



بخش اول



ساختار بازار بیمه و

تأثیر آن بر ضریب نفوذ بیمه

برگرفته از طرح پژوهشی

« بررسی ساختار بازار بیمه و

تأثیر آن بر ضریب نفوذ بیمه »

مجری طرح:

دکتر لیلی نیاکان (عضو هیئت علمی گروه

پژوهشی مطالعات کلان بیمه، پژوهشکده بیمه)

راه‌های ارتباطی

روابط عمومی پژوهشکده بیمه

 irc.ac.ir

www.irc.ac.ir

<https://zil.ink/irc.ac.ir>



## ۱. ساختار بازار بیمه:

- ساختار بازار بیمه شامل تعداد کل بیمه‌گرانی است که در بازار جغرافیایی و محصول مربوطه فعالیت می‌کنند.
- بیمه نوعی عقد حقوقی بین بیمه‌گر و بیمه‌گذار است و در آن بیمه‌گر، درقبال دریافت مبلغی به عنوان حق بیمه متعهد می‌شود که خسارت احتمالی وارده به مورد بیمه (مال، جان، یا مسئولیت بیمه‌گذار) در آینده را جبران نماید.
- درواقع ریسک یا احتمال خطر، اساس کسب‌وکار بنگاه‌های بیمه را تشکیل می‌دهد و بیمه راهکاری برای ساماندهی و مدیریت انواع خطرها و تهدیدها و انتقال عوارض آن از جامعه به بیمه‌گران است.



## ۲. ساختار بازار بیمه ایران:

• در سال‌های نه‌چندان دور بازار سنتی بیمه شامل دفاتر و شعب شرکت‌های بیمه و متقاضیان دریافت خدمات بیمه‌ای بود اما امروزه دامنه بازار بیمه‌ای مانند سایر محصولات و خدمات دیگر به گستره فضای مجازی و الکترونیکی و زنجیره‌های واسطه خدمات بیمه تسری یافته و بسیاری از بازارهای عرضه و تقاضای خدمات بیمه‌گری در همه مکان‌ها و فضاها قابل دسترس است.

• بازیگران اصلی بازار بیمه، بیمه‌گر و بیمه‌گذار هستند. بیمه‌شده، ذینفع، بیمه مرکزی ایران، شرکت دولتی، شرکت‌های خصوصی، شعبه شرکت بیمه، نماینده شرکت بیمه و کارگزار رسمی بیمه نیز از دیگر بازیگران این بازار هستند.



### ۳. تمرکز بازار:

• تمرکز یکی از خصوصیات ساختاری بازار است که ماهیت قیمت‌گذاری و درجه رقابت یا انحصار در بازار به کمک آن مشخص می‌شود. تمرکز چگونگی و نحوه تقسیم بازار بین بنگاه‌های مختلف بوده و در اندازه‌گیری آن اندازه نسبی بنگاه‌ها مد نظر است. هر چه بازار ناعادلانه‌تر بین بنگاه‌ها توزیع شود تمرکز بیشتر و در صورت ثابت بودن سایر شرایط هرچه تعداد بنگاه‌ها بیشتر باشد درجه تمرکز کمتر خواهد بود.

### ۴. رقابت پذیری:

• رقابت‌پذیری در ساده‌ترین تعریف عبارت از توانایی تولید و عرضه کالاها یا خدمات به صورت مناسب‌تر و کارآمدتر از رقبا است و به طور کلی قابلیت بنگاه یا صنعت برای افزایش سهم بازاری است.



## ۵. رقابت‌پذیری در صنعت بیمه:

• صنعت بیمه به واسطه ویژگی‌های خاص خود همواره مستعد بی‌ثباتی‌ها و ریسک‌ها و درجات بالاتر بحران‌ها است و ساختار رقابتی بر بهره‌وری شرکت‌هایی که در این بازار فعالیت می‌کنند مؤثر است. عواملی مانند افزایش تعداد نسبی شرکت‌های تخصصی به تعداد کل شرکت‌ها، تفکیک فعالیت‌های بیمه‌گری زندگی از غیر زندگی، حذف مشمولیت صنعت بیمه از مالیات بر ارزش افزوده، افزایش سهم بخش غیردولتی در بازار بیمه، رتبه‌بندی شرکت‌های بیمه، استقرار کمیته ثبات بازار مالی، افزایش قبولی ریسک از خارج از کشور، تسهیل فضای کسب‌وکار، تسهیل اعطای مجوز تأسیس شرکت‌های بیمه، کاهش سرمایه اولیه تأسیس شرکت‌های بیمه و خصوصی‌سازی، از جمله عوامل مؤثر بر بهبود ساختار بازار و توان‌بخشی بازار بیمه در کشور هستند.



## ۶. ضریب نفوذ بیمه:

- ضریب نفوذ بیمه از مهمترین شاخص‌های نشان‌دهنده توسعه صنعت بیمه در یک کشور و بیانگر سرعت حرکت صنعت بیمه در مقایسه با کل اقتصاد است.
- ضریب نفوذ صنعت بیمه ایران با متوسط جهانی و کشورهای پیشرو فاصله چشمگیری دارد و علت آن عدم توسعه کافی صنعت بیمه، ساختار اقتصاد نفتی کشور و بیمه‌های اجتماعی است.
- از مهم‌ترین متغیرهای مؤثر بر افزایش ضریب نفوذ عبارتند از تورم، رشد اقتصادی، درآمد سرانه، نرخ بیکاری و درجه باز بودن اقتصاد.





**روابط عمومی پژوهشکده بیمه**

**[www.irc.ac.ir](http://www.irc.ac.ir)**