



تشریح داخلی بیمه پارسیان • مدیریت روابط عمومی
شماره پنجاه و سوم | مرداد و شهریور ۱۴۰۰



◀ بیمه پارسیان برند محبوب مصرف کنندگان شد

بیمه پارسیان با افزایش نسبت توانگری مالی همچنان در سطح اول صنعت بیمه قرار دارد



- ◀ بیمه پارسیان طرح ماندگار در شهر با هدف
همیاری کنترل کرونا را آغاز کرد
- ◀ اهتزاز پرچم بیمه پارسیان بر فراز قله دماوند

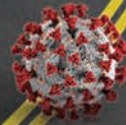
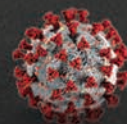
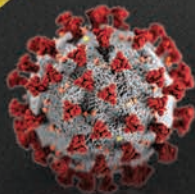
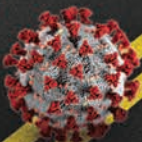
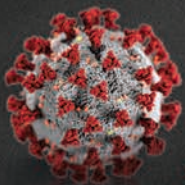


ماندگاری در شهر همیاری کنترل کرونا

✓ شرایط ویژه پرداخت حق بیمه خودرو
به صورت نقد و اقساط

با نرخ ویژه استثنایی بیمه پارسیان

✓ از تاریخ ۱۴۰۰/۰۶/۰۹ لغایت ۱۴۰۰/۰۹/۳۰



دنیای دنیا آرزایش

بیمه پارسیان

مرکز ارتباطات: ۰۲۱-۸۲۵۹

www.parsianinsurance.ir

برگزیده مطالب این شماره



انتخاب مدیرعامل بیمه پارسیان به‌عنوان نایب رئیس شورای عمومی سندیکای بیمه‌گران ایران

مدیرعامل بیمه پارسیان، به‌عنوان نایب رئیس شورای عمومی سندیکای بیمه‌گران ایران انتخاب شد. این انتخاب در جلسه‌ای که در تهران برگزار شد، صورت گرفت.



بیمه پارسیان با افزایش نسبت توانگری مالی همچنان در سطح اول صنعت بیمه می‌گردد

بیمه پارسیان با افزایش نسبت توانگری مالی خود، همچنان در سطح اول صنعت بیمه ایران قرار دارد. این شرکت با سرمایه‌گذاری‌های موفق و مدیریت حرفه‌ای، توانسته است جایگاه خود را در رتبه‌بندی‌های معتبر حفظ کند.

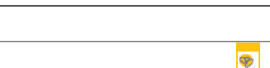
همکاران ستاد مرکزی بیمه پارسیان در دوم واکسن کرونا را به‌صورت متمرکز دریافت کردند

همکاران ستاد مرکزی بیمه پارسیان در دوم واکسن کرونا را به‌صورت متمرکز دریافت کردند. این اقدام به منظور تسهیل فرآیند واکسیناسیون و حمایت از سلامت همکاران انجام شد.



بیمه پارسیان برنده محبوب مصرف‌کنندگان شد

بیمه پارسیان برنده محبوب مصرف‌کنندگان شد. این شرکت در مسابقات معتبر برگزار شده، توانست جایزه خود را از سایر شرکت‌های بیمه‌ای برده و رضایت مشتریان را نشان دهد.



شماره پنجاه و سوم | مرداد و شهریور ۱۴۰۰



- مدیرمسئول: افشین نوری
- سرمدبیر: سیمین نصرالهی
- دبیر تحریریه: حمیده حاجی جعفر
- طراحی و اجرا: راوک گرافیک
- گرافیک و صفحه آرایی: سمیه رفیعی

- مهدی حیدرزاده
- نشانی: خیابان ولی عصر، بالاتر از میرداماد
- خیابان قبادیان غربی، پلاک ۲۲
- کدپستی: ۱۹۶۹۳۳۴۳۱
- تلفن: ۴۲۱۶۹۳۴۱
- دورنگار: ۴۲۱۶۹۳۴۶
- پست الکترونیکی: pr@parsianinsurance.com
- وبسایت: www.parsianinsurance.ir

آرامش مدیران ساختمان‌های مسکونی، اداری و تجاری، با طرح "آرام نام پارسیان"

آرامش مدیران ساختمان‌های مسکونی، اداری و تجاری، با طرح "آرام نام پارسیان". این طرح به منظور کاهش ریسک‌های آتش‌سوزی و سرقت در این بناها طراحی شده است.

فعالیت‌های پژوهشی کارکنان بیمه پارسیان در دوران پاندمی

فعالیت‌های پژوهشی کارکنان بیمه پارسیان در دوران پاندمی. این فعالیت‌ها شامل تحقیقات در زمینه‌های مختلف مرتبط با سلامت و بیمه است.

بیمه پارسیان طرح ماندگار در شهرها هدف همیاری کنترل کرونا را آغاز کرد

بیمه پارسیان طرح ماندگار در شهرها هدف همیاری کنترل کرونا را آغاز کرد. این طرح به منظور حمایت از شهروندان و تسهیل فرآیندهای بیمه‌ای در شرایط کنونی اجرا می‌شود.

نشست مشترک شرکت‌های بیمه‌ای شهرستان سیرجان

نشست مشترک شرکت‌های بیمه‌ای شهرستان سیرجان. این نشست به منظور تبادل نظر و همکاری بین شرکت‌های بیمه‌ای در این منطقه برگزار شد.

برگزاری لیگ بزرگ شبکه فروش توسط شعبه بوشهر

برگزاری لیگ بزرگ شبکه فروش توسط شعبه بوشهر. این مسابقات به منظور تقویت روحیه تیمی و افزایش فروش در شعبه برگزار شد.

جلیگویی و پرداخت خسارت و زیان به شرکت، با تلاش همکاران شعبه قاشمشهر

جلیگویی و پرداخت خسارت و زیان به شرکت، با تلاش همکاران شعبه قاشمشهر. این اقدام به منظور جبران خسارت‌ها و رضایت مشتریان انجام شد.

تقدیر ستاد اجرایی فرمان امام از شعبه رشت

تقدیر ستاد اجرایی فرمان امام از شعبه رشت. این تقدیر به پاس تلاش‌های بی‌وقفه همکاران شعبه در راستای خدمت‌رسانی انجام شد.

برگزاری کارگاه آموزش آنلاین مشتری‌یابی برای فروش

برگزاری کارگاه آموزش آنلاین مشتری‌یابی برای فروش. این کارگاه به منظور ارتقای مهارت‌های فروش همکاران برگزار شد.

مدیریت استراتژیک (Strategic management)

مدیریت استراتژیک (Strategic management). این مقاله به بررسی اهمیت و روش‌های مدیریت استراتژیک در سازمان‌ها می‌پردازد.

مدیریت استراتژیک (Strategic management)

مدیریت استراتژیک (Strategic management). این مقاله به بررسی اهمیت و روش‌های مدیریت استراتژیک در سازمان‌ها می‌پردازد.

نشریه چتر از تمامی همکاران علاقه‌مند به همکاری در گردآوری مطالب نشریه چتر دعوت به عمل می‌آورد:

مطالب، آثار و مقالات خود را حداکثر تا بیستم هر ماه از طریق اوتوماسیون اداری برای سرکار خانم حاجی جعفر و یا پست الکترونیک pr@parsianinsurance.com به مدیریت روابط عمومی ارسال نمایند.

مطالب می‌بایست با ذکر منابع، نام و نام خانوادگی و پست سازمانی ارسال‌کننده به‌صورت تایپ شده فایل (word) ارسال گردد.

بیمه پارسیان

بیمه پارسیان، با بیش از ۳۰ سال سابقه در صنعت بیمه ایران، با تعهد و صداقت، خدمات بیمه‌ای متنوعی را به مشتریان ارائه می‌دهد.

بیمه پارسیان

بیمه پارسیان، با بیش از ۳۰ سال سابقه در صنعت بیمه ایران، با تعهد و صداقت، خدمات بیمه‌ای متنوعی را به مشتریان ارائه می‌دهد.

بیمه پارسیان

بیمه پارسیان، با بیش از ۳۰ سال سابقه در صنعت بیمه ایران، با تعهد و صداقت، خدمات بیمه‌ای متنوعی را به مشتریان ارائه می‌دهد.

انتخاب مدیرعامل بیمه پارسیان به عنوان نایب رییس شورای عمومی سندیکای بیمه گران ایران



با رای مدیران عامل موسسات بیمه هادی اوبارحسین مدیرعامل شرکت بیمه پارسیان به عنوان نایب رییس شورای عمومی سندیکای بیمه گران ایران انتخاب شد.

به گزارش روابط عمومی سندیکای بیمه گران ایران، در نشست شورای عمومی سندیکای بیمه گران ایران که با حضور تمامی اعضا برگزار شد، هادی اوبارحسین با کسب تمامی آرا به عنوان نایب رییس شورای عمومی این نهاد صنفی انتخاب شد. اوبارحسین از مدیران خوشنام و با سابقه صنعت بیمه است و علاوه بر سمت جدید به عنوان رییس کمیسیون فنی سندیکای بیمه گران ایران نیز فعالیت دارد. گفتنی است پیش از این دکتر چایچی مدیرعامل سابق بیمه حکمت صبا در این مسئولیت را برعهده داشت که در جلسه امروز شورای عمومی با حضور وی از زحمات ایشان تقدیر بعمل آمد.

بیمه پارسیان برند محبوب مصرف کنندگان شد

نظر برگزار کنندگان این جشنواره در نظرسنجی‌ها بود که بر این اساس نیز آرای مردمی به برندهای محبوب اختصاص یافت.

در هشتمین دوره جشنواره برند محبوب مصرف کنندگان، تندیس زرین برند محبوب در گروه بیمه‌های عمر و سرمایه گذاری به شرکت بیمه پارسیان تعلق گرفت.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در اختتامیه این جشنواره که با حضور مقامات کشوری و مدیران برندهای محبوب و جمعی از هواداران مردمی آن‌ها در محل سالن همایش‌های صداوسیما ج.ا. برگزار شد، طبق اعلام دبیرخانه جشنواره در نظرسنجی گسترده‌ای که در سطح ملی در بیش از ۱۰۰ گروه کالا/خدمات از طرف مصرف کنندگان صورت پذیرفت، برندهای محبوب از نگاه مردم معرفی شدند.

بر اساس نتایج بدست آمده از آرای مردمی، برندهایی که در هر گروه بالاترین تعداد آرای را دریافت کرده باشند، به عنوان محبوب ترین برند گروه کالای مورد نظر معرفی گردیده و تندیس زرین برند محبوب در گروه مورد نظر را دریافت می‌کنند که در گروه بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری، این تندیس به بیمه پارسیان و دو شرکت بیمه دیگر تعلق گرفت.



خدمات مناسب، مشتری مداری، احترام به حقوق مشتریان و میزان هواداری در میان جامعه مصرف کنندگان از جمله شاخص‌های مورد



بیمه پارسیان با افزایش نسبت توانگری مالی همچنان در سطح اول صنعت بیمه قرار دارد

همچنین بیمه مرکزی همواره به این نکته تاکید دارد که بیمه گزاران در انتخاب بیمه گر خود این مورد را به دقت بررسی و مدنظر داشته باشند. گفتنی است بیمه پارسیان در فعالیت بیمه گری خود همواره سعی در حفظ سید پرتفوی مناسب، رشد فروش و توجه ویژه به مدیریت ریسک حرفه ای داشته تا همچنان به عنوان یک شرکت توانمند و حرفه ای در صنعت بیمه کشور جایگاه خود را حفظ و در رشد و ارتقاء آن و ارائه خدمات هرچه بهتر به بیمه گزاران خود حرکت نماید.

در متن تایید بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران آمده است: بر اساس اجرای ماده ۶ نحوه محاسبه و نظارت بر توانگری مالی موسسات بیمه برای بیمه پارسیان با توجه به صورت های مالی سال ۹۹ و همچنین محاسبات و تعدیلات جدید این شرکت ضمن ارتقای نسبت توانگری مالی خود همچنان در سطح اول توانگری مالی صنعت بیمه کشور با عدد ۱۵۵ به کار خود ادامه می دهد. بر این اساس نسبت توانگری مالی به شرکت هایی تعلق می گیرد که برای ایفای تعهدات خود در مقابل بیمه گزاران از توانایی کافی برخوردارند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با اعلام بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران سطح توانگری مالی این شرکت در سال ۱۴۰۰، همچنان در سطح اول صنعت بیمه قرار دارد. با توجه به اعلام نسبت توانگری مالی شرکت های فعال در صنعت بیمه کشور در سال جاری، بیمه پارسیان با حفظ جایگاه خود همانند سال های اخیر در سطح اول صنعت بیمه قرار گرفت و با افزایش نسبت توانگری مالی این شرکت به عدد ۱۵۵، این جایگاه همچنان برای بیمه پارسیان محفوظ ماند.

با پیگیری های مستمر نایب رییس هیأت مدیره و مدیر عامل :

همکاران ستاد مرکزی بیمه پارسیان دز دوم واکسن کرونا را به صورت متمرکز دریافت کردند

متمرکز در روزهای سه شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۲۳ و چهارشنبه ۱۴۰۰/۰۶/۲۴ به محل تعیین شده توسط هلال احمر مراجعه و در کمترین زمان ممکن دز دوم واکسن خود را دریافت نمودند. رعایت پروتکل های بهداشتی به منظور جلوگیری از ابتلای همکاران به ویروس کرونا از همان ابتدای شیوع بیماری جزو دغدغه های اصلی مدیرعامل محترم بود و همواره بر این موارد تاکید داشتند؛ پس از آغاز واکسیناسیون نیز ایشان به صورت مستمر پیگیر دریافت واکسن برای همکاران سراسر کشور بودند که خوشبختانه این مهم در شهریور ماه به انجام رسید.

بر اساس گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با توجه به اینکه کارکنان صنعت بیمه جزو اولویت های وزارت بهداشت جهت واکسیناسیون علیه بیماری کرونا قرار گرفتند، در این راستا کارکنان بیمه پارسیان نیز دز اول واکسن کرونا را دریافت نمودند.

جهت رفاه حال کارکنان شرکت و جلوگیری از قرار گرفتن همکاران در صف های طولانی واکسیناسیون با پیگیری های مستمر مقام نایب رییس محترم هیأت مدیره و مدیرعامل جناب آقای اویار حسین و همچنین هماهنگی های همکاران واحد بازرسی و رسیدگی به شکایات با سازمان هلال احمر کلیه کارکنان ستاد مرکزی بیمه پارسیان به صورت



فعالیت های پژوهشی کارکنان بیمه پارسیان در دوران پاندمی

همکاران بیمه پارسیان در دوران پاندمی ویروس کرونا با همت عالی از شرایط دورکاری در خلق و نشر آثار پژوهشی و آموزشی بهره بردند. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با شروع پاندمی ویروس کووید ۱۹، فارغ از آسیب‌های جسمانی با تبعات فردی و اجتماعی گوناگونی که به همراه داشت، نقطه عطفی برای تحولات آموزشی و پژوهشی در شرکت بیمه پارسیان بود. در شرایط موجود و اعمال قوانین پیشگیرانه، با ایجاد محدودیت‌ها و الزام شرکت‌ها به رعایت فاصله گذاری اجتماعی و حضور درصدی کارکنان و استفاده از شرایط دورکاری، این شرکت با استفاده از تجارب و دانش سرمایه های انسانی خود، بمنظور ایفای نقش موثرشان در این دوران، به نشر و خلق آثار پژوهشی و آموزشی اقدام کرد.

براین اساس همکاران بیمه پارسیان توانستند تا با استفاده از فرصت ایجاد شده در تولید محتوا و جزوه های آموزشی در رشته های مختلف، ترجمه مقالات بیمه ای و همچنین نشر مقالات فنی و عمومی همچون "ارزیابی ریسک محور بر شرکت‌های بیمه"، "عوامل تاثیرگذار بر استفاده بهینه از فن آوری اطلاعات در صنعت بیمه"، "آسیب شناسی توان فنی و منابع صنعت بیمه"، "بررسی عوامل توسعه نیافتگی بیمه های زندگی و غیر زندگی در صنعت بیمه"، "عوامل موثر در روی گردانی مشتریان و تاثیر آن بر میزان خرید"، "استراتژیا ها، اینشورنک، بلاک چین، اینترنت اشیا، کلان داده ها" و غیره نقش مهمی در فعالیت های آموزشی و پژوهشی این شرکت داشته باشند.

بیمه پارسیان طرح ماندگار در شهر با هدف همیاری کنترل کرونا را آغاز کرد

جشنواره بیمه‌های خودرو بیمه پارسیان با عنوان "طرح ماندگاری در شهر، همیاری کنترل کرونا" آغاز شد. همچنین مرکز ارتباط با مشتریان بیمه پارسیان به شماره ۸۲۵۹ - ۰۲۱ پاسخگوی سوالات مشتریان عزیز خواهد بود.



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ این شرکت با هدف تکریم مشتریان و همچنین با توجه به شرایط کنونی در خصوص مراقبت‌های کنترل ویروس کرونا و کاهش تردهای بین شهری، "طرح ماندگاری در شهر، همیاری کنترل کرونا" با شرایط ویژه پرداخت حق بیمه به صورت نقد و اقساط، با نرخ ویژه و استثنایی بیمه پارسیان را برگزار می‌کند.

در این طرح که تا پایان آذرماه ۱۴۰۰ ادامه خواهد داشت انواع خودرو سواری که فقط تردد درون شهری داشته باشند با پرداخت ۵۰ درصد حق بیمه می‌توانند بیمه بدنه خریداری نمایند.

علاقه مندان می‌توانند جهت کسب اطلاع از شرایط خرید اقساطی بیمه نامه بدنه به شعب و نمایندگی‌های بیمه پارسیان در سراسر



آرامش مدیران ساختمان‌های مسکونی، اداری و تجاری، با طرح "آرام بام پارسیان"

شرکت بیمه پارسیان در طرح "آرام بام پارسیان"، به جبران خسارات بدنی (فوت، نقص عضو، صدمه جسمانی و هزینه‌های پزشکی) و مالی وارد به ساکنین و اشخاص ثالث ناشی از موضوع بیمه‌نامه می‌پردازد. در این طرح، علاوه بر پوشش‌های اصلی ذکر شده، پوشش‌های تکمیلی به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

- پوشش تعدد دیات و دیات غیر مسری
- پوشش افزایش ریالی دیه از تاریخ شروع بیمه‌نامه (یکسال/ دوسال/ سه‌سال)
- پوشش پرداخت خسارت بدون رای دادگاه
- پوشش جبران هزینه پزشکی با اعمال تعرفه بخش خصوصی
- پوشش حذف فرانشیز از هزینه‌های پزشکی
- پوشش مسئولیت مدنی در قبال استفاده‌کنندگان از آسانسور (نفریر/ باربر/ بالابر)
- پوشش مسئولیت مدنی در قبال استفاده‌کنندگان از پله‌برقی و پیاده‌روی متحرک در مجتمع‌های اداری و تجاری
- پوشش مسئولیت مدنی در قبال استفاده‌کنندگان از پارکینگ
- پوشش هزینه‌های دادرسی
- پوشش کارکنان خدماتی شاغل در مشاعات ساختمان مسکونی
- پوشش استخر، سونا و جکوزی، سالن اجتماعات، سالن ورزشی و وسایل تفریحی موجود در مشاعات ساختمان‌های مسکونی
- پوشش خسارات جانی ناشی از حمله حیوانات خانگی (شناسنامه‌دار) در مشاعات ساختمان
- پوشش هزینه‌های مربوط به انتقال مصدوم به بیمارستان (آمبولانس)
- همچنین در طرح "آرام بام پارسیان"، برای بیمه‌گزارانی که مورد بیمه آن‌ها، مجهز به دوربین مدار بسته، سیستم اعلان و اطفاء حریق، نگهبان ۲۴ ساعته و بیمه‌نامه آتش سوزی معتبر می‌باشند، تخفیف در حق بیمه در نظر گرفته شده است.
- بیمه‌گزار می‌تواند حق بیمه را بصورت اقساط طبق آیین‌نامه مصوب شرکت بیمه پارسیان، پرداخت کند و چنانچه بیمه‌گزار حق بیمه را بصورت نقد پرداخت کند از تخفیف نقدی هم برخوردار می‌شود.
- خبر خوش اینکه امکان صدور این بیمه‌نامه در سطح کشور توسط تمامی شعب و نمایندگان بیمه پارسیان امکان پذیر است

افراد جامعه به فراخور نقش اجتماعی خود مسئولیت‌های بی‌شماری در قبال سایر افراد برعهده دارند که در صورت بروز حادثه باید خسارت‌های وارد شده در آن بخش را جبران کنند.

گاهی ممکن است هزینه‌های ناشی از خسارت‌های وارد شده به افراد ثالث بسیار پرهزینه و حتی غیرقابل جبران باشد که در چنین شرایطی افراد می‌توانند با خرید بیمه مسئولیت ریسک خود را به شرکت بیمه منتقل کرده و جبران این خسارت‌ها را به بیمه‌گر خود واگذار نمایند. شرکت بیمه پارسیان با شناسایی ریسک‌های افراد در قبال اشخاص ثالث، پوشش‌های متنوعی را در زمینه بیمه مسئولیت ارائه می‌نماید.

براساس ماده ۱۴ آیین‌نامه اجرایی قانون تملک آپارتمان، مسئولیت حفظ و اداره ساختمان و مجری تصمیمات مجمع عمومی، مدیر یا مدیران ساختمان می‌باشند. در واقع طبق این قانون مدیر یا مدیران ساختمان در قبال ساکنین، مالکین، مستاجرین و اشخاص ثالث مجتمع اداری، تجاری و یا مسکونی مسئولیت‌هایی برعهده دارند که در صورت بروز حادثه باید خسارت مربوطه را که گاه تا یک دیه کامل می‌رسد پرداخت کنند.

شرکت بیمه پارسیان با توجه به نیاز موجود در این بخش، بیمه‌نامه مسئولیت مدنی ویژه مدیر یا هیات مدیره ساختمان‌های مسکونی، اداری و تجاری در قبال ساکنین و اشخاص ثالث را در سبد محصولات خود گنجانده است.

شرکت بیمه پارسیان با درک صحیح از شرایط اقتصادی جامعه و روند رو به افزایش آپارتمان‌نشینی و در راستای افزایش ضریب نفوذ و گسترش فرهنگ بیمه طرح "آرام بام پارسیان" را با شرایط و تخفیفات ویژه برای مشتریان خود تدارک دیده است.

در طرح "آرام بام پارسیان"، چنانچه در نتیجه خطا، تقصیر، غفلت، مسامحه یا قصور بیمه‌گزار خسارت بدنی و یا مالی به ساکنین و اشخاص ثالث وارد شود که منشاء خسارت واقعه ناگهانی و غیر قابل پیش‌بینی، در مشاعات ساختمان در حال بهره‌برداری، باشد و بیمه‌گزار براساس رای مراجع قضایی مسئول جبران خسارت شناخته شود، بیمه‌گر پس از احراز مسئولیت بیمه‌گزار مطابق با شرایط و مفاد بیمه‌نامه، حداکثر تا سقف تعهدات مندرج در بیمه‌نامه نسبت به جبران خسارت اقدام خواهد کرد.

گفتگو با محسن رحیمی؛ مدیر بیمه‌های نفت و انرژی بیمه پارسیان از شرکت‌های پیشرو در حوزه بیمه نفت و انرژی کشور است

و افزایش رضایتمندی مشتریان این حوزه بودیم و جهت تحکیم این رشد در سال ۱۳۹۸ شعبه مذکور در ساختار سازمانی شرکت به یک مدیریت مستقل تحت نظارت معاونت محترم فنی اموال تبدیل گردید و در نتیجه بیمه پارسیان به اولین شرکت بیمه گری تبدیل شد که دارای مدیریت مستقل بیمه‌های نفت و پتروشیمی می‌باشد.

و وظایف اصلی مدیریت بیمه‌های نفت و انرژی چیست و آیا کارکنان این مدیریت باید تخصص‌های خاصی داشته باشند لطفاً توضیح دهید.

همانند سایر رشته‌های بیمه‌ای در رشته انرژی نیز کلیه امور بیمه‌گری از مرحله بازاریابی تا صدور بیمه نامه و نگهداری از بیمه‌گذار و بررسی و ارزیابی خسارت توسط واحد نفت و انرژی مدیریت و اجرا می‌شود. به طور کلی خدمات ارائه شده در مدیریت نفت و انرژی را می‌توان به گروه‌های بازاریابی، ارزیابی ریسک، ارائه مشاوره در حوزه مدیریت ریسک و ایمنی فرآیند، صدور بیمه نامه، ارزیابی و کارشناسی خسارت صنایع نفت و گاز دسته بندی نمود.

تفاوت خاصی که می‌توان بین وظایف بر عهده این مدیریت با سایر مدیریت‌های بیمه‌ای شرکت قایل شد این موضوع است که با توجه به عدم ورود شبکه فروش به این رشته و البته محدودیت‌های ساختاری و قانونی بیمه‌گذاران بزرگ این حوزه در این خصوص، عمدتاً بحث بازاریابی و مذاکره با بیمه‌گذار از ابتدا توسط پرسنل این مدیریت برنامه ریزی و پیگیری می‌شود و دقیقاً از شروع فرآیند خرید پوشش؛ همکاران این مدیریت، همراه و در کنار بیمه‌گذار در قالب فعالیت‌هایی مانند بررسی و تحلیل قراردادهای کاری، شناسایی ریسک‌های قراردادی و عملیاتی، استخراج پوشش‌های مورد نیاز بیمه‌ای متناظر و تنظیم اسناد اولیه استعلام از جمله اسلیپ حضور دارند و عملاً نقش مشاوره در ساختار بیمه‌گذاران را نیز بر عهده می‌گیرند.

همچنین برخلاف سایر مدیریت‌ها که عمدتاً وظیفه نظارت بر اجرای صحیح عملیات بیمه‌گری توسط شعب و نمایندگان را برعهده دارند، کلیه فعالیت‌های پاسخگویی به استعلام، ارزیابی ریسک، صدور بیمه نامه‌ها و الحاقیه‌ها و رسیدگی و مدیریت امور خسارت مستقیماً توسط همکاران مدیریت بیمه‌های نفت و انرژی صورت می‌پذیرد.



لطفاً در مورد تاریخچه تشکیل مدیریت بیمه‌های نفت و انرژی در بیمه پارسیان توضیحاتی ارائه فرمایید.

در سال ۱۳۹۳ در راستای استراتژی شرکت مبنی بر ارائه خدمات ویژه به مشتریان و صنایع خاص به دستور مدیر عامل محترم مقدمات تشکیل یک تیم فنی برای خدمات‌رسانی به صنایع نفت و پتروشیمی با انتخاب افراد علاقه مند و دارای پیش زمینه مرتبط از میان پرسنل شرکت و سپس برگزاری دوره‌های آموزشی فشرده به مدت شش ماه فراهم گردید. در این بین بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران نیز در ذیل آیین نامه ۷۶ و مکاتبات مرتبط با آن شرکت‌های بیمه‌گر را ملزم به تفکیک حساب بیمه‌های انرژی از سایر رشته‌های بیمه‌ای از جمله آتش سوزی و مهندسی نمود که تسریع کننده فرآیند تاسیس شعبه تخصصی بیمه‌های نفت و گاز و پتروشیمی در شرکت بیمه پارسیان شد. به این ترتیب شرکت بیمه پارسیان به محدود شرکت‌های بیمه گری پیوست که بصورت تخصصی و مجزا به این بخش مهم صنعت ارائه خدمات نمود. به لطف مساعدت و دید مثبت مدیریت عالی شرکت و تلاش و علاقه‌مندی همکاران این شعبه شاهد رشد قابل توجه پرتفو



با توجه به اینکه بیمه‌های نفت و انرژی اکنون یکی از سودآورترین رشته‌ها در بیمه پارسیان می‌باشد لطفاً در خصوص فعالیت‌های خود و برنامه ریزی‌هایی که برای رسیدن به این سودآوری انجام داده‌اید توضیح دهید.

در ابتدا ذکر این نکته را ضروری دانسته که تداوم این امر خطیر به مراتب دشوارتر از حصول آن می‌باشد و اینکه هم اکنون مدیریت بیمه‌های نفت، گاز و پتروشیمی پارسیان پس از شرکت بیمه ایران و هم تراز با شرکت‌های رقیب دارای بیشترین سودآوری در این حوزه می‌باشد، از مهمترین دستاوردهای شرکت بزرگ بیمه پارسیان می‌توان یاد کرد.

رفع دغدغه‌های موجود و هموار نمودن این مسیر برای تمامی ارکان موجود در شبکه فروش بیمه‌های نفت، گاز و پتروشیمی، در چارچوب اختیارات این مدیریت به منظور رسیدن به بالاترین بازدهی و سوددهی، همواره سرلوحه امور بوده است. افزایش دانش فنی، اطمینان بخشی جهت بهره برداری هر چه بهتر از منافع بازاریابی، حفظ ارتباط مستمر با ارکان نامبرده و همچنین برنامه ریزی دیگر اقدامات مشابه جهت نیل به این هدف از مهم ترین برنامه ریزی‌های این مدیریت بوده است.

متأسفانه بازار منابع انسانی در این رشته در کشور به شدت دارای ضعف و کمبود است و اقداماتی که برای تربیت نیروی انسانی چه از طریق دانشگاه و چه از طریق خود صنعت بیمه و ارکان مرتبط مانند پژوهشکده تاکنون صورت گرفته است نتوانسته نیاز بازار را مرتفع نماید. قطعاً برای رشد بیشتر و کسب جایگاه بالاتر در چنین رشته‌ای که یکی از مهمترین مزایای رقابتی در آن برخورداری از دانش فنی سطح بالا می‌باشد، نیازمند تدبیری اساسی برای استمرار و بهبود وضعیت شرکت در رشته انرژی است.

به صورت آشکار باید ذکر کنم جذب نیروهای متخصص در رشته انرژی با پشتوانه بیمه و مسلط به زبان انگلیسی در سطح تحلیل و نگارش قراردادها با ساختار فعلی مدیریت منابع انسانی شرکت‌های بیمه در سطح کل صنعت منافات و زاویه شدید دارد به همین دلیل بسیاری از این متخصصان راه شرکت‌های کارگزاری و یا حضور به عنوان مشاور در صنعت نفت را به جای خدمت در صنعت بیمه انتخاب نمودند.

جالب توجه است که مدیریت نفت و انرژی از نظر تعدد نیروی انسانی کوچکترین مدیریت شرکت می‌باشد و دستاوردهای فعلی نتیجه همت و تلاش شبانه روزی همکاران بنده است که با علاقه و پیگیری مداوم در کنار یادگیری همیشگی در حال انجام امور می‌باشند و اعتبار و جایگاه فنی شرکت بیمه پارسیان در رشته‌های انرژی که زبانزد و مورد تایید بسیاری از فعالان این حوزه می‌باشد را مدیون این عزیزان هستیم.

بنابراین لازم است کلیه همکاران علاوه بر تسلط بر فرآیندها و اقدامات مرتبط با عملیات بیمه‌گری به دانش فنی حوزه نفت و انرژی مجهز باشند و همچنین از آنجا که تقریباً همه بیمه نامه‌ها به صورت لاتین و با مرجع استاندارد بین المللی صادر می‌گردد قاعداً تسلط به زبان انگلیسی از الزامات همکاری در این مدیریت می‌باشد

خاطر نشان می‌گردد در راستای تحقق هدف جلب رضایت مشتریان و همچنین حفظ ارتباط مستمر با صنعت بزرگ نفت، گاز و پتروشیمی، این شرکت همواره با بهره‌گیری از کارشناسان مجرب و تربیت نیروهای متخصص در این زمینه، به عنوان شرکتی پیشرو و متخصص، گامی مهم در این راستا برداشته است و سعی نموده است تعادل مناسبی در جذب نیروهای مرتبط با امور بیمه‌ای و فنی در این حوزه برقرار نماید و به طبع کارکنان این مدیریت نیز در قالب تعاریف مذکور قرار دارند.

ایده تشکیل مدیریت نفت و انرژی بیمه پارسیان را تا چه حد ایده موفقی می‌دانید و برای پیشبرد هر چه بیشتر اهداف شرکت در این رشته چه کارهای دیگری باید انجام شود؟

با توجه به اینکه قبل از تاسیس این مدیریت، بیمه نامه‌های این حوزه ذیل بیمه نامه‌های آتش سوزی و مهندسی صادر می‌شدند آمار دقیقی از میزان پرتفوی این رشته قبل از سال ۹۳ وجود ندارد اما با تاسیس این مدیریت از ابتدای سال ۹۳ پرتفوی این شعبه از ۲۳۰ میلیارد ریال در سال ۹۳ به بیش از ۱۳۰۰ میلیارد ریال در پایان سال ۹۹ رسیده است و لازم به ذکر است میزان رشد پرتفوی این مدیریت در سال ۹۹ نسبت به ۹۸ به میزان ۱۵۰ درصد بوده است، که نشان دهنده عملکرد مثبت آن می‌باشد.

در حال حاضر جایگاه بیمه پارسیان در رشته نفت و انرژی جایگاه قابل قبول و بالاتر از سطح میانگین کل شرکت در مقایسه با سایر شرکت‌های بیمه می‌باشد. در حال حاضر از لحاظ شاخص پرتفوی تولیدی، بیمه پارسیان در بین سه شرکت برتر این حوزه در بازار قرار دارد و قطعاً برنامه و دغدغه ارتقاء جایگاه همواره مطرح بوده و اقدامات خوبی در این راستا صورت گرفته است.

برای نمونه تقویت ارتباط با شبکه فروش اعم از نمایندگان، کارگزاران و شعب و ارتقا دانش فنی و اطلاعات ایشان در حوزه نفت، گاز و پتروشیمی به منظور توسعه دامنه اهداف بازاریابی از یک سو و افزایش بهره‌وری کارکنان ستادی از سوی دیگر در دستور کار این مدیریت به منظور پیشبرد اهداف شرکت در این رشته قرار دارد. در این راستا تشکیل دوره‌های آموزشی با محوریت آشنایی با ماهیت این رشته، ریسک‌های موجود، بیمه نامه‌های قابل ارایه و نحوه برقراری ارتباط با بیمه‌گزاران در سطوح مقدماتی و پیشرفته برنامه‌ریزی گردیده است که در زمان مقرر نسبت به برگزاری این دوره‌ها اقدام خواهد شد.

توان فنی است که متأسفانه چندان منابع آموزشی کاملی به زبان فارسی در دسترس نیست. البته همین امر باعث شده است تعداد نمایندگان یا کارگزاران فعال در حوزه بشدت محدود باشد و بنابراین فضای رقابتی شبکه فروش در این حوزه به مراتب کم رنگ تر است. از آنجا که بیشتر بیمه‌گزاران این حوزه را شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ دولتی تشکیل می‌دهند، قطعاً برخورداری از انضباط کاری و ساختار سازمانی در کنار توان فنی برای ورود به این حوزه ضروری است.

اگرچه کشور عزیزمان از لحاظ منابع نفت و انرژی جایگاه قابل توجهی دارد و به همین دلیل تعداد شرکت‌های فعال در این حوزه کم نیست اما قطعاً ورود به حوزه بازاریابی بیمه‌های انرژی کار بسیار سخت و نیازمند صبوری و ممارست طولانی است. با این حال در صورت موفقیت، ماندگاری این مشتریان و عواید حاصل از آن ارزش این تلاش و صبوری را خواهد داشت.

در پایان اگر سخنی با خوانندگان نشریه چتر دارید بفرمایید.

در آخر باید از مجموعه روابط عمومی شرکت که همواره یار و یاور ما در مدیریت انرژی در نیل به اهداف می‌باشد و کلیه کسانی که به هر شکل ممکن برای ارتقای سطح شرکت به طور خاص و تعالی صنعت بیمه به شکل عام در هر جایگاه و رتبه و رشته‌ای که فعالیت دارند تشکر کنم و امیدوارم در آینده نه چندان دور با گذر از مشکلات و دغدغه‌های این روزهای کشور در صحت و سلامتی کامل شاهد به ثمر رسیدن تلاش‌های خود باشند.

با توجه به اینکه بیمه‌گزاران شما شرکت‌ها و صنایع مختلف می‌باشند برای حفظ و نگهداری این بیمه‌گزاران بزرگ چه برنامه‌هایی معمولاً پیاده می‌کنید؟

از آنجایی که عموم بیمه‌گزاران این حوزه علیرغم تسلط بر جزئیات فنی، با انواع بیمه نامه‌ها و عوامل تاثیرگذار در نرخ و شرایط و همچنین نحوه ارزیابی ریسک موجود بیمه نامه‌ها آشنایی کافی ندارند، با عنایت به شناسایی حلقه مفقوده ارتباط فی مابین ارکان موجود در چرخه بیمه‌نامه‌های نفت و انرژی اعم از بیمه‌گزار، ارزیابان ریسک، نماینده، بیمه‌گر و... اقداماتی از طریق بهره‌گیری از بستر موجود در شبکه‌های حقیقی و مجازی به منظور تبادل اطلاعات بین تمامی ارکان مذکور صورت پذیرفته، که امید است با عنایت به جریان اقدامات مشابه، قدمی در جلب اعتماد طرف مقابل برداشته و به تحقق هدف اخیر نزدیک شویم.

به طور خلاصه به این نتیجه رسیده‌ایم که برای حفظ و نگهداشت مشتریان و بیمه‌گزاران در این سطح کارآمدترین ابزار صداقت و ارایه بی‌کم و کاست خدمات مشاوره حرفه‌ای و اشتراک دانش تخصصی این رشته با آنهاست که همین موضوع باعث جلب اعتماد این بیمه‌گزاران به شرکت بیمه پارسین گردیده و کمترین آمار جدایی بیمه‌گزاران از شرکت در این رشته را شاهد هستیم.

برای نمایندگانی که علاقه مند به فعالیت در این رشته هستند چه توصیه‌هایی دارید؟

بزرگترین توصیه‌ای برای موفقیت شبکه فروش در این رشته، افزایش

گفتگو با عسل جواهردشتی، رییس شعبه ویژه میرداماد؛ کسب رضایت مشتریان مهم‌ترین عامل حفظ، نگهداشت و وفاداری بیمه‌گزاران است

لطفاً خودتان را معرفی نمایید و از سوابق خود در بیمه پارسین بفرمایید.

با سلام عسل جواهردشتی هستم با مدرک تحصیلی کارشناسی مدیریت بیمه و کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی از ابتدای سال ۱۳۸۴ در شرکت بیمه پارسین فعالیت می‌کنم حدود ۷ سال در ستاد بیمه‌های مسئولیت به عنوان کارشناس بیمه و کارشناس مسئول مشغول به کار بودم و پس از آن در مجتمع مرکز به عنوان کارشناس مسئول، رییس اداره صدور و معاون فنی شعبه مشغول به کار شدم و اکنون به عنوان رییس شعبه ویژه میرداماد در خدمت بزرگواران هستم.





پرتفو از سوی مدیریت ارشد شرکت تعیین و تبیین می‌شود. در این بخش آنچه شعبه‌ها رو از یکدیگر متمایز می‌کند توانایی هرچه بهتر اجرایی کردن سیاست‌های ابلاغی و عملکرد هر شعبه و تقویت نقاط قوت و رفع نقاط ضعف است.

محور دوم خلاقیت و نوآوری است که هر شعبه خود می‌تواند مبدع و مجری آن باشد.

نکته‌ای که باید به آن توجه ویژه داشت همسویی و تطبیق نوآوری‌ها و روش‌های ابداعی با سیاست‌های کلان سازمان است. در صورت رعایت این اصل، شعب می‌توانند در مواردی چون نحوه پذیرش و ارائه خدمت به مراجعین و مشتریان، استفاده از راه‌های امتیاز یا خدمات متمایز به مشتری در چهارچوب اختیارات، هنر تبدیل مشتریان به مبلغان موثر، تمرکز بر ارتقای دانش روابط عمومی و مشتری مداری پرسنل برای جلب نظر مشتریان و مراجعین اختیار عمل داشته باشند تا ریسک‌های کم خطر و پرخطر شناسایی گردد و با ارائه نرخ‌های مناسب و فنی آنچه را که به نفع سازمان است به انجام رساند.

چه توصیه‌هایی برای شبکه فروش جهت جذب بیمه‌گذاران کم

ریسک و حفظ پرتفوی ایشان دارید؟

اصلی‌ترین گزینه امکان آشنایی و شناخت متقاضی و نوع فعالیت آن است بعضی شرکت‌ها هستند که فعالیت آن‌ها ذاتاً کم خطر یا ریسک آن‌ها اندک است اما به واسطه فرسوده بودن تجهیزات و ماشین آلات و آموزش پایین و ناکارآمدی پرسنل تبدیل به شرکت‌هایی با ریسک بالا می‌شوند و لذا باید به این مهم توجه داشت و شبکه‌های فروش باید نسبت به ارائه خدمات به ایشان مراقب باشند. لذا ابتدا سابقه و خطرات احتمالی متناسب با شغل بررسی گردد، سپس اقدام به جذب بیمه‌گذاران کم ریسک صورت پذیرد و با ارائه نرخ و خدمات مناسب در حمایت از بیمه‌گذاران خود و تقویت آن به منظور حفظ پرتفوی نگه‌داشت بیمه‌گذاران تقدیم گردد.

در پایان اگر سخنی برای خوانندگان نشریه چتر دارید، بفرمایید.

در پایان از جناب آقای اویار حسین نایب رییس هیات مدیره و مدیر عامل شرکت بیمه پارسیان، معاونین و مدیران و سرپرستان و سایر همکاران در سراسر کشور علی‌الخصوص همکاران توانمند و فعال شعبه ویژه میرداماد و تلاش‌های ارزنده‌شان کمال تشکر و قدردانی را دارم و امیدوارم که با همکاری همه بزرگواران و سروران ارجمند در زمینه دستیابی به اهداف والای سازمان و ابقای اقدامات شایسته بانی تداوم و پیشرفت بیشتر شرکت بیمه پارسیان باشیم.

فلسفه تشکیل شعبه ویژه میرداماد چیست و بیشتر در حوزه چه بیمه‌گرانی فعالیت دارد؟

شعبه ویژه میرداماد به عنوان یک شعبه تخصصی جهت ارائه خدمات به بیمه‌گذاران بزرگ، خاص و ویژه که پرتفوی ارزشمند و قابل توجه و بالایی برای سازمان دارند مشغول به فعالیت می‌باشد. از جمله ستاد اجرایی فرمان امام (ره)، قرارگاه سازندگی خاتم الانبیا، ایران خودر، کلیه پرتفوی مستقیم شرکت که فاقد نماینده و کارگزار می‌باشد و کلیه ارباب رجوع و بیمه‌گرانی که بصورت مستقیم فعالیت می‌کنند.

با توجه به اینکه شعبه میرداماد به نام شعبه ویژه فعالیت

می‌کند چه کارهایی تاکنون جهت حفظ و نگه‌داشت بیمه‌گذاران و جلب رضایت حداکثری ایشان صورت گرفته است و چه برنامه‌هایی قرار است در آینده اجرا شود؟

کسب رضایت مشتری مهمترین عامل رقابت میان سازمان‌هاست به همین جهت آگاهی از میزان رضایت مشتریان اهمیت زیادی دارد. لذا نیازهای مشتریان و میزان ریسک و خطرات احتمالی مورد بررسی قرار گرفته و با برگزاری جلسات مستمر و متعدد به منظور شناخت نیازهای بیمه‌گذاران بزرگ و ایجاد خدمات مناسب و شایسته و همچنین رفع موانع صدور بیمه‌نامه‌ها برگزار می‌گردد. در همین راستا شعبه میرداماد جهت حفظ و نگه‌داشت بیمه‌گذاران با استفاده و بکارگیری کارشناسان بصورت تخصصی و پیگیری و ارائه خدمات مطلوب در راستای خسارت‌های احتمالی و ارتباط مستمر و مداوم با بیمه‌گذاران و استقرار کارشناسان خبره در محل بیمه‌گذار برای خدمات سریع‌تر و جلب رضایت بیشتر اقدام نموده است. این نکته مهم هیچگاه نباید فراموش شود که اهمیت حفظ مشتری یا به عبارتی تمرکز بر داشتن مشتریان وفادار بسیار حایز اهمیت است و اهمیت آن کمتر از جذب مشتری جدید نیست و به طور کلی سیاست‌هایی که برای بیمه‌گذاران بزرگ و کلان در نظر گرفته می‌شود با سایر بیمه‌گذاران خرد تفاوت دارد و با همکاری کلیه مدیران و همکاران محترم ستاد باید بصورت یک زنجیره به هم پیوسته صورت پذیرد.

به نظر شما برای داشتن یک سبد پرتفوی مناسب چه کارهایی

باید توسط شعب انجام شود؟

شعب در تلاش هستند با توسعه فرهنگ بیمه سهم خود را در بازار افزایش دهند شعب به عنوان شبکه فروش و به عنوان ویتترین شرکت‌های بیمه در موفقیت شرکت و برای جذب مشتری بازیگر اصلی هستند و برای افزایش پرتفو باید در دو محور عمل کنند.

محور اول اجرای سیاست‌هایی است که برای جذب مشتری و بهبود

گفتگو با لیلا مشکانی؛ مدیر بیمه‌های آتش سوزی روند کاهش نسبت خسارت بیمه آتش سوزی در پرتفوی بیمه پارسیان

سهم رشته بیمه آتش سوزی در کل حق بیمه تولیدی شرکت بیمه پارسیان و صنعت بیمه چقدر است؟ عملکرد این رشته (حق بیمه تولیدی و خسارت) در سال ۹۹ چگونه بوده است؟

با توجه به آمار مقدماتی ارائه شده توسط بیمه مرکزی مربوط به سال ۹۹، سهم رشته آتش سوزی در صنعت بیمه در حدود ۴/۴۵ درصد بوده است. ضمناً سهم رشته آتش سوزی از کل پرتفوی شرکت بیمه پارسیان در حدود ۴/۲ درصد است و پرتفوی رشته آتش سوزی شرکت بیمه پارسیان ۴/۲۶ درصد از کل پرتفوی آتش سوزی صنعت بیمه را به خود اختصاص داده است.



صنعت بیمه در سال ۹۹ مبلغ ۳/۶۳۹ میلیارد تومان حق بیمه در رشته آتش سوزی تولید نموده و در همین سال ۱/۲۶۲ میلیارد تومان خسارت در رشته آتش سوزی کلیه شرکت‌های صنعت بیمه پرداخت شده است و نسبت خسارت رشته آتش سوزی در صنعت بیمه در حدود ۳۵ درصد می‌باشد.

همچنین در سال ۹۹، شرکت بیمه پارسیان در حدود ۱۵۵ میلیارد تومان حق بیمه تولیدی در رشته آتش سوزی داشته و در حدود ۴۰ میلیارد تومان نیز خسارت در رشته آتش سوزی در شرکت بیمه پارسیان پرداخت شده است و نسبت خسارت رشته آتش سوزی در شرکت بیمه پارسیان در حدود ۲۶ درصد می‌باشد.

برنامه بیمه پارسیان در خصوص بازاریابی و فروش بهتر این رشته بیمه‌ای در سال ۱۴۰۰ چگونه خواهد بود؟

شرکت بیمه پارسیان در راستای افزایش میزان فروش بیمه‌های آتش سوزی طراحی و اجرای بیمه آتش سوزی طرح بیمه جامع خانوار، تسهیل دفرروش و فرایند صدور، برگزاری طرح‌های ترغیبی فروش و جشنواره‌های مناسبی و حضور در بازارها و پلتفرم‌های مجازی و استارت آپ ها را در دستور کار خود قرار داده است.

استقبال از طرح‌های این رشته در سال ۹۹ چگونه بوده است؟ آیا این بیمه‌نامه با شکل کنونی که ارائه می‌شود همه نیازهای متقاضیان را پوشش می‌دهد؟

علیرغم شیوع بیماری کووید ۱۹ و مشکلات اقتصادی کشور در سال ۹۹، استقبال مناسبی از طرح‌ها صورت پذیرفت و انتظار می‌رود با کاهش پاندمی و گشایش‌های اقتصادی، در سال ۱۴۰۰ نیز شاهد رشد بیشتر فروش بیمه‌نامه‌های آتش سوزی باشیم.

گروه بیمه: به گفته مدیر بیمه‌های آتش سوزی شرکت بیمه پارسیان، در حال حاضر و در وضعیت موجود اقتصادی و شیوع ویروس کرونا، صنعت بیمه با چالش فروش بیمه‌نامه‌های آتش سوزی مواجه شده است. البته وی ابراز داشته که بیمه پارسیان در سال گذشته با افزایش جذب بیمه‌گذار و سوددهی روبه‌رو بوده است.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، بیمه آتش سوزی تنها ۵ درصد از پرتفوی صنعت بیمه را تشکیل می‌دهد و جایگاه ششم را در بین ۱۶ رشته صنعت بیمه دارد که از نظر آمار و ارقام جایگاه مناسبی نیست. سرانه حق بیمه آتش سوزی برای ۸۰ میلیون نفر جمعیت کشور حدود ۴۵۴ هزار ریال به ازای هر نفر است. به همین بهانه گفت‌وگویی با لیلا مشکانی، مدیریت بیمه‌های آتش سوزی شرکت بیمه پارسیان، اوضاع این شرکت و چالش‌های این رشته بیمه‌ای، سوددهی و سایر مسایل را در میان گذاشتیم که متن آن در ادامه آمده است.



که این امر می‌تواند به نتایج زیان باری ختم گردد. چراکه نسبت خسارت رشته آتش‌سوزی را می‌بایست به‌صورت بلندمدت مورد بررسی و ارزیابی قرارداد. چون ممکن است در یک سال خسارت قابل‌ملاحظه‌ای حادث نگردیده و نسبت خسارت پایین باشد لیکن در صورت بروز یک فقره خسارت قابل‌ملاحظه و یا وقوع حوادث طبیعی از قبیل سیل، زلزله و غیره نسبت خسارت رشته آتش‌سوزی به‌صورت قابل‌ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت. البته بررسی شاخص ضریب خسارت وضعیت بیمه‌های آتش‌سوزی را بهتر نشان می‌دهد که فعلاً اعلام نشده است.

بیمه‌نامه آتش‌سوزی تا چه اندازه در کشور ما شناخته شده است؟ از دیدگاه شما، راهکار افزایش ضریب نفوذ این بیمه‌نامه چیست؟

در کشور ایران شناخت کمی در خصوص شرایط و پوشش‌های ارائه شده در بیمه‌نامه‌های آتش‌سوزی و اهمیت آن در مقایسه با سایر رشته‌های بیمه‌ای علی‌الخصوص بیمه‌نامه‌های خودرو وجود دارد، عدم آگاهی از پوشش‌های ارائه شده در رشته آتش‌سوزی و حق بیمه‌های ناچیز آن موجب عدم رغبت بیمه‌گذاران به خریداری بیمه‌نامه آتش‌سوزی گردیده است. جهت افزایش ضریب نفوذ بیمه‌های آتش‌سوزی لازم است هم شرکت‌های بیمه و هم بیمه مرکزی از طریق تبلیغات گسترده به آگاهی‌رسانی در خصوص اهمیت و پوشش‌های ارائه شده در بیمه آتش‌سوزی اقدام نموده و کلیه اقشار جامعه را با عواقب نداشتن بیمه‌نامه آتش‌سوزی مناسب آشنا نمایند.

با توجه به تحولات در صنعت بیمه، آیا نیاز به تغییر و بازنگری در آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی صنعت بیمه برای این بیمه‌نامه وجود دارد؟

با توجه به روند سریع تغییرات تکنولوژی در جهان و همچنین تغییرات حقوق مدنی، تغییر روابط و مناسبت‌های اجتماعی، به نظر می‌رسد تغییرات و اصلاحات اساسی در متون، شرایط، آیین‌نامه‌ها و همچنین تصریح و شفاف‌سازی آن‌ها بسیار ضروری باشد.

سهم و نقش بیمه‌گران در توسعه این رشته بیمه‌ای چگونه است؟ تبلیغات گسترده در خصوص اهمیت بیمه در جوامع توسعه‌یافته و مضرات نداشتن بیمه‌نامه، آگاهی‌رسانی در رسانه‌های عمومی از طریق بیمه مرکزی و سازمان صداوسیما، ارائه خدمات سریع و آسان در هنگام صدور بیمه‌نامه و پرداخت خسارت در کوتاه‌ترین زمان ممکن و با نگرش حمایتی، تقویت فنی شبکه فروش در راهنمایی بیمه‌گذاران جهت خریداری بیمه‌نامه‌های درست و با پوشش کامل و توضیحات شفاف به بیمه‌گذاران در هنگام صدور، چراکه ارائه بیمه‌نامه‌های ناقص موجب عدم پرداخت خسارت کامل گردیده و موجب افزایش بی‌اعتمادی به صنعت بیمه می‌شود.

بیمه‌نامه‌های آتش‌سوزی با وضعیت فعلی قادر به برطرف نمودن نیازهای بیمه‌گذاران هستند لیکن سعی بر آن است تا با ارائه طرح‌های جدید و پوشش‌های بهتر قادر به تأمین کلیه نیازهای بیمه‌گذاران صنایع مختلف گردیم.

شیوع کرونا چه تاثیری بر فروش این بیمه‌نامه گذاشته است؟ چه تدابیری برای کم کردن تاثیر منفی کرونا بر فروش بیمه‌نامه اندیشیده اید؟

شیوع ویروس کرونا موجب تعطیلی بسیاری از کسب‌وکارها گردیده است و این امر تاثیر مستقیم در فروش بیمه‌نامه‌های آتش‌سوزی مسکونی و غیرصنعتی داشته است؛ چراکه اولاً با تعطیلی کسب‌وکارها و کاهش درآمد رغبت صاحبان کسب‌وکار به خرید بیمه‌نامه کاهش می‌یابد و ثانیاً تعطیل بودن تجارت موجب کاهش میزان گردش موجودی و کاهش سرمایه اموال مورد بیمه گردیده است که نهایتاً حتی در صورت خرید بیمه‌نامه نیز موجب کاهش حق بیمه‌ها می‌گردد.

بیمه پارسیان برای کاهش اثرات ناشی از بیماری کووید ۱۹، ارائه تخفیفات بیشتر در رشته غیرصنعتی، ایجاد سهولت در تقسیط و پرداخت حق بیمه، ایجاد تسهیل در فرایند صدور و بازدید اولیه، همکاری با استارت‌آپ‌ها و فراهم نمودن امکان خریداری بیمه‌نامه‌های آنلاین آتش‌سوزی را دستور کار قرارداد.

آیا نرخ بیمه‌نامه آتش‌سوزی پایین است؟ چالش اصلی این رشته بیمه‌ای چیست؟

متأسفانه رقابت غیرحرفه‌ای شرکت‌های بیمه و ارائه نرخ‌های غیرفنی موجب کاهش شدید نرخ حق بیمه‌ها در رشته آتش‌سوزی شده است، این روش نرخ شکنی و ارائه نرخ‌های غیرفنی هم موجب عدم کفایت حق بیمه‌های تولیدی در جبران خسارت‌های وارده می‌گردد و هم موجب عدم امکان خریداری پوشش اتکایی مناسب جهت ریسک‌های بزرگ می‌شود که در هر دو حالت می‌تواند باعث تحمیل هزینه‌های هنگفتی به شرکت بیمه مربوطه گردیده و در صورت عدم توانایی بیمه‌گر در جبران خسارت‌های وارده، موجب کاهش اعتماد عمومی به صنعت بیمه می‌گردد.

ضریب خسارت بیمه آتش‌سوزی در صنعت بیمه چقدر است؟ آیا این عدد برای بیمه‌گران مطلوب است؟

آمار دقیق ضریب خسارت در سال ۹۹ اعلام نشده است لذا فعلاً جهت تحلیل وضعیت، ناگزیر به استفاده از شاخص نسبت خسارت می‌باشیم. نسبت خسارت رشته آتش‌سوزی در کل صنعت بیمه در حدود ۳۵ درصد بوده است که نسبت مناسبی تلقی می‌گردد. با وجود این برخی از شرکت‌های بیمه با مناسب ارزیابی کردن نسبت خسارت در رشته آتش‌سوزی، اقدام ارائه نرخ‌های غیرفنی می‌نمایند

برترین‌های فروش در حوزه بیمه‌های مسئولیت معرفی شدند



۵۰۳۷۷۷	سمیه فرهادی	زنجان	۳۱
۵۵۱۰۶۰	رضا عابدی	ساری	۳۲
۵۰۳۴۸۲	سمیرا مهدیزاده	سمنان	۳۳
۵۸۶۰۱۰	پیام محدودی	سندرج	۳۴
۵۹۳۴۹۰	حسین مقصودی	شاهرود	۳۵
۵۸۹۰۱۰	حامد احمدپور سامانی	شهرکرد	۳۶
۵۰۳۵۲۴	آسیه کوه شکن	عسلویه	۳۷
۵۵۰۹۴۰	وحیده ثقفی کناری	قائم شهر	۳۸
۵۷۰۱۶۰	سارا السادات معصوم زاده	قزوین	۳۹
۵۷۶۳۵۰	محمد نقتی	قم	۴۰
۵۷۵۰۱۰	حدیث کریمی	کرمان	۴۱
۵۹۸۶۳۰	حسین بادلی	گرگان	۴۲
۵۳۱۵۶۰	خاتم نجمه رفعتی	گنجاگان	۴۳
۵۶۶۱۶۰	پرشیا صبح زاهدی	لاهیجان	۴۴
۵۴۵۷۱۰	سعید هاشم زاده	مرافقه	۴۵
۵۰۳۴۴۵	مهدیه حلاجان	نیشابور	۴۶
۵۰۳۱۶۴	هما ظاهری	همدان	۴۷
۵۰۳۱۲۱	سعید فریدونی	یاسوج	۴۸
۵۹۶۲۰۰	سید ابوالفضل عسلی	یزد	۴۹
۵۹۰۳۶۰	لادن آسترکی	بروجرد	۵۰
۵۰۳۶۴۴	سحر صفریان مقدم	بندرانلی	۵۱
۵۰۳۸۵۳	فاطمه اردوخانی	خوی	۵۲
۵۰۳۱۵۳	مهدی برهان زعی	دزفول	۵۳
۵۷۴۰۳۰	منصور اسلانی	رفسنجان	۵۴
۵۷۸۰۴۰	علی قاسمی	ساوه	۵۵
۵۴۰۰۸۰	مجید نیکفر	سبزوار	۵۶
۵۷۴۷۹۰	سمیه پرمی	سیرجان	۵۷
۵۰۳۱۹۹	پروانه عباسی	کازرون	۵۸
۵۳۰۴۴۰	بهاره حسین زاده	کاشان	۵۹
۵۰۳۴۵۴	مرضیه زمانی دولابی	کیش	۶۰
۵۹۸۶۷۰	آسیه رستمی گنبد	گنبد	۶۱

ردیف	نام شعبه	نام نماینده	کد نمایندگی
۱	ستاد	شرکت خدمات بیمه امین پارسیان	۴۱۰۵۱۰
۲	غرب	پویان عمادی	۵۱۹۶۱۰
۳	اردبیل	نذا فرجی	۵۰۳۲۷۰
۴	ارومیه	نسرتین قاسمی	۵۸۱۳۱۰
۵	اصفهان	هما سادات رحیمی راد	۵۳۰۱۸۰
۶	اهواز	فرزانه حسام	۵۷۲۴۷۰
۷	بیقی	جام جم پارسیان صبا	۴۱۲۲۷۰
۸	تبریز	مهدی شاملی	۵۴۵۶۷۰
۹	شرق	شبنم بوستان آرا	۵۱۷۸۳۰
۱۰	شمال شرق	آساسرمایه فردا	۴۱۶۰۱۰
۱۱	شیراز	ارژنده همانونی	۵۴۰۰۸۰
۱۲	کرج	ندا هداوند	۵۰۱۱۱۰
۱۳	کرمانشاه	رایحه عسکری	۵۸۵۶۳۰
۱۴	مشهد	پویا پرهام	۵۲۱۷۴۰
۱۵	اراک	لیلا ابراهیمی	۵۰۳۴۴۵
۱۶	ایلام	مها فرهاد بیگی	۵۰۳۱۶۰
۱۷	آبادان	مسعود حاجری	۵۰۳۷۹۵
۱۸	آمل	سیدحسین خاکزاد	۵۵۰۰۳۰
۱۹	بابل	احمد حسین زاده طالبی	۵۵۰۰۴۰
۲۰	بجنورد	سحر یزدانی	۵۰۳۲۹۱
۲۱	بندرعباس	صدیقه آبشوری	۵۶۰۳۰۰
۲۲	بوشهر	حمیدرضا باباعلی حقیقی	۵۹۲۷۵۰
۲۳	بیرجند	صدیقه آریا نژاد	۵۴۲۸۵۰
۲۴	پونک	معصومه عبادی	۵۰۳۱۴۱
۲۵	تنگابن	کامران پالانی	۵۵۱۱۸۰
۲۶	شعبه صنعت	سیده زهرا موسوی	۵۰۱۳۷۰
۲۷	چالوس	موسی عیازکیانی	۵۵۰۰۵۰
۲۸	خرم آباد	فرح ناز یگانه راد	۵۹۰۳۰۰
۲۹	رشت	بتول ابراهیم زاده کندسری	۵۰۳۵۷۱
۳۰	زاهدان	عبدالمجید قنبرزهی	۵۸۳۴۸۰

با پایان جشنوار فروش بیمه های مسئولیت نمایندگان برتر این حوزه در سال ۹۹ اعلام شدند. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با اعلام مدیریت بیمه‌های مسئولیت، در جشنواره‌ای که با هدف انتخاب برترین نمایندگان در حوزه فروش بیمه‌های مسئولیت برگزار شده بود، از نمایندگانی که در این جشنواره با توجه به شاخص‌های اعلام شده از سوی مدیریت بیمه‌های مسئولیت همچون حق بیمه و میزان وصول حق بیمه و خسارت، بالاترین امتیاز را کسب نمودند با اهدای لوح، تقدیر بعمل آمد. همچنین با توجه به استقبال نمایندگان از این جشنواره و با هدف کسب پرتفوی مناسب و اضافه شدن بیمه مسئولیت در سبد بیمه‌ای هر خانواده این طرح در سال ۱۴۰۰ نیز برگزار می‌گردد.

لوح تقدیر

جناب آقای علیرمیان

باسلام تحش خالصه و صاده قده شما آرزو و غنینه شمای،
 پژوهاک و انلی و تمداست.
 تیز و زده تحش و کوشش شما در دست امیدی است که بر بدای
 غنینه و نوید بخش آینده ای پر شکوه و زیبا است.
 بدینوسیله از زحمات و تلاش های بی دریغ شما
 صمیمانه تقدیر و تشکر به عمل می آید.
 دین دارانترین
 شرکت تجارت الکترونیک پارسیان تهران کرمان

لوح تقدیر

جناب آقای شورش سلیمان

مریت بر پارسیان

باسلام تحش خالصه و صاده قده شما آرزو و غنینه شمای،
 پژوهاک و انلی و تمداست.
 تیز و زده تحش و کوشش شما در دست امیدی است که بر بدای
 غنینه و نوید بخش آینده ای پر شکوه و زیبا است.
 بدینوسیله از زحمات و تلاش های بی دریغ شما
 صمیمانه تقدیر و تشکر به عمل می آید.
 دین دارانترین
 شرکت تجارت الکترونیک پارسیان تهران کرمان

تقدیر تجارت الکترونیک پارسیان از شعبه سندرج

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ تجارت الکترونیک پارسیان نمایندگی استان کردستان با ارسال لوح تقدیر به پاس زحمات و ارایه خدمات مناسب از رییس شعبه سندرج و همکار ایشان تقدیر و تشکر کرد.



واژگان، اصطلاحات مدیریت ریسک

تهیه شده در مدیریت ریسک

قسمت دوم

با توجه به اهمیت وجود زبان و فهم مشترک در خصوص سیستم مدیریت ریسک بمنظور کارایی و اثربخشی در پیاده‌سازی این سیستم در سازمان، برآن شدیم تا مجموعه واژگان، اصطلاحات مورد کاربرد در بحث مدیریت ریسک سازمانی و توضیحاتی در خصوص آنها را به اشتراک بگذاریم. با ما همراه باشید.

مشاوره و ارتباطات

فرآیندهای مستمری که هر سازمان برای تهیه، توزیع و دستیابی به اطلاعات و برقراری ارتباط با ذینفعان در زمینه مدیریت ریسک انجام می‌دهد. اطلاعات ممکن است در مورد وجود، ماهیت، نوع، احتمال، شدت، ارزشیابی، قابلیت پذیرش و پاسخ به ریسک و سایر جنبه‌های مدیریت ریسک باشند. مشاوره فرآیندی دو طرفه است که در آن به برقراری ارتباط آگاهانه میان سازمان و ذینفعان آن یا سایر افراد، در مورد مسائل، پیش از تصمیم‌گیری در مورد موضوع، پرداخته می‌شود.

مشاوره عبارتست از:

- فرآیندی که برای تصمیم‌گیری، از طریق تأثیر گذاری و نه اعمال قدرت اثر می‌گذارد.
- مشاوره، به معنای تصمیم‌گیری نیست، بلکه

اطلاعات ورودی را برای تصمیم‌گیری فراهم می‌کند.

ذینفع

فرد یا سازمانی که ممکن است بر تصمیم‌ها یا فعالیت‌های سازمان اثرگذار باشد یا از آنها متأثر شود یا خود را متأثر فرض کند. تصمیم‌گیرنده می‌تواند ذینفع هم باشد. بنابراین باید اینکه دیدگاه گروه‌های ذینفع نسبت به ریسک چگونه است باید درک شود. درک ریسک منعکس کننده نیازها، مسائل، دانش، عقیده و ارزش‌های گروه‌های ذینفع است.

زمینه‌سازی

تعریف پارامترهای داخلی و خارجی که در مدیریت ریسک باید در نظر گرفته شوند و زمینه‌سازی و معیارهای ریسک برای خط مشی مدیریت ریسک می‌باشد و شامل دو حوزه زمینه خارجی و زمینه داخلی می‌شود.

زمینه خارجی

محدوده خارجی که سازمان در آن به دنبال دستیابی به اهداف خود است. محدوده خارجی شامل موارد زیر است:

- حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، قانونی، مقرراتی، مالی، فن آوری، اقتصادی،

محیط زیست، محیط رقابتی در سطح بین‌المللی، ملی، منطقه‌ای یا داخلی.

- روندها و محرک‌های اثرگذار بر اهداف سازمان
- برقراری ارتباط با ذینفعان خارجی و درک دیدگاه‌ها و ارزش‌های آنها

زمینه داخلی

محدوده داخلی که سازمان در آن به دنبال دستیابی به اهداف خود است. محدوده داخلی شامل موارد زیر است:

- حاکمیت، ساختار سازمانی، نقش‌ها و مسئولیت‌ها
- خط مشی‌ها، اهداف و راهبردهای در حال اجرا برای رسیدن به آنها
- قابلیت‌ها، دانش و منابع (سرمایه، زمان، افراد، فرآیندها، سیستم‌ها و فن آوری‌ها)
- سیستم‌های اطلاعاتی، جریان‌های اطلاعاتی و فرآیندهای تصمیم‌گیری (رسمی و غیررسمی)
- برقراری ارتباط با ذینفعان داخلی و درک دیدگاه‌ها و ارزش‌های آنها
- فرهنگ سازمان
- استانداردها، راهنماها و مدل‌های به کار گرفته شده توسط سازمان
- گسترده و نوع روابط قراردادی



برگزاری لیگ برتر شبکه فروش توسط شعبه بوشهر



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، شعبه بوشهر این شرکت لیگ برتر فروش-جام خلیج فارس را با همکاری شبکه فروش این شعبه برگزار می کند.

براساس این گزارش شعبه بوشهر در راستای افزایش فروش و جذب بیمه گزاران جدید و همچنین ایجاد انگیزه و رقابت سالم بین نمایندگان، خصوصا نمایندگان جدید، با همکاری نمایندگان و شبکه فروش این شعبه، مسابقه و جشنواره ای را به نام "لیگ برتر فروش-جام خلیج فارس" از تیرماه سال جاری تا پایان سال برگزار می نماید بر همین اساس مراسم افتتاحیه همزمان با میلاد امام رضا (ع) و با حضور نمایندگان و کارکنان شعبه بوشهر برگزار گردید.

مصادف با سالروز پیروزی انقلاب اسلامی برگزار گردد. این لیگ با استقبال نمایندگان شعبه بوشهر افتتاح و در حال برگزاری می باشد و به نمایندگانی که بالاترین رکورد فروش را در این بازه زمانی کسب نمایند جوایز ویژه ای اهدا خواهد شد.

لیگ برتر فروش در دو بخش نمایندگان جنرال و عمر برگزار می گردد و پیش بینی می گردد اختتامیه آن در روز ۲۲ بهمن ماه

جلوگیری از پرداخت خسارت و زیان به شرکت، با تلاش همکاران شعبه قائمشهر

نشریه چتر ضمن تشکر و قدردانی از این همکاران برای ایشان در تمام مراحل کار و زندگی آرزوی سلامتی و سربلندی دارد. امید است با تلاش همه همکاران متعهد بیمه پارسیان از اینگونه زیان و خسارت‌های وارده به شرکت جلوگیری به عمل آید.

دفاعیات و مستندات لازم ضمن دریافت رای دادگاه به نفع بیمه پارسیان از پرداخت این خسارت ساختگی جلوگیری نمودند که با گزارش مدیریت بیمه‌های اتومبیل و دستور نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل؛ جناب آقای اوبارحسین مقرر شد از این همکاران تقدیر ویژه بعمل آید.

براساس گزارش مدیریت بیمه‌های اتومبیل در یک فقره پرونده خسارت جانی که عاملان با گزارش و ادعاهای نادرست سعی در دریافت خسارت دیه از بیمه پارسیان داشتند با تلاش و هوشیاری رییس و معاون شعبه قائمشهر آقایان خوشکار و کاظمی پس از حضور در جلسات متعدد دادگاه و ارایه

تقدیر ستاد اجرایی فرمان امام از شعبه رشت

محل ستاد اجرایی فرمان امام و بازخورد مشکلات و مسایل موجود می‌باشد همچنین جلسات مستمر با حضور مدیرکل ستاد اجرایی فرمان حضرت امام(ره) و رییس شعبه رشت به صورت ماهانه برگزار می‌گردد.

برای بیمه‌گزاران خود در ستاد اجرایی فرمان حضرت امام(ره) ارایه می‌دهد مورد تقدیر قرار گرفت. براساس این گزارش از جمله خدمات ویژه ارایه شده، رسیدگی سریع به درخواست‌ها و هزینه‌های بیمه‌گزاران، بازدید هفتگی در

ستاد اجرایی فرمان حضرت امام (ره) استان گیلان با ارسال پیامی از خدمات رسانی شعبه رشت بیمه پارسیان تقدیر و تشکر کرد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ شعبه رشت به دلیل خدمات ویژه‌ای که



نشست مشترک شرکت‌های بیمه‌ای شهرستان سیرجان



بحث تصادفات، برگزار شد. در این جلسه که به مناسبت هفته قوه قضاییه با حضور ریاست محترم دادگستری شهرستان سیرجان صورت پذیرفت، در خصوص درخواست‌ها و نیازهای اجرایی و موانع پیش رو گفتگو و به تصمیماتی از جمله برگزاری جلسه حضوری روسای شعب بیمه‌ای با دادستان شهرستان سیرجان، برگزاری جلسه حضوری روسای شعب بیمه‌ای با ریاست شورای حل اختلاف (تصادفات) شهرستان سیرجان، ارایه لیستی از پرونده‌های دارای شبهات به شورای حل اختلاف جهت بررسی مجدد انجامید.

به منظور بررسی مشکلات و ایجاد وحدت رویه ما بین شعب شرکت‌های بیمه‌ای با مراجع قضایی در سطح شهرستان سیرجان روسای شعب بیمه‌ای این شهرستان گرد هم آمدند. براساس گزارش شعبه سیرجان بیمه پارسیان؛ با هماهنگی رئیس شعبه با روسای شعب شرکت‌های بیمه‌ای مستقر در این شهرستان، اولین نشست با هدف برگزاری جلسات ماهانه در راستای بررسی مشکلات و ایجاد وحدت رویه ما بین شعب شرکت‌های بیمه‌ای با مراجع قضایی و سایر ارگان‌های درگیر در

برگزاری کارگاه آموزش آنلاین مشتری یابی برای شبکه فروش



است؛ به طوریکه فراگیران فعال در دوره، پس از اتمام دوره قادر به شناسایی بازار و مشتریان جدید و همچنین فروش بیمه نامه مقتضی به ایشان گردیده اند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در راستای افزایش انگیزش و توانمندی شبکه فروش جهت شناسایی بازار هدف و جذب مشتری، مدیریت آموزش با همکاری مدرسه بیمه برای نخستین بار اقدام به برگزاری کارگاه آموزش آنلاین مشتری یابی نمود. در این دوره آموزشی مطالب ارایه شده با محوریت تکنیک های بین المللی مشتری یابی، تکنیک های بومی مشتری یابی، کاربرد و روش های اجرای تکنیک های مشتری یابی به همراه انتقال تجارب مرتبط و اصول مشتری یابی آنلاین برنامه ریزی و اجرا گردید.

براساس این گزارش و نظرسنجی انجام شده از سوی مدیریت آموزش، نتایج حاصل از ارزیابی اثربخشی دوره، نشانگر میزان مطلوب رضایت نمایندگان از برگزاری دوره و کاربرد آن در شناسایی مشتریان و افزایش پورتفولی ایشان علیرغم محدودیت های موجود در شرایط کنونی بوده

صعود همکاران پارسیانی به قله دماوند



ذکریایی؛ رییس شعبه آمل

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، بار دیگر پرچم بیمه پارسیان بر فراز قله دماوند توسط همکاران بیمه پارسیان در صعودهایی جداگانه به اهتزاز درآمد. براساس این گزارش رضا ذکریایی رییس شعبه آمل، هاشم علی گل محمدی کارشناس مدیریت پشتیبانی و سمانه آسایی نماینده بیمه پارسیان در صعودهای جداگانه‌ای موفق به صعود بر فراز قله دماوند شدند و پرچم بیمه پارسیان را بر فراز این قله به اهتزاز درآوردند. نشریه چتر برای تمامی همکاران آرزوی توفیق و سربلندی دارد.



گل محمدی؛ کارشناس مدیریت پشتیبانی



سمانه آسایی؛ نمایندگی کد ۵۰۲۸۰۰

اهتزاز پرچم بیمه پارسیان بر فراز قله لنین



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ محمود رستمی همکار کوهنورد شعبه بجنورد با صعود به قله ۷۱۳۴ متری لنین پرچم جمهوری اسلامی ایران و همچنین پرچم بیمه پارسیان را به اهتزاز درآورد. قله لنین با نام‌های ابن سینا، کافمن اوسینا و ساری‌تاش شناخته می‌شود و با ۷۱۳۴ متر ارتفاع از سطح دریا و ۲۷۹۰ متر ارتفاع نسبی، در مرز کشورهای تاجیکستان - قرقیزستان و نزدیک به مرزهای چین و افغانستان قرار گرفته است. پس از فتح این قله، ایشان به همراه یک تیم هلندی عازم فتح قله خانتانگری خواهند شد. نشریه چتر برای ایشان و تیم همراهانشان آرزوی موفقیت و سرفرازی دارد.



رضایت شغلی



تهیه کننده: مهتاب پور صالحی، رییس اداره توسعه و بهبود سرمایه های انسانی

رضایت شغلی چیست؟

رضایت شغلی کارکنان در سازمان یعنی این که یک کارمند تا چه اندازه نسبت به شغلی که در حال انجام آن است انگیزه، خواست و رضایت دارد. تقریباً ۳۰ درصد زمان کارمندان در محیط کار می‌گذرد، پس یکی از مهم‌ترین نقش‌های مدیران این است که محیطی ایجاد کنند که باعث تقویت روحیه و رضایت کارکنان خود شوند. برخی از کارمندان به اندازه‌ای از کار و گذراندن زمان در کنار همکاران خود لذت می‌برند که گذر زمان را متوجه نمی‌شوند؛ در مقابل افرادی هم هستند که از روی اجبار کار می‌کنند و به قدری از کار خود متنفرند که به دنبال فرصت هستند تا کار خود را ترک کنند. عوامل موثر بر رضایت شغلی کارکنان در چهار معیار «عوامل سازمانی، ماهیت کار، محیط کار و عوامل فردی» با تاکید بر جبران خدمات و شرایط کاری، تعادل زندگی کاری، احترام و شناخت، امنیت شغلی، چالش‌ها و رشد شغلی سنجیده می‌شود.

هر کدام از این عوامل می‌توانند تأثیرات مخرب یا مثبت بر کارکنان داشته باشند و این مدیر است که باید به این عوامل توجه کند و محیط کاری را طوری به تعادل برساند که رضایت شغلی کارکنان را به دنبال داشته باشد.

نکته قابل اهمیت در رضایت شغلی برای کارفرمایان برای پیشی گرفتن از رقیب، شناخت کارکنان راضی یا ناراضی و عوامل ایجادکننده

رضایت یا نارضایتی است؟ آیا کارکنان از کاری که انجام می‌دهند راضی هستند؟ از کار کردن در محیط کاری لذت می‌برند یا به دنبال فرصتی برای ترک کار هستند؟

اهمیت رضایت شغلی کارکنان

یک کارمند راضی همیشه برای سازمان مهم است، زیرا این کارمند تا آخرین حد، توانایی خود را برای شرکت خرج خواهد کرد. هر کارمند به دنبال رشد حرفه‌ای قوی و داشتن تعادل کاری است. اگر کارمندی از شرکت و کارش خوشحال باشد، تمام تلاش خود را خواهد کرد تا به نوعی این رضایت شغلی را به شرکت برگرداند.

رضایت شغلی از دیدگاه کارکنان یعنی:

- دستمزد عادلانه
- ثبات شغلی
- رشد حرفه‌ای و ارتقای دانش شغلی
- پاداش در مقابل شایستگی‌های شغلی
- به رسمیت شناخته شدن و مورد احترام قرار گرفتن
- ایفای نقش‌های جدید بدون چشم‌داشت ارتقای شغلی و با هدف دیده شدن
- احساس ارزشمند بودن برای سازمان
- تعادل در زندگی شخصی و حرفه‌ای



رضایت شغلی از دیدگاه کارفرمایان

برای کارفرما، رضایت شغلی برای یک کارمند، یک جنبه مهم برای به دست آوردن بهترین نتیجه و بالاترین میزان کار از آن‌هاست. یک کارمند راضی همیشه به شرکت بیش‌تر کمک می‌کند، کم‌تر خسته می‌شود و برای رشد شرکت تلاش زیادی می‌کند. کارفرمایان باید یک توصیف شغلی خوب برای جذب و توسعه نیروی انسانی ایجاد کنند و به افراد برای یادگیری و رشد، فرصت‌هایی دهند و این شرایط را برای آن‌ها فراهم کنند تا به نتیجه دلخواه خود برسند.

اثرات مثبت رضایت شغلی کارکنان

کارایی بیشتر

افزایش حس وفاداری

افزایش سود شرکت

حفظ نیروهای انسانی خوب و افزایش میل به ماندگاری

مولفه‌های تأثیرگذار بر رضایت شغلی

رضایت شغلی ارتباط مستقیمی با روان‌شناسی کارمند دارد. یک کارمند مورد احترام و شاد در کار، همیشه انگیزه زیادی برای کمک بیشتر دارد. از سوی دیگر، یک کارمند ناراضی عموماً بی‌حال است، اشتباه می‌کند و به یک بار بر روی دوش شرکت تبدیل می‌شود.

مهمترین عوامل ناراضی‌بندی شغلی در کارکنان

۱- جبران خدمات و شرایط کاری

یکی از بزرگ‌ترین عوامل موثر بر رضایت از کار، جبران خدمات و مزایای کارکنان است. کارمند با دستمزد خوب، انگیزه‌ها، پاداش‌ها، بیمه‌های مراقبت‌های پزشکی کامل و غیره در شغل خود شادتر خواهد بود. یک محیط سالم کاری نیز به سطح رضایت کارمند اضافه می‌کند.

۲- تأثیر تعادل در زندگی کاری بر رضایت شغلی کارکنان

هر فرد می‌خواهد یک محل کار خوب داشته باشد که به او اجازه

دهد تا با خانواده و دوستانش وقت صرف کند. رضایت شغلی برای کارکنان اغلب به سیاست تعادل زندگی کاری خوب بر می‌گردد. در این سیاست شرکت تضمین می‌کند که کارمند در کنار کار می‌تواند وقت خود را با خانواده خود نیز صرف کند. این کار کیفیت کار کارمند را به میزان چشم‌گیری بهبود می‌بخشد.

۳- احترام و شناخت

هر فردی که در محل کار خود مورد احترام قرار گیرد، از این اقدام انگیزه‌های مضاعف دریافت می‌کند. همچنین اگر کارمندان برای سخت کار کردن خود جایزه بگیرند، برای کارهای بعدی بیشتر تلاش خواهند کرد.

بر اساس هرم سلسله‌مراتب نیازهای مازلو، نیازهای فیزیولوژیک ابتدایی‌ترین نیاز انسان است. نیاز به امنیت نیاز بعدی انسان است. نیازهای اجتماعی در رده بعدی قرار دارد. نیاز به احترام به عنوان نیاز چهارم مطرح می‌شود و نیاز به خودشکوفایی و خودانگیزشی در بالاترین مرحله قرار دارد.

۴- امنیت شغلی

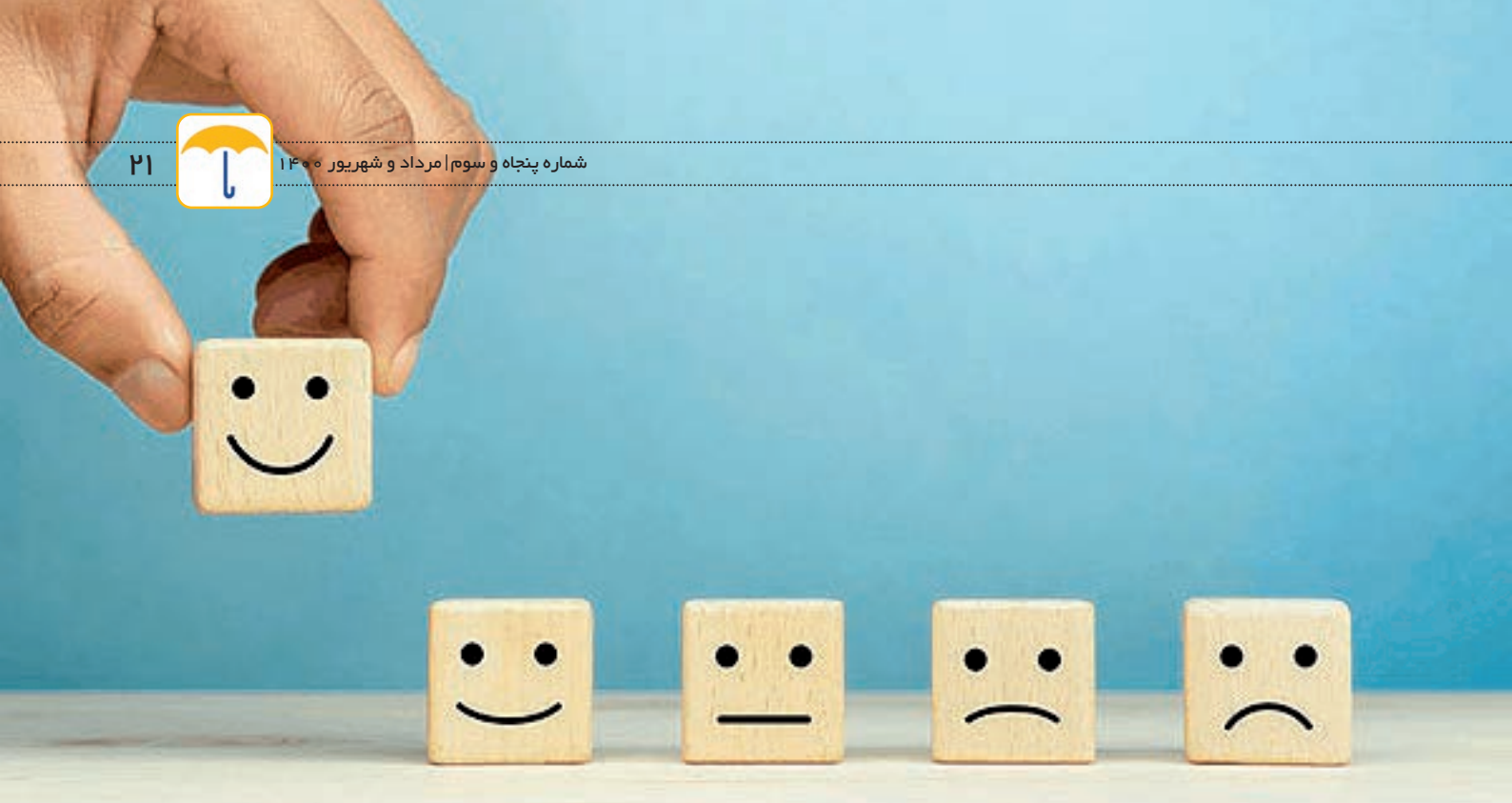
اگر یک کارمند مطمئن باشد که شرکت حتی در صورت آشفته شدن بازار نیز او را حفظ می‌کند، به شرکت اعتماد بیشتری پیدا خواهد کرد و با رضایت بیشتری کار می‌کند.

۵- چالش‌ها

فعالیت‌های کار یک‌جانبه می‌تواند به داشتن کارمندان ناراضی منجر شود. از این رو مواردی مانند چرخش کاری، غنی‌سازی شغلی و غیره می‌توانند در رضایت شغلی کارکنان موثر باشند.

۶- رشد شغلی

کارکنان همیشه رشد شغلی را به عنوان اولویت اول زندگی خود تلقی می‌کنند. از این رو، اگر شرکت به کارکنان جدید خود کمک کند و به آن‌ها نقش شغلی تازه‌تری بدهد، رضایت شغلی را افزایش می‌دهد، زیرا آن‌ها می‌دانند که در حال پیشرفت در حرفه خود هستند.



عوامل موثر بر رضایت شغلی:

مثال‌های زیادی از رضایت شغلی وجود دارد، زیرا این عوامل با روان‌شناسی هر فرد در ارتباط است. یک کار خاص می‌تواند برای یک کارمند بر اساس حقوق و دستمزد، محل کار، محل زندگی، مسئولیت‌ها، سطح شغلی و غیره رضایت‌بخش باشد و همین کار برای فردی دیگر کاری سخت و ناراحت‌کننده باشد و فرد حتی یک روز نیز در آن شغل دوام نیاورد. برای مثال یک کارمند را در نظر بگیرید که یک سال است به سازمان ملحق شده و برای کار خوب خود پاداش و انگیزه دریافت کرده است. همچنین، شرکت او را برای یک برنامه آموزشی منحصر به فرد انتخاب کرده که می‌تواند در ارتقای حرفه‌ای به او کمک کند. همچنین، کارمند می‌تواند به راحتی مرخصی‌های با حقوق بگیرد تا بتواند رویاهای زندگی شخصی‌اش را نیز دنبال کند. از این رو، تمام این عوامل و سیاست‌های منابع انسانی منجر به رضایت شغلی این کارمند می‌شود.

برای اندازه‌گیری رضایت شغلی باید از کارکنان پرسید:

برای تمامی شرکت‌ها، اندازه‌گیری رضایت شغلی کارکنان امری حیاتی است، زیرا کارایی، بهره‌وری و وفاداری کارمندان به آن بستگی دارد. شرکت‌ها می‌توانند با استفاده از پرسشنامه تحقیقات خود را انجام دهند و از کارکنان در مورد بازخوردهای مختلف سوال کنند و متوجه شوند که آن‌ها چه تفکری نسبت به شغل خود دارند.

با دستیابی به پاسخ صحیح یک سری از سوالات کارفرمایان می‌توانند بدون صرف هزینه‌های گزاف از میزان رضایت کارکنان خود مطلع و برای آن برنامه‌ریزی نمایند؟

- آیا سهم عادلانه‌ای از توزیع حقوق و مزایا می‌برید؟
- آیا سهم شما در شرکت با استفاده از جایزه‌ها و پاداش‌ها شناخته می‌شود؟
- شرایط محیط کاری شما خوب، بهداشتی و رقابتی است؟
- آیا تعادل زندگی کاری خوبی دارید؟
- آیا از سیاست‌های شرکت برای رشد حرفه‌ای و آموزش و توسعه خود خوشحال هستید؟

عامل ایجاد نارضایتی شغلی

۱- یکنواختی کار:

تجربه‌هایی که یک کارمند از مولفه‌های مختلف محیط کار به دست می‌آورد، بر روی نگرش وی نسبت به آن‌ها تاثیر می‌گذارد. فرض کنید کاری یکنواخت و بدون هیجان باشد، بنابراین کارمند احتمالاً از آن ناراضی می‌شود. سازمان‌ها و شرکت‌های زیادی هستند که مبالغ زیادی سرمایه‌گذاری می‌کنند تا کارهای شان جالب و چالش برانگیز شود تا کارکنان به طور فعال درگیر کار شده و سطح رضایت شغلی آن‌ها افزایش یابد.

۲- پیوستگی:

پیوستگی نقش مهمی در رضایت شغلی ایفا می‌کند و این بدین معنی است که اگر شغل فعلی کارمند شبیه شغلی باشد که در گذشته انجام داده، ممکن است سطح رضایت شغلی قبلی خود را به شغل فعلی خود نسبت دهد.

۳- یادگیری اجتماعی:

در یک سازمان، افراد در قالب گروه‌ها کار می‌کنند و به صورت مرتب و به شکل رسمی و یا غیررسمی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، که تاثیر زیادی بر میزان رضایت شغلی آن‌ها دارد. کارکنانی که شغل مشابه دارند با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و تمایل دارند احساسات مشابهی برای عناصر شغلی مانند کار، دستمزد، شرایط کاری، قوانین، سرپرست، مدیر و غیره داشته باشند. برای مثال اگر کسی بگوید که این کار خسته‌کننده و بدون چالش است، همه در گروه با آن موافقت می‌کنند و نگرش مشابهی بین آن‌ها ایجاد می‌شود.

۴- وراثت:

خواص ژنتیکی در زمینه رضایت شغلی افراد بسیار مهم است. بر اساس تحقیق، حدود ۳۰ درصد از رضایت شغلی بر اساس مسائل ارثی است.

مدیریت استراتژیک (Strategic management)

مهیار خوشدل، کارشناس تشکیلات و بهبود روش‌ها، مدیریت طرح و برنامه

مقدمه

امیر مومنان علی (ع) فرمود: خدا رحمت کند کسی را که بداند، از کجاست؟ در کجاست؟ و به کجا می‌رود؟

با نگاهی دقیق به مفهوم مدیریت استراتژیک می‌توان به ضرورت استفاده از آن پی برد. با توجه به تغییرات محیطی که در حال حاضر شتاب زیادی به خود گرفته است و پیچیده شدن تصمیمات سازمانی، لزوم به کارگیری برنامه‌های جامع برای مواجهه با مسایل و مشکلات احتمالی بیشتر از گذشته ملموس شده است. مدیریت استراتژیک با تکیه بر ذهنیتی پویا، آینده‌نگر، جامع‌نگر و اقتضایی راه حل بسیاری از مسایل سازمان‌های امروزی است. پایه‌های مدیریت استراتژیک بر اساس میزان درکی که مدیران از شرکت‌های رقیب، بازارها، قیمت‌ها، عرضه‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، دولت‌ها، سهام‌داران و مشتریانی که در سراسر دنیا وجود دارند قرار دارد و این عوامل تعیین‌کنندگان موفقیت تجاری در دنیای امروز است. پس یکی از مهم‌ترین ابزارهایی که سازمان‌ها برای حصول موفقیت در آینده می‌توانند از آن بهره‌گیرند «مدیریت استراتژیک» خواهد بود.

استراتژی (Strategy)

استراتژی عبارت است از طرح جامع و مادر شرکت که نشان می‌دهد شرکت چگونه به ماموریت و اهداف دست می‌یابد و با بیانی دیگر استراتژی الگویی بنیادی از اهداف فعلی و برنامه‌ریزی‌شده، بهره‌برداری و تخصیص منابع و تعاملات یک سازمان با بازارها، رقبا و دیگر عوامل محیطی است.

استراتژی روشی است که به کمک آن، سازمان ماموریت و چشم‌انداز خود را مبتنی بر نیازهای ذی‌نفعان اصلی، به صورت برنامه‌ها و اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت در عمل پیاده می‌نماید. استراتژی یعنی راه و روش رسیدن به اهداف سازمان. نکته: استراتژی هدف نیست، قدمی برای رسیدن به اهداف برنامه‌ریزی‌شده است یعنی کمک به اینکه چگونه اهداف را به‌دست بیاوریم.

ماموریت (Mission)

ماموریت، مقصود و ارزش‌های اصلی سازمان و حوزه عملکرد آن را مشخص می‌نماید. در واقع، عبارتی است که دلیل وجود سازمان یا فلسفه وجودی آن را بیان می‌دارد.

ماموریت مهم‌ترین دلیل موجودیت هر سازمانی است که چهارچوبی تعیین‌کننده در چگونگی تحقق‌پذیری اهداف استراتژیک آن دارد.

چشم‌انداز (Vision)

چشم‌انداز فرای بیانیه ماموریت سازمان رفته و چشم‌اندازی را مشخص می‌کند که سازمان به آنجا می‌رود و به آن تبدیل می‌شود.

چشم‌انداز سازمان، زیربنایی‌ترین بیانیه ارزش‌ها، آرمان‌ها و اهداف سازمان است. چشم‌انداز میل باطنی اعضای سازمان است که در مغز و قلب آنان جا گرفته است. چشم‌انداز باید درک روشنی از اینکه سازمان امروز به کجا می‌رود و نیز نقشه جاده حرکت به سوی آینده را ارائه دهد.

سازمان‌ها برای تحقق اهداف و کسب موفقیت نیازمند تصویری روشن از آینده خود می‌باشند، تصویری که جهت‌گیری‌های آتی سازمان را به وضوح معین نماید. یک سازمان نیز مانند افراد آرزویی برای آینده دارند که به آن چشم‌انداز می‌گویند.

ارزش‌های سازمانی (Values)

ارزش‌های سازمانی (ایدئولوژی / باورها و نیایدها) زیربنای فرهنگ سازمانی و شرط بقا و رشد آن می‌باشند. به عبارتی ارزش‌ها اصول و راهنمای سازمان‌ها بوده و رهنمودهای لازم را جهت تصمیم‌گیری‌ها و رفتار سازمان ارائه می‌دهند. اصولی که افراد و سازمان‌ها در برابر عموم و تمام افرادی که به طور مستقیم یا غیر مستقیم با فعالیت‌های آن سازمان سروکار دارند، داشته و ملزم به رعایت آن می‌باشند. ارزش‌های محوری، چگونگی رفتارهای هر روزه ما را تعیین نموده و در یک کلام، فرهنگ سازمانی مطلوب را ایجاد می‌کنند. این ارزش‌ها گاهی اوقات «باورها» یا «فلسفه‌ها» هم نامیده می‌شوند.

اهداف (Target)

هدفی که سازمان تلاش‌های خود را به سمت آن هدایت می‌کند. به بیانی دیگر هدف به نتایجی گفته می‌شود که در محدوده مدت زمان معین، آرزوی تحقق آن و یا رسیدن به آن مورد خواست است. اهداف موسسه در بردارنده یک ماهیت اجتماعی و مواردی در جهت آینده است که سازمان به طور یکپارچه سعی دارد آن را تحقق بخشد. هدف جایگاهی است که ماموریت در آن اتفاق می‌افتد.

برنامه‌ریزی استراتژیک (Strategic planning)

به نوعی برنامه‌ریزی بلندمدت اطلاق می‌گردد که مسیر حرکت آتی سازمان را به تصویر می‌کشد. این نوع برنامه‌ریزی بلندمدت، علاوه بر محیط داخلی هر سازمان، محیط خارجی آن را نیز مورد توجه قرار می‌دهد. برنامه‌ریزی استراتژیک نوعی آینده‌نگری و خلق آینده دلخواه است و به هیچ عنوان پیش‌بینی محسوب نمی‌گردد.

مدیریت استراتژیک (Strategic management)

مدیریت استراتژیک، هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی تصمیمات چندجانبه‌ای است که سازمان را در مسیر رسیدن به اهدافش رهنمون می‌شود.

به عبارتی شاید بتوان گفت پروسه هدف‌گذاری بلندمدت سازمان و حرکت آگاهانه و تیزهوشانه از طریق پیش‌بینی و بازنگری ابزارهای لازم در راستای دستیابی به اهداف بلندمدت است. مدیریت استراتژیک مشتمل بر تصمیمات و اقدامات ناظر به تنظیم و راه‌اندازی استراتژی‌هاست که نوعی سازگاری و هماهنگی بهترین سازمان و پیرامون (محیط) برقرار می‌کند تا آن را برای دستیابی به اهداف سازمانی قادر سازد. مدیریت استراتژیک به بررسی محیطی (هم محیط خارجی و هم محیط داخلی)، تدوین استراتژی، اجرای استراتژی، ارزیابی و کنترل و نظارت و ارزیابی بر فرصت‌ها و تهدیدها در سایه توجه به نقاط قوت و ضعف یک شرکت تأکید دارد.

چند تعریف مدیریت استراتژیک از بزرگان علم مدیریت:

• Learned در سال ۱۹۶۵ اعلام کرد: مدیریت استراتژیک به معنای مطالعه



ویژگی‌های مدیریت استراتژیک

قبل از هر چیز مدیریت استراتژیک یک وظیفه مدیریتی عالی (بلندپایه) است. چون به طور کامل متوجه آینده سازمان بوده و سعی در مشخص کردن راستا و جهت برای آن دارد.

به این می‌اندیشد که در افق زمانی مشخص شده سازمان چه خواهد شد و برای گرفتن این نتایج چه کارهایی را باید انجام داد.

سازمان‌ها با محیطی که در آن قرار دارند، در داخل هم‌بستگی و تعامل می‌باشند. در محیط هر تغییری صورت می‌گیرد سازمان نیز از آن تأثیر خواهد پذیرفت. بدین سبب مدیریت استراتژیک محیط را از نزدیک تعقیب می‌کند.

مدیریت استراتژیک اهداف، تصمیم و فعالیت‌هایی را مشخص می‌کند که در داخل سازمان تا پایین‌ترین سطوح، برای هر کس نقطه شروع حرکت را تعیین می‌کند.

لزوم داشتن استراتژی

۱. ایجاد همسویی میان تصمیمات کوتاه‌مدت با منافع بلندمدت سازمان.
۲. ایجاد تعهد جمعی در جهت دستیابی به اهداف.
۳. فراهم‌آوری مکانیزم تطابق با شرایط پیرامون سازمان.
۴. جهت‌دهی مطلوب به تخصیص منابع سازمانی.
۵. ایجاد قابلیت ارزیابی عملکرد سازمانی.

مزایای مدیریت استراتژیک

۱. ایجاد مزایای رقابتی
۲. رشد و توسعه پایدار
۳. انسجام‌بخشی به سازمان
۴. افزایش آگاهی مدیریتی
۵. ...

نتیجه‌گیری

مدیریت استراتژیک به سازمان این امکان را می‌دهد که به شیوه‌ای خلاق و نوآور عمل کند و برای شکل دادن به آینده خود به صورت انفعالی عمل نکند. این شیوه مدیریت باعث می‌شود که سازمان دارای ابتکار عمل باشد و فعالیت‌هایش به گونه‌ای درآید که اعمال نفوذ نماید و بدین گونه سرنوشت خود را رقم بزند و آینده را تحت کنترل درآورد نه اینکه تنها در برابر کنش‌ها، واکنش نشان دهد.

از نظر تاریخی، منفعت اصلی مدیریت استراتژیک این بوده است که به سازمان کمک می‌کند از مجرای استفاده نمودن از روش منظم‌تر، معقول‌تر و منطقی‌تری راه‌ها یا گزینه‌های استراتژیک را انتخاب نماید و بدین گونه استراتژی‌های بهتری را تدوین نماید.

مدیریت استراتژیک موجب تفاهم و تعهد هر چه بیشتر مدیران و کارکنان می‌شود و فرصتی ایجاد می‌شود تا به کارکنان تفویض اختیار شود. تفویض اختیار عملی است که به وسیله آن کارکنان تشویق و ترغیب می‌شوند در فرآیندهای تصمیم‌گیری مشارکت کنند، خلاقیت، نوآوری و خیال‌پردازی را تمرین نمایند و بدین گونه اثربخشی آنها افزایش خواهد یافت.

منابع:

- مفاهیم مدیریت استراتژیک _ ایرلند، هاسکیسون و هیت
- مرجع مدیریت استراتژیک ناشر گوتنبرگ.

آن دسته از مشکلات و وظایف و مسئولیت‌های مدیران است که بر قابلیت‌های شرکت و میزان موفقیت کلی سازمان تأثیر می‌گذارد.

• Bracker در سال ۱۹۸۰ نوشت: مدیریت استراتژیک مستلزم آنالیز محیط درونی و بیرونی شرکت است تا میزان استفاده از منابع، در راستای دستیابی به هدف، به بهینه‌ترین شکل ممکن برسد.

• Teece در سال ۱۹۹۰ گفته است: مدیریت استراتژیک را می‌توان فرمول‌بندی، اجرا و ارزیابی اقدامات مدیریتی در راستای افزایش ارزش تجاری شرکت تعریف کرد.

• Rumelt, Schendel, Teece در سال ۱۹۹۴ عنوان کردند: مدیریت استراتژیک یعنی جهت‌دهی به سازمان‌ها، بالاخص به شرکت‌های تجاری، مدیران ارشد و تمام افرادی که به دنبال یافتن دلایل شکست و موفقیت سازمان‌ها هستند، باید به این موضوع توجه داشته باشند.

• Bowman, Singh, Thomas در سال ۲۰۰۲ نوشتند: حوزه مدیریت استراتژیک را می‌توان به عنوان مرکز توجه به مشکلات مرتبط با ایجاد و توسعه مزایای رقابتی تعریف کرد.

فرآیند مدیریت استراتژیک

۱. تحلیل وضعیت

- اهداف بلندمدت، مأموریت سازمان (علت وجودی و اینکه چه هستیم)، چشم انداز سازمان (چه می‌خواهیم باشیم)
- تجزیه و تحلیل محیط داخلی و قابلیت‌های سازمان
- تجزیه و تحلیل محیط خارجی

۲. تدوین استراتژی

در تدوین استراتژی باید ابتدا مجموعه استراتژی‌های قابل استفاده را لیست کرده و سپس با استفاده از مدل‌های مختلفی که در بحث‌های مدیریت استراتژیک آمده است و با توجه به نتایج به دست آمده در تحلیل وضعیت که در مرحله اول آمده است، استراتژی برتر را انتخاب کنیم. در این مرحله باید مدیران میانی و حتی رده پایین سازمان را نیز مشارکت داد تا در آن‌ها ایجاد انگیزش کند.

۳. اجرای استراتژی

برای اجرای استراتژی‌ها باید از ابزار زیر بهره گرفت:

- ساختار سازمانی متناسب با استراتژی‌ها
- هماهنگ‌سازی مهارت‌ها، منابع و توانمندی‌های سازمان در سطح اجرایی
- ایجاد فرهنگ سازمانی متناسب با استراتژی جدید سازمان. اجرای موفقیت‌آمیز استراتژی به همکاری مدیران همه بخش‌ها و واحدهای وظیفه‌ای سازمان نیاز دارد.

۴. ارزیابی استراتژی

برای تعیین حدود دستیابی به هدف‌ها، استراتژی اجرا شده، باید مورد کنترل و نظارت قرار گیرد. ارزیابی استراتژی شامل سه فعالیت اصلی می‌شود:

- بررسی مبانی اصلی استراتژی‌های شرکت
- مقایسه نتیجه‌های مورد انتظار با نتیجه‌های واقعی
- انجام دادن اقدامات اصلاحی به منظور اطمینان یافتن از این که عملکردها با برنامه‌های پیش‌بینی شده مطابقت دارند.

اطلاعاتی که از فرآیند ارزیابی استراتژی به دست می‌آید، باید به گونه‌ای باشد که عملیات و اقدامات را تسهیل نماید و باید کسانی یا واحدهایی را معرفی نماید که نیاز به اصلاح دارند.

اکچوئری‌ها، از ذینفعان اصلی پایگاه داده صنعت بیمه

تهیه کننده: سمانه عزیزنصیری، مدیر ریسک بیمه پارسیان و اکچوئری رسمی

ارسال اطلاعات چه در زمان صدور و چه در زمان تشکیل و پرداخت خسارت از طریق سامانه سنهاب، دریافت کد یکتا است که بدون این کد بیمه‌نامه‌ای صادر نمی‌شود و خسارتی پرداخت نمی‌گردد. لازمه دریافت کد یکتا، ثبت صدها فیلد اطلاعات عمومی و تخصصی هر یک از رشته‌های بیمه‌ای است که از طریق وب سرویس‌های بیمه مرکزی که برای هر رشته بیمه‌ای در اختیار موسسات بیمه قرار داده تا در بستر نرم‌افزارهای بیمه‌ای خود پیاده‌سازی نمایند این مهم صورت می‌پذیرد. با توجه به الزامات قانونی و اهمیت رشته شخص ثالث اتومبیل، بیمه شخص ثالث اتومبیل به عنوان اولین رشته جهت پیاده‌سازی کد یکتا انتخاب و اجرا گردید و سپس در

شبکه فروش، اتکایی، طرح و برنامه و... را پوشش داده است. از آن‌جا که بحث جمع‌آوری داده و اطلاعات، تجزیه و تحلیل آن‌ها در نهادهای مالی از اهمیت بالایی برخوردار است از این رو می‌توان طراحی و اجرای سامانه سنهاب را نقطه عطفی برای صنعت بیمه کشور در نظر گرفت و قدردان زحمات و تلاش‌های بیمه مرکزی به عنوان نهاد ناظر و موسسات بیمه به عنوان بازوهای اجرایی امر بیمه‌گری در کشور باشیم. این مسئله هم تجمیع داده‌های با کیفیت و هم ارسال اطلاعات به سازمان‌های مختلف را از طریق کنترل و نظارت با استفاده از شاخص‌های کلیدی امکان‌پذیر می‌نماید. همانطور که می‌دانید مشخصه اصلی

اواخر سال ۹۰ نیاز به وجود یک سامانه متمرکز جهت نظارت الکترونیک بر فرآیند بیمه‌گری موسسات بیمه مورد توجه قرار گرفت تا بدین وسیله تجمیع داده‌های فرآیند بیمه‌گری بصورت سیستمی صورت پذیرد و فرآیند ارسال اطلاعات که پیش‌تر بصورت فیزیکی و سپس براساس فایل اکسل بردروها صورت می‌گرفت اصلاح شود. بدین ترتیب طراحی و اجرای سامانه سنهاب با عنوان سامانه نظارت و هدایت الکترونیکی بیمه مرکزی از سال ۹۱ آغاز گردید. این سامانه براساس برنامه‌ریزی صورت گرفته، از بحث صورتحساب‌های اتکایی آغاز و پس از گذشت تقریباً ده سال، در حال حاضر حوزه‌های مختلفی چون نظارت،





تعیین می‌شود در رکوردهای گزارش فیلد مربوط به این طبقه‌بندی وجود داشته باشد. اگر رشته‌ای دارای یک سری فاکتورهای ریسک تأثیرگذار بر ماهیت ریسک آن رشته است، نیاز است تا به ازای هر فاکتور ذکر شده، فیلد اطلاعاتی آن در گزارش به تفکیک هر رکورد وجود داشته باشد. نیاز است که این اطلاعات در ابتدا شناسایی و نیازسنجی شود سپس در زمان صدور بیمه‌نامه و تشکیل پرونده خسارت ثبت گردند و در نهایت در گزارش‌های سیستم قابل دسترس باشند. از این رو به نظر متخصصان این حوزه، بایستی پایگاه داده صنعت بیمه، پایگاه داده‌ای مبتنی بر ریسک باشد و این ضرورتی است که هر چه دیرتر بدان پرداخته شود، دیرتر دارای یک سابقه باارزش از داده‌های باکیفیت مبتنی بر ریسک خواهیم بود که بتوانیم مبنای محاسبات خود قرار دهیم و آنچه انتظار می‌رود را بصورت اثربخش به انجام برسانیم بنابراین بمنظور طراحی و پیاده‌سازی پایگاه داده، مشارکت و اخذ نظرات و دیدگاه‌های ذینفعان این حوزه بخصوص اکچوئری‌ها ضرورت دارد.

فاکتورهای تأثیرگذار بر ریسک آن، از لحاظ اضافه و کاهش نرخ اظهار نظر نمود. وجود داده‌های مبتنی بر ریسک به معنای امکان‌پذیر بودن تحلیل ریسک رشته‌های بیمه‌ای، انتخاب کارآمد بازار هدف، مدیریت سود و زیان و تصمیم‌گیری در خصوص نحوه ارایه محصولات بیمه‌ای، طراحی محصولات جدید بیمه‌ای با آگاهی از مشخصات ریسک موردبیمه‌ها، بیمه‌شدگان و بیمه‌گذاران، موقعیت جغرافیایی و... است. اما آنچه شاهد آن هستیم و چالش‌هایی که اکچوئری‌های رسمی و داخلی با آن روبرو هستند، نبود چنین داده‌هایی در پایگاه داده موسسات بیمه است در حالیکه انتظار می‌رود نتایج کارآمد و اثربخشی ارایه گردد. از این رو با وجود اینکه بستر پیاده‌سازی پایگاه داده صنعت بیمه فراهم شده است اما متأسفانه هیچ درخواست اظهار نظر، ارایه دیدگاه، بیان نیازها و دغدغه‌ها از سوی یکی از ذینفعان اصلی این حوزه یعنی اکچوئری‌ها چه از سوی موسسات بیمه و چه از سوی بیمه مرکزی صورت نگرفته است. در واقع ما نیاز داریم اگر نرخ پایه براساس طبقه‌بندی خاصی

سایر رشته‌های بیمه‌ای مانند باربری، آتش‌سوزی، درمان، بدنه و... نیز اقدام گردیده است.

جدا از چالش‌های فعلی این سامانه و اینکه بخواهیم صرفاً نسبت به شرایط موجود آن و مسیری که طی نموده است صحبت نماییم، آنچه در بحبویه پیاده‌سازی این پروژه ملی و ارزشمند مغفول مانده است، نادیده گرفته شدن دانش اکچوئریال در بررسی داده‌های مورد نیاز جهت انجام محاسبات و تجزیه و تحلیل‌های حوزه ریسک و اکچوئری است. در یکسال اخیر فرآیند اکچوئری رسمی آغاز به کار کرده است، پیش‌تر از آن پیرو آیین‌نامه ۹۴ شورای عالی بیمه، اکچوئری‌های داخلی موظف هستند محاسبات نرخ را در کلیه رشته‌های بیمه‌ای به‌انجام برسانند و مستندات مبنای تعیین نرخ پس از تایید در کمیته نرخ و تصویب در هیات مدیره به بیمه مرکزی ارسال گردد. پرواضح است پیش‌نیاز هرگونه محاسبات و تجزیه و تحلیل، داده‌های مکفی و باکیفیت است. داده‌هایی مبتنی بر ریسک که متناسب با نوع رشته، بتوان در خصوص نرخ پایه و



CTMX	0.45	▲	+0.45%
FTR	-0.23	▼	-2.34%
GSCO	-1.01	▼	-1.89%
CHK	0.02	▲	
AAPL	+2.	▲	
PRTO			
AMZN			
TSLA			
AVGO			
SIRI	0.65		



تسلیت

با خبر شدیم همکارانمان آقایان علی مهرجو، بهمن اکبری، غلامرضا هاشم زاده، مهدی شاملو، علی اولیا، حسین ترابی، سید احتشام موسوی، ابراهیم آستاد و خانم‌ها سحر محمودی، فرزاد بیک رسولی در غم از دست دادن عزیزانشان به سوگ نشستند.

نشریه چتر ضمن همدردی با این همکاران گرمی برای ایشان و خانواده محترمشان از درگاه باری تعالی طلب صبر و بردباری می‌نماید.

انتصاب‌های جدید در بیمه پارسیان

طی احکامی از سوی آقای اویار حسین، نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان، همکاران جدیدی در سمت‌های سازمانی مختلف منصوب شدند: نشریه چتر برای این عزیزان آرزوی توفیق در سمت‌های جدید را دارد.

سمت	نام و نام خانوادگی
معاون مدیر بیمه‌های عمر انفرادی و درمان مسافرتی با حفظ سمت سرپرستی بیمه‌های عمر انفرادی و درمان مسافرتی	کامران فرهاد سرشت
با حفظ سمت مدیر طرح آمایش سرزمین	حسن یحیی زاده
معاون مدیر توسعه بازار و امور مشتریان	علیرضا کوپایی
معاون مدیر امور شعب	مهدی کرمی



لغات انگلیسی تخصصی بیمه

برگرفته از کتاب فرهنگ اصطلاحات بیمه نوشته هادی اویار حسین

لغت	ترجمه
charterer	اجاره کننده کشتی
Charterer party	اجاره کشتی/ قرارداد کرایه کشتی
Claim adjustment	تعدیل خسارت
Claim development static	آمار توسعه خسارت
Claim settlement	تصفیه یا تسویه خسارت
Closed claim	خسارت مختومه
Cost of settling claim	هزینه‌های پرداخت خسارت
Incurred but not reported claim	خسارت واقع شده ولی گزارش نشده
No claim bonus	پاداش عدم خسارت
No claim discount	تخفیف عدم خسارت
Notification of claim	اعلام وقوع خسارت
Open claim	پرونده خسارت باز
Reported claim	خسارت گزارش شده
Unreported claim	خسارت گزارش نشده
Clause	شرط
Arbitration clause	شرط داوری
Arrest, capture, seizure clause	شرط تصرف، توقیف در بیمه کشتی



دنیا دنیا آرامش
بیمه پارسیان

**فروش با
تخفیفات و
شرایط ویژه**



بیمه نامه های مسئولیت مدنی

کارفرما در قبال کارکنان ساختمانی 

**مسئولیت مدنی بیمه گذار ناشی از اجرای
عملیات ساختمانی در قبال اشخاص ثالث** 

www.parsianinsurance.ir

مرکز ارتباطات: ۰۲۱-۸۲۵۹



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان

بیمه عمر و سرمایه گذاری

مرکز ارتباطات: ۰۲۱-۸۲۵۹

www.parsianinsurance.ir