



تشریح داخلی بیمه پارسیان • مدیریت روابط عمومی
شماره چهارم | مهر ۹۸

توزیع بسته‌های مهربانی بیمه پارسیان
در میان دانش آموزان مناطق زلزله زده کرمانشاه

ساختمان جدید مجتمع بیمه‌ای کرمان بیمه پارسیان افتتاح شد



◀ گفتگو با مدیر توسعه بازار و امور مشتریان
◀ گفتگو با سرپرست منطقه مرکزی



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



۵ باقر رسیان ماه مهرستهای مهربانی بیمه پارسیان در میان دانش آموزان مناطق زلزله زده کرمانشاه توزیع شد

بیمه پارسیان در راستای اهداف خود در راستای حمایت از دانش آموزان مناطق زلزله زده کرمانشاه اقدام به توزیع ماه مهرستهای مهربانی کرد. این اقدام در راستای اهداف خود در راستای حمایت از دانش آموزان مناطق زلزله زده کرمانشاه انجام شد.

دیدار نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان با نمایندگان استان قم

نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان در دیداری با نمایندگان استان قم، با آنها گفت و گو و در خصوص مسائل و مشکلات استان قم گفت و گو کردند.

۴ ساختمان جدید مجتمع بیمه‌ای کرمان افتتاح شد



۷ توجه به وظایف حرفه ای بیمه‌گر و رعایت مشتریان از اهداف اصلی ماست

مدیرعامل بیمه پارسیان در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی، به وظایف حرفه‌ای بیمه‌گر و رعایت مشتریان اشاره کرد و گفت: ما به این اهداف اصلی ماست.

۶ حفظ و نگهداری مشتریان و جلب رضامندی ایشان از اهداف اساسی سازمان است

مدیرعامل بیمه پارسیان در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی، به حفظ و نگهداری مشتریان و جلب رضامندی ایشان اشاره کرد و گفت: ما به این اهداف اساسی سازمان است.

شماره چهارم، مهر ماه ۹۸



- مدیر مسوول: افشین نوری
- سردبیر: سیمین نصرالهی
- دبیر تحریریه: حمیده حاجی جعفر
- طراحی و اجرا: راوک گرافیک
- گرافیک و صفحه آرایی: سمیه رفیعی
- مهدی حیدرزاده
- نشانی: خیابان ولی عصر، بالاتر از میرداماد
- خیابان قبادیان غربی، پلاک ۲۲
- کدپستی: ۱۹۶۹۶۳۳۳۳۱
- تلفن: ۴۲۱۶۹۳۴۱
- دورنگار: ۴۲۱۶۹۳۴۶
- پست الکترونیکی: pr@parsianinsurance.com
- وبسایت: www.parsianinsurance.ir

۱۱ شورای ریگ بیمه‌گری در شرکت بیمه پارسیان تشکیل شد

شورای ریگ بیمه‌گری در شرکت بیمه پارسیان تشکیل شد. این شورا در راستای اهداف خود در راستای حمایت از بیمه‌گذاران تشکیل شد.

۱۰ جلسه هم‌اندیشی نمایندگان شریک تهران

جلسه هم‌اندیشی نمایندگان شریک تهران برگزار شد. در این جلسه، مسائل و مشکلات شرکت در تهران بررسی شد.

۱۰ نشست بررسی مسایل کارکنان و نمایندگان شعبه سبزول با حضور مدیر امور شعب و نمایندگان

نشست بررسی مسایل کارکنان و نمایندگان شعبه سبزول با حضور مدیر امور شعب و نمایندگان برگزار شد.

۱۱ تقدیر فرمانداری شهرستان آران و بیدگل از شعبه گاشان

فرمانداری شهرستان آران و بیدگل شعبه گاشان را تقدیر کرد. این تقدیر در راستای خدمات خوب شعبه انجام شد.

۱۵ برگزاری دوره آموزشی بیمه‌های عمر و سرمایه گذاری

برگزاری دوره آموزشی بیمه‌های عمر و سرمایه گذاری برگزار شد. در این دوره، مفاهیم و روش‌های مختلف بیمه‌های عمر و سرمایه گذاری آموزش داده شد.

۱۴ برگزاری دوره آموزشی صدور و خدمات پس از صدور بیمه‌های عمر انفرادی

برگزاری دوره آموزشی صدور و خدمات پس از صدور بیمه‌های عمر انفرادی برگزار شد. در این دوره، فرآیند صدور و خدمات پس از صدور آموزش داده شد.

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

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

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

ساختمان جدید مجتمع بیمه‌ای کرمان بیمه پارسیان افتتاح شد



ساخت این ساختمان که در زمینی به مساحت حدود ۱۵۰۰ مترمربع و کاربری اداری تجاری در ۴ طبقه به بهره برداری رسیده است حدود دوسال به طول انجامید. تأکید بر ارائه خدمات بهتر به بیمه‌گذاران و تثبیت جایگاه بیمه پارسیان در صنعت بیمه کشور از اهداف ساخت مجتمع‌های جدید این شرکت است تا بیمه‌گذاران و مراجعین بتوانند در کمال آرامش خدمات خود را از بیمه پارسیان دریافت نمایند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ روز چهارشنبه هفته گذشته و با حضور جمع کثیری از مدیران، کارکنان، بیمه‌گذاران و نمایندگان بیمه پارسیان در شهر کرمان، ساختمان جدید مجتمع بیمه‌ای بیمه پارسیان در این شهر افتتاح و به بهره برداری رسید. ساختمان این مجتمع در ۴ طبقه و با آخرین و جدیدترین امکانات روز ساخته شده که در نوع خود یکی از بزرگترین و زیباترین مجتمع‌های بیمه‌ای در استان‌های کشور می‌باشد. پروژه





با فرارسیدن ماه مهر بسته‌های مهربانی بیمه پارسیان در میان دانش آموزان مناطق زلزله زده کرمانشاه توزیع شد



همزمان با آغاز سال تحصیلی ۹۹-۹۸، بسته‌های حمایتی نوشت افزار بیمه پارسیان در مدارس مناطق زلزله زده کرمانشاه توزیع شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در راستای ایفای نقش مسئولیت اجتماعی و با هدف ارتقای سطح آموزشی و انگیزشی دانش آموزان مناطق زلزله زده در سال جدید تحصیلی، مسئولین بیمه پارسیان با حضور در مدارس مناطق زلزله زده و محروم کرمانشاه، بسته‌های نوشت افزار اختصاصی مقاطع مختلف تحصیلی را توزیع کردند.

پیش از این نیز بیمه پارسیان دو باب مدرسه در دو روستای زلزله زده کرمانشاه برای دانش آموزان محروم از تحصیل افتتاح و ملزومات آنان را فراهم کرده بود. اهمیت فراهم آوردن امکانات تحصیل برای دانش آموزان کشورمان و استفاده آنان از فضاهای آموزشی مناسب در جهت کمک به آینده‌ای روشن و سازندگی ایران عزیز از اهداف بیمه پارسیان در این گونه فعالیت‌های خیرخواهانه اعلام شده است.

دیدار نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان با نمایندگان استان قم

ها و ارزیابی جهانی صنعت بیمه کشور طی ۵ سال اخیر، جایگاه شرکت بیمه پارسیان، مقایسه ضریب خسارت و سرمایه شرکت‌های بیمه فعال در کشور، توجه به فروش و بازاریابی بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری و تلاش در جهت ارتقاء سهم این رشته سخانی را ایراد نمودند.

در پایان نیز مسایل و مشکلات موجود توسط نمایندگان مطرح شد و آقای اویار حسین نیز ضمن بررسی موارد، راهکارهای لازم برای مقابله با آنها را ارائه نموده و نسبت به رسیدگی و رفع آنها تاکید نمودند.

استان، گزارش عملکرد مجتمع بیمه ای قم در تولید حق بیمه و خسارت‌های پرداخت شده، مقایسه عملکرد ۶ ماه ۹۸ با مدت مشابه سال قبل و مهمتر از آن جایگاه شرکت بیمه پارسیان در این استان پرداخت.

در ادامه آقای فتحی سرپرست مدیریت امور شعب و نمایندگان اهم وظایف نمایندگان را مطرح نمودند. سپس آقای اویار حسین نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل در خصوص وضعیت صنعت بیمه و رتبه بندی حق بیمه تولیدی و حق بیمه سرانه جهان در مقایسه با ایران، بررسی شاخص



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل آقای اویار حسین و مدیریت امور شعب و نمایندگان آقای فتحی در تاریخ ۱۳۹۸/۷/۹ در محل مجتمع بیمه‌ای قم حضور یافته و با همکاران و نمایندگان دیدار و گفتگو نمودند.

در ابتدای این جلسه و پس از تلاوت آیت‌ی از کلام... مجید، رییس مجتمع آقای قلندران ضمن عرض خیرمقدم، به ارائه توضیحاتی در خصوص وضعیت عمومی و جمعیتی استان قم، سابقه فعالیت مجتمع، اطلاعات کل شعب و نمایندگان



گفتگو با بهزاد برومند، مدیر توسعه بازار و امور مشتریان حفظ و نگهداری مشتریان و جلب رضایتمندی ایشان از اهداف اساسی سازمان است

بیشتری ارایه کند که در ارزیابی ریسک تاثیر گذار باشد.

درخصوص تفاهم نامه جدید همکاری با بانک پارسیان در راستای هم افزایی و ارایه خدمات ویژه به مشتریان بانک (طرح اهالی پارسیان) لطفا توضیحات لازم را بفرمایید.

یکی از مواردی که از طریق این مدیریت پیگیری می شود استفاده از پتانسیل سهامداران خصوصاً گروه مالی پارسیان است. به همین منظور تفاهم نامه ای مبادله شده تا گروه های مشتریان بانک بتوانند از شرایط خاص بهره مند شوند این گروه که اصطلاحاً (اهالی پارسیان) نامیده می شوند به دو گروه تقسیم شده و با توجه به شرایطشان از تسهیلات فروش بهره مند می شوند. در حال حاضر در حال رایزنی با بانک پارسیان جهت مکانیزه کردن این قرارداد هستیم به نحوی که مشتریان بانک با مراجعه به لینک بیمه پارسیان و ورود به وب سایت شرکت بیمه با ارسال کد ملی خود و تایید بانک بتوانند از این تسهیلات استفاده نمایند و بتوانیم بازار بزرگ مشتریان بانک را از مزایای بیمه نامه های شرکت بیمه پارسیان بهره مند سازیم.

در پایان اگر سخنی با خوانندگان نشریه چتر دارید بفرمایید.

از آنجایی که خوانندگان نشریه وزین چتر عموماً در حوزه های مختلف صنعت بیمه مشغول هستند لذا از جایگاه مدیر توسعه بازار و امور مشتریان چند نکته را ضروری می دانم. سازمان های بیمه از قسمت ها و دپارتمان های مختلفی تشکیل شده ولی مواجهه با مشتری از طریق شبکه فروش (نمایندگان و کارگزاران) و یا به طور مستقیم از طریق شعب و نهایتاً مدیریت توسعه بازار و امور مشتریان انجام می پذیرد این دسته از اهمیت و جایگاه مشتری به خوبی آگاهند و نقش موثر مشتری را در دوام و بقای سازمان بخوبی حس می کنند. اما لازم است این حساسیت به تمام واحدهای سازمان نیز منتقل شود و تمام ارکان سازمان درگیر ایجاد رضایت مشتری و کوشش در جهت وفاداری آن شوند. با آموزش های مشتری مداری و رفتار با مشتری برای تمام کارکنان سازمان و نظارت بر اجرای آن از سوی مدیریت های ذیربط می توان به جذب مشتریان بیشتر و حس وفاداری و رضایت در مشتریان فعلی شرکت کمک نمود. همانطور که می دانید یکی از روش های موثر بازاریابی، بازاریابی ارجاعی است یعنی رضایتمندی یک مشتری می تواند باعث جذب پرتفوی بیشتری برای شرکت شود. حتی در مصاحبه های استخدامی ضروری است تا کارکنانی جذب شرکت بیمه شوند که اصول اولیه مشتری مداری و حساسیت های آن را بدانند.

در پایان برای تمام همکارانم آرزوی بهروزی و موفقیت دارم.

شرایط مناسب می توانیم آن ها را جذب کنیم. البته استفاده از ظرفیت سهامداران شرکت نیز در دستور کار است و در حال مذاکره و رایزنی با این گروه هستیم که امیدوارم به زودی خبرهای خوبی برای شرکت بیمه پارسیان داشته باشیم.

بیشترین ارتباط شما با بیمه گذاران بزرگ است، برای جذب یک بیمه گذار بزرگ چه توصیه هایی برای نمایندگان بیمه پارسیان دارید؟

البته یکی از وظایف این مدیریت ارتباط با مشتریان خاص و ویژه شرکت می باشد. به همین منظور تشکیل تیم حفظ و نگهداشت مشتریان در دستور کار قرار گرفت و در این مدت توانستیم با تشکیل جلسات با مشتریان ویژه اعتماد آن ها را به شرکت بیشتر کرده و درجه رضایتمندی را بالاتر ببریم. به نحوی که هر گونه سوال یا مشکلی برای این گروه بوجود آید مستقیماً با این مدیریت تماس گرفته و همکاران من در این مجموعه نسبت به رفع آن سریعاً اقدام می نمایند. همانگونه که قبلاً گفته شد جذب بیمه گذاران بزرگ از طریق مناقصات و یا استعلام ها صورت می پذیرد و نمایندگان باید از طریق سامانه های خاص ورود پیدا کنند و آن ها را از طریق شعب سرپرستی برای این مدیریت ارسال نمایند تا نسبت به استعلام نرخ و شرایط از مدیریت های فنی اقدام شود. اما نکته مهم اینجاست که اگر نماینده ای مناقصه ای را برنده شود نباید ارتباط خود را با بیمه گذار از دست بدهد و نسبت به ارایه خدمات به آن مجموعه اهتمام ورزد تا بتواند رضایت مشتری را فراهم نماید و در این بین اعتماد بیمه گذار را هم نسبت به خود و شرکت بیمه افزایش دهد.

برای حفظ و وفاداری یک بیمه گذار چه کارهایی باید انجام داد؟

صداقت در معرفی خدمات، داشتن ارتباط موثر و مفید در طول مدت اعتبار بیمه نامه، اجتناب از وعده های غیر فنی و غیر واقعی، کسب اعتماد بیمه گذار، بالا بردن دانش فنی و مهارت های بازاریابی از جمله کارهایی است که می توان در حفظ و وفاداری مشتریان انجام داد.

وظایف مدیریت امور فروش و مشتریان در حوزه مناقصات چیست؟ آیا مشورت و یا همکاری خاصی با نمایندگان دارید؟

همانگونه که ذکر شد، عموم مناقصات به دلیل چندرشته ای بودن باید از یک مرکز عبور کرده و به واحدهای فنی برسد و سپس نرخ ها و شرایط جمع آوری شده به بیمه گذار اعلام شود. این کار در واحد امور مناقصات شرکت که در مدیریت فروش و امور مشتریان می باشد انجام می گردد. روش حضور در مناقصات مشخص است و لذا مشورت و همکاری خاصی نیاز ندارد مگر آنکه نماینده بتواند اطلاعات تکمیلی



لطفاً در خصوص وظایف و فعالیت های مدیریت امور فروش و مشتریان برای خوانندگان نشریه چتر توضیح بفرمایید.

همانگونه که اطلاع دارید، در هر سازمان انتفاعی، هدف، فروش و کسب درآمد و سود است، شرکت های بیمه بازرگانی هم از این قاعده مستثنی نیستند. به همین دلیل واحدهای فروش در این سازمان ها از اهمیت بسیار بالایی برخوردارند. اهمیت خدمات پس از فروش نیز بر کسی پوشیده نیست زیرا حفظ و نگهداشت مشتریان بسیار کم هزینه تر از جذب مشتری جدید است و لذا امور مشتریان در سازمان، رابطه مستقیم با فروش دارد. امروزه سازمان ها با روش های مختلف سعی در حفظ و نگهداشت مشتریان خود مانند تشکیل باشگاه مشتریان و ارایه خدمات خاص به مشتریان ویژه و ایجاد رضایتمندی و حس وفاداری در مشتریان دارند. در اداره فروش و امور مشتریان شرکت بیمه پارسیان نیز، هدف، فروش بیشتر شرکت و توسعه بازار و ورود به بازارهای جدید و طراحی محصولات جدید و مورد نیاز بازار می باشد.

یکی دیگر از فعالیت های این مدیریت آموزش بازاریابی و فنون مذاکره برای نمایندگان شرکت است که در هر فصل برگزار می گردد، این آموزش ها نمایندگان را با نحوه صحیح فروش آشنا نموده و انگیزه آن ها را بیشتر می نماید.

آیا در حوزه مدیریت شما برنامه ریزی برای بازاریابی و جذب بیمه گذاران خاص وجود دارد لطفاً توضیح دهید.

در ابتدای ورود من به این مدیریت، پرسنل این واحد بیشتر در زمینه مناقصات و تفاهم نامه ها تجربه داشتند و از همان لحظه همکاران را با توجه به توانایی هایشان به دو گروه بازاریابی و توسعه بازار و همچنین امور مشتریان (حفظ و نگهداشت مشتریان) تقسیم کرده و وظایفی برای آن ها تعیین گردید. در حال حاضر طرح های خاصی از سوی تیم بازاریابی آماده شده که در حال مذاکره با مدیریت های فنی مربوطه هستند تا در صورت تایید، مراحل دیگر آن طی شود. شرایط جذب بیمه گذاران بزرگ و خاص کاملاً با جذب پرتفوی خرد متفاوت است اکثر این پرتفوی ها از طریق مناقصات جذب می شوند که در صورت ارایه نرخ و



گفتگو با سرپرست منطقه مرکزی کشور توجه به وظایف حرفه ای بیمه‌گری و رضایت مشتریان از اهداف اصلی ماست



بهروز جوزی نجف آبادی هم‌اکنون سرپرست منطقه مرکزی کشور و سرپرست مجتمع بیمه‌ای اصفهان را عهده داری. ایشان فارغ‌التحصیل رشته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بوده و از اسفند ۹۱ تا کنون به‌عنوان سرپرست منطقه مرکزی کشور انجام وظیفه می‌نماید. نشریه چتر جهت آگاهی از عملکرد مناطق مرکزی کشور و همچنین مجتمع بیمه‌ای اصفهان با ایشان گفتگو کرد.

منطقه تحت سرپرستی شما شامل چه مجتمع‌ها و شعبه‌هایی می‌شود؟

منطقه مرکز کشور شامل مجتمع‌های بیمه‌ای اصفهان، اراک، سمنان، شهرکرد، قم و شعب ساوه، شاهرود، کاشان و باجه‌های شهرضا و گلپایگان می‌باشد.

تقسیم بندی مناطق کشوری چه تاثیری در رشد فعالیت‌های یک شرکت بیمه‌ای دارد؟

اصولاً سازمان و شرکتی که رویکرد منطقه‌ای و جغرافیا محور را در ساختار سازمان خود بکار می‌برد دارای ویژگی‌های اصلی نظیر فعالیت در بازارهای گسترده، توجه به نیازها، اولویت‌ها و ارجحیت‌های مشتریان و تفاوت این نیازها و اولویت‌ها در مناطق مختلف جغرافیایی است. پس در واقع جهت گیری اصلی یک ساختار منطقه‌گرا مشتری محوری است که این امر برای موفقیت سازمان‌ها بسیار تعیین کننده است. اما اجرای آن الزاماتی دارد از جمله استقلال مناطق و در اختیار داشتن امکانات سازمان اصلی در هر منطقه. از آنجا که این اقدامات و الزامات می‌تواند ناهماهنگی و ناسازگاری‌هایی را ایجاد نماید، معمولاً اجرای آن با احتیاط‌ها و ملاحظات توأم است و این باعث می‌شود که وقتی استقلال و امکانات کافی در مناطق کشور وجود ندارد، بجای سرپرستی منطقه‌ای شما بیشتر با سرپرستان منطقه و البته ویژگی‌های مدیریتی رفتاری و فکری متفاوت آنها مواجه شوید و آنچه نقطه افتراق را ایجاد می‌کند نه ویژگی مشتریان و ارجحیت‌های آن‌ها که فلسفه اصلی سازمان منطقه‌ای است، بلکه خصایص سرپرستان مناطق است.

آیا شما شعب و مجتمع‌های تحت سرپرستی خود را

رتبه بندی نموده‌اید؟ لطفاً بیشتر توضیح دهید.

همانطور که در پاسخ سوال قبلی ذکر شد، اگر سازمان منطقه‌ای کامل وجود داشته باشد تقسیم بندی شعب توسط سرپرست منطقه معنا خواهد داشت. چون در حال حاضر چنین اتفاقی رخ نداده است، مناطق می‌بایست در چارچوب استراتژی، سیاست‌ها و تقسیم‌بندی‌های مرکز عمل نمایند. یعنی در شرکت نوعی رتبه‌بندی و طبقه‌بندی برای شعب وجود دارد. اما نکته این است که این رتبه بندی باید در جهت برنامه ریزی و تخصیص بهینه منابع با توجه به شرایط هر شعبه باشد. در واقع شما رتبه‌بندی و تقسیم‌بندی می‌نمایید تا مشخص شود در هر شعبه چه نوع هدف گذاری‌هایی باید انجام داد، به چه میزان توجه، منابع و امکانات در هر واحد نیاز است و چه انتظارات و درخواست‌هایی باید داشت. ممکن است شعبه‌ای وجود داشته باشد که ۵۰ درصد فروش منطقه متعلق به آن است یا ۴ مجتمع شعبه و باجه در مجموع به اندازه یک نمایندگی حقیقی فروش نداشته باشند. البته این به معنی تلاش بیشتر یک شعبه و کم کاری سایرین نیست. ویژگی‌ها و پتانسیل بازار در شهرها و استان‌ها فرق دارد و باید به آن توجه داشت. نتیجه گیری اینکه بصورت مدون اینکار صورت نگرفته، اما با توجه به مبلغ پرتفوی هر مجتمع یا شعبه، تعداد نمایندگان، ترکیب پرتفوی و نظایر آن وجوه تمایز واحدها تعیین شده است.

در خصوص جذب پرتفوی در منطقه شما آیا هماهنگی لازم میان شعب و مجتمع‌ها ی تحت سرپرستی برای هم‌افزایی و ارائه خدمات بهتر وجود دارد؟ و این هماهنگی چه تاثیری در جذب پرتفوی‌های مختلف دارد؟

باز هم تاکید می‌کنم علی‌رغم وجود سرپرستی منطقه، به نظر می‌رسد هماهنگی و انسجام اولویت اصلی هر سازمانی است. بنابراین نمی‌توان برای منطقه، برنامه مجزا و مستقل از شرکت داشت. برنامه‌های منطقه جهت جذب پرتفوی می‌بایست در راستای برنامه‌های سالیانه شرکت باشد. اگر این برنامه‌ها قبل از شروع سال جدید باشد، در همان مقطع سرپرست منطقه رویکردها و سیاست‌های خود را کتباً به زیرمجموعه اطلاع می‌دهد و در بازه یکساله پیش رو در بازدیدهای دوره‌ای، جلسات و تماس‌ها آنرا پیگیری می‌کند. در واقع جزء موارد ارزیابی هر واحد رعایت و تحقق اهداف و برنامه‌های سالیانه شرکت است و تمام تلاش‌ها به منظور هماهنگی بیشتر واحدها در راستای تحقق آن‌هاست.

آیا جلسات مداوم با نمایندگان منطقه خود به منظور حل مشکلات و ارائه راهکارهای لازم به ایشان برگزار می‌کنید؟

توضیح فرمایید.

طبق دستورالعمل و بخشنامه‌های مدیریت محترم امور شعب، کلیه واحدهای سرپرستی اعم از مجتمع‌ها، شعب و باجه‌های بیمه‌ای در هر ماه می‌بایست بازدید از دفاتر نمایندگی و برگزاری جلسه با نمایندگان را به انجام رسانند. بازدیدهای ماهیانه مربوط به وضعیت ظاهری و کلی دفاتر که گزارش آن به مدیریت امور شعب و نمایندگان ارسال می‌شود و بازدید و کنترل‌های فنی است که نتیجه بررسی در پایان هر ماه به مدیریت حساسرسی داخلی ارسال می‌شود. و این اقدامات تقریباً به طور منظم جز در شعب معدودی انجام گرفته است. جلسات ماهیانه نیز برگزار می‌شود و چنانچه برنامه بازدید سرپرست منطقه با جلسه برگزار شده با نمایندگان مجتمع و شعبه همزمان باشد، دیدگاهها و نظرات سرپرستی نیز طرح و البته مسایل نمایندگان نیز گردآوری و گزارش و درخواست آن به مدیریت‌های مربوطه ارسال خواهد شد.

آیا در خصوص سرعت بخشیدن به فرآیند صدور بیمه نامه که منجر به جلب رضایت مشتریان می‌گردد در منطقه خود برنامه‌های خاصی اجرا نموده‌اید؟

سرعت بخشیدن به خدمات رسانی جزء ویژگی‌های اصلی یک سازمان خدماتی مشتری محور است. اما در صنعت بیمه شما با ملاحظات مواجه هستید. مثلاً در زمان صدور بیمه نامه وظیفه ارزیابی دقیق ریسک وجود دارد یا در زمان پرداخت خسارت شما می‌بایست نکاتی را در تعیین اصالت حادثه، انطباق خسارت با شرایط عمومی و خصوصی بیمه نامه، ارزیابی دقیق خسارت و نظایر آن مدنظر قرار دهید و این امور معمولاً زمانبر هستند. اولویت امر که همواره از همکاران نیز رعایت آن مکرر درخواست شده، رعایت اصول بیمه‌گری و در مرحله بعد توجه به شرایط بیمه‌گذار و ارباب رجوع و حفظ حرمت و کرامت آن‌هاست. توجه به وظایف بیمه‌گری چنانچه بدون لحاظ نکات مشتری مداری باشد می‌تواند ناراضی‌تی شدید بیمه‌گذار را به دنبال داشته باشد.

چه توصیه‌هایی برای روسای شعب و مجتمع‌های تحت سرپرستی خود دارید؟ برای نمایندگان چه توصیه‌هایی دارید؟

اگرچه بهره‌وری و بازدهی سازمانی، جمع جبری بهره‌وری تک تک افراد فعال در آن سازمان نیست، اما انسان فاقد بهره‌وری نمی‌تواند ثمره مطلوبی برای خود و مجموعه داشته باشد. افزایش بهره‌وری هر شخص نیاز به سرمایه‌گذاری جهت ارتقاء دانش، مهارت‌ها و قابلیت‌های اجرایی فرد دارد. توصیه من، در مرحله اول به خود و همچنین توجه همکاران شعب و نمایندگان به رعایت این نکته است.

گفتگو با رییس مجتمع بیمه‌ای کرج

توانمندسازی نمایندگان و استفاده از ظرفیت بازارهای جدید اولویت‌های مجتمع بیمه‌ای کرج است

پرتفوی نشان از روند صعودی محبوبیت برند پارسیان می‌باشد. **باتوجه به قابلیت‌های کارکرد این منطقه، چه برنامه‌هایی برای جذب پرتفوی و افزایش سهم بازار در سال آینده شرکت بیمه پارسیان دارید؟** مهمترین برنامه‌های مجتمع در راستای افزایش سهم بازار در دو بخش فعالیت‌های مستقیم مجتمع شامل رصد شاخص‌های عملکردی مجتمع و بررسی فعالیت رقبا، کنترل ضریب خسارت و استفاده از ظرفیت تبلیغات و امور مربوط به نمایندگان همچون توجه به امر آموزش و توانمندسازی نمایندگان و استفاده از ظرفیت بازارهای جدید که در سایه فعالیت در بستر بیمه‌های اینترنتی می‌باشد معطوف گردیده است.

ارتباط شما با شبکه فروش چگونه است؟ همواره طی سالیان متمادی سعی گردیده تا با برقراری ارتباط تنگاتنگ با شبکه فروش علاوه بر نظارت و کنترل دقیق و مستمر به مسایل و مشکلات آنان نیز رسیدگی شود چرا که شبکه فروش از مهمترین ارکان و نقش نیروی خط مقدم بیمه‌گری را ایفا می‌کند.

آیا به آموزش ضمن خدمت نمایندگان در شعبه شما توجه کافی شده است؟ چه آموزش‌هایی از نظر شما باید بیشتر ارائه گردد؟ قسمت عمده پورتفوی صنعت بیمه از طریق شبکه فروش جذب می‌شود. به همین دلیل کیفیت کار شبکه فروش بیمه تاثیر به سزایی در جذب پرتفوی دارد. مهم‌ترین فعالیت در بهبود این کیفیت، آموزش شبکه فروش در صنعت بیمه است. لذا با توجه به این مهم همواره طی سنوات گذشته سعی گردیده تمام توان بالقوه مجتمع در امر آموزش و توانمند سازی نمایندگان به کار گرفته شود که در همین راستا در حال حاضر اکثریت قریب به اتفاق نمایندگان مجتمع در رشته‌هایی که دارای پرتفوی مناسب بوده‌اند دارای مجوز صدور نیز می‌باشند. در خصوص آموزش‌های آتی نیز باید این نکته را در نظر گرفت که با توجه به لزوم به روز بودن و آشنایی شبکه فروش فارغ از مباحث صدور بیمه نامه‌ها با تکنیک‌های جذب مشتری و بازاریابی می‌بایست اهتمام جدی در این خصوص از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی به‌ویژه دوره‌های مجازی صورت پذیرد.

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

در پایان ضمن تشکر از نایب رییس هیات مدیره و مدیر عامل ارجمند آقای اویار حسین و توجه خاص ایشان به حفظ سرمایه‌های انسانی سازمان و مجموعه مدیران و دست اندرکاران که در تمام امور سازمانی با شکیبایی در راهنمایی و ارشاد مجتمع‌ها و شعب تلاش می‌نمایند از نشریه چتر نیز که در رشد و اعتلای فرهنگ سازی و جایگاه صنعت بیمه تلاش می‌نمایند قدرانی و تشکر مینمایم.



لطفاً خودتان را معرفی نمایید و از سوابق خود بفرمایید.

با سلام و عرض ادب و احترام، اینجانب بهرام مختاری فارغ التحصیل کارشناسی مالی و مدیریت DBA از دانشگاه تهران از سال ۱۳۵۴ همکاری خود را با صنعت بیمه آغاز و از سال ۱۳۸۵ تا کنون نیز در خانواده بزرگ بیمه پارسیان انجام وظیفه می‌نمایم. شایان ذکر است اولین مجتمع بیمه‌ای شرکت بیمه پارسیان در سال ۱۳۸۵ در استان البرز بنام مجتمع بیمه‌ای کرج شروع بکار نمود.

موفقیت‌ها و ویژگی‌های خاص بیمه پارسیان در این مجتمع کدامند؟ طی سالیان فعالیت این مجتمع همواره سعی گردیده تا با کنترل ضریب خسارت و توجه به ترکیب پرتفوی مناسب نسبت به افزایش پرتفوی اقدام گردد که نتیجه این سیاست عنوان رتبه سومی در کسب پرتفوی در میان شعب و مجتمع‌های بیمه‌ای با ضریب خسارت مناسب بوده است به نحوی که طی سال‌های ۹۶ و ۹۷ ضریب خسارت به ترتیب ۴۵ و ۵۴ درصد بوده است.

چه استان‌هایی زیر نظر شما فعالیت دارند و شما چه چشم اندازی را در توسعه خدمات بیمه‌ای در این منطقه پیش رو دارید؟

استان البرز با مرکزیت کرج از شمال به استان مازندران از شرق به شهرستان تهران، از جنوب به شهرستان شهریار و استان مرکزی و از غرب به شهرستان ساوجبلاغ و استان قزوین محدود است و شهرستان‌های فردیس، ساوجبلاغ، نظرآباد، اشتهارد و طالقان را در بر دارد که امید است با توجه به سیاست‌های توسعه‌ای شرکت بیمه پارسیان در آینده نزدیک شاهد افزایش تعداد شعب در استان و در نتیجه افزایش ضریب نفوذ در مناطق تحت پوشش باشیم.

محبوبیت برند پارسیان در این منطقه چقدر است؟

با عنایت به اینکه یکی از اصلی‌ترین سیاست‌های جذب پرتفوی در این مجتمع، توجه و اقدام در جذب بیمه‌گذاران خرد بوده است ضریب رشد و مبلغ پرتفوی محقق شده طی سالیان اخیر نشان از ضریب بالای نفوذ و محبوبیت در بین بیمه‌گذاران بوده است. این مهم با توجه به افزایش سالانه و مستمر



با حضور تیم سازمان انتقال خون در ساختمان بیمه پارسیان؛ اهدای خون توسط مدیران و کارکنان بیمه پارسیان به مناسبت اربعین حسینی



مدیران و کارکنان ستاد مرکزی و شعب بیمه پارسیان با استقبال از عمل خدایسندانه اهدای خون در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی و کمک به بیماران نیازمند در این امر مشارکت کردند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با دعوت انجام گرفته از سازمان انتقال خون کشور به مناسبت ایام محرم و صفر و حضور تیم ویژه این سازمان در ساختمان مرکزی بیمه پارسیان در راستای کمک به بیماران نیازمند خون، مدیران و کارکنان این شرکت اقدام به اهدای خون نمودند.

برگزاری جلسه مدیران پارسیان با بیمه‌گذاران بزرگ استان مازندران



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان در راستای اصل مشتری‌مداری و تحکیم روابط فی مابین با بیمه‌گذاران بزرگ، جلسه‌ای با حضور مدیران ستادی بیمه پارسیان، آقای برومند مدیر امور توسعه بازار و مشتریان و آقای گنجی مدیر بیمه‌های مسئولیت و معاونین و مدیران شرکت توزیع نیروی برق استان مازندران در شهرستان ساری برگزار شد.

در این جلسه که به سرپرستی بانک توسعه تعاون استان مازندران در محل آن سرپرستی برگزار گردید آقای رؤف احمدی سرپرست بانک توسعه تعاون مسابلی در خصوص قرارداد بیمه درمان تکمیلی و نحوه خدمات رسانی و همچنین برنامه ریزی جهت تعامل هرچه بیشتر دو طرف در آینده مطرح و از عملکرد همکاران بیمه پارسیان در سطح استان ابراز رضایت نمودند.

در نشست دیگر با حضور معاونین و مدیران شرکت توزیع نیروی برق استان مازندران، رئیس مجتمع آقای قنبری نودهی ضمن خوشامدگویی به مهمانان گزارشی از نحوه جذب و خدمات‌رسانی به بیمه‌گذاران در برنامه‌های

خوب و مثبت شرکت بیمه پارسیان در سطح استان به ویژه همکاران مجتمع بیمه‌ای ساری قدردانی نموده و نسبت به همکاری بیمه‌ای در آینده ابراز امیدواری نمودند. شرکت توزیع نیروی برق استان مازندران یکی از بزرگترین و مهمترین بیمه‌گذاران شرکت بیمه پارسیان در مجتمع بیمه‌ای ساری بوده که طی سه سال اخیر از سال ۹۶ تاکنون کلیه قراردادهای را بدون واسطه به بیمه پارسیان واگذار نموده است.

آتی در جهت حفظ مشتریان ارایه نمودند و همچنین مسایل و مشکلات مطرح شده در حوزه درمان نیز توسط مدیران حاضر در جلسه مرتفع گردید. در ادامه با معرفی بیمه عمر و سرمایه‌گذاری طرح سهام توسط آقای برومند این طرح بیمه‌ای مرد استقبال ویژه‌ای قرار گرفت و مقرر گردید در آینده نزدیک همکاری بیمه‌ای را در رابطه با بیمه عمر گسترش یابد. در ادامه معاونین و مدیران توزیع برق از عملکرد

جلسه هم‌اندیشی نمایندگان شرق تهران



توسط خانم بهروز نماینده منتخب نمایندگان مجتمع بیمه‌ای شرق مطرح گردید و آقای فتحی و آقای ثانی نسبت به مسایل مطروحه پاسخ‌های خود را ارائه نموده و مقرر نمودند که موانع و مشکلات نمایندگان در صورت امکان مرتفع خواهند کرد. در پایان نیز از نمایندگان جهت تلاش‌هایشان در راستای اعتلای نام بیمه پارسیان و افزایش توان رقابتی در حوزه فروش قدردانی شد و همچنین نمایندگان نیز از زحمات مدیران آقایان فتحی، ثانی، شاطری و همکاران مجتمع شرق تقدیر و تشکر کردند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ جلسه هم‌اندیشی مجتمع بیمه‌ای شرق با حضور آقای فتحی سرپرست مدیریت امور شعب و نمایندگان، آقای ثانی سرپرست منطقه یک کشور و نمایندگان مجتمع بیمه‌ای شرق با هدف بررسی مسایل و مشکلات نمایندگان و ارائه راهکارهای رفع موانع فروش برگزار گردید. در ابتدا جلسه با تقدیر آقای شاطری رییس مجتمع بیمه‌ای شرق از حضور آقایان فتحی، ثانی و نمایندگان در جلسه، مسایل، مشکلات و پرسش‌های نمایندگان

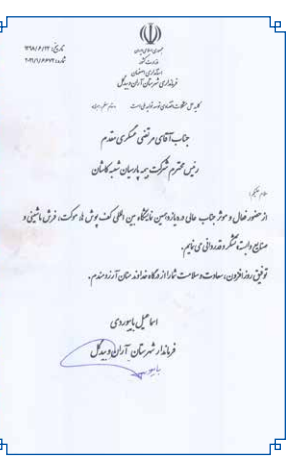
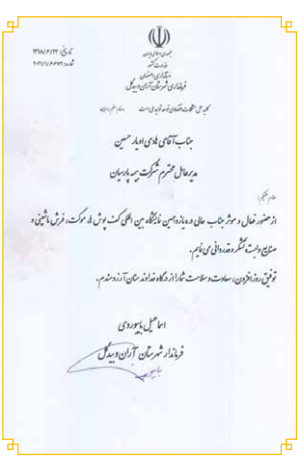
نشست بررسی مسایل کارکنان و نمایندگان شعبه سبزوار با حضور مدیر امور شعب و نمایندگان



اهداف و استراتژی‌های شرکت بیمه پارسیان تا پایان سال و نقش شعب و نمایندگان در کسب پرتفوی و جلب رضایت مشتریان تاکید کردند. در ادامه نمایندگان به بیان مسایل و چالش‌های موجود پرداختند و مدیران نیز در این زمینه نسبت به رفع مشکلات رهنمودهای لازم را ارائه نمودند و از تلاش نمایندگان و همکاران شعب برای نیل به اهداف بیمه پارسیان تشکر و قدردانی کردند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ مورخ ۹۸/۶/۱۲ جلسه‌ای با حضور سرپرست مدیریت امور شعب و نمایندگان آقای فتحی و مدیریت بیمه‌های خودرو آقای سلطانی و سرپرست منطقه شرق کشور آقای لعل نظام با همکاران و نمایندگان در محل شعبه سبزوار برگزار گردید. در این جلسه، ابتدا گزارش کاملی از عملکرد شعبه در سال گذشته و ۵ ماهه ابتدایی سال ۹۸ ارائه گردید و مدیران حاضر در جلسه نیز پیرامون

تقدیر فرمانداری شهرستان آران و بیدگل از شعبه کاشان



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ فرماندار شهرستان آران و بیدگل، آقای اسماعیلی بایبوردی با ارسال تقدیرنامه‌هایی از حضور بیمه پارسیان در یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی کف‌پوش‌ها، موکت، فرش ماشینی و صنایع وابسته که در این شهرستان برگزار شد تشکر و قدردانی به‌عمل آورد.



شورای ریسک بیمه‌گری در شرکت بیمه پارسیان تشکیل شد

تهیه شده در مدیریت ریسک



در راستای اجرای آیین نامه شماره ۹۳ مصوب شورای عالی بیمه «آیین نامه حاکمیت شرکتی در موسسات بیمه» و با هدف ارزیابی و تحلیل هرچه دقیق‌تر و بهتر استعلام‌های صدور به شیوه‌ای نظام‌مند، با تمرکز بر جوانب مختلف ریسک‌های بیمه‌گری، در شهریور ماه سال جاری شورایی تحت عنوان "شورای ریسک بیمه‌گری" با حُسن تدبیر و درایت مقام محترم نایب رییس هیأت مدیره و مدیرعامل، متشکل از صاحب نظران و مدیران ارشد شرکت در حوزه‌های مختلف فنی، اتکایی، فروش و ریسک در شرکت بیمه پارسیان تشکیل گردید.

تاکنون این شورا، جلسات متعددی را به منظور بررسی استعلام‌ها و مناقصات صدور با سرمایه و تعهدات بالا و یا شرایط و پوشش‌های خاص در رشته‌های مختلف بیمه‌ای برگزار نموده است.

گزارش عملکرد شش ماهه اول سال ۱۳۹۸ مدیریت ریسک منتشر شد



با توجه به شروع بکار رسمی واحد مدیریت ریسک در شرکت بیمه پارسیان از ابتدای سال جاری، در گزارشی که تقدیم مقام نایب رییس هیأت مدیره و مدیرعامل گردید تلاش شد تا ضمن تعریف کلیات موضوع و معرفی اعضای نهادهای مرتبط با مدیریت ریسک در شرکت بیمه پارسیان اعم از کمیته ریسک و شورای ریسک بیمه‌گری به وظایف آن‌ها پرداخته و در ادامه اسناد بالادستی مطرح یا مرتبط با مفهوم ریسک نیز به صورت اجمالی معرفی گردد.

در ادامه با توجه اهمیت وجود رویکرد سیستماتیک، گزارشی از برنامه‌های عملیاتی محقق شده مدیریت ریسک در شش ماهه اول سال ۱۳۹۸ (تهیه و اجرای دستورالعمل شناسایی ریسک‌های اصلی، تدوین ساختار سازمانی مدیریت ریسک و...) و همچنین اقداماتی که از سوی مدیریت ریسک در راستای فرهنگ سازی انجام شده است، بصورت مختصر ارائه گردید.



دانشتنی‌های اطفای حریق را بشناسید

بررسی مقاومت اجزای ساختمان

بخش چهارم: کتاب آتش سوزی نوشته آقای عزیزا... بیات

ادامه از شماره قبل

به منظور احتراز از سوء تعبیر مفهوم نقطه شعله زنی تذکر این نکته لازم است، که نقطه شعله زنی درجه حرارتی است که در آن آنقدر گاز آتشگیر از مایع متصاعد می‌شود تا در صورت تماس آن با عامل آتش زنه، یک شعله آبی پدیدار می‌گردد. در نقطه شعله زنی آتش به وجود نمی‌آید مگر آن که عامل آتش زنه‌ای وجود داشته باشد و دوام شعله حاصل از تماس گاز و عامل آتش زنه بسیار کوتاه می‌باشد. اهمیت نقطه شعله زنی در آن است که خطرات بالقوه مایع آتشگیر از آن شروع می‌شود، بر همین اساس چنانچه در منطقه‌ای نقطه شعله زنی بعضی از مایعات از درجه حرارت محیط کمتر باشد (مثلا درجه حرارت هوای منطقه 40°C و نقطه شعله زنی مایع آتشگیر 38°C باشد)، در نحوه نگهداری آنها باید دقت نمود زیرا در شرایط عادی به میزان کافی مخلوط قابل اشتعال با هوا ایجاد می‌گردد که ممکن است خطرات جدی در بر داشته باشد. به عنوان مثال چنانچه گازهای حاصل از تبخیر تدریجی مایع قابل اشتعالی از هوا سنگین‌تر باشند و این مایع در محیطی نگهداری شود که درجه حرارت هوای آن از درجه شعله زنی مایع بیشتر باشد، در شرایط عادی مقدار زیادی گازهای قابل اشتعال در سطح زمین پراکنده می‌شود، حال اگر گازهای مزبور در حین حرکت و پخش شدن در سطح زمین با شعله یا عامل آتش زنه دیگری

تماس پیدا کند، شعله‌ور شده و ممکن است شعله را به سمت مخزن محتوی مایع آتشگیر هدایت نموده و موجب شعله ور شدن آن گردد. نقطه شعله زنی مایعات مختلف، متفاوت می‌باشد و چون شرایط انجام آزمایش برای تعیین نقطه شعله زنی مایعات قابل اشتعال، در کشورهای مختلف یکسان نبوده است، ارقام اعلام شده توسط مراجع مختلف با یکدیگر تفاوت‌هایی دارند. نقطه شعله زنی تقریبی بعضی از مایعات به قرار زیر است:

مایعات	فاز نهایی	سانتیگراد
اتر (اتیل اتر)	-۴۹	-۴۵
کربن دیسولفید	-۲۲	-۳۰
استن	-۴	-۲۰
الکل تقلیبی	۳۵	۲
پارافین	۱۲۰ تا ۱۸۰	۵۰ تا ۲۲۷
تربانتین	۱۰۰	۳۷
نفت کوره	۲۰۰ تا ۱۸۰	۹۳ تا ۸۲
روغن‌های روان کننده	۳۵۰ تا ۵۰۰	۲۶۰ تا ۱۷۷

درجه آتشگیری: درجه حرارتی که در آن یک ماده قابل اشتعال شعله ور می‌گردد، درجه آتشگیری آن ماده نامیده می‌شود. تفاوت میان شعله زنی و درجه آتشگیری در آن است که در نقطه شعله زنی اگر یک وسیله آتش زنه

را به سطح مایع نزدیک کنیم، گاز قابل اشتعال بر روی مایع در یک لحظه مشتعل و سپس خاموش می‌شود ولی در صورت افزایش حرارت و رسیدن آن به درجه آتشگیری، ماده اشتعال پذیر بدون لزوم تماس یا هر عامل آتش زنه‌ای، شعله ور می‌شود و چنانچه عامل ایجاد حرارت را که ممکن است شعله، سطح داغ و یا هر چیز دیگری باشد خاموش کرده و یا دور سازیم، سوختن ادامه می‌یابد، بنابراین درجه آتشگیری با درجه اشتعال هر ماده‌ای از نقطه شعله زنی آن بیشتر است.

مصرف و نگهداری مایعات قابل اشتعال:

در هر محلی که مایعات آتشگیر مورد استفاده قرار می‌گیرد احتمال ایجاد گازهای قابل اشتعال وجود دارد، از اینرو مایعات آتشگیر را باید درون ظروف فلزی بدون منافذ نگهداری نمود زیرا هر قدر مایعات، بیشتر در معرض هوا قرار گیرند میزان تبخیر آنها افزایش می‌یابد. در مواردی که امکان پذیر است باید مواد غیر قابل اشتعال و یا کم خطر را جایگزین مواد سریع الاشتعال و خطر ناک نمود. همچنان که استفاده از تری کلراتیلن بجای پرکلرین و تربانتین و همچنین اسانس سفید بجای بنزین موجب گردیده تا از وقوع آتش سوزی در لباسشویی‌ها به مقدار زیادی کاسته شود. تا کنون حوادث تاثیر انگیزی در حین تعمیر مخازن محتوی مایعات قابل اشتعال به وقوع پیوسته است. گازهای قابل اشتعالی که از ته



مجاور هوا و همچنین مقدار گازهای حاصل از احتراق، قدرت عقب راندن هوا را به میزان زیاد داشته باشند، بنابراین اگر تراکم ذرات معلق در هوا از حد معینی کمتر یا بیشتر باشد، انفجار خفیفتر خواهد بود و چنانچه مقدار آن از حد قابل انفجار زیاد فاصله داشته باشد، انفجار به وقوع نخواهد پیوست.

در انفجار ذرات معلق در هوا آنقدر که اندازه سطح منبع حرارتی و مدت زمان تماس اهمیت دارد، میزان حرارت اهمیت ندارد. هرچه ابعاد منبع حرارتی و آتش زنه بزرگتر و زمان تماس ذرات با سطح منبع حرارتی طولانی تر باشد احتمال انفجار مخلوط گرد معلق و هوا بیشتر خواهد بود، اگر چه حرارت خیلی هم بالا نباشد، در صورتی که اگر بجای ذرات معلق، گاز آتشگیری در هوا پخش باشد، پیدایش آنی یک منبع آتش زنه کوچک با حرارت زیاد برای انفجار مخلوط گاز و هوا کافی است، به عنوان مثال اگر در محیطی مخلوط مناسبی از هوا و ذرات معلق وجود داشته باشد، حرارت نسبتاً مستمر ششصد درجه ای یک شعله به مراتب خطرناکتر از 1200°C حرارتی است که در یک لحظه بوسیله یک جرقه ایجاد می شود. جرقه مزبور ممکن است قادر نباشد مخلوط ذرات و هوا را منفجر نماید در صورتی که همان جرقه به احتمال قوی می تواند موجب انفجار مخلوط گاز و هوا گردد.

ادامه دارد...

به هوا بلند نشوند خطر انفجار در بر نخواهند داشت و اگر تحت شرایطی به درجه آتشگیری برسند شعله ور می شوند ولی تولید انفجار نمی کنند. اما اگر مواد کرنیک یا سایر مواد سریع الاشتعال و همچنین ذرات برخی از فلزات به صورت ابر در هوا معلق بمانند خطر انفجار آنها وجود خواهد داشت، زیرا در حالت تعلیق تمام سطح ذرات با هوا تماس پیدا می کنند، مضافاً این که مواد جاذب اکسیژن هنگامی که به صورت ذرات معلق در هوا پراکنده می گردند از قابلیت جذب بیشتری برخوردار می شوند، بنابراین هرچه ذرات ریزتر باشند خطر انفجار آنها نیز بیشتر می شود زیرا علاوه بر این که سطح وسیعتری از آنها در معرض هوا قرار می گیرد، مدت زمان طولانی تری هم به حالت معلق باقی می ماند.

شرایط انفجار آمیز ذرات معلق در هوا با اندکی تفاوت مشابه شرایطی است که در آن مخلوط گازهای آتشگیر و هوا منفجر می شود. همانطوری که مخلوط هوا و گازهای آتشگیر فقط در نسبت های معینی ایجاد انفجار می نمایند، تراکم ذرات معلق در هوا هم برای ایجاد انفجار باید مقدار معینی باشد، که این مقدار بر اساس نوع ذرات و ریز و درشت بودن آنها متفاوت است. به طور کلی میزان تراکم باید به اندازه ای باشد که از طرفی هوای کافی برای احتراق کامل وجود داشته باشد و از طرف دیگر تجمع انرژی های حاصل از اکسیداسیون ذرات

مانده مواد درون مخازن ایجاد می گردند بسیار خطرناک هستند، به عنوان مثال دو صدم لیتر بنزین که به صورت لایه نازکی در ته یک مخزن صد لیتری باقی مانده باشد با هوا چنان مخلوط انفجار آمیزی ایجاد می نماید که تنها با یک جرقه موجب انفجار مخزن می گردد، بنابراین لازم است قبل از تعمیر مخازن (خصوصاً جوشکاری)، آنها را کاملاً از وجود مواد و گازهای اشتعال پذیر پاک نمود. روش های اطمینان بخش برای کار عبارتند از غوطه ور نمودن مخازن در آب جوش و یا شستن این مخازن با آب به طوری که برای مدت زمان قابل ملاحظه ای درون آنها بوسیله جریان آب شسته شود.

آغشته بودن لباس به مواد قابل اشتعال یکی دیگر از عوامل آتش سوزی در این زمینه می باشد که آثار اسفبار آن متوجه جسم و جان کارکنان می گردد، به این صورت که در اثر ایجاد جرقه الکتریسته ساکن و یا نزدیک شدن شخص به منابع حرارتی و یا روشن کردن کبریت، لباس آغشته به ماده آتشگیر شعله ور می شود. در اماکنی که لباس کارکنان به مواد قابل اشتعال آلوده می شود، می توان با انتخاب لباس مناسب، منع نمودن استعمال دخانیات و ایجاد فاصله بین محل کار و منابع حرارتی، این نوع خطرات را کاهش داد.

انفجار گرد و ذرات معلق در هوا

به طور کلی ذرات مواد آتشگیر در حالتی که به صورت انبوه بر روی هم انباشته شده باشند و

مدیریت مهندسی

خوانندگان گرامی صفحه مهندسی نشریه چتر!

در صورتیکه پاسخ تمامی یا بخشی از سوالات زیر را می‌دانید، آن‌را به نشانی الکترونیک زیر ارسال فرمایید تا پاسخ صحیح شما به نام خودتان، در شماره بعدی ماهنامه چتر درج گردد. ضمناً به کسانی که پاسخ صحیح ارائه نمایند، به قید قرعه جایزه تعلق می‌گیرد.

(ذکر نام و مشخصات کامل و محل خدمت ضروری است)

نشانی پست الکترونیک: eng_ins@yahoo.com

شکست ماشین آلات	تمام خطر نصب	تمام خطر پیمانکاران
		آتش سوزی، صاعقه، انفجار شیمیایی
		انفجار فیزیکی
		اتصال الکتریکی
		زلزله، سیل
	*	طوفان
		یخزدگی
		سرقت با شکست حرز
	*	غفلت، سهل انگاری، کمبود مهارت
		عدم مهارت
*		طراحی غلط
	*	خسارات وارده به اموال مجاور
		خسارات وارده به اشخاص و اموال ثالث

● در جدول روبرو، برخی از رشته‌های بیمه‌های مهندسی در سطر اول و برخی از خطرات در ستون اول آورده شده‌اند. جدول را کامل نمایید. برای راهنمایی شما، برخی خانه‌های جدول پر شده‌اند.

توضیح ۱: برخی از خانه‌های جدول، خالی باقی می‌مانند زیرا برخی از خطرانی که در سطرها آمده‌است، در برخی رشته‌های مهندسی، تحت پوشش قرار ندارد.

توضیح ۲: در حالت استاندارد و بدون پوشش‌های اضافی، اقدام به تکمیل جدول نمایید.

پاسخ سوال شماره قبل



● ساختمان‌های مسکونی نشان داده شده در تصویر، در زلزله شهر نیگاتا در کشور ژاپن در سال ۱۹۶۴ به این وضعیت دچار شدند.

پدیده روانگرایی ماسه (LIQUEFACTION) که موجب و علت فرو رفتن ساختمان‌های نشان داده شده در خاک است، با تحقق همزمان سه شرط زیر بوقوع می‌پیوندد:

- ۱- رخ دادن زمین لرزه یا زلزله.
- ۲- وجود خاک ریز دانه در زیر فونداسیون سازه یا ساختمان، نظیر خاک ماسه یا خاک رس.
- ۳- بالا بودن سطح آب زیر زمینی به قسمی که ذرات خاک اشباع باشند، یعنی تمامی فضاهای بین ذرات خاک فونداسیون، از آب پر شده باشد.

ضعف طراحی در ساختمان‌های مسکونی تصویر بالا، موجب وقوع این پدیده می‌گردد و لذا خسارات بوجود آمده ناشی از این ضعف، با اخذ بیمه نامه عیوب اساسی و پنهان ساختمان‌های مسکونی قابل پوشش در بیمه‌های مهندسی خواهد بود.

پرو واضح است که برای جلوگیری از این پدیده، باید موارد ۲ و ۳ را در مرحله طراحی سازه کنترل نمود. چرا که وقوع یا عدم وقوع زلزله که در بند ۱ آمده است، در دست انسان نیست و فقط بندهای ۲ و ۳ که به طراحی سازه مربوط می‌شود، باقی می‌مانند. بنابراین این می‌توان گفت



برگزاری دوره آموزشی بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری

- توضیح کلی در خصوص نحوه اختصاص مشارکت در منافع به بیمه نامه‌ها
- توضیح پوشش‌های اضافی جدید (صدور و خسارت)
- مباحث فنی بهره مندی از منافع
- نکات مربوط به ارزیابی ریسک بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری
- نحوه تشکیل ذخیره ریاضی

- گردید.
- آموزش مباحث فنی بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری
- توضیح طرح واگذاری سهام شرکت بیمه پارسیان
- توضیح کلی در خصوص نحوه کسر هزینه‌ها و تاثیر تاریخ پرداخت حق بیمه در ارزش بازخریدی و اندوخته بیمه نامه‌ها

در راستای توانمندسازی شبکه فروش بیمه‌های عمر انفرادی جهت ارتقای سهم این بیمه در پرتفوی شرکت و همچنین در راستای برنامه عملیاتی مدیریت بیمه‌های عمر انفرادی و درمان مسافرتی، دوره آموزشی فنی و تخصصی بیمه‌های عمر انفرادی با محور بحث‌های مندرج در ذیل برای مجتمع بیمه‌ای گرگان و شعبه گنبد برگزار

برگزاری دوره آموزشی صدور و خدمات پس از صدور بیمه‌های عمر انفرادی

پونک، خوی، مراغه، بجنورد و شعبه ویژه میرداماد حضور یافتند، مباحثی در خصوص نحوه صدور بیمه نامه عمر انفرادی و ارائه خدمات پس از صدور آن توسط مدرسین مطرح گردید، که مورد استفاده همکاران قرار گرفت.

صدور بیمه‌های عمر انفرادی و خانم الناز عجم‌لوی (کارشناس مسئول خدمات پس از صدور بیمه‌های عمر انفرادی) در ساختمان آموزش (خوش) برگزار گردید. در این کلاس که کارشناسانی از مجتمع‌ها و شعب گنبدکاووس، اهواز، بندرانزلی، اصفهان،

در راستای تحقق سیاست‌های تفویض عملیات مرتبط با حوزه بیمه‌های عمر انفرادی در مجتمع‌ها و شعب بیمه‌ای سراسر کشور، یک دوره کلاس آموزشی صدور و خدمات پس از صدور بیمه‌های عمر انفرادی، توسط خانم ملیحه بهروزی (کارشناس مسئول اداره



پاسخگوی شما هستیم



مراجعه لطفاً به مشتریان

کلاهبرداری بیمه‌ای

رامین احتشامی، رئیس مجتمع بیمه‌ای کرمان

مقدمه:

امروز صنعت بیمه جایگاه خود را به عنوان یکی از ستون‌های اصلی جامعه مدرن تثبیت کرده است. هم اکنون بیمه یک جزء اساسی استراتژی‌های پیچیده مدیریت ریسک برای افراد، گروه‌های اجتماعی، صنایع و پیشه‌ها شده است. بیمه، سازگاری و انطباق با شرایط سخت، نامطمئن و پیچیده که پیوسته در حال تشدید شدن است را امکان پذیر می‌سازد. جمع آوری، انباشت و مدیریت سرمایه‌های حاصل از قراردادهای بیمه‌ای که از امور محوری فعالیت تجاری بیمه می‌باشد، شرکت‌های بیمه را در زمره سرمایه‌گذاران مهم سازمانی و همچنین بازیگران کلیدی در عرصه بازارهای بین‌المللی قرار داده است.

ورود شرکت‌های بیمه‌ای جدید به بازار بیمه و رقابت فزاینده آنها که با کاهش درآمدهای حق بیمه برای شرکت‌ها همراه بوده است، در کنار افزایش خسارت‌ها باعث شده است که شرکت‌ها به استراتژی کاهش هزینه روی آورند. در این میان موضوع مقابله با کلاهبرداری به‌عنوان یکی از ابزارهای کاهش هزینه، توجهات زیادی را به خود جلب کرده است. گرچه غالب شرکت‌های بیمه تا کنون در مقابله موثر با پدیده کلاهبرداری بیمه‌ای اقدامات کافی و موثر انجام نداده‌اند اما تحت فشار رقابت و افزایش هزینه‌ها، مجبور به انجام اقدامات جدی و موثری در این رابطه خواهند شد.

کلاهبرداری بیمه‌ای از آغاز تا کنون، مسیر طولانی را طی کرده است و شکل‌های پیچیده‌تر و متنوع‌تر به خود گرفته است. همچنان که بیمه راه خود راه به سمت جامعه مدرن مصرفی باز کرده است، حجم کلاهبرداری بیمه‌ای افزایش یافته است. امروز صنعت بیمه با مشکل رواج کلاهبرداری و همچنین افزایش نسبت‌های آن یعنی افزایش در تعداد و مقدار کلاهبرداری‌ها مواجه شده است.

کلاهبرداری بیمه‌ای وسوء استفاده بیمه‌ای، نه تنها سود آوری بیمه‌گران را در معرض خطر قرار می‌دهد بلکه بر کل مجموعه صنعت بیمه تأثیر منفی می‌گذارد و ممکن است برای ساختارهای شکل یافته اجتماعی و اقتصادی بسیار مضر باشد. در مجموع کلاهبرداری تهدیدی بنیادی برای شالوده بیمه و کارکردهای آن می‌باشد.

ماهیت کلاهبرداری بیمه‌ای:

بیمه یک رابطه مبتنی بر قرارداد است که بر اساس

آن بیمه‌گر با بیمه‌گذار توافق می‌کند که در قبال پرداخت حق بیمه از طرف بیمه‌گذار، به نمایندگی از او تأمین مالی برای پوشش خسارت یک نفع بیمه‌پذیر (Insurable Interest) خسارت ناشی از یک یا چند حادثه تعریف شده ولی نامطمئن که در آینده رخ می‌دهد، پس از اینکه ادعای خسارت به طور رسمی از طرف شخص زیان‌دیده (خود بیمه‌گذار یا شخص ثالث) مطرح شد، را انجام دهد. تمام اشخاص درگیر در این قرارداد در هر لحظه به طور قانونی باید با طرف مقابل بر اساس اصل حد اعلای حسن نیت عمل کنند. این اصل آنها را ملزم می‌کند که تمام اطلاعات اساسی و عمده‌ای که بر آنها مکشوف می‌شود را به گونه‌ای متقابل افشا کنند.

عدم وجود اصل حسن نیت به معنای کلاهبرداری نیست. اگر چه معنای دقیق کلاهبرداری در سیستم‌های حقوقی متفاوت است، اما در اصطلاح حقوقی بطور کلی عمل کلاهبرداری از سوی هر کدام از طرف‌های قرارداد حداقل باید شرایط زیر را داشته باشد:

- (۱) تحریف عمده (به شکل کتمان، جعل یا دروغ)
- (۲) قصد فریب و گمراهی
- (۳) با هدف کسب سود نامشروع.

عدم یک یا بیشتر از این موارد کلیدی باعث عمل نامطلوبی که سوء استفاده بیمه‌ای نامیده می‌شود، می‌گردد. سوء استفاده بیمه‌ای به عملی گفته می‌شود که از بیمه در راهی مخالف هدف آن یا مخالف قانون استفاده شود. اگر چه کلاهبرداری در قوانین معنای خاصی دارد، اما مفهوم کلاهبرداری بیمه‌ای در عمل غالباً به صورتی که شامل سوء استفاده بیمه‌ای نیز باشد بدون دلالت بر پیامدهای مستقیم قانونی به کار برده می‌شود. نامتقارن بودن اطلاعات پایه اصلی کلاهبرداری بیمه‌ای می‌باشد. اطلاعات زیادی در مورد ماهیت ریسک قابل بیمه وجود دارد که خصوصی است و فقط برای شخصی که به دنبال کسب پوشش بیمه‌ای است (بیمه‌گذار) شناخته شده است. بدون تردید این موقعیت، فرصتی را برای شخص فراهم می‌کند که عمداً برخی حقایق و اطلاعات عمده را حذف کرده یا غلط ارائه کند تا در موقعیت بهتری قرار گیرد. به همین ترتیب، خسارت دیده نیز ممکن است در موقعی به قصد کلاهبرداری، شرایط و ماهیت خسارت را غلط جلوه دهد. به نوعی بیمه‌گر نیز در

مورد شروط قرارداد و کیفیت پوشش مورد جستجو یا خریداری شده، مزیت اطلاعاتی دارد.

گونه شناسی کلاهبرداری بیمه‌ای:

سه گونه تقسیم بندی رایج کلاهبرداری بیمه‌ای که به طور غالب در ادبیات بیمه‌ای مشاهده می‌شود عبارتند از:

- (۱) کلاهبرداری داخلی در مقابل کلاهبرداری خارجی
- (۲) کلاهبرداری در صدور بیمه نامه در مقابل کلاهبرداری در خسارت
- (۳) کلاهبرداری خفیف در مقابل کلاهبرداری شدید

کلاهبرداری داخلی در مقابل کلاهبرداری خارجی:

کلاهبرداری داخلی توسط افراد درون صنعت بیمه همچون بیمه‌گران، نمایندگان، کارگزاران، مدیران و دیگر کارکنان انجام می‌شود. مهمترین مصادیق این نوع کلاهبرداری عبارتند از: فروش بیمه‌نامه بدون مجوز، حیف و میل (اختلاس در) وجوهات بیمه‌ای و کارشکنی در بازرسی‌های کادر نظارتی.

کلاهبرداری خارجی از جانب افراد بیرون صنعت همچون متقاضیان، بیمه‌گذاران و خسارت دیدگان انجام می‌شود. برخی اوقات این نوع کلاهبرداری با تیبانی و همدستی افراد درون صنعت همچون نمایندگان، کارگزاران یا اشخاص ثالث ارایه کننده خدمات (بیمه‌ای) انجام می‌شود که شامل اظهارات غلط و ادعای خسارت غیر واقعی می‌باشد این نوع کلاهبرداری در مورد ارایه کنندگان حرفه‌ای خدمات شامل موارد زیر می‌باشد:

- * حساب کردن خدمات غیر ضروری یا ارایه نشده
- * اظهارات غلط در خدمات ارایه شده
- * حساب کردن دو یا چند باره خدمات

کلاهبرداری هنگام صدور بیمه نامه در مقابل کلاهبرداری در خسارت:

کلاهبرداری می‌تواند هنگام صدور بیمه نامه یا خسارت اتفاق بیفتد. کلاهبرداری در صدور بیمه نامه به هنگام انعقاد قرارداد بیمه‌ای یا تجدید پوشش‌ها انجام می‌شود که برخی مصادیق آن عبارتند از:

- کتمان اطلاعات هنگام درخواست پوشش خدمات بیمه‌ای جهت به دست آوردن پوشش بیمه‌ای یا پرداخت حق بیمه کمتر
- کتمان عمدی قراردادهای بیمه‌ای موجود برای ریسک حوادث و اموال
- ارایه پوشش بیمه‌ای برای ریسک‌های ساختگی و غیر واقعی

**کلاهبرداری خفیف در مقابل کلاهبرداری شدید:**

در مفهوم وسیع کلاهبرداری بیمه‌ای، کلاهبرداری خفیف و شدید نیز مطرح است. کلاهبرداری خفیف مربوط به رفتار فرصت طلبانه ناخواسته از افرادی است که معمولاً درستکار هستند. اینکه دقیقا چه عملی تحت این عنوان قرار می‌گیرد، معمولاً روشن نیست، اما این نوع کلاهبرداری، عموماً شامل استفاده از فرصت توسط خسارت دیده در بزرگ نمایی خسارت می‌شود. اصطلاح "خفیف" و "فرصت طلبانه" به طور مترادف نیز بکار برده شده‌اند. اصطلاح "شدید" مرتبط با کلاهبرداری‌های با برنامه و نقشه دقیق قبلی است صفت "شدید" و "برنامه‌ریزی شده" بجای هم نیز به کار برده می‌شوند. از کلاهبرداری شدید به طور غالب بعنوان جرم جنایی نام برده می‌شود. در حالی که برخی کلاهبرداران به تنهایی کار می‌کنند، برخی دیگر، بخشی از زنجیره کلاهبرداری‌های سازماندهی شده هستند. مثال‌هایی از کلاهبرداری شدید عبارتند از: * ادعای خسارت برای صدمات، تصادفات، سرقت، آتش سوزی و... که غیر واقعی یا طرح ریزی شده باشند.

* تخلفات پزشکان، وکلا و همچنین بیمارانی که با فریبکاری قصد سوء استفاده از بیمه جبران غرامت کارگران را دارند

* عدم ارسال عمدی حق بیمه‌ها به شرکت‌های بیمه از طرف نمایندگان

بطور کلی باید گفت که کلاهبرداری منحصر به رشته‌های خاص نبوده و در تمام رشته‌های بیمه‌ای اتفاق می‌افتد "کمیت‌ه اروپایی بیمه‌ها" در گزارش سال ۱۹۹۶ خود تحت عنوان **راهنمای ضد کلاهبرداری بیمه‌ای اروپا** چنین می‌گوید که رشته‌هایی که رایج‌تر بوده و بیشتر مورد تقاضای عموم هستند، از نظر تواتر یا از نظر میانگین هزینه، بیشتر در معرض کلاهبرداری هستند.

- با توجه به این نکته که بیمه‌گران فشار زیادی را از ناحیه رقابت بر سر کاهش زمان فرآیند ارایه خدمات بهتر و بهینه تر به مشتریان تحمل می‌کنند، کلاهبرداران، کلاهبرداری‌ها را در لابه‌لای تعداد زیادی از ادعاهای خسارت واقعی و درست مخفی می‌کنند. اخیراً معضل کلاهبرداری در غرامت کارگران نیز توجهات زیادی را به خود جلب کرده است.

- میزان شیوع کلاهبرداری بیمه‌ای از ناحیه‌ای به ناحیه دیگر متفاوت است. ضمن اینکه کلاهبرداری‌های بیمه‌ای لزوماً همیشه از منطقه‌ای به منطقه دیگر سرایت نمی‌کند. اختلاف در میزان شیوع کلاهبرداری بیمه‌ای به تفاوت‌های صنعتی، اقتصادی، اجتماعی، جمعیتی، فرهنگی، قانونی و سیاسی مناطق باز می‌گردد که این تفاوت‌ها، فرصت‌های متفاوتی را در اختیار کلاهبرداران قرار می‌دهد. این تفاوت‌ها

منشا روزه‌ها و راه‌های گریزی در سیستم‌های محلی برای کلاهبرداران جهت ارتکاب کلاهبرداری بیمه‌ای می‌باشد. با وجود این، بطور غالب تشابه زیادی بین روش‌هایی که کلاهبرداران بکار می‌برند، وجود دارد. اضافه بر این‌ها تحت تاثیر پدیده‌هایی همچون جهانی شدن، مقررات زدایی و پیشرفت‌های تکنولوژیکی، کلاهبرداران بیمه‌ای آزادی عمل بیشتری پیدا کرده و حوزه عمل آن‌ها گسترش بیشتری خارج از مرزهای جغرافیایی یافته است.

کلاهبرداری = انگیزه * فرصت

کلاهبرداری نتیجه دو عامل انگیزه (وجود مرتکبان با انگیزه) و فرصت (فراهم بودن اهداف مناسب و نبود موانع حفاظتی مناسب) می‌باشد. انگیزه اقتصادی رایج ترین انگیزه است. حدود تشریح هر کلاهبرداری، پدیده حرص و یا مشکل مالی دیده می‌شود. برخی دیگر از عوامل انگیزشی عبارتند از: لذت ناشی از انجام خود عمل کلاهبرداری، مطلوبیت ناشی از داشتن جایگاهی مسلط و برتر، خود خواهی (نفس پرستی)، و جبهه، فخر و انتقام. همچنین کلاهبرداری تابعی است از فرصت. ماهیت بیمه بگونه‌ای است که مستعد کلاهبرداری می‌باشد. نامتقارن بودن اطلاعات برای طرفین مبادله (قرارداد بیمه) در هنگام انجام معامله چاره‌ای جز اعتماد به یکدیگر باقی نمی‌گذارد. بدلیل فقدان اطلاعات کامل، بطور طبیعی فرصت‌های زیادی وجود خواهد داشت که در آن‌ها یکی یا بیشتر از طرفین انگیزه اقتصادی ارتکاب کلاهبرداری را چه با نقشه قبلی و چه بدون نقشه قبلی (فرصت طلبانه) داشته باشند. بسیاری از صاحب نظران، کلاهبرداری بیمه‌ای را یک بازی کم ریسک و پر بازده برای مجرمان می‌دانند که بسیار مطمئن‌تر از ارتکاب به سرقت مسلحانه و قاچاق مواد مخدر می‌باشد. برخی از مزایایی کلاهبرداری در حوزه بیمه بر اساس ائتلاف ضد کلاهبرداری بیمه‌ای برای مجرمان عبارتند از: فقدان قوانین خاص در مورد کلاهبرداری بیمه‌ای، محکومیت‌های نسبتاً خفیف در مقایسه با دیگر جرایم و نبود عزم و قاطعیت از طرف بیمه‌گران و مقامات قضایی برای ریشه کن کردن این معضل.

- مساله کلاهبرداری بیمه‌ای بسیار گسترده‌تر از کلاهبرداری‌هایی است که توسط کلاهبرداران حرفه‌ای انجام می‌شود. اخیراً کلاهبرداری‌های خفیف توجهات زیادی را به خود جلب کرده است. بیشتر بیمه‌گران، امروز کلاهبرداری‌های خفیف را شایع تر و پر هزینه تر از کلاهبرداری‌های شدید برای شرکت‌هایشان می‌دانند.

مرتکبان کلاهبرداری غالباً مخالفت‌ها و اعتراضات را قبول نداشته یا اینکه جرم بودن عملشان را با توجیه و جعل شرایط رد می‌کنند برخی از توجیحات رایج به کلاهبرداری بیمه‌ای عبارتند از:

* کلاهبرداری بیمه‌ای یک جرم بدون قربانی است.
* کلاهبرداری بیمه‌ای مانند یک بازی و سرگرمی است چرا که بیمه‌گران از عهده مقابله با آن بر می‌آیند

* هدف قرار گرفتن بیمه‌گران از نظر عرف قابل قبول است

* زیاد جلوه دادن خسارت‌ها روشی برای بازیافت حق بیمه‌هایی است که در گذشته پرداخت شده یا روشی برای جبران کاستی‌ها است

* زیاد جلوه دادن خسارت یک امر عادی است چرا که همه آن را انجام می‌دهند و کسانی که انجام نمی‌دهند بی کفایت هستند.

کلاهبرداران ممکن است برخی مشروعیت‌های اضافی در جهت توجیه عملشان ارایه کنند که مثلاً (حتی) وکلا و پزشکان نیز درگیر این کار (کلاهبرداری) هستند. بنظر می‌رسد که احساس رایج عمومی از بی عدالتی در مورد اینکه بیمه‌گران اغلب سود بیش از حد و ناروا کسب می‌کنند در گسترش کلاهبرداری خفیف نقش داشته باشد از طرف دیگر بر اساس CAIF (۱۹۹۳) خدمات بیمه‌ای وقتی خریداری می‌شوند مطلوبیت و لذتی به خریدار نمی‌دهند و بعضاً خرید خدمات بیمه‌ای دستوری (جبری) است که این دو عامل، احتمالاً به این تصویر منفی از بیمه کمک می‌کنند علاوه بر این، انتظار می‌رود که هر وقت بیمه‌گران استانداردهای بیمه‌گری را شدیدتر و در دسترس قرار گرفتن خدمات بیمه‌ای را کم کنند، معضل تصویر منفی از بیمه تشدید می‌شود با تاکید بیش از حد بیمه‌گران بر توسعه پرتفوی، یعنی تعقیب هدف درآمندی تا سود دهی، تا حد زیادی از اهمیت تعهدات بیمه‌گذار در قبال بیمه‌گر کاسته شده است. تا جایی که بنظر می‌رسد وضعیت بگونه‌ای خواهد شد که دیگر آشنایی بیمه‌گذار با ماهیت بیمه بدهی نخواهد بود. همچنین رضایت و قناعت گسترده صنعت بیمه به شعارهای تو خالی بر ضد کلاهبرداری بدون عزم و تعهد واقعی به انجام اقدامات موثر در این زمینه محکوم و تقبیح شد. در این راستا بیمه‌گران بخاطر موضع گیری متزلزل و ضعیفشان در مواجهه با کلاهبرداری بیمه‌ای و همچنین اعتقادشان مبنی بر غیر قابل اجتناب بودن کلاهبرداری، سخت و پرهزینه بودن مقابله با کلاهبرداری و تسلیم شدن در برابر این پدیده بدون یک مقابله موثر و واقعی، بسیار مورد سرزنش قرار گرفته‌اند.

منابع:

The control of insurance fraud: a comparative view, british journal of criminology , no 30(1),pp1-23

Insurance fraud, british journal of criminology , no 29(1),pp1-20



تسلیت

متأسفانه با خبر شدیم همکارانمان آقایان علی اکبر عطارمنش، حامد نجفی مقدم، غلامرضا عباس زاده و مجتبی رضایی و خانمها فاطمه فتحعلی فرد و عسل جواهردشتی در غم از دست دادن عزیزشان به سوگ نشستند.

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

انتصاب‌های جدید در بیمه پارسیان

به موجب حکم صادره از سوی نایب رییس هیات مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان جناب آقای اویار حسین؛ کلیه مجموعه وظایف و اختیارات مدیر عامل در اداره بازرسی و رسیدگی به شکایات به جناب آقای حسین خضایی تفویض گردید.

نشریه چتر برای ایشان آرزوی توفیق در سمت جدید را دارد.

شما
ممکن است تعلل کنید،
اما زمان هرگز



لغات انگلیسی تخصصی بیمه

برگرفته از کتاب فرهنگ اصطلاحات بیمه
نوشته هادی اویار حسین

لغت	ترجمه
Partial loss	خسارت جزئی
Participation in profit	مشارکت در منافع
Pension insurance	بیمه مستمری بازنشستگی
Pensions	مستمری بازنشستگی
Per- life	هر فرد
Performance guarantee	ضمانت حسن انجام کار / ضمانت عملکرد
Peril	خطر
Perils of the sea	خطرات دریا
Period	دوره / مدت
Period of grace	مهلت قانونی و ارفاقی
Period of Indemnification	دوره پرداخت غرامت
Period of insurance	مدت بیمه
Permanent health insurance	بیمه درمانی دائمی
Personal accident insurance	(بیمه حوادث انفرادی) شخصی
Pilferage	دله دزدی
Piracy	دزدی / راهزنی دریایی
Plate glass insurance	بیمه شکست شیشه



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان



صدور و ارایه انواع بیمه نامه های مهندسی

www.parsianinsurance.ir

آرامش

آرایه و صدور بیمه نامه آتش سوزی با پوشش های کامل از قبیل سیل، زلزله، طوفان، سرقت و ...
فرآیند صدور بسیار آسان و سریع (عدم نیاز به بازدید اولیه) قابلیت صدور به صورت اقساط



دنیای دنیا آرامش

بیمه پارسیان

جهت کسب اطلاعات بیشتر به شعب و نمایندگی های بیمه پارسیان در سرتاسر کشور
و یا به سایت رسمی شرکت به نشانی www.parsianinsurance.ir مراجعه فرمایید

مرکز ارتباطات : ۰۲۱-۸۲۵۹