضعف این شاخص، اختیاری بودن مقدار n است. همچنین این شاخص تنها به اطلاعات چند بنگاه اول توجه دارد. به عبارت دیگر، اگر تغییری در صنعت صورت گیرد، به طوری که بنگاه‌های بزرگ ر

تحت تأثیر قرار ندهد، اندازه شاخص تغییر نمی‌کند. نسبت تمرکز تا حد زیادی به تعریف بازار نیز بستگی دارد. بازار وسیع، نسبت تمرکز را کاهش می‌دهد، در حالی که بازار کوچک معمولاً اثر معکوس بر نسبت تمرکز دارد.

شاخص هرفیندال _ هیرشمن برای رفع برخی نواقص شاخص‌های نسبت تمرکز و معکوس تعداد بنگاه‌ها، توسط هرفیندال (۱۹۹۵)، پیشنهاد شد. این شاخص چگونگی توزیع اندازه بازار بین بنگاه‌های موجود و نوع ساختار بازار را بهتر از نسبت تمرکز مشخص می‌سازد. شاخص هرفیندال _ هیرشمن به تمامی نقاط روی منحنی تمرکز توجه دارد و از اطلاعات موجود در سراسر این منحنی استفاده می‌نماید. در واقع بر خلاف شاخص تمرکز، این شاخص از اطلاعات تمام بنگاه‌ها برای محاسبه درجه تمرکز استفاده می‌کند.

پس شاخص هرفیندال _ هیرشمن، هم به نابرابری در توزیع بنگاه‌ها در بازار، و هم به تعداد بنگاه‌ها بستگی دارد. دامنه تغییرات در این شاخص بین صفر و یک است، بنابراین وقتی شاخص هرفیندال _ هیرشمن برابر یک است که نشان‌دهنده بازار انحصار کامل است. در مقابل، در صورت وجود تعداد زیادی بنگاه کوچک و هم اندازه، این شاخص نزدیک به صفر است که نشان‌دهنده بازار رقابت کامل است. در شاخص هرفیندال _ هیرشمن بر خلاف شاخص تمرکز به سهم هر بنگاه در بازار، وزنی معادل مجذور آن داده می‌شود. بنابراین، مشخص است که بنگاه‌های بزرگ‌تر اهمیت بیشتری در ساختن شاخص و در نتیجه اندازه‌گیری درجه تمرکز بازار دارند.

دو شاخص نسبت تمرکز و هرفیندال در مقایسه با دیگر شاخص‌های ارائه‌شده، بیشتر کاربرد دارند و دسترسی به اطلاعات آن‌ها نیز بهتر فراهم می‌شود. شاخص‌های ذکرشده، در مطالعات تجربی متعددی مورد استفاده قرار گرفته است. علیرغم توسعه روش‌های تحلیل بازار و ارائه شاخص‌های جدید، شاخص‌های تمرکز و هرفیندال _ هیرشمن هنوز هم به طور وسیع مورد استفاده قرار می‌گیرند و کارایی خود را حفظ نموده‌اند. بنابراین به دلیل دارا بودن پایه‌های نظری قوی تر، کاربرد بیشتر و دسترسی آسان تر به اطلاعات مورد نیاز، در این پایان‌نامه برای اندازه‌گیری تمرکز از شاخص هرفیندال _ هیرشمن بهره گرفته شد.

طبقه‌بندی بازار بر اساس شاخص هرفیندال _ هیرشمن

مفهوم بازار در اقتصاد به عنوان یک نهاد و سازوکار اقتصادی، دارای پیوستاری از ساختارهاست که از رقابت کامل تا انحصار کامل کشیده می‌شود. در واقعیت هیچ بازاری منطبق با شرایط آرمانی رقابت کامل نیست بلکه آنچه وجود دارد رقابت ناقص است که در نهایت می‌تواند به انحصار کامل ختم شود. بنابراین انواع بازارها در دامنه میان این دو بازار جای می‌گیرند.

در بازارهای واقعی مطابق با شاخص هرفیندال _ هیرشمن، بازاری که این شاخص در آن کمتر از ۰/۱ از یک باشد، بازار رقابتی به حساب می‌آید. اگر این شاخص در بازاری بیش از ۰,۱۸ باشد بازار غیررقابتی محسوب می‌شود.

تعاریف اصطلاحات بیمه به کار رفته در گزارش

تعریف انواع بیمه و شرکت های بیمه گر

انواع شرکتهای بیمه مورد بررسی در این گزارش در سه گروه کلی شرکتهای بیمه دولتی، خصوصی و مناطق آزاد قرار می‌گیرند که بیمه ایران بیمه دولتی، بیمه انکلیپی امین و بیمه حافظ، بیمه مناطق آزاد و سایر شرکتهای بیمه خصوصی می‌باشند.

بیمه سازوکاری است که طی آن یک بیمه‌گر، بنا به ملاحظاتی تعهد می‌کند که زیان احتمالی یک بیمه‌گذار را در صورت وقوع یک حادثه در یک دوره زمانی خاص، جبران نماید و یا خدمات مشخصی را به وی ارائه دهد. بنابراین، بیمه یکی از روشهای مقابله با ریسک است. طی یک قرارداد بیمه، ریسک مشخصی از یک طرف قرارداد (که بیمه‌گذار نامیده می‌شود) به طرف دیگر (که بیمه‌گر نامیده می‌شود) منتقل می‌گردد. بنا به تعریف، **بیمه‌گر** شخصی حقوقی است که در مقابل دریافت حق بیمه از بیمه‌گذار، جبران خسارت و یا پرداخت مبلغ مشخصی را در صورت بروز حادثه تعهد می‌کند. در مقابل، **بیمه‌گذار** شخصی حقیقی یا حقوقی است که با پرداخت حق بیمه، جان، مال یا مسوولیت خود یا دیگری را تحت پوشش بیمه قرار می‌دهد.

به موجب قانون بیمه ایران، بیمه عبارت است از قراردادی که به موجب آن یک طرف (بیمه‌گر) تعهد می‌کند در ازای پرداخت وجه یا وجوهی از طرف دیگر (بیمه‌گذار) در صورت وقوع یا بروز حادثه، خسارت وارده بر او را جبران نموده یا وجه معینی را بپردازد. متعهد را بیمه‌گر، طرف تعهد را بیمه‌گذار و وجهی را که بیمه‌گذار به بیمه‌گر می‌پردازد حق بیمه و آنچه را که بیمه می‌شود موضوع بیمه نامند.

انواع بیمه

بیمه‌ها به سه دسته کلی تقسیم می‌شوند:

۱. اشخاص (شامل بیمه عمر، حادثه، درمان)
۲. اموال (شامل بیمه اتومبیل (شخص ثالث، بدنه)، آتش سوزی، بیمه‌های مهندسی، بیمه حمل و نقل (صادرات، واردات، ترانزیت، داخلی)
۳. مسوولیت

بیمه‌های مسوولیت دارای انواع مختلفی است که برخی از آنها عبارتند از:

- مسوولیت کارفرما درقبال کارکنان
- مسوولیت حرفه‌ای پزشکان و پیراپزشکان
- مسوولیت مدنی مدیران و مسؤلان فنی بیمارستانها - کلینیکها و درمانگاهها
- مسوولیت در مقابل همسایگان مجاور ناشی از سرایت آتش سوزی و انفجار

تعریف اصطلاحات بیمه

حق بیمه صادره

مبلغی که بیمه‌گذار در مقابل تحصیل تأمین بیمه‌ای یا تعهد جبران خسارت توسط بیمه‌گر، به او می‌پردازد. به عبارت دیگر مبلغی است که بیمه‌گر در ازای پذیرش خطر طبق قرارداد بیمه از بیمه‌گذار مطالبه می‌کند.

ذخایر حق بیمه

در موقع بستن حساب‌ها در پایان سال مالی، تعداد زیادی از بیمه‌نامه‌هایی که در طول سال صادر شده‌اند هنوز معتبر هستند و همه حق بیمه آنها عاید شده تلقی نمی‌شود. حق بیمه کلاً در موقع صدور و شروع اعتبار قرارداد وصول می‌شود، ولی بخشی از مدت اعتبار آن مربوط به سال بعد است و حق بیمه این بخش از مدت اعتبار باید جزء حق بیمه‌های عایدشده سال آینده محسوب گردد. بنابراین کل حق بیمه‌های وصولی هر سال حق بیمه عایدشده آن سال نیست و باید تفکیک شود. گرچه روش‌های مختلفی برای محاسبه حق بیمه‌های عاید نشده وجود دارد، اغلب اوقات بر اساس مقررات باید درصد ثابتی از حق بیمه‌های وصولی سال مالی به‌منزله حق بیمه عاید نشده در نظر گرفته شود. میزان آن با توجه به رشته و بازار بین ۳۰ تا ۴۵ درصد در نوسان است.

درآمد حق بیمه

درآمد حق بیمه عبارتست از مابه تفاوت حق بیمه صادره در هر سال از ذخایر حق بیمه که می‌تواند به عنوان درآمد حاصل از ارائه خدمات شرکتهای بیمه تلقی گردد.

خسارت

همانگونه که عنوان شد مهمترین منبع درآمد شرکتهای بیمه از محل صدور بیمه نامه و دریافت حق بیمه است. در مقابل مهمترین هزینه ای که در اثر وقوع حوادث تحت پوشش بیمه نامه‌های صادره به شرکت بیمه تحمیل میشود هزینه خسارت میباشد. به عبارت دیگر خسارت عمده ترین هزینه گزارش شده در صورت سود و زیان یک شرکت بیمه است .

بیمه اتکایی

بیمه اتکایی: بیمه‌ای است که به‌موجب آن یک طرف (بیمه‌گر اتکایی) در ازای دریافت حق بیمه، جبران تمام یا بخشی از خسارت وارده به طرف دیگر (بیمه‌گر واگذارنده) را بابت بیمه‌نامه یا بیمه‌نامه‌های صادره و یا قبولی توسط وی تعهد می‌کند.

بیمه اتکایی نسبی: نوعی بیمه‌اتکایی است که به‌موجب آن بیمه‌گر اتکایی در قبال دریافت نسبتی از حق بیمه قرارداد بیمه اولیه تعهد می‌کند به‌همان نسبت خسارت وارده به بیمه‌گر واگذارنده را جبران کند.

بیمه‌اتکایی غیرنسبی: نوعی بیمه‌اتکایی است که در آن بیمه‌گر اتکایی در قبال دریافت حق بیمه، تعهد می‌کند تمام یا بخشی از خسارت مازاد بر سقف از پیش تعیین شده را جبران کند.

حق بیمه‌های اتکایی

حق بیمه اتکایی واگذاری به بیمه‌گران اتکایی باید توسط بیمه‌گر واگذارنده از تاریخ شروع پوشش بیمه‌ای طی دوره تأمین خسارت قرارداد بیمه اتکایی، به طور یکنواخت طی دوره پوشش بیمه‌ای یا متناسب با الگوی وقوع خطر، به‌عنوان هزینه بیمه اتکایی واگذاری در صورت سود و زیان شناسایی شود.

جمع بندی مرحله شناخت

همانطور که گفته شد شناسایی ساختار بازار برای تسهیل و حفظ فضای رقابتی و تنظیم بازار کمک کرده مطالعه آن به شناخت درجه تمرکز یا همان میزان انحصاری بودن بازار منجر می‌گردد و سیاست‌گذاران و دولت مردان با بررسی نتایج آن برای حفظ رقابت در ساختار بازار برنامه ریزی می‌نمایند. بر همین اساس به منظور اندازه‌گیری درجه تمرکز بازار، شاخص‌های مختلفی در دو گروه کلی شاخصهای مطلق و نسبی معرفی شده است. با توجه به اهمیتی که اندازه هر بنگاه اقتصادی و نیز تعداد بنگاههای اقتصادی فعال در هر بازار در تعیین ویژگی‌های ساختاری آن بازار دارد از شاخص‌های مطلق استفاده بیشتری در تحقیقات مربوط به مطالعه بازار می‌شود که با استناد به تعاریف ارائه شده در تحقیق پیش رو دو شاخص هرفیندال _ هیرشمن و نسبت تمرکز n بنگاه به دلیل برخورداری از پایه‌های نظری قوی‌تر و نیز سطح کاربرد بیشتری که در تحقیقات تجربی دارند، انتخاب شده‌اند. غالباً در توضیح سهم از بازار برای شرکتهای تولیدی به حجم تولید و یا میزان درآمد حاصل از فروش تولیدات و یا تعداد مشتریان بازار هدف پرداخته می‌شود. در مورد شرکتهای بیمه‌ای مورد بررسی در این گزارش، درآمد حق بیمه برای محاسبه سهم از بازار استفاده شد تا بر این اساس به سوالات زیر پاسخ داده شود:

- ✓ ساختار بازار گروه شرکتهای بیمه در کشور چگونه است؟ و درجه تمرکز بازار در این گروه چقدر می‌باشد؟
- ✓ آیا درجه تمرکز بین سالهای ۹۳-۹۱ افزایش داشته است؟
- ✓ بیشترین سهم بازار در اختیار کدام بنگاهها بوده و چرا؟
- ✓ میزان درجه تمرکز در مقایسه با سایر صنایع چگونه است؟

مرحله طراحی

در این مرحله، متد اجرایی از طریق مطالعه مستندات تخصصی مرتبط طراحی خواهد شد.

تعیین متدولوژی مورد استفاده در طرح

در این طرح برای محاسبه سهم از بازار هر بنگاه از عدد فروش (درآمد حق بیمه) سالیانه آن در هر یک از سالهای ۹۱ تا ۹۳ استفاده شده است. به این ترتیب که عدد فروش هر بنگاه بر مجموع فروش ۱۹ بنگاه مورد بررسی تقسیم شده است.

طراحی نظام جمع آوری اطلاعات و داده‌ها

برای جمع آوری داده‌های مورد نیاز این طرح از صورت‌های مالی حسابرسی شده بنگاه‌ها استفاده شده است. داده‌های خام مورد نیاز از صورت‌های مالی استخراج شده و در سامانه ملی اندازه‌گیری شاخص‌های بهره‌وری ایران وارد می‌شود. این سامانه سال ۱۳۸۶ آغاز به کار کرد و در سال ۱۳۸۸ توسط جناب آقای دکتر نهان‌دیان ریاست وقت اتاق بازرگانی ایران رونمایی شد. در این مرکز سالیانه داده‌های مالی بیش از ۵۰۰۰ بنگاه اقتصادی در قالب ۵۲ گروه صنعتی وارد می‌شود که از این طریق امکان محاسبه و دسترسی ۱۸۰ شاخص عملکردی مالی، اقتصادی و بهره‌وری به دو نرخ جاری و ثابت آنها را از سال ۸۲ تاکنون فراهم آورده است.

از ویژگی‌های این سامانه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

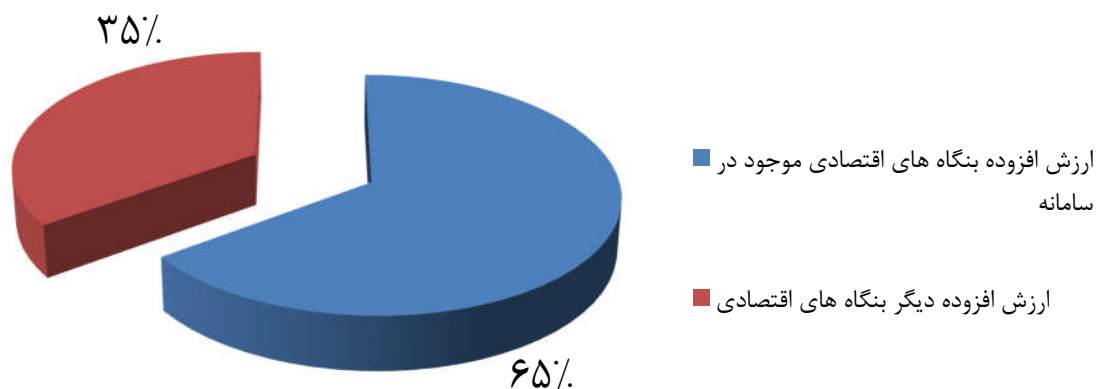
- افزایش دقت و سرعت در اندازه‌گیری شاخص‌ها
- تمرکز ویژه بر اندازه‌گیری شاخص‌های مربوط به بنگاه‌های اقتصادی
- امکان تجزیه آنالیز شاخص‌ها به منظور عارضه‌یابی عملکرد سازمان‌ها
- امکان استفاده همزمان چندین کاربر از یک دسترسی مشخص از هر نقطه‌ای داخل یا خارج کشور

ترکیب شرکت‌های موجود در سامانه ملی اندازه‌گیری شاخص‌های بهره‌وری ایران و نیز درصد سهم ارزش افزوده بنگاههای اقتصادی در دو بخش صنعت و معدن و موسسات پولی و مالی مطابق با جدول و نمودارهای زیر می‌باشد:

ترکیب شرکت های موجود در سامانه ملی اندازه گیری شاخص های بهره وری ایران

درصد سهم ارزش افزوده بنگاه های اقتصادی موجود در سامانه

بخش صنعت و معدن



درصد سهم ارزش افزوده بنگاه های اقتصادی موجود در سامانه

بخش موسسات پولی و مالی



طراحی نظام صحت گذاری اطلاعات و داده ها

برای اطمینان از صحت داده های مورد استفاده در این طرح بر دو مورد تکیه شده است. نخست استفاده از صورت های مالی حسابرسی شده بنگاهها به عنوان یگانه مرجعی که برای تمامی بنگاهها به صورتی یکسان و یکپارچه تهیه و مورد حسابرسی قرار می گیرد. دوم مقایسه مجدد داده های موجود در مرکز پایگاه داده گروه پارسیان هوشمند با رقم موجود در صورتهای مالی.

طراحی متدولوژی تجزیه و تحلیل داده ها

پس از محاسبه سهم از بازار هر بنگاه برای هر سال و محاسبه شاخص هرفیندال _ هیرشمن، برای تعیین نوع ساختار بازار باید بر اساس محدوده معناداری تعریف شده برای این شاخص عمل نمود که در ادامه توضیح داده شده است.

طبقه بندی بازار بر اساس شاخص هرفیندال _ هیرشمن

مفهوم بازار در اقتصاد به عنوان یک نهاد و سازوکار اقتصادی، دارای پیوستاری از ساختارهاست که از رقابت کامل تا انحصار کامل کشیده می شود. در واقعیت هیچ بازاری منطبق با شرایط آرمانی رقابت کامل نیست بلکه آنچه وجود دارد رقابت ناقص است که در نهایت می تواند به انحصار کامل ختم شود. بنابراین انواع بازارها در دامنه میان این دو بازار جای می گیرند. در بازارهای واقعی مطابق با شاخص هرفیندال _ هیرشمن، بازاری که این شاخص در آن کمتر از ۱۰۰ باشد، بازار رقابتی به حساب می آید. اگر این شاخص در بازاری بیش از ۱۰۰۰ باشد بازار غیررقابتی و انحصاری محسوب می شود.

اجرای آزمایشی در صنعت منتخب

انتخاب صنعت منتخب و شرکت های مورد بررسی در این صنعت بر اساس توافق صورت گرفته گروه شرکت های بیمه به عنوان سومین گروه اقتصادی از بین ۵۰ گروه که امکان انجام چنین بررسی برای آنها وجود دارد، مورد بررسی قرار گرفته است.

جمع آوری اطلاعات و داده ها

پس از نهایی نمودن اسامی شرکت های مورد بررسی با استفاده از سامانه ملی اندازه گیری شاخص های بهره وری ایران اطلاعات فروش شرکت ها طی سال های ۹۱ الی ۹۳ استخراج شد.

صحت گذاری اطلاعات و داده ها

به منظور حصول اطمینان از آمار استخراج شده مربوط به میزان فروش شرکت ها تمامی آمار با صورت های مالی حسابرسی شده تطبیق داده شده است.

انجام محاسبات مربوطه

۱.۱.۱. محاسبه سهم از بازار

به منظور انجام محاسبات مربوطه پس از نهایی نمودن فهرست شرکت های مورد بررسی و صحت گذاری داده های مربوطه سهم بازار هر یک از شرکت ها طی ۳ سال مورد بررسی محاسبه می شود.

اسامی شرکتهای مورد بررسی در صنعت بیمه

| ردیف | نام شرکت | ردیف | نام شرکت |
|------|---------------|------|------------|
| 1 | بیمه ایران | 11 | بیمه نوین |
| 2 | بیمه آسیا | 12 | بیمه میهن |
| 3 | بیمه دانا | 13 | بیمه دی |
| 4 | بیمه البرز | 14 | بیمه رازی |
| 5 | بیمه پارسیان | 15 | بیمه سامان |
| 6 | بیمه سینا | 16 | بیمه آرمان |
| 7 | بیمه پاسارگاد | 17 | بیمه ما |
| 8 | بیمه کوثر | 18 | بیمه حافظ |
| 9 | بیمه کارآفرین | 19 | بیمه سرمد |
| 10 | بیمه ملت | | |

مقایسه سهم از بازار ۱۹ شرکت بیمه گذار (مرتب سازی بر اساس سال ۹۵)

| رتبه | نام شرکت | سهم بازار | | | | |
|------|---------------|-----------|-------|-------|---------|-------|
| | | 95 | 94 | 93 | 92 | 91 |
| 1 | بیمه ایران | 0.443 | 0.440 | 0.459 | 0.481 | 0.505 |
| 2 | بیمه آسیا | 0.112 | 0.112 | 0.112 | 0.108 | 0.108 |
| 3 | بیمه دانا | 0.082 | 0.076 | 0.079 | 0.068 | 0.051 |
| 4 | بیمه البرز | 0.078 | 0.084 | 0.068 | 0.063 | 0.061 |
| 5 | بیمه پارسیان | 0.064 | 0.058 | 0.056 | 0.047 | 0.056 |
| 6 | بیمه کوثر | 0.039 | 0.037 | 0.034 | 0.025 | 0.014 |
| 7 | بیمه رازی | 0.032 | 0.026 | 0.022 | 0.014 | 0.013 |
| 8 | بیمه پاسارگاد | 0.030 | 0.031 | 0.028 | 0.029 | 0.022 |
| 9 | بیمه دی | 0.022 | 0.015 | 0.011 | 0.019 | 0.032 |
| 10 | بیمه سینا | 0.021 | 0.021 | 0.026 | 0.037 | 0.030 |
| 11 | بیمه کارآفرین | 0.014 | 0.016 | 0.016 | 0.020 | 0.030 |
| 12 | بیمه ملت | 0.014 | 0.015 | 0.020 | 0.020 | 0.023 |
| 13 | بیمه سامان | 0.014 | 0.012 | 0.011 | 0.012 | 0.014 |
| 14 | بیمه نوین | 0.011 | 0.013 | 0.016 | 0.020 | 0.022 |
| 15 | بیمه ما | 0.009 | 0.008 | 0.008 | 0.007 | 0.004 |
| 16 | بیمه میهن | 0.008 | 0.015 | 0.018 | 0.019 | 0.012 |
| 17 | بیمه سرمد | 0.007 | 0.005 | 0.003 | 0.00023 | - |
| 18 | بیمه حافظ | 0.001 | 0.001 | 0.001 | 0.001 | 0.001 |
| 19 | بیمه آرمان | - | 0.014 | 0.013 | 0.009 | 0.001 |

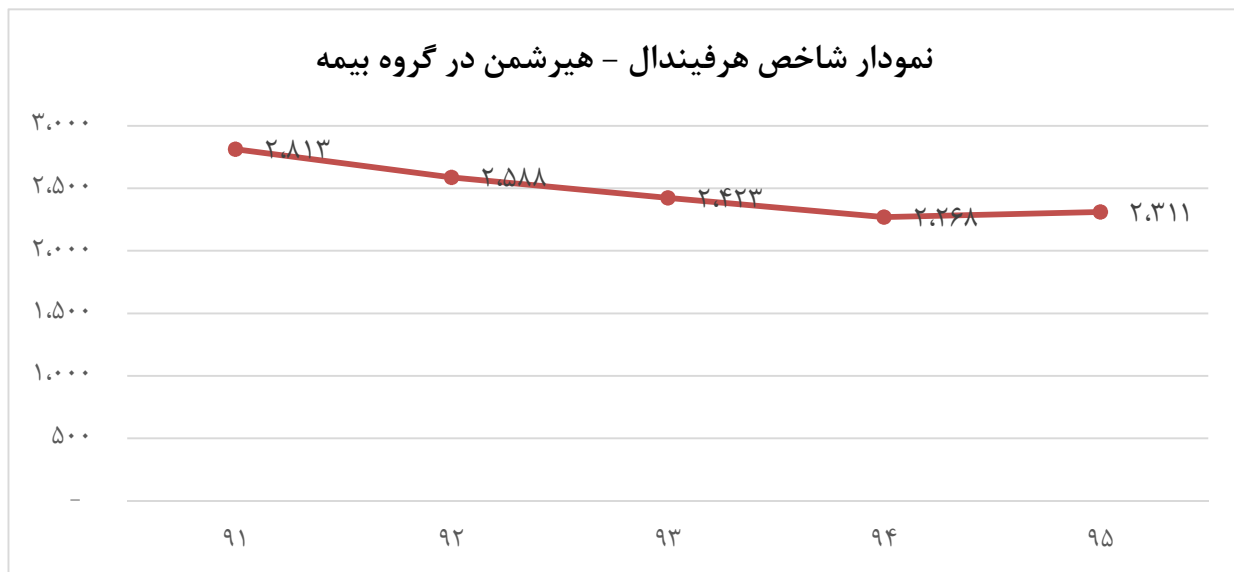
محاسبه شاخص هرفیندال - هیرشمن

پس از محاسبه سهم بازار هر بنگاه در پنج سال مورد بررسی بر اساس فرمول تعریف شده برای محاسبه شاخص هرفیندال - هیرشمن مقدار این شاخص برای هر سال مطابق با جدول زیر ارائه شده است.

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

$$S_i = \frac{X_i}{X}$$

| سال | ۹۱ | ۹۲ | ۹۳ | ۹۴ | ۹۵ |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| شاخص HHI | ۲,۸۱۳ | ۲,۵۸۸ | ۲,۴۲۳ | ۲,۲۶۸ | ۲,۳۱۱ |



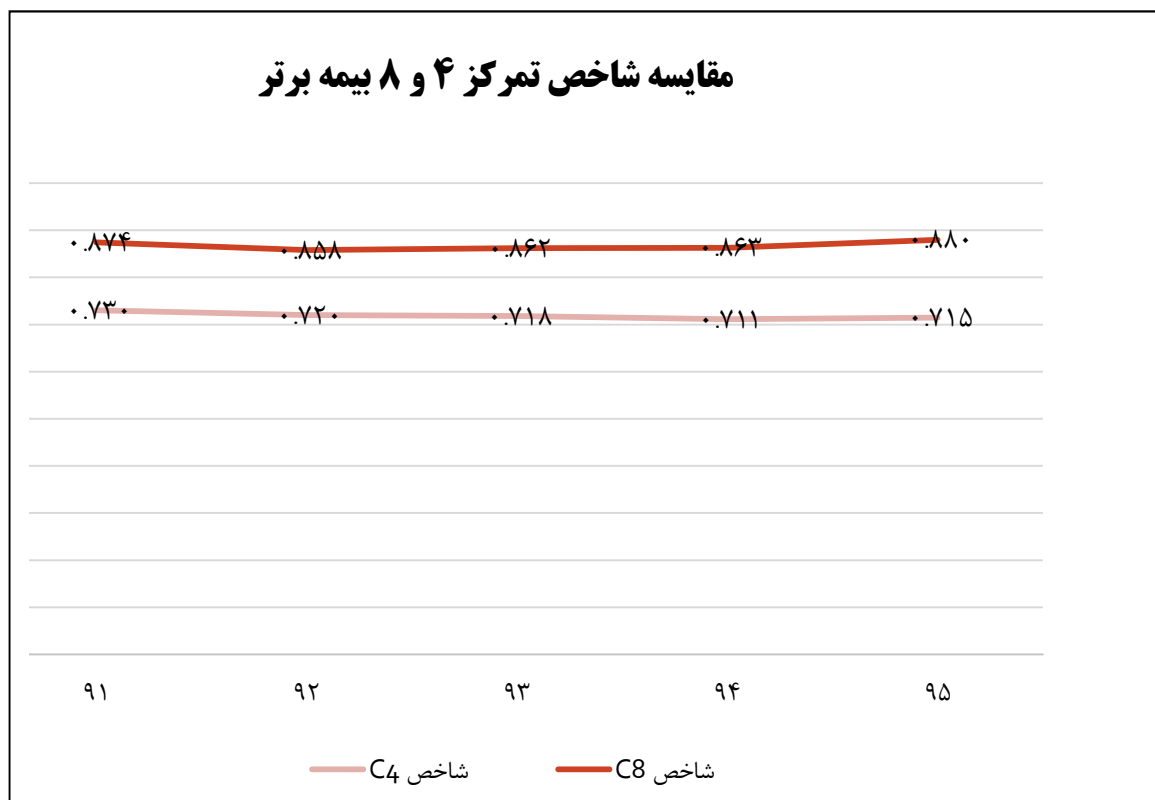
محاسبه شاخص تمرکز k بنگاه

بر اساس تعریف ارائه شده برای این شاخص در تحقیق پیش رو شاخص سهم ۴ و ۸ بنگاه بزرگ که بالاترین سهم بازار را دارند مورد محاسبه قرار گرفته است.

| سال | ۹۱ | ۹۲ | ۹۳ | ۹۴ | ۹۵ |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| شاخص C_4 | 0.730 | 0.720 | 0.718 | 0.711 | 0.715 |

| سال | ۹۱ | ۹۲ | ۹۳ | ۹۴ | ۹۵ |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| شاخص C_8 | 0.874 | 0.858 | 0.862 | 0.863 | 0.880 |

مقایسه شاخص تمرکز ۴ و ۸ بیمه برتر



تجزیه و تحلیل محاسبات

همانطور که محاسبات نشان می دهد بر اساس عدد به دست آمده شاخص هرفیندال _ هیرشمن در هر پنج سال ۹۱ تا ۹۵ بیش از ۱۰۰۰ بوده است و این مقدار برای درجه تمرکز بیانگر این است که بازار بیمه کشور در حالت نیمه متمرکز و انحصار چند جانبه باز (سست) قرار دارد. همچنین عدد به دست آمده برای شاخص تمرکز k بنگاه در هر دو حالت ۴ و ۸ بنگاه بزرگ بالاتر از ۰.۵ بوده و باز هم وجود انحصار در این بازار را نشان می دهد. در حقیقت این شاخص بیان کننده این نکته است که در این پنج سال بیش از ۷۰ درصد سهم بازار در اختیار ۴ بنگاه برتر بوده است یا بیش از ۸۰ درصد از سهم بازار در اختیار ۸ بنگاه برتر قرار دارد. همچنین می توان اینگونه بیان کرد چون شاخص محاسبه شده برای ۴ بنگاه برتر برای پنج سال بالاتر از ۰.۷ بوده است، ساختار بازار انحصاری چند جانبه بسته (محکم) می باشد که در این بازار، بدلیل اینکه بازار در دست تعداد محدودی بنگاه متمرکز شده است ائتلاف و همکاری و بروز رفتار غیررقابتی محتمل است.

۱.۱.۲. بررسی سطح انحصاری گروه شرکت های بیمه

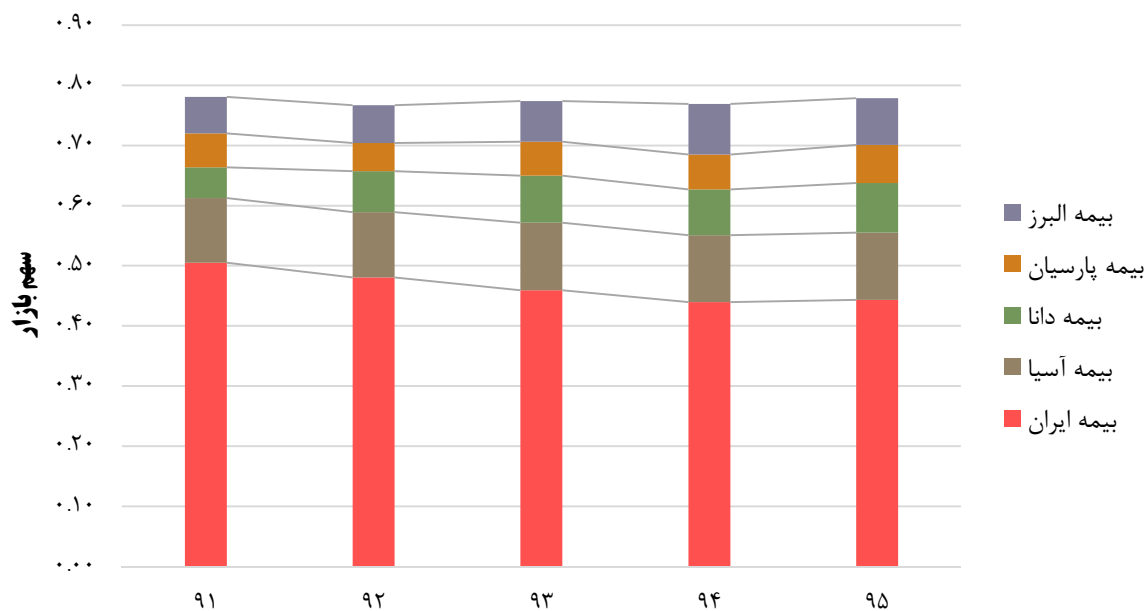
با توجه به اینکه بر اساس شاخص هرفیندال - هیرشمن طی سال های ۹۱، ۹۲، ۹۳، ۹۴ و ۹۵ مقدار این شاخص برای شرکت های بیمه به ترتیب مقادیر 2813، 2588، 2423، 2268 و 2311 به دست آمده است، بنابراین طبق تعریف و دسته بندی های انجام شده برای این شاخص این گروه دارای بازار نسبتاً انحصاری طی سال های مورد بررسی بوده است و در حدود ۷۰ درصد سهم بازار این گروه اقتصادی در اختیار ۵ شرکت بیمه می باشد.

شرکت های بیمه ایران، بیمه آسیا، بیمه داناو بیمه البرز بیشترین سهم بازار را در طی پنج سال مورد بررسی داشته دارند ۷۰ درصد سهم بازار بیمه کشور بوده اند و ۳۰ درصد باقیمانده بین ۱۵ شرکت دیگر توزیع شده است. به طوریکه مجموع سهم از بازار این ۴ شرکت در مدت پنج سال تغییر آنچنانی نیز نداشته است

همانطور که مشخص شد مقدار به دست آمده برای شاخص هرفیندال هیرشمن در طول پنج سال ۹۱ تا ۹۴ کاهش یافته و در سال ۹۵ رو به افزایش است اما نکته مهم در ثابت بودن ترکیب شرکتهایی است که بیشترین سهم بازار را در اختیار خود دارند. ۵ شرکت بیمه ایران، آسیا، البرز، دانا و پارسیان همواره جزو ۵ شرکت اول بوده اند. بیمه ایران به عنوان تنها بیمه دولتی کشور، همواره بیشترین سهم از بازار را داشته که البته این

سهم از سال ۹۱ رو به کاهش بوده است. هم زمان با این کاهش سهم بازار ۴ شرکت بیمه دیگر افزایش داشته است. که بیشترین افزایش متعلق به بیمه دانا و سپس بیمه البرز بوده است.

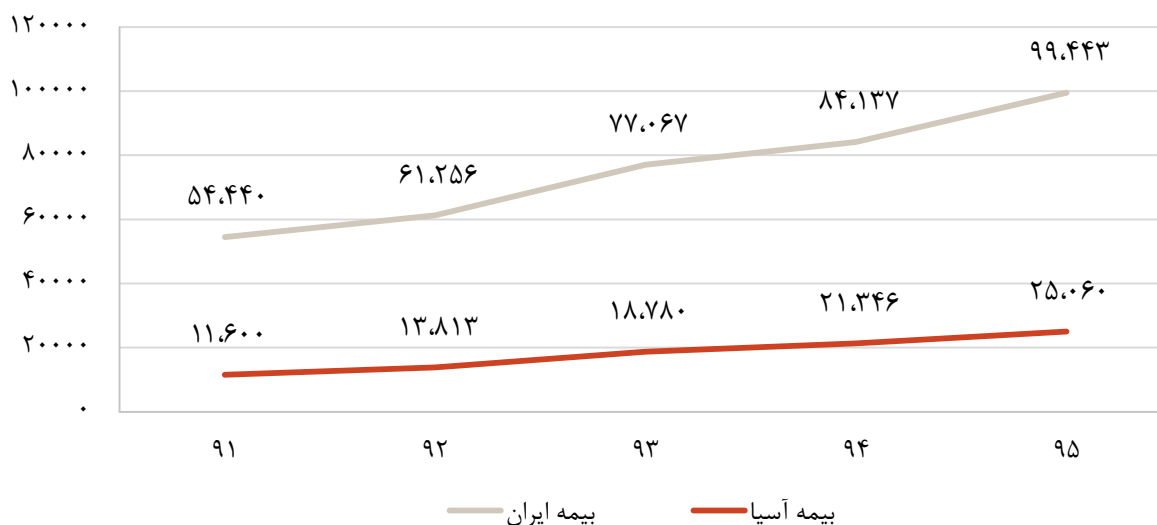
مقایسه ۵ بیمه دارای بیشترین سهم بازار در گروه بیمه ها ۹۵ - ۹۱



با مطالعه دقیق تر صورت های مالی حسابرسی شده دو شرکت بیمه ایران و بیمه آسیا به عنوان نمونه، طی سال های ۹۱ تا ۹۵ ابتدا چگونگی روند تغییرات درآمد حق بیمه و سپس ترکیب درآمدی آنها در سال ۹۵ بررسی شد.

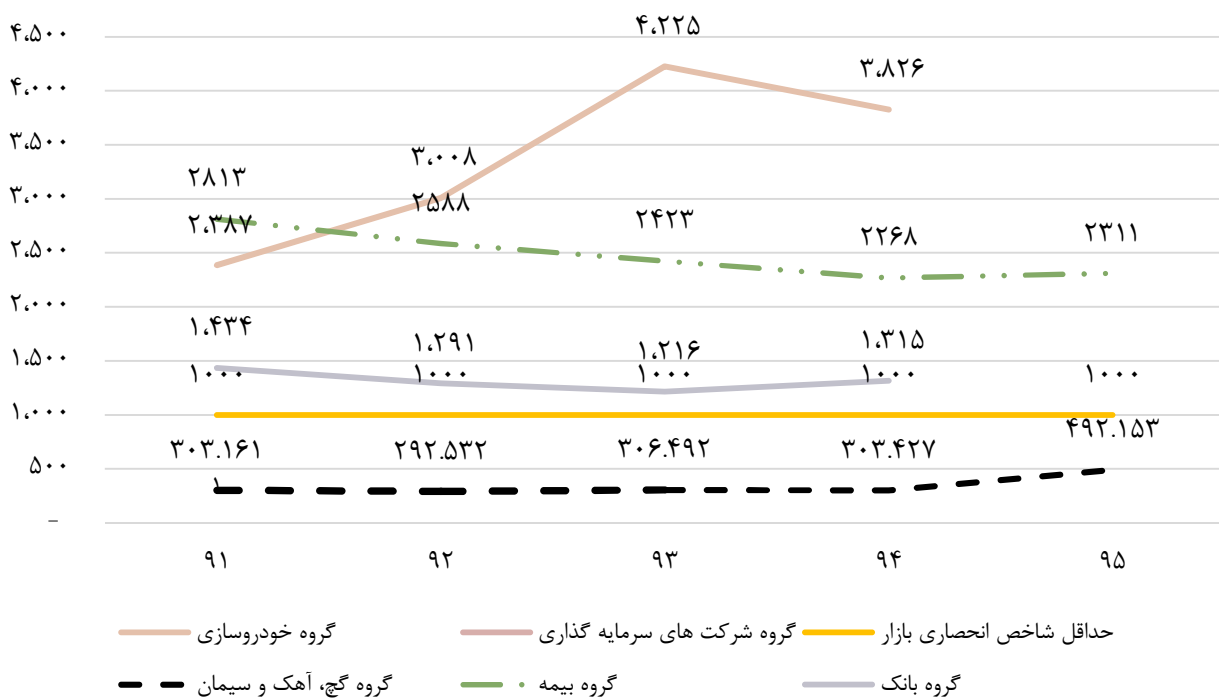
| سال مورد مطالعه | ۹۱ | ۹۲ | ۹۳ | ۹۴ | ۹۵ |
|-----------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| بیمه ایران | 54,440,461,000,000 | 61,256,353,000,000 | 77,067,410,000,000 | 84,137,324,000,000 | 99,443,017,978,573 |
| بیمه آسیا | 11,600,044,000,000 | 13,813,373,000,000 | 18,780,218,000,000 | 21,346,466,000,000 | 25,059,801,000,000 |

روند در آمد حق بیمه برای بیمه ایران و بیمه آسیا برای سال های ۹۱-۹۵ (میلیارد ریال)



مقایسه ساختار بازار گروه شرکت های بیمه با ۴ گروه اقتصادی

پس از اینکه مقدار شاخص هرفیندال - هیرشمن برای گروه شرکت های بیمه به دست آمد. به منظور ایجاد درک بیشتر وضعیت بازار شرکت های بیمه از نظر میزان انحصاری و یا رقابتی بودن، مقدار این شاخص با شاخص اندازه گیری شده برای صنعت خودرو، سیمان، سرمایه گذاری و بانک در کشور طی سال های ۹۱ تا ۹۵ مقایسه شده است که انتخاب صنعت خودرو در کشور به این دلیل بوده است که در جامعه به صورت عمومی تصویری از میزان انحصاری بودن بازار خودرو در کشور وجود دارد و مقایسه گروه بیمه با صنعت خودرو می تواند در ایجاد تصور بهتر از وضعیت بازار شرکت های بیمه ایجاد نماید. از طرفی صنعت سیمان به دلیل بالا بودن تعداد بنگاه فعال در آن و پایین بودن درجه انحصار انتخاب شد. بر این اساس مقایسه شاخص برای این ۴ گروه اقتصادی به صورت زیر می باشد.



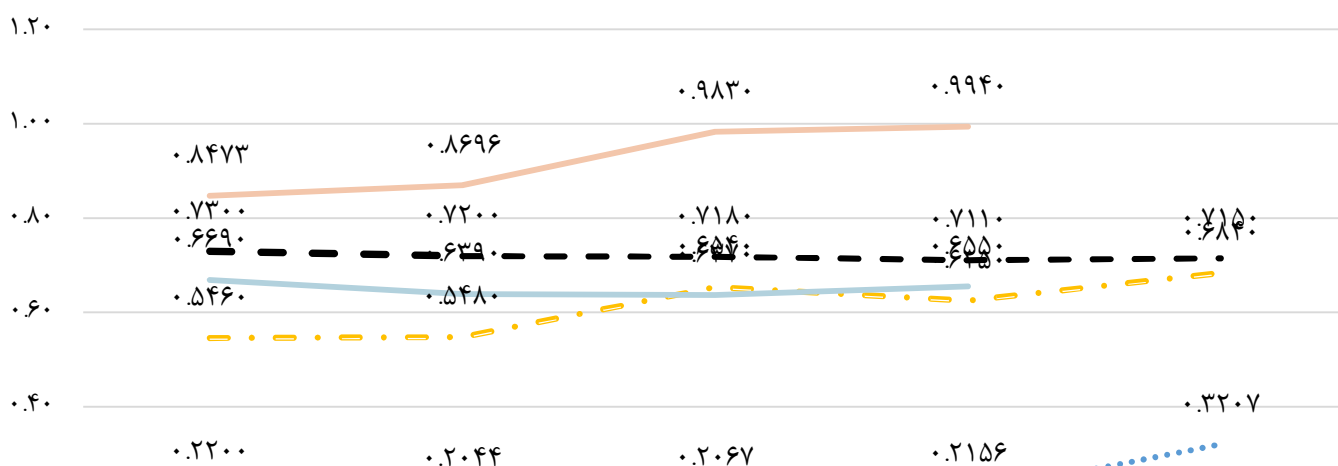
همانگونه که در نمودار نشان داده شده است مقدار شاخص برای هر دو گروه بیمه و صنعت خودروسازی و سرمایه گذاری بالاتر از مقدار ۱۰۰۰ می باشد. (رقم ۱۰۰۰ یک مقدار حداقلی برای تعیین انحصاری و یا رقابتی بودن یک گروه اقتصادی می باشد) و مقدار شاخص برای صنعت خودرو تنها در سال ۹۱ پایین تر از گروه بیمه بوده است.

بنابراین وضعیت بازار در گروه شرکت های بیمه به صورت انحصاری می باشد اما در سال ۹۴ میزان انحصاری بودن بازار برای این گروه کاهش داشته که در مقایسه با بازار صنعت خودروسازی این میزان انحصار بسیار کمتر می باشد و در اصطلاح این بازار نسبتاً انحصاری می باشد. در مقابل عدد شاخص برای گروه گچ، آهک و سیمان بسیار پایین تر بوده که به معنای رقابتی بودن ساختار این بازار می باشد. همچنین گروه بانک بسیار نزدیک به حداقل شاخص انحصاری بازار تغییر کرده است.

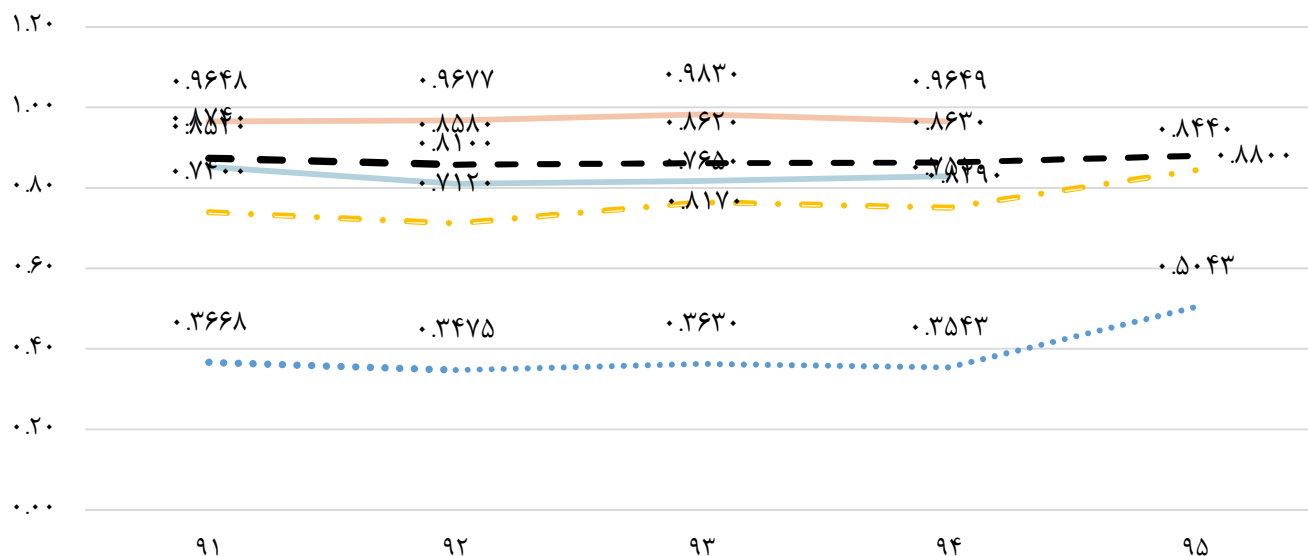
| سال | ۹۱ | ۹۲ | ۹۳ | ۹۴ | ۹۵ |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| گروه خودروسازی | 0.8473 | 0.8696 | 0.9830 | 0.9940 | - |
| گروه سیمان | 0.2200 | 0.2044 | 0.2067 | 0.2156 | 0.3207 |
| گروه سرمایه گذاری | 0.5460 | 0.5480 | 0.6540 | 0.6250 | 0.6840 |
| گروه بیمه | 0.7300 | 0.7200 | 0.7180 | 0.7110 | 0.7150 |
| گروه بانک | 0.6690 | 0.6390 | 0.6370 | 0.6550 | - |

| سال | ۹۱ | ۹۲ | ۹۳ | ۹۴ | ۹۵ |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| گروه خودروسازی | 0.9648 | 0.9677 | 0.9830 | 0.9649 | ۰٫۹۵۶۸ |
| گروه سیمان | 0.3668 | 0.3475 | 0.3630 | 0.3543 | 0.5043 |
| گروه سرمایه گذاری | 0.7400 | 0.7120 | 0.7650 | 0.7510 | 0.8440 |
| گروه بیمه | 0.8740 | 0.8580 | 0.8620 | 0.8630 | 0.8800 |
| گروه بانک | 0.8520 | 0.8100 | 0.8170 | 0.8290 | ۰٫۸۲۳۵ |

شاخص تمرکز ۴ بنگاه برتر گروه خودروسازی، سیمان، سرمایه گذاری، بانک و بیمه برای سالهای ۹۱ تا ۹۵



شاخص تمرکز ۸ بنگاه برتر گروه خودروسازی، سیمان، سرمایه گذاری، بانک و بیمه برای سالهای ۹۱ تا ۹۵



پس از انجام مطالعات و محاسبات اشاره شده جهت بررسی و اطمینان از صحت نتایج حاصل از این تحقیق، جمعی از کارشناسان و نخبگان فعال در شرکت های سرمایه گذاری و نیز آشنا با مفاهیم اقتصادی یافته های تحقیق پیش رو را مورد بازبینی قرار داده تطابق نتایج با یافته ها و برداشت های خود مورد تایید قرار دادند.

۲. نتیجه گیری و تحلیل محقق

در تحقیق انجام شده، درجه تمرکز گروه شرکتهای بیمه شامل ۱۹ شرکت با استفاده از دو شاخص هرفیندال _ هیرشمن و نسبت تمرکز ۴ و ۸ بنگاه برتر اندازه گیری شده است. همچنین برای درک بهتر میزان انحصاری بودن این بازار مقایسه ای بین عدد شاخص چهار گروه خودروسازی، سیمان، بانک و سرمایه گذاری با گروه شرکتهای بیمه صورت گرفته است.

در تعریف سهم از بازار شرکتهای بیمه منبع درآمد آنها که حاصل از دریافت حق بیمه می باشد در نظر گرفته شده است. درآمد حق بیمه انواع شرکتهای بیمه در سه گروه بیمه اموال، اشخاص و مسوولیت جای می گیرد که بنا به نوع فعالیت شرکت بیمه وزن هر گروه می تواند تغییر یابد. نکته دیگری که در این بررسی باید به آن اشاره نمود تعیین دامنه شرکت های بررسی شده در این پژوهش می باشد. ۱۹ شرکت موجود در این تحقیق در سه دسته دولتی، خصوصی و مناطق آزاد قرار دارند که البته سهم بیمه های خصوصی بسیار بالاتر از دو دسته دیگر بوده است.

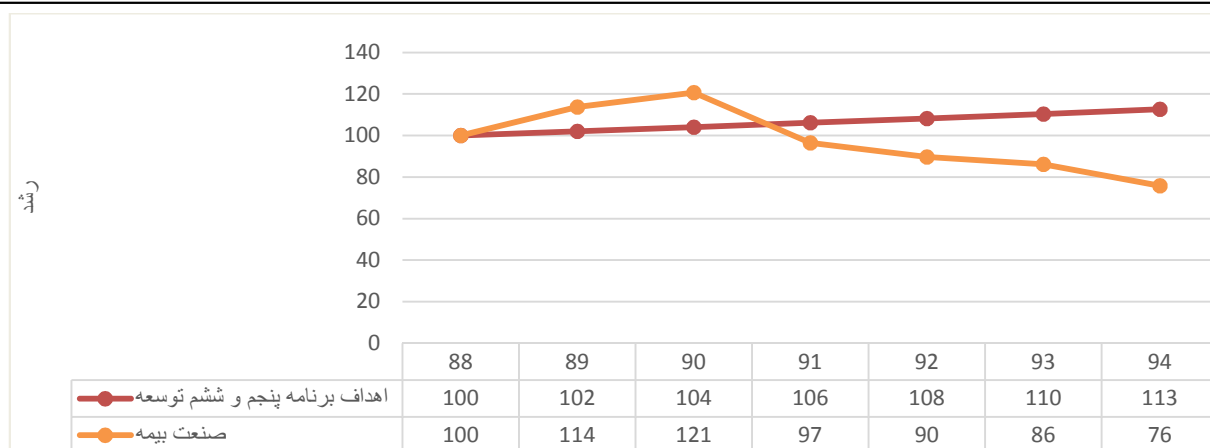
با توجه به دو نکته ذکر شده، طبق نتایج به دست آمده بازار شرکت های بیمه در کشور در حالت نیمه متمرکز و انحصار چند جانبه باز (سست) قرار دارد. در بررسی انجام شده طی سال های ۹۱ الی ۹۵ بیش از ۷۰ درصد سهم بازار در اختیار ۴ شرکت بیمه بوده است و بیش از ۸۰ درصد از سهم بازار در اختیار ۸ شرکت قرار دارد. میزان تمرکز در گروه شرکت های بیمه بر اساس شاخص هرفیندال _ هیرشمن طی سال های ۹۱ تا ۹۴ کاهشی و در سال ۹۵ در حال افزایش می باشد و همچنین در مقایسه با صنعت خودرو میزان تمرکز در سه سال ۹۲ تا ۹۴ بسیار کمتر و در مقایسه با صنعت سیمان در کشور میزان تمرکز بیشتر می باشد.

جمع بندی گزارش:

خصوصی سازی فرایندی است که طی آن بنگاه های اقتصادی تحت نظارت دولت به بخش خصوصی واگذار می شوند. طبق تجارب سایر کشور ها و همچنین نظریات اقتصادی مطرح طی چند دهه گذشته، خصوصی سازی باعث بهبود عملکرد شرکت ها و بنگاه های اقتصادی کشور شده است. از مهم ترین اهداف حاصل از خصوصی سازی در صنعت بیمه می توان به افزایش بهره وری و رقابت پذیری شرکت های بیمه، هدایت پس انداز خانوارها به سمت فعالیت های مولد اقتصادی، توسعه بازار سرمایه، ایجاد امنیت اقتصادی، ایجاد بازارهای اقتصادی سالم و همسویی صنعت بیمه با برنامه های کلان توسعه اشاره کرد. یکی از عوامل مهمی که بیمه گران را به سوی انگیزه بیشتر جهت ارائه خدمات متنوع رهنمون میسازد، فعالیت در محیط رقابتی است. دولتی بودن شرکت های بیمه و نبود شرایط کافی برای رقابت همواره از ضعف های صنعت بیمه به شمار می رفته است. براساس بررسی های بیمه مرکزی مهمترین حوزه های قابل بهبود در صنعت بیمه می توان به موارد زیر اشاره نمود:

بالا بودن سهم بخش دولتی در بازار بیمه کشور، پایین بودن سطح تعاملات بین المللی صنعت بیمه شامل مشارکت اندک شرکتهای بیمه خارجی در داخل کشور، عدم حضور موثر شرکتهای بیمه ایرانی در عرصه جهانی، سایر چالش های صنعت بیمه عبارتند از نامتعادل بودن ترکیب پرتفوی صنعت بیمه، پایین بودن ضریب نفوذ بیمه؛ پایین بودن سهم بیمه های زندگی در پرتفوی بیمه کشور، پایین بودن حق بیمه سرانه همچنین با توجه به این که رشد صنعت بیمه در هر کشور بیانگر توسعه یافتگی آن کشور و افزایش پس اندازهای ملی (ناشی از حق بیمه های دریافتی) است، لذا افزایش رقابت و بهره وری که در نتیجه خصوصی سازی صنعت بیمه ایجاد می شود، می تواند به تنوع و توسعه خدمات و فعالیت های بیمه ای، افزایش شاخص های کارایی صنعت بیمه، تعدیل مقررات مانع خصوصی سازی، افزایش تخصیص و بهره وری نیروی کار و شفافیت اطلاعات و غیره منجر شود. لذا در این گزارش با توجه به این که یکی از اهداف اصلی خصوصی سازی در صنعت بیمه افزایش بهره وری می باشد، از شاخص های بهره وری شرکت ها به عنوان شاخص های عملکردی آنان استفاده شده است. لذا این گزارش به بررسی عملکرد شرکت های بیمه واگذار شده به بخش خصوصی قبل از واگذاری و پس از آن می پردازد. نتایج تحقیق نشان می دهد در شرکت های بیمه واگذار شده به بخش خصوصی افزایش بهره وری مشاهده نمی گردد و تغییر محسوسی در روند شاخص های این شرکت ها دیده نمی شود. به صورت دقیق تر روند شاخص های بهره وری شرکت های شبه دولتی پس از خصوصی سازی تغییر محسوسی نسبت به تغییرات کل صنعت نیافته است و همچنین شرکت های دولتی و شبه دولتی سهم بازار بیشتری را دارا می باشند. و در مقابل شرکت های خصوصی شرکت های کوچکتر و با کارایی بالاتر در استفاده از منابع خود به صورت نسبی می باشند. همچنین شاخص های بهره وری صنعت بیمه در مقایسه با اهداف از پیش تعیین شده در برنامه های توسعه ای کشور بسیار فاصله دارد، بنابراین بر خلاف انتظار که می بایست پس از ورود شرکت های خصوصی بیمه به عرصه رقابت در این صنعت افزایش بهره وری را به دنبال خود داشته باشد این اتفاق مشاهده نمی گردد همچنین با توجه به سهم بزرگ شرکت های دولتی و شبه دولتی در بازار که پس از خصوصی سازی نیز همچنان ادامه دارد می توان بیان نمود که رقابت پذیری در صنعت بیمه نیز همچنان با آنچه که ایده آل می باشد فاصله دارد.

مقایسه اهداف برنامه توسعه کشور با رشد صنعت بیمه در شاخص بهره وری کل عوامل به نرخ ثابت از سال ۸۸ تا ۹۴



همچنین طبق نتایج به دست آمده شاخص هرفیندال _ هیرشمن برای گروه شرکتهای بیمه در هر پنج سال ۹۱ تا ۹۵ بیش از ۲۰۰۰ بوده است و این مقدار برای درجه تمرکز بیانگر این است که بازار بیمه کشور در حالت نیمه متمرکز (متمرکز ملایم) و انحصار چند جانبه باز (سست) قرار دارد. همچنین عدد به دست آمده برای شاخص تمرکز n بنگاه در هر دو حالت ۴ و ۸ بنگاه برتر بالاتر از ۰,۵ بوده و باز هم وجود انحصار در این بازار را نشان می دهد. به عبارت دیگر در این سه سال بیش از ۷۰ درصد سهم بازار در اختیار ۴ بنگاه برتر بوده است یا بیش از ۸۰ درصد از سهم بازار در اختیار ۸ بنگاه برتر قرار دارد. میزان تمرکز در گروه شرکت های بیمه طی سه سال مورد بررسی در حال کاهش می باشد و همچنین گروه بیمه در مقایسه با سه گروه سیمان، بانک و سرمایه گذاری میزان تمرکز بیشتر و در مقایسه با گروه خودرو در سال های ۹۲ و ۹۳ و ۹۴ میزان تمرکز کمتر می باشد.

وضعیت مطلوب صنعت بیمه در کشور:

ماموریت صنعت بیمه:^۳

«ایجاد اطمینان و آرامش خاطر برای آحاد جامعه در جریان زندگی و همه فعالیت های اقتصادی (کشاورزی، صنعتی و خدماتی) آنان، از طریق تولید و عرضه انواع محصولات بیمه ای با قیمت و کیفیت مناسب»

چشم انداز صنعت بیمه در افق چشم انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران:^۴

صنعت بیمه ایران در افق ۱۴۰۴، صنعتی است اقتصادی، عدالت محور، پایدار، سالم و قابل اعتماد، برخوردار از اخلاق حرفه ای و عجین شده با جامعه، که اطمینان را برای روند طبیعی زندگی آحاد شهروندان و چرخه عادی فعالیت های (اقتصادی، کشاورزی، صنعتی و خدماتی) کشور به شیوه ای آسان، سریع، مشتری مدار و با کم ترین هزینه و به شکلی همه جانبه تأمین نموده و ضمن تعامل سازنده و مؤثر در سطح بین الملل، در جایگاه اول صنعت بیمه بین بیمه گران منطقه آسیای جنوب غربی (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه و کشورهای همسایه) قرار دارد.

^۳ - منبع: سالنامه آمار صنعت بیمه - بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۵

^۴ - همان

گزارش جمع بندی نظرات متخصصین در خصوص راهکارهای

عملیاتی ارتقای رقابت پذیری صنعت بیمه

کارگروه رقابت کمیسیون رقابت خصوصی سازی و سلامت اداری اتاق ایران، با هدف بررسی چالش های موجود در صنایع مختلف در زمینه بهبود وضعیت رقابت و رقابت پذیری در صنایع مختلف اقدام به تهیه گزارش های وضع موجود، وضع مطلوب و راهکارهای نیل به وضع مطلوب می نماید. در این راستا صنعت بیمه به عنوان یکی از صنایع مورد بررسی انتخاب شده است. این صنعت به عنوان یکی از مهمترین بخش های اقتصادی که علاوه بر اینکه خود، سبب رشد اقتصادی و اشتغالزایی گسترده ای در کشور شود، می تواند محرک سایر کسب و کارهای فعال در کشور نیز گردد تا به نحو سالمتر و با قدرت ریسک بیشتر به فعالیت خود ادامه دهند. از این منظر افزایش رقابت پذیری این صنعت می تواند نقش بسزایی در افزایش رقابت پذیری اقتصاد کشور داشته باشد.

به این منظور کارگروه رقابت اتاق ایران جهت انجام این بررسی در این صنعت اقدامات زیر را طی نموده است:

۱. بررسی وضعیت میزان انحصار و رقابت موجود در صنعت بیمه

شاخص هرفیندال – هیرشمن در این صنعت برای سال های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۵ اندازه گیری شد و وضعیت انحصار و رقابت این صنعت با صنایع دیگری نظیر صنعت بانکداری، صنعت خودروسازی و صنعت سیمان مقایسه شد.

۲. بررسی وضعیت بهره وری و سودآوری در صنعت بیمه

شاخص های بهره وری نیروی کار، بهره وری سرمایه و بهره وری کل عوامل و همچنین حاشیه سود خالص و سایر شاخص های مرتبط برای این صنعت اندازه گیری شد و با شاخص های صنایع دیگر مقایسه شد.

۳. برگزاری نشست تخصصی صنعت بیمه با حضور مدیران شرکت های بیمه ای

با دعوت از متخصصین صنعت بیمه و برگزاری نشست تخصصی این صنعت بررسی های صورت گرفته در زمینه انحصار و رقابت و همچنین شاخص های بهره وری این صنعت ارائه شد. نتایج آن به بحث و تبادل نظر حضار گذاشته شد.

۴. برگزاری نشست های انفرادی با برخی از متخصصین صنعت بیمه

به منظور آشنایی بیشتر با فعالیت های مرتبط صورت گرفته در این خصوص توسط سایر اشخاص نشست های خصوصی نیز با آنها برگزار شد که از جمله می توان به نشست های با سازمان های بیمه مرکزی، پژوهشکده صنعت بیمه، بیمه البرز، بیمه ایران و بیمه پارسیان اشاره نمود.

۵. تهیه گزارش وضع موجود رقابت پذیری در صنعت بیمه

پس از برگزاری نشست مربوطه و جلسات خصوصی با سازمان های قید شده در بند قبل گزارش نهایی وضع موجود رقابت پذیری شرکت های بیمه تهیه شد.

۶. استخراج وضع مطلوب صنعت بیمه

با استفاده از سند چشم انداز صنعت بیمه برای سال ۱۴۰۴، وضع مطلوب این صنعت استخراج شد این اطلاعات در سالنامه آمار صنعت بیمه کشور که هر سال توسط بیمه مرکزی منتشر می شود موجود می باشد.

۷. راه اندازی طرح نظرسنجی آرایه و جمع بندی نظرهای کارشناسی برای نیل به وضعیت مطلوب در صنعت بیمه

با ایجاد یک شبکه تخصصی در فعالان صنعت بیمه گزارش های وضع موجود و وضع مطلوب در این صنعت در اختیار آنها قرار گرفت و با استفاده از فرم های جمع آوری نظرات به روش دلفی، نظرات متخصصین جمع آوری و جمع بندی شد.

۸. جمع بندی نظرات کارشناسی و آرایه گزارش راهکارهای پیشنهادی

پس از جمع بندی نظرهای آرایه شده گزارش نهایی راهکارهای پیشنهادی تحقق اهداف چشم انداز صنعت بیمه در سال ۱۴۰۴ تهیه شد.

مهمترین راهکارهای پیشنهادی توسط فعالان و صاحب نظران در صنعت بیمه را می توان به طور کلی می توان به ۴ دسته تقسیم نمود:

۱. اصلاح قانون و یا قوانین خاصی در ارتباط با صنعت بیمه

۱-۱- تغییر نگرش اینکه صنعت بیمه به عنوان عامل مشاوره‌ای، مراقبتی، بازدارنده، پیشگیری کننده نگریسته می شود تا تنها جبران کننده خسارت.

در این ارتباط پیشنهاد می شود، بیمه نامه مسوولیت جایگزین انواع مجوزهایی شود که برای فعالیت اقتصادی در حال حاضر اجباری شده است.

۲-۱ اصلاح قوانین داخلی در صنعت بیمه با هدف تسهیل ورود بازیگران جدید و خروج بازیگران ناکارآمد

اصلاح این قوانین کمک می کند تا فعالان جدید در این حوزه وارد شوند و امکان رقابت در حوزه های خاص فراهم شود و از سوی دیگر بازیگران ناکارآمد در این صنعت باید شناسایی شوند و امکان ادغام و یا خروج آنها از بازار صنعت بیمه نیز تسهیل شود.

۳-۱- لزوم بازنگری و اصلاح برخی قوانین قدیمی به صورت مداوم که امکان ایجاد خلاقیت و نوآوری را در ارائه خدمات نوین بیمه ای از بین برده است و یا بسیار دشوار نموده است.

۲- اصلاح و یا افزایش نقش رگولاتوری در صنعت بیمه

۲-۱- یکی از مهمترین چالش های شرکت های بیمه ای در حال حاضر، مشکل نقدینگی شرکت های بیمه است. نهاد ناظر باید بر اساس آیین نامه سرمایه گذاری نوین تدوینی سبب جولان شرکت های بیمه در محیط های سرمایه گذاری با نرخ بالا و سودمندی بهینه شوند و مسیر درست را با مشاوره های تخصصی به کل صنعت القا کنند. ذخایر شرکت های بیمه نزد بیمه مرکزی باید در مسیر صحیح سود دهی حرکت کند ولی نکته ای که در صنعت بیمه کنونی کشورهای پیش رو نیازمند توجه است این است که شرکت های بیمه کشورهای پیشرفته با رسیدن به بلوغ مدیریتی دیگر تنها به جبران خسارت توجه نمی کنند و سود دهی را در ترکیب پرتفوی خدمات بیمه ای نمی بیند بلکه پا فراتر گذاشته و به سمت هدایت بیمه شدگان به سمت مشاوره های به عنوان نمونه در بیمه های درمان و پیشگیرانه و بازدارنده حرکت می دهند که از مسیر کاهش هزینه ها سود خود را افزایش دهند و نه اینکه فقط دنبال کسب سود در ترکیب بندی پرتفو باشند و یا برقراری فرانشیز.

۲-۲- حضور فعال تر بیمه مرکزی جهت رعایت اصول حرفه ای در این صنعت

در راستای رسیدن به وضع مطلوب در بحث رقابت در بین شرکت های بیمه توجه به اصول حرفه ای و اخلاقی حرف اول را می زند. چرا که شرکت های بیمه نایستی در جهت بدست آوردن سهم بیشتری از بازار دست به هر کاری زده و با نرخ شکنی و تقلب و تخلف و دور زدن قانون به شکل های مختلف سعی داشته باشند تا مشتری را به سمت خود بکشند. در این ارتباط جایگاه نهاد ناظر در اجرای صحیح قوانین ضد تراست و به منظور جلوگیری از بروز رقابت های ناسالم باید به روشنی تعریف شود و به طور دقیق اجرایی شود.

۲-۳- لزوم اجرای هر چه سریعتر و صحیح استفاده از استاندارد IFRS

جهت ایجاد شفافیت بیشتر در صورت های مالی شرکت های بیمه ضروری است که این استاندارد هر چه سریعتر و به صورت صحیح اجرایی شود و این موضوع به یکی از مطالبات جدی در اتاق بازرگانی صنایع و معادن و کشاورزی ایران تبدیل شود.

۲-۴- رویه فعلی در بیمه مرکزی در زمینه بیمه اتکایی اجباری تا حدودی این سازمان را در موقعیت رقابت با شرکت های بیمه ای قرار داده است و این موضع در تضاد با نقش رگولاتی این سازمان می باشد.

۲-۵- درخواست از بیمه مرکزی برای ارائه گزارش از آخرین وضعیت شرکت های بیمه ای به ویژه در خصوص وضعیت بیمه عمر در کشور

۲-۶- با هدف ایجاد زمینه های لازم برای فعال تر شدن واحدهای تحقیق و توسعه در بین شرکت های بیمه به نظر می رسد که لازم است مکانیزم شفاف تری برای حفظ و دفاع از حقوق مالکیت در ارائه خدمات نوین بیمه ای در کشور تعریف شود.

۲-۷- افزایش نقش سندیکای بیمه در تصمیم گیری ها با هدف تبدیل نمودن این تشکل به یک بازیگر اصلی در این صنعت و درخواست از اتاق ایران در زمینه توسعه همکاری های اثربخش با سندیکای بیمه

۸-۲- لزوم تعریف نهادی با هدف حمایت از حقوق بیمه گران در صنعت بیمه احساس می شود

۳- نوع فعالیت شرکت های بیمه و اعطای مجوز فعالیت صرفا به شرکت های بیمه تخصصی

واحد های تحقیق و توسعه شرکت های بیمه نیز بایستی فعال تر عمل کنند با الگوبرداری از شرکت های بزرگ بیمه در دنیا در راستای ارائه بیمه نامه های جدید متناسب با نیازها و فرهنگ جامعه کشور ایران گام های موثری را بردارند. چرا که در عصر حاضر بیمه نامه های روتین دیگر پاسخگوی نیازهای مشتریان نبوده و خواسته های آنها را برآورده نمی سازد و با توجه به تخصصی شدن صنعت های مختلف مشتریان نیازمند بیمه نامه هایی با توجه به نیاز و خواسته خود می باشند. همچنین از دیگر موارد قابل طرح در ارتباط با توسعه فعالیت های شرکت های بیمه می توان به نفوذ بیشتر شرکت های بیمه به حوزه بیمه های زندگی و بازنشستگی اشاره نمود.

۴- حضور یا عدم حضور فعالان خارجی در این صنعت

ورود شرکت های بیمه خارجی می تواند زنگ خطری برای شرکت های بیمه داخلی باشد که بتوانند در یک بازار رقابتی با توجه به نیاز مشتری قیمت رقابتی ارائه داده و بتوانند در ارائه خدمات بیمه ای به مشتریان میزان رضایتمندی آنها را بدست آورند. اما جلب حضور اشخاص خارجی در بازار بیمه کشور می تواند راهکاری موثر برای رسیدن به وضع مطلوب باشد.

منابع و مأخذ:

- سالنامه آماری صنعت بیمه، بیمه مرکزی جمهوری اسلامی سال ۱۳۹۴
- سامانه ملی اندازه گیری شاخص های بهره وری ایران irpmc.ir
- سالنامه آمار بهره وری کشور، دبیرخانه جشنواره ملی بهره وری ایران سال ۱۳۹۴
- رضا پاکدامن، جنبه های کاربردی خصوصی سازی به انضمام قوانین و مقررات ایران، مجمع علمی و فرهنگی مجد، اردیبهشت، آبان ۸۲، تجربه مالزی در بنگاه های کوچک و متوسط، صص ۷۸-
- بهیکش، محمدمهدی، اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن، (تهران: نشر نی، ۱۳۸۰).
- ژان فرانسوا اوترویل، مبانی نظری و عملی بیمه، مترجمان دکتر عبدالناصر همتی و دکتر علی دهقانی (تهران: پژوهشکده بیمه، چ ۱۳۸۳).
- صداقت، کامران، «موانع خصوصی سازی در ایران به لحاظ پیش شرط ها و پیامدها»، ماهنامه جهان خصوصی سازی، (اردیبهشت ۱۳۸۹).
- صفری، حسین و دیگران، «ارائه روشی برای اندازه گیری توان رقابتی در سطح بنگاه»، (مطالعه موردی شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران)، (تهران: دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۸۷).
- غفاریان، وفا و جهانگیری، آناهیتا، «کیفیت و رقابت پذیری»، ماهنامه علمی آموزشی تدبیر، ش ۱۹۹ (آذر ۱۳۸۷).
- کریمی، آیت، عملیات بیمه، (تهران: پژوهشکده بیمه وابسته به بیمه مرکزی ایران، چ ۹، ۱۳۸۶).
- میلادی لاری، نسیم، «بررسی آثار آزادسازی و خصوصی سازی بر اشتغال زایی صنعت بیمه ایران»، پایان نامه کارشناس ارشد، دانشگاه خوارسگان (اصفهان، ۱۳۸۳).
- هیوز، آون، مدیریت دولتی نوین، نگرش راهبردها، سیر اندیشه ها، مفاهیم و نظریه ها، ترجمه سیدمهدی ادوانی و همکاران (تهران: انتشارات مروارید، ۱۳۷۹).
- سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران
- شهپکی تاش محمد نبی، (پاییز ۱۳۹۲)، «بررسی ساختار بازار خودرو سواری در ایران» فصلنامه سیاست های مالی و اقتصادی، شماره ۳. صادقی شاهدانی مهدی، چاوشی کاظم و محسنی حسین، (۱۳۹۱)، «بررسی رابطه میان ساختار بازار و ساختار سرمایه در بورس اوراق بهادار تهران» فصلنامه تحقیقات مدلسازی اقتصادی، شماره ۹.
- نیلی مسعود، (۱۳۹۱)، «افزایش توان رقابت پذیری صنعتی ایران» واحد آموزش و انتشارات اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران.
- حسینی میرعبدالله، پرمه زورار، (۱۳۸۳)، «ساختار بازار جهانی فرش دستباف و بازارهای هدف صادراتی ایران» فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۰.
- پور پرتوی میرطاهر، دانش جعفری داوود و جلال آبادی اسداله، (۱۳۸۶)، «مقایسه تطبیقی انحصار و تمرکز در برخی از صنایع کشور» پژوهشنامه اقتصادی، شماره ۴.
- سام دلیری یونس، «شرکت های سرمایه گذاری و ضرورت وجود آنها در بازار سرمایه کشور»، بانک و اقتصاد، شماره ۴.
- پیرویان افسانه، زراءنژاد منصور، «بررسی ارتباط ساختار بازار بر عملکرد ساختار بیمه در ایران»، تازه های جهان بیمه، شماره ۱۷۹.
- شهپازی کیومرث، حسینی ساناز، (۱۳۹۴) «ارتباط متقابل عناصر بازار در صنایع تولید مواد و محصولات شیمیایی»، فصلنامه سیاستهای مالی و اقتصادی، شماره ۱۰.
- ملکان جاوید، (۱۳۹۰) «بررسی اثرات نسبت تمرکز و صرفه های ناشی از مقیاس بر سودآوری در بخش صنعت ایران» فصلنامه روند پژوهشهای اقتصادی، شماره ۵۸.
- خداداد کاشی، فرهاد. (۱۳۷۷). ساختار و عملکرد بازار، نظریه و کاربرد آن در بخش صنعت ایران. موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، تهران.
- Michad Beeslyand Stephen Little child. Privatiation "Principles, Problems and Priorities". Lioyds Bank Review, July ۱۹۸۳.