



◀ واریز سود ۲۲ درصدی به بیمه نامه‌های
عمر اندوخته دار شرکت بیمه پارسیان

نشان عالی مسؤلیت اجتماعی به بیمه پارسیان رسید



◀ از مقالات برگزیده در فعالیتهای
پژوهشی کارکنان بیمه پارسیان قدردانی شد

یک عمر به آرامش

بیمه عمر و سرمایه گذاری پارسیان



بیمه پارسیان

دنیا دنیا آرامش

مرکز ارتباطات ۸۲۵۹

www.parsianinsurance.ir

بیمه عمر و سرمایه گذاری پارسیان:

تنظیم پرداخت بر اساس شرایط بیمه گذار

پرداخت سود تضمینی و سود مشارکتی



شماره پنجاه و چهارم | مهر و آبان ماه ۱۴۰۰



- مدیر مسوول: افشین نوری
- سردبیر: سیمین نصرالهی
- دبیر تحریریه: حمیده حاجی جعفر، حسین نیسانی
- 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: ۱۹۶۹۶۳۳۴۳۱
- تلفن: ۴۲۱۶۹۳۴۱
- دورنگار: ۴۲۱۶۹۳۴۶
- پست الکترونیکی: pr@parsianinsurance.com
- وبسایت: www.parsianinsurance.ir

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 اتوماسیون 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 ارسال کننده به صورت تایپ شده فایل (word) ارسال گردد.

نشان عالی مسئولیت اجتماعی به بیمه پارسیان رسید

برداشتن نشان عالی مسئولیت اجتماعی به بیمه پارسیان رسید. این افتخار بزرگ برای شرکت پارسیان حاصل شد. این نشان در مراسمی در تهران رونمایی شد. در این مراسم، مدیران شرکت پارسیان و مسئولان سازمان بیمه مرکزی حضور داشتند. این نشان به دلیل تعهد شرکت پارسیان به رعایت حقوق مشتریان، رعایت اصول اخلاقی و اجتماعی و همچنین به دلیل فعالیت‌های خیریه و اجتماعی شرکت در طول سال‌های گذشته اعطای شد.

تقدیر بیمه پارسیان از حافظان نظم و امنیت در هفته نیروی انتظامی

بیمه پارسیان در هفته نیروی انتظامی، حافظان نظم و امنیت را تقدیر کرد. در این مراسم، مدیران بیمه پارسیان با اعضای نیروی انتظامی دیدار و گفتگو کردند. در این دیدار، مدیران بیمه پارسیان از تلاش‌های بی‌وقفه و شجاعانه اعضای نیروی انتظامی در حفظ امنیت و نظم در کشور تشکر کردند. همچنین، مدیران بیمه پارسیان از همکاری و تعامل بین شرکت بیمه و نیروی انتظامی در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات اجتماعی، تقدیر کردند.

وزیر سود ۲۲ درصدی به بیمه نامه‌های عمر اندوخته دار شرکت بیمه پارسیان

وزیر سود ۲۲ درصدی به بیمه نامه‌های عمر اندوخته دار شرکت بیمه پارسیان. این افزایش سود، نشان‌دهنده تعهد شرکت پارسیان به رفاه و سودآوری مشتریان است. این افزایش سود، در راستای تعهد شرکت پارسیان به ارائه خدمات بیمه‌ای با بالاترین کیفیت و بهترین قیمت است.

تخفیفات ویژه بیمه پارسیان به مناسبت روز ایمنی و آتش نشانی

تخفیفات ویژه بیمه پارسیان به مناسبت روز ایمنی و آتش نشانی. شرکت بیمه پارسیان به مناسبت این روز، تخفیف ویژه‌ای را برای بیمه‌نامه‌های آتش نشانی و ایمنی اعلام کرد. این تخفیف، به منظور تشکر از تلاش‌های بی‌وقفه و شجاعانه اعضای آتش نشانی در حفظ امنیت و جان مردم است.

بازدید مدیر امور شعبه نمایندگان و کلرگران از شعبه کاشان

بازدید مدیر امور شعبه نمایندگان و کلرگران از شعبه کاشان. در این بازدید، مدیر امور شعبه با مدیران شعبه کاشان دیدار و گفتگو کرد. در این دیدار، مدیر امور شعبه از عملکرد و فعالیت‌های شعبه کاشان در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، تقدیر کرد. همچنین، مدیر امور شعبه با مدیران شعبه کاشان در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، گفتگو کرد.

از برترین های فروش بیمه های آتش سوزی در شهر یوزماه قدرانی شد

از برترین های فروش بیمه های آتش سوزی در شهر یوزماه قدرانی شد. در این مراسم، مدیران بیمه پارسیان با آقای قدرانی دیدار و گفتگو کردند. در این دیدار، مدیران بیمه پارسیان از عملکرد و فعالیت‌های آقای قدرانی در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، تقدیر کردند. همچنین، مدیران بیمه پارسیان با آقای قدرانی در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، گفتگو کردند.

برگزاری وبینار "در مسیر صحیح موفقیت در فروش بیمه های زندگی" برای نمایندگان بیمه پارسیان

برگزاری وبینار "در مسیر صحیح موفقیت در فروش بیمه های زندگی" برای نمایندگان بیمه پارسیان. در این وبینار، مدیران بیمه پارسیان با نمایندگان بیمه پارسیان دیدار و گفتگو کردند. در این دیدار، مدیران بیمه پارسیان از عملکرد و فعالیت‌های نمایندگان بیمه پارسیان در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، تقدیر کردند. همچنین، مدیران بیمه پارسیان با نمایندگان بیمه پارسیان در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، گفتگو کردند.

روزنامه بیمه عمر و سرمایه گذاری بیمه پارسیان

روزنامه بیمه عمر و سرمایه گذاری بیمه پارسیان. این روزنامه، به منظور آشنایی مشتریان با خدمات بیمه‌ای و سرمایه‌گذاری شرکت پارسیان، منتشر شده است. این روزنامه، شامل مطالبی در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و سرمایه‌گذاری، است.

گزارش تصویری تقدیر از نمایندگان برتر فروش بیمه های مسئولیت

گزارش تصویری تقدیر از نمایندگان برتر فروش بیمه های مسئولیت. در این گزارش، مدیران بیمه پارسیان با نمایندگان برتر فروش بیمه های مسئولیت دیدار و گفتگو کردند. در این دیدار، مدیران بیمه پارسیان از عملکرد و فعالیت‌های نمایندگان برتر فروش بیمه های مسئولیت در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، تقدیر کردند. همچنین، مدیران بیمه پارسیان با نمایندگان برتر فروش بیمه های مسئولیت در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، گفتگو کردند.

بازدید مدیر کل صدا و سیما استان کردستان از شعبه سنندج بیمه پارسیان

بازدید مدیر کل صدا و سیما استان کردستان از شعبه سنندج بیمه پارسیان. در این بازدید، مدیر کل صدا و سیما استان کردستان با مدیران شعبه سنندج بیمه پارسیان دیدار و گفتگو کرد. در این دیدار، مدیر کل صدا و سیما استان کردستان از عملکرد و فعالیت‌های شعبه سنندج بیمه پارسیان در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، تقدیر کرد. همچنین، مدیر کل صدا و سیما استان کردستان با مدیران شعبه سنندج بیمه پارسیان در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، گفتگو کرد.

تقدیر از شرکت منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس به عنوان بیمه گر برتر سال ۱۳۹۹

تقدیر از شرکت منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس به عنوان بیمه گر برتر سال ۱۳۹۹. در این مراسم، مدیران بیمه پارسیان با مدیران شرکت منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس دیدار و گفتگو کردند. در این دیدار، مدیران بیمه پارسیان از عملکرد و فعالیت‌های شرکت منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، تقدیر کردند. همچنین، مدیران بیمه پارسیان با مدیران شرکت منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، گفتگو کردند.

قدردانی از نمایندگان برتر فروش بیمه‌های آتش سوزی در شعبه تکاب

قدردانی از نمایندگان برتر فروش بیمه‌های آتش سوزی در شعبه تکاب. در این مراسم، مدیران بیمه پارسیان با نمایندگان برتر فروش بیمه‌های آتش سوزی در شعبه تکاب دیدار و گفتگو کردند. در این دیدار، مدیران بیمه پارسیان از عملکرد و فعالیت‌های نمایندگان برتر فروش بیمه‌های آتش سوزی در شعبه تکاب در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، تقدیر کردند. همچنین، مدیران بیمه پارسیان با نمایندگان برتر فروش بیمه‌های آتش سوزی در شعبه تکاب در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، گفتگو کردند.

برگزاری جلسه همکاری شعبه امل بیمه پارسیان با انجمن بیمه‌گران برق کشور

برگزاری جلسه همکاری شعبه امل بیمه پارسیان با انجمن بیمه‌گران برق کشور. در این جلسه، مدیران بیمه پارسیان با اعضای انجمن بیمه‌گران برق کشور دیدار و گفتگو کردند. در این جلسه، مدیران بیمه پارسیان از عملکرد و فعالیت‌های انجمن بیمه‌گران برق کشور در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، تقدیر کردند. همچنین، مدیران بیمه پارسیان با اعضای انجمن بیمه‌گران برق کشور در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، گفتگو کردند.

جلسه هم اندیشی شعبه مشهد بیمه پارسیان با مدیران مؤسسه فرهنگی هنری خراسان برگزار شد

جلسه هم اندیشی شعبه مشهد بیمه پارسیان با مدیران مؤسسه فرهنگی هنری خراسان برگزار شد. در این جلسه، مدیران بیمه پارسیان با مدیران مؤسسه فرهنگی هنری خراسان دیدار و گفتگو کردند. در این جلسه، مدیران بیمه پارسیان از عملکرد و فعالیت‌های مؤسسه فرهنگی هنری خراسان در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، تقدیر کردند. همچنین، مدیران بیمه پارسیان با مدیران مؤسسه فرهنگی هنری خراسان در زمینه‌های مختلف، از جمله خدمات بیمه‌ای و خدمات مشتریان، گفتگو کردند.

نشان عالی مسئولیت اجتماعی به بیمه پارسیان رسید



در نخستین جشنواره روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی؛ بیمه پارسیان موفق به دریافت نشان عالی این جشنواره شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ این جشنواره که با هدف کمک به اعتلای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها و توسعه فرهنگ سرآمدی سازمانی با حضور جمعی از مدیران ارشد صنایع، سازمان‌ها و شرکت‌های مطرح کشور در مرکز همایش‌های بین‌المللی صداوسیما برگزار شد، بیمه پارسیان براساس شاخص‌های معرفی شده ارزیابی و با توجه به فعالیت‌های گسترده شرکت در سال‌های اخیر در حوزه مسئولیت اجتماعی حایز دریافت این نشان شد.

ساخت و تحویل ۲ باب مدرسه در روستاهای زلزله زده استان کرمانشاه، کلنگ زنی و آغاز عملیات احداث ۴ باب مدرسه در روستاهای مناطق محروم استان‌های سیستان و بلوچستان، هرمزگان، کهگیلویه و بویراحمد و خوزستان، همکاری با انجمن شنوایی سنجی ایران جهت کمک به کودکان مناطق محروم و رفع مشکل شنوایی این بیماران، بخشی از اقدامات بیمه پارسیان در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی در سال‌های اخیر می‌باشد.

واریز سود ۲۲ درصدی به بیمه نامه‌های عمر اندوخته دار شرکت بیمه پارسیان

بیمه پارسیان همواره یک از شرکت‌های پیشرو در حوزه بیمه عمر و سرمایه گذاری می‌باشد که هر ساله علاوه بر تخصیص سودهای فنی علی الحساب و سود مشارک در منافع، پوشش‌های بیمه ای مطلوبی نیز ارائه می‌دهد. همچنین طرح‌های مختلفی در حوزه بیمه عمر و سرمایه گذاری مانند بیمه نامه طرح خانواده، ارائه بیمه درمان انفرادی به دارندگان بیمه‌های عمر و سرمایه گذاری و... وجود داشته که جزو مزایای خریداری بیمه عمر و سرمایه گذاری پارسیان می‌باشند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان به نقل از مدیریت بیمه‌های عمر انفرادی این شرکت، سود مشارکت در منافع بیمه نامه‌های عمر اندوخته‌دار پارسیان شامل بیمه نامه‌های عمر و سرمایه گذاری و عمر و پس انداز در سال ۹۹ به میزان ۲۲ درصد اعلام شد.

براساس این گزارش برای دارندگان بیمه نامه عمر اندوخته دار بیمه پارسیان در سال ۹۹، سود معادل ۲۲ درصد به حساب بیمه نامه عمر ایشان، منظور گردیده است.

تخفیفات ویژه بیمه پارسیان به مناسبت روز ایمنی و آتش نشانی

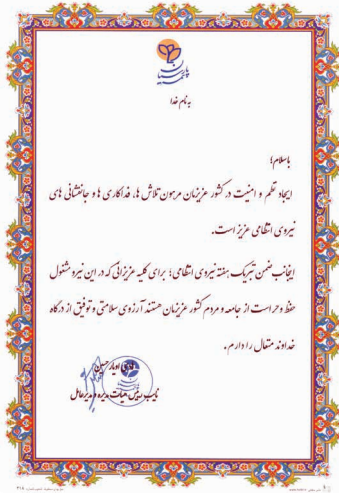
زحمات فداکارانه آتش نشانان عزیز این مرزو بوم، از تاریخ ۷ مهر ماه لغایت ۳۰ مهر ماه ۷۰٪ تخفیف ویژه بیمه آتش سوزی منازل مسکونی ایشان ارائه کرد.

بیمه پارسیان به بهانه هفتم مهرماه به عنوان روز ایمنی و آتش نشانی تخفیفات ویژه جشنواره برای آتش نشانان برگزار کرد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، این شرکت به مناسبت روز ایمنی و آتش نشانی در هفتم مهرماه و به پاس تقدیر و تشکر از تلاش و



تقدیر بیمه پارسیان از حافظان نظم و امنیت در هفته نیروی انتظامی



پارسیان برگزار شد از زحمات مجدانه و خستگی ناپذیر این همکاران قدردانی بعمل آمد.

در این مراسم رییس اداره بازرسی و رسیدگی به شکایات و همچنین مدیران بیمه‌های اتومبیل و روابط عمومی، ضمن استماع سخنان و مسایل این همکاران که پس از سال‌ها خدمت در نیروی انتظامی و کسب تجربه، اکنون تجارب خود را در بیمه پارسیان، در حوزه‌های مختلف کارشناسی خسارت و... به کار گرفته اند، ضمن تبریک هفته نیروی انتظامی از تلاش‌های این همکاران تشکر و قدردانی نمودند.

در پایان نیز با اهدای لوح تقدیر با امضای جناب آقای اویارحسین از این همکاران قدردانی بعمل آمد.

بیمه پارسیان به مناسبت هفته نیروی انتظامی از تلاشگران و حافظان امنیت که در سازمان نیروی انتظامی فداکارانه جانفشانی می‌کنند تقدیر و تشکر کرد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با هماهنگی‌های انجام شده از طرف اداره بازرسی و رسیدگی به شکایات و همچنین مدیریت روابط عمومی با نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان جناب آقای اویار حسین و نظر مساعد ایشان، طی مراسمی که به مناسبت هفته نیروی انتظامی و با حضور جمعی از پرسنل خدمت نیروی انتظامی که با شرکت بیمه پارسیان همکاری می‌نمایند و نیز تعدادی از مدیران شرکت، در ساختمان مرکزی بیمه



بازدید مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران از شعبه کاشان

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ مدیر امور شعب و نمایندگان با حضور در شعبه کاشان با همکاران و نمایندگان این شعبه دیدار و گفتگو کرد. براساس این گزارش در این نشست که با حضور مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران، معاون امور شعب، سرپرست منطقه دو و مرکزی کشور و جمعی از نمایندگان و همکاران شعبه برگزار شد، مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران، بررسی و رهنمودهای لازم ارائه گردید. در پایان این نشست، از ۴ نفر از نمایندگان برتر شعبه کاشان با اهدای لوح سپاس قدردانی شد.



ویژه نامه بیمه عمر و سرمایه گذاری بیمه پارسیان

۱۳ آذر
روز بیمه گرامی باد.





از برترین های فروش بیمه های آتش سوزی در شهريورماه قدردانی شد



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با برگزاری طرح تشویقی فروش بیمه های آتش سوزی و مشارکت و همکاری شایسته شعب و نمایندگان، براساس بررسی های صورت گرفته درخصوص عملکرد نمایندگان در این طرح، برترین های فروش بیمه های آتش سوزی اعلام و از ایشان قدردانی شد.

براساس این گزارش تعداد ۲۴۶ نفر از نمایندگان به عنوان برترین های فروش، ۳۷ نفر از نمایندگان به عنوان پرفروش ترین نماینده و شعب عسلویه، تنکابن، چالوس رتبه اول تا سوم شعب برتر فروش بیمه های آتش سوزی و همچنین شعب نیشابور و لاهیجان، انزلی و کرمان نیز با توجه به عملکرد قابل توجهی در شهریور ماه در رتبه های بعدی در این طرح جایز کسب جوایز شدند.

برگزاری وبینار "در مسیر صحیح موفقیت در فروش بیمه های زندگی" برای نمایندگان بیمه پارسیان



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در راستای توسعه و ترویج فروش بیمه های زندگی و توانمندسازی اعضای شبکه فروش، مدیریت بیمه های عمر انفرادی و درمان مسافرتی با همکاری مدیریت آموزش، وبینار آموزشی را با عنوان "در مسیر صحیح موفقیت در فروش بیمه های زندگی" در روزهای دوشنبه و چهارشنبه مورخ ۱۷ و ۱۹ آبان ماه از ساعت ۱۶ الی ۱۹ به صورت آنلاین برگزار کرد.

بر اساس این گزارش، در این وبینار آموزشی به موضوعات و سرفصل هایی از جمله داستان شخصی موفقیت، کشف بازارهای هدف مبتنی بر نسل Z، زمین بازی را بشناس و بیمه عمر به مثابه یک ابزار مالی پرداخته شد. این وبینار با تدریس آقای سلحشوری از فروشندگان موفق بیمه های زندگی و با حضور مدیران و همکاران ستادی و نیز سرپرستان مناطق، روسا و کارشناسان شعب و نمایندگان و کارگزاران سراسر کشور برگزار گردید.

لازم به ذکر است، با توجه به استقبال شبکه فروش از رویداد فوق، برگزاری مستمر وبینارها و سمینارهای مشابه با حضور فروشندگان موفق بیمه های زندگی از جمله برنامه های مدیریت بیمه های عمر انفرادی می باشد که

موارد متعاقبا به علاقمندان اطلاع رسانی خواهد شد.

شایان ذکر است، علاقمندان می توانند فایل صوتی وبینار فوق را از طریق سامانه یادگیری الکترونیکی با مراجعه به آدرس ide.parsianinsurance.com دریافت نمایند.

گفتگو با داود مقدم، مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران؛ نقش کلیدی شعب و نمایندگان در پیشبرد اهداف شرکت انکار ناپذیر است

خارج شوم. فکر می‌کنم در ورای صحبت‌های اینجانب پاسخ سوالات هم داده شود.

به اعتقاد بنده در صنعت بیمه، شعب مرکز ثقل سیستم جامع بیمه‌گری هستند.

سیستم‌های کسب و کار به منزله مجموعه‌ای از افراد، بنگاه‌ها، سازمان‌های حاکمیتی، شرکت‌های دولتی و خصوصی به طور کلی ارگانیک‌هایی هستند که در یک صنعت با هم در تعادل و تعامل قرار دارند و عملکرد مناسب این اکو سیستم منوط به تعامل تمامی اجزاء با یکدیگر در راستای هدف مشترک به منظور تامین بیشترین بازدهی است.

عملکرد مناسب در یک سیستم کسب و کار زمانی محقق می‌شود که بتواند شرایطی را فراهم کند تا تمامی اجزاء با وجود تفاوت‌های ساختاری و بنیادی با همکاری و تعامل صحیح در راستای هدف مشترک به بازدهی و هدف تعیین شده نایل شده و منجر به افزایش راندمان شود. اما اگر یکی از بخش‌ها در سیستم معیوب عمل کند نارسایی آن به سایر بخش‌ها نیز سرایت می‌کند و این چرخه معیوب ممکن است منجر به کند عمل کردن سیستم و در برخی از سازمان‌ها موجب آسیب شدید به سیستم در تحقق هدف گردد. و اما در کسب و کار بیمه‌ای نقش کلیدی ارگانیک‌سب شعبه به عنوان واحد عملیاتی فرآیند بیمه‌گری محل تلاقی ارگانیک‌سبها و اجزای مختلف کسب و کار بیمه‌گری، مانند مشتریان، نمایندگان، ارزیابان خسارت و واحدهای ستادی هستند که با توجه به تجمیع این عوامل در شعبه و تاثیر به یکدیگر می‌توان شعب را مرکز ثقل اکوسیستم بیمه‌گری دانست.

نقش شعبه در اتصال و انسجام ذینفعان چگونه است؟

شرکت بیمه پارسیان دارای سابقه طولانی و سابقه شعبه داری در صنعت است، فعالیت بیش از ۶۲ شعبه در سطح کشور گواهی بر این ادعاست. این سابقه طولانی و حجم وسیع فعالیت و پیچیدگی که در آن وجود دارد نیاز به واگذاری کامل‌ترین سطوح اختیارات و استقلال عملیاتی در شعب دارد که با تدابیر مدیریت محترم ارشد سازمان این امر با ضریب بالایی اتفاق افتاده است و برای حفظ سلامت و کارکرد بهتر این تصمیمات نیاز به بروزرسانی مداوم با توجه به وضعیت روز و اقتضای جامعه از نظر صنعت، اقتصاد، فرهنگ و سایر عوامل دارد. همانگونه که قبلاً عرض نمودم این انعطاف و سرعت عمل تنها در پرتو بالندگی و توانمندی کارشناسان شاغل در شعب و تفویض اختیارات میسر می‌شود.



در راستای پرداختن به موضوع مهم شبکه فروش بیمه پارسیان و اهمیتی که حوزه شعب و نمایندگان شرکت دارد و نیز تأکیدات مدیریت ارشد شرکت؛ گفتگوی مفصلی با آقای مقدم مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران انجام دادیم و موضوعات بسیار مهمی در این زمینه مطرح شد. ضمن تشکر از ایشان بابت وقتی که برای این مصاحبه گذاشتند، به اطلاع خوانندگان محترم نشریه چتر می‌رساند مصاحبه در دو شماره پیاپی که اولین قسمت آن را در این شماره می‌خوانید و قسمت بعدی آن در شماره آینده نشریه چتر منتشر خواهد شد.

لطفا خودتان را معرفی فرمایید و اهم فعالیت‌های مدیریت امور شعب، نمایندگان و کارگزاران را به اختصار تشریح فرمایید.

در ابتدا سلام و عرض ادب و احترام دارم خدمت تمامی همکاران عزیزم اعم از کارکنان ستاد، شعب، نمایندگان و حتی از همین جا خدمت تمامی مشتریان عزیز شرکت بیمه پارسیان سلام و احترام خودم را تقدیم می‌نمایم. در ابتدای عرایضم از مدیریت محترم روابط عمومی خواهش نمودم اجازه بفرمایند بنده در خصوص حوزه فعالیت مدیریت امور شعب نمایندگان و کارگزاران مطالبی را به عرض برسانم و توضیحات مختصری را ارائه بدم و از فضای پرسش و پاسخ

نمایندگان بایستی شعبه را به عنوان يك پشوانه و در کنار خود قلمداد کنند نه به عنوان رقیب در بازار محدود بیرون،



پشتیبانی از نمایندگان تاکید نموده و همواره خواستم فاصله‌ها نزدیک شود و از همین جا از شعبی که به نحو احسن در راستای تحقق اهداف شرکت از نمایندگان پشتیبانی و حمایت نموده اند تشکر ویژه خود را تقدیم می‌نمایم.

نظارت سیستماتیک بر شعب چه ارزش افزوده ای دارد؟

به نظر بنده یک سیستم کسب و کار سازمانی وقتی سالم است که برخی از شرایط از جمله ارزش آفرینی و بهبود مداوم در بهره‌وری در اقدامات را در خود داشته باشد.

از این رو اکوسیستم مدیریت امور شعب، نمایندگان و کارگزاران بعنوان یک کل مجزا از اکوسیستم کل شرکت و از همین رو اکوسیستم شعبه به عنوان یک کل مجزا از مدیریت امور شعب و نمایندگان و شرکت، باید بتواند ارزش آفرینی و سودآوری خود را از طریق به تعادل رساندن اجزا به عنوان یک کل منسجم، از منظر سود و زیان، موفق پیاده کند. بنابراین برقراری همزمان یک نظارت جامع و بهینه در کنار تفویض اختیارات برای اصلاح و بهبود عملکرد به دست خود شعبه، در بهبود عملکرد شعب مثرتر خواهد بود.

برای اینکه شعبه بتواند نقش خود را به خوبی در اکوسیستم ایفا کند باید نقش تاثیرگذار داشته باشد مهمترین ابزار تاثیرگذاری وجود اختیارات کافی به تبع آن مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی است. محدود سازی شعب بعنوان مهمترین عامل کسب و کار بیمه‌ای نه تنها موجب تضعیف نقش شعبه به عنوان مرکز استقلال اکوسیستم می‌شود بلکه توانمندی پاسخگویی به موقع را نیز نخواهد داشت و نتیجه منفی این معضل تبدیل کارشناسان به کاربر است. کارشناسی که به صورت ذاتی باید وظیفه ارزیابی، تحلیل ریسک، بررسی و تجزیه و تحلیل قبول و تایید صدور بیمه نامه را بر عهده داشته باشد، به دلیل محدودیت‌ها به مرور تبدیل به کاربری می‌شود که در شعبه پشت سیستم خود نشسته و کاربر سیستم شده است.

در تکمیل صحبت‌های قبلی باید گفت که با حمایت‌های مدیریت محترم ارشد سازمان و تحقق مواردی که در بالا به آن اشاره شد در راستای توانمندی، حفظ و نگهداشت نمایندگان اقدامات موثری صورت پذیرفته و مواردی هم در دست اقدام است. نمایندگان و شبکه فروش بیش از هر چیزی به غیر از عوامل مادی به مسایل معنوی و مورد توجه قرار گرفتن نیاز دارند. به همین منظور در ۶ ماهه اول سال اولویت اول اینجانب ارتباط مستقیم و برگزاری جلسات مرتب با نمایندگان بوده است. به طوریکه این جلسات برگزار و در تصمیم گیری‌های امور شعب و نمایندگان از نظرات ایشان هم استفاده می‌گردد و در ۶ ماهه گذشته اینجانب در ۲۶ شعبه حضور داشته و در جلسات منطقه ای با روسای ۳۱ شعبه جلسات خوبی برگزار نمودم و در تمامی این جلسات با نمایندگان شهرها و شهرستان‌ها جلسات حضوری برگزار نمودم و نسبت به حل مسایل و مشکلات ایشان اهتمام داشتیم و تاکید اینجانب بر پشتیبانی، حمایت، احترام متقابل، حفظ کرامت انسانی، بها دادن به نمایندگان، توانمند نمودن کارکنان شعب و نمایندگان، ایجاد ارزش افزوده و ادراک شده و پیگیری امورات ایشان بوده است.

ادامه دارد...

جایگاه نمایندگان در تحقق اهداف شعب و شرکت

به اعتقاد بنده مجموعه مدیریت امور شعب ۵۰۰ نفر پرسنل ندارد این مدیریت تقریباً دارای ۲۶۰۰ نفر پرسنل می‌باشد که شامل کارکنان و نمایندگان می‌باشند. نمایندگان شرکت به عنوان اصلی‌ترین نقطه تماس با شرکت نقش بسزایی در بازاریابی، جذب و نگهداشت مشتریان از خود نشان می‌دهند. سرتاسر کشور ۶۲ شعبه و ۶۲ تابلو به صورت مستقیم بیمه پارسیان را تبلیغ می‌نمایند، اما توجه داشته باشید که حدود ۲۱۰۰ تابلو با برند بیمه پارسیان توسط نمایندگان به اهتزاز در آمده و با خدماتی که ارائه می‌دهند تبلیغ این شرکت را می‌نمایند، لذا همین موضوع برای اینکه جایگاه این عزیزان محرز باشد و بتوانیم بهترین پشتیبانی را از ایشان انجام دهیم. کافی است تا خدمات مناسب به بیمه‌گذاران محترم ارائه نمایند، تا پرچم بیمه پارسیان همواره با عزت برافراشته باشد و موجب رضایتمندی گردد. بنابراین برای تحقق این هدف برقراری ارتباط بهینه، مستمر و سیستماتیک بین شعب، نمایندگان و کارگزاران و تفویض اختیارات در کنار یک سیستم نرم افزاری جامع، کامل، کارآمد و قوی که بتواند کلیه الزامات مورد نیاز یک نماینده فروش را تامین کند می‌تواند در رشد و بالندگی نمایندگان نقش مستقیم و بسزایی داشته باشد. از طرف دیگر شبکه فروش به عنوان اهرم بازاریابی و بازاری اجرایی شرکت یک فعالیت زیربنایی محسوب می‌شود و بایستی همواره توانمند باشد. توانایی و بالندگی شبکه فروش، شکوفایی کمی و کیفی فروش را به دنبال خواهد داشت از این رو آموزش فنی و تخصصی و به روزرسانی اطلاعات شبکه فروش و همچنین برگزاری مداوم دوره‌های بازاریابی، بازاریابی، مباحث ارتباطی و... به روز از جمله اقدامات جدی است که بایستی شرکت توجه ویژه به آن داشته باشد.

چالش نحوه ارتباط شعب و نمایندگان در موضوع پرتفوی

به واسطه ارتباط موثری که بین کارکنان این مدیریت و نمایندگان برقرار شده مواردی مطرح شده از قبیل دخالت شعب در پرتفوی نمایندگان، این موضوع خوب نیست و تبعاتی چون دلسردی نمایندگان، تخلفات و تقلبات، روی آوردن به شغل‌های دوم و... را به دنبال دارد و هدف شعب در وهله اول می‌بایست تسهیل فرآیند صدور و خسارت توسط نمایندگان در مناطق مختلف کشور باشد. مثلاً همراهی با نمایندگان به منظور جذب پرتفوی با شرکت در مناقصات و جلسات و... بایستی همراه، پشتیبان و درکنار نمایندگان باشیم و در ایشان حس اطمینان و اعتماد ایجاد نماییم و از عدم دخالت شعب در پرتفو نماینده ایشان را مطمئن سازیم پرتفوهای بالقوه منطقه بایستی مورد توجه قرار گیرد و از ظرفیت نمایندگان در جذب آن بطور کامل استفاده نماییم.

به طور کلی نمایندگان بایستی شعبه را به عنوان یک پشتوانه و در کنار خود قلمداد کنند نه به عنوان رقیب در بازار محدود بیرون، البته تمامی این حمایت‌ها و هدایت‌ها تنها زمانی مثرتر واقع می‌شوند که در کنار آن، نظارت و ارزیابی مستمر شبکه فروش نیز انجام پذیرد. در جلساتی که در شهرهای مختلف با نمایندگان برگزار می‌نمایم در تعداد اندکی از شعب احساس می‌کنم فاصله نمایندگان با شعب زیاد شده است در جلسات حضوری با کارکنان شعب مرتب بر

گفتگو با سعیدرضا ابراهیمی، رییس اداره ارتباط با مشتریان و مدیر پیاده‌سازی پروژه باشگاه مشتریان؛

ارتباط با مشتریان شاهراه جذب، حفظ و نگهداشت مشتریان می‌باشد

در کلیه‌ی رشته‌های بیمه‌ای و در همه‌ی حوزه‌ها (صدور، خسارت و مالی و...) صورت گرفته و همچنین با در اختیار داشتن بخشنامه‌ها و طرح‌های فروش بیمه‌ای، اطلاع‌رسانی لازم از طریق کانال‌های ارتباطی مختلف به مشتریان در سراسر کشور، ارایه می‌گردد.

اداره ارتباط با مشتریان بیمه پارسیان چه زمانی آغاز به کارکرد کرد و اهداف اصلی فعالیت این مرکز چیست؟

اداره ارتباط با مشتریان از ۹۵/۱۰/۱۴ شروع به فعالیت نمود و از تاریخ ۹۵/۱۱/۲۲ به صورت رسمی با حضور جناب آقای اویارحسین مقام محترم نایب رییس هیأت مدیره و مدیرعامل ارجمند و سایر معاونین و مدیران افتتاح و آغاز به کار گردید. با توجه به وجود پتانسیل بالقوه و بستر مناسب در شرکت بیمه پارسیان، مدیریت محترم ارشد سازمان تصمیمی در خصوص پیاده‌سازی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و باشگاه مشتریان در کلیه سطوح سازمان اتخاذ نمودند. همانطوری که مستحضرید معمولاً سازمان‌های موفق در دنیا واحدهای مدیریت ارتباط با مشتری بسیار پویا و فعالی دارند که در واقع CRM را به‌عنوان یک استراتژی و راهبرد کلان کسب و کار در نظر می‌گیرند نه فقط به دید یک ابزار تکنولوژی، بنابراین بجز آموزش، فرهنگ سازمانی در جهت استفاده صحیح از آن، مهمترین مؤلفه‌ی پیاده‌سازی CRM خواهد بود و به نظر بنده، مدیریت ارتباط با مشتری، بخشی از فرآیندهای استراتژیک سازمان می‌باشد. لازم به ذکر است نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در کلیه سطوح شرکت بیمه پارسیان (واحدهای ستادی، شعب، یاری رسان) آماده بهره برداری بوده و دسترسی مدیریت‌های ذی‌ربط جهت کار و استفاده با این سیستم مهیا و ایجاد گردیده است.

*** اهداف راهبردی از ایجاد و راه اندازی مدیریت ارتباط با مشتری شامل:**

- ✓ افزایش رضایتمندی ذینفعان
- ✓ تسهیل و تسریع در انجام امور مشتریان و بیمه گزاران
- ✓ توسعه بازاریابی و فروش محصولات شرکت
- ✓ ارزیابی کارکنان، واحدها و فرآیندها از طریق کسب بازخور مشتریان
- ✓ ارتقاء سطح فرهنگ پاسخگویی در شرکت
- ✓ جذب مشتریان بیشتر و تبدیل آن به مشتریان وفادار
- ✓ حفظ و نگهداری مشتریان
- ✓ توسعه و گسترش مشتریان
- ✓ بازگرداندن مشتریان از دست رفته
- ✓ جذب مشتری رقیب
- ✓ جذب مشتری جدید
- ✓ افزایش درآمد حاصل از فروش



لطفا خودتان را معرفی نمایید و در خصوص فعالیت‌های مرکز ارتباطات بیمه پارسیان توضیحات مختصری ارایه فرمایید.

با سلام، عرض ادب و احترام خدمت همه همکاران محترم مجموعه بزرگ شرکت بیمه پارسیان؛ سعیدرضا ابراهیمی هستم، در حال حاضر رییس اداره ارتباط با مشتریان و مدیر پیاده‌سازی پروژه باشگاه مشتریان و هم‌اکنون دانشجوی دانشگاه تهران در مقطع دکتری تخصصی Ph.D در رشته مدیریت بازرگانی گرایش رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی می‌باشم. اداره ارتباط با مشتریان شرکت بیمه پارسیان بعنوان مهمترین نقطه و کانال ارتباطی شرکت بوده و نقش این واحد به دلیل آن که ارتباط مستقیم بین مشتریان و شرکت را برقرار می‌سازد، نقش بسیار حیاتی و مهم است و بایستی کارکنانی با مهارت‌های ویژه‌ای در ارایه خدمات به مشتریان شامل پرسیدن سوال‌های مناسب، پیدا کردن بهترین راه حل، توانایی اداره کردن مشتریان، صعه صدر، آرامش، بررسی، تجزیه و تحلیل، توانایی حل مسئله و تصمیم‌گیری، توانایی تعامل با افراد با ویژگی فردی متفاوت، کنترل درست افراد عصبانی و ارایه رفتار شایسته، احترام و ارزش نهادن به مشتریان، بستن پرونده و... دارا باشند و در همین خصوص و با در اختیار داشتن پرسنل زبده، حرفه‌ای و آموزش دیده، راهنمایی و پاسخگویی به موقع، دقیق و صحیح به مشتریان

بجز آموزش، فرهنگ سازمانی در جهت استفاده صحیح از آن، مهمترین مؤلفه‌ی پیاده‌سازی CRM خواهد بود.



- ✓ کاهش زمان انتظار مشتریان
- ✓ کاهش هزینه‌های تبلیغات
- ✓ افزایش کیفیت
- ✓ پاسخگویی به خدمات مشتری
- ✓ برنامه‌های وفادار ساز
- ✓ ایجاد سیاست‌های فروش متنوع
- ✓ افزایش رضایت مشتری
- ✓ آگاهی از مشتری

✓ افزایش دانش سازمان در مورد مشتری (تأثیر دانش در مورد مشتری)
 ✓ در نهایت مهمترین و کلیدی ترین فایده باشگاه مشتریان، برنامه وفادار سازی مشتریان و حفظ ارتباط شرکت بیمه پارسیان با مشتریان خواهد بود. مزایای باشگاه، قلب و روح باشگاه مشتریان همان چیزی است که در آن قرار دارد. انتخاب علایق مناسب باعث موفقیت باشگاه خواهد شد. مزایا باید ارزش بالایی برای اعضای باشگاه داشته باشد.

نحوه استفاده از مزایای باشگاه مشتریان شرکت بیمه پارسیان بر اساس شاخص‌ها، وزن‌ها، سطوح امتیازی و سناریوهای بیمه ای طراحی شده است، که مشتریان به راحتی می توانند با مراجعه به سامانه باشگاه مشتریان امتیاز کسب شده خود را رویت نموده و مطابق با امتیاز خود از تسهیلات ذیل استفاده نمایند و یا می توانند با خرید بیمه نامه امتیاز خود را افزایش دهند:

کارت اعتباری، بسته هدیه، تخفیف بیمه ای، برگزاری قرعه کشی و اهدا جوایز، تسهیلات رفاهی سیاحتی و زیارتی، انعطاف در ارایه محصولات و نحوه ی پرداخت، انعطاف و تسریع در روند پرداخت خسارت، اتصال به سامانه‌هایی مانند دی جی کالا، علی بابا، فیلیمو، رستوران‌ها و...

لازم به ذکر است، محتوا و ماهیت ۳ فرآیند مدیریت ارتباط با مشتری، باشگاه مشتریان و کانتکت سنتر، کاملاً با یکدیگر سازگار بوده و مکمل همدیگر می باشند و می تواند یک مزیت کاملاً رقابتی در راستای رسیدن به نقطه مرجع استراتژیک و تحقق یافتن اهداف سازمانی و چشم انداز ترسیمی شرکت بیمه پارسیان باشد.

در پایان اگر سخنی با خوانندگان نشریه چتر دارید بفرمایید.

با عنایت به تأکید و دستور جناب آقای اوبارحسین مقام محترم نایب رییس هیأت مدیره و مدیرعامل ارجمند در خصوص مشتری مداری و تأمین رضایتمندی مشتریان بر اساس چارچوب مقررات، فرهنگ پاسخگویی یکی از نشانه‌های سازمان‌های موفق بوده و میزان و درجه ی نهاده شدن فرهنگ پاسخگویی در آن سازمان است، فلذا پاسخگویی مناسب، سعه‌ی صدر، متانت و پایبند به اصول رفتار حرفه ای کارکنان در قبال مشتریان و از همه مهمتر احترام و ارزش نهادن به مشتری از جمله عوامل و فاکتورهای بسیار مهم به منظور کسب موفقیت می‌باشد و ضامن ادامه ی حیات و بقا هر سازمانی خواهد بود. در پایان برای همه همکاران محترم و تلاشگر مجموعه بزرگ شرکت بیمه پارسیان علی‌الخصوص همکاران زحمتکش و صبور اداره ارتباط با مشتریان، آرزوی سلامتی و توفیق روز افزون را از خداوند متعال خواستارم.

✓ در نهایت شناسایی نقاط ضعف و قوت شرکت بیمه پارسیان که منجر به بهبود سازمان در جهت دستیابی به بهره‌وری و سودآوری بیشتر می‌شود.

✎ در خصوص نحوه راهنمایی بیمه گزاران و اطلاع رسانی‌های لازم به ایشان چه از ابعاد فنی و چه از سایر ابعاد توضیح فرمایید.

فرآیند راهنمایی و پاسخگویی به مشتریان از ۴ بخش تماس‌های ورودی، خروجی، ارسال پیامک و ایمیل تشکیل شده است که در قسمت تماس‌های ورودی که از سوی مشتریان به صورت روتین و روزمره از سراسر کشور با تلفن ۸۲۵۹ تماس واصل می شود و درخواست‌ها، مشکلات، نیازها و حتی شکایات مشتریان توسط کارشناسان بررسی، تجزیه و تحلیل گردیده و در نهایت ثبت شده و قابل پیگیری می‌باشد. با توجه به در اختیار داشتن کلیه ی سیستم‌های بیمه گری، پرسنل این واحد درخواست‌های مشتریان را به صورت شفاف پاسخ داده تا از عدم ارجاع بی مورد مشتریان به سایر واحدها جلوگیری بعمل آید و در صورت حل نشدن نیازهای مشتریان، به مدیریت‌های ذیربط جهت ادامه فرآیند ارتباط داده می شوند. در قسمت تماس‌های خروجی کارشناسان با مشتریان تماس حاصل نموده و بر اساس شاخص‌های طراحی شده، از ارایه و نحوه خدمات شرکت بیمه پارسیان به مشتریان، کسب بازخورد می نمایند که به آن محاسبه رضایتمندی مشتریان (CSM) گفته می شود، که این فرآیند می تواند در جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت شرکت بیمه پارسیان بسیار تأثیرگذار باشد.

✎ در خصوص باشگاه مشتریان بیمه پارسیان و آغاز فعالیت آن توضیحاتی ارایه فرمایید.

باشگاه مشتریان شرکت بیمه پارسیان از سال ۹۴ راه اندازی گردید و نرم افزار آن از توان داخلی شرکت بیمه پارسیان توسط مدیریت فناوری اطلاعات تولید گردید و با توجه به سیاست‌ها و اخذ تصمیمات از سوی مدیریت محترم ارشد سازمان، مقرر شد در فاز توسعه، این نرم افزار از منابع خارج از شرکت تهیه گردد و در حال حاضر نیز این پروژه در مرحله پیاده سازی فرآیندها می‌باشد.

✎ تعریف باشگاه و اهداف اصلی باشگاه مشتریان بیمه پارسیان چیست و بیمه گزاران چگونه می‌توانند از مزایای این باشگاه استفاده کنند؟

باشگاه مشتریان به عنوان واحد ارتباط با افراد یا سازمان‌ها تعریف می شود تا ارتباط مستقیم و منظمی بین این اعضا برقرار شود. باشگاه مشتریان یکی از جامع‌ترین ابزارهای استراتژیک است که شرکت بیمه پارسیان می تواند از آن برای محافظت از مشتریان خود استفاده کند. گروه هدف اصلی باشگاه مشتریان باید مهمترین مشتریان باشند، یعنی آن دسته از مشتریانی که بخش عمده ای از کسب و کار را تشکیل می دهند، زیرا ایجاد این روابط، ضروری ترین عامل موفقیت آینده به شمار می‌رود. باشگاه مشتریان به عنوان زیرساخت مناسبی برای افزایش فراوانی تعاملات بین شرکت بیمه پارسیان و مشتری (اثر تعامل با مشتری) خواهد بود.

* اهداف و فواید باشگاه مشتریان شامل:

✓ افزایش فروش و سودآوری

گفتگو با شورش سلیمانپور، رییس شعبه سندج؛ بیمه پارسیان از محبوبترین نامهای بیمه‌ای در سطح استان می‌باشد

باتوجه به قابلیت‌های کارکرد این منطقه، چه برنامه‌هایی برای جذب

پرتفوی و افزایش سهم بازار در سال آتی شرکت بیمه پارسیان دارید؟
به دلیل ضعیف بودن بخش صنعت در کردستان، بیشتر فعالیت شعبه در بخش خرده‌فروشی بوده و مبنای اهداف بلندمدت را بر افزایش تعاملات با شرکت‌های اقلیم کردستان عراق و فعالیت‌های مرزی و برون‌مرزی قرار داده‌ایم.

علاوه بر این از آنجایی که کردستان یک استان هدف گردشگری است، بخشی از توان خود را جهت جذب بازار بیمه‌های مربوط به صنعت توریسم در استان نموده‌ایم.

همچنین یادآور می‌گردد که باتوجه به این که کردستان بر شاهراه شمال- جنوب و جاده‌ی ترانزیتی به اقلیم کردستان عراق قرار گرفته، نصب بنرها و تابلوهای تبلیغات میدانی در این استان از اهمیت بالایی برخوردار خواهد بود.

ارتباط شما با شبکه فروش چگونه است؟

یکی از مهم‌ترین موضوعات در صنعت بیمه، توجه ویژه به شبکه فروش بوده و قطعاً تقویت این بخش موجب افزایش بازدهی و راندمان شعبه می‌گردد.

ما نیز باتوجه به این اصل مهم، در راه تقویت و کارآمدسازی بیشتر نمایندگان و رفع مشکلات، موانع کاری و هموارسازی جهت فروش بیمه‌نامه‌های مختلف تلاش نموده و همواره حامی و پشتیبان آنان بوده و هستیم.

آیا به آموزش ضمن خدمت نمایندگان در شعبه شما توجه کافی شده

است، چه آموزش‌هایی از نظر شما باید بیشتر ارائه گردد؟
تا پیش از شیوع بیماری کرونا کلاس‌های آموزش چه از طریق ستاد و چه از طریق شعبه به طور دوره‌ای و منظم برگزار می‌گردید اما در حال حاضر با توجه به همه‌گیری بیماری کووید-۱۹ و رعایت پروتکل‌های بهداشتی کلاس‌ها به صورت حضوری برگزار نمی‌شود و رویکرد کلی به سمت آموزش غیرحضوری بوده است. امید است با پایان یافتن شیوع و اثرات این بیماری، مجدداً آموزش حضوری در تمام بخش‌های بیمه‌ای از سر گرفته شود.

در پایان اگر مطلب دیگری به نظرتان می‌رسد، برای خوانندگان نشریه

چتر بفرمایید.

ضمن سپاسگزاری از کادر محترم مجله گران‌سنگ «چتر» که این فرصت را در اختیار بنده قرار دادند، از زحمات و تلاش بی‌وقفه‌ی تمامی همکاران عزیزم در خانواده‌ی بزرگ پارسیان به ویژه نایب رییس ارجمند هیات مدیره و مدیرعامل بیمه بزرگ پارسیان جناب آقای «هادی اویارحسین» قدردانی نموده، توفیقات روزافزون همه‌ی آن بزرگواران را از درگاه ایزد منان خواستارم.



لطفا خودتان را معرفی نمایید و از سوابق خود بفرمایید.

با درود و عرض ادب و احترام خدمت همکاران و سروران گرامی و خوانندگان محترم مجله وزین «چتر»، اینجانب «شورش سلیمانپور» فارغ‌التحصیل رشته مهندسی مکانیک، کارشناس ارشد مدیریت اجرایی و کارشناس رسمی دادگستری در رشته وسایط نقلیه موتوری زمینی، از خردادماه ۱۳۵۸ به عنوان کارشناس ارزیاب خسارت، جذب خانواده بزرگ و معظم بیمه پارسیان شدم و طی سال‌های ۸۸ تا ۹۵ به عنوان رییس شعبه خسارت و صدور و معاون مجتمع و از سال ۹۵ ریاست شعبه سندج را عهده‌دار می‌باشم.

به نظر شما موفقیت‌ها و ویژگی‌های خاص بیمه

پارسیان در این شعبه کدامند؟
باتوجه به رهنمودهای مقام محترم نایب رییس هیات مدیره و مدیر عامل، رعایت اصل مشتری‌مداری و اخلاق حرفه‌ای از ویژگی‌های بارز شعبه سندج بوده و موفقیت در اخذ دادنامه‌ها و نظریه‌های هیات‌های کارشناسی تصادفات به نفع شرکت متبوع و حفظ منافع شرکت از ویژگی‌های مهم این شعبه می‌باشد.

محبوبیت برند پارسیان در استان کردستان چقدر

است؟

باتوجه به تلاش همکاران و فعالیت‌های انجام گرفته در راستای نیل به اهداف متعالی بیمه پارسیان، خوشبختانه استقبال مردم شریف کردستان از بیمه پارسیان رضایت‌بخش بوده و پارسیان جزو محبوبترین برندهای بیمه در استان می‌باشد.

موفقیت در

اخذ دادنامه‌ها

و نظریه‌های

هیات‌های

کارشناسی

تصادفات به

نفع شرکت

متبوع و حفظ

منافع شرکت

از ویژگی‌های

مهم این شعبه

می‌باشد.



واژگان، اصطلاحات مدیریت ریسک

قسمت سوم- 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.

معیارهای ریسک

معیارهایی که میزان اهمیت ریسک، با آنها تعیین می‌شود.

نکته ۱: معیارهای ریسک براساس اهداف و زمینه داخلی و خارجی سازمان تعیین می‌شوند.

نکته ۲: معیارهای ریسک ممکن است از استانداردها، قوانین، خط‌مشی‌ها و دیگر الزامات منتج شوند.

ارزیابی ریسک

فرآیند کلی شناسایی ریسک، تحلیل ریسک و ارزشیابی ریسک شناسایی ریسک

فرآیند یافتن، تشخیص و تعریف ریسک
نکته ۱: فرآیند شناسایی ریسک شامل شناسایی منابع ریسک، پیشامدها، علل و پیامدهای بالقوه آنها است.

نکته ۲: شناسایی ریسک ممکن است با استفاده از داده‌های گذشته، تحلیل‌های نظری، نظر متخصصان و خبرگان و نیاز دینفعان صورت گیرد.

توصیف ریسک

عبارتی نظامند که معمولاً شامل چهار جزء است: منابع، حوادث، علل و پیامدها.

منبع ریسک

عاملی که به تنهایی یا با ترکیب با عوامل دیگر توانایی بالقوه‌ای در بروز ریسک دارد.

نکته: منبع ریسک ممکن است مشهود یا نامشهود باشد.

حادثه

وقوع و یا تغییر مجموعه‌ای از شرایط خاص
نکته ۱: حادثه ممکن است شامل یک یا چند رخداد باشد و علل مختلفی داشته باشد.

نکته ۲: حادثه ممکن است شامل موردی باشد که رخ ندهد.

نکته ۳: حادثه ممکن است «ساخته» یا «تصادف» نیز نامیده شود.

نکته ۴: حادثه بدون پیامد، ممکن است با عنوان «نزدیک به زیان»، «اتفاق»، «نزدیک به پیشامد» یا «مخاطره نزدیک» نامیده شود.

مخاطره

منبع صدمات بالقوه

نکته، مخاطره می‌تواند منبع ریسک باشد.

مالک ریسک

فرد یا نهادی که مسئولیت و اختیارات مدیریت ریسک را بر عهده دارد.

تحلیل ریسک

فرآیند درک ماهیت ریسک و تعیین سطح ریسک
نکته ۱: تحلیل ریسک، پایه و اساس ارزیابی ریسک و تصمیم‌گیری در مورد پاسخ به ریسک است.

نکته ۲: تحلیل ریسک، شامل برآورد ریسک است. احتمال وقوع شانس وقوع چیزی

احتمال وقوع حادثه

نکته ۱: در واژه شناسایی مدیریت ریسک، واژه «احتمال وقوع» طبق تعریف، به طور عینی یا ضمنی، کمی یا کیفی اندازه‌گیری می‌شود و با استفاده از عبارت‌های کلی یا ریاضی (مانند احتمال و فراوانی در دوره زمانی) تعریف می‌شود.
نکته ۲: این واژه، در برخی زبان‌ها، معادل مستقیمی ندارد. بنابراین از واژه «احتمال آماری» به جای آن استفاده می‌شود. در زبان انگلیسی واژه احتمال آماری اغلب به عنوان اصطلاح ریاضی به کار می‌رود. بنابراین در واژه شناسایی مدیریت ریسک، در زبان‌هایی به جز انگلیسی، «احتمال وقوع» به معنای احتمال آماری به کار می‌رود.

معرض خطر

اندازه‌ای که یک سازمان ممکن است از یک حادثه متأثر شود.

پیامد

نتیجه حادثه (۲۰۱۷) که بر اهداف اثر گذار است.

نکته ۱: حادثه ممکن است منجر به دامنه وسیعی از پیامدها شود.

نکته ۲: پیامد ممکن است قطعی یا غیرقطعی باشد و تأثیرات مثبت و منفی بر اهداف داشته باشد.

نکته ۳: پیامدها ممکن است به صورت کمی و کیفی بیان شوند.

نکته ۴: پیامدهای اولیه، ممکن است بر اثر پیامدهای بعدی گسترش یابند.

احتمال آماری

معیاری برای شانس وقوع که به صورت عددی بین صفر تا یک، که در آن صفر عدم احتمال وقوع و یک وقوع حتمی را نشان می‌دهد.

فراوانی

تعداد حوادث و یا پیامدها به ازای یک واحد مشخص زمان
نکته، فراوانی می‌تواند در مورد حوادث گذشته و یا حوادث بالقوه‌ای که بتوان آن را به صورت احتمال وقوع و یا احتمال آماری بیان کرد، بکار رود.

آسیب پذیری

ویژگی‌های ذاتی موردی که به دلیل قرار گرفتن در معرض یک منبع ریسک دچار حادثه با پیامدهایی می‌شود.

ماتریس ریسک

ابزار رتبه‌بندی و نمایش ریسک از طریق تعریف حدودی برای پیامد و احتمال وقوع

سطح ریسک

بزرگی ریسک که در قالب یا ترکیبی از پیامدها و احتمال وقوع بیان می‌شود.



آموزش و بهسازی منابع انسانی

با رویکرد به صنعت بیمه

مؤلف: هادی اویار حسین، حسن یحیی زاده

با توجه به اهمیت این موضوع در این شماره و شماره های آینده نشریه چتر قصد داریم خلاصه هایی از این کتاب را جهت استفاده همکاران و خوانندگان چتر منتشر نماییم. امیدواریم مطالب این کتاب مورد استفاده شما قرار گیرد و به ارتقای توانایی و دانش همکاران کمک نماید.

آموزشی) "که به نقش و اهمیت آموزش نیروی انسانی در سازمان ها و ارائه راهکارهای بسیار مناسب جهت ارتقای بهره وری و توانمندسازی نیروی انسانی پرداخته، توسط آقایان هادی اویار حسین؛ نایب رییس هیأت مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان و حسن یحیی زاده؛ معاون مدیر آموزش تألیف و منتشر شد.

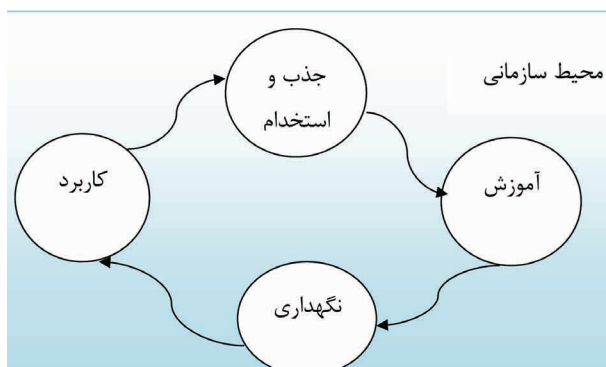
موضوع نیروی کار و منابع انسانی جزو مهمترین سرمایه های یک سازمان به شمار می آید و اهمیت و توجه به آموزش منابع انسانی در سازمان ها و رشد بهره وری و بالندگی مدیریت و پویایی سازمان محسوب می شود اخیراً کتاب "آموزش و بهسازی منابع انسانی با رویکرد به صنعت بیمه (به انضمام نظامنامه

تعبیر بایستی در لیست دارایی های سازمان قرار داده شود. در دهه ۹۰ میلادی مفاهیمی کوچک سازی^۱، سازمان دهی مجدد^۲ و مهندسی مجدد^۳ مورد توجه واقع شد. (یاربگر روش حسن ۱۳۹۱)

سازمان های پیشرفته امروزی دریافته اند که انسان هر روز نقش محوری تری نسبت به گذشته ایفا می کند و سازمان ها برای موفقیت و بقا در دنیای رقابتی، ناگزیر از اتخاذ روش های نوینی در عرضه آموزش هستند و بایستی هم پای رشد و ارتقاء تکنولوژی از این روش ها استفاده جویند. (فتحی و اجارگاه و همکاران ۱۳۹۲)

اهمیت و ضرورت منابع انسانی

نقش مدیریت در توسعه و پیشرفت جوامع و سازمان ها همچون نقش نرم افزار در کامپیوتر است. همانطور که بهره دهی قوی ترین و سریعترین کامپیوترها بستگی به نرم افزاری دارد که روی آن نصب کرده اند. بهره وری و بهره برداری از عوامل توسعه و پیشرفت اعم از سرمایه یا منابع انسانی و مادی نیز بستگی به مدیریت دارد. اهمیت مدیریت در عصر حاضر کمتر از اهمیت پیشرفت های تکنولوژی نیست. زیرا دستاوردهای تکنولوژی محصول کار و تلاش افراد در سازمان ها و موسساتی است که مدیریت صحیح بر آن حاکم است. (همان منبع)



مقدمه

امروزه وجود دوره های آموزشی در یک سازمان، نشان از بلوغ و نگرش والای مدیریت بر مسایل سازمانی تلقی شده و اجرای دوره های آموزشی به معنای بالندگی مدیریت و پویایی مجموعه می باشد. در ارزشیابی سازمان نیز وجود این دوره ها به عنوان یک ارزش مثبت تلقی می گردد و بالطبع سازمان هایی که دارای اینگونه دوره های آموزشی باشند، در درجه بالاتری قرار دارند.

بدیهی است که نمی توان ادعا کرد که تمامی کارمندان شاغل در سازمان ها دارای دانش شغلی مناسب با وظایف خود هستند و این امر وجود دوره های آموزشی را دارای اولویت می سازد. ورود افراد جدیدالاستخدام به سازمان، ورود سیستم های جدید و روش های نوین به سازمان، تغییر شرایط سازمان نیز نیازهای آموزشی مختلف و متنوعی را ایجاد می نماید.

بنابراین منابع انسانی ما باید با شرکت در دوره های آموزشی، با پیشرفت های نوین در علم و تکنولوژی و روش های صحیح انجام کار و ارائه خدمات به جامعه در سازمان های دولتی، صنعتی و بازرگانی و همچنین بخش خصوصی آشنایی کامل پیدا کرده و بدانند که استفاده از دانش، مهارت و تکنیک های خاص بطور مشترک می توانند آنان را در حل مسایل و مشکلات جاری جامعه یاری نمایند. امروزه جنبه های تخصصی هم به حدی متنوع گردیده اند که نمی توان منابع انسانی را در هر درجه از دانش و تحصیلات و تجربه که باشند بخودی خود رها نمود بلکه هرچه میزان مسئولیت آنان در سازمان و یا در جامعه بالاتر می رود، لزوم آموزش های شغلی برای آنان واضح می گردد تا بتوانند حلال تنگناهای جامعه امروز بوده و جامعه رادر جهت رسیدن به آرمان های بلندش یاری نمایند.

بخش اول: توسعه منابع انسانی

نقش سرمایه انسانی

ارزش انسانی، آری، این همان چیزی است که می خواهیم به شما بگوئیم، هرگاه از سرمایه انسانی صحبت کردید، از آن به عنوان پر آوازه یاد کنید! ابتدا و مهم تر از همه این است که تعبیر بالاتر از سرمایه را درک کنید؛ چرا که این

^۱ Downsizing
^۲ Reorganizing
^۳ Reengineering



موفقیت سازمان‌ها تا حد زیادی به روحیات، تلاش، انگیزش و رضایت منابع انسانی آن‌ها بستگی دارد. به عبارت دیگر کارایی و اثربخشی سازمان‌ها با کارایی و اثربخشی نیروی انسانی آن‌ها وابستگی مستقیمی دارد. نیروی انسانی برای ارائه رفتار مطلوب و موردپسند در راستای اهداف سازمان، باید هم انگیزه داشته باشد و هم درست برانگیخته شود و این امر تحقق نمی‌یابد مگر از طریق شناسایی چراهای رفتاری یا علل تمایل و دلایل انگیزه و رضایت کارکنان، بمنظور هدایت رفتار آن‌ها به سوی تحصیل اهداف سازمانی و استفاده بهنگام از آن‌ها توسط مدیران لایق و شایسته با هدف تحقق محیطی مطلوب و مناسب.

رضایت شغلی، علاقه و وفاداری به سازمان و بالندگی کارکنان منوط به ایجاد محیطی است که مدیران متولی و مسئول آن هستند. شناسایی عوامل ایجاد رضایت و دلایل نارضایتی کارکنان و نیز ارزیابی رضایت شغلی آنان به عنوان اقدامی کلیدی در جهت اهداف یاد شده، نقشی بسزا و چشمگیر دارد. (فارل، ۱۹۹۷).

توجه به پیامدهای نارضایتی از شغل نظیر: غیبت، جابجایی، ترک کار، ... و تأثیر آنها بر سازمان و افزایش هزینه‌های سازمانی از یکسو و اثرات روحی و جسمی نارضایتی بر سلامت کارکنان و بهره‌وری آنان از سوی دیگر ما را به اهمیت موضوع رهنمون می‌سازد. نارضایتی شغلی می‌تواند زمینه‌ساز پیدایش بخشی از شکایات، کارکردهای ناچیز، کاهش تولید، کالای نامرغوب، دشواری‌های انضباطی، کم‌کاری‌ها و دیگر مشکلات باشد.

آن‌چه که در راستای توسعه منابع انسانی اهمیت دارد، این است که بهبود منابع انسانی تنها با آموزش‌های فنی و تخصصی حاصل نمی‌شود، بلکه از طرق مختلف باید به توسعه آن پرداخت. بنابراین اگر مدیریت منابع انسانی سازمان‌ها، این موضوع مورد توجه قرار نگیرد، آن سازمان محکوم به فنا است.

در این راستا، یکی از راهکارهای اساسی این است که منابع انسانی به مثابه مهمترین سرمایه سازمان‌ها در نظر گرفته شود و در ضمن برنامه‌ریزی به منظور جذب، تأمین و اعتلای سطح توانایی‌های نیروی انسانی از طریق شیوه‌های نوین علمی مدیریت منابع انسانی انجام گیرد. نتیجه اینکه جهت دستیابی به بهره‌وری پایدار در کشور و تولید با کیفیت بالا در سطح کلاس جهانی، رویکرد سیستمی به منابع انسانی و توجه استراتژیک به آنرا می‌طلبد (فدر، ۲۰۰۸).

ادامه دارد...



مدیریت عبارت است از سازماندهی و هماهنگی فعالیت‌های یک موسسه مطابق با سیاست‌های معین و در جهت دستیابی به اهداف تعریف شده‌ی مشخص، با استناد به نظریات پیتر دراکر^۴ (یکی از بزرگترین نظریه‌پردازان مدیریت، ۱۹۰۹-۲۰۰۵) وظیفه‌ی بنیادی مدیریت دارای دو عنصر است: بازاریابی و خلاقیت (نوآوری) فایول^۵ در رساله‌ی که به نام مدیریت عمومی و صنعتی منتشر شده فعالیت‌های سازمان تجاری را به شش دسته تقسیم کرد.

۱. فعالیت‌های فنی، تولیدی

۲. فعالیت‌های بازرگانی، خرید، فروش و مبادله

۳. فعالیت‌های مالی، بررسی برای استفاده مطلوب از سرمایه

۴. فعالیت‌های مالی امنیتی، حفظ اموال و افراد

۵. فعالیت‌های حسابداری، تدارک اطلاعات آماری

۶. فعالیت‌های مدیریتی

۱. برنامه ریزی

۲. سازماندهی

۳. فرماندهی

۴. فرمانبری

۵. هماهنگی

۶. کنترل

فایول توانایی‌های لازم برای مدیران را به سه گروه تقسیم کرد.

۱. توانایی‌های عام مدیریت که شامل فعالیت‌های شش گانه مشروح در بالاست.

۲. توانایی خاص مدیریت که شامل وظایف مدیریت یعنی برنامه‌ریزی، سازماندهی، رهبری، هماهنگی و کنترل می‌باشد.

۳. توانایی فنی و تخصصی مورد نیاز که در ارتباط با فعالیت‌های تخصصی لازم در سازمان است. (رحمتی نودهی رسول، فضل هاشمی سید محمد تقی ۱۳۹۳)

نقش اساسی آموزش تغییر طرز تفکر و رفتار افراد با اصول و موازین پسندیده است. بنابراین لزوم آموزش در کلیه موسسات اعم از سازمان‌های دولتی و بنگاه‌های بازرگانی و صنعتی غیر قابل تردید است. به خصوص آن‌که ما در زمانی زندگی می‌کنیم که تغییرات و تحولات علمی و فنی بطور سریع در جریان می‌باشد و هر روزه انتظار تغییر در نحوه استفاده از وسایل و انجام امور متصور است. بنابراین توفیق در انجام خدمات عمومی و استفاده صحیح از منابع انسانی مستلزم توجه به آموزش کارکنان در موسسات می‌باشد.

گذشته از تغییرات و تحولات علمی و فنی که لزوم آموزش را توجیه می‌کند، لازمه اداره صحیح امور استخدامی و استفاده مطلوب از نیروی انسانی در سازمان آنست که:

اولاً، تمام افرادی که در سازمان به انجام وظایف اشتغال دارند بتوانند وظایف محوله را به نحو احسن و مطابق با شرایط روز ایفاء سازند.

ثانیاً، برای آنکه در جریان امور عملیاتی وقفه‌ای حاصل نگردد، سازمان باید پیوسته افرادی را در اختیار داشته باشد که در موارد ضروری بتوانند جانشین کسانی که بعلى قادر به انجام وظایف خود نیستند بشوند.

ثالثاً، انتقالات و ترفیعات سازمانی ایجاب می‌کند کارکنان سازمان قبلاً از نحوه انجام وظایف و مسئولیت‌هایی که در آینده تقبل خواهند کرد مطلع باشند (ستاری، ۱۳۵۲).

گزارش تصویری تقدیر از نمایندگان برتر فروش بیمه های مسئولیت



شعبه اردبیل



گنبد کاووس



شعبه نیشابور



شعبه کرج



شعبه بیرجند



شعبه قزوین



شعبه یاسوج



شعبه ایلام



شعبه بروجرد



شعبه بروجرد



شعبه گرگان



شعبه آمل



شعبه خوی



شعبه زاهدان



شعبه تنکابن

تقدیر از فرزندان همکاران پذیرفته شده در کنکور سراسری ۱۴۰۰



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با ارسال لوح تقدیر و هدایای ویژه از فرزندان همکارانی که در کنکور سراسری سال ۱۴۰۰ قبول شده‌اند تقدیر شد.

براساس این گزارش، با عنایت مقام محترم نایب رئیس هیات مدیره و مدیرعامل به بحث علم و دانش و با حمایت و مساعدت ایشان، بر اساس دستورالعمل اعلام شده در بخشنامه‌های ارسالی مدیریت سرمایه‌های انسانی، از پذیرفته شدگان فرزندان همکاران این شرکت در آزمون کنکور سراسری سال ۱۴۰۰ (اسامی زیر) با اهدای لوح سپاس و هدایای ویژه قدردانی گردید. متن پیام نایب رئیس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان به شرح ذیل می‌باشد:

ردیف	نام و نام خانوادگی فرزند (پذیرفته شده)	نام رشته	نام دانشگاه	نام همکار	محل خدمت
۱	سیماسادات موسوی صانع	مهندسی عمران	دانشگاه زنجان-روزانه	احتشام موسوی صانع	مدیریت پشتیبانی
۲	رایکا طاهری	حسابداری	آزاد اسلامی-تهران غرب	علی طاهری	مدیریت بیمه های خودرو

متن لوح تقدیر

اطلبوا العلم من المهد الی اللحد

عزیزارجمند

توفیق ورود به دروازه‌های دنیای علم و دانش یکی از موهبت‌هایی است از سوی خداوند که بی شک آدمی در سایه تلاش و کوشش از این موهبت بهره خواهد جست. امروز با ورود به دانشگاه و طی مدارج علمی، مژده کیمیا شدن به مس وجودتان

دمیده شده است. ما نیز به نوبه خود کسب این موفقیت را به شما رهجوی مسیر علم و دانش تبریک عرض می‌نماییم. از خداوند متعال استمرار موفقیت و تداوم در طلب علم و دانش را برایت خواستاریم و امیدواریم برای میهن عزیزمان افتخارآفرینی نمایید.

هادی اوپارحسین

نایب رئیس هیات مدیره و مدیرعامل



از مقالات برگزیده در فعالیت های پژوهشی کارکنان بیمه پارسیان قدردانی شد

مقالات برگزیده

همکاران نیز انتخاب و از تمامی مقالات منتخب با اهدای هدایای ویژه از طرف نایب رییس محترم هیأت مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان از این همکاران قدردانی شد.

همچنین طبق اعلام مدیریت آموزش از همکاری شایسته و فعال مدیران و کارکنان واحدهای مسئولیت، آتش سوزی و حقوقی و امور قراردادهای اقدامات آموزشی و پژوهشی در این دوران قدردانی می گردد.

اسامی برگزیدگان براساس رتبه های دریافت به شرح جدول ذیل می باشد و خلاصه ی مقالات این همکاران در این شماره از نشریه منتشر شده است.

با بررسی مقالات و پژوهش های انجام شده در طرح فعالیت های کارکنان در دوران دورکاری، سه مقاله برتر همکاران شایسته تقدیر و دریافت جوایز شدند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، با توجه به موضوع دورکاری همکاران در دوران پاندمی کرونا و همکاری همکاران بیمه پارسیان در فعالیت های پژوهشی در این دوران، براساس بررسی های انجام شده توسط مدیریت آموزش بیمه پارسیان، دو مقاله و یک ترجمه همکاران رتبه اول تا سوم را کسب نمودند. همچنین در ادامه بررسی های انجام شده و مقالات واصله، یک مقاله و یک ترجمه دیگر

رتبه	سمت سازمانی	نام و نام خانوادگی تهیه کننده	عنوان مقاله	ردیف
اول	کارشناس مسئول امور نمایندگان عمر	سیده زهرا صادقی	مقاله " بررسی عوامل ساختاری موثر بر موفقیت طرح خانواده بیمه نامه های عمر و " سرمایه گذاری شرکت بیمه پارسیان	۱
دوم	کارشناس مسئول توسعه و طرح های خاص بیمه های مسئولیت	نازنین حسینی	ترجمه مقاله انگلیسی " بیمه مسئولیت آلودگی محیطی جهت ترویج مدیریت ریسک " محیطی در پارک های صنعتی شیمیایی	۲
سوم	رییس اداره برنامه ریزی و نظارت بر شعب	سمیه قیداری موسوی	مقاله " بررسی تاثیر مدیریت دانش بر "چابکسازی زنجیره تامین	۳
چهارم	معاون مدیر آموزش	حسن یحیی زاده	تحلیل وضعیت موجود با وضعیت مطلوب آموزش در صنعت بیمه (مطالعه موردی: شرکت بیمه پارسیان)	۴
پنجم	رییس اداره تبلیغات و چند رسانه ای روابط عمومی	رخساره نوروزنیا	رابطه بین ارزش ویژه برند و قصد خرید بیمه عمر در سریلانکا: مقاله مفهومی	۵

تولید محتوای جزوه های آموزشی در رشته های مختلف و ترجمه مقالات بیمه ای اقدام کردند.

و نشر آثار پژوهشی و آموزشی بهره بردند و در این دوران به نشر مقالات متعدد در حوزه های فنی و عمومی،

خاطر نشان می سازد همکاران بیمه پارسیان در دوران پاندمی ویروس کرونا با همت عالی از شرایط دورکاری در خلق

قردانی از نمایندگان برتر فروش بیمه‌های آتش سوزی در شعبه تنکابن

محمد شاپوری کد ۵۰۱۲۶۰، مریم افتخاری کد ۵۰۳۴۱۰ و کامران بالانی کد ۵۵۱۱۸۰ اعلام شده است. همچنین از مسعود نیک فرجام رییس شعبه تنکابن و حامد رضا عسگریور کارشناس این شعبه به دلیل زحماتشان در برگزاری این رقابت و ارتقای فروش نمایندگان قردانی به عمل آمد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ شعبه تنکابن از نمایندگان برتر فروش بیمه‌های آتش سوزی با اهدای هدایا تقدیر و تشکر کرد. براساس این گزارش، با توجه به برگزاری لیگ رقابتی فروش بیمه‌های آتش سوزی نمایندگان زیر مجموعه شعبه تنکابن و بر اساس اعلام مدیریت بیمه‌های آتش سوزی، به سه نماینده برتر این رقابت جوایزی اهدا شد. اسامی نمایندگان شعبه تنکابن به ترتیب از رتبه اول تا سوم،

برگزاری جلسه همکاری شعبه آمل بیمه پارسیان با انجمن پیمانکاران برق کشور



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ جلسه همکاری و انعقاد تفاهم نامه فی مابین شعبه آمل بیمه پارسیان با انجمن پیمانکاران برق کشور برگزار شد. در این نشست که با هدف انعقاد تفاهم نامه همکاری و توسعه ارائه خدمات و با حضور مدیران ارشد سازمان در ساختمان مرکزی بیمه پارسیان برگزار شد، رایزنی‌ها و راهکارهای مناسب در راستای ارائه خدمات مطلوب و گسترش همکاری مطرح گردید. انجمن پیمانکاران برق از بیمه گذاران قدیمی و ویژه شعبه آمل می‌باشد که در حدود ۶ سال گذشته ارتباط مناسبی بین طرفین ایجاد گردیده و با توجه به سابقه همکاری، رایزنی‌های لازم جهت جذب بیمه نامه‌های کشوری (با حدود ۶۸۰۰ شرکت زیرمجموعه) انجام شد تا ضمن جذب بیمه نامه‌های جدید با انعقاد تفاهم نامه‌ای، همکاری‌ها بین دو طرف گسترش یابد.

جلسه هم اندیشی شعبه مشهد بیمه پارسیان با مدیران مؤسسه فرهنگی هنری خراسان برگزار شد



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ جلسه هم اندیشی شعبه مشهد بیمه پارسیان با مدیران مؤسسه فرهنگی هنری خراسان در محل دفتر سرپرستی منطقه با حضور سرپرست منطقه شرق و رییس شعبه مشهد برگزار گردید. در این جلسه که با هدف ارتقاء همکاری دو طرفه با مؤسسه فرهنگی هنری خراسان برگزار شد در خصوص نحوه ارائه خدمات به بیمه شدگان درمان این موسسه تبادل نظر گردید. همچنین در ادامه این جلسه مؤسسه فرهنگی هنری خراسان رضایت خود را از خدمات بیمه پارسیان و پاسخگویی به موقع شعبه مشهد ابراز نمود. در پایان لعل نظامی سرپرست منطقه شرق، توضیحاتی در خصوص ارائه خدمات مطلوب و اعلام آمادگی بیمه پارسیان جهت خدمت رسانی هر چه بهتر به این موسسه ارائه نمود.



بازدید مدیرکل صدا و سیمای استان کردستان از شعبه سندج بیمه پارسیان



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ مدیرکل صداوسیما استان کردستان در نشستی با همکاران بیمه پارسیان شعبه سندج دیدار و گفتگو کرد.

براساس این گزارش در این نشست، آقای عبدالملکی ضمن تشکر و قدردانی از زحمات پرسنل بیمه پارسیان در بخش بیمه ی تکمیلی پرسنل صداوسیما و خسارت اتومبیل، خواستار افزایش همکاری و تعاملات فی ما بین در سایر رشته‌های بیمه ای گردید.

در ادامه آقای سلیمانپور ضمن خیرمقدم به مدیرکل صداوسیما این استان، توضیحاتی درخصوص شرایط، ویژگی‌ها و نحوه ی صدور انواع بیمه نامه‌ها ارائه و آمادگی بیمه پارسیان را جهت افزایش خدمات بیمه ای و گسترش همکاری‌های دوجانبه اعلام نمود که این امر مورد استقبال مدیرکل صدا و سیمای استان قرار گرفت.

تقدیر از شرکت منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس به عنوان بیمه گزار برتر سال ۱۳۹۹



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در راستای تجلیل از بیمه گزاران برتر و وفادار شرکت و با هماهنگی‌های صورت گرفته با مدیریت توسعه بازار و امور مشتریان، از همکاری ۵ ساله شرکت منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس تقدیر و تشکر گردید.

براساس این گزارش در مراسمی که با حضور عضو هیات مدیره و معاون مدیرعامل شرکت منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس در محل شعبه بندرعباس بیمه پارسیان برگزار گردید، نجفی سرپرست منطقه جنوب شرق کشور، شرکت منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس را یکی از وفادارترین بیمه گزاران شرکت دانست و از همراهی و وفاداری این شرکت با اهدای لوح تقدیر و هدایا قدردانی و اعلام کرد، شرکت بیمه پارسیان همواره در تلاش برای خدمات رسانی به کارکنان تلاشگر آن شرکت می‌باشد.

در پایان کرمی عضو هیات مدیره و معاون مدیرعامل شرکت منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس، خدمات ویژه و متمایز شرکت بیمه پارسیان را دلیل اصلی تداوم همکاری دانست و اظهار امیدواری کرد که در آینده نیز بتوانیم همکاری‌های طرفین را گسترش دهیم.



تقدیر نماینده مجلس شورای اسلامی استان کردستان از شعبه سندج

پهزاد رحیمی نماینده شهرستان‌های سقز و بانه در مجلس شورای اسلامی با ارسال لوح تقدیر از خدمات رسانی صادقانه شعبه سندج تقدیر و تشکر کرد.

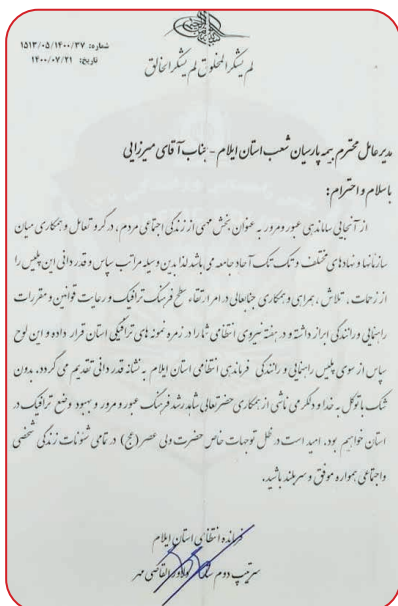
به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در متن پیام این تقدیرنامه آمده است، بنابر گزارشات واصله مردمی و رضایت شهروندان و بیمه‌گذاران در خصوص تکریم ارباب رجوع علی‌الخصوص در بخش پرداخت خسارت توسط شعبه سندج بیمه پارسیان، از زحمات دلسوزانه و خدمت رسانی که موجب رضایت بیمه‌گذاران گردیده، با اهدای لوح سپاس تقدیر و تشکر می‌گردد.



تقدیر شورای اسلامی شهرستان خوشاب از شعبه سبزوار

شورای اسلامی شهرستان خوشاب با ارسال لوح تقدیر از خدمات رسانی شعبه سبزوار تقدیر و تشکر کرد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در متن پیام شورای اسلامی شهرستان خوشاب آمده است، با عنایت به اعلام رضایت شهروندان و بیمه‌گذاران از شعبه بیمه پارسیان شهرستان سبزوار، از زحمات و خدمت رسانی که موجب رضایت اهالی این شهرستان گردیده، با اهدای لوح سپاس قدردانی می‌گردد.



تقدیر فرماندهی نیروی انتظامی از شعبه ایلام بیمه پارسیان

فرماندهی نیروی انتظامی استان ایلام با ارسال لوح تقدیر از زحمات و تلاش‌های شعبه ایلام بیمه پارسیان تقدیر و تشکر کرد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ به مناسبت هفته نیروی انتظامی و با توجه به مشارکت و همکاری شعبه ایلام با نیروی انتظامی در راستای توسعه نظم و امنیت عمومی و رشد فرهنگ عبور مرور با نصب بنر در سطح شهر، فرماندهی نیروی انتظامی این استان با ارسال لوح سپاس از همراهی بیمه پارسیان در امر ارتقاء سطح فرهنگ ترافیک و رعایت قوانین و مقررات راهنمایی و رانندگی قدردانی می‌گردد.



۱۰ نکته کوتاه که هر کارمند لازم است بداند

عبدالرضا عسگریور، معاون شعبه پونک

او نگاه کنید. یک لبخند، یک سلام، یک تماس چشمی به هر دو نفر شما کمک می‌کند. هرگز تحقیرآمیز با اربابرجوع برخورد نکنید و یادتان نرود بعضی از آن‌ها حتی مقام و جایگاه اداری بالاتری از شما دارند. اگر کارشان به شما افتاده دلیل نمی‌شود به شکلی برخورد کنید که انگار حیات و ممانش به شما گره خورده.

۶- اینکه حقوق شما را دیر داده‌اند، رئیس، اضافه‌کاری کمی داده، وزیر، پاداش سال قبل را نداده، ساعت کار شما زیاد است، کولر اتاق شما خراب است و ... ایداً ربطی به ارباب رجوع ندارد. گناه او نیست. هنگام انجام کار به هیچ وجه صحبت را به سمتی نبرید که مراجعه‌کننده گمان کند شما توقع ویژه‌ای برای انجام وظیفه‌تان از او دارید. منظورم روشن است!

۷- تمیز، آراسته و خوش‌بو سر کار حاضر شوید. کارمندی که ژولیده و خسته و نامرتب سرکار حاضر می‌شود، خمیازه می‌کشد، سرش را می‌خاراند و ... انصافاً روح‌فرساست. اغراق برخی کارمندان خانم در آرایش نیز همین حس را منتقل می‌کند.

۸- اگر به هر دلیلی اربابرجوع جسارت و توهین کرد حق گلاویز شدن با او را ندارید. بلند شوید و این موضوع را به رئیس بگویید. تجربه نشان داده که ماجرا به شکل مسالمت‌آمیزتر و کم خسارت‌تری حل می‌شود.

۹- جلوی اربابرجوع با همکاران‌تان شوخی نکنید. کار را به خاطر تعریف یک خاطره متوقف نکنید. یادتان نرود هر فردی که به شما مراجعه می‌کند برای خودش «کسی» است و او هم در «سرای خود سری دارد و سامانی!» و انتظار توجه و احترام ویژه دارد.

۱۰- «به من مربوط نیست»، «این مشکل شماست»، «من که قانون رو وضع نکردم»، «برید شکایت کنید» و ... جملاتی از این دست را نگویید. شما هم یک روز برای انجام یک کار به اداره دیگری می‌روید و می‌بینید که این جملات چقدر سمی‌اند. گره از کار خلق باز کنید تا دیگری هم گره از کار شما بگشاید. (ایران)

شما انتخاب نمی‌کنید چه اربابرجوعی داشته باشید. حتماً بین دهها نفری که به محل کار شما می‌آیند انسان ناهموار، بدخلق و کم طاقت هست. آن‌ها نماینده همه نیستند. با بداخلاقی انتقام آن‌ها را از دیگران نگیرید. کارمند بد با هزار منشور احتمالاً هنوز بد برخورد می‌کند و کارمند خوب، بدون منشور و دستور مافوق باز هم عملکرد خوب و محترمی دارد اما این ۱۰ نکته در کمتر منشوری آمده است:

۱- برای انجام دادن کاری که وظیفه شماست سر اربابرجوع منت نگذارید. منت نگذارید و باز هم منت نگذارید. به ویژه اگر کارمند دولت هستید. شرایط این شغل را پذیرفته‌اید، حقوقش عموماً از بیت‌المال تامین می‌شود و رایگان و عام‌المنفعه کار نمی‌کنید. پس لطفاً منت نگذارید.

۲- پیش فرض عموم مراجعان این است که کارمندا به جای کار راه انداختن، گره توی کار می‌اندازند. خودتان وقتی به یک اداره دیگر مراجعه می‌کنید این حس را پس ذهن‌تان ندارید؟ حال مردم خوب نیست، کمی بیشتر صبوری به خرج دهید. اگر ارباب رجوعی عصبانی است، سواد کمی دارد، شما آرامش به خرج بدهید، لبخند بزنید و بگویید کمکش می‌کنید. همین سه کار معجزه می‌کند.

۳- ما می‌دانیم شما انسان هستید، مشکلات و ناراحتی‌های شخصی یا کاری دارید، از آهن ساخته نشده‌اید و حق دارید نفسی چاق کنید و از فرصت نهار استفاده کنید یا چای بنوشید. حس خوبی به اربابرجوعی می‌دهید اگر همین را به او بگویید. عموماً می‌پذیرند و درک می‌کند. به ویژه وقتی موقع کار سرتان توی گوشه نیست یا دارید سایت‌های خبری را چک می‌کنید

۴- شما انتخاب نمی‌کنید چه اربابرجوعی داشته باشید. حتماً بین دهها نفری که به محل کار شما می‌آیند انسان ناهموار، بدخلق و کم طاقت هم هست. آن‌ها نماینده همه نیستند. با بداخلاقی انتقام آن‌ها را از دیگران نگیرید. پاسخ دادن به تماس‌های تلفنی کاری یکی از وظایف شماست. وقتی تلفن زنگ می‌خورد، بردارید و جواب بدهید!

۵- وقتی کسی به شما مراجعه می‌کند سرتان را بلند کنید و به

بررسی عوامل ساختاری مؤثر بر موفقیت طرح خانواده بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری شرکت بیمه پارسیان

سیده زهرا صادقی، کارشناس مسئول امور نمایندگان عمر؛ مقاله برگزیده در طرح اقدامات آموزشی کارکنان در مواقع دورکاری

محصولات جدید ادامه حیات دهند لذا شرکت بیمه پارسیان برای ادامه فعالیت‌های خود در بازار رقابتی کنونی ناچار به تغییر در روند فعالیت‌های گذشته و انجام فعالیت‌های جدید در خلال فعالیت‌های خود می‌باشد.

هدف اصلی این تحقیق بررسی عوامل ساختاری مؤثر بر موفقیت طرح خانواده بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری شرکت بیمه پارسیان می‌باشد و هدف‌های فرعی بررسی تأثیر رفتار نوآوران کارکنان، تأثیر تمرکز سازمان، تأثیر رسمیت سازمان و تأثیر یکپارچگی سازمان بر عملکرد توسعه محصول جدید و موفقیت طرح خانواده بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری شرکت بیمه پارسیان می‌باشد.

فرضیه اصلی این تحقیق عبارتست از "عوامل ساختاری سازمان بر عملکرد توسعه محصول جدید و موفقیت طرح خانواده بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری شرکت بیمه پارسیان تأثیرگذار است" و در فرضیه‌های فرعی نیز تأثیرگذار بودن رفتار نوآوران کارکنان، تمرکز سازمان، رسمیت سازمان و یکپارچگی سازمان بر عملکرد توسعه محصول جدید و موفقیت طرح خانواده بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری شرکت بیمه پارسیان مطرح شده است.

از جمله تحقیقات داخلی صورت گرفته مرتبط با این تحقیق مربوط به دهقان دهنوی و نصیریان (۱۳۹۷) می‌باشد که تحقیقی با عنوان مقوله‌شناسی توسعه محصول جدید با استفاده از تحلیل محتوا، انجام دادند. نتایج نشان داد که چهار مؤلفه اصلی توسعه محصول جدید صنایع غذایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد: توسعه فنی، توسعه مفهومی، توسعه بازار و توسعه منابع. این چهار مؤلفه از ۱۳ مؤلفه فرعی، ۳۴ کد گزینشی و نهایتاً ۷۳ کد اولیه به دست آمد.

از جمله تحقیقات خارجی صورت گرفته نیز یانگ و ژانگ (۲۰۱۸) به بررسی تأثیر جهت‌گیری مشتری بر عملکرد محصول جدید پرداختند. نتایج تحقیق آن‌ها نیز نشان داد تمرکز بر مشتری، مشارکت مشتری و برقراری ارتباط با مشتریان تأثیر قابل توجهی بر عملکرد مالی و غیرمالی فرایند توسعه محصول جدید دارد.

مدل این تحقیق که ترکیبی از مقالات وانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ مو و همکاران، ۲۰۱۷؛ دهان و همکاران، ۲۰۱۷ می‌باشد مطابق تصویر زیر می‌باشد:

بی شک نقش و اهمیت جایگاه صنعت بیمه، در حکم یک صنعت حمایت‌کننده، بر هیچ کس پوشیده نیست و مزایای اقتصادی و اجتماعی بیمه برای حمایت خانواده‌ها حایز اهمیت است. فوت هر شخص می‌تواند تأثیرات مالی گوناگونی در اقتصاد خانواده داشته باشد. افراد آینده‌نگر همان‌گونه که در زمان حیات برای تأمین رفاه خانواده خود می‌کوشند، نگران عواقب فوت ناپهنگام خود هستند و درصدد چاره‌جویی برمی‌آیند. خدمات بیمه‌ای به بهترین وجه می‌تواند این نگرانی را مرتفع کند. بیمه زندگی، علاوه بر ایجاد امنیت خاطر، پاسخگوی نیازهای امنیت مالی و اقتصادی خانواده‌هاست. تأمین درآمدی معین و مشخص برای ایام بازنشستگی یا ازکارافتادگی و یا تأمین درآمدی معین برای افراد خانواده، پس از فوت سرپرست خانواده، از جمله نیازهایی است که این نوع بیمه می‌تواند برآورده کند (اسعدی و هدایتی بیلند، ۱۳۹۸). توسعه بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری به عنوان بیمه‌های اختیاری، از مسئولیت بیمه‌های اجباری دولت نیز می‌کاهد و بخشی از تأمین‌های مربوط به هزینه‌های مستمری و ازکارافتادگی و غیره را به خود افراد جامعه و شرکت‌های بیمه واگذار می‌نماید. با این تفاسیر می‌توان گفت که بیمه عمر و سرمایه‌گذاری در واقع یک سرمایه‌گذاری مطمئن با سود تضمینی است که علاوه بر پرداخت سود علی‌الحساب به سپرده‌گذاری، شامل پوشش‌های بیمه‌ای بسیار زیادی هست. این نوع بیمه، بالأخص در شرکت بیمه پارسیان، یکی از پرطرفدارترین نوع بیمه در سراسر جهان است که با اضافه نمودن یک برنامه سرمایه‌گذاری امن به بیمه عمر بلندمدت، روزبه‌روز طرفداران بیشتری را در اکثر کشورها به خود جلب می‌کند (سپهردوست و همکاران، ۱۳۹۵).

با توجه به این که امروزه در ایران، بین شرکت‌های بیمه‌ای؛ بازار رقابتی چشمگیری وجود دارد، شرکت بیمه پارسیان، به‌منظور ماندگاری در میان سایر شرکت‌های بیمه‌ای، بایستی در زمینه ورود محصولات نوآوران به بازار برنامه‌ریزی مطلوبی داشته باشد؛ چرا که در میان سایر شرکت‌های بیمه‌ای، در رتبه ششم قرار دارد و لازم است برنامه‌ریزی‌های مطلوبی به‌منظور تغییر جایگاه خود در نظر گیرد. بنابراین سوال اصلی که در این تحقیق به آن پرداخته شده عبارت است از اینکه: عوامل ساختاری بر موفقیت طرح خانواده بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری شرکت بیمه پارسیان تا چه اندازه تأثیرگذار هستند؟

امروزه تعداد بسیار کمی از شرکت‌ها توانایی این را دارند تا بدون



اولویت قرار دارند و سهم آن سوال در اندازه گیری متغیر تا چه اندازه می باشد نیز مورد بررسی قرار گرفت. (برای مثال در متغیر رفتار نوآورانه مشخص گردید که سوال ۶ باید حذف و سوال دوم بیشترین سهم را در تبیین متغیر دارا می باشد و سوال اول کمترین سهم را دارد)

و چون مدل برازش مناسبی را دار بود و مورد تایید قرار گرفت به بررسی مدل ساختاری و بررسی فرضیه های تحقیق پرداخته شد و کلیه فرضیه ها بشرح ذیل تایید گردید:

نتایج به دست آمده از تحقیق نشان داد که عوامل زیر در موفقیت طرح خانواده بیمه های عمر و سرمایه گذاری شرکت بیمه تاثیرگذار بوده است:

۱. عوامل ساختاری سازمان بر عملکرد توسعه محصول جدید ۲. رفتار نوآورانه کارکنان بر عملکرد توسعه محصول جدید ۳. تمرکز بر عملکرد توسعه محصول جدید ۴. رسمیت سازمان بر عملکرد توسعه محصول جدید ۵. یکپارچگی سازمان بر عملکرد توسعه محصول جدید.

پیشنهادات:

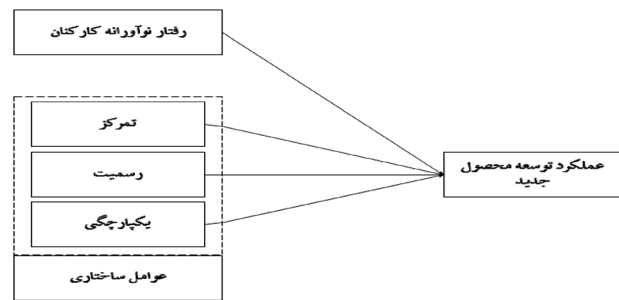
✓ **پیشنهاد می شود که:** سازمان از لحاظ تمرکز، رسمیت و یکپارچگی، عملکردی در سطح مطلوب و حساب شده داشته باشد تا بتوان با ترکیب آزادی عمل کارکنان در تصمیم گیری، کار در تیم های کاری و همچنین یکپارچگی و هماهنگی بین ابعاد مختلف سازمانی، در توسعه محصولات جدید عملکرد بهتری داشت.

✓ **پیشنهاد می شود که:** مدیران از ایده ها و فعالیت های جدید و خلاقانه ای که کارکنان در مورد نحوه تعامل با مشتریان انجام می دهند، حمایت کنند و فعالیت های سازمانی در شرکت بیمه پارسیان در قالب تیم های کاری به انجام برسد. همچنین کارکنان به منظور شکوفایی استعدادها و خلاقیت هایشان لازم است که تحت آموزش و یادگیری قرار گیرند و یادگیری سازمانی و تسهیم دانش در سازمان تقویت و پشتیبانی شود تا تمامی کارکنان بتوانند از علم و دانش همکاران خود استفاده کرده و مشکلات خود و سازمان را با سرعت بیشتری بهبود دهند.

✓ **پیشنهاد می شود که:** سازمان بر حفظ استقلال کارکنان در اتخاذ تصمیمات و انجام وظایف تأکید نماید و در برنامه های کاری، انعطاف پذیری کافی در خصوص نحوه انجام فعالیت ها و اتخاذ تصمیمات، پیش بینی شود و تمامی کارکنان بتوانند با آزادی عمل به انجام وظایف و فعالیت های خود بپردازند تا خلاقیت و نوآوری فردی در آن ها از بین نرود.

✓ **پیشنهاد می شود که:** صرفاً برای انجام فعالیت ها در سازمان، قوانین سخت و سخی وجود نداشته باشد و به طور کلی برنامه های سازمانی منعطف باشند. همچنین لازم است مدیران برای انجام فعالیت های مختلف، رویه های استاندارد قطعی و بدون تغییر را پیش بینی نکنند و به کارکنان اجازه دهند تا در قوانین سازمانی دست برده و حتی پیشنهادات کارکنان برای تغییر قوانین کاربردی شود.

✓ **پیشنهاد می شود که:** بین واحدهای مختلف سازمانی، هماهنگی برقرار شود و تمام فعالیت های سازمانی به صورت گروهی و تیمی انجام شود.



این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا، توصیفی-پیمایشی است.

در این قسمت گزیده ای از مراحل انجام تحقیق به صورت نمودار و شماتیک آورده شده است.

۱. شناخت کلی موضوع تحقیق و جمع آوری اطلاعات
۲. برآورد حجم نمونه مورد مطالعه به منظور دستیابی به اطلاعات آمار مربوطه

۳. طراحی پرسشنامه و انجام عملیات میدانی

۴. ورود اطلاعات به رایانه و پردازش آن ها به وسیله نرم افزارهای مربوطه

۵. تجزیه و تحلیل اطلاعات پرسشنامه با استفاده از آزمون های آماری و طراحی نقشه های مورد

۶. آزمون فرضیات و نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات

جامعه آماری، کلیه کارکنان شرکت بیمه پارسیان در شهر تهران که از میان آن ها، ۲۰۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب و پرسشنامه های استاندارد به شیوه طبقه ای - تصادفی توزیع گردید. پرسشنامه بین ۳۰ نفر از اعضای نمونه توزیع گردید و به کمک نرم افزار SPSS و آزمون آلفای کرونباخ نتایج محاسبه شد (اطلاعات جمع آوری شده، به کمک نرم افزارهای SPSS و LISREL مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند).

در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده از دو روش توصیفی و استنباطی استفاده گردید.

در روش توصیفی، به توصیف ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان به پرسشنامه (ویژگی هایی که مورد توجه قرار گرفته اند عبارت اند از وضعیت افراد پاسخ دهنده از نظر جنسیت، سن، سمت کاری، تحصیلات و سابقه کاری) همچنین تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق از نظر میانگین و انحراف معیار پرداخته شد و در بخش استنباطی به بررسی فرضیه های تحقیق پرداخته شد. پس از بررسی متغیرهای تحقیق مشخص گردید پاسخ گویان بیش از هر چیز، در مورد متغیر عملکرد توسعه محصول جدید توافق داشته و در مورد رفتار نوآورانه، اختلاف نظر بیشتری داشته اند، داده های جمع آوری شده نرمال هستند و ارتباط معنی داری بین متغیرها وجود دارد.

در تحلیل استنباطی به بررسی فرضیه های تحقیق پرداخته شد و قبل از ورود به مرحله آزمون فرضیه ها و مدل مفهومی پژوهش، از صحت مدل های اندازه گیری اطمینان حاصل گردید. لذا در مدل اندازه گیری ماندگاری کلیه سوالات متغیرها به تفکیک مورد بررسی و مواردی که شروط لازم را نداشته اند حذف گردید. همچنین اینکه کدام سوالات در

بیمه مسئولیت آلودگی محیطی جهت ترویج مدیریت ریسک محیطی در پارک‌های صنعتی شیمیایی

نازنین حسینی، کارشناس مسئول توسعه و طرح‌های خاص بیمه‌های مسئولیت؛ مقاله برگزیده در طرح اقدامات آموزشی کارکنان در مواقع دورکاری

شرکت‌های تحت پوشش این بیمه نامه در بخش‌های متعدد صنعت از جمله: شیمیایی، تصفیه فاضلاب، دفن زباله، دارویی، متالورژی، آبکاری، چرم، کاغذ، سیمان، پلاستیک، باتری، قدرت حرارتی و کارخانجات امحاء زباله فعالیت می‌کنند.

تاریخچه و توسعه بیمه مسئولیت آلودگی محیطی در چین توسط فنچ و همکاران در سال ۲۰۱۴ بررسی و مطالعه شده و مطالعات مقایسه‌ای در خصوص بیمه اختیاری و اجباری آلودگی در سال ۲۰۱۵ ارائه دادند. یانگ و همکاران در سال ۲۰۱۷ یک محصول بیمه‌ای جدید تحت عنوان بیمه مسئولیت آلودگی محیطی و امنیتی به عنوان مکملی برای سیستم مدیریت ریسک محیطی موجود تا آن زمان ارائه دادند. همچنین گائو و همکاران در سال ۲۰۱۸ رویکردی مبتنی بر نظریه بازی‌ها برای این بیمه نامه به منظور کاهش ریسک محیطی سازمانی پیشنهاد دادند.

صنایع شیمیایی اغلب دارای ریسک‌های محیطی فراوان می‌باشند. قابل ذکر است همواره در صنایع شیمیایی کشور چین رشد ثابتی وجود داشته و ارزش کامل ستاده این کشور تا سال ۲۰۲۰ به مبلغ ۱۶ تریلیون یوان چین خواهد رسید. محصولات شیمیایی غالباً در پارک‌های صنعتی متمرکز شده‌اند. تا پایان سال ۲۰۱۷ تعداد ۶۰۱ پارک صنعتی شیمیایی (CIPs) در کشور چین استقرار گردیده که حدود ۱۵ هزار شرکت بزرگ شیمیایی مستقر در این پارک‌ها، تشکیل‌دهنده ۵۱ درصد صنایع شیمیایی در این کشور بوده‌اند.

ریسک محیطی یکی از مشکلات اولیه‌ای است که مانع از رشد پارک صنعتی شیمیایی (CIP) می‌گردد. بیمه مسئولیت آلودگی محیطی سنتی معمولاً برای یک شرکت بخصوص مدنظر قرار داده شده است. با این وجود، به علت حوادثی که در پارک‌های شیمیایی بروز داده، رویکرد سنتی این بیمه نامه مورد ارزیابی مجدد قرار گرفته و دیدگاه جدید موجب شده که محصولات بیمه مسئولیت آلودگی محیطی در سطح پارک ترویج پیدا کنند در صورتی که قبلاً در سطح یک شرکت بخصوص ارائه می‌شدند.

به هر حال عملکرد بیمه مسئولیت آلودگی محیطی در سطح پارک صنعتی شیمیایی تحت تاثیر ریسک‌های فراوانی از تمامی شرکت‌های مستقر در پارک می‌باشد. مسئله ریسک‌های تجمیع شده شامل تعداد زیادی مواد شیمیایی، روابط داخلی بین کارهای اعضا، احتمال وقوع حوادث ناگوار به دنبال هم و تولید متمرکز می‌باشد.

مثالی از یک پارک صنعتی شیمیایی معمولی به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

بیش از ۵۰ فعالیت شیمیایی در پارک صنعتی شیمیایی شیانگشویی (XSCIP) وجود دارد. محصولات تولید شده شامل اسید اکریلیک، لیپید، رنگ، دارو، آفت‌کش‌ها، مواد افزودنی لاستیکی و پلاستیکی می‌باشد. سیستم آب این پارک صنعتی به حوضه‌های آبریز خارجی متصل می‌باشد، لذا ریسک آلوده کردن حوضه‌های آبریز خارجی بالاست. در تاریخ ۲۱ مارچ ۲۰۱۹ یک انفجار کشنده در تانک ذخیره شیمیایی در شرکت شیمیایی تیانجیایی با مسئولیت محدود (TJY) رخ داد. این انفجار موجب مرگ ۷۸ نفر و جراحت بیش از ۱۰۰ نفر گردید و بروی فعالیت بیش از ۱۶ کسب و کار شیمیایی در اطراف پارک تاثیر گذاشت. به علاوه سه رودخانه‌زین‌فن، زین‌زین و



مباحث ریسک‌های محیطی در صنایع تولیدی بسیار قابل تامل می‌باشند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۷). بیمه مسئولیت آلودگی محیطی (EPL)، به عنوان یک رویکرد مبتنی بر بازار جهت مدیریت ریسک‌های محیطی در سال ۲۰۰۶ به طور رسمی در چین معرفی شد. بیمه نامه مذکور جهت مسئولیت ناشی از خطرات ایجاد شده برای شخص ثالث در زمینه حوادث آلودگی محیطی، پوشش بیمه‌ای ارائه می‌دهد. همچنین خسارت‌های جانی، مالی و هزینه‌های ناشی از رها کردن آلاینده‌ها در محیط را نیز تحت پوشش قرار می‌دهد.

طی دهه‌های گذشته بیمه مسئولیت آلودگی محیطی نقش مهمی در کاهش ریسک‌های محیطی حاصل از تولیدات صنعتی ایفا کرده است، اما در دهه‌های قبل‌تر، کاربردی مبتنی بر تمرکز بر ریسک‌های محیطی در سطح یک شرکت بخصوص در بیمه نامه داشته است.



به صورتی جامع آنچه در شرکت های دیگر در پارک صنعتی شیمیایی مدنظر است ارائه کند.

- بیمه مسئولیت آلودگی محیطی بایستی به حد کافی قابل انعطاف باشد تا بتواند بر اساس ریسک های ذاتی محیطی و شرایط اقتصادی منعطف گردد. در تلاش های جدید این بیمه جهت ارائه خدمات بهتر بایستی کلیه عناصر پارک ها و مسائل وسیع مربوط به آن ها را تحت پوشش قرار دهد. این مسایل شامل مسایل مالی، تکنولوژیک، محیطی و قانونی می باشند. با در نظر گرفتن عوامل تاثیرگذار بر این موارد، هر پارک می تواند یک بیمه نامه با ترکیبی از کل موارد یاد شده شکل دهد.

- خدمات مدیریت ریسک سیستماتیک به صورت گسترده در سطح پارک بایستی به نحوی ارائه شوند که با بیمه همخوانی کامل داشته باشد تا منجر به کمینه شدن اثر ریسک ها شوند. مطلوبیت در بیمه اجتناب از ریسک است و این مفهوم بر موارد ذکر شده بیشتر دلالت می کند با تمرکز بر مبلغ خسارت یا حق بیمه مکانیسم مدیریت ریسک خارجی بایستی از طریق بیمه ایجاد شود تا قادر به مدیریت ریسک محیطی شرکت های منفرد در پارک به اندازه مابقی پارک ها شود. از طریق مدیریت ریسک استراتژیک و سیستماتیک تمامی شرکت ها در پارک ها و خود پارک می توانند از وقوع خسارت های محیطی تا حد ممکن جلوگیری کنند.

اعلام منافع رقیب

اعلام می گردد که هیچ گونه سود و منفعت جاری یا مشارکتی که نشان دهنده یک تضاد منافع در کار ارائه شده است در کار فعلی وجود ندارد.

منابع:

- Feng, Y., Mol, A.P., Lu, Y., He, G., van Koppen, C.S., 2014a. Environmental pollution liability insurance in China: in need of strong government backing. *Ambio* 43 (5), 687-702.
- Feng, Y., Mol, A.P.J., Lu, Y., He, G., van Koppen, C.S.A., 2014b. Environmental pollution liability insurance in China: compulsory or voluntary? *J. Clean. Prod.* 70, 211-219.
- Gao, Y., Li, Z., Wang, Wang, Raymond, Bi, Jia, 2018. A game theory based approach for corporate environmental risk mitigation. *Resour. Conserv. Recy.* 130, 240-247.
- Wang, F., Gao, Y., Dong, W., Li, Z., Jia, X., Tan, R.R., 2017. Segmented pinch analysis for environmental risk management. *Resour. Conserv. Recy.* 122, 353-361.
- Yang, Y., Lan, Q., Liu, P., Ma, L., 2017. Insurance as a market mechanism in managing regional environmental and safety risks. *Resour. Conserv. Recy.* 124, 62-66.

زین مین آلوده شدند. متاسفانه نه تنها شرکت تیانجیایی بلکه سایر شرکت ها نیز در پارک صنعتی شیمیایی شیانگشویی از پوشش بیمه ای بیمه نامه مسئولیت آلودگی محیطی برخوردار نبودند. جدول شماره (۱) نشان دهنده افزایش تقاضا و تمایل شرکت های شیمیایی مستقر در پارک های صنعتی شیمیایی برای خرید بیمه مسئولیت آلودگی محیطی پس از وقوع حادثه ناگوار برای شرکت تیانجیایی می باشد. بدون شک زمانی که شرکت های شیمیایی به صورت اختیاری پوشش بیمه ای خریداری می کنند تضمین می کنند که منافع آن ها از نادیده گرفتن بیمه حفظ خواهد شد. این مسئله باعث می شود دولت محلی خسارت های مربوط به اثرات محیطی وارده را متحمل شود. شرایط موجود با این اصل که "آن ها می آیند مسئول آلودگی اند." مغایرت دارد. این مسئله در بلند مدت موجب می گردد که عامه مردم بر علیه آلاینده خصوصاً شیمیایی موضع گیری کرده و شعار "در حیاط پشتی منزل من، خیر!" تشدید یابد. لذا این شرایط بر توسعه پایدار صنایع شیمیایی چین یک اثر منفی در بلند مدت خواهد داشت.

هدف اساسی بیمه مسئولیت آلودگی محیطی برای پارک های صنعتی شیمیایی، کاهش ریسک محیطی به صورت وسیع در پارک است. بدون شک محصولات بیمه فعلی، به سختی آن چه را که در پارک های صنعتی شیمیایی برای بیمه شدن لازم دارند فراهم می کنند. لذا در این مقاله پیشنهاداتی به منظور ارائه خدمات بهتر به شرح ذیل ذکر شده است:

- دولت محلی و مدیریت پارک بایستی شرکت های شیمیایی را به خرید بیمه مسئولیت مدنی عمومی در قبال اشخاص ثالث از جمله بیمه مسئولیت آلودگی محیطی تشویق کنند. این تشویق ها هم از طریق ابزارهای بیمه اجباری شخص ثالث و هم از طریق ابزارهای بر مبنای بازار صورت می پذیرد. به این ترتیب امنیت عمومی و تمامی سود پارک صنعتی شیمیایی به طور کلی می تواند تضمین شود.

جدول ۱- تقاضا و تمایل جهت خرید محصولات بیمه ای در CIPs

مطلوبیت	ملاحظات بیمه گذار	نوع محصول بیمه ای
فعال	اموال شامل کارخانه و تجهیزات، مواد خام، بخش های کمکی، محصولات	بیمه تمام خطر اموال
	کارکنان شرکت، نقص عضو و هزینه پزشکی	بیمه مسئولیت تولید امن
	خسارت مالی (جبران غرامت برای عرضه ناکافی یا اثرات کیفی)	کلوزهای اضافی بیمه تمام خطر اموال
	جرایم (غیرقانونی یا تعارض)	
آگاه	جبران غرامت شخص ثالث (شامل خسارت مالی مستقیم، جراحات، و...)	بیمه مسئولیت عمومی
مورد غفلت واقع شده	عادات زیست- محیطی	EPLI
	مدیریت اورژانسی	EPLI

- پیشنهاد می شود یک بیمه نامه کلی برای پارک های صنعتی شیمیایی اتخاذ گردد. شرکت های شیمیایی با ریسک بالا تشویق می شوند که پوشش بیمه ای خود را از طریق خریداری دیگر محصولات بیمه ای گسترش دهند.

- انتخاب شرکت بیمه هایی با پورتنفوی بالا یا استفاده از بیمه مشترک اهمیت بالایی دارد. استفاده از بیمه مشترک آگاهی در خصوص نفع عمومی شرکت های شیمیایی و شرکت های بیمه را بالا می برد. ضروری است این سیستم تجارب عملیاتی گسترده داشته باشد تا بتواند



بررسی تأثیر مدیریت دانش بر چابک‌سازی زنجیره تأمین

سمیه قیداری موسوی، رییس اداره برنامه ریزی و نظارت بر شعب؛ مقاله برگزیده در طرح اقدامات آموزشی کارکنان در مواقع دورکاری

مقدمه

امروزه زنجیره‌های تأمین برای پاسخگویی به نیاز مشتریان و حوادث پیش بینی نشده به سطح بالایی از مهارت‌های مختلف نیاز دارند که به نام چابکی از آن یاد می‌شود. سازمان‌های چابک فرصت‌ها را برای فعالیت‌های رقابتی در فضاهای تولید محصول احساس کرده و دانش و دارایی خود را برای ربودن این فرصت‌ها نظم می‌دهند. یکی از روش‌های مناسب برای چابک‌سازی زنجیره‌های تأمین بکارگیری مدیریت دانش است. امروزه دانش و سرمایه فکری سازمان یک عامل اصلی رقابت است. در صورتی که دانش در یک زنجیره تأمین به صورت جهت دار و به درستی شناسایی شده باشد، با به اشتراک گذاشتن و بهره‌گیری درست از آن می‌توان هم‌افزایی مناسبی در زنجیره تأمین ایجاد نمود که منجر به چابکی می‌گردد.

زنجیره تأمین چابک

در عصر حاضر به دلیل وجود محصولات متنوع، کیفیت بالای محصولات و خدمت‌رسانی سریع به مشتریان، سازمان‌ها با فشارهایی روبرو شده‌اند که سازمان، برای پاسخگویی به این شرایط نیازمند زنجیره تأمین است.

زنجیره تأمین بر تمام فعالیت‌های مرتبط با جریان و تبدیل کالاها از مرحله ماده خام (استخراج) تا تحویل به مصرف‌کننده نهایی و نیز جریان‌های اطلاعاتی مرتبط با آن‌ها مشتمل می‌شود. اما توانایی برای ساختن ارتباطات چابک بیشتر از حد انتظار آرام حرکت می‌کند. برای اینکه تکنولوژی مدیریت ارتباطات چابک هنوز به طور کامل توسعه نیافته است. در واقع چابکی توانایی زنجیره تأمین برای پاسخ سریع به تغییرات در بازار و تقاضاهای مشتریان است و به عنوان مزیت رقابتی در دنیای تجاری امروز مورد ملاحظه قرار گرفته است. هنگامی که در مسئله آشفتگی و تلاطم وجود داشته باشد چابکی یکی از کلیدهای حل مسئله است. چابکی به توانایی پاسخگویی به تغییرات پیش بینی نشده محیط متلاطم کسب و کار گفته می‌شود. امروزه مفهوم چابکی از بخش سازمان به مدیریت زنجیره تأمین انتقال یافته است. زنجیره تأمین چابک شامل بخش‌هایی مثل استفاده از سیستم‌های مجازی، داشتن فرآیندهای تجاری با زمان فشرده، برقراری ارتباط داده‌های بهنگام با سیستم‌های اطلاعاتی در کلیه بخش‌های زنجیره تأمین، بستن قراردادهای مختلف با تولیدکنندگان و پاسخگو بودن به تغییرات می‌باشد.



گروه‌های شایسته و پاسخگو در شبکه است که هدفشان پاسخگویی درست و سریع به نیازهای بازار است (ذخیره و بازیافت دانش).

ابعاد مدیریت دانش

- خلق دانش سازمانی: سازمان‌ها دانش جدید را از طریق فرآیندهای اجتماعی و همکاری به دست می‌آورند. که این فرآیندها شامل موارد زیر است:
- یادگیری اقدامی: شامل کار بر روی مشکلات، تمرکز بر دستاوردهای یادگیری و پیاده‌سازی راه‌حل‌ها می‌شود.
- یادگیری از دانش‌های گذشته و مرور موفقیت‌ها و شکست‌های سازمان. ارزیابی سیستماتیک آن‌ها و انتقال و ضبط یادگیری‌ها در مسیری که سود سازمان را افزایش دهد.
- ذخیره‌سازی/بازیافت دانش: ذخیره‌سازی موثر دانش باعث طبقه‌بندی نیازهای یادگیری، اهداف کار، تخصص کاربران، استفاده از دانش و موقعیت‌ها می‌شود.
- انتقال دانش: جریان‌های انتقال دانش شامل موارد زیر است: ارزش دریافت شده از منابع دانش، تمایل به تقسیم دانش، موجودیت و توانگری کانال‌های انتقال، تمایل به دریافت دانش از منبع، توانایی برای دستیافت، تحلیل و استفاده از دانش.
- کاربرد دانش: اینکه چگونه سازمان‌های جهانی از منابع ذهنی خود (دانش) آگاه می‌شوند و چه برنامه‌هایی برای کاربرد و توزیع این دانش استفاده می‌کنند، کلید مهمی برای فهم این است که چگونه این سازمان‌ها می‌توانند توانایی‌های تولید دانش خود را در خلق فرصت‌هایی برای بازارهای جهانی استفاده کنند.

نتیجه‌گیری

زنجیره تأمین چابک یک رویکرد برای مدیریت زنجیره تأمین در بازارهای متغیر است و این مفهوم می‌تواند به عنوان توانایی تجارت وسیعی تعریف شود که می‌تواند ساختار سازمانی، سیستم‌های اطلاعاتی و فرآیندهای قانونی را در بر بگیرد. مدیریت دانش طراحی سنجیده و آگاهانه فرآیندها، ابزارها و ساختارها به وسیله اینترنت، با هدف افزایش نوسازی، سهیم‌سازی، بهبود و کاربرد دانش در سه عنصر ساختاری، اجتماعی و انسانی است. فرآیند مدیریت دانش سازمانی شامل موارد زیر است: خلق دانش، ذخیره‌سازی/بازیافت، انتقال و کاربرد دانش. می‌توان گفت با به کارگیری ابعاد مدیریت دانش، خصوصاً انتقال (تسهیم) دانش باعث چابک‌سازی زنجیره تأمین از طریق: حساس بودن به بازار، مجازی‌گرایی، ادغام فرآیندها و شبکه خواهیم شد. ضرورت ایجاد و کاربرد دانش به این دلیل است که اکثر سازمان‌ها به دلیل اینکه اطلاعات و داده‌های زیادی راجع به نیازهای واقعی مشتریان ندارند، مجبور به پیش‌بینی بر اساس فروش‌های قبلی و یا ارسال کالاهای خود و تبدیل این پیش‌بینی به موجودی کالا هستند. مبادله الکترونیکی اطلاعات و اینترنت، اعضای توانایی در زنجیره تأمین برای عمل کردن با کارایی بالا به وسیله داده‌ها و تقاضاهای واقعی هستند. برای ادغام فرآیندها می‌توان از تسهیم دانش استفاده نمود. و در آخر اینکه داشتن یک شبکه چابک زنجیره تأمین در گرو توانایی برای ذخیره و بازیابی اطلاعات اعضای زنجیره می‌باشد.

نقش مدیریت دانش در زنجیره تأمین

مفهوم مدیریت دانش مربوط به خلق ساختارهایی است که بسیاری از ارکان پیشرفته منابع تکنولوژیکی و داده‌ها و ورودی‌های مهم تصمیم‌گیری و پاسخگویی فردی را با هم ادغام می‌کند. هدف مدیریت دانش مدیریت همزمان داده‌ها، اطلاعات دانش‌های صریحی است که از طریق نیروی فکری افراد با تکنولوژی و مهارت‌های مدیریتی ترکیب می‌شود. یک زنجیره تأمین شامل مراحل است که مستقیم یا غیر مستقیم برای انجام تقاضای مشتری فعالیت می‌کنند. بعضی از عوامل که در زنجیره تأمین مطرح می‌شوند، توسعه محصولات جدید، بازاریابی، عملکردها، توزیع، امور مالی و خدمات مشتریان است. زنجیره‌های تأمین سنتی همواره با عدم اطمینانی مواجه بودند که ناشی از نوسانات تقاضا بود. اما امروزه نیاز مصرف‌کننده به محصولات دانش محور افزایش یافته است. این تغییرات محیطی باعث شده که دستیابی به دانش، تقسیم و کاربرد دانش، عواملی کلیدی برای رقابت شوند. امروزه مزایای رقابتی برای یک زنجیره تأمین از فرآیندهایی ایجاد می‌شود که در آن، زنجیره بتواند سازماندهی بهینه‌ای برای دانش به دست آورد. به عبارت دیگر، از طریق مدیریت دانش، سازمان می‌تواند بر ظرفیت‌های نوآوری خود تمرکز کند و با بکارگیری رویکردهای دانشی به رقابت با سایر سازمان‌ها بپردازد.

ابعاد زنجیره تأمین چابک

- حساس بودن به بازار: یعنی توانایی مطالعه و پاسخگویی به تقاضاهای واقعی را داراست. اکثر سازمان‌ها پیش‌بینی هستند تا تقاضا بین و به عبارت دیگر اکثر سازمان‌ها به دلیل اینکه اطلاعات و داده‌های زیادی راجع به نیازهای واقعی مشتریان ندارند، مجبور به پیش‌بینی بر اساس فروش‌های قبلی و یا ارسال کالاهای خود و تبدیل این پیش‌بینی به موجودی کالا هستند.
- مجازی‌گرایی: زنجیره‌های تأمین مجازی بیشتر بر پایه دانش اند تا بر پایه موجودی. سیستم‌های مدیریتی سنتی بر پایه الگویی استوارند که تلاش برای شناسایی کمیتهای بهینه از موجودی‌ها و موقعیت‌های حساس و ویژه دارد. مبادله الکترونیکی اطلاعات و اینترنت، اعضای توانایی در زنجیره تأمین برای عمل کردن با کارایی بالا به وسیله داده‌ها و تقاضاهای واقعی هستند.
- ادغام فرآیندها: ادغام فرآیندها به معنای انجام گروهی بین خریداران و تأمین‌کنندگان، توسعه محصول مشترک، سیستم‌های مشترک و اشتراک اطلاعات است. این نوع همکاری در زنجیره تأمین بسیار رو به توسعه است. زیرا سازمان‌ها بر مدیریت صلاحیت‌های اصلی و برون‌سپاری سایر فعالیت‌ها تمرکز کرده‌اند. با ادغام فرآیندها به استراتژی‌های تصمیم‌گیری مشترک، گروه‌های خریدار، تأمین‌کننده، وضوح اطلاعات و حتی حسابداری آزادانه خواهیم رسید.
- شبکه: در رقابت شبکه‌ای سازمان‌هایی پیروزند که ساختار بهتری دارند و بهتر می‌توانند ارتباط بین اعضای متعهد شبکه‌ای خود را مدیریت و هماهنگ کنند و از همه مهمتر با مشتریان نهایی خود به صورت چابک برخورد نمایند. در بازارهای جهانی پرچالش امروز حفظ بقای سازمان‌ها در



تحلیل فاصله موجود با مطلوب آموزش در صنعت بیمه (مطالعه موردی: شرکت بیمه پارسیان)

حسن یحیی زاده، معاون مدیر آموزش؛ مقاله برگزیده در طرح اقدامات آموزشی کارکنان در مواقع دورکاری

چکیده:

هدف از گزارش موجود، تحلیل فاصله موجود آموزش با وضعیت مطلوب آموزش در شرکت بیمه پارسیان و بهره گیری از یک الگوی مناسب آموزشی می باشد. جامعه آماری شامل کارکنان ستادی در حوزه آموزش های ضمن خدمت در سال ۱۴۰۰ بوده است. حجم نمونه ۸۳ نفر با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی نسبی انتخاب شده است.

روش تحقیق در این پژوهش تحقیقی-پیمایشی و جهت گردآوری اطلاعات داده ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. جهت بررسی فرضیه های پژوهش علاوه بر آمار توصیفی، از آمار استنباطی (آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف، T تک نمونه ای، تحلیل واریانس و ضریب همبستگی پیرسون) استفاده شده است. نتایج تحقیق به صورت معنادار نشان می دهد بین وضعیت موجود و مطلوب فاصله وجود دارد و جهت بهبود می بایست الگوی مد نظر (ایزو ۱۰۰۱۵) به صورت دقیق و کامل اجرا، نظارت و سپس پایش گردد.

واژگان کلیدی: فرایند آموزش، نیازسنجی، برنامه ریزی، اجرا، ارزشیابی

۱. مقدمه

شتاب تغییرات در فناوری های جدید سازمان ها را مجبور می کند که همواره برای توسعه و آموزش کارکنانشان سرمایه گذاری کنند. معمولاً آموزش های تخصصی و غیر تخصصی برای به روز نگه داشتن دانش، مهارت ها و توانایی های آنان طراحی می شود. (رولد، ۲۰۰۸: ۳۲). اصولاً چنانچه در سازمان ها و شرکت ها ضعف عملکرد کارکنان ناشی از فقدان آموزش تشخیص داده شود آنگاه مسئولین مربوطه اقدام به برگزاری دوره های آموزشی لازم می نمایند. البته به صرف برگزاری دوره ها نمی توان شاهد ارتقا سطح دانش، بیش و عملکرد فراگیران بود، بلکه بایستی با پیاده سازی یک سیستم آموزشی مناسب و با در نظر گرفتن عوامل تأثیرگذار در راستای این هدف اقدام نمود. بدیهی است عوامل مختلفی از قبیل میزان انگیزش فراگیران، عملکرد مدرسین، میزان توجه مدیران عالی سازمان به آموزش و غیره می تواند بر کیفیت آموزش و نتایج دوره ها مؤثر باشند که مدیران آموزش آن ها را مورد توجه قرار خواهند داد. بسیاری از فعالیت ها با جابه جایی مدیران، کارکنان و کارشناسان می تواند دچار اخلال شود اما چنانچه انجام امور آموزش به طور سیستماتیک برنامه ریزی و اجرا شده و قائم به وجود و حضور اشخاص نباشد امور مربوطه



بر اساس نتایج نمودار ۱ و نتایج بخش آمار توصیفی مشاهده می‌شود که بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب هریک از مراحل فرایند آموزش فاصله وجود دارد. بیشترین فاصله مربوط به بعد ارزشیابی و کمترین شکاف مربوط به بعد برنامه ریزی است. پس از مطالعه و بررسی الگوهای گوناگون فرایند آموزش در منابع مختلف، تعداد ۱۰ الگو استخراج شدند که به لحاظ کاربردی بودن و نزدیکی با موضوع مورد پژوهش، اهمیت بیشتری داشته‌اند و در راستای انتخاب الگوی مورد استفاده و پیشنهادی در این پژوهش با یکدیگر مقایسه گردیدند. (جدول ۶)

پس از مقایسه این الگوها، در نهایت الگوی ISO ۱۰۰۱۵ به عنوان الگوی پیشنهادی تعیین شد.

۳. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس داده‌های حاصل، می‌توان استدلال کرد که بین وضعیت موجود و مطلوب فرایند آموزش در شرکت بیمه پارسیان تفاوت وجود دارد با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق در راستای بهبود فرایند آموزش و ارتقای سطح عملکرد می‌بایست به هریک از گام‌های فرایند آموزش (نیازسنجی، برنامه ریزی، اجرا و ارزشیابی) توجه بیشتر و پایش مناسب براساس استاندارد ایزو ۱۰۰۱۵ صورت پذیرد.

می‌تواند روانتر و راحت‌تر انجام شود (ایزو ۱۰۰۱۵).

۲. یافته‌های پژوهش

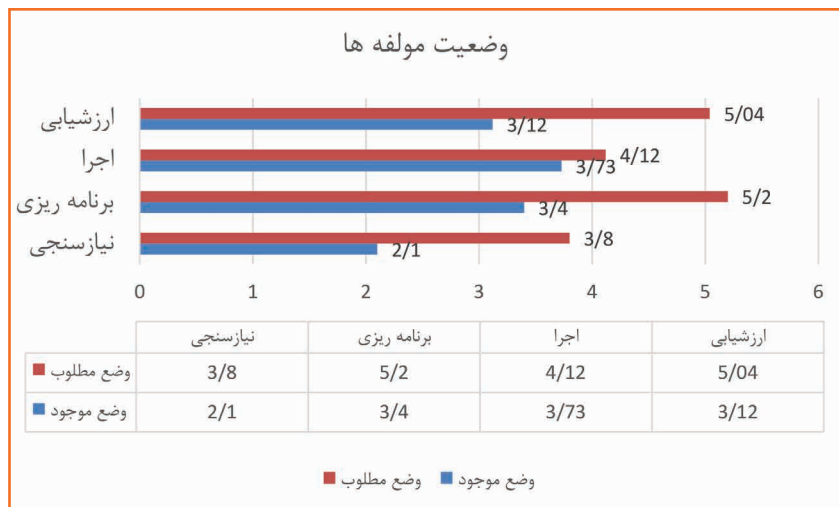
• یافته‌های مبتنی بر فرضیات پژوهش

جهت بررسی نرمال بودن عامل‌ها از آزمون تک نمونه ای کلموگروف - اسمیرنوف استفاده می‌کنیم، چون مقادیر سطح معناداری کلیه مؤلفه‌ها بیشتر از ۰/۰۵ است، پس می‌توان گفت که این مؤلفه‌ها نرمال بودن توزیع را می‌رساند. پس می‌توانیم در تحلیل‌های بعدی از آزمون‌های پارامتریک جهت آزمون فرضیات تحقیق استفاده کنیم و با توجه به اینکه سطح معناداری (sig) تمامی موارد، کمتر از ۰/۰۵ است و این بدان معناست که میانگین تمامی عوامل، اختلاف معناداری با عدد ۳ دارند. حتی در قسمت کمینه و بیشینه هم مشاهده می‌شود که مقادیر موجود مثبت بوده و می‌توان استدلال کرد که اختلاف معناداری بین میانگین عوامل و عدد ۳ وجود دارد بنابراین می‌توان استدلال کرد که همبستگی درونی بین تمام عوامل فرایند آموزش، مثبت، معنادار و دارای ضریب نسبتاً بالایی است.

• تحلیل و آزمون فرضیات تحقیق

۰ فرضیه اول (بین وضعیت موجود فرایند آموزش در شرکت بیمه با وضعیت مطلوب فاصله وجود دارد)

نمودار ۱. مقایسه وضعیت موجود و مطلوب فرایند آموزش شرکت بیمه



نمودار ۱. مقایسه وضعیت موجود و مطلوب فرایند آموزش شرکت بیمه

جدول ۶. مقایسه الگوهای فرایند آموزش

اجزاء	الگو	ISO10015	مبتنی بر تحول‌پذیر بودن سازمان	فناوری انسانی	نو	بر مبنای	کنی و راید	بایلی	ISD	پاتریک	راثول
بررسی الزامات برون‌سازمانی	√	√	-	√	-	-	-	√	-	-	-
بررسی الزامات درون‌سازمانی	√	√	√	-	-	-	-	√	-	-	-
تعیین نیازهای آموزشی	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
تعیین اهداف آموزشی	√	√	√	-	√	√	√	-	√	√	√
برنامه‌ریزی	√	√	√	√	√	-	√	√	√	√	√
اجرا	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
ارزشیابی	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
بازخورد	√	√	-	√	-	√	√	√	√	-	-

رابطه بین ارزش ویژه برند و قصد خرید برندهای بیمه عمر در سریلانکا: یک مقاله مفهومی

Relationship between Perceived Brand Equity and Purchase Intention of Life Insurance Brands in Sri Lanka: A Concept Paper



رخساره نوروزیا، رییس اداره تبلیغات و چند رسانه ای؛ مقاله برگزیده در طرح اقدامات آموزشی کارکنان در مواقع دورکاری

مقدمه

سریلانکا به سمت یک اقتصاد مبتنی بر بخش خدمات رونق می‌گیرد. سهم بخش خدمات در تولید ناخالص داخلی ۵۶/۶ درصد است که بخش قابل توجهی در اقتصاد است (بانک مرکزی سریلانکا، ۲۰۱۵). در همین حال، بخش بیمه به عنوان یکی از زمینه‌های مهم در سریلانکا معرفی شده است در حالی که شکاف‌های تحقیقاتی مربوط به برندسازی و دیدگاه‌های رفتاری مصرف‌کننده نیز در همین زمینه برجسته شده است (Dissanayake, ۲۰۱۵). انجمن ریسک و بیمه آمریکا (AIMR) با بازنگری به بخش بیمه در منظر گسترده تر، بیمه را به عنوان تجمیع خسارات تصادفی از طریق انتقال چنین ریسکی به بیمه‌گرانی تعریف کرده است که با جبران خسارت بیمه شده

موافقت می‌کنند تا سایر خسارت‌ها را تأمین کنند.

بیمه به معنای وسیع کلمه ممکن است به علاوه بر این، "تضمین عمر" به عنوان قرارداد حقوقی بلند مدتی که بیمه‌گذار (مصرف‌کننده برای بیمه عمر) و بیمه‌گر (شرکت بیمه) منعقد کرده اند ذکر شده است. از آنجایی که این قراردادها به مدت پنج، ده و پانزده یا بیست سال به طول می‌انجامد، تعاملات بین بیمه‌گر و بیمه‌گذار از بسیاری جهات بسیار مهم است (پیرا، ۲۰۱۱). این ممکن است اعتبار مرزی را برای صنعت ایجاد کند تا

استراتژی‌هایی برای تمرکز تک مدت ایجاد کند.

هنگامی که اهرم فعلی، کسب و کار بیمه را تجزیه و تحلیل می‌کند، یکی از اهرم‌های کم نفوذ را پیدا می‌کند. خدمات در سریلانکا نیاز منطقی به رویکرد بازاریابی کل نگر دارد که هنوز اعمال نشده است.



را دارد:

- ایجاد یک بحث در مورد اهمیت بخش بیمه زندگی سری لانکا به عنوان یک زمینه قابل توجه که باید با دیدگاه‌های مرتبط با برند مورد بررسی قرار گیرد.
- برای ارزیابی رابطه مفهومی بین ارزش ویژه برند و قصد خرید با مراجعه به بافت بیمه عمر سری لانکا.
- برای قیاس با فرضیه‌های تحقیقاتی به بررسی رابطه بین "ارزش ادراک شده برند" و "قصد خرید مصرف کننده" با اشاره به بخش بیمه زندگی سری لانکا.

مطالعات نشان داده است که آگاهی از برند نقش حیاتی در انتخاب برند یا تصمیم خرید مصرف کننده دارد. هوانگ و ساریگولو (۲۰۱۲) با افزودن به موارد گفته شده پیشنهاد کردند که روابط مثبتی بین توزیع و آگاهی از برند وجود دارد در حالی که قیمت و تبلیغات نیز مرتبط هستند. علاوه بر این، لین و چانگ (۲۰۰۳) نشان داد که آگاهی از نام تجاری قوی ترین تأثیر را بر تصمیم خرید مصرف کنندگان به غیر از بقیه ویژگی های مربوط به ارزش ویژه برند دارد. ارزش ویژه برند به عنوان الگویی از اجزای جدایی ناپذیر از جمله کیفیت درک شده، وفاداری به برند، آگاهی از برند، تداعی برند و سایر دارایی های مناسب توضیح داده شده است (آکر، ۱۹۹۱).

- P1:** ارزش ویژه برند درک شده به طور قابل توجهی بر قصد خرید مارک های بیمه عمر تأثیر می گذارد.
- P2:** کیفیت درک شده تأثیر قابل توجهی بر قصد خرید مارک های بیمه عمر دارد.
- P3:** وفاداری درک شده به برند تأثیر قابل توجهی بر قصد خرید برندهای بیمه عمر دارد.
- P4:** آگاهی از برند درک شده بر قصد خرید برندهای بیمه عمر تأثیر می گذارد.
- P5:** ارتباط برند درک شده به طور قابل توجهی بر قصد خرید برندهای بیمه عمر تأثیر می گذارد.



نفوذ بیمه مصرف کننده یکی از بزرگترین چالش‌ها در سری لانکا بوده است چرا که بیانگر ۱۰۲ درصد از سهم تولید ناخالص داخلی (گزارش بانک مرکزی - ۲۰۱۴) است. نفوذ بیمه عمر در کشور در حال حاضر ۲۸ درصد از جمعیت کارگر را تشکیل می دهد، در حالی که این میزان ۱۲ درصد از کل جمعیت را نشان می دهد (هیات بیمه سری لانکا ۲۰۱۵). طبق شواهد آماری، بخش بیمه با تغییرات تکنولوژیکی، عملیاتی و محیطی به سرعت در حال رشد است و این امر منجر به در آغوش گرفتن کانال توزیع جدید برای بیمه عمر می شود. صنعت علاقمند به افزایش رضایت مشتریان از سطح آگاه به هزینه در بازار فوق رقابتی است. شواهد مدیریتی ثابت می کنند که شرکت های بخش بیمه در حال ظهور کانال های توزیع جدید به عنوان مراکز تماس، برنامه های تلفن همراه و دسترسی به وب برای پتانسیل ها هستند. به منظور داشتن گذار آرام در بخش بیمه، هیات بیمه سری لانکا (IBSL) دستورالعمل هایی را در زمینه تفکیک بیمه گران با این صنعت صادر کرده است. تغییرات ساختاری در بازار بیمه به شرکت ها برای بازبینی استراتژی های مربوط به برند خود در کنار سایر دیدگاه های عملیاتی منجر شد. بنابراین پاسخ مشاهده شده از مشتریان نسبت به این تغییرات می تواند یک سناریوی مهم از جمله رفتارهای مرتبط با برند باشد. این مساله با پیشنهاد های ارائه شده با ارجاع به اکثر زمینه های بخش خدمات از جمله بیمه مطرح است.

علاوه بر این، ارزش ویژه برند به عنوان ارزش افزوده با نام تجاری شناخته شده است. این تفاوت بین ترجیح کلی برند و ترجیح چند مشخصه بر اساس سطوح ویژگی اندازه گیری شده عینی و کیفیت کلی و قصد انتخاب شده است (تانگ و هاوولی، ۲۰۰۹). در همرولدین حال، نام تجاری نقش ویژه ای در شرکت های خدماتی ایفا می کند، زیرا برندهای قوی می توانند اعتماد مشتریان را افزایش دهند.

خدمات نام تجاری در سری لانکا بسته به پویایی مصرف کننده و رقابت شدید موجود در بین برندها به عنوان یک نقطه رقابتی نامیده می شود.

مفاهیم ارزش ویژه برند و قصد خرید نیز به عنوان حوزه های مهمی یافت شده اند که باید به عنوان نکات برجسته در بررسی پیش فرض مورد مطالعه قرار گیرند. در همین حال، مفاهیم مربوط به عملکرد قابل توجهی در جنبه های ساخت برند در میان بخش بیمه عمر یافت می شود در حالی که تغییرات ساختاری اجباری نیز در بازار بیمه تحمیل شده است. این موضوع زمینه ای برای ایجاد ارزش ویژه برند برای مارک های بیمه عمر ایجاد کرده است تا به قصد خرید و سایر رفتارهای مرتبط با برند منجر شود. در همین حال، اقتصاد سری لانکا تا حد زیادی به بخش خدمات وابسته است و بیشتر فرصت های شغلی در صنایع بخش خدمات ایجاد می شود که شامل بانکداری، بیمه و خدمات مالی است. اهداف تحقیقاتی این مقاله قصد پرداختن به اهداف کلیدی زیر



تسلیت

با خبر شدیم همکارانمان آقای سید مهدی علوی و خانم‌ها لیلیا جوادی، فائزه یوسفی کیا، ساناز صباغی و مریم آقا جانی در غم از دست دادن عزیزانشان به سوگ نشستند. نشریه چتر ضمن همدردی با این همکاران گرامی برای ایشان و خانواده محترمشان از درگاه باری تعالی طلب صبر و بردباری می‌نماید.

در هفته‌های اخیر شعبه‌هایی از شرکت بیمه پارسیان نشانی جدید پیدا کرده است.

■ شعبه سمنان: میدان نماز، جنب فرمانداری

تلفن‌ها: ۳-۳۳۳۹۱۷۱، ۵-۳۳۳۴۸۴۱۳

■ شعبه رفسنجان: خیابان پاسداران، خیابان شهید بهشتی،

جنب سازمان اسلحه و مهمات، روبروی فروشگاه جامعه

تلفن‌ها: ۳۴۲۵۳۰۶۵، ۳۴۲۶۹۲۹۹، ۳۴۲۶۹۲۸۸

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.

نام و نام خانوادگی	سمت
هادی غفارزاده	معاون مدیر فناوری اطلاعات در امور زیر ساخت
مهدی پناهی	رییس شعبه غرب
حسین غلامرضایی	رییس شعبه شمال شرق
اردشیر عامری	با حفظ سمت، سرپرستی شعبه بندرعباس
سید بهمن موسوی	رییس شعبه اراک



لغات انگلیسی تخصصی بیمه

برگرفته از کتاب فرهنگ اصطلاحات بیمه نوشته‌های 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

رو به راه، با خیال راحت

بیمه بدنه خودرو پارسیان



بیمه پارسیان
دنیا دنیا آرامش
مرکز ارتباطات ۸۲۵۹
www.parsianinsurance.ir

بیمه بدنه خودرو پارسیان:
بازدید خودرو و صدور بیمه نامه در محل
ارزیابی و پرداخت سریع خسارت

آرامشی که به خانه رواست

بیمه آتش سوزی مسکونی پارسیان



بیمه پارسیان

دنیا دنیا آرامش

مرکز ارتباطات ۸۲۵۹

www.parsianinsurance.ir

پوشش های بیمه آتش سوزی مسکونی پارسیان:

آتش سوزی - سیل - زلزله - خسارت باد و باران - طوفان

ترکیدگی لوله - سرقت منزل - صاعقه - انفجار