

بیمه و آرامش پس از آن...

افشین نوری

بیمه روشی برای تقسیم خطر با دیگران است و از دوران باستان، برخی افراد منابع مالی خود را برای کمک به کسانی که متحمل ضرر می شدند، به طور مشترک سرمایه گذاری می کردند. گفته می شود بیمه نوعی سرمایه گذاری است. اما نه از آنگونه که کسی انتظار داشته باشد. پولش را پس بگیرد و البته قمار هم نیست. یک قمار باز خطر می کند، در حالی که بیمه علیه خطر از انسان محافظت می کند. بیمه روشی برای تقسیم خطر با دیگران است. از دوران باستان، برخی افراد منابع مالی خود را برای کمک به کسانی که متحمل ضرر می شدند، به طور مشترک سرمایه گذاری می کردند. ریشه بیمه به زمان تمدن بابل برمی گردد. تاجران تشویق می شدند که به کاروان های تجاری وام های کوتاه مدت بدهند و وقتی کالا به سلامت به مقصد رسید پول خود را با سود پس بگیرند. طبق شواهد، اولین قرارداد بیمه مربوط به اواسط قرن چهاردهم است.

بیمه دریایی در میان ملل اروپایی وابسته به تجارت دریایی، عمومیت اجرائی داشت و امروز وقتی که مردم خود را بیمه می کنند به این معنی است که کماکان خطر خود را با بیمه گر تقسیم می کنند.

شرکت های مدرن بیمه، آماری را که نشانگر میزان ضررهای گذشته، مانند خطر آتش سوزی و غیره است مطالعه می کنند تا بتوانند میزان ضررهایی را که ممکن است در آینده به مشتریانشان تحمیل شود، حدس بزنند. شرکت های بیمه از جوهی که مشتریان به آنها می پردازند، برای جبران خسارت اشخاص متضرر شده اقدام می کنند. امروز دیگر تصور این که گونه ای از فعالیت انسان بدون وجود بیمه شکل پذیرد مشکل است.

به ویژه آن که در قرن بیستم تحولات تکنولوژی، حمل و نقل و ارتباطات با سرعت و وسعت شگفت آوری انجام پذیرفته است برجسته ترین نمونه این موضوع پیشرفت موتور اتومبیل است که متعاقب آن بیمه اتومبیل به یکی از مهم ترین بخش های صنعت بیمه تبدیل شده است.

بر اساس تعاریف بیمه عقدی است که به موجب آن یک طرف تعهد می کند در ازای پرداخت وجه یا جوهی از طرف دیگر در صورت وقوع یا بروز حادثه خسارت وارده بر او را جبران نموده و وجه معینی بپردازد. متعهد را بیمه گر، طرف تعهد را بیمه گذار، و جوهی را که بیمه گذار به بیمه گر می پردازد حق بیمه و آنچه را که بیمه می شود موضوع بیمه می نامند.

از این مواردی که گفته شد می توان اینگونه استنباط کرد که بیمه از گذشته تا به امروز با زندگی انسان ها عجین شده و نمی توان به راحتی؛ درمان، کار، تجارت، ساخت و ساز را انجام داد که به نوعی پشتوانه بیمه ای نداشته باشد یا سوار ماشینی شد که بیمه نداشته باشد.

به همین خاطر نقشی که امروزه بیمه در زندگی ما بر عهده دارد، خارج از عقد قرارداد و وجود بیمه نامه؛ نوعی آسایش خاطر و اطمینان از انجام کار به ما می دهد و باعث می شود که با فکری آسوده تر به کار و زندگی بپردازیم. چرا که درست است که بیمه مانع خطر نمی شود اما از بابت تقسیم زیان های ناشی از یک حادثه یا یک خطر باعث می شود که خیال ما آسوده تر گردد. البته در مواردی نیز شرکت های بیمه امکاناتی را برای مشتریان ویژه خود در نظر می گیرند که به کاهش خطر و یا زیان های ناشی از آن کمک می کند و به این ترتیب از ایجاد ضرر و زیان چه برای بیمه گذار و چه برای خود بیمه گر جلوگیری می کنند.

(ادامه در صفحه ۶)

مزایای بیمه های عدم النفع در گفت و گو با مدیر بیمه های مهندسی تشریح شد

سود از دست رفته خود را بیمه کنید

صفحه ۵



شکستن تعرفه ها
حیرت آور است

صفحه ۳

ارتقای معنوی کار
اساس تمام فعالیت ها است

صفحه ۲

نمایندگان باید
دانش فنی خود را
افزایش دهند

صفحه ۳

از سوی مدیر امور بازار

نمایندگان بر تر بیمه پارسیان
معرفی شدند

صفحه ۴



بیست و یکمین مجتمع بیمه‌ای پارسیان در قم افتتاح شد

همزمان با فتح خر مشهر و روز مقاومت، ایثار و پیروزی، مجتمع بیمه‌ای قم بعنوان بیست و یکمین مجتمع بیمه‌ای پارسیان افتتاح شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان این سومین مجتمع بیمه‌ای است که از ابتدای سال ۸۹ توسط بیمه پارسیان برپا می‌گردد و نوید سالی پر تلاش و همراه با تحقق شعار مشتری مداری را برای بزرگترین بیمه خصوصی کشور به همراه خواهد داشت. پس از شهرهای خرم آباد وهمدان این سومین مجتمع بیمه‌ای پارسیان است که از ابتدای سال ۸۹ دایر شده است. افتتاح مجتمع‌های بیمه‌ای دیگری در سایر مراکز استان‌ها تا پایان امسال در برنامه کاری بیمه پارسیان قرار دارد که در موقع مقرر اطلاع رسانی خواهد شد.

گزارشی از نمایشگاه یزد

بازاریابی یا بازاریابی؟

اگر چه آمارها حاکی از آن است که سهم شرکت‌های بیمه خصوصی روز به روز در حال افزایش است، اما واقعیت آن است که این افزایش ناشی از افزایش سهم کل بازار نبوده و عملاً انتقال بیمه‌نامه از شرکت‌های دولتی به شرکت‌های خصوصی انجام گرفته است. بنابراین لازم است تا واژه‌هایی همچون بازاریابی و بازاریابی از بازاریابی تفکیک گردد و اهتمام بیشتری در فرهنگ سازی بازاریابی به عمل آید و این مقوله می‌تواند مهمترین عامل در مبارزه با نرخ شکنی باشد. یعنی زمانیکه شرکت‌ها بازار جدیدی برای کار داشته باشند دیگر احتیاجی نیست که جهت به دست آوردن کار، نرخ شکنی کنند.



اقدامی که اخیراً توسط یکی از موفق‌ترین نمایندگان بیمه پارسیان یزد صورت گرفته، حضور در نمایشگاه کامپیوتر یزد و برپایی غرفه بیمه پارسیان و ارائه کارت طلایی بیمه پارسیان بود که نمونه خوبی از بازاریابی و جذب بازار جدید بود و بر آن شایسته مصاحبه‌ای را با وی ترتیب دهیم.

لطفاً خودتان را معرفی کنید و بگویید از کی شروع به کار کردید؟

سپنتا نیکنام هستم، نخستین نماینده بیمه پارسیان استان یزد و از سال ۸۵ شروع به کار کردم.

هدف شما از شرکت در نمایشگاه و برپایی غرفه بیمه پارسیان چه بود؟
بازاریابی برای من جذب بازارهای جدید است و نه قایلین بازار دیگران، و اینکه فقط عدد صد از کل جامعه دارای بیمه عمر هستند یعنی بازاری بکر برای بازاریابی. همچنین فرهنگ سازی و اطلاع رسانی بیمه عمر محدود به دوستان نزدیک و یا پرسنل یک ارگان و کارخانه بود و من برای آنکه بتوانم با افراد بیشتری صحبت کنم و در مورد بیمه عمر به آنها توضیح دهم حضور در نمایشگاه را بسیار مناسب دیدم.

چرا نمایشگاه کامپیوتر؟

مخاطبین این نمایشگاه با توجه به اهداف شرکت و بازار هدف بیمه‌های عمر از جنبه‌های مختلف مخاطبین مناسب جهت بیمه‌های زندگی هستند.
چه خدماتی از بیمه پارسیان در نمایشگاه ارائه کردید؟
از آنجا که فروش بیمه عمر به توجیه کامل مشتری بستگی دارد و در زمان بازدید از نمایشگاه این امر امکان پذیر نبود، برنامه‌ای ترتیب داده شد تا اطلاعات مشتری جذب شود و بعداً دفتر نمایندگی مراجعه کند. بنابراین کارت اشتراک طلایی بیمه پارسیان طراحی گردید که در آن تخفیفاتی در رشته‌های خودرو، آتش سوزی منازل مسکونی، حوادث انفرادی، و بیمه عمر در نظر گرفته شده بود و مراجعه کنندگان با تکمیل فرم ثبت نام اطلاعات خود را در اختیار ما قرار دادند تا بعداً جهت دریافت کارت طلایی به دفتر نمایندگی مراجعه کنند.

دست‌اوردهای این نمایشگاه برای شما چه بود؟

اولین دستاورد، تبلیغات و معرفی بیمه پارسیان و دومین دستاورد ارائه حدوداً ۲۵۰۰ کارت اشتراک طلایی. یعنی ۲۵۰۰ فرصت بازاریابی که برای شروع، بسیار دستاورد مناسبی است. در حال حاضر کارت طلایی اکثر افراد در حال چاپ می‌باشد و از اوایل تیر ماه توزیع آن به مشتریان آغاز خواهد شد و بعداً چند ماه می‌توان تاثیر آن را دید.

تسلیمیت

بانهایت تاسف و تالم مطلع شدیم همکارانمان آقایان سلطانی رییس اداره امور دعای و قائم مدیر امور حقوقی و قراردادها، علیرضا نبی پور (درواحدنیار)، علیرضا سمایی رییس مجتمع بیمه‌ای رشت و خانم‌ها نازنین حسینی کارشناس خسارت بیمه‌های مسئولیت و بیتا قابل رحمت مسئول دفتر مدیریت بیمه‌های مهندسی در غم از دست دادن عزیزانشان به سوگ نشسته‌اند. برای عزیزان از دست رفته رحمت و برای بازماندگان محترمشان از درگاه خداوند متعال صبر و شکیبایی خواستاریم.

مدیر عامل در گردهمایی مسئولین بیمه‌ای شرکت‌های جهاد نصر و بیمه پارسیان عنوان کرد:

می خواهیم بیمه گذاران با چشم باز شرکت ما را انتخاب کنند



اولین گردهمایی مسئولین بیمه‌ای شرکت‌های جهاد نصر و بیمه پارسیان با حضور رئیس پژوهشگاه بیمه جمهوری اسلامی ایران در محل این پژوهشگاه برگزار شد. در این گردهمایی دکتر نوناش، رئیس پژوهشگاه بیمه جمهوری اسلامی ایران طی سخنانی به ارائه آماری از ضریب نفوذ بیمه در کشور و همچنین نحوه فعالیت شرکت‌های بیمه در ایران پرداخت و برنامه‌های آتی این پژوهشگاه را برای توسعه و افزایش ضریب نفوذ بیمه در کشور تشریح کرد و توسعه بیمه را یکی از عوامل اصلی توسعه اقتصادی دانست.

دکتر رفیعی، مدیرعامل بیمه نصر معین ایرانیان نیز در سخنانی با اشاره به فرایند تاسیس این بیمه گفت: برخی شرکت‌های بزرگ برای تمرکز بر تقوی‌های مختلف اقدام به تاسیس بانک و بیمه می‌کنند و بیمه نصر معین ایرانیان هم در راستای همین امر توسط گروه جهاد نصر افتتاح شد تا تجمیع کارهای بیمه‌ای را بر عهده بگیرد.

وی که سال‌ها مدیرعامل شرکت خدمات بیمه‌ای ایران خودرو بوده با شرکت بیمه پارسیان آشنایی کامل دارد و به همین خاطر و به دلیل ارتباط تنگاتنگ با این شرکت، پس از تاسیس شرکت خدمات بیمه‌ای نصر معین ایرانیان نیز تصمیم گرفت باز هم همکاری خود را با بیمه پارسیان این بار در قالب شرکتی جدید ادامه دهد.

رفیعی در رابطه با دلایل برگزیدن بیمه پارسیان افزود: بیمه پارسیان شرایط خوبی را برای ما در نظر گرفت ضمن آنکه با توجه به گستردگی شرکت‌های مجموعه جهاد نصر در سراسر کشور، تمایل داشتیم با یک شرکت خصوصی بزرگ که شبکه فروش گسترده‌ای دارد کار کنیم و بیمه پارسیان به عنوان بزرگترین بیمه خصوصی با شبکه فروش گسترده‌ای که در سراسر کشور دارد انتخاب شد.

همچنین اسلامیان، عضو هیات مدیره شرکت جهاد نصر با ارائه تاریخچه‌ای از ایجاد بیمه و شکل گرفتن تفکر بیمه سخنان خود را آغاز کرد. به گفته وی در کشورهای غربی به خصوص آنها که منابع خدادادی کمتری دارند بحث تولید ثروت وجود دارد و به همین دلیل بیمه به عنوان راهی که مانع از بین رفتن ثروت تولید شده در چرخه اقتصاد این کشورها می‌شود، به وجود آمد.

اسلامیان در مورد نحوه گفتگو و توافق‌ها با بیمه پارسیان گفت: ما پس از مقایسه نرخ‌های بیمه پارسیان با پنج شرکت برتر بیمه‌ای و ارائه حداقل نرخ با خدمات خوب از طرف بیمه پارسیان، این بیمه را به پارسیان واگذار کردیم، ضمن آنکه در مجموعه نصر ما معتقدیم برای امنیت بیشتر همه کارها، باید یک بیمه به عنوان پشتوانه وجود داشته باشد و هدف ما از این کار ایجاد آرمش فکری و آسودگی خیال برای نیروی انسانی شرکت است.

وی افزود: سرمایه‌گذاری و تامین منافع سهامداران شرکت نیز موضوع مهم دیگری است که ما را بر آن داشت تا با بیمه طرح‌ها و پروژه‌ها و در کل توسعه بیمه در گروه جهاد نصر، به نفع سهامداران و سرمایه‌گذاران عمل کنیم. کریم خان زند، مدیرعامل شرکت بیمه پارسیان نیز لزوم وجود بیمه در تمامی کارهایی که بصورت روزمره انجام می‌گیرد را امری بسیار مهم دانست و با ارائه توضیحاتی در زمینه بیمه‌های مسئولیت کارفرمایان در مقابل کارگران و نیز فعالیت‌هایی که مشمول بیمه‌های مسئولیت هستند خطاب به حاضران گفت: حدود ۲۰۰ الی ۳۰۰ خطر شما را در انواع پروژه‌ها تهدید می‌کند و مواجهه با این خطرها و خصوصاً آنهایی که کنترلشان واقعاً خارج از توان شماست باید کاملاً حساب شده و برنامه‌ریزی شده باشد؛ لذا مکانیزم بیمه برای تامین امنیت مالی پروژه‌ها موضوعی کاملاً لازم است.

در ادامه این گردهمایی مدیران واحدهای مختلف بیمه پارسیان به ارائه توضیحات فنی و تخصصی در مورد بیمه‌نامه‌های مختلف و نیز واحدهای فنی ذی‌ربط خود پرداختند. تجدیدی، مدیر امور بازار بیمه پارسیان با ارائه توضیحاتی در مورد توانایی‌های نیروی انسانی، توانایی‌های فیزیکی و مالی در انجام امور بیمه‌ای و همچنین توانایی در پرداخت خسارت به ارائه آماری از شبکه فروش و صدور بیمه‌نامه‌های بیمه پارسیان در سراسر کشور پرداخت و تأکید کرد که گسترده‌ترین شبکه فروش پس از بیمه ایران متعلق به بیمه پارسیان است. به گفته وی بیمه پارسیان آماده است تا آموزش‌های لازم را چه در تهران و چه در شهرستانها به

طی حکم از سوی مدیریت محترم منابع انسانی آقای کیوان کمالی با حفظ سمت به عنوان سرپرست مجتمع بیمه‌ای زاهدان منصوب شد.

تقدیر از بیمه آیین پارسیان
رییس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب شهری گیلان با ارسال نامه‌ای از آقای رهی رهنمون مدیرعامل شرکت بیمه آیین پارسیان تقدیر کرد. در این تقدیرنامه آمده است: با توجه به اینکه در مدت همکاری دو ساله فی مابین در زمینه عقد و تعهد در اجرای کلیه قراردادهای تجاری گروهی و مرتفع نمودن بسیاری از مسائل و مشکلات پرسنل محترم این شرکت از خود تلاش و جدیت نشان داده‌اید بدینوسیله از زحمات جنابعالی و همکاران زیر مجموعه تقدیر و تشکر به عمل می‌آید. امید است در سالی که مقام معظم رهبری به عنوان همت مضاعف کار گذاری فرموده‌اند در عرصه کار و تلاش موفق باشید و این امر باعث گسترش و رشد همکاری‌های دو جانبه گردد.

تقدیر

انتصاب

ریس مجتم بیمه ای یزد:

شکستن تعرفه ها حیرت آور است



صمیمیت بوجود آید و از مشکلات کاری هم با خبر شده و به یکدیگر یاری رسانیم و این امر در جلسات ماهانه و دیدارهایی که در دفتر نمایندگان صورت می گیرد پایه گذاری شده است. در خصوص ارتباط مدیران ستادی با مجتم هم باید بگوییم ارتباط در حد خوب و صمیمی بوده است و طی این مدت ارتباط خوب و تنگاتنگی که بوجود آمد منجر به رفع بسیاری از مشکلات شد.

از نظر شما برای حفظ مشتریان خود از چه ابزارهای تشویقی باید استفاده کنیم؟

به نظر بنده بالاترین و ارزشمندترین ابزار تشویق تکریم و حفظ شئون و شخصیت مشتری است. تکریمی که نه از باب ظاهری بلکه خالصانه و نشأت گرفته از حس درون و صمیمیت قلب باشد. مطمئن باشیم اگر چنین ارزشی را برای مشتری قائل شدیم او برای همیشه نزد ما ماندگار خواهد شد. ما سعی کرده ایم در بخش خسارت ضمن قانونمندی، کار را بطور دقیق، روان و با حفظ شئون ارباب رجوع انجام دهیم که این امر پشتوانه ای ارزشمند برای جلب و رضایت مشتری در واحد صدور شده است.

در پایان اگر پیشنهادی برای شرکت یا حرفی برای خوانندگان چتر دارید بفرمایید.

بنده از این موقعیت استفاده کرده و از تمامی مدیران ستادی زحمتکش اعم از بخش صدور و خسارت که شاید در پشت صحنه باشند و از آنها نامی برده نشود کمال تشکر را داشته و همچنین از همکاران عزیزم در واحد خسارت، صدور و نمایندگنها سپاسگذاری کرده و خسته نباشید می گویم و بسیار بجاست که از شما چتریان تشکر نمایم.

آیا آزادسازی با حذف تعرفه موجب رقابت خواهد شد؟

در خصوص آزادسازی و حذف تعرفه ها باید یادآور شد که اقتصاد بسیاری از کشورها از سالیان قبل به سمت آزادسازی و همچنین خصوصی سازی حرکت کرده و آنرا به اجرا در آورده اند. اگر ما هم خواهان اقتصاد پویا و بازارهای خارج از انحصار باشیم، ناگزیریم به سمت و سوی آزادسازی و حذف تعرفه ها سوق پیدا کرده و خود را با شرایطی جدید وفق دهیم، پس واضح است که بازار بیمه گری هم از این قاعده مستثنی نیست با این تفاوت که در شرکت های بیمه گر حذف تعرفه ها و آزادسازی بایستی بطور دقیق و کارشناسی و با هماهنگی کامل، در دراز مدت انجام شود زیرا این امر خطیر اگر در کوتاه مدت و بدون تحقیقات کارشناسانه انجام پذیرد لطمات جبران ناپذیری را برای برخی از شرکت ها بوجود می آورد که برای جلوگیری از آن می توان از تجربه دیگر کشورها بهره جست. و بانگاهی به گذشته آن را برای آینده خود بهره برداری کرد.

با توجه به پیشرفت خوبی که در پرتفوی یزد شاهد هستیم شما چه عواملی را در این پیشرفت موثر می دانید و دایر نمودن مجتم آیا تاثیری مناسب داشته است؟

بدون شک هر پیشرفتی که در موسسات و بنگاه های اقتصادی صورت می گیرد معلول مکانیزم عالی و دارای علت و عواملی خاص است که این مجتم هم از این قاعده کلی مستثنی نیست. رشد ۱۷۶ درصدی پرتفوی در بیمه پارسین خود مرهون مدیریت خوب مدیران ستادی است که با برنامه ریزی، دقت نظر، تشویق و همچنین با ارایه نظرات پیشنهادی ارایه طریق نمود و از سوی دیگر تلاش و زحمات کارکنان بخش خسارت، صدور و ایجاد انگیزه لازم که در طی جلسات متعدد در ماه های اخیر بوجود آمد ترفیع شدند تا رکورد نسبتاً خوبی را برای خود ثبت کنند. قابل تامل اینکه در بخش صدور تنها یک کارمند به نام آقای سیحون اشتغال دارد که تقریباً حجم سنگین کار به عهده ایشان است. چنانچه توجه بیشتری میبذول و کارمندان مورد لزوم به استخدام در آیند باید انتظار جذب پرتفوی بالاتری را داشت زیرا مطمئن هستیم استان یزد ظرفیت بالقوه بسیار عالی را برای فروش انواع بیمه در خود گنجانده است که استفاده و به فعلیت رساندن این موقعیت ممتاز در درجه اول بستگی به حمایت و نظر مثبت مدیران تساوی و نهایتاً تلاش بی وقفه کارکنان و نمایندگان این مجتم دارد.

شما بیشتر تمایل به صدور کدام رشته بیمه ای دارید؟

در جواب سوال مورد نظر باید به عرضتان برسانم که اگر ما بخواهیم بصورت کلیشه ای به رشته های بیمه نگاه کنیم شاید از منظر کارشناسی کار صحیحی نباشد. باید رشته های بیمه ای را بصورت یکپارچه و ترکیبی نظاره کنیم. لذا شایسته است با تلاش بی گیر و بهره مندی از مدیران ریسک و پرداخت خسارت های واقعی تمام رشته ها را سودمند و در حاشیه امنیت قرار دهیم.

تعامل مجتم یزد با نمایندگان و نیز نمایندگان این شهر با مجتم چگونه است؟ و آیا از نحوه ارتباط مدیران ستادی پارسین با مجتم ها رضایت دارید؟

در ماه های اول سال ۱۳۸۹ سعی شده است بین مجتم و نمایندگان همدلی و

علی اکبر عطارمنش رییس مجتم بیمه ای یزد پارسین در این شماره ماهنامه چتر به سوالات ما پاسخ داده است که در ادامه می آید:

سهام مجتم بیمه ای یزد از رشته شخص ثالث چه میزان است؟

سهام این مجتم از رشته شخص ثالث به میزان ۳۰ درصد است.

آیا شما به فروش بیمه های اجباری اعتقاد دارید؟

بیمه های اجباری که اعم آن بیمه نامه شخص ثالث است باید بگونه ای نرخ گذاری شود که از حالت زیاندهی خارج شده و کلیه شرکت های بیمه گر متقاضی فروش آن بطور دلخواه باشند. باید اذعان داشت که بیمه های شخص ثالث در هیچ یک از شرکت های بیمه استان یزد زیانده نبوده و در حاشیه امنیت قرار داشته است.

آیا طرح بیمه پارسین برای عرضه بیمه های اختیاری مانند عمر و آتش سوزی منازل مناسب است؟

به نظر می رسد طرح آتش سوزی منازل مناسب باشد اما در خصوص بیمه های عمر جریان متفاوت است. زیرا چند شرکت رقیب با ترندهای خاص بیمه عمر خود را طرحی بدیعی و جامع تر از سایر شرکت ها جلوه می دهند و به پشتوانه تبلیغات بومی، قدرت فروش خود را افزایش داده اند و مردم عوام با مقایسه ظاهری در بعضی موارد بطرف خرید این طرح ها سوق پیدا می کنند. چنانچه آنچه چوثری ها یا محاسبان بیمه عمر در این شرکت طرح های جدید و رقابتی عرضه کنند و بوسیله تبلیغات موثر که در این روزها بسیار کم رنگ شده است به مردم تفهیم کنند بطور یقین با استقبال عموم روبرو خواهد شد.

به نظر شما عرضه بیمه های عمر پارسین تا چه حدی با استقبال مردم مواجه بوده است؟

همانطور که پیش از این اشاره کردم بیمه های عمر استقبال خوبی در بین مردم داشته است. طرح بیمه عمر پارسین با مقایسه دیگر شرکت ها وضعیت رقابتی مناسبی را دارد اما تعهدات بیمه عمر برخی از شرکت های رقیب دارای ظاهری مناسب و ترکیبی کامل تر از ما را به خود اختصاص داده است که رقابت را دشوار می سازد.

بنظر می آید با توجه به اینکه بیمه پارسین دارای برند شناخته شده است و در بیمه مردم از خوشنامی کامل برخوردار است باید طرح های بیمه عمر به صورت دائم و متناسب با وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مردم هماهنگ شده و این طرح ها مرتب در حال تغییر و ارایه باشد و توأم با تبلیغات متمرکز و تبلیغات بومی به مردم شناسانده شود در این صورت است که می توانیم راه دشوار رقابت را به آسانی طی کرده و حرفی برای گفتن داشته باشیم.

نظر شما در مورد نرخ تعرفه رشته های مختلف بیمه ای چیست؟

نرخ تعرفه ها در شرکت های بیمه گر بطور دائم و حیرت آور شکسته می شود و این مهم جنبه سود آوری شرکت ها را تحت الشعاع قرار خواهد داد و در تعهدات بیمه گران خدشه وارد کرده و کار را از شکل فنی و واقعی خود خارج می سازد. مدیران مجتم هم با به ناچاری این وضعیت را پذیرفته اند و برای اینکه از قافله رقبا عقب نمانند ناخواسته در این مسیر گام برمی دارند، بنابراین پیشنهاد می شود در تمام رشته ها، حداقل یا کف نرخ ها برای مدیران مجتم هم مشخص شود تا در مواقع ضروری و آنی قدرت ارایه پایین ترین نرخ نسبت به رقبای داشته باشد.

نماینده تبریز:

نمایندگان باید دانش فنی خود را افزایش دهند

ای دارید و چگونه شد که نماینده بر تبریز شدید؟

یک نماینده باید در تمام رشته ها فعالیت نماید ولی بیشترین پرتفوی این نمایندگی مربوط به بیمه های مسئولیت و بدنه است. به علاوه اینکه شرکت بیمه پارسین در زمان وقوع خسارت این بیمه نامه ها خدمات بهتر و منظم تری ارایه می دهد که باعث رضایت بیشتر مشتریان می شود و همین هم باعث فروش بیشتر این بیمه نامه ها شده است.

پیگیری های مداوم و همراهی با بیمه گذار در زمان خسارت، برخورد مناسب و ارائه توضیحات کامل و صادقانه به مشتریان باعث پیشرفت هر نماینده خواهد شد.

در مورد تعامل نمایندگان تبریز با یکدیگر و همچنین مجتم تبریز چه نظری دارید و آیا از نحوه ارتباط مدیران ستادی پارسین با نمایندگان راضی هستید؟

از این فرصت استفاده کرده و از تمامی همکاران محترم در مجتم بیمه ای تبریز هم واحد صدور و هم واحد خسارت نهایت تشکر و قدردانی را دارم چرا که همراهی و راهنمایی های آنها نقش موثری در موفقیت این نمایندگی داشته است.

چه توصیه ای برای نمایندگان در راستای بالا بردن پرتفوی نمایندگی دارید؟

افزایش دانش فنی در مورد بیمه نامه های مورد ارایه از یک طرف و کسب مهارت بازار بای و مشتری مداری از سوی دیگر موجب رشد پرتفوی و جذب و حفظ مشتریان بیشتر می شود.

به نظر شما برای حفظ مشتریان خود از چه ابزارهای تشویقی باید استفاده کنیم؟

به نظر من مهم تر از همه صداقت در رفتار و گفتار و پیگیری پرونده های خسارت مشتریان در زمان وقوع خسارت و همچنین پرداخت به موقع خسارت توسط شرکت به بیمه گذار است. اطلاع رسانی به موقع زمان اتمام بیمه نامه ها به مشتریان نیز تاثیر بسزایی دارد.



صادقانه بیمه نامه را خریداری نماید و آرامش لازم را از خرید بیمه عمر و سرمایه گذاری خود کسب کند.

به نظر شما در مورد نرخ تعرفه رشته های مختلف بیمه ای چیست؟

با توجه به رقابتی که امروزه حتی گاهی ناسالم، فشرده و غیر حرفه ای در میان بیمه ها و نمایندگان آنها وجود دارد و باعث نوسان بیش از حد نرخ ها شده و بعضاً عدم نظارت کافی بیمه مرکزی بر نرخ شکنی ها باعث بروز برخی مشکلات برای شرکت های بیمه خواهد شد که با یک برنامه دقیق و حساب شده می توان جلوی این آسیب ها را گرفت.

آیا آزادسازی یا حذف تعرفه موجب رقابت خواهد شد؟

به نظر می رسد با وضعیت موجود و همانطور که در پاسخ به سوال قبلی ذکر شد آزادسازی یا حذف تعرفه ها با شرایط امروز به غیر از بروز آشفتگی صنعت بیمه هیچ مزیتی ندارد و موجب رقابت ناسالم بین شرکت ها می شود و این بیمه مرکزی است که می تواند بهترین نظارت و برنامه ریزی را در نرخ دهی شرکت ها انجام دهد تا حقی از کسی ضایع نشود و هر کس که نرخ بهتر و با توجه به خدمات بهتری که ارایه می دهد بتواند در بازار صنعت بیمه فعالیت نماید در نهایت یک رقابت سالم و سازنده که باعث رشد و توسعه صنعت بیمه خواهد شد در میان شرکت ها بوجود آید.

شما بیشتر تمایل به صدور کدام رشته های بیمه

مدیرعامل در بازدید از مجتمع بیمه ای تبریز عنوان کرد:

"ارتقای معنوی کار" اساس تمام فعالیت هاست

کریم خان زند گفت: هر چند کار مزد منبع درآمد نمایندگان است اما آنچه بیش از تمام اینها اهمیت دارد بحث ارتقای معنوی کار است: افزایش کارمزد بدون ارتقای معنوی کار ارزشمند نیست.

او از طرح نمایندگان کل به عنوان طرحی که بیش از یک سال مورد تحقیق و بررسی قرار گرفت نام برد و تصریح کرد: فعالیت با حمایت نمایندگان کل همیشگی نیست و پس از کسب تجربه و ارتقای سطح کیفی و کمی خدمات دهی این مرحله را پشت سر گذاشته و می توانید مستقل در بازار ادامه کار دهید.

کریم خان زند گفت: مادامی که نمایندگان جوان با حمایت نمایندگان کل فعالیت می کنند حقوق آنان حفظ می شود و هیچ نماینده کلی مجوز جذب مشتری آنان را ندارد؛ نمایندگان تازه کار پس از این دوره کوتاه ضمن کسب دانش و تجربه و حفظ مشتریان خود می توانند راهی بازار کار شوند که دستاورد ارزشمندی خواهد بود.

وی رشد تولید حق بیمه نمایندگان پارسیان در سال ۸۸ را معادل ۷۰ درصد عنوان کرد و اظهار داشت: دسترسی به شاخص های اقتصادی برای همگان امکان پذیر نیست و مردم از بسیاری از اطلاعات حیاتی شرکت های بیمه مانند سرمایه، ذخایر و شبکه گسترده و حرفه ای سرویس دهی بی اطلاعند و در زمان انتخاب بیمه گر نمی توانند تصمیم گیری دقیقی بر اساس توانایی های شرکت های بیمه داشته باشند.

به گفته وی ارایه این اطلاعات مهم به مشتری از وظایف نمایندگان است تا بتوانند بدون نرخ شکنی و ارزان فروشی، بیمه نامه ای جامع و متناسب با ریسک و شرایط بیمه گذاران صادر نمایند.

مدیرعامل در خاتمه گفت: از طرح ها و پیشنهادات قابل قبول نمایندگان برای پیشبرد اهداف شرکت استقبال می کنیم و واحد R&D تحقیق و توسعه آمادگی دریافت آنان است.



بهره مندی از انواع محصولات با کیفیت و ضروری امکان پذیر است که در چنین شرایطی حتما جایی برای بیمه نیز وجود دارد.

کریم خان زند که طی سال های گذشته در دو جایگاه بیمه گر و نماینده فعالیت داشته است در خصوص برنامه های بیمه پارسیان متذکر شد: از ابتدای کار نقاط ضعف و قوت صنعت بیمه را می شناختیم و در راستای تقویت فرصت ها و مقابله با نقطه ضعف ها سعی شد تا ضوابط تدوین و برنامه ریزی ها اجرایی شود.

مدیرعامل با بیان اینکه رویکرد تیم پارسیان بهره مندی از تجارب پیشکسوتان و فعالیت جوانان است، ادامه داد: در این برنامه ها همواره جایگاه شبکه فروش حفظ شده و هیچ گاه نمایندگان را غیر از همکاران بیمه پارسیان ندانستیم.

مدیرعامل با هیات همراه چهارم خرداد ماه امسال از مجتمع بیمه ای تبریز بازدید و در نشست مشترک با شبکه فروش به بحث و گفت و گو نشست.

در این دیدار علی رضا قاسم زاده رییس مجتمع بیمه ای تبریز ضمن خوش آمدگویی به مدیرعامل و همراهان وی گفت: باعث افتخار است شرکتی که در آن مشغول فعالیت هستیم از اولین سال تاسیس تاکنون جزو صد شرکت برتر کشور بوده و مانیز تلاش خود را برای حفظ این جایگاه ادامه خواهیم داد.

او با بیان اینکه به رغم تمام مشکلات ناشی از رکود بازار بیمه عملکرد مجتمع بیمه ای تبریز از رشد قابل ملاحظه ای برخوردار بوده است گفت: با فعالیت دفاتر نمایندگان کل، بهره گیری از رهنمودهای مدیران و برگزاری دوره های آموزشی مجتمع بیمه ای تبریز با صدور ۲۲ هزار فقره بیمه نامه رشد ۶۵ درصدی را در پایان سال ۸۸ تجربه کرد.

وی با یاد آوری اینکه تعداد نمایندگان بیمه پارسیان تبریز از ۵۲ نماینده در سال ۸۷ به ۶۱ نماینده در سال ۸۸ افزایش یافته، اظهار داشت: این رشد فوق به تفکیک رشته ها شامل ۹۴ درصد بدنه اتومبیل، آتش سوزی ۱۳۳، باربری ۳۹، اشخاص ۲۹۸، مهندسی ۳۰۱ و مسوولیت ۴۱ درصد است.

قاسم زاده ابراز امیدواری کرد تا با حمایت مدیریت و تلاش نمایندگان و پرسنل پارسیان اهداف متعالی شرکت محقق شود.

تبریز شهر همیشه دیدنی

حسین کریم خان زند مدیرعامل بیمه پارسیان با اشاره به اینکه تبریز در حال توسعه است و در مقایسه با سال های پیش، از توسعه قابل توجهی نیز برخوردار بوده گفت: تبریز شهر مردمان با فرهنگی است که نظم و ترتیب در تمام ابعاد زندگی آنها به چشم می خورد.

او افزود: نظم و ترتیب اساس برنامه ریزی است و در زندگی توام با برنامه ریزی

از سوی مدیر امور بازار؛

نمایندگان برتر بیمه پارسیان معرفی شدند

(جدول شماره ۲)

ردیف	کد	نام	ضریب رشد	رشد بدون ثالث
۱	۵۱۱۱۱۰	نگین ابرار	۴۱۵ درصد	۴۳۷ درصد
۲	۵۱۰۸۴۰	محمد مهدی اسماعیلی	۱۷۹ درصد	۱۸۲ درصد
۳	۵۱۰۵۱۰	علیرضا کنعانی	۲۷ درصد	۱۳۱ درصد
۴	۵۱۱۱۴۰	فرهاد جعفری نژاد بسطامی	۵۶ درصد	۵۱ درصد
۵	۵۱۱۸۲۰	منصوره باقری	۴۴۵ درصد	۴۷۹ درصد
۶	۵۱۰۹۳۰	سحر نقه الاسلامی	۲۱ درصد	۲۱ درصد
۷	۵۱۰۲۵۰	عبدالمطلب شیرانی بیدآبادی امنیه	۶۶ درصد	۹۶ درصد
۸	۵۵۰۰۲۰	احمد حسین زاده طالشی	۱۵۸ درصد	۶۰ درصد
۹	۵۲۰۲۶۰	حمید امامی	۱۹ درصد	۲۹ درصد
۱۰	۵۷۲۲۴۰	عبدالعظیم شهروز	۵۹۹ درصد	۸۶ درصد
۱۱	۵۷۶۰۹۰	آزاده کدخدایی	۲۲۷ درصد	۳۱۱ درصد
۱۲	۵۱۰۱۸۰	رامش خالدزاده	۱۷ درصد	۴۹ درصد
۱۳	۵۱۱۲۸۰	شیوا مظفری	۳۰ درصد	۳۶ درصد
۱۴	۵۸۷۰۲۰	سپیده حیدری	۷۸ درصد	۱۳۲ درصد
۱۵	۵۶۰۰۵۰	فخرالملوک چنگیزیان احمدآبادی	۹۷ درصد	۱۰۰ درصد
۱۶	۵۱۲۸۸۰	سمیرا صادقی	۹۲ درصد	۴۸ درصد
۱۷	۵۷۲۴۷۰	فرزانه حسام	۵۱۶ درصد	۲۳۰ درصد
۱۸	۵۹۶۰۱۰	سپینا نیکنام	۱۸ درصد	۱۵ درصد
۱۹	۵۷۲۲۲۰	افسانه یاری	۱۶۴ درصد	۱۲۰ درصد
۲۰	۵۴۵۳۷۰	حمیدروشن ضمیر	۲۴ درصد	۴۰ درصد
۲۱	۵۱۱۱۵۰	فاطمه یوسفی	۲۴۵ درصد	۳۴۲ درصد
۲۲	۵۴۰۱۴۰	میترا سنجابی	۱۳ درصد	۲۱ درصد
۲۳	۵۶۵۰۱۰	محمدعلی عاطف بیجار کناری	۶۲ درصد	۲۱ درصد
۲۴	۵۱۰۲۷۰	مریم اسمعیلی	۲۹ درصد	۱۰۷ درصد
۲۵	۵۲۰۸۳۰	مهدی بخشی	۱۴۴ درصد	۱۸۶ درصد

مدیریت امور بازار در بررسی آمار عملکرد نمایندگان بیمه پارسیان که در مقطع زمانی دوماهه (فروردین و اردیبهشت ۱۳۸۹) به مدت مشابه سال قبل انجام داد، نمایندگانی را که ضریب رشد و سهم از فروش آنها نسبت به دیگران بهتر بوده است را رتبه بندی کرده است که این رده بندی در جدول شماره یک آمده و همچنین در بررسی از آمار عملکرد واحدهای تحت سرپرستی بازار در مقطع زمانی دوماهه (فروردین و اردیبهشت ۱۳۸۹) به مدت مشابه سال قبل شهرهایی که ضریب رشد بیشتری نسبت به دیگران داشته اند نیز رتبه بندی شده اند که در جدول شماره دو آمده است.

(جدول شماره ۲)

ردیف	شهر	ضریب رشد کلی	رشد بدون ثالث
۱	شاهرود	۱۵۰ درصد	۸۴۵ درصد
۲	یزد	۹۳ درصد	۱۷۶ درصد
۳	گلپایگان	۲۸ درصد	۲۰۷ درصد
۴	بابل	۱۰۶ درصد	۹۹ درصد
۵	ارومیه	۷۶ درصد	۱۳۰ درصد
۶	مشهد	۸۰ درصد	۹۸ درصد
۷	همدان	۴۰ درصد	۱۳۲ درصد
۸	آمل	۴۴ درصد	۱۲۵ درصد
۹	بندرعباس	۳۰ درصد	۱۰۷ درصد
۱۰	ساوه	۷۵ درصد	۶۴ درصد

مزایای بیمه های عدم النفع در گفت و گو با مدیر بیمه های مهندسی تشریح شد؛

سود از دست رفته خود را بیمه کنید

بیمه های عدم النفع را پوشش خطرات و زیان های غیرمستقیم حوادث می دانند.

ورود صنایع جدید و تنوع ریسک ها زیان های بیشماری را به بار می آورد که پیامد آنها خطرات جدید یا در واقع زیان های غیرمستقیمی را ایجاد خواهد کرد.

در مواقعی دامنه این خطرات غیرمستقیم به حدی است که موسسه بیمه گذار را با خطر ورشکستگی و بحران مالی مواجه می کند. بسیاری از تولید کنندگان و صنعت گران بزرگ به منظور مقابله با زیان های ناشی از بروز حوادث اقدام به خرید انواع پوشش های بیمه ای می کنند اما گروهی دیگر با نگاهی نو برای مقابله با زیان های مالی ناشی از توقف تولید بیمه نامه مکتبلی را با نام بیمه عدم النفع خریداری می کنند؛ که متاسفانه تعداد این بیمه نامه ها در بازار بیمه کشورمان اندک است و این بیمه نامه با تمام مزایایی که دارد از سوی جامعه صنعتگران مورد استقبال قرار نگرفته است.

البته این امر بیشتر به خاطر نوع بیمه نامه و پیچیدگی های مالی و حسابداری آن درامر صدوراست. مهندس لطفاله پناهی مدیر بیمه های مهندسی بیمه پارسیان در این گفت و گو به تشریح بیمه های عدم النفع پرداخته است که در ادامه می آید:

- لطفاً ابتدا در خصوص بیمه های عدم النفع در رشته مهندسی توضیح دهید؟

در بیمه های مهندسی که جزو بیمه های اموال است خسارات فیزیکی غیرقابل پیش بینی و ناشی از حادثه تحت پوشش قرار می گیرد.

بیمه عدم النفع که جزو بیمه نامه های پولی است ضرورتاً زیان بیمه گذار را تحت پوشش قرار می دهد و به دو نوع تقسیم می شود: بیمه نامه عدم النفع ناشی از تاخیر در بهره برداری و بیمه عدم النفع ناشی از خسارات فیزیکی به مورد بیمه.

موضوع مورد بیمه در بیمه عدم النفع ناشی از تاخیر در بهره برداری چیست؟

این بیمه در ارتباط با پروژه های عمرانی و زیربنایی که در حال احداث یا ساخت و ساز هستند خریداری می شود و هدف از آن عبارت است از اینکه اگر در حین اجرای پروژه خسارت فیزیکی به مورد بیمه وارد شود که در بیمه تمام خطر نصب یا پیمانکاران قابل جبران است بازسازی آن خسارت نیاز به زمان دارد و در نتیجه زمان برنامه ریزی شده به شروع بهره برداری به تاخیر می افتد و صاحب کار یا کارفرما مسوول ضرر و زیان مالی ناشی از عدم بهره برداری در مدت مورد نظر می شود که این ضرر و زیان مالی موضوع مورد بیمه در بیمه عدم النفع ناشی از تاخیر در بهره برداری است.

به عنوان مثال سدی که در دست احداث است برنامه ریزی شده ظرف مدت ۶۰ ماه ساخته شود و به بهره برداری برسد و از حاصل سرمایه گذاری جهت تولید برق از انرژی پتانسیل آب و یا جهت فروش آب به مصارف کشاورزی و غیره استفاده و درآمدی به سرمایه گذار برسد. بعد از ۲۴ ماه عملیات ساختمانی، سیل مهیبی کارهای انجام شده در آن مدت را از بین می برد و شروع مجدد کار و رسیدن به حالتی که یک لحظه قبل از آمدن سیل بود بیش از ۲۴ ماه طول می کشد بنابراین همین خسارت زمان شروع بهره برداری را حداقل ۲۴ ماه به تاخیر می اندازد.

صاحبکار بیمه نامه ای می خرد که در صورت جنین حالتی سود از دست رفته در اثر تاخیر را از محل بیمه نامه جبران نماید. البته این بیمه نامه دارای شرایط، استثنائات و فرانشیز زمانی حداقل ۳ ماه می باشد.

لطفاً بیمه عدم النفع ناشی از خسارات فیزیکی مورد بیمه را هم شرح دهید؟

بیمه عدم النفع ناشی از شکست ماشین آلات و همچنین آتش سوزی از جمله مواردی است که در صنعت بیمه صادر می شود، چنانچه در اثر حادثه، یکی از ماشین آلات خط تولید آن ماشین از کار بیفتد باعث می شود کل خط تولید تعطیل شود و یا در اثر آتش سوزی کارخانه یا محل کسب و کار تولید و فروش کالا و خدمات قطع شده و صاحبکار ضرر و زیان مالی علاوه بر خدمات فیزیکی در اثر عدم تولید باشد که این زیان موضوع مورد بیمه در بیمه عدم النفع



که تحت پوشش بیمه نامه است قائل شویم. این امر با تعیین نمودن فرانشیز زمانی و دوره جبران غرامت انجام می شود.

فرانشیز زمانی: تحت شرایط عادی خسارات ناشی از قطع جریان تولید در زمان کوتاه تا یک هفته قابل تحمل با شرکت تولیدی است. بنابراین توصیه می شود این قبیل خسارات را از پوشش بیمه نامه استثنا نماییم. این کار با مقرر نمودن فرانشیز چند روزه در بیمه نامه انجام می شود و در آن چند روز ضرر و زیان ناشی از قطع تولید به عهده بیمه گذار است. فرانشیز زمانی بستگی به مقدار تولیدات تکمیلی انبار شده امکانات جبران کسری تولید و وضعیت مالی شرکت بیمه شده دارد. حداقل آن یک هفته و حداکثر یک ماه است.

حد دوره جبران غرامت: در مقایسه با خسارت فیزیکی از دست دادن سود ناشی از عدم تولید به عامل زمان بستگی دارد. به عبارت دیگر هر قدر به واسطه خسارت فیزیکی زمان لطمه یا قطع تولید بیشتر باشد سود بیشتری از دست خواهد رفت به این دلیل تعیین حد بر دوره ای که در خلال آن بیمه گران مسوول جبران خسارت ناشی از عدم تولیدند از اهمیت ویژه برخوردار است. این کار با تعیین نمودن حد دوره جبران غرامت در بیمه نامه انجام می شود و حداکثر زمانی است که بیمه گرمسول جبران خسارت ناشی از دست دادن سود باشد.

در این نوع بیمه نامه مبلغ بیمه نامه و سود خالص چگونه برآورد می شوند؟

مبلغ مورد بیمه عبارت است از سود ناخالصی که از مبلغ فروش کالای تولید شده و یا کار کرد در دوره عملیات حرفه بیمه گزار برای مدت ۱۲ ماه پیوسته (سال مالی) عاید می شود. در موارد استثنایی اگر فقط قرار است که هزینه های اضافی بیمه شود مانند منابع خارجی برق رسانی، استفاده از تولیدات نیمه تمام، مبلغ مورد بیمه به عنوان افزایش در هزینه کار کرد که طی مدت ۱۲ ماه قطع عملیات تولید حاصل می شود، منظور شود.

همچنین سود ناخالص عبارت است از تفاوت ارزشی گردش مالی و کالای تولید شده از جمع موجودی در اول سال و هزینه های مشخص عملیاتی.

ارزش موجودی در اول و پایان سال براساس روش معمول حسابداری به کار برده شده توسط بیمه گذار محاسبه خواهد شد. البته استهلاک نیز کسر می شود.

لطفاً در خصوص گردش مالی نیز توضیح دهید؟

گردش مالی استاندارد میزان فروشی است که در خلال مدت ۱۲ ماه بلافاصله قبل از حادثه که با دوره جبران غرامت مطابق است. این تعریف برای محاسبه جبران غرامت در مورد کارخانجاتی است که در معرض نوسانات تولیدی هستند، اهمیت دارد. در نرخ سود ناخالص ارتباط بین سود حاصله از گردش مالی و خود گردش مالی در خلال سال مالی بلافاصله قبل از حادثه را نشان می دهد.

به عبارت دیگر سود ناخالص در تبدیل مبلغ مورد بیمه جهت در نظر گرفتن روند

لطفاً در خصوص بیمه عدم النفع ناشی از شکست ماشین آلات توضیح دهید؟

جبران غرامت در بیمه شکست ماشین آلات محدود به خسارت فیزیکی وارد به دستگاه ها است. از آنجایی که در اکثر موارد خسارت فیزیکی به دستگاه باعث قطع یا اختلال در تولید می شود و بیمه شکست ماشین آلات همه ضرر و زیان ناشی از حادثه را تحت پوشش قرار نمی دهد لذا بیمه گذار خسارت مالی از دست دادن سود، عدم کسب هزینه های جاری مانند حقوق و دستمزد و بهره ای که باید بپردازد را باید متحمل شود.

در بسیاری از موارد میزان خسارت ناشی از اختلال یا قطع تولید به مراتب بیشتر از خسارت فیزیکی وارد شده به ماشین آلات است.

در این بیمه نامه چه خطراتی تحت پوشش قرار می گیرند؟

بیمه عدم النفع ناشی از شکست ماشین آلات عبارت است از پوشش بیمه ای سود از دست رفته ناشی از وقفه در کار که در اثر حادثه قابل جبران تحت بیمه شکست ماشین آلات رخ داده باشد.

حادثه عبارت است از هر خسارت فیزیکی ناگهانی غیر قابل پیش بینی، وارد به ماشین آلات مندرج در جدول مشخصات بیمه است که لازمه اش تعمیر یا تعویض باشد.

بیمه گذار ممکن است چه نوع خساراتی داشته باشد؟

خسارت ناشی از وقفه یا قطع عملیات بیمه گذار از عواملی تشکیل شده که عبارتند از: کاهش در گردش مالی که ناشی از کاهش تولید و یا سایر اختلالات داده به عملیات تولیدی در اثر حادثه. از دست دادن سود ناخالصی که برای آن جبران غرامت فراهم شده یا اعمال نرخ سود ناخالص به مبلغی که میزان گردش مالی در خلال دوره جبران غرامت کمتر از میزان گردش مالی استاندارد است، محاسبه می شود.

افزایش در هزینه عملیاتی: بعضی از هزینه های اضافی است که منطقی و الزاماً جهت جلوگیری از کاهش گردش مالی در اثر حادثه و در خلال دوره جبران غرامت متحمل می شوند. این افزایش در هزینه عملیاتی نباید بیش از مبلغ حاصل از ضرب سود ناخالص در مبلغ کاهش در میزان فروش که بدینوسیله جلوگیری شده باشد. قبل از تحمل چنین هزینه هایی بیمه گذار جهت اخذ توصیه های لازم باید با بیمه گر تماس بگیرد.

افزایش هزینه عملیاتی ممکن است ناشی از شیفت کاری اضافه، اضافه کار و هزینه های تعمیرات استفاده غیر اقتصادی از ماشین آلات، بکارگیری فرآیند، انتقال کار به دیگر شرکت ها، خرید کالای نیمه ساخته جهت جلوگیری از دست دادن مشتری، کرایه ماشین آلات جانشین و استفاده از شبکه برق رسانی خارج از کارخانه باشد.

حد دوره جبران غرامت و فرانشیز زمانی: به منظور ارزیابی صحیح ریسک و آرایه نرخ مناسب لازم است حدی برای دوره ای

قابل پیش بینی تجارت بیمه گذار در مدت بیمه نامه مانند افزایش حقوق و دستمزد مفید است.

آیا در بیمه های عدم النفع هم امکان کم بیمه گی وجود دارد؟

در هنگام وقوع خسارت می توان با در نظر گرفتن مبلغ مورد بیمه، نرخ سود ناخالص و گردش مالی سالیانه بررسی کرد، که آیا کم بیمه گی وجود دارد یا نه؟

اگر با ضرب نرخ سود ناخالص به گردش مالی سالیانه مبلغ حاصله بیش از مبلغ مورد بیمه باشد در این صورت مبلغ مورد بیمه کمتر از ارزش واقعی بیمه شده است در زمان صدور بیمه نامه می توان با تخصیص مبلغی برای روند تجارت بیمه گذار در طول مدت بیمه نامه از این امر اجتناب نموده از طرف دیگر شرط خاصی برای تعدیل حق بیمه و برگشت آن در بیمه عدم النفع ناشی از شکست ماشین آلات در نظر گرفته شده است. بر طبق این شرط برگشت حق بیمه مازاد بر سرمایه واقعی در خلال مدت بیمه در سال گذشته به طور تناسبی در نظر گرفته شده است.

- حق بیمه باید چگونه تعیین شود؟

برای اینکه اجرای بیمه عدم النفع ناشی از شکست ماشین آلات موفقیت آمیز باشد نه تنها می بایست پاسخگوی نیاز بازار باشد بلکه نرخ های اعمال شده بایستی متناسب با خطر تحت پوشش باشد.

در هنگام محاسبه حق بیمه عوامل متعددی تاثیر گذارند که می توان به: خطر عمومی و فنی ماشین آلات که تحت پوشش قرار می گیرند؛ مخاطرات اخلاقی و فنی مربوط به هر بیمه گذار، اثری که شکست ماشین آلات در سود ناخالص خواهد داشت (فاکتور اهمیت نسبی دارد)، امکانات ذخیره و لوازم یدکی در دسترس، اثر شرایط محلی، امکانات به حداقل رساندن خسارت، شرایط عمومی سیاسی و اقتصاد حاکم.

خطر عمومی و فنی ماشین آلاتی اشاره کرد که تحت پوشش قرار می گیرند را بیشتر توضیح دهید؟

این خطر بستگی به متوسط دفعات خسارت و متوسط زمان قطع تولید دارد. این در ارزش بنیادی باید با توجه به آمار محاسبه شود. این ارزش ها در درجه اول به عمر ماشین بستگی دارد با شرط اینکه نگهداری آن ها درجه یک باشد.

متوسط دفعات خسارت نیز عبارت است از نسبت تعداد شکست ماشین بر تعداد سال هایی که تمام ماشین آلات تحت پوشش در تولید بوده اند.

لطفاً در خصوص عدم مهارت نیروی انسانی و پیش گیری ها توضیح دهید؟

مخاطرات اخلاقی بستگی دارد که بیمه گزار و کارکنان وی تا چه اندازه ذی صلاح هستند و آگاهی فنی دارند و همچنین به جایگاه شرکت نزد سازندگان و شرکت های خدمات دهی هم بستگی دارد.

از چه امکاناتی برای کاهش خسارت می توان استفاده کرد؟

نتایج بیمه عدم النفع ناشی از شکست ماشین آلات به اقدامات انجام شده جهت به حداقل رساندن میزان خسارات بستگی دارد. بنابراین واضح است که این سرفصل توجه خاصی را می طلبد، اقدامات لازم مانند کرایه نمودن موتور، ژنراتور، ترانسفورماتور جانشین یا تسریع در کار تعمیر یا استفاده از روش های خاص در تعمیر قطعات خسارت دیده و غیره نیز قابل اهمیت است.

- لطفاً در خاتمه در خصوص وضعیت عمومی و شرایط اقتصادی و سیاسی توضیح دهید؟

گذشته از تاخیر در تعمیر ماشین آلات خسارت دیده به واسطه موقعیت مکانی یک مورد بیمه این امکان وجود دارد شرایط حاکم بر اوضاع سیاسی و اقتصادی مبنی بر طولانی شدن دوره تعمیر شود. این امر ممکن است به خاطر زمان لازم جهت اخذ مجوز صادرات و واردات کمبود ارز خارجی یا محدودیت های اعمال شده به وسیله نهادی دولتی و یا سایر سازمان های عمومی باشد.

در بسیاری از کشورها در هنگام صدور بیمه نامه اغلب پیش بینی همه موارد ممکن نیست بنابراین حد پوشش باید محدود و با توجه به شرایط تاخیر باشد.

خدمات قابل ارائه به مشتریان ویژه را شما انتخاب کنید!

و تجاری شما دارد. در این میان ارائه خدمات ویژه و متمایز برای جلب رضایت خاطر آنان از اهمیت بسزایی برخوردار است. مدیریت امور بازار و مشتریان بیمه پارسیان، در نظر دارد برای تدوین طرح خدمات قابل ارائه به مشتریان ویژه، در یک نظر سنجی، از شما نمایندگان محترم اقدام به طراحی و پیاده‌سازی آن بنماید. از این رو خواهشمند است نظرات گرانمایه‌های خود را از طریق: فرم پیشنهادات موجود در سایت (با ذکر عبارت "مربوط به نظر سنجی" در قسمت عنوان) را به شماره فکس ۸۸۶۴۲۵۴۱ و یا پست الکترونیک واحد بازار به آدرس market@parsianinsurance.com با مادر میان بگذارید.

او یک بیگانه در کار ما نیست، او بخشی از آن است. ما با انجام کار او لطفی در حق او نمی‌کنیم. اوست که با فراهم کردن این فرصت به ما لطف می‌کند.

در این میان، برخی از مشتریان نقش پر رنگ‌تر و مهم‌تری را در تداوم و رشد شغلی شما دارند. به عبارتی می‌توان اذعان داشت که قانون ۸۰/۲۰ در ارتباط با مشتریان نیز صدق می‌نماید. یعنی ۲۰ درصد از مشتریان، ۸۰ درصد از سهم فروش را تشکیل می‌دهند. به اینگونه مشتریان اصطلاح «مشتریان ویژه» تعلق می‌گیرد. حفظ ارتباط اقتصادی با اینگونه مشتریان نقش بسزایی در تداوم فعالیت اقتصادی

علی رضا حبیبی
رییس اداره بازاریابی

بسیاری از فرهیختگان توجه ویژه به مشتری را گوشزد نموده‌اند، افرادی همچون مه‌تاما گاندی که معتقد است: «مشتری مهم‌ترین بازدید کننده در محدوده ماست. او به ما وابسته نیست، ما به او وابسته ایم. او مزاحم کار ما نیست، او هدف ماست.»

گفت و گو با یک پیشکسوت صنعت بیمه:



وظیفه من خدمت به کشور و مردمی بود که در آن زندگی کرده بودم.

خاطرات بیمه‌ای خاصی هم به ذهنتان می‌آید؟
موقعی که جنگ شد و کشتی‌ها را بمباران کردند، فاصله کمی بین شروع جنگ و اعلام جنگ وجود داشت و این قضیه برای بیمه خیلی مهم است که بعد از جنگ بیمه شده یا قبل از جنگ بیمه شده است. من توانستم طوری با صداقت عمل کنم که به بیمه‌های اتکایی مشخص شد باید خسارت را به ما بپردازند.

در بدو استخدام شما در بیمه ایران چه توصیه‌های مهمی به شما شد؟
در آن زمان بیشتر روابط خشک شاگردی و معلمی بود و اساتید و شاگردان فاصله اجتماعی زیادی با یکدیگر داشتند اما اکثر اساتید رابطه خوبی با من داشتند.

سال ۱۳۶۹ بود. بعد از آن بیمه را هر کار کردید؟
بله، به این دلیل که ۷۲ ساله بودم، ۳۵ سال هم سابقه کار داشتم. برای مشاوره هم پیشنهاداتی به من شد اما بیشتر خواستم که استراحت کنم.

اوقات فراغتتان را بعد از بازنشستگی بیشتر به چه اموری اختصاص می‌دهید؟
بعد از بازنشستگی بیشتر مطالعه می‌کردم و دوست داشتم آن چیزهایی را که برایم مهم مانده بود بر طرف کنم مثل بعضی برداشت‌ها از زندگی، بعضی از تصورات که در ذهن انسان است، بعضی نظرات و ... و سعی کردم همه اینها را تعدیل کنم و به جایی برسانم که واقعیت داشته باشد.

فکر می‌کنید بیمه در حال حاضر چه تفاوتی با بیمه در زمان شما دارد؟

بیمه در زمان ما بیشتر به معنای بیمه گری بود، یعنی با پرداخت مقدار مشخصی پول خسارات مادی یک خطر را جبران می‌کردند. اصول بیمه در آن رعایت می‌شد اما به نظر من در حال حاضر بیشتر جنبه تأمین اجتماعی پیدا کرده.

آقای مهندس از خاطرات آن زمان برای ما بگوئید.

من در نظام قبلی پست‌های بالایی داشتم و وقتی نظام عوض شد و شورای اسلامی تشخیص داد که همچنان می‌توانم مدیر باشم، خیلی خوشحال شدم. یعنی آنقدر شناخته شده بودم که حتی یک نظام انقلابی هم مرا دوباره پذیرفت

مهندس آنوش آوان اوانسیان که در سال ۱۳۹۸ متولد شده، به عنوان یکی از پیشکسوتان بیمه توسط مدیر عامل بیمه پارسیان مورد تقدیر قرار گرفت. وی که فارغ التحصیل رشته مهندسی معدن از دانشکده فنی تهران است از اوایل آغاز به کار بیمه ایران در سال ۱۳۲۱ در این شرکت مشغول به کار شده و در شرکت‌های بیمه شرق، بازرگانان، دانا، البرز و ... نیز سال‌ها فعالیت داشته است. با این پیشکسوت بیمه به گفت و گو نشستیم تا با خاطرات ارزشمند و تجربیات وی آشنا شویم.

مهندس اوانسیان! شما تقریباً از اوایل کار بیمه ایران در این شرکت حضور یافته‌اید، آیا در آن زمان اساتیدی داشتید که به شما بیمه آموزش بدهند؟

مدیر عامل شرکت، روسا و مدیران بیمه ایران یک سری آموزش‌های اولیه به ما دادند.

یعنی در جای مشخصی آموزش بیمه ندیده‌اید؟
نه، در واقع معلومات عمومی ما بود که با بیمه تلفیق شد و کسی به طور خاص به ما بیمه درس نداد. بیشتر جنبه عملی داشت تا علمی، ولی بودند کسانی که علاقه داشتند و در این زمینه مطالعاتی انجام دادند اما بیشتر حالت خودساخته داشتیم. **بیشتر در چه حوزه‌هایی از بیمه فعالیت می‌کردید؟**
کار من بیشتر در امر خسارت بود و قسمت آمار، بیشتر قسمت‌های باربری و آتش سوزی. **چه سالی بازنشستگی شدید؟**

پیشکسوتانی که از آنان آموخته‌ایم

حسین کریم خان زند
جوانانی که به صنعت بیمه پیوسته‌اند صرف نظر از اینکه در کدام شرکت مشغول به کار هستند عضوی از جامعه صنعت بیمه محسوب می‌شوند. صنعتی با قدمت ۷۵ سال سابقه فعالیت که در طول زمان با همت و پشتکار افرادی شاخص و اندیشمند جایگاه امروزی خود را در این سرزمین پیدا کرده است. همیشه و در همه جای این کره خاکی احاد جامعه به شخصیت افرادی که تفکرات، دانش و عملکرد آنها در اعتدال آن جامعه تاثیر مثبت داشته مباحثات می‌کنند و اندیشه آنان را پشتوانه افتخارات خود می‌دانند. تمامی همکاران و خصوصاً جوانان عزیز شاغل در بخش‌های مختلف صنعت بیمه به عنوان سرمایه‌های بالفعل و بالقوه این صنعت، در راستای سازندگی شخصیت کار خود می‌بایست ضمن آشنایی با شخصیت والای اندیشمندان که موجب تحولات چشمگیر در صنعت بیمه گردیده‌اند در اذهان خود قدر دان آنان باشند. واقعیت این است که چرخه زندگی هیچ‌گاه از حرکت باز نمی‌ایستد و اگر در این دوره گذرا قدر دان پیشکسوتان خود نباشیم، آیندگان نیز از تلاش‌های کسانی که امروز تمام هم و غم خود را برای هر چه بهتر شدن توسعه کمی و کیفی و اعتلای صنعت بیمه به کار می‌بندند قدر دانی نخواهند کرد.

در صنعت بیمه نیز همچون سایر صنایع پیشکسوتانی فعالیت می‌کرده اند که برخی از آنان بعد از سال‌ها همچنان در این صنعت حضور دارند و آنانی که حضور ندارند آثار عملکرد بار ارزششان، روشنائی بخش مسیر ماست، در سی و شش سال سابقه کاری خود در صنعت بیمه استادانی بوده‌اند که از آنان درس بسیار گرفته‌ام، مانند زنده یاد دکتر علی آبادی، مهندس اوانسیان، دکتر مشایخی، دکتر ایزد پناه، دکتر رفیعیان، دکتر جباری، دکتر فرجادی و دکتر جوهریان که نام این بزرگان در تاریخ صنعت بیمه جاودان خواهد ماند.

چند نکته کلیدی

پس نکته سوم: برنامه ریزی برای ورود و نگهداشتن و خلق بازار است. برای زمان و کار خود برنامه ریزی کنید. دنبال پیش بینی آینده نباشید بهترین راه پیش بینی آینده خلق کردن آینده است.

یکی از اساتید حرفه‌ای برنامه ریزی استراتژیک می‌گوید: «آنهايي که برای آینده برنامه ریزی نمی‌کنند آینده نخواهند داشت.» هر کسب و کاری که امروز در آن هستی احتمالاً در سال‌های آینده بطور چشمگیری تغییر خواهد کرد. کار شما این است که حاکم تغییرات باشید نه قربانی آن و در برنامه ریزی بلند مدت داشته باشید اینکه در پنج سال آینده روند تکنولوژی - محصول - خدمات - تفکر مردم و رقابت و بازارتان چه تغییری می‌کند و اینکه شما به چه مهارت‌هایی نیاز پیدا خواهید کرد را ملاک تغییر خود بر برنامه ریزی‌تان قرار دهید.

نکته چهارم: حتماً شنیده اید که می‌گویند وقتی کار گره می‌خورد آدم اصلاً یادش نمی‌آید که از اول می‌خواست چه کار کند.

در واقع علت اصلی این مطلب نداشتن اهداف کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت است که در برنامه ریزی باید تعریف شود. بزرگترین چیزی که در دنیای کار انگیزه را از بین می‌برد این است که ندانیم چه توقعی از ما می‌رود یا هدف برای ما مشخص نباشد. پس اهدافتان را در چند کلمه بنویسید. همراه مقاصد با راه حل‌ها و اولویت‌ها و فعالیت‌ها جلوی دید خود قرار دهید. اگر هر روز به این نوشته نگاه کنید قطعاً روز به روز به آن هدف‌ها نزدیک‌تر خواهید شد و کمتر از آن دور می‌شوید.

احمد نظری
نماینده تخصصی فروش بیمه‌های عمر پارسیان
این موضوع خیلی مهم است بقای کسب و کار شما به توانایی شما در ایجاد و حفظ یک جور مزیت رقابتی قابل توجه بستگی دارد. شرکت شما چه کاری را واقعاً خوب انجام می‌دهد؟ در کجا کارایی بالایی دارید؟ حوزه برتری محصول یا خدمات کلیدی تان کدام است؟

حوزه مزیت رقابتی شما همیشه از این دیدگاه تعیین می‌شود که مشتری تان چه چیزی می‌خواهد، چه چیزی نیاز دارد و در حاضر است برایش پول پرداخت کند. همیشه از خودتان پرسید:

نکته اول: اینطور که اوضاع پیش می‌رود فردا مزیت رقابتی ام چه خواهد شد؟

بعد از تعیین مزیت رقابتی خودتان و محصول و شرکت تان نوبت می‌رسد به یک نکته دیگر که تعیین کننده موفقیت شما در کسب و کارتان است.

مشتری خود را با حداکثر دقت و وضوح ممکن انتخاب کنید به عنوان مثال: مشتری تان چه شکلی دارد؟ چه تحصیلات و درآمدی دارد؟ جایگاهش در کسب و کار و شغلش چیست؟ از نظر مکانی در کجا قرار دارد؟ چه چیزی برای مشتریان ارزش محسوب می‌شود؟ و ...

نکته دوم: مشتری من کیست؟

سوال بالا را چگونه جواب می‌دهید و هرگاه از خود می‌پرسید مرتب درباره مشتری تان و بازارتان تفکر کنید. حال نوبت می‌رسد به اینکه با مزیت رقابتی و شناسایی مشتری چگونه باید وارد بازار شد.

بیمه و آرامش پس از آن ...

ادامه از صفحه اول
شرکت‌های بیمه گر متعددی امروزه در دنیا وجود دارند که کار بیمه گری را در داخل کشور خود و یا خارج از مرزها انجام می‌دهند، همچنین از انواع بیمه‌های اتکایی که با مشارکت چند شرکت بیمه؛ پروژه‌های عظیم تحت پوشش قرار می‌گیرند تا بیمه‌های عمر انفرادی و بیمه‌های خرد، همه و همه امروزه به نوعی نیاز در زندگی تبدیل شده‌اند و مانند این است که تأمین بخشی از آرامشی که انسان به دنبال آن می‌گردد بر عهده بیمه قرار گرفته است.

بیمه‌های عدم النفع

توسعه فن آوری و ورود صنایع جدید، ریسک‌ها و خطرات جدیدی را ایجاد کرده و دامنه این نوع خطرات به حدی است که موسسه بیمه گذار را با خطر ورشکستگی و بحران مالی مواجه می‌کند، تنوع ریسک‌های زبان پولی یا عدم النفع در بخش‌های مختلف بیمه‌ای مطرح شده و در بخش انرژی و صنعت و معدن، شرکت‌های بیمه داخلی می‌توانند انواع بیمه‌نامه‌های عدم النفع را به عنوان مکمل بیمه‌نامه اصلی صادر نمایند. خساراتی که از سوی بیمه گر پس از وقوع خطر آتش سوزی یک کارخانه یا موسسه تولیدی و یا ناشی از شکست ماشین آلات خط تولید پرداخت می‌شود شامل خسارت‌های وقفه در تولید و از دست دادن درآمد و در نتیجه زیان پولی وارد بر موسسه تولیدی است.

میزان ریسک خطر اصلی بیمه شده، وضعیت اقتصادی موسسه بیمه شونده، نحوه ثبت حساب‌های مالی شامل صورت‌های سود و زیان و ترازنامه و روند سوددهی یا زیاندهی آن، - دوره زمانی و قابلیت جایگزینی خطوط تولید و ماشین آلات - دوره انتظار، مدت سرمایه بیمه، بررسی احتمالی وقوع خطر عدم النفع و سوابق خسارتی بیمه گذار در ارزیابی خطر بیمه عدم النفع موثرند. عموماً، در نتیجه وقوع خطر اصلی جایگزین یا تعمیرات و یا وقفه‌هایی که معمولاً کمتر از ۱۵ روز تحت عنوان "دوره انتظار" نامیده می‌شود زیر پوشش بیمه‌ای قرار نمی‌گیرند ولی مدت‌های بیش از آن مدت و حداکثر تا مدت زمانی "دوره غرامت" که بعنوان مدت بیمه تلقی می‌شود بیمه می‌شود. مبلغ بیمه بر اساس میزان تولید و فروش قابل انتظار و تا سقف زمانی محدود تعیین می‌شود. در کشورهای توسعه یافته، بیمه عدم النفع به همراه بیمه آتش سوزی یا شکست ماشین آلات از سوی مدیران نفت، گاز، پتروشیمی، صنایع و معادن خریداری می‌شوند و این نوع بیمه یکی از مهم‌ترین بیمه‌نامه‌هایی است که از ورشکستگی موسسه اقتصادی و تولیدی جلوگیری می‌کند.

توانمندسازی کارکنان کلید افزایش بهره‌وری

سازمان‌های نوین قدرت کارکنان خود را آزادی می‌کنند

محمد علی آذری نیا

توانمندسازی کارکنان یکی از ابزارهای موثر برای افزایش بهره‌وری کارکنان و استفاده بهینه از ظرفیت‌ها و توانایی‌های فردی و گروهی آنها در راستای اهداف سازمانی است. توانمندسازی فرآیندی است که در آن از طریق توسعه و گسترش نفوذ و قابلیت افراد و تیم‌ها به بهبود و بهسازی مستمر عملکرد کمک می‌شود. به عبارت دیگر توانمندسازی یک راهبرد توسعه و شکوفایی سازمانی است.

ضرورت توانمندسازی کارکنان در سازمان‌ها

سازمان‌های امروز تحت تاثیر عواملی از قبیل افزایش رقابت جهانی، دگرگونی‌های ناگهانی، نیاز به کیفیت و خدمات پس از فروش و وجود منابع محدود و زیر فشارهای زیادی قرار دارند. پس از سال‌ها تجربه، دنیا به این نتیجه رسیده است که اگر سازمانی بخواهد در اقتصاد و امور کاری خود پیش‌تاز باشد و در عرصه رقابت عقب‌نماند باید از نیروی انسانی متخصص، خلاق و بالانگیزه بالا برخوردار باشد.

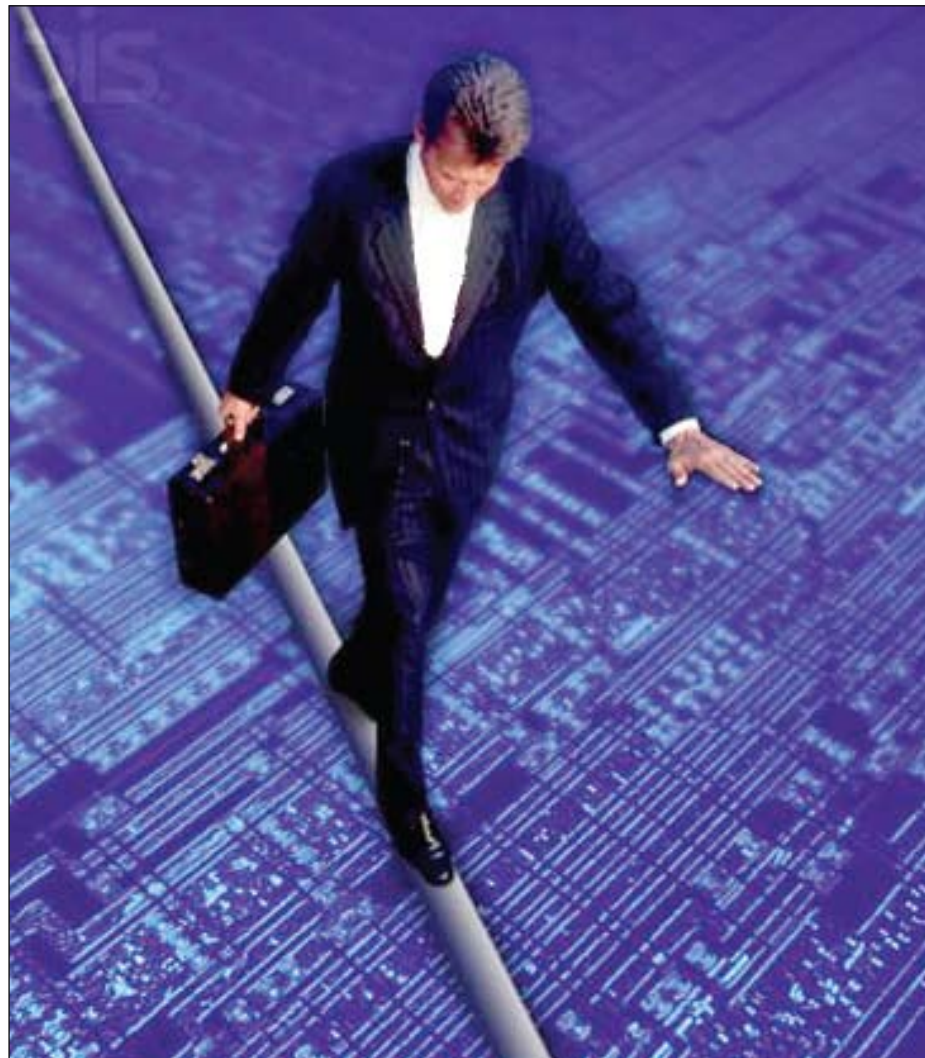
منابع انسانی اساس ثروت واقعی یک سازمان را تشکیل می‌دهند. بین سرمایه انسانی و بهره‌وری در سازمان‌ها رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. از دغدغه‌های مهم نگاه‌های اقتصادی موفق جهان، گردآوری سرمایه انسانی فرهیخته و خردورزی است که قادر به ایجاد تحول در سازمانی که به آن متعلق هستند باشند. یک سازمان موفق مجموعه‌ای است مرکب از انسان‌هایی با فرهنگ سازمانی، اندیشه و اهداف مشترک که با کار گروهی در نظام انعطاف‌پذیر سازمان، تجارب و دانش خود را با عشق به پیشرفت روزافزون سازمان در اختیار مدیریت خود قرار می‌دهند.

بنابراین هر فرد نسبت به سازمان و وظیفه‌ای که انجام می‌دهد، احساس مالکیت خواهد کرد. استفاده از توانایی‌های بالقوه منابع انسانی برای هر سازمانی مزیتی بزرگ به شمار می‌رود. در بهره‌وری فردی، سازمان از مجموعه استعدادها و توانایی‌های بالقوه فرد به منظور پیشرفت سازمان استفاده می‌کند و با بالفعل کردن نیروهای بالقوه و استعدادها شگرف در جهت سازندگی موجب پیشرفت فرد و همسویی با سازمان خواهد شد بنابراین لازمه دستیابی به هدف‌های سازمان، مدیریت موثر این منابع با ارزش است.

در این راستا رشد، پیشرفت، شکوفایی و ارتقای توانمندی‌های کارکنان در سال‌های اخیر تحت عنوان توانمندسازی کارکنان، مورد توجه صاحبان نظران و کارشناسان مدیریت منابع انسانی واقع شده است. همانگونه که سازمان‌ها به مقابله با چالش‌های سازمانی بر می‌خیزند و بهبود مستمر را در اولویت قرار داده‌اند، نیاز بیشتری به حمایت و تعهد کارکنان و درگیر کردن آنها در کار احساس می‌شود. توانمندسازی تکنیکی نوین و موثر در جهت ارتقای بهره‌وری سازمان به وسیله بهره‌گیری از توان کارکنان است. کارکنان به واسطه دانش، تجربه و انگیزه خود صاحب قدرت نهفته هستند و در واقع توانمندسازی، آزاد کردن این قدرت است.

این تکنیک ظرفیت‌های بالقوه‌ای که برای بهره‌برداری از سرچشمه توانایی انسانی که از آن استفاده کامل نمی‌شود، در اختیار می‌گذارد و در یک محیط سالم سازمانی روشی متعادل را در بین اعمال کنترل کامل از سوی مدیریت و آزادی عمل کامل کارکنان پیشنهاد می‌کند. در بحث توانمندسازی مسائلی از این قبیل مورد بررسی قرار می‌گیرد که جو مدیریتی و فضای سازمان برای کارکنان چگونه است؟ مدیریت سازمان آیا امکان بروز عقاید و افکار را به کارکنان خود می‌دهد؟ آیا اساس انتخاب و به کارگیری افراد در مشاغل شایستگی‌ها و صلاحیت آنها است یا اینکه صرفاً بر اساس داشتن رابطه و اطلاعات محض است؟ آیا سیستم تشویق و تنبیه عادلانه در سازمان وجود دارد؟ میزان مشارکت در سازمان چقدر است؟ مدیران تا چه اندازه محیط را برای انجام کار جذاب کرده‌اند؟

امروزه مزیتی که سازمان‌ها برای پیشی گرفتن از یکدیگر دارند نه فقط در به کارگیری فناوری جدید، بلکه در بالا بودن اعتماد به نفس و میزان تعهد کارکنان به اهداف سازمانی نهفته است. برای گذر از مرحله‌های گوناگون، سازمان‌ها باید خود را با موقعیت‌های مختلف سازگار کنند و روش‌های جدیدی را فراگیرند. در این صورت باید به شناسایی مواردی که می‌تواند در سازندگی محیط کار توانمند و موثر باشد، برسد. در سازمان‌های نو کارکنان نه تنها برای انجام وظیفه‌ای که به عهده دارند، بلکه برای بهبود کارکرد کل سازمان احساس



مسئولیت می‌کنند. آنها برای افزایش مستمر عملکرد بهره‌وری به گونه‌ای فعال با یکدیگر به کار می‌پردازند.

تعاریف مفهومی واژه توانمندسازی تعاریف گوناگونی از واژه توانمندسازی توسط پژوهشگران و صاحبان نظران در این زمینه ارائه شده است. عبارات زیر تقریباً همه مفاهیم موجود در تعاریف ارائه شده را در بر می‌گیرد:

– شناختن ارزش افراد و سهمی که می‌توانند در انجام امور داشته باشند.

– ایجاد مجموعه ظرفیت‌های لازم در کارکنان برای قادر ساختن آنان به ایجاد ارزش افزوده در سازمان و ایفای نقش و مسئولیتی که در سازمان به عهده دارند، توأم با کارایی و اثربخشی.

– طراحی و ساخت سازمان به نحوی که افراد ضمن کنترل خود، آمادگی قبول مسئولیت‌های بیشتری را نیز داشته باشند.

– توسعه و گسترش قابلیت و شایستگی افراد برای نیل به بهبود مستمر در عملکرد سازمان.

– ارتقای توانایی کارکنان در استفاده بیشتر از قوه تشخیص و تحلیل، داشتن بصیرت در انجام کارهایشان و مشارکت کامل در تصمیم‌هایی که بر زندگی آنها اثر می‌گذارد.

– آزاد کردن نیروهای درونی افراد برای کسب دستاوردهای شگفت‌انگیز.

– تغییر در فرهنگ و شهادت در ایجاد و هدایت یک محیط سازمانی.

– عوامل موثر در فرآیند توانمندسازی کارکنان با توجه به مطالب ذکر شده می‌توانیم در یک جمع بندی کلی عوامل موثر بر توانمندسازی کارکنان را به شرح زیر بیان کنیم:

۱- مشخص بودن اهداف، مسئولیت‌ها و اختیارات در سازمان: کارکنان باید از مسئولیت‌ها و شرح وظایف خود، هدف و مأموریت سازمان و مراحل فرآیندهای کاری آن آگاهی داشته باشند.

۲- غنی‌سازی مشاغل و ارتقای شغلی کارکنان: سازمان باید به منظور به روز بودن اطلاعات فنی و تخصصی کارکنان و افزایش محتوای شغلی آنها اقدام کند.

همچنین به منظور برآورد کردن اصل جانشین پروری در سازمان باید از فنون چرخش کاری استفاده کند.

۳- روحیات و تعلق سازمانی: به منظور برآورد

شغلی در سازمان، وجود زمینه‌های آموزش موثر و کارا در سازمان و داشتن اطلاعات فنی و تخصصی در ارتباط با پست‌ها می‌تواند مفید باشد.

– دستاوردهای اجرای توانمندسازی در سازمان: توانمندسازی کارکنان همانگونه که در بخش‌های قبل به آن اشاره شد، استفاده از ظرفیت‌های بالقوه در کارکنان است که در زمان حال از آن استفاده کامل نمی‌شود. از جمله دستاوردهایی که سازمان‌های توانمند می‌توانند در اثر به کارگیری و اجرای این عوامل به دست آورند، موارد زیر است:

– تأمین رضایت مشتری و افزایش آن
– همسویی با نیازهای بازار
– افزایش رضایت شغلی در کارکنان
– افزایش احساس تعلق، مشارکت و مسوولیت در کارکنان

– تغییر طرز تلقی از اجبار به اختیار
– تعهد بیشتر کارکنان و بهبود کیفیت در کارها
– ارتباط بهتر کارکنان با مدیران و سرپرستان
– کاهش هزینه‌های عملیاتی و افزایش سودآوری سازمان

– افزایش کارایی فرآیند تصمیم‌گیری
– بهبود مستمر در سازمان و افزایش بهره‌وری
– خلق ابتکارات جدید و استفاده بیشتر از منابع فکری.

موانع موجود در سازمان‌ها برای اجرای توانمندسازی اجرای عوامل توانمندسازی در سازمان‌ها بسیار مفید است و باعث افزایش بهره‌وری سازمان و کارکنان می‌شود. لازمه اجرای این تکنیک نیاز سازمان، پشتیبانی مدیران ارشد آن و همکاری با کارکنان و عوامل اجرایی در پیشبرد امر است.

از جمله موانع اجرای این عوامل عبارتند از:
– حاکم بودن ساختار رسمی و سلسله‌مراتبی
– پایین بودن اعتماد و اطمینان اعضای سازمان به یکدیگر
– نگرش نامناسب مدیران به کارکنان و سبک‌های

مدیریت و رهبری نامناسب
– فقدان مهارت‌های لازم در کارکنان
– تفاوت زیاد بین افراد در سازمان و وجود سیستم‌های پرسنلی غیرهمه‌نگ

– تشنج و استرس در محیط کاری
– فنون و ابزارهای خلق توانمندی در سازمان‌ها

به منظور توانمندسازی کارکنان در سازمان به بسترسازی اولیه و مناسب در محیط سازمان نیاز است. در سازمان‌هایی که عوامل تاثیرگذار در توانمندسازی به طور کامل و صحیح اجرا می‌شود، می‌توان اطمینان داشت که بهترین استفاده از نیروی انسانی و در نتیجه بیشترین بهره‌وری در سازمان وجود دارد ولی برای اجرای این عوامل از چه فنون و ابزارهای می‌توان استفاده کرد؟ در زیر به چند نمونه از فنون خلق توانمندی در سازمان‌ها اشاره شده و در صورت لزوم توضیحاتی نیز ارائه شده است:

- ۱- اجرای نظام پیشنهادها در سازمان
- ۲- تشکیل دوایر کیفیتی
- ۳- تشکیل گروه‌های کاری: از جمله وظایف مدیران تشکیل گروه‌های کاری توانمند است. برای این منظور ایجاد و رشد عوامل چندی در محیط کار از الزامات به شمار می‌رود که مدیران و کارکنان با هم در ایجاد و گسترش آنها سهیم اند. از جمله این موارد عبارتند از: احترام، اطلاعات، کنترل، تصمیم‌گیری، مسوولیت و مهارت.
- ۴- ایجاد و به کارگیری سیستم مناسب ارزیابی عملکرد و معرفی کارمند نمونه در دوره‌های زمانی مشخص.
- ۵- ایجاد امکانات انگیزشی

۶- غنی‌سازی شغلی: به منظور غنی‌سازی شغلی باید اطلاعات کافی در مورد شغل وجود داشته باشد که از طریق تجزیه و تحلیل شغل می‌توان به آن دست یافت.

تجزیه و تحلیل شغل عبارت است از روش‌هایی برای تعیین و شناسایی وظایف، مسوولیت‌ها، شرایط کاری و ارتباط بین مشاغل و خصوصیات انسانی کارکنان. در واقع

تجزیه و تحلیل شغل خلاصه‌ای از وظایف، مسوولیت‌ها، رابطه آن با مشاغل دیگر، دانش و مهارت‌های مورد نیاز برای تصدی شغل و شرایط کاری است. تجزیه و تحلیل شغل از اساسی‌ترین و بهترین کارهایی است که کلیه موسسات برای استفاده، پرورش و حفظ منابع انسانی و غنی‌سازی شغل آنها انجام می‌دهند.

سر دبیر: آرام رشیدی
دبیر اجرایی: افشین نوری
گرافیک: مزده صالحی
صفحه آرایی: امید نوش آذر

تهران . بلوار آفریقا . بالاتر از چهارراه جهان کودک
خیابان شهید صانعی . بلاک ۱۵ . کد پستی ۱۹۶۹۵۷۴۱۳
تلفن : ۸۸۶۴۲۷۰۰ دورنگار: ۸۸۶۴۲۷۳۷
تلفن روابط عمومی : ۸۸۷۹۵۰۰۲

NO. 15, Sane'e St., frica Ave., 1969957413 Tehran, Iran
Tel. (+9821)88642700 Fax. (+9821)88642737
www.parsianinsurance.ir

ماهانامه چتر ، نشریه داخلی شرکت بیمه پارسیان ، تیر ماه سال ۱۳۸۹ ، شماره بیست و نهم ، ۸ صفحه

تازه‌های بیمه های عمر انفرادی

بیماری‌های استثنای بیمه‌های عمر

بیماری‌ها و سوابق پزشکی افراد یکی از مهمترین مواردی هستند که در بررسی پیشنهادات بیمه های عمر مورد بررسی قرار می گیرند. لزوم بررسی بیماری‌ها به جهت تعیین ریسک فوت فرد بیمه شده برای شرکت بیمه است. به همین جهت بایستی فرد بیمه شده به سوالات پزشکی فرم پیشنهاد به درستی پاسخ دهد و در صورت لزوم آزمایشات درخواست شده را نیز انجام دهد. اما برخی از بیماری‌ها هستند که در صورت ابتلای افراد به آنها، شرکت بیمه به دلیل ریسک بالای این بیماری‌ها نمی‌تواند افراد مبتلایان را تحت پوشش بیمه عمر قرار دهد. این بیماری‌ها عبارتند از:

- ۱- CABG: عمل تعویض رگ‌های قلبی
- ۲- HIV (ایدز)
- ۳- دیابت کنترل نشده
- ۴- هپاتیت C
- ۵- انواع بدخیمی‌ها در ۵ سال اول زندگی
- ۶- SLE (لوپوس، نوعی بیماری پوستی که پوست و احشا را تخریب می‌کند)
- ۷- سکتة قلبی
- ۸- سکتة مغزی
- ۹- بیماری‌های در پیچه‌ای قلب به جز پرولاپس میترال
- ۱۰- نارسایی قلبی
- ۱۱- نارسایی کلیوی یا از دست دادن یک کلیه
- ۱۲- سیروز کبدی (از بین رفتن نسج طبیعی کبد)
- ۱۳- تالاسمی ماژور
- ۱۴- اختلالات روانی شدید (افسردگی ماژور، اسکیزوفرنی)
- ۱۵- عقب افتادگی ذهنی
- ۱۶- پارکینسون (لقوه)، بیماری کره و آنتوز (وجود حرکات غیرارادی ناشی از نوعی بیماری سیستم عصبی مرکزی)

بیماری سیستم عصبی مرکزی)

۱۷- MS

۱۸- حاملگی و تا یک ماه پس از زایمان

۱۹- ALS (امیوتروفیک لترال اسکلروزیس)

۲۰- ALL (کم خونی تیمفوبلاستیک حاد)

۲۱- تترالوژی فالوت (نوعی بیماری مادرزادی شدید قلبی)

۲۲- آنژین صدری (ANSTABLE ANGINA)

۲۳- سندرم کوشینگ (نوعی بیماری شدید غده فوق کلیوی)

برترین‌های عمر انفرادی - اردیبهشت ۸۹

نفرات برتر	نام نماینده	کد	شهر	حق بیمه وصولی	تعداد فروش
نفر اول	فاطمه السادات پوررضوی	۵۹۶۱۹۰	یزد	۶۷,۲۰۰,۰۰۰	۱۸
نفر دوم	مسعود خباز مافی نژاد	۵۲۱۰۹۰	مشهد	۶۱,۹۳۶,۰۰۰	۲۶
نفر سوم	منصوره باقری	۵۱۱۸۲۰	تهران	۴۴,۸۱۵,۰۰۰	۶۸
نفر چهارم	احمد نظری	۵۱۲۱۴۰	تهران	۳۷,۶۰۰,۰۰۰	۳۸
نفر پنجم	پرینسا قلاچیان مقدم	۵۶۵۲۵۰	رشت	۳۷,۰۱۸,۰۰۰	۳۸
نفر ششم	حمید امامی	۵۲۰۲۶۰	مشهد	۳۶,۶۵۰,۰۰۰	۱۴
نفر هفتم	هنگامه کدخدانی	۵۳۱۱۱۰	اصفهان	۳۴,۱۸۰,۰۰۰	۱۲
نفر هشتم	عبدالمطلب شیرانی	۵۱۰۲۵۰	تهران	۳۰,۵۹۲,۰۰۰	۱۹
نفر نهم	روح اله اسلامی	۳۱۰۰۵۰	تهران	۲۵,۲۹۹,۰۰۰	۱۸
نفر دهم	ابراهیم شوال منش	۵۱۵۰۲۰	تهران	۲۴,۵۵۴,۰۰۰	۴۲

ارزش های کلیدی شرکت بیمه پارسیان

آرامش: آینده نگری راستی و درستی اعتماد و اعتبار مشتری مداری شایستگی

دنیا دنیا آرامش با بیمه پارسیان



ما باید همانطور که با مهمانان خود در منزل بر خورد می کنیم با مشتریان روبرو شویم. از این رو آنان تمایل خواهند داشت تا مکرراً برای خرید محصولات به ما مراجعه نمایند.

معرفی کتاب

۱۰/۵ فرمان موفقیت در فروش

۱- تفکر ۲/۱۰- باور ۳/۱- تعهد ۴/۱- کشف ۵/۱- پرسش ۶/۱- مشاهده ۷/۱- جرات ۸/۱- پذیرش ۹/۱- سود ۱۰/۱- اثبات ۱۰/۵- شدن

این ها ۱۰/۵ فرمان موفقیت در فروش هستند.

گنجینه فروش یک ابزار فروش است. این کتاب، منبعی است که به کمک آن می‌توانید دیدگاهی درباره تمامی جنبه های فروش به دست آورید.

کتاب یک «روش فروش» نیست، بلکه مجموعه ای از مشاهده ها، استراتژی ها و فلسفه های دنیای واقعی است که می‌توانید برای سبک فروش خود از آن استفاده کنید.

گنجینه فروش یک منبع واقع گرایانه است. نتیجه ۴۰ سال موفقیت و شکست در سخت ترین شرایط فروش و دنیای تجاری.

گنجینه فروش به عنوان کتابی مطرح در صنعت، یکی از پرفروش ترین کتاب‌ها در دهه اخیر بوده، جفری گیتومر نویسنده کتاب هم یکی از نویسندگان نامدار جهانی در زمینه فروش و خدمات مشتری است که بیش از یک میلیون جلد از کتاب‌هایش در سراسر دنیا به فروش رفته است.

پیشنهاد ما این است که فقط آن را نخوانید، از آن استفاده کنید، قوانین آن را به عمل تبدیل کنید، با سبک و سیاق خود منطبق سازید و در نهایت آن را دوست داشته باشید. آنگاه در فروش به دنبال معجزه خود ننگرید.

کتاب «گنجینه فروش» نوشته جفری گیتومر در ۳۳۶ صفحه، با ترجمه دکتر احمد روستا و محمود سبزی و قیمت ۷۵۰۰ تومان در بهار ۱۳۸۹ توسط انتشارات سیتة چاپ و منتشر شده است.



مدیریت موفق مثل شعبده بازی است

کلیدواژه‌ها: اشتباهات رایج مدیران؛ اهمیت سود در شرکت‌ها؛ نگرش سیستمی؛ جایجایی در اهداف؛ هدف و وسیله

متن حکایت

یک روز رئیس یک شرکت در رستورانی، واقع در مرکز شهر ناهار می‌خورد. وسط ناهار بود که صدای آشنای ۴ نفر را از غرفه کناری شنید. بحث آنقدر شدید بود که او نمی‌توانست استراق سمع نکند. او می‌شنید که هر یک از مدیران با غرور درباره قسمت خود داد سخن می‌دادند. مهندس ارشد بخش تولید می‌گفت: «بخشی نیست، بخشی که مهمترین کمک را به موقعیت یک شرکت می‌کند بخش تولید است. اگر شما در شرکت خود تولید خالص نداشته باشید، پس هیچ دستاوردی نخواهید داشت.» ناگهان مدیر بخش فروش، وسط حرف او پرید و گفت: «اشتباه است! بهترین تولید دنیایی فایده است مگر اینکه برای فروش آن، بخش فروش و بازاریابی نهایت سعی خود را بکنند.»

معاون سازمان که مسئول روابط عمومی و همگانی بود، نظر دیگری داشت و می‌گفت: «اگر شما درون و برون شرکت تصویر خوبی نداشته باشید، شکست حتمی است. هیچ کس محصول شرکتی را که مورد اطمینان نیست نمی‌خرد.»

دیگر معاون رئیس که مسئولیت روابط انسانی سازمان را به عهده داشت، در واکنش به او گفت: «ما همه می‌دانیم که قدرت یک شرکت بر پایه افراد آن شرکت است. یک شرکت با افرادی که شخصاً دارای انگیزه قوی منفی هستند، به بن بست می‌رسد.»

هر یک از چهار مرد بلند پرواز در زمینه مورد علاقه خود بحث می‌کردند. بحث ادامه یافت تا این که رئیس ناهار خود را تمام کرد. او هنگام بیرون رفتن از رستوران کنار غرفه آنها ایستاد و گفت: آقایان محترم، من ناخودآگاه به صحبت های شما گوش کردم و از افتخاری که هر یک از شما در قسمت خود بدست آورده اید، لذت بردم، اما باید بگویم که تجربه به من نشان داده است همه شما اشتباه می‌کنید. هیچ بخشی از یک شرکت به تنهایی مسئول موفقیت آن نیست. اگر شما به عمق مساله فکر کنید، در می‌یابید که مدیریت یک شرکت موفق درست مثل شعبده بازی است که سعی می‌کند ۵ توپ را در هوا نگه دارد. چهار عدد از این توپ‌ها سفید هستند و روی یکی از آنها نوشته شده است: «تولید». روی دیگری نوشته شده است: فروش. روی توپ دیگر نوشته شده روابط عمومی و همگانی و روی توپ چهارم نوشته شده: مردم. علاوه بر این چهار توپ سفید، یک توپ قرمز وجود دارد. روی این توپ قرمز نوشته شده است: سود. همیشه شعبده باز باید به خاطر داشته باشد که هر چه اتفاق بیفتد نباید توپ قرمز را روی زمین بیندازد.»

حق با او بود. یک شرکت با بهترین میزان تولید، عالیترین وجه در بین مردم، داشتن افراد بسیار متعهد و پشتیبانی مالی بسیار بالا، بدون سود به زودی دچار مشکل می‌شود. مشکلی که به سرعت ۵۰۰ شرکت موفق را به یک خاطره تبدیل می‌کند.

شرح حکایت

در اغلب سازمان‌ها بعضی از مدیران و بخش‌ها، نقش خود را کلیدی و یا اصل و بقیه را حاشیه می‌پندارند و اهمیت و جایگاه خود را بیش از بیش در سازمان بزرگ می‌پندارند به گونه ای که نقش دیگران را نادیده می‌انگارند و از این نکته غافلند که سازمان آنها در حقیقت یک سیستم به هم پیوسته است و موفقیت هر عضو از اعضا وابسته به سایرین است.

جو عضوی بدر آورد روز گار

دگر عضوها را نماند قرار

می‌توان گفت که توپ قرمز، هدف یک سیستم یا سازمان است و توپ‌های سفید، وسیله رسیدن به آن هدف هستند، نه خود هدف. معمولاً جایجایی در اهداف به دلیل نگرش اشتباه در مورد هدف و وسیله رخ می‌دهد.