

با هدف آرایه و معرفی تازه ترین خدمات بیمه ای صورت گرفت

حضور فعال بیمه پارسیان در هفدهمین نمایشگاه صنعت ساختمان

بیمه پارسیان سه پوشش بیمه ای

بدنه خودرو، ثالث و درمان به گردشگران ایرانی آرایه می کند

با بیمه کامل به ارمنستان بروید



تشریح داخلی بیمه پارسیان • مدیریت روابط عمومی
شماره بیست و هشتم | مرداد ۱۳۹۶



مجمع عمومی عادی سالانه شرکت بیمه پارسیان (سهامی عام) برگزار شد





دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان

ارائه و صدور انواع بیمه های مسئولیت



بیمه نامه مسئولیت مدنی ناشی از اجرای عملیات ساختمانی در قبال اشخاص ثالث
بیمه نامه مسئولیت مدنی حرفه ای مهندسان طراح، محاسب و ناظر ساختمان



شماره بیست و هشتم | مرداد ۱۳۹۶



- مدیر مسئول: افشین نوری
- دبیر تحریریه: حمیده حاجی جعفر
- گروه تحریریه: مهدی اصغری
- طرح و اجرا: الفبای هنر
- گرافیک و صفحه آرایی: مهرداد هاشمیان
- نشانی: خیابان ولی عصر بالاتر از میرداماد،
خیابان قبادبان غربی، پلاک ۲۲
- کد پستی: ۱۹۶۹۶۳۴۳۱۳
- تلفن: ۴۲۱۶۹۳۴۱
- دورنگار: ۴۲۱۶۹۳۴۶
- info@parsianinsurance.com
- pr@parsianinsurance.com



۴



۶



۱۴



۱۲

۵

۷

۱۵

۱۳

مجمع عمومی عادی سالانه شرکت بیمه پارسیان (سهامی عام) برگزار شد



مجمع عمومی عادی سالانه شرکت بیمه پارسیان ۲۷ تیرماه با حضور اکثریت سهامداران برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه پارسیان، این شرکت به عنوان یک شرکت بزرگ بیمه بوری امسال نیز مجمع عمومی عادی سالانه خود را برگزار و مفاد دستور جلسه ذکر شده در آگهی دعوت به مجمع را که در جراید به چاپ رسیده بود به تصویب سهامداران رساند.

در این مراسم پس از قرائت آیاتی چند از کلام... مجید و پخش سرود جمهوری اسلامی ایران ابتدا نسبت به انتخاب رئیس مجمع، ناظران و منشی جلسه اقدام شد. پس از استقرار هیأت رئیسه مجمع و نمایندگان بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران و سازمان بورس و اوراق بهادار، گزارش فعالیت‌های شرکت که نشانگر رشد مناسب و ترکیب بهینه پرتفوی، ایفای تعهدات قانونی و آیین‌نامه‌ای و همچنین شفافیت صورت‌های مالی در سال گذشته بود توسط اویار حسین عضو هیأت مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان ارائه شد. همچنین انعقاد قرارداد با شرکت‌های بیمه بزرگ خارجی از نکات جدید و قابل توجه این گزارش بود که با استقبال سهامداران مواجه شد.

در ادامه، گزارش حسابرس و بازرس قانونی شرکت قرائت و پس از ارائه پاسخ‌های لازم در مورد بندهای گزارش حسابرس و بازرس و سؤالات مطرح شده، صورت‌های مالی عملکرد منتهی به ۳۰ اسفند ۱۳۹۵ به تصویب رسید و به ازای هر سهم معادل ۱۵۰ ریال سود نقدی تخصیص یافت. در پایان این جلسه مؤسسه حسابرسی بیات رایان به عنوان حسابرس و بازرس قانونی اصلی و مؤسسه حسابرسی آگاهان و همکاران به عنوان حسابرس و بازرس علی‌البدل برای سال مالی ۹۶ تعیین و روزنامه‌های اطلاعات و دنیای اقتصاد نیز به عنوان روزنامه‌های کثیرالانتشار جهت درج آگهی‌های شرکت انتخاب شدند.

با هدف آرایه و معرفی تازه ترین خدمات بیمه ای صورت گرفت

حضور فعال بیمه پارسیان در هفدهمین نمایشگاه صنعت ساختمان



بیمه پارسیان به عنوان یکی از آرایه دهندگان خدمات بیمه ای در حوزه ساخت و ساز در هفدهمین نمایشگاه صنعت ساختمان حضوری فعال داشت.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ متخصصان و کارشناسان بیمه های مسولیت، مهندسی، آتش سوزی، عمر و سایر رشته های بیمه ای در غرفه بیمه پارسیان پاسخگوی سئوالات بازدیدکنندگان بودند. هفدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت ساختمان با حضور ۸۸۷ شرکت داخلی و ۳۹۱ شرکت خارجی به مدت چهار روز از ۲۱ لغایت ۲۴ مردادماه سال جاری در محل نمایشگاه بین المللی تهران برگزار شد.

هدف بیمه پارسیان از شرکت در این نمایشگاه حضوری فعال و آرایه خدمات کارشناسی بیمه به تمام شرکت کنندگان این صنعت بزرگ و آرایه آخرین و جدیدترین خدمات بیمه ای بیمه پارسیان به مشارکت کنندگان و بازدید کنندگان بود. این نمایشگاه بزرگترین نمایشگاه صنعت ساختمان ایران و یکی از معروفترین نمایشگاه های خاور میانه محسوب می شود.



بیمه پارسیان سه پوشش بیمه ای بدنه خودرو، ثالث و درمان به گردشگران ایرانی ارایه می کند

با بیمه کامل به ارمنستان بروید



امکان استفاده گردشگران ایرانی در ارمنستان از بیمه نامه بدنه و شخص ثالث خودرو و درمان فراهم شد. پس از انعقاد قرارداد بیمه پارسیان با «روسگستراخ» بزرگترین شرکت بیمه ای ارمنستان گردشگران ایرانی که از طریق زمینی به ارمنستان سفر می کنند می توانند از سه بیمه نامه بدنه خودرو، شخص ثالث خودرو (با شرایط کشور ارمنستان) و بیمه درمان مسافرتی استفاده کنند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ بر اساس این گزارش ۳ نوع بیمه نامه در قرارداد منعقد شده میان بیمه پارسیان و بزرگترین شرکت بیمه ارمنستان قابل ارایه به بیمه گذاران است که در تمام شعب و نمایندگی های بیمه پارسیان در سراسر کشور و همچنین در مرز ارمنستان صادر می شود.

■ جزییات سه پوشش بیمه ای جدید

بیمه خودرو

در صورتی که خودرو گردشگرانی که با وسیله نقلیه شخصی به ارمنستان مسافرت می کنند دچار سانحه شود این بیمه نامه تمام پوشش های بیمه نامه بدنه و همچنین مزایایی از قبیل حمل رایگان و اعزام به تعمیر گاه و پرداخت خسارت بیمه های بدنه خودرو را شامل می شود.

بیمه شخص ثالث اجباری خودرو کشور ارمنستان

شامل پوشش های بیمه شخص ثالث طبق قوانین کشور ارمنستان بوده و گردشگران ایرانی می توانند قبل از ورود به کشور ارمنستان از طریق شعب و نمایندگان بیمه پارسیان در سراسر کشور یا در مرز آن را خریداری و از مزایای آن هنگام مسافرت خود بهره مند شوند.

بیمه درمان مسافرت هوایی و بیمه درمان مسافرتی

بر اساس قراردادهایی که بیمه پارسیان با مراکز درمانی و بیمارستان های درجه اول ارمنستان منعقد کرده گردشگران ایرانی در این کشور در صورتی که قبل از خروج از کشورمان این بیمه نامه را از پارسیان دریافت کنند می توانند در صورت لزوم از تمام مزایای آن در کشور ارمنستان بهره مند شوند.

لازم به ذکر است که پاسخگویی به بیمه گذاران بیمه پارسیان در کشور ارمنستان هنگام تماس جهت استفاده از بیمه نامه خود (در صورت وقوع حادثه) به زبان فارسی انجام خواهد گرفت تا در این زمینه نیز مشکلی برای بیمه گذاران بوجود نیاید.





در زمینه بیمه عمر و مسئولیت صورت گرفت

برگزاری دو دوره آموزشی در تهران و بابل



در ادامه برنامه های آموزشی شرکت بیمه پارسیان برای کارکنان خود که در جهت ارتقای بهره وری و توانمندی آنها در دستور کار قرار گرفته است، در ماه های اخیر دو کلاس آموزشی در زمینه های بیمه عمر و مسئولیت به ترتیب در شهرستان های بابل و تهران برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، در همین راستا دوره آموزش کاربردی مباحث خسارت بیمه های مسئولیت توسط فتاحی مدیر بیمه های مسئولیت بیمه پارسیان برای روسا و سرپرستان مجتمع های بیمه ای و شعب در روزهای ۱۳ و ۱۴ تیرماه امسال در مجتمع آموزش های تخصصی توسط اداره آموزش برگزار شد. همچنین در ۲۴ تیرماه با حضور مهدی قلی زاده رییس صدور بیمه های عمر، جلسه آموزشی بیمه های عمر و سرمایه گذاری با شرکت کلیه نمایندگان و پرسنل شعبه بابل در سالن اجتماعات دانشگاه علمی و کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴ بابل برگزار شد. در این جلسه در ابتدا در خصوص عملکرد و میزان فروش نمایندگان در سنوات گذشته و لزوم افزایش میزان فروش در رشته عمر و سرمایه گذاری و دستیابی به میزان پرتفوی انتظاری و حفظ ترکیب پرتفو مورد نظر شرکت بیمه پارسیان توضیحاتی ارائه شد. پس از آن اسوی قلی زاده رئیس صدور بیمه های عمر درباره بیمه های عمر و سرمایه گذاری آموزش های لازم به نمایندگان ارائه شد.

برگزاری دوره آموزش کاربردی مباحث خسارت بیمه های مسئولیت

دوره آموزش کاربردی مباحث خسارت بیمه های مسئولیت توسط آقای فتاحی مدیر بیمه های مسئولیت برای روسا و سرپرستان مجتمع های بیمه ای و شعب در روزهای ۱۳ و ۱۴/۰۴/۹۶ در مجتمع آموزش های تخصصی برگزار گردید.



تقدیر سپاه پاسداران از سرپرست مجتمع سنندج

سرپرست مجتمع بیمه ای سنندج از سوی سپاه پاسداران کامیابان مورد قدردانی قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، شورش سلیمان پور سرپرست مجتمع بیمه ای سنندج به دلیل خدمات شایسته و تعامل مثبت، به ویژه مراحل دریافت خسارت، کارشناسی و پرداخت خسارت آتش سوزی انبار مرکزی از سوی فرمانده سپاه شهرستان کامیابان مورد قدردانی قرار گرفت.

آشنایی با سد و مزایای آن

غول های بتنی در گلوئی رودخانه ها

(بخش نخست)

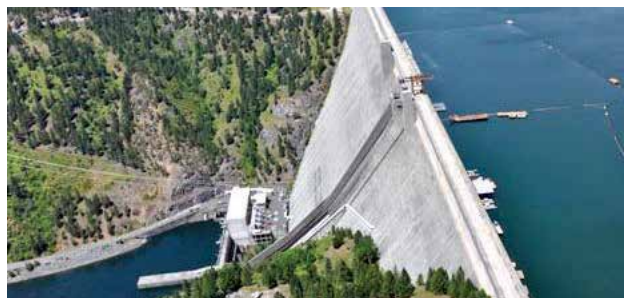
سد دیواری محکم است که به منظور مهار کردن یا تغییر مسیر آب در عرض دره یا میان دو کوه و در مسیر رود ساخته می شود و می توان از آب ذخیره شده در پشت آن، به منظور تولید نیروی برق و یا آبرسانی به مناطق پائین دست و یا کنترل سیلاب استفاده نمود.

سدها به لحاظ نوع مقابله با نیروهای وارده به

دو گروه عمده تقسیم می شوند: سدهای وزنی و سدهای قوسی

■ سدهای وزنی:

در سدهای وزنی مقاومت سد در مقابل فشار بسیار زیادی که آب پشت سد به آن وارد می آید به وسیله وزن سازه تأمین می شود و به همین دلیل این نوع سدها حجم بسیار بزرگی دارند. در ساخت سازه ای با این حجم بالا، مهم ترین مسئله تأمین مصالح است. در ساخت این نوع سدها معمولاً از مصالح موجود در محل احداث استفاده می شود. در دسترس ترین این گونه مصالح خاک و سنگ است و به همین دلیل امروزه سدهای وزنی در دو نوع سدهای خاکی و بتنی ساخته می شوند. نمونه ای از این نوع سد در کشورمان، سد بتنی وزنی کمایستان در استان خراسان رضوی است.



■ سدهای قوسی (تک قوس، دو قوس):



و کم شیب مناسب هستند. سدهای خاکی از خاک های به هم فشرده و همگن تشکیل می شود. از سدهای خاکی به علت این که به راحتی قابل ساخت هستند برای مناطقی که دسترسی به سیمان گران تمام شده یا صرفه اقتصادی ندارد استفاده فراوانی می شود. نمونه ای از این نوع سد در کشورمان، سد خاکی کرخه در استان خوزستان میباشد. نیروهای وارده بر انواع سدها در شکل زیر نشان داده شده اند:

منبع: نشریه دانش روزنامه اطلاعات

گزیده ای از مقررات ملی ساختمان در مقوله ایمنی عملیات ساختمانی

مقررات ملی ساختمان مجموعه ای است از ضوابط فنی، اجرایی و حقوقی لازم الرعایه در طراحی، نظارت و اجرای عملیات ساختمانی اعم از تخریب، نوسازی، توسعه بنا، تعمیر و مرمت اساسی، تغییر کاربری و بهره برداری از ساختمان که به منظور تأمین ایمنی، بهره دهی مناسب، آسایش و بهداشت و صرفه اقتصادی فرد در جامعه وضع شده است.

مقررات ملی ساختمان مجموعه ای از حداقل های مورد نیاز و بایدها و نبایدهای ساخت و ساز است و به همین دلیل رعایت ضوابط تعیین شده در آنها به منظور حصول اطمینان از اجرای صحیح و اصولی عملیات و کاهش مخاطرات احتمالی مورد توجه بیمه گرمی باشد. مختصری از مقررات کاربردی مبحث ۱۲ مقررات ملی ساختمان در زیر آمده است:

۱ قبل از هر گونه گودبرداری و حفاری باید در مورد وجود کابل های زیر زمینی انتقال و توزیع نیروی برق در منطقه عملیات بررسی لازم به عمل آمده و ضمن استعلام از مراجع ذیربط، حریم های قانونی رعایت و در صورت لزوم اقدامات احتیاطی از قبیل قطع جریان، تغییر موقت یا دائم مسیر، حفاظت و ایزوله کردن این خطوط توسط مراجع مذکور انجام شود.

۲ قبل از شروع عملیات ساختمانی در مجاورت خطوط هوایی برق فشار ضعیف، باید مراتب به مسئولین و مراجع ذیربط اطلاع داده شود تا اقدامات احتیاطی لازم از قبیل قطع جریان، تغییر موقت یا دائم مسیر یا روکش کردن خطوط مجاور ساختمان با لوله های پلی اتیلن یا شیلنگ های لاستیکی و نظایر آن انجام شود.

۳ وسایل، تجهیزات و ماشین آلات ساختمانی باید در موارد زیر توسط اشخاص ذیصلاح بازدید و کنترل گردیده و سپس مورد بهره برداری قرار گیرند:
الف- قبل از استفاده برای اولین بار،

ب- پس از هر گونه جابجایی، نصب یا تغییرات و تعمیرات اساسی

ج- در فواصل زمانی معین و مناسب، طبق دستورالعمل سازنده دستگاه

۴ کلیه رانندگان یا متصدیان ماشین آلات و تجهیزات ساختمانی باید آموزش های لازم در مورد نحوه کار با این وسایل را طبق قوانین و مقررات مربوط فرا گرفته و دارای پروانه فنی یا گواهی نامه ویژه از مراجع ذیربط باشند.

۵ موقعیت تاسیسات زیر زمینی از قبیل جاده ها، کانال های فاضلاب، چشمه ها و قنوات قدیمی، لوله کشی آب و گاز، کابل های برق و تلفن که ممکن است در حین عملیات گودبرداری و خاک برداری موجب بروز خطر یا حادثه گردند و یا خود دچار خسارت شوند، مورد بررسی و شناسایی قرار گرفته و با همکاری سازمان های ذیربط نسبت به تغییر مسیر دائم یا موقت و یا قطع جریان و همچنین ایمن سازی آنها اقدام گردد.

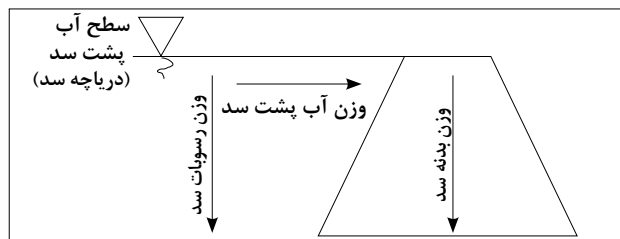
۶ هنگامی که بر اثر عملیات ساختمانی خطری متوجه رفت و آمد عابران و یا خودروها باشد، باید با کسب نظر از مراجع ذیربط یک یا چند مورد از موارد زیر به کار گرفته شود:

- گماردن یک یا چند نگهبان با پرچم اعلام خطر در فاصله مناسب
- قرار دادن نرده های حفاظتی متحرک در فاصله مناسب از محوطه خطر و نصب چراغ های چشمک زن یا سایر علائم هشدار دهنده
- نصب علائم آگاهی دهنده و وسایل کنترل مسیر در فاصله مناسب

۷ دستگاه های بالابر ثابت از قبیل جرثقیل های بر جی (تاور کرین ها) و آسانسور های موقت باید به طور مطمئن در محل خود مهار گردند. در مورد تاور کرین ها، استحکام و مقاومت زمین محل استقرار دستگاه و همچنین پی آن، قبل از شروع عملیات نصب و مونتاژ باید توسط شخص ذیصلاح مورد بررسی قرار گیرد. همچنین نحوه مهار این دستگاه ها باید به تریبی باشد که در مقابل حداکثر نیروی باد و طوفان در محل، مقاومت کافی داشته باشد.

اساس غلبه بر فشار آب در این سدها انتقال نیرو به دیواره های دره و در حقیقت شکل هندسی سد است. این سدها در مقیاس بزرگ غالباً از بتن مسلح ساخته می شوند. سدهای قوسی مناسب دره های عمیق و کم عرض هستند. چنانچه مقطع سد بتنی دو قوسی را برشی عرضی دهیم به مانند سطح تخم مرغ دو قوس (انحناء)، یکی به سمت داخل و دیگری به خارج از پوسته خواهیم دید. نمونه ای از این نوع سد در کشورمان، سد بتنی دو قوسی دز در استان خوزستان میباشد.

■ سدهای خاکی:



در ساخت سدهای خاکی، آن چه در برابر آب سد می شود، ترکیبی از مصالح خاکی با محوریت یک هسته نسبتاً نازک رسی است. خاک رس این ویژگی را دارد که با مرطوب شدن، به عایق خوبی برای نفوذ آب تبدیل می شود. به جز هسته رسی، مابقی حجم سد را سنگ و خاک غیر محلول در آب تشکیل می دهد.

سدهای خاکی همواره با مشکل محدودیت ارتفاع مواجه هستند و برای دره های عریض



مدیر بیمه‌های باربری در گفت و گو با چتر تاکید کرد

رونق تجارت خارجی با بیمه باربری
بیمه باربری در خدمت تجارت خارجی

از میان رشته‌های بیمه‌ای، باربری یکی از تخصصی‌ترین رشته‌های بیمه‌ای است که البته سهم چندانی در پرتفوی صنعت بیمه ندارد. با این حال این رشته نقش ارزشمندی در پشتیبانی از تجارت دارد. به گونه‌ای که تمام کسانی که در زمینه صادرات و واردات و خرید و فروش کالا در کشور فعال هستند، اهمیت آن را درک می‌کنند چرا که بدون آن ریسک فعالیت اقتصادی را به شدت بالا می‌برند. البته در کنار درک تاجران از اهمیت بیمه باربری قوانین کشور نیز به کمک این رشته بیمه‌ای آمده است و شرط گشایش اسناد برای تاجران داشتن بیمه‌نامه معتبر است. با این حال بر اساس گفته‌های سارا آقایی ملایری مدیر بیمه‌های باربری شرکت بیمه پارسیان، هم اکنون کل سهم بیمه باربری از پرتفوی صنعت بیمه ۷ درصد است که این سهم در بیمه پارسیان به یک درصد رسیده است. مشروح گفت و گوی نشریه چتر را با مدیر بیمه‌های باربری بیمه پارسیان می‌خوانید.

هدف بیمه‌های باربری است. بدین معنا که بسیاری از نمایندگان و شبکه فروش بازار بیمه در کشور نمی‌دانند که جهت فروش بیمه‌های باربری به چه اشخاصی باید مراجعه کنند و در واقع مشتریان و متقاضیان بیمه‌نامه‌های باربری را نمی‌شناسند. حتی در برخی از مواقع بیمه‌های باربری با بیمه‌های مسئولیت متصدیان حمل و نقل مشابه در نظر گرفته می‌شود و به اشتباه شرکت‌های حمل و نقل به عنوان بازار هدف فروش بیمه‌های باربری در نظر گرفته می‌شود. این در حالی است که بر اساس تعریفی که از بیمه‌های باربری و جایگاه آن در رونق تجارت داخلی و خارجی ارایه شد، مشتریان بیمه‌های باربری و در واقع بازار هدف فروش بیمه‌های باربری کلیه اشخاصی هستند که اقدام به واردات یا صادرات انواع کالا کرده یا کالاهایی را در داخل کشور خرید و فروش می‌کنند، اعم از انواع کارخانجات تولیدی، شرکت‌های بازرگانی، پتروشیمی‌ها و غیره.

علاوه بر موارد فوق عدم آشنایی و تسلط شبکه فروش بیمه‌های باربری با مفاهیم، شرایط عمومی و خطرات تحت پوشش بیمه‌های باربری یکی دیگر از چالش‌های فروش بیمه‌های باربری در ایران محسوب می‌شود.

همه موارد عنوان شده بطور خاص مربوط به چالش‌های فروش بیمه‌های باربری است که علاوه بر آن می‌بایست چالش‌های فروش انواع بیمه‌نامه‌ها و ضریب نفوذ بیمه در ایران را نیز به آن اضافه کرد.

نقش شبکه فروش (کارگزاران و نمایندگان) در توسعه بیمه‌های باربری چقدر است؟
یکی از اساسی‌ترین ویژگی‌های خدمات بیمه، نامشهود و ناملموس بودن آن است. به همین سبب گردانندگان صنعت بیمه بر این باورند که محصول آن‌ها باید فروخته شود، نه این که خریداری شود. در واقع معتقدند که مردم تمایل زیادی به بیمه شدن ندارند، پس باید در پی مشتری بود و مزایای بیمه را به آنها شناساند. اما مشتریان بیمه‌های باربری که شامل تاجران داخلی، واردکننده‌ها و صادرکننده‌ها هستند، با توجه به ماهیت کار و الزاماتی که از طرف بانک‌ها و گمرکات برای آنها وجود دارد، اغلب با لزوم تهیه بیمه‌نامه باربری و همچنین مفاهیم و اصطلاحات آن آشنایی دارند. حتی در بسیاری از موارد سطح اطلاعات آنها از بسیاری از نمایندگان و کارگزاران صنعت بیمه نیز فراتر است. بنابراین بین نقش شبکه فروش شامل کارگزاران و نمایندگان در توسعه فروش بیمه‌های باربری و سایر رشته‌های بیمه‌ای تفاوت وجود دارد. از این نظر که مشتریان این رشته تمایل به بیمه شدن دارند و بر لزوم آن نیز واقفند و در همین راستا به دنبال نماینده یا کارگزاری هستند که بر موضوع مسلط بوده و سرویس سریعتر و بهتری را نسبت به سایرین به آنها ارائه دهد. لذا افزایش تعداد نمایندگان آشنا تر و مسلط تر به مفاهیم بیمه‌های باربری می‌تواند منجر به افزایش فروش بیمه‌های باربری در هر شرکت بیمه نسبت به سایر رقبا شود.

در نظر گرفتن این نکته ضروری است که هر چند به دست آوردن مشتری برای نماینده کار مشکلی است، اما سخت‌تر از آن حفظ و رضای نگهداشتن مشتری است. حفظ یا از دست دادن مشتری دلایل متعددی می‌تواند داشته باشد، ولی عمده‌ترین علت، عملکرد و نحوه برخورد فروشنده بیمه با مشتری است. نحوه فروش بیمه‌نامه، پیگیری‌های مربوط به تمدید بیمه‌نامه و شیوه خدمات دهی تاثیر بسزایی در جذب و نگهداری مشتری خواهد داشت.

بانک‌ها هم در توسعه بیمه‌های باربری نقش دارند؟

بیمه‌نامه باربری یکی از اسناد مورد نیاز جهت گشایش اعتبار اسنادی در بانک هاست و هر شخصی که از طریق اعتبار اسنادی اقدام به واردات کالا به کشور می‌کند، می‌بایست بیمه‌نامه باربری را به عنوان یکی از اسناد لازم به بانک ارایه دهد. بنابراین افزایش امکان گشایش اعتبار برای بانک‌ها و خریداران ایرانی در افزایش فروش بیمه‌نامه‌های باربری مؤثر خواهد بود.

بیمه‌نامه‌های باربری چه نوع خدماتی به بیمه‌گذاران ارایه می‌دهد؟

حمل و نقل کالاهای یکی از اجزای لاینفک هر فعالیت تجاری، بازرگانی یا تولیدی است. اما آنچه در این میان شایان توجه خواهد بود آن است که حادثه هیچ‌گاه خیر نمی‌کند و با وجود پیشرفت‌های گسترده دانش و فناوری و توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل، همواره احتمال بروز مخاطرات برای محموله‌ها وجود دارد. آن چه آرامش را در لحظه‌های بروز خطر به ارمان می‌آورد، برخورداری از یک بیمه باربری (حمل و نقل کالا) با پوشش‌های مناسب است.

بیمه حمل و نقل کالا بیمه‌ای است که به موجب آن بیمه‌گر در مقابل حق بیمه‌ای که از بیمه‌گذار دریافت می‌کند متعهد می‌شود در جریان حمل کالا از نقطه‌ای به نقطه دیگر در صورت وقوع خطرهای موضوع بیمه چنانچه، کالا تلف شده یا دچار خسارت شود یا بیمه‌گذار در رابطه با این خطرات هزینه‌ای متحمل شود، زیان وارده را بپردازد و جبران کند. این نوع بیمه به دلیل توسعه روز افزون تجارت در سطح بین‌المللی و داخلی مهم‌ترین نیاز جهت آرامش خاطر و سهولت کار در تجارت امروزی به شمار می‌رود.

بدین ترتیب این نوع بیمه‌نامه در رونق تجارت نیز موثر است؟

کلیه اشخاصی (حقیقی و حقوقی) که اقدام به واردات یا صادرات انواع کالا کرده یا انواع کالاهای را در داخل ایران خرید و فروش می‌کنند با داشتن بیمه‌نامه باربری اطمینان خواهند داشت که در صورت آسیب دیدن یا از بین رفتن تمام یا بخشی از کالا خسارت وارده توسط شرکت بیمه بر اساس شرایط بیمه‌نامه باربری جبران خواهد شد. ایجاد اطمینان خاطر برای تاجران در جبران خسارت‌های وارده در حین حمل و نقل کالا یکی از اساسی‌ترین نقش‌های بیمه‌های باربری در رونق بخشیدن به تجارت داخلی و خارجی است و تامین یکی از اسناد مورد نیاز جهت گشایش اعتبار اسنادی و استفاده از تسهیلات بانکی و همچنین پوشش بیمه‌ای جهت استقرار کالای حمل شده در گمرک نیز به مزایای آن اضافه می‌شود.

سهم بیمه‌های باربری در پرتفوی بیمه پارسیان چگونه است؟

شرکت بیمه پارسیان به عنوان یکی از توانمندترین شرکت‌های صنعت بیمه کشور با رتبه توانگری مالی یک و حضور در میان یکصد شرکت برتر کشور با ارائه انواع بیمه‌های باربری تلاش دارد تا امنیت سرمایه تاجران را در برابر مخاطرات محتمل و غیرقابل پیش‌بینی فراهم آورد. هدف ما فراهم آوردن خدمات هر چه سریعتر و مطلوبتر برای مشتریان گرامی است.

بر اساس آخرین آمار منتشر شده از سوی بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، سهم حق بیمه بیمه‌های باربری در سال گذشته ۰/۷ درصد از کل پرتفوی حق بیمه در کشور است. اما سهم پرتفوی بیمه‌های باربری در بیمه پارسیان در سال ۹۵ یک درصد از کل پرتفوی شرکت را شامل می‌شود که از متوسط صنعت بیمه کشور بالاتر است. در مجموع حدود ۹/۵ درصد از پرتفوی حق بیمه باربری کل صنعت بیمه کشور متعلق به بیمه پارسیان است.

فروش بیمه‌نامه باربری در ایران چه چالش‌هایی دارد؟

با توجه به اینکه بیمه‌نامه‌های باربری جهت پوشش قراردادن محموله‌های وارداتی، صادراتی یا داخلی صادر می‌شود، بنابراین میزان فروش بیمه‌نامه‌های باربری ارتباط مستقیمی با میزان واردات، صادرات و معاملات داخلی دارد. بر این اساس کلیه عواملی که بطور مستقیم یا غیرمستقیم حجم واردات، صادرات یا معاملات داخلی را تحت تاثیر قرار می‌دهد، از جمله اوضاع اقتصادی کشور، مسائل سیاسی داخلی و بین‌المللی بر میزان فروش بیمه‌نامه‌های باربری تاثیر دارد. در صورتی که شرایط اقتصادی و سیاسی کشور به گونه‌ای باشد که موجب کاهش حجم معاملات و خرید و فروش کالاها در داخل یا در سطح بین‌المللی شود، به طور قطع فروش بیمه‌نامه‌های باربری نیز با چالش عمده‌ای مواجه شده و کاهش می‌یابد. چالش دیگر پیش روی فروش بیمه‌های باربری در ایران عدم آشنایی شبکه فروش با بازار

گفت و گوی «چتر» با سرپرست مجتمع بیمه ای تبریز

بزرگان صنعت تبریز زیر چتر بیمه پارسیان

مجتمع های بیمه ای شرکت بیمه پارسیان همواره به عنوان بازوان و بال های این شرکت برای پرواز به سوی توسعه عمل کرده است. یکی از این مجتمع ها که با قرارداد داشتن در یکی از قطب های صنعت و تولید کشور نقش ویژه ای در افزایش عملکرد بیمه ای شرکت داشته، مجتمع بیمه ای تبریز است. وحیده شهیدی هم اکنون سرپرستی این مجتمع را بر عهده دارد. وی فارغ التحصیل رشته مدیریت بیمه از دانشگاه علامه طباطبائی تهران و همچنین کارشناسی ارشد مدیریت مالی از سازمان مدیریت صنعتی تبریز است که از مردادماه سال ۱۳۸۴ در شرکت بیمه پارسیان به عنوان کارشناس و از سال ۱۳۹۲ به عنوان معاون مجتمع و در حال حاضر به عنوان سرپرست مجتمع تبریز انجام وظیفه می کند. نشریه چتر برای آگاهی از عملکرد و برنامه های این مجتمع بیمه ای با وحیده شهیدی به گفت و گو نشست است.



داشتن یک شبکه فروش توانا چه کارهایی باید انجام داد؟

شبکه فروش که شامل نمایندگان و بازاربانان است در واقع خط مقدم شرکت های بیمه محسوب می شوند که به دلیل ارتباط تنگاتنگ با مشتریان و بیمه گذاران و رقبا همیشه حامل اطلاعات ارزشمندی در خصوص بازار و حوزه فعالیت های مرتبط هستند. تلاش این مجتمع ضمن حفظ منافع شرکت، حمایت، هدایت و نظارت بر عملکرد نمایندگان را سرلوحه برنامه های خود قرار داده است. در این راستا ضمن برگزاری جلسات عمومی و خصوصی با نمایندگان، نیازسنجی های فنی و آموزشی، تلاش در برگزاری دوره های آموزشی، تشکیل کمیته تخصصی بازاربانی متشکل از چند نفر از همکاران مجتمع جهت هدایت نمایندگان در فعالیتهای بازاربانی و همراهی آنها در جلسات بازاربانی توانسته است تا حدودی در ارتقای کارآمدی نمایندگان موثر باشد.

در پایان ضمن تشکر از مقام محترم مدیر عامل جناب آقای اویار حسین، جناب آقای بدروسیان معاون محترم مدیر عامل و سایر مدیران و معاونان فنی و همچنین رهنمودهای جناب آقای اشرفی مدیر محترم امور شعب، نمایندگان، جناب آقای فرداد سرپرست محترم منطقه، از زحمات تک تک همکاران و نمایندگان مجتمع تبریز قدردانی و برآی آنها آرزوی موفقیت روزافزون و رشد و تعالی شرکت بیمه پارسیان را دارم.

می توان به مجموعه تراکتورسازی ایران، ماشین سازی، داروسازی شهید قاضی، گروه صنعتی نجاتی (اناتا)، اداره کل منابع طبیعی استان و... اشاره کرد. با توجه به اینکه ماموریت شرکت ما تامین آرامش برای مشتریان از طریق خدمات متمایز و ایجاد آسایش است قطعاً کلیه همکاران این مجتمع نیز این ماموریت مهم را سرلوحه فعالیت خود قرار داده اند.

چه ویژگی هایی در بیمه پارسیان باعث اعتماد بیمه گذاران بزرگ به این شرکت شده است؟

با توجه به کسب موفقیت های چشمگیر بیمه پارسیان در عرصه های ملی و بین المللی و عدم انحراف از ماموریت و چشم انداز شرکت و همچنین تلاش روزافزون در جهت دستیابی به اهداف والای انسانی و سازمانی زمینه ساز جلب اعتماد بیمه گذاران مختلف بوده است. در این خصوص دریافت نشان تندیس ملی رعایت حقوق مصرف کنندگان، دریافت تندیس زرین سومین جشنواره برند محبوب مصرف کنندگان و... نشان از محبوبیت و توفیقات روزافزون شرکت بیمه پارسیان دارد. در کنار آن توانگری مالی، بهره مندی از مدیران و کادر فنی مجرب و توانمند، استفاده از نیروهای انسانی جوان، خلاق و خوش فکر، نشان از مدیریت علمی و حرفه ای سازمان و نقش آن در پیشرفت و اعتلای جایگاه بیمه پارسیان در صنعت بیمه است.

ارتباط شما با شبکه فروش چگونه است و برای

با توجه به قابلیت های استان، چه برنامه هایی برای جذب پرتفوی و افزایش سهم بازار شرکت بیمه پارسیان دارید؟

همانطور که مستحضرد بازاربانی امروز نه بر محور امکانات تولیدی سازمان که بر اساس رضایت مشتری استوار است. بنابراین این مجتمع نیز با تبعیت از شیوه های بازاربانی در راستای بررسی مشکلات و تلاش در کاهش موانع پیش رو و ارائه خدمات منحصر به فرد، سعی در افزایش سهم بازار دارد. با توجه به اینکه استان آذربایجان شرقی یکی از قطب های صنعتی کشور محسوب می شود لذا عمده تلاش این مجتمع در راستای افزایش همکاری ها با کارخانجات و جذب پرتفوی به صورت تجمیع است که تا حدودی در این امر موفق بوده و امید است با تلاش تک تک همکاران و مساعدت های مدیران ارشد شرکت که همیشه لطفشان شامل حال بوده است این روند رو به رشد همچنان ادامه داشته باشد.

تبریز به عنوان یکی از قطب های صنعت کشور، صنایع بزرگ بسیاری را در خود جای داده است. هم اکنون از میان آنها چه صنایعی به عنوان بیمه گذار با بیمه پارسیان همکاری می کنند؟

مجتمع تبریز با داشتن نیروهای متعهد و متخصص در کلیه رشته های بیمه ای فعالیت داشته و در حال حاضر در بازار صنعت بیمه ای جایگاه مناسبی در منطقه برخوردار است که از مهمترین و بزرگترین بیمه گذاران این مجتمع



پیروزی الیاسی یکی از نمایندگان بر تر فروش بیمه پارسیان مطرح کرد مشتری راضی رمز موفقیت در بازاریابی بیمه

در کنار دانشی که برای پیشبرد اهداف یک حرفه ضروری است، استفاده از تجارب سایرین نیز اهمیت ویژه ای دارد. به طوری که استفاده از تجربه سایرین ارزان ترین و آسان ترین راه برای پیشرفت شناخته می شود. بر همین اساس گفت و گو با نمایندگان فروش بیمه پارسیان می تواند راهگشا باشد. پیروزی الیاسی یکی از نمایندگان فروش موفق در شرکت بیمه پارسیان است که در سال های فعالیت خود توانسته است موفقیت های زیادی کسب کند. وی فعالیت بیمه ای خود را از پایان سال ۹۰ در شهرستان شوش دانیا (ع) آغاز کرد و در سال ۹۲ با اخذ مجوز جنرال، فعالیت خود را در همه رشته های بیمه ای ادامه داد. در سالهای ۹۳، ۹۴ و ۹۵ به عنوان نماینده بر تر فروش بیمه عمر در سطح استان خوزستان و رتبه ۱۰ در سال ۹۵ در سطح کشور انتخاب شد. گفت و گو نشریه چتر را با این نماینده فروش بیمه پارسیان می خوانید.

مشتریان برای آنها ارزشمند است و در نتیجه مشتریان وفادار حساسیت کمتری به قیمت خواهند داشت. بازاریابی رابطه مند و مدیریت ارتباط با مشتری از جمله استراتژی هایی است که شرکت های کامیاب امروز برای دستیابی به اهداف خود از آن بهره برداری می کنند و می توان استفاده مطلوب از آنها را به عنوان یک مزیت رقابتی پایدار در دنیای تجارت امروز دانست. چنین به نظر می رسد که در دنیای تجارت امروز توجه و عمل به اصول بازاریابی رابطه مند و مدیریت ارتباط با مشتری می تواند سهم عمده ای در حفظ و نگهداری مشتریان کنونی و در نتیجه سودآوری شرکت داشته باشد و می تواند برای شرکت به عنوان مزیت رقابتی پایدار به شمار آید. از طرفی با رشد تکنولوژی و فراگیر شدن کامپیوتر در جهان، فرآیند مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری از جایگاه ویژه ای برخوردار است.

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

از آنجایی که بازاریابی و شبکه فروش به منزله بازوی اجرایی شرکت بیمه محسوب می شود نمایندگانی که قدرت متقاعد کردن و جذب مشتری را ندارند می توانند افراد مجرب به عنوان همکار نه به عنوان بازاریاب استفاده کنند. من در این راه از توان، تخصص و تجربیات ارزشمند امیر شایسته راد به عنوان مدیر فروش دفتر نمایندگی استفاده کرده ام و جادار درماتب تشکر و قدردانی از زحمات و تلاشهای ایشان ابراز نمایم چرا که موفقیت های پی در پی نمایندگی خود را مدیون زحمات ایشان میدانم. همچنین از سیاوش رضایی ریس شعبه بیمه پارسیان بخاطر تلاش های مستمر و خالصانه که در پیشبرد اهداف شرکت انجام می دهند کمال تشکر را دارم.

نخواهیم داشت.

■ به نظر شما برای فرهنگ سازی در زمینه بیمه چه اقداماتی را می توان انجام داد؟

یکی از مولفه های تاثیر گذار در اقتصاد ملی هر کشوری بالا بودن ضریب نفوذ بیمه است که با فرهنگ سازی می توان به آن دست یافت. فرهنگ سازی بیمه را به دو بخش تقسیم می کنند که بخشی از آن به فرهنگ مردم و بخش دوم به عملکرد شرکت های بیمه بر می گردد. یکی از مهم ترین عوامل ناموفق بودن بیمه ها در ایران عملکرد منفی شرکتهای بیمه ای است زمانی که مردم برای عقد قرارداد به یکی از شرکت ها مراجعه می کنند بر خورد مودبانه و دوستانه ای با او می شود ولی زمانی که خسارتی رخ می دهد و پرداختی باید صورت گیرد با بهانه های مختلف از انجام تعهدات خود شانه خالی می کنند.

■ در مورد تعامل نمایندگان با یکدیگر و همچنین واحدهای صدور چه نظری دارید و آیا از نحوه ارتباط مدیران ستادی با نمایندگان رضایت دارید؟

بیمه پارسیان و مدیران ستادی آن در سال های متمادی، عملکرد بسیار برجسته و چشمگیری داشته و یک نیروی انگیزه بخش در سراسر سازمان بوده اند و سهم بسزایی در موفقیت داشته و کار مدیریت را برای نمایندگان آسانتر کرده اند. تعامل و ارتباط نمایندگان شعبه ما در حد مطلوبی است به طوری که در جلسات ماهیانه شعب به نوبت هر نماینده بخشی از تجربیات فروش خود را در جلسه مطرح می کند

■ برای حفظ مشتریان از چه ابزارهای تشویقی باید استفاده کرد؟

مشتریان خشنود و حفظ شده (وفادار) موجب جذب دیگر مشتریان بالقوه برای شرکت خواهند بود. برقراری روابط با

■ برای شروع گفت و گو به سراغ مفهوم اولیه بیمه برویم. اگر مشتری به شما رجوع کند و از شما بپرسد بیمه را برایش تعریف کنید چه می گوئید؟

بیمه یعنی پس اندازی کوچک، اما سرمایه ای بزرگ، بیمه یعنی برنامه ریزی، آینده نگری، داشتن هدف، یعنی دوست داشتن خانواده، یعنی زندگی درست، بیمه یعنی گستراندن چتر آسایش و اطمینان بر خانواده.

■ برای فروش بهتر بیمه های عمر انفرادی چه توصیه ای برای سایر نمایندگان دارید؟

در فروش بیمه عمر ما باید بیاموزیم که با مشتریانی که به گونه ای صحبت کنیم که فردا را در ذهن آنها به امروز تبدیل کنیم. ما به آنها می آموزیم که آینده را همین امروز پیش روی خود ببینند و مجسم کنند. باید به آنها این اطمینان را بدهیم که با اعتماد به بیمه می توانند آینده ای مطمئن و روشن برای خود و خانواده شان بسازند.

■ موفقیت در فروش بیمه های عمر را مدیون چه می دانید؟

الماس موفقیت در فروش بیمه عمر بر پایه اعتماد به نفس استوار است و اعتماد به نفس فقط و فقط حاصل دو چیز است یکی دانش تخصصی و دیگری کسب تجربه در همان زمینه. درصد زیادی از تصمیمات مربوط به خرید از سوی مشتریان بر پایه احساس صورت می گیرد. به عبارت دیگر همه ما ابتدا یک احساس برای خرید می گیریم و سپس آن را به صورت منطقی توجیه می کنیم. بیمه عمر به دلیل ماهیت خاص خود که ارتباط مستقیم با تامین آتیه خانواده، همسر و فرزندان دارد، تاثیر بسزایی بر احساسات مشتری دارد. این یعنی اگر نتوانید به مشتری علاوه بر دلایل منطقی، دلایل عاطفی برای تصمیم به خرید بدهیم شانس برای فروش

پارسیان نایب قهرمان مسابقات والیبال ساحلی جام رمضان شد



مجمع بیمه ای پارسیان بندرعباس در مسابقات والیبال ساحلی جام رمضان نایب قهرمان شد.

این مسابقات که با حضور ۱۲ تیم از شرکت های بیمه ای استان هرمزگان در کنار آب های نیلگون خلیج فارس برگزار شد مجمع بیمه ای بندرعباس در دیدار نیمه نهایی با شکست بیمه تعاون توانست به فینال مسابقات راه یابد. در ادامه این رقابت ها که با شکست در مسابقه فینال عنوان نایب قهرمانی این مسابقات که تیم مجمع بندرعباس بیمه پارسیان رسید.

در این مسابقات عباس نجفی، اردشیر عامری سیاهویی، ابراهیم ترکی زاده، وحید محمدزاده، مجتبی گلستانی، مهدی خادمی و سید علی قدرت بازیکنان تیم مجمع بیمه ای پارسیان بندرعباس بودند. همچنین ساعد جهانپنده مربیگری و قنبر قنبری پور سرپرستی این تیم را بر عهده داشتند.

بیمه پارسیمان در آینه رسانه

در یک ماهه اخیر همچون ماه های گذشته فعالیت های شرکت بیمه پارسیمان بازتاب گسترده ای در رسانه ها داشت. در ماه گذشته برگزاری مجمع عمومی بیمه پارسیمان و شفاف سازی آن و همچنین حضور این شرکت در هفدهمین نمایشگاه صنعت ساختمان توجه رسانه ها را به خود جلب کرده بود.



ریسک نیوز:
حضور فعال بیمه پارسیمان در هفدهمین نمایشگاه صنعت ساختمان



بانکداری ایرانی:
حضور بیمه پارسیمان در نمایشگاه صنعت ساختمان



اقتصاد آنلاین:
صورت های مالی ۱۲ ماهه «پارسیمان»



نقدینه:
مجمع عمومی عادی سالانه شرکت بیمه پارسیمان (سهامی عام) برای سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ۱۳۹۵ برگزار شد



دنیای بانک:
بیمه پارسیمان به مجمع می رود



راز پول:
جزئیات قرارداد بیمه ای با بزرگترین شرکت بیمه ارمنستان در بیمه پارسیمان



ایستانیوز:
مجمع عمومی شرکت بیمه پارسیمان برگزار شد.



دیوان اقتصاد:
عضو هیات مدیره بیمه پارسیمان در خصوص سودها شفاف سازی کرد



بورس ۲۴:
بیمه پارسیمان شفاف سازی کرد



باید های خرید بیمه زندگی را بدانید

۸ دلیل برای داشتن بیمه عمر

مایکل کارتر | مترجم: م. میلانی، کارشناس مسئول اداره توسعه فروش بیمه های عمر انفرادی

هر فردی در زندگی شخصی خود، نگرانی هایی از آینده دارد. اگر این فرد تبدیل به عضوی از یک خانواده یا سرپرست یک خانواده شود، این نگرانی ها برای اطرافیانش بیشتر و بیشتر هم خواهد شد. در صنعت بیمه برای رفع این نگرانی، تدابیری وجود دارد که یکی از مهمترین آنها، بیمه عمر است. در خصوص مزایای بیمه های زندگی اولین چیزی که به ذهن می رسد، حمایت و امنیت است که این بیمه نامه ها برای خانواده و عزیزان بیمه شده ارائه می کند. این جنبه مهم ترین عاملی است که نگرانی درباره آینده را ایجاد می کند. بنابراین باید مطمئن شد که این بیمه نامه ها حداکثر امنیت و آرامش را برای خانواده بیمه شده، در شرایط خاص ایجاد کند.

برای درک بهتر این موضوع که بیمه نامه های زندگی چگونه عمل می کنند، در ادامه برای درک بهتر از شیوه خریداری انواع بیمه های عمر از قبیل (بیمه های زندگی، مانده بدهکار و...) مزایای این بیمه نامه ها را به روایت وب سایت entrepreneur مرور خواهیم کرد.

■ بازپرداخت دیون و وام

شاید همواره نگران وامهایی باشید که برای رفع مشکلات مالی خود دریافت کرده اید، زیرا این وامها برای شما تعهدات طولانی مدتی ایجاد می کنند و نگران این موضوع هستید که در نبود شما این مسئولیت مالی برای خانواده بجای مانده و در نتیجه این اتفاق ناگوار اعضای خانواده را در وضعیت بسیار دشواری قرار دهد. بیمه عمر مانده بدهکار به شما اطمینان می دهد که چنین روزی هرگز نخواهد رسید چرا که در صورت داشتن این بیمه نامه، شرکت بیمه پارسبان بازپرداخت تعهد وام را جبران خواهد کرد.

■ برنامه ریزی دوران بازنشستگی

زمانی که بازنشسته می شوید، درآمد ماهیانه تان در مقابل مخارج زندگی رو به کاهش می رود و با توجه به هزینه های هنگفت افراد در دوران بازنشستگی، دغدغه و نگرانی بیشتری را برای شما به همراه دارد. بیمه های

زندگی با رفع این نگرانی ها آسایش شما را طی این دوران تضمین می کند. بنابراین در صورتی که از اکنون برای مستمری بازنشستگی خود برنامه ریزی داشته باشید، در پایان مدت بیمه نامه و زمان بازنشستگی می توانید از سرمایه آن لذت ببرید.

■ تحقق برنامه ها و رویاها

با سرمایه تشکیل شده در بیمه های زندگی می توانید امیدها، آرزوها و برنامه های آتی خود را محقق سازید. حتی می توانید در پایان بازنشستگی کسب و کار کوچکی را شروع کنید و یا در خرید مسکن سرمایه گذاری نمایید. شما می توانید با انتخاب روش های مختلف سرمایه گذاری و پرداخت حق بیمه از مزایای اندوخته بیمه نامه بهره مند شوید و در راستای دستیابی به اهداف بلند مدت خود گام بردارید.

■ کاهش نگرانی شغلی

بیمه های زندگی علاوه بر بهره مندی اعضای خانواده از مزایای متعدد بیمه نامه و نیز تحقق برنامه های شخصی، روش مناسبی برای کاهش نگرانی کارکنان و کارفرما در انواع کسب و کار است. در انواع مختلف بیمه های عمر مثل عمر ساده زمانی، عمر و سرمایه گذاری و... ضمن حمایت از شما طی مدت اشتغال به کار، حتی در نبود شما نیز منافع بیمه نامه به ذینفعان قابل پرداخت است.

■ آرامش خیال

اجتناب از وقوع اتفاقات ناگوار و غیر قابل پیش بینی زندگی برای هیچ فردی امکان پذیر نیست. اما در صورت داشتن بیمه های زندگی این آرامش ذهنی را برای خود و اطرافیان ایجاد خواهید کرد. همچنین این بیمه نامه منبع مهمی جهت تامین مالی و پشتوانه ای برای خانواده محسوب می شود. بنابراین با اطمینان خاطر، امنیت و ثبات مالی را برای عزیزانتان حتی در نبود خود فراهم آورید و با استفاده از پوشش های متنوع بیمه ای که در این بیمه نامه ارائه می شود از حداکثر صرفه اقتصادی آن بهره مند شوید.

■ معافیت های مالیاتی سرمایه در یافتی

یکی از مهمترین دلایلی که اغلب افراد سرمایه گذاری در بیمه های زندگی را ترجیح می دهند انواع معافیت های مالیاتی است که در این بیمه نامه وجود دارد. بر این اساس صرف نظر از سایر مزایای عمده این بیمه نامه، سرمایه دریافتی شما از پرداخت مالیات بر ارث و درآمد و نیز قوانین انحصار وراثت معاف می باشد.

■ تا آنجا که ممکن است زودتر شروع کنید

هر چه زودتر در بیمه های زندگی سرمایه گذاری کنید، میزان سرمایه بیشتری را در پایان قرارداد دریافت خواهید کرد. از آنجا که هر چه سن شما افزایش می یابد، وضعیت سلامتی شما نیز تغییر می کند، پس همانطور که می دانید در سن کنونی خود، برای خرید بیمه نامه واجد شرایط مطلوبتری می باشید.

■ ابزار سرمایه گذاری مطمئن

بیمه زندگی منبع مهمی برای سرمایه گذاری ذخایر و منابع مالی شما محسوب می شود. در واقع همانند یک بانک خصوصی، شما می توانید هر میزان سرمایه دلخواه را در ابتدای هر سال بیمه ای به صندوق خود اضافه کنید همچنین با تنوع روش های سرمایه گذاری در این بیمه نامه و در نظر گرفتن نرخ افزایش سالانه حق بیمه ضمن کاهش اثر منفی تورم، می توانید آینده مالی خود را تضمین کنید. در طول قرارداد نیز امکان دریافت وام با بهترین شرایط جهت رفع نیازهای احتمالی شما امکان پذیر است. بنابراین با توجه به مزایای مطرح شده در تامین سرمایه مناسب جهت اطمینان از آینده مالی خود و خانواده، ضرورت خرید این بیمه نامه را در اولویت برنامه های مالی خود قرار دهید تا زودتر بتوانید از مزایای منافع آن بهره مند شوید. در واقع با پرداخت حق بیمه در خلال مدت بیمه نامه، موجودی بیشتری به ذخایر اندوخته سرمایه گذاری شما افزوده می شود و در پایان سرمایه تجمیع شده با احتساب سودهای متعلقه بصورت یکجا و یا مستمری قابل پرداخت است.

کشف حریق و نکاتی که درباره اعلام کننده‌های آتش سوزی باید بدانید

اطمینان از کشف حریق با سیستم اعلام خطر



■ کشف حریق

انجام عملیات اطفایی حتی با مجهزترین وسایل و زبده‌ترین افراد در صورتی موفقیت آمیز خواهد بود که به موقع از وقوع آتش سوزی اطلاع حاصل گردد. چنانچه حریق در زمان و مکانی اتفاق افتد که افرادی در صحنه حضور داشته باشند دو حالت قابل تصور است، یا در محل وقوع حریق هیچ وسیله خاموش کننده‌ای وجود ندارد که می‌بایست بی‌درنگ واحد آتش نشانی را از وقوع آتش سوزی مطلع نمود و یا این که وسایل و مواد اطفایی در محل موجود است، در این حالت هم حتی به فرض اینکه افراد حاضر، با طرز کار تجهیزات اطفایی آشنایی داشته باشند، لازم است وقوع آتش سوزی به واحد آتش نشانی اعلام گردد زیرا اگر حریق توسط افراد حاضر در صحنه خاموش شود اعمام مامورین آتش نشانی زبانی در بر نخواهد داشت، اما اگر اطفای حریق خارج از حیطه توانایی و امکانات موجود باشد حضور به موقع ماموران آتش نشانی مانع گسترش آتش سوزی و ایجاد خسارت خواهد گردید. برای این منظور می‌توان از اعلام کننده‌های ثابت دستی استفاده کرد.

■ استفاده از نگهبان

در ساعات غیر کار و ایام تعطیل چنانچه از نگهبان یا گشت زن استفاده می‌شود باید بر اساس یک برنامه ریزی دقیق تمام نقاط به صورت زمان بندی شده مورد گشت زنی قرار گیرد و به منظور کنترل حضور به موقع این افراد در نقاط تعیین شده می‌بایست از روش‌های مناسب، مثلا نصب دستگاه‌های کنترل حضور غیاب در قسمت‌های مختلف، استفاده شود. ارزش نگهبان به علاقه و صداقت وی بستگی دارد. همانگونه که وجود یک نگهبان معتقد و هوشیار ارزشمند

می‌باشد استفاده از نگهبان بی‌دقت و بی‌علاقه زیان آور است زیرا احتمال دارد با یک بی‌احتیاطی مثل انداختن ته سیگار روشن بر روی مواد آتشگیر یا عدم رعایت اصول ایمنی هنگام طبخ غذا و یا روشن کردن آتش به منظور تامین حرارت، خطرات اضافی ایجاد نماید. در غالب موارد بدون در نظر گرفتن وظیفه خطیر نگهبانی، نگهبانان از میان افرادی انتخاب می‌شوند که به دلایل مختلف در زمینه‌های تولیدی و خدماتی کارایی لازم را ندارند غافل از این که ممکن است برای نگهبانی هم مناسب نباشد. باید این نکته را در نظر داشت که نگهبان هر قدر هم ورزیده و کار آزموده باشد در یک زمان فقط می‌تواند در یک محل حضور داشته باشد بنابراین جهت اطلاع سریع از وقوع حریق‌هایی که ممکن است در معرض دید قرار نداشته باشند، لازم است علاوه بر به کارگیری روش‌ها و تجهیزات هشدار دهنده غیر خود کار، از اعلام کننده‌های اتوماتیک نیز استفاده شود.

■ اعلام کننده‌های اتوماتیک

امتیاز اعلام کننده‌های اتوماتیک در این است که در تمام ساعات شبانه روز می‌توانند کلیه قسمت‌های مورد نظر را تحت پوشش در آورند. اینگونه وسایل انواع مختلفی دارند ولی تمام آنها با وقوع آتش سوزی و یا ایجاد شرایطی که منجر به آتش سوزی می‌شود از طریق آزرهای نصب شده در ساختمان و همچنین وسایل سمعی و بصری موجود در واحد‌های آتش نشانی یا نگهبانی اعلام خطر می‌نمایند. هر یک از انواع دستگاه اعلام خطر اتوماتیک فقط در مقابل یک یا تعدادی از پدیده‌های فیزیکی و شیمیایی آتش و واکنش نشان دهند بنابراین جهت بهره‌برداری از حداکثر کارایی دستگاه مورد نظر لازم است ضمن پیش بینی شرایط آتش سوزی احتمالی با طرز کار

و نوع حساسیت دستگاه‌های اعلام خطر آشنا شویم تا بتوانیم مناسب‌ترین آنها را مورد استفاده قرار دهیم.

■ انواع اعلام کننده‌های اتوماتیک

دستگاه‌های اعلام خطر تماما از دو قسمت اصلی - کاشف و آلارم - تشکیل شده‌اند طرز عمل آنها یکسان و به این صورت است که هنگام آتش سوزی ابتدا یک جریان الکتریکی یا الکترونیکی در کاشف ایجاد می‌شود سپس جریان ایجاد شده که معمولا تقویت می‌شود سیستم آلارم را به کار می‌اندازد، در نتیجه با به صدا در آمدن زنگ، بوق، سوت و یا روشن شدن لامپ و سایر علائم نوری در مرکز کنترل، وقوع خطر اعلام می‌شود.

اما اینگونه وسایل علی‌رغم یکسان بودن طرز کار به علت متفاوت بودن نوع حساسیت و یکسان نبودن شیوه کشف حریق از یکدیگر متمایز می‌باشند. دستگاه‌های اتوماتیک اعلام خطر معمولا در مقابل سه پدیده ناشی از سوختن شامل دود، حرارت و شعله، از خود واکنش نشان می‌دهند و بر همین اساس می‌توان به طور کلی آنها را در سه گروه بندی نمود.

① کاشف دودی

الف: کاشف‌های دودی معمولی

این نوع کاشف‌ها غالبا بر اساس اصول انتشار نور طراحی شده‌اند. در یک محفظه که به هوای آزاد راه دارد یک لامپ کوچک و یک سلول فتوالکتریک به طریقی قرار داده شده‌اند که نور لامپ در شرایط معمولی نمی‌تواند به سلول بتابد. هنگام آتش سوزی، ذرات دود به محض نفوذ کردن به هوای داخل محفظه، نور لامپ را در جهات مختلف پراکنده نموده و مقداری از آن را به سمت سلول فتوالکتریک منحرف می‌نمایند در نتیجه جریان الکتریکی در سلول افزایش می‌یابد و زمانی که مقدار



واکنش نشان می دهد و همین دلیل شعله کبریت بر آن اثر نخواهد گذاشت. چون این وسیله فقط در مقابل اشعه های مادون قرمز شعله حساس می باشد برای سوختن های بدون شعله و همچنین موادی که قبل از شعله ور شدن دود زیادی تولید می کنند وسایل مناسبی محسوب نمی شوند اما چون اشعه های مادون قرمز را از فواصل دور و نزدیک اطراف شعله به سرعت دریافت می کنند برای سالن های بزرگ با سقف بلند مثل آشیانه هواپیما مناسب می باشند.

مواردی که سیستم های کشف و اعلام خطر را اطمینان بخش می نمایند:

● وسایل سمعی و بصری آلام باید در اماکن که افراد مسئول (آتش نشانان یا نگهبانان) به طور دائم حضور دارند قرار داده شوند.

● سیستم کشف و اعلام خطر باید به دستگاه های برق اضطراری اتوماتیک مجهز باشد تا در صورت قطع برق، حریق های احتمالی بدون کنترل باقی نمانند.

● چنانچه در ساختمان محل تحت پوشش و یا کیفیت مواد موجود در آن و همچنین نوع فعالیت تغییری پیش آید لازم است سیستم کشف و اعلام خطر هم با شرایط جدید وفق داده شود.

● تجهیزات کشف و اعلام خطر هر چند وقت یکبار باید مورد بازدید شرکت سازنده و یا نمایندگان آن قرار گیرد.

● با در نظر گرفتن این که نوع کاشف سطح معینی را تحت حفاظت خود قرار می دهد لازم است هنگام نصب، جهت تعیین فواصل آنها از یکدیگر مندرجات جدول زیر که بر اساس محدودیت عمل کاشف های مختلف تنظیم گردیده رعایت شود.

تشکیل می شوند که در آن یک منفذ خروج هوا و یک دیافراگم (دیواره قابل ارتعاش) قرار گرفته است. در صورت افزایش حرارت، هوا داخل محفظه منبسط می شود حال اگر میزان افزایش تدریجی حرارت زیاد نباشد مقداری از هوا گرم داخل محفظه به علت منبسط شدن از منفذ خارج می شود و فشار هوای داخل محفظه زیاد می شود و در نتیجه دیافراگم به حرکت در می آید و آلام عمل میکند. این کاشف ها از انواع حرارت با دمای ثابت، سریعتر واکنش نشان می دهند ولی حساسیت آنها از کاشف های دودی کمتر است. کاشف های حرارتی با افزایش تدریجی دما برای ساختمان های اداری و همچنین اماکنی مثل آزمایشگاه های شیمی که در آن به علت متعاضد شدن دود و گاز ممکن است کاشف های دودی گاه و بی گاه بدون وجود خطر واقعی عمل نمایند، مناسب می باشند.

۳ کاشف های شعله ای

این کاشف ها از یک سلول فتو الکتریک و یک عدسی که فقط اشعه های مادون قرمز را از خود عبور می دهد تشکیل شده است. اشعه های مادون قرمز شعله از طریق عدسی بر روی سلول متمرکز می شوند که در نتیجه آن جریان الکتریکی در سلول افزایش می یابد و آلام به کار می افتد. به منظور خنثی کردن آثار اشعه های مادون قرمز چراغ های روشنایی و همچنین اشعه های ناشی از شعله های کوچک و زود گذر مثل شعله کبریت بر روی این کاشف ها هنگام طراحی ساختمان آنها دو مسئله رعایت گردیده است، اول این که دستگاه فقط در مقابل اشعه های مادون قرمز با فرکانس های خاص شعله حساس می باشد بنابراین نور لامپ در آنها اثر ندارد و دوم این که دستگاه پس از دریافت اشعه با اندکی تاخیر از خود

جریان الکتریکی به حد مشخصی برسد از طریق سیستم آلام وقوع خطر اعلام می شود.

این نوع کاشف ها برای کشف دود نوع حریق مناسب می باشند:

نوع اول: حریقی که در آن مقدار زیادی دود تولید می شود.

نوع دوم: حریقی که در آن مواد، بدون شعله ور شدن می سوزند.

ب: کاشف های نوع یونیزاسیون: این نوع کاشف ها اساساً از یک قسمت مسدود و یک قسمت باز تشکیل می شوند. هوای هر دو قسمت مزبور به وسیله اشعه راد یواکتیو یونیزه می شوند و بنابر این از لحاظ الکتریکی هادی می باشند. هنگام آتش سوزی در اثر وارد شدن دود و سایر محصولات نامرئی احتراق به هوای داخل قسمت باز، قابلیت هدایت الکتریکی آن تغییر می یابد و در نتیجه مقاومت الکتریکی هوای دو قسمت باز و بسته از تعادل خارج می شود. عدم تعادل به وجود آمده از طریق یک کاند خیلی حساس سیستم آلام را به کار می اندازد. کاشف های نوع یونیزاسیون به علت بر خورداری از حساسیت خیلی زیاد، وقوع خطر را در زمان بسیار کوتاهی اعلام می کنند. بنابر این در اماکن از قبیل مراکز کامپیوتر که در آنها خسارت ناشی از حریق های حتی خیلی کوچک هم می تواند هنگفت باشد، کارایی دارد.

۲ کاشف های حرارتی

الف: کاشف های حرارتی با دمای ثابت:

این کاشف ها به شیوه های گوناگون عمل می نمایند ولی معمول ترین آنها با رله حرارتی دو فلزی (بی متال) و یا اتصال زنجیره ای ذوب شونده (حیم دار) کار می کنند. هنگام آتش سوزی پس از رسیدن حرارت به حد معینی (مثلاً ۷۰ درجه سانتی گراد) در اثر خم شدن نوار بی متال یا ذوب شدن لحیم، جریان الکتریکی بوسیله یک سوئیچ برقرار می گردد و در نتیجه آلام به کار می افتد. هنگام استفاده از این کاشف های حرارتی با دمای ثابت باید به این نکته توجه داشت که حریق بلافاصله پس از وقوع اعلام نمی شود بلکه باید مدت زمانی از شروع حریق بگذرد و مقداری مواد قابل اشتعال بسوزد تا درجه حرارت به حد معین برسد بنابراین در اماکنی که این نوع کاشف ها مورد استفاده قرار می گیرند باید موارد زیر مورد رعایت شود.

مواد قابل اشتعال به مقدار زیاد در یک محل متمرکز نشوند.

قابلیت اشتعال مواد و نحوه نگهداری به طریق باشد که روند توسعه خسارت از زمان شروع آتش سوزی تا لحظه اعلام خطر کند باشد.

ارتفاع سقف (محل قرار گیری کاشف) بیش از ۶ متر نباشد.

ب: کاشف های حرارتی با افزایش تدریجی دما

این وسایل در دو حالت موجب اعلام خطر می شوند. **حالت اول:** هنگامی که درجه حرارت به حد معینی برسد که در این وضعیت همانند کاشف های حرارتی با دما ثابت عمل می نمایند.

حالت دوم: هنگامی که میزان افزایش حرارت در خلال یک مدت معین از حد تعیین شده ای فراتر رود مثلاً در هر دقیقه میزان افزایش حرارت از ۲۰C بیشتر شود. اینگونه کاشف ها بیشتر از یک محیط محفظه مسدود



نوع کاشف	حرارتی بادمای ثابت	حرارتی با افزایش تدریجی دما	شعله ای
حداکثر حدود عمل بر حسب متر مربع	۱۵-۲۵	۱۵-۲۰	تا ۱۰۰۰

بررسی بیمه اتومبیل در ایران و سایر کشورهای جهان

(حسین مقدس - پژوهشگر و کارشناس صنعت بیمه)



تفاوت میان اهمیت بیمه اتومبیل در داخل کشور با میزان اهمیت آن در سایر کشورهای جهان علی الخصوص کشورهای اروپایی و آمریکایی، همچون تفاوت میان خودروهای داخلی با مشابه خارجی آن است که هر دو در ظاهر یک کار را انجام می دهند، اما این کجا و آن کجا. در خارج از مرزهای ایران اکثر تولیدکنندگان اتومبیل در تلاش اند تا خودرویی را به بازار معرفی کنند که هم از نظر اقتصادی مقرون به صرفه باشد و هم هزینه های جانبی آن مانند خرید انواع بیمه نامه بار اضافی را به مشتریان تحمیل نکند. اما در داخل کشور اوضاع جور دیگریست. بنابراین باید گفت که چگونگی بیمه اتومبیل در تمامی کشورهای قاره سبز یکسان نیست.

حقیقت آن است که ۳۰ درصد از بیمه گذاران در دنیا هر ساله به دنبال بیمه نامه های مناسب تر می گردند تا معامله بهتری را همراه با کاهش هزینه به نفع خود رقم بزنند که این مسئله باعث افزایش رقابت میان شرکت های بیمه گر بر سر ارائه خدمات با کیفیت و جدیدتر و در نهایت جذب بیشتر مشتریان به سمت خود شده است. به همین جهت سالانه بیش از یک میلیارد دلار صرف تبلیغات مختلف برای فروش بیمه نامه می شود و در این تبلیغات بیمه گران سعی می کنند افراد را به سمت خود جذب کنند و محصولات بیشتری را بفروشند. اکثر آنان از مشتریان می خواهند که با تغییر بیمه نامه های کنونی خود، به حلقه مشتریان آنان بپیوندند. البته باید گفت که تغییر بیمه نامه تنها راه کاهش هزینه ها نیست و خرید اتومبیلی که بیمه نامه ارزان قیمت تری به آن تعلق می گیرد، در این فرآیند در جایگاه نخست قرار دارد. چه بیمه نامه هایی که مسئولیت بیمه گذاران را در قبال صدمات وارده به سایر شهروندان تحت پوشش قرار دهد و چه بیمه نامه هایی که خسارات وارده به اتومبیل خود شهروندان را جبران کند، هر دو بیمه نامه در جایگاه خود از حساسیت خاصی برخوردارند که نحوه صدور و فروش آنها در کشورهای گوناگون بر اساس پارامترهای مختلف

سنجیده و در نهایت حق بیمه ها مشخص می شوند. در خارج از مرزهای کشورهای در یک شرایط برابر باید گفت که اتومبیل های پر هزینه معمولاً حق بیمه های گران تری نسبت به اتومبیل های کم هزینه دارند. از سوی دیگر شرکت های بیمه برای تعیین نرخ های خود، خودروسازان و خودروهای تولیدی شان را به شدت آنالیز کرده و تاریخچه و سوء پیشینه محصولاتشان را به دقت بررسی می کنند. به این صورت که برای خودروهایی که در تصادفات آسیب های کمتری می بینند و تلفات انسانی کمتری بر جای می گذارند، بیمه نامه ای با شرایط بهتر و به تبع آن مقرون به صرفه تر ارائه می دهند و برای خودروهای پر ریسک و حادثه آفرین بیمه نامه ای خاص تر. همچنین اتومبیل هایی که نمی توان آنها را به سادگی دزدید نیز در این فهرست در جایگاه بهتری قرار می گیرند. در مجموع تمام شرایط بیمه ای متناسب با سطح ایمنی و استاندارد خودروها و سطح رفاه مردم متغیر است.

به عنوان مثال، در آمریکا طیف بسیار وسیعی از اتومبیل وجود دارد. اما اتومبیل های تویوتا و هوندا از محبوبیت بیشتری نسبت به سایرین برخوردارند. از جمله دلایل اصلی این مسئله می توان به قیمت نسبتاً پایین خودرو، دوام و ایمنی زیاد، قیمت مناسب قطعات یدکی و مصرف سوخت به صرفه اشاره کرد. در این کشور پس از خرید اتومبیل نوبت به دریافت بیمه نامه می رسد که معیارهایی نظیر مدل، سال ماشین، کیلومتر ماشین، اینکه چقدر در روز از ماشین استفاده می شود، کد پستی محل سکونت، فاصله محل کار با منزل، تحصیلات و سمت شغلی مالک، جنسیت، سابقه تخلفات رانندگی و بسیاری موارد دیگر در تعیین حق بیمه سالانه خودرو اهمیت دارد. در اروپا نیز زنان به طور سنتی حق بیمه کمتری نسبت به مردان پرداخت می کردند اما با تغییر قوانین، اتحادیه اروپا به شرکت های بیمه اجازه نمی دهد که تفاوتی در این زمینه قایل شوند.

لغت حق بیمه در زبان انگلیسی با لفظ insurance یا

premium مطرح می شود. در تعیین حق بیمه شخص ثالث، سه عامل سن، جنسیت و محل سکونت از سایر عوامل یاد شده مهم تر هستند به گونه ای که در بسیاری از اعلام نرخ های آنلاین شرکت های اروپایی و آمریکایی، سه گزینه ی محاسبه حق بیمه بر اساس سن (By Age) و محاسبه بر اساس جنسیت (By Gender) و محس سکونت (Postal Code) همواره قابل مشاهده است. نکته جالب توجه دیگر آنکه هزینه حق بیمه سالانه هر ایالت با ایالت دیگر متفاوت و کاملاً محسوس می باشد. به عنوان مثال در کشور آمریکا متوسط هزینه سالانه بیمه اتومبیل در سال ۲۰۱۵ در ایالات New York، Maine، Pennsylvania به ترتیب مبلغ \$۹۶۴، \$۱،۱۷۳ و \$۱،۴۴۰ دلار است و در ایالات Michigan، Georgia، Maryland و Michigan به ترتیب مبلغ \$۱،۸۱۰، \$۲،۲۰۱ و \$۲،۵۵۱ دلار است. به طور متوسط هزینه سالانه بیمه اتومبیل در ایالات متحده آمریکا ۹۷۸ دلار می باشد. همچنین است که در برخی دیگر از کشورها معیار حق بیمه سالانه عاملی نظیر کیفیت خودرو، امنیت، میزان آسیب پذیری در تصادفات و... می باشد. بسیاری از مدل های سواری جیب نظیر کامپس، گراند چروکی، رانگلر و... جزو ارزان ترین خودروهای جهان برای بیمه کردن هستند که حق بیمه سالانه آنها رقمی بین ۱،۲۰۰ تا ۱،۵۰۰ دلار می باشد. از دیگر اتومبیل های پر هزینه در بیمه می توان از هوندا SR-V، سوپارو آوت بک، دودج جورنی و فورد اسکپ یا یاد کرد که متوسط حق بیمه سالانه شان به ترتیب \$۱،۱۱۵، \$۱،۱۴۴، \$۱،۱۴۹ و \$۱،۱۷۰ دلار است. از طرف دیگر یکی از سریع ترین و پرهزینه ترین اتومبیل های جهان تحت عنوان (نیسان GT-R ۲۰۱۷) که به عنوان قاتلی غول پیکر در میان خودروهای اسپورت شناخته می شود، در گروه گران ترین اتومبیل های جهان از نظر بیمه ای در سال ۲۰۱۷ است که حق بیمه سالانه آن چیزی در حدود ۳۱۸۴ دلار است.

ادامه دارد...



آیا کسب و کار شما به رهبر CRM نیاز دارد؟

گردآورنده: مصطفی صابری - واحد CRM



است تا بتوانید بر رفتار مخاطبتان تاثیر بگذارید. همچنین باید دایما تکنولوژی جدید را امتحان کنید و به کار بگیرید تا مطمئن شوید یک قدم از رقبایتان جلوتر هستید.

۳) توانمندسازی افراد - باید به افرادی که برای شما کار می کنند، اطمینان کامل داشته باشید و در نتیجه به آنها در هر سطحی که هستند برای تصمیم گیری اختیار بدهید. چه در مورد تحلیل داده و چه در مورد صرف بودجه، مهم است محیطی ایجاد کنید که در آن اعضای تیم از گرفتن تصمیم قطعی نترسند. باید بدانید شکست خوردن طبیعی است و اشتباه کردن بخشی از فرآیند یادگیری است.

۴) مدیریت بودجه - با اینکه تیم شما اختیاراتی برای یکسری هزینه های فردی دارد، اما در نهایت باید تضمین شود که هیچ پولی بیش از حد خرج نمی شود و بهترین بازدهی از سرمایه گذاری صورت گرفته به دست می آید.

۵) دست به کار شدن - آخرین و اما یکی از مهم ترین ویژگی های نقش رهبر CRM این است که در کارهای روزمره ای که اعضای تیم انجام می دهند درگیر شود. دانستن قابلیت ها و کمبودهای ابزارهایی که با آن کار می کنند، کمک می کند راحت تر به تاثیر هر گونه تقاضای ببریید. ریچاردسون می افزاید: مدیر CRM اغلب مسئول ترکیب کردن فرآیند جمع آوری داده در کل کسب و کار است و اینکه مدیریت داده چگونه می تواند ساده سازی شود تا شناخت پرباری از مشتریان به دست آید. او می گوید: «سه رکن اصلی یک راه حل CRM یکپارچه عبارت است از بازاریابی، فروش و خدمات به مشتری».

یک مدیر CRM خوب به خوبی از جریان اطلاعات در این تیم ها آگاه است و همچنین می داند چگونه باید معیارهای مناسب کسب و کار را از داده های موجود تولید کند تا مطمئن شود هر فعالیتی به طور موثر صورت می گیرد. با بیشتر شدن نیاز کسب و کارها به CRM، نقش مدیر CRM مهم تر می شود که چالش ها و حوزه های جدیدی را هم به دنبال دارد.

منبع: وبسایت دنیای اقتصاد - ترجمه مریم رضایی

که مسوولیت و مالکیت CRM را بر عهده بگیرد - چه به صورت تمام وقت و چه پاره وقت.»

در سال های اخیر، پتانسیل CRM به عنوان یک سیستم تعهد آمیز به خوبی مستند سازی شده و باعث شده فعالان عرصه کسب و کار، خواسته های خود را از آنچه CRM می تواند به دست آورد، تغییر دهند. این خواسته ها آنقدر افزایش یافته که فعالیت های مبتنی بر بازاریابی بیشتری را دخیل می کنند. این جنبه ای است که ماتئو استوری، مدیر CRM شرکت کویدکو (QuidCo) انگلستان در نقش خود دیده و آن را ارتباط محور می داند. او می گوید: «اشتباه متداولی که وجود دارد این است که ترافیک بیشتری به سایتان منتقل کنید یا بدون داشتن یک کمپین CRM درست، مشتریان را به ثبت نام در سایت تشویق کنید، سپس از اینکه آنها به مشتریانی وفادار تبدیل نشده اند، شگفت زده شوید. بخشی از نقش مدیر CRM این است که تضمین کند پیامی منسجم در همه کانال های سازمان منتقل شده است.»

■ مسوولیت ها:

استوری پنج مسوولیت کلیدی را برای یک رهبر CRM بر می شمرد:

۱) استراتژی - با اینکه بارها تکرار شده، اما باز هم تاکید می شود داشتن دیدگاهی که همه اعضای تیم به آن باور داشته باشند، امری مهم است. همچنین همان قدر مهم است که نشان دهید این دیدگاه چگونه با استراتژی کلی کسب و کار شما همخوانی دارد تا همه بدانند کاری که هر روز انجام می دهند چه تفاوت هایی دارد. به محض اینکه هدفی واحد ایجاد کنید و مجموعه ای گسترده از دستورالعمل ها را خلاصه وار بنویسید، تیم تان می تواند با حمایت شما وارد عمل شود.

۲) تکنولوژی - مسئول CRM باید مطمئن شود اعضای تیمش ابزارهای لازم برای رسیدن به اهداف را دارند. داشتن ترکیب مناسبی از سرویس دهنده ایمیل، پلت فرم مدیریت داده و سرویس دهنده ارتباطات موبایل حیاتی

طبق اطلاعات سایت لینکدین، حدود ۲۰ هزار نقش مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در کل دنیا وجود دارد. استخدام یک رهبر CRM کار منحصر به فردی نیست، اما این نقش به طور فزاینده ای مملو از جزئیات شده و نیازهای افرادی را که مسوولیت آنها را بر عهده دارند، تغییر می دهد. با ادامه اقدام بنگاه ها و کسب و کارهای بزرگ برای استخدام افراد در این نقش، این سوال مطرح می شود که آیا برای نظارت و سرپرستی فعالیت های مربوط به CRM وجود یک فرد لازم است و اگر این طور است، مسوولیت های کلیدی این فرد چیست؟

■ تعیین نیازها:

بسته به اینکه سیستم CRM شما چقدر تکامل یافته باشد، به نقش های مختلفی نیاز خواهد بود، از جمله متولیان CRM که بر جزئیات اجرای آن نظارت دارند؛ مربیانی که آخرین دیدگاه ها و به روزرسانی ها را در اختیار کارمندان می گذارند و گروه های کاربر برای ثبت سوابق در سازمان. به هر حال، همان طور که جرمی وارد، مدیر مشاوره CRM در شرکت تاج استون (Touchstone Group) توضیح می دهد داشتن یک مدیر CRM تمام وقت، باعث می شود شبکه ای بین مدیران اجرایی به وجود آید تا تصویر برندان را منتقل کنند و نتایج قابل سنجشی از CRM به دست آورند؛ به خصوص وقتی استراتژی شما نوباره است.

او می گوید: «در مراحل اولیه، مهم ترین وظیفه این است که تضمین شود حمایت مدیران و رهبران تیم ها وجود دارد و اینکه کل سازمان از نیاز برای ایجاد تغییر و گماردن افراد مناسب برای این برنامه آگاه است.» مایک ریچاردسون، مدیر عامل شرکت ماکسیمایزر (Maximizer Software)، با این موضوع موافق است و می گوید: «یک راه حل CRM که خوب تنظیم شده باشد، به نفع کل تیم ها و کارکرد کسب و کار است، نه فقط تیم مدیریتی. این راه حل یک تمرین کسب و کار است که باید هدایت شود. صرف نظر از اینکه شرکت چه اندازه ای است، باید فردی در سازمان وجود داشته باشد

بررسی رابطه سرمایه‌های فکری و یادگیری سازمانی با توجه به نقش تعدیل‌گر شخصیت (مدل پنج‌عاملی)

(مطالعه موردی صنعت بیمه کشور) دستیابی به بالاترین بهره‌وری با یادگیری

حسین لعل نظامی (سرپرست منطقه شرق کشور)



عدم توجه به این موارد باشد.

به عنوان مثال در شرکت‌های خدماتی همانند شرکت‌های بیمه که تنها سرمایه اصلی آنها سرمایه‌های فکری موجود در آن سازمان‌هاست و همانند کارخانجات از مواد اولیه یا ماشین‌آلات خاصی در آرایه محصول یا خدمت خود بهره نمی‌برند، سرمایه فکری موضوع پر اهمیت در جهت ایجاد ارزش برای مشتریان است که در این راستا می‌بایست افرادی را جذب و در پست‌های مختلف قرارداد داد که بنا به شخصیت و گرایش و علاقه آنها به بالاترین بهره‌وری ممکن رسید. علاوه بر آن در عصر دانش، سرمایه فکری موضوعی با اهمیت است و با حرکت در هزاره سوم، قدرت فکری ارزشمندتر از قدرت ماهیچه‌ای، مکانیکی یا حتی قدرت فنی است (مجتهدزاده، ویدا، ۱۳۸۱، ص ۳۸).

سرمایه فکری عبارت است از تفاوت بین ارزش بازاری یک سازمان و هزینه جایگزینی دارایی‌های آن (سپتارامان و دیگران، ۲۰۰۲، ص ۷۲). سرمایه‌های فکری دارای اجزایی هستند که در یک طبقه بندی ساده شامل سه نوع سرمایه انسانی، ساختاری و سرمایه مشتری است (بونتیس و دیگران، ۲۰۰۰، ص ۵۴).

از طرفی سازمان‌ها امروزه با محیط‌های متغیر و چالش‌های گوناگون روبرو هستند. سازمان‌ها باید بیاموزند که به سرعت نسبت به کنش‌های بازار و رقبا واکنش نشان دهند و این مهم با یادگیری سازمانی میسر می‌شود. یادگیری در بسیاری از زمینه‌های سازمانی محصول و نتیجه تجربه است و بکارگیری این تجارب در عمل باید سریع‌تر از رقبا باشد تا سازمان مزیت خود را رقبا حفظ کند. یادگیری در تمام جنبه‌ها و تمام سطوح سازمانی، حایز اهمیت است. در حقیقت یادگیری سازمانی، تلاشی برای یافتن راه‌های ایجاد مزیت‌های رقابتی پایدار برای سازمان است و در سازمان‌های یادگیرنده کارکنان از یادگیری مسایل روزمره خارج شده و بیشتر فرامی‌گیرند که به دانش و توانایی خود در انجام متناسب کارها بیفزایند. در این راستا شخصیت افراد در ایجاد و خلق دانش و به عنوان سرمایه انسانی نقش موثری در سرمایه‌های فکری سازمان‌ها دارد و می‌تواند تاثیر بسزایی در یادگیری سازمانی داشته باشد. در این تحقیق از مدل پنج‌عاملی شخصیت استفاده شده است که دارای پنج بعد است که عبارتند از:

- برون‌گرایی
- تطابق‌پذیری
- وظیفه‌شناسی، وجدان یا دلسوزی
- روان‌رنجوری یا ثبات عاطفی

■ باز بودن نسبت به تجربه، تجربه‌اندوز یا گشودگی

با توجه به تعداد زیاد شرکت‌های بیمه‌ای در صنعت بیمه کشور، شرکت بیمه پارسیان به عنوان قلمرو تحقیق در نظر گرفته می‌شود. بنابراین با توجه به موارد موجود و اهمیت این موضوع، رابطه سرمایه فکری را با یادگیری سازمانی با توجه به شخصیت افراد در شرکت بیمه پارسیان مورد بررسی قرار می‌دهیم تا به این مهم دست یافته و فرصت‌ها و مزیت‌های رقابتی موجود در این شرکت را مورد شناسایی و عملی کردن قرار دهیم. لذا تحقیق حاضر به دنبال یافتن پاسخ به این سوال است که رابطه ابعاد سرمایه فکری با یادگیری سازمانی با توجه به ابعاد شخصیت افراد چگونه خواهد بود؟

سازمان‌ها امروزه با محیط‌های متغیر و چالش‌های گوناگون روبرو هستند. سازمان‌ها باید بیاموزند که به سرعت نسبت به کنش‌های بازار و رقبا واکنش نشان دهند و کیفیت خدمات خود را بالا ببرند و این مهم با سرمایه‌های فکری سازمان میسر می‌شود. بنابراین در این پژوهش رابطه سرمایه‌های فکری با میزان یادگیری سازمانی با توجه به نقش تعدیل‌گر شخصیت افراد مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین هشت فرضیه فرعی در رابطه با هر یک از ابعاد آن ساخته شده و مورد آزمون قرار گرفته است. جامعه آماری این تحقیق کلیه دفاتر نمایندگی بیمه پارسیان در استان‌های خراسان رضوی، کرمان و سیستان بلوچستان است و ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بود. در این تحقیق روش پژوهش از نوع توصیفی و همبستگی و به لحاظ هدف کاربردی است. کلیه کارهای آماری این تحقیق با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شده است. با توجه به نتایج بدست آمده مشخص شد که در این تحقیق سرمایه‌های فکری با میزان یادگیری سازمانی با توجه به نقش تعدیل‌گر شخصیت افراد رابطه دارد. همچنین نتایج فرضیات فرعی تحقیق نشان داد که شش فرضیه فرعی مورد تایید قرار گرفت و تنها دو فرضیه مورد تایید قرار نگرفت. به عبارت دیگر ابعاد سرمایه فکری (سرمایه انسانی، ساختاری و مشتری) با یادگیری سازمانی رابطه دارد. همچنین سه بعد از شخصیت (برون‌گرایی، تطابق‌پذیری، تجربه‌اندوزی) رابطه بین سرمایه فکری با یادگیری سازمانی را تعدیل می‌کند و تنها دو بعد از شخصیت (ثبات عاطفی و وجدان‌گرایی) رابطه بین سرمایه فکری با یادگیری سازمانی را تعدیل نمی‌کند.

کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه

سازمان‌ها امروزه با محیط‌های متغیر و چالش‌های گوناگون روبرو هستند. سازمان‌ها باید بیاموزند که به سرعت نسبت به کنش‌های بازار و رقبا واکنش نشان دهند و این مهم با یادگیری سازمانی میسر می‌شود. یادگیری در بسیاری از زمینه‌های سازمانی محصول و نتیجه تجربه است و بکارگیری این تجارب در عمل باید سریع‌تر از رقبا باشد تا سازمان مزیت خود را در مقابل رقبا حفظ کند. یادگیری در تمام جنبه‌ها و تمام سطوح سازمانی حایز اهمیت است. در حقیقت یادگیری سازمانی، تلاشی برای یافتن راه‌های ایجاد مزیت‌های رقابتی پایدار برای سازمان است و در سازمان‌های یادگیرنده کارکنان از یادگیری مسایل روزمره خارج شده و بیشتر فرامی‌گیرند که به دانش و توانایی خود در انجام متناسب کارها بیفزایند. در این راستا سرمایه‌های فکری سازمانی می‌توانند نقش بسزایی در یادگیری سازمانی داشته باشند. بنابراین داشتن نیروی انسانی متفکر و توانمند می‌تواند به عنوان یک عامل مزیت رقابتی پایدار به حساب آید. از این رو، مزیت پارادایم جدید، یادگیری است. بنابراین سازهایی موفق‌تر هستند که زودتر سریع‌تر و بهتر از رقبا یاد بگیرند. درست به همین دلیل است که مفهوم یادگیری سازمانی در سال‌های اخیر مطرح شده و رشد فزاینده‌ای داشته است. سازمان‌ها به جای رفتارها و حرکت‌های سنتی خود که در بهترین شکل آن در برگیرنده آموزش نیز می‌بود تبدیل به سازمانی می‌شوند که همواره یاد می‌گیرند یعنی کوشش خود را در جهت یادگیری به عنوان یک امتیاز رقابتی به کار می‌برند.

۱-۲- بیان مسأله

امروزه برای فراهم کردن حداکثر شرایط لازم برای دستیابی به اهداف و استراتژی‌ها، سازمان‌ها نه تنها باید دارایی‌های نامشهود خود را شناسایی، اندازه‌گیری و مدیریت کنند بلکه می‌بایست همواره سعی کنند تا این گونه دارایی‌ها را بطور مستمر ارتقا و بهبود بخشند. واقعیت این است که سازمان‌هایی که نتوانند دارایی‌های دانشی خود را بطور مستمر ارتقا دهند، بقای خود را با خطرات دست دادن و فتنای خود، مبادله خواهند کرد. در اقتصاد جهانی، دانش به عنوان مهمترین سرمایه جایگزین سرمایه‌های مالی و فیزیکی شده است.

بنابراین نیاز سازمان‌های یادگیرنده، جهت کسب مزیت رقابتی پایدار در ایران و در جهان، نیازمند شناسایی و مدیریت آگاهانه و نظام‌مند سرمایه‌های فکری خود هستند. به همین منظور، طراحی و بکارگیری رویکردی مناسب برای مدیریت سرمایه‌های فکری با توجه به شخصیت آنها از اهمیت بسزایی برخوردار است که تاکنون در کمتر شرکت بیمه‌ای در ایران به این مقوله توجه شده است و یکی از دلایل مشکلات و عقب‌ماندگی شرکت‌های بیمه در ایران نسبت به کشورهای نظیر کشورهای اروپایی، آمریکا، ژاپن و... و همچنین نبود فرهنگ بیمه‌ای مناسب و ضریب نفوذ پایین و رضایت پایین افراد جامعه نسبت به مقوله بیمه می‌تواند ناشی از



برون گرایی: به خوشه‌ای از صفات اطلاق می‌گردد و آن درجه‌ای است که شخص پراثرتری، معاشرتی، جسور، فعال، هیجان طلب و دارای شور و اشتیاق، دارای اعتماد به نفس و دارای احساسات مثبت است. افراد برون‌گرا تمایل به اجتماعی بودن، احساسی بودن و صمیمی بودن داشته و معمولاً با افراد متفاوت بهتر کنار می‌آیند (هکزی‌نسکی، بوچانان، ۲۰۰۰). برون‌گرایان هنگام کار روحیات مثبت و حالات مثبت داشته، نسبت به شغلشان، احساس رضایت بیشتر و عموماً درباره سازمان و محیط پیرامونی‌شان احساس بهتری دارند (یوانسویچ و متسون، ۲۰۰۲). تطابق پذیری: به گرایش افراد به همسان بودن با دیگران از تباطی می‌یابد. افراد با ویژگی تطابق پذیری، قابل اعتماد، روراست، نوع دوست، مهر بان و دارای خصیصه از خود گذشتگی، پیرو، متواضع و فروتن و خوش‌قلب هستند. افراد تطابق پذیر معمولاً هدایت کنندگان تیم‌ها هستند. همچنین، آنها مناسب برای تدریس و امور روانشناسی، مشاوره، کارها و فعالیت‌های اجتماعی هستند (هکزی‌نسکی، بوچانان، ۲۰۰۰). این افراد در پی ایجاد سازواری و راحت کنار آمدن با افراد هستند، معمولاً از مباحث اختلاف‌زا یا بحث‌برانگیز اجتناب می‌ورزند (جرج و جونز، ۱۹۹۹).

وظیفه‌شناسی، وجدان یا دلسوزی: این بعدها معیار سنجش قابلیت اطمینان است. فرد با وجدان بالا، فردی شایسته، منظم، وظیفه‌شناس، هدف‌جو، دارای انضباط شخصی، وقت‌شناس و قابل اتکا است. وظیفه‌شناسی در بسیاری از موقعیت‌های سازمانی، مفید و همه‌تلقی شده و شاخص مناسبی برای پیشگویی عملکرد در بسیاری از مشاغل است. چرا که تمایل این افراد برای دستیابی به موفقیت بیشتر است. (جرج و جونز، ۱۹۹۹).

روان‌رنجوری یا ثبات عاطفی: این بعد به توانایی فرد در تحمل استرس مربوط می‌شود. افراد با ویژگی روان‌رنجوری دارای ثبات عاطفی پایین‌اند. این افراد نگران، عصبی، مایوس و ناامید، دارای استرس، خجالتی، آسیب‌پذیر و شتاب‌زده هستند. افراد روان‌رنجور معمولاً در حال و هوای منفی در محیط کار خود داشته و عموماً نگرش منفی نسبت به کار خود دارند. ممکن است در تصمیم‌گیری‌های گروهی نفوذ هشیار کننده داشته باشند که این امر از طریق بیان جنبه‌های منفی اخذ شده صورت می‌گیرد (جرج و جونز، ۱۹۹۹).

باز بودن نسبت به تجربه، تجربه اندوز یا گشودگی: آخرین بعد، میزان علاقه افراد نسبت به تازگی و کسب تجربه‌های جدید را نشان می‌دهد. افراد با این ویژگی دارای قدرت تخیل، علاقه به جلوه‌های هنری، کنجکاو نسبت به ایده‌های دیگران، با احساسات باز، دارای ایده و اقدام‌گر هستند. افرادی که گشودگی در پذیرفتن تجربیات دارند، برای مشاغل‌هایی که در آن‌ها تحول و تغییر زیاد روی می‌دهد و یا نیاز به نوآوری یا ریسک‌پذیری ملاحظه‌ای دارند، می‌توانند مفید واقع شوند. برای مثال، کارآفرینان، معماران، عاملان تغییر در سازمان، هنرمندان و دانشمندان تئوری پرداز، عموماً در این ویژگی در سطح بالایی قرار دارند (هکزی‌نسکی، بوچانان، ۲۰۰۰).

۵-۲- فرایند تحقیق

در این پژوهش رابطه سرمایه‌های فکری بر میزان یادگیری سازمان با توجه به شخصیت افراد مورد بررسی قرار گرفت. همچنین هشت فرضیه فرعی در رابطه با هر یک از ابعاد متغیرها نیز مورد آزمون قرار گرفت.

۵-۴- نتیجه‌گیری کلی

در این پژوهش رابطه ابعاد سرمایه فکری با یادگیری سازمانی با توجه به ابعاد شخصیت افراد در دفاتر بیمه پارسیان در استان‌های خراسان رضوی، کرمان و سیستان و بلوچستان مورد بررسی قرار گرفت و از آنجایی که سازمان‌ها دارای منابع سرشاری از سرمایه‌های فکری هستند که در تهیه و تصویر کشیدن نظام‌های عرضه و تقاضای اطلاعات و جریان‌های فکری نقش موثری ایفا می‌کنند و در صورت توانمند بودن در ایجاد، توزیع و انتشار دانش، موجبات رشد و توسعه و بالندگی سازمان را بوجود می‌آورند و سازمان خود را از حالت سنتی به سازمانی یادگیرنده مبدل خواهند کرد. یکی از نکات مهم در توسعه سرمایه فکری شخصیت افراد خواهد بود که باید مورد توجه هر سازمان یادگیرنده قرار گیرد که در جستجوی آینده خودش است. تا با ایجاد ساختارهایی جهت بکارگیری سرمایه‌های فکری با توجه به شخصیت آنها موجب ایجاد مزیت رقابتی پایدار برای سازمان متبوع گردد.

قابل ذکر است عده زیادی از دانشمندان تحقیقات زیادی را در داخل و خارج کشور در این مورد انجام داده‌اند از جمله:

شفی (۱۳۸۵) رابطه توانمندسازی کارکنان و یادگیری سازمانی در شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی را بررسی کرد و به این نتیجه رسید بین عوامل توانمندسازی کارکنان با یادگیری سازمانی آنان ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

و همچنین علامه و مقدمی (۱۳۸۸) در پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه میان یادگیری سازمانی و عملکرد سازمانی مطالعه موردی: واحد نیرومحركه شرکت ایران خودرو» به این نتیجه رسیدند که یادگیری سازمانی رابطه معناداری با عملکرد سازمان دارد.

لذا با توجه به اهمیت موضوع این تحقیق که رابطه سرمایه فکری و یادگیری سازمانی را با توجه به نقش تعدیل‌گر شخصیت مورد بررسی قرار می‌دهد مشخص شد که این تحقیق در راستای تحقیقات پیشین بوده که در این تحقیق دو فرضیه اصلی و شش فرضیه فرعی مورد تأیید قرار گرفتند و همچنین مشخص شد که بین سرمایه فکری و یادگیری سازمانی با توجه به نقش تعدیل‌گر شخصیت رابطه وجود دارد و تنها دو فرضیه فرعی تأیید نشد.

۱-۳- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

پیشرفت صنعت بیمه با توسعه اقتصادی کشور مقارن است. شرکت‌های بیمه به عنوان سازمان‌هایی که در تسهیل تجارت و سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی نقش مهمی ایفا می‌کنند، در تماس با اقتصاد جهانی بوده و ناگزیر از جریان‌های رایج در اقتصاد جهانی متأثر می‌شوند. با طرح دانایی محوری در اقتصاد، دانایی موتور اصلی رشد و ایجاد ثروت شده است و این عامل بیش از عوامل سنتی، نظیر کار و سرمایه موجب تولید می‌شود با توجه به افزایش پیچیدگی و سرعت تغییرات محیطی و عدم اطمینان در محیط سازمان‌ها، نیاز روز افزون به اتخاذ راهبردی بلندمدت و تفهیم آن به مجموعه، ایجاد تفکر سیستمی و بینش مشترک در سازمان و همچنین برقراری یادگیری سازمانی و تبدیل یادگیری فردی به سازمانی احساس می‌شود. از این رو اگر بتوان مجموعه‌ای از عناصر از قبیل ساختارها، روش‌ها، راهبردها، فرایندها، و شخصیت منابع انسانی را با الگوی مطلوب یادگیری سازمانی تطابق و سازگاری داد، بهتر می‌توان در مقابل رقابت‌ها و تهدیدات بازار جهانی پرتلاطم از خود واکنش نشان داد. در چنین فضایی سازمان‌های سنتی سودمندی خود را به دلیل عدم پاسخگویی سریع به ارزش تغییرات شتاب‌آز دست می‌دهند. بنابراین سازمان‌ها باید در درصد تحول خود به سمت سازمان‌های یادگیرنده باشند. دارایی بسیاری از شرکت‌ها مانند شرکت‌های خصوصی، نه‌ناشی از دارایی‌های فیزیکی آنها، به صورتی که حسابداران اندازه‌گیری می‌کنند، بلکه ناشی از سرمایه‌های غیر ملموس آنها، یعنی دانایی و سرمایه‌های فکری آنهاست. قابل ذکر است که در سال‌های اخیر بسیاری از نهادها و سازمان‌های پیشرفته و بویژه خدماتی، سرمایه فکری را به عنوان عامل اصلی تولید شناسایی کرده و از زیبایی‌های این سرمایه‌ها در یادگیری سازمانی با توجه به شخصیت افراد و به تبع آن رقابت‌های جهانی را در دستور کار خود قرار داده‌اند. سرمایه فکری که از سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری بکار گرفته شده تشکیل شده است، یکی از منابع اصلی مزیت رقابتی سازمان‌های مختلف در نظر گرفته می‌شود که بر سطح یادگیری و به تبع آن بر عملکرد شرکت و کشور تأثیر می‌گذارد. لذا برای رقابتی بودن در عرصه اقتصاد جهانی باید اقتصاد کشور از اقتصاد مبتنی بر منبع ورود به اقتصاد مبتنی بر دانش حرکت کند به طوری که بجای استفاده از تولید مبتنی بر نیروی کار بیشتر از دانش و منابع انسانی بهره‌گیری کند (چاووشی، کشوری، آرمان، ۱۳۸۷).

۱-۱۰- متغیرهای مورد بررسی تحقیق

در این تحقیق از سه متغیر مستقل، وابسته و تعدیل‌گر استفاده شده است. سرمایه فکری به عنوان متغیر مستقل، یادگیری سازمانی به عنوان متغیر وابسته و ابعاد پنج‌گانه شخصیت به عنوان متغیر تعدیل‌گر در نظر گرفته شده است. لازم به ذکر است جهت سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه مربوط به هر کدام از متغیرها استفاده خواهد شد.

۱-۱۱- قلمرو پژوهش:

الف) قلمرو موضوعی تحقیق در حیطه مطالعات سرمایه فکری در حوزه یادگیری سازمانی با توجه به شخصیت افراد می‌باشد.

ب) قلمرو زمانی این تحقیق از اواسط شهریور ماه ۱۳۹۴ تا اواخر مرداد ماه ۱۳۹۵ می‌باشد، که تقریباً ۱۱ ماه به طول انجامید.

۱-۱۲- تعریف واژه‌ها و اصطلاحات فنی و تخصصی:

سرمایه فکری: سرمایه فکری دارایی‌های نامشهودی است که از فناوری، اطلاعات مشتریان، اعتبار و فرهنگ سازمان تشکیل شده است که برای توان رقابتی سازمان بسیار مهم و حیاتی است. معمولاً سرمایه فکری را به دانش ضمنی و توان نوآوری کارکنان؛ زیرساخت‌های سرمایه انسانی یعنی نظام کاری مناسب و نوآوری و فرآیند بهبود سرمایه ساختاری؛ و ارتباطات برون سازمان یعنی سرمایه مشتری طبقه‌بندی می‌کنند. این سه جزء سرمایه فکری، محرک‌های کلیدی عملکرد سازمان و ایجاد کننده ثروت آتی برای آن است (پولیک، ۲۰۰۴).

سرمایه انسانی: سرمایه انسانی را می‌توان به سلامت، دانش، انگیزش و مهارت منابع انسانی سازمان فارغ از درآمد‌های بالقوه آتی آن برای سازمان داشته باشد تعریف کرد. وجود این ویژگی‌ها در منابع انسانی باعث رضایت خاطر می‌شود (بونتیس، ۲۰۰۲).

سرمایه ساختاری: سرمایه ساختاری در برگیرنده ساختارهایی است که امکان بهره‌برداری از سرمایه فکری را برای سازمان فراهم می‌کنند. این ساختارها از اقلام مشهود سازمان مانند حقوق انحصاری، علائم تجاری، بانک‌های اطلاعات گرفته تا اقلامی کاملاً نامشهود مانند فرهنگ، شفافیت و اعتماد بین کارکنان را در بر می‌گیرند (بونتیس، ۲۰۰۲).

سرمایه مشتری: شامل ارزش ارتباطات با مشتریان می‌باشد؛ مواردی نظیر پایگاه مشتری، ارتباطات مشتری و پتانسیل مشتری می‌باشد که خود به دو دسته تقسیم می‌شود: سرمایه مشتری نهایی که به معنی کانال‌های توزیع مستقیم، تصور و برند تجاری و رضایت و وفاداری مشتریان می‌باشد سرمایه مشتری میانی که به معنی ارتباط با شرکاء تجاری و سایر شرکاء و گروه‌ها می‌باشد. (روزن، میهالچ، ۲۰۰۲)

یادگیری سازمانی: کسب و کاربرد دانش، مهارت‌ها، ارزش‌ها، عقاید و نگرش‌های بهبود بخش در جهت نگهداری، رشد و توسعه سازمان (باب‌گاز، ۱۹۹۷)

شخصیت: خصوصیتی که افراد را از یکدیگر متمایز می‌سازد.

خلاصه‌ای از تعارض قوانین به زبان ساده

وقتی قوانین دو کشوریکی نیست

سعید مهری / کارشناس بیمه‌های مسئولیت



■ استثنائاتی که وجود دارد

در احوال تشخیصیه طبق ماده ۷ قانون مدنی، کلیه اتباع خارجه مقیم ایران از حیث مسایل مربوط به احوال شخصیه و اهلیت خود و همچنین از حیث حقوق، ارثیه، در حدود معاهدات، مطیع مقررات دولت متبوع خود خواهند بود.

بنابراین در بحث اموال طبق ماده ۸ قانون مدنی، اموال غیر منقول که اتباع خارجه در ایران طبق عهود تملک کرده یا می‌کنند از هر جهت تابع قوانین ایران خواهند بود.

براین اساس طبق این تعاریف مشخص می‌شود که در صورتیکه یک فرد در کشوری غیر از کشور خود اقامت داشته و یا رفت و آمد کند با تعارضات متفاوتی روبرو خواهد بود که این امر در حقوق ایران یا سایر جوامع را تعارض قوانین می‌دانند و بر همین اساس افرادی که دچار مشکل شوند می‌باید در جهت رفع آن اقدام حقوقی کنند که در این خصوص اشاراتی به اجمال خواهد شد.

در خصوص حل مشکل تعارض قوانین در بیمه، می‌توان به مسئولیت مدنی و قوانین حاکم بر آن اشاره کرد.

تعارض قوانین در مسئولیت مدنی شامل مواردی است که جدا از حل قاعده قانونی آن ممکن است مسایل دیگری در خصوص جبران آن وجود داشته باشد. در این صورت اگر شخص در کشور دیگری ادعای جبران خسارت کند حتماً با تعارض در قوانین روبرو خواهد شد. مهم این است که یک فرد در سایر کشورها چگونه عمل کند یا آن کشور چگونه با

با افزایش مرادفات میان مردم کشورها با یکدیگر که در قالب گردشگر یا فعالان اقتصادی صورت می‌گیرد، نقش قوانین اهمیت دوچندانی پیدا می‌کند. در واقع مسئله اصلی این است که وقتی یک تبعه خارجی در کشوری دیگر باعث بروز خسارت (چه عمدی چه غیر عمدی) می‌شود، کدام قانون باید ملاک عمل برای رسیدگی به آن باشد. این که قانون کشور متبوع فردی که عمل زیان آور را انجام داده مدنظر قرار می‌گیرد یا این که قانون کشوری که در آن خسارت اتفاق افتاده به آن رسیدگی می‌کند. در این جاسست که موضوع تعارض قوانین پیش می‌آید، تعارضی که برای حل آن راهکارهای مختلفی نیز پیش بینی و پیشنهاد شده است. این تعارض در صنعت بیمه نیز مصداق‌های فراوانی دارد که از بیمه خودرو و اموال تا مسئولیت رانندگی می‌گیرد.

■ تعارض قوانین چیست

تعریف آسان تعارض قوانین عبارتست از تفاوت بین قوانین کشورها با یکدیگر در حل مسائل. مانند آنکه یک شخص در ایران دارای حقوقی از نظر قانونی است که در کشورهای دیگر ممکن است فاقد آن باشد. یا بالعکس هر فرد خارجی در ایران تابع مقررات و قوانینی خواهد بود که ممکن است در کشور خود به نوعی دیگر در آن موضوع از نظر حقوقی با وی برخورد شود.

مشکل رفتار خواهد کرد.

بنابراین در تعارض قوانین رفتارهای رسیدگی به حل مساله بین کشورها متفاوت خواهد بود. در این حال این سوال مطرح می‌شود که دادگاه محل وقوع خسارت یا حادثه چگونه رای صادر خواهد کرد یا اینکه آیا دارای صلاحیت رسیدگی به موضوع است یا خیر؟ که این امر اهمیت بسیار زیادی دارد.

در حل تعارض قوانین عموماً دادگاه‌ها با دو مساله روبرو هستند:

۱- آیا مساله مطرح شده در خصوص اشخاص حقیقی است یا حقوقی؟ پاسخ به این سوال اهمیت زیادی دارد چرا که نحوه برخورد و حل مشکل برای اشخاص حقیقی و حقوقی تفاوت دارد.

اگر اشخاص حقوقی دارای تعارض در قوانین گردند و یا عبارت دیگر اگر سازمان‌ها و نهادها ارگان‌ها و... از یک کشور با کشوری دیگر دچار مساله شده و مشکل داشته باشند می‌توانند از معاهدات بین المللی در رفع آن یا نهادها بین المللی در داورى آن استفاده کرده تا مشکل برطرف شود. ولی اگر مساله در خصوص اشخاص حقیقی باشد برای حل تعارض بوجود آمده در ابتدا باید فرد ادله خود را به دادگاه ارائه کند و سپس دادگاه صلاحیت یا عدم صلاحیت خود را در امر رسیدگی به مساله مشخص کند و سپس اقدام به رسیدگی یا عدم رسیدگی و به عبارت دیگر به دادگاه غیر واگذار کند.



از شرایط نامناسب آن طبق خطای شخص یا میزان قصور او در خارج از مرزها باید مشخص شود. اگر با چنان خصوصیتی بتوان میزان خسارت بوجود آمده و فعل زیان بار را از نظر مالی برآورد کرد و به جای جنبه کیفری از زاویه مسئولیت مدنی مورد بررسی قرار گیرد، به عنوان دیدگاه تلفیقی مطرح می شود. از نظر تعدادی از حقوق دانان در دیدگاه تلفیق قصور و تقصیر در صورتی که بر مبنای مسئولیت شخص در فعل زیانبار از جنبه غیر عمد (مدنی) و نه از روی عمد (کیفری - جزایی) بررسی صورت گیرد، می تواند به عنوان یک راهکار بین المللی در نظر گرفته شود.

در رابطه با حقوق خصوصی بین الملل، خسارت هایی که بوجود می آید ممکن است با احکامی از نظر مدنی روبرو شود که غیر عادلانه بوده و دیدگاه تلفیقی می تواند به عنوان یک راهکار بسیار مناسب برای حل تعارض آن ارائه شود تا شخص بتواند در جبران خسارت فعل زیانباری که از او سرزده و ناشی از خطای غیر عمد بوده است، اقدام یا به دادگاه صلاحیت دار مراجعه کند. هر چند که در مسئولیت مدنی دادگاه صالحه عموماً تحت حاکمیت و قانون محل وقوع فعل زیانبار است و حق مطالبه جبران خسارت نیز با همان دادگاه خواهد بود، ولی جهت رسیدگی به آن، دادگاه می تواند بر اساس قوانین و معاهدات بین المللی یا منطقه ای (مانند گروه کشورهای اکو) استفاده کند که این امر خود ناشی از دیدگاه تلفیقی رسیدگی و حل تعارض قوانین دادگاه ها یا جهت تسریع در امر رسیدگی خواهد بود که منشاء جلوگیری از بسیاری بی عدالتی ها در رسیدگی به دعوی است.

هر چند این مساله می تواند دارای ایرادهایی از قبیل اینکه ممکن است یک دادگاه در یک کشور صرفاً مقررات خود را اعمال کند و دیدگاه تلفیقی را اعمال نکند، ولی برای شخص عامل حادثه یا بوجود آورنده خسارت می تواند از مستندات رای صادره در دادگاه محل فعل زیانبار (در صورت ناعادلانه بودن) در محاکم بین المللی پس از صدور رای شکایت کرده و از دادگاه های بین المللی جهت رسیدگی به آن نیز درخواست یاری کند.

در دیگاه سنتی همانطور که بیان شد در تعیین قانون حاکم بر مسئولیت مدنی یا قانون عام که در کشور ایران نیز اعمال می شود، در صورت بروز حادثه یا بوجود آمدن خسارت (جانی و مالی) در صورت تیکه یکی از عوامل بوجود آورنده یا زیان دیده تبعه خارجی باشد، بر اساس قوانین ایران عمل خواهد شد. در صورت فوت تبعه خارجی، پس از رسیدگی به پرونده عمل و اگذاری به دادگاه متبوع فرد خارجی صورت خواهد پذیرفت و اگر حادثه بوجود آمده ناشی از تقصیر باشد صرفاً بر اساس نظریه دادگاه ایران و از جنبه کیفری و جزایی رسیدگی خواهد شد که این امر ناشی از حاکمیت ملی یک کشور جهت احقاق حق خود است.

■ حفظ منافع ملی با اعمال قانون

در نهایت باید گفت در خسارت هایی که بوجود می آید و ناشی از مسئولیت مدنی است (فعل زیانبار ناشی از عمل غیر عمد) عموماً در هر کشوری بر اساس مقررات داخلی خود و قوانین حاکم بر آن رسیدگی می شود. این مساله نشان می دهد که حاکمیت ملی هر کشور دارای اهمیت فراوانی برای سیاستمدان و مردم بوده و هر کشور به حفظ منافع خود می اندیشد. معمولاً این شرایط ناشی از خواسته قانونی و مشروع مردم یک سرزمین است که ارزیابی و ارزش گذاری آن ناشی از هنجارهای موجود در همان کشور شکل گرفته و رسیدگی به مسایل و حل مشکلات مسئولیت مدنی صرفاً بر اساس قوانین همان کشور نیز انجام می شود.

فرض کنیم که یک فرانسوی با یک ایرانی در کشور سوئیس اقدام به خرید و فروش یک خودرو یا یک اثر هنری می کند که در صورت بوجود آمدن اختلاف بین این دو نفر قانون کدام کشور حاکم خواهد بود. آیا قانون کشور ایران به عنوان فرد خریدار یا قانون کشور فرانسه به عنوان فروشنده یا قانون کشور سوئیس به عنوان محل خرید و فروش مال ملاک عمل خواهد بود. قطعاً در این بین با تعارض قوانین روبرو خواهیم بود.

در مسئولیت مدنی، قانون محل دادگاه یا مقر دادگاه که حادثه در آن رخ داده حاکم خواهد بود و صلاحیت رسیدگی به موضوع را خواهد داشت. براساس نظر تعدادی از علمای حقوق، در مسئولیت مدنی علاوه بر آنکه می باید محل وقوع دادگاه را در نظر داشت باید محل فعل زیانبار را هم در نظر گرفت. بنابراین از نظر اکثر حقوقدانان، جهت حل مساله تعارض در مسئولیت مدنی می بایست تابع قانون محل انجام فعل زیانبار بود چراکه اعتقاد کلی به اثرات دعوی در محل بوجود آمدن آن و به دلیل احترام به حاکمیت ملی کشور محل وقوع فعل زیانبار است.

لازم به ذکر است که در بسیاری از کشورها احکام جداگانه ای در خصوص رسیدگی به تعارض قوانین وجود دارد و قواعد حل تعارض بطور جداگانه ارزیابی و مورد رسیدگی قرار می گیرد. آن بخشی که مربوط به مسایل بین المللی است به عنوان حقوق بین الملل خصوصی مطرح است که به خوبی می تواند در مسایل حل تعارض بدان عمل کرد.

■ دیدگاه های متفاوت در تعارض قوانین

در امر تعارض قوانین دیدگاه های متفاوتی وجود دارد که مهمترین آن نگاه سنتی و تلفیقی است. دیدگاه سنتی: از نظر معتقدین به این دیدگاه، کلیه مسائل مسئولیت مدنی الزاماً باید توسط حکومت و قانون متبوع همان کشور بیکه فعل زیانبار در آن صورت گرفته است، رسیدگی شود.

در دعوی مسئولیت مدنی که با دعاوی جزائی ارتباط نزدیکی دارد، کشورها مطابق با قانون خود به دعوی رسیدگی می کنند و با قوانین کشور محل وقوع فعل زیانبار متفاوت است. بنابراین تحقق شرایط رسیدگی به دعوی مطرح شده نیز متفاوت است. در این حال ممکن است حقوق کشور محل وقوع فعل زیانبار کم رنگ یا از بین برود که قطعاً از نظر حاکمیت ملی آن مشکل بوجود خواهد آمد.

بر اساس این دیدگاه باید اعلام شود که حقوق رسیدگی به مسئولیت مدنی زمانبر و طولانی خواهد بود و بطور کامل از حقوق جزایی جدا شده و جهت رسیدگی به اهداف بهتر دارای پیشرفت های قابل توجهی شده است.

در حقوق مسئولیت مدنی جبران خسارت و رفع زیان وارده به شخص مد نظر بوده و هدف آن جبران و برگرداندن وضع زیان دیده از نظر شرایط مالی به حالت قبل از وقوع خسارت است. ولی در مسائل مربوط به حقوق جزایی قطعاً فرد بوجود آورنده خسارت دچار یک رفتار مجرمانه یا یک خطای عمد شده است که علاوه بر جبران زیان وارده باید از نظر حکومتی متحمل جریمه مشخص شده توسط دادگاه شود. در این مورد اعمال مسئولیت جزایی فرد خاطی قطعاً با حاکمیت ملی یک کشور ارتباط داشته و فقط در صلاحیت کشور محل وقوع خواهد بود. بر خلاف آن در مسئولیت مدنی صرفاً جبران زیان وارده ملاک است که می تواند طبق شرایط مقرر شده بدان رسیدگی شود.

دیدگاه تلفیقی: در دیدگاه تلفیقی یا مختلط حل تعارض قوانین عموماً بر اساس قانون مقر دادگاه و جهت پیشگیری

برای مثال اگر یک زن و شوهر فرانسوی مقیم ایران طرح دعوی طلاق کنند، به استناد ماده ۷ قانون مدنی جمهوری اسلامی ایران این دعوی طلاق به علت آنکه مرتبط با احوال شخصی افراد است الزاماً باید تابع مقررات خاص کشور خود باشند و طبق مقررات کشور فرانسه با آن برخورد شود که در این شرایط قاضی ایرانی عدم صلاحیت رسیدگی خود را اعلام و حل مساله را به دادگاه فرانسه واگذار می کند.

۲- در خصوص اختلافات مالی بین افراد یا اشخاص حقیقی و حقوقی آنچه تقریباً در تمام کشورها حاکم است، کشوری که مال مورد اختلاف در آن قرار دارد صلاحیت رسیدگی به دعوی را خواهد داشت.

مثلاً در ایران طبق ماده ۸ قانون مدنی «اموال غیر منقوله که اتباع خارجه در ایران طبق عهده تملک کرده یا می کنند از هر حیث تابع قوانین ایران خواهد بود».

بر این اساس آنچه کشورها در بحث اموال مطرح می کنند صرفاً صلاحیت خود را و نه سایر کشورها را جهت رسیدگی به آن راجح دانسته و اعمال خواهند کرد. این امر با حاکمیت ملی یک کشور ارتباط مستقیم دارد و اگر در خصوص آن قانون کشور دیگری اعمال شود، قطعاً از نظر حاکمیت ملی می تواند کشور محل وجود مال را دچار مشکل یا مشکلات عدیده ای کند.

همانگونه در خصوص مسئولیت مدنی در تعارض های بوجود آمده مطرح شد در کشور ایران شرکت های بیمه تجاری که اقدام به انجام عمل بیمه گری می کنند (بجز مواردی که به صورت خاص است مانند شرکت های بیمه ای که فقط در بیمه های عمر فعال هستند یا موارد مشابه آن) بر اساس قوانین و مقررات مشخص در ایران نسبت به صدور بیمه نامه اقدام می کنند که ممکن است در بسیاری از موارد بین شرکت های بیمه ایرانی با سایر شرکت های خارجی در دیگر کشورها از نظر امر رسیدگی و بررسی مسائل متفاوت عمل کنند که در صورت طرح در دادگاه ها و از نظر رسیدگی به آن قطعاً دارای تفاوت هایی هستند.

بنابراین مثلاً اگر یک ایرانی با اتومبیل شخصی خود که دارای بیمه نامه است به کشور دیگری وارد شود و در آن کشور دچار حادثه شده و خسارت جانی و مالی بوجود آید، بدین ترتیب کشور محل وقوع حادثه ممکن است با مسایل متعددی روبرو شود که رسیدگی به آنرا برای دادگاه محل وقوع حادثه با سختی مواجه خواهد کرد. مهم ترین بخش در این حادثه وجود بیمه نامه معتبر ایرانی برای خودرو بوده که تابع مقررات و قوانین ایران صادر شده است و در کشور دیگر ممکن است به نحو دیگری با مساله رفتار و تعارض قوانین بوجود بیاید.

حال اگر بیمه نامه های با بربری را مورد بررسی قرار دهیم، عموماً بر اساس مقررات بین المللی بیمه نامه صادر شده و از مقررات بین المللی در صورت وجود مشکل پیگیری خواهد شد. چراکه حمل کالا قطعاً از طریق ترانزیت (بین المللی) دارای مقررات خاص خود است. مهم ترین موضوع در حمل و نقل بین المللی، وجود بیمه نامه معتبر حمل کننده یا صاحب کالا است که در صورت بوجود آمدن زیان و خسارت، از طریق مراجع رسیدگی بین المللی که در امر بیمه فعالیت دارند مشکل را برطرف کنند. در این حال تعارض قوانین بسیار محدود خواهد بود. اما اگر افراد حقیقی شخصاً اقدام به خرید و فروش کالا یا حمل کالا از کشوری به کشور دیگر کنند، در اثر وقوع موارد متعددی از جمله سرقت کالا در کشوری دیگر یا از بین رفتن کالا توسط افراد غیر (مسئولیت مدنی) در کشوری دیگر قطعاً با تعارض قوانین بین کشور خود و کشور محل حادثه روبرو خواهند شد.

تسلیت به همکار

مناسفانه با خبر شدیم همکارانمان آقای محمد نوروزی، آقای هادی فرهی، آقای صائب صفری، آقای جلال اصغرزاده، آقای فرید حبیبی، امیر مومنی و آقای رضا نیک منظر در غم از دست دادن عزیزانشان به سوگ نشسته اند. نشریه چتر ضمن همدردی با این همکاران گرامی برای آنان و خانواده محترمشان از درگاه باری تعالی طلب صبر و بردباری می کند.



تغییر نشانی و شماره تلفن

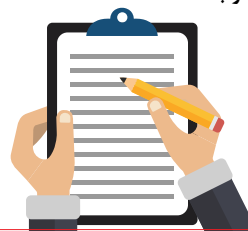
آدرس جدید شعبه بیر جند
خیابان شهید محلاتی - حدفاصل ۱۳
آبان و خیابان مدرس - پلاک ۱۴۳
تلفن: ۰۵۶۳۲۴۵۰۶۷۷-
۰۵۶۳۲۴۴۳۹۳۵-۰۵۶۳۲۴۵۰۶۷۸
۰۵۶۳۲۴۳۷۹۴۳-۰۵۶۳۲۴۳۳۴۱

آدرس جدید
شعبه رشت
رشت - خیابان آیت الله رودباری
۰۱۳۳۳۵۳۱۳۳۳
۰۱۳۳۳۵۶۹۴۰۵
۰۱۳۳۳۵۶۹۴۰۶
تلفکس: ۰۱۳۳۳۵۳۱۳۳۴

آدرس جدید مجتمع
بیمه ای بجنورد
خراسان شمالی - بجنورد
میدان فردوسی - خیابان امیر به
جنوبی - نرسیده به کوچه جاهد
پلاک ۹
۰۵۸۳۲۲۱۰۸۵۲ الی ۵

چهار مدیر جدید از مدیر عامل بیمه پارسیان حکم گرفتند

طی احکامی از سوی آقای اویار حسین، عضو هیات مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان چهار مدیر بخش های مختلف این شرکت منصوب شدند. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، براساس این احکام «محمود رابطیان» با حفظ سمت به عنوان مدیر توسعه منابع انسانی، «حسن ز یادخانی» به سمت مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران، «سعید توسلی» با حفظ سمت به ریاست مجتمع بیمه ای کرمانشاه و آقای «مالک اژدر برزگر صدیق» با حفظ سمت به سمت مدیر یت ریسک بیمه پارسیان منصوب شدند.



لغات انگلیسی تخصصی بیمه

بر گرفته از کتاب فرهنگ اصطلاحات بیمه
نوشته: هادی اویار حسین

session.....	واگذاری
Chamber of commerce.....	اتاق بازرگانی
Change of loss.....	تغییر خسارت
Change of road/route.....	تغییر مسیر
Change of voyage.....	تغییر سفر
Characters of insurance contact.....	ویژگی های قرارداد بیمه
Charter party.....	(قرارداد حمل کشتی)
charterer.....	اجاره کننده کشتی
child's deferred insurance.....	بیمه عمر کودکان
CIF/cost, insurance, freight.....	هزینه خرید کالا+بیمه+هزینه حمل و نقل
Civil liability.....	مسئولیت مدنی
claim.....	آسیب/ادعای خسارت
claim adjustment.....	تعدیل خسارت
claim development statistic.....	آمار توسعه خسارت
claim expenses.....	هزینه های تصفیه خسارت
claims - commutation clause.....	شرط محاسبه خسارت
claim settlement.....	تصفیه
classified ship/vessel.....	کشتی طبقه بندی
clause.....	شرط
clean - cut.....	روش تسویه حساب ها بر اساس قطع کامل
closed claim.....	خسارت مختومه
co - insurance.....	بیمه مشترک
Co - insurance pool.....	صندوق بیمه مشترک
Coded excesses method calculation.....	روش طبقه بندی شده مازاد/روش کدبندی شده مازاد
Collateral security.....	تضمین متقابل



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان

بیمه عمر و سرمایه گذاری

www.parsianinsurance.ir



آدرس : خیابان ولیعصر، بالاتر از بلوار میرداماد، خیابان قبادیان غربی، پلاک ۲۲ مرکز ارتباطات : ۰۲۱-۸۲۵۹



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان

صدور انواع بیمه نامه های :

عمر و سرمایه گذاری _ خودرو _ مهندسی

نفت و انرژی _ مسئولیت _ آتش سوزی _ باربری

درمان و حوادث گروهی

آدرس : خیابان ولیعصر، بالاتر از بلوار میرداماد، خیابان قبادیان غربی، پلاک ۲۲ مرکز ارتباطات : ۸۲۵۹

www.parsianinsurance.ir