



**بیمه ما**  
ma insurance

ماهنامه الکترونیکی بیمه "ما"

شماره ششم مرداد و شهریور ماه ۱۳۹۷

تصویب سود ۲۲۵ ریال به ازای هر سهم در مجمع  
عمومی عادی سالیانه بیمه "ما"

راهبردها، الزامات و چالش های بیمه های الکترونیکی در ایران

فرزندان ممتاز بیمه "ما"





**بیمه ما**  
ma insurance

ماهنامه مرداد و شهریور بیمه "ما"

### شناسنامه

ماهنامه بیمه "ما"  
مرداد و شهریور ماه ۱۳۹۷

مدیرمسئول: داود شکری  
سردبیر: سحر زحمت کش

شورای تحریریه: روح اله حصارکی،  
زهرا تقوی، المیرا چهره گشا

صفحه آرا: المیرا چهره گشا  
ویراستار: سحر زحمت کش  
عکس: روح اله حصارکی

آدرس پورتال: [www.bimehma.ir](http://www.bimehma.ir)  
تلفن: ۰۲۱-۸۶۹۰

تلفن روابط عمومی: ۸۸۲۰۵۸۸۰  
نشانی: تهران، میدان ونک، ابتدای  
خیابان ونک، پلاک ۹، بیمه "ما"

### فهرست

جلوگیری از جرم و جنایت با توسعه روزافزون  
صنعت بیمه / ۳

اخبار بیمه "ما" / ۴

اخبار شعب / ۹

دانش آموزان ممتاز بیمه "ما" / ۱۰

شناخت رفتار مصرف کننده / ۱۲

بایدها و نبایدها در ارتباط با سازمان و شغل / ۱۵

اخبار بیمه مرکزی / ۱۶

راهبردها، الزامات و چالش های بیمه های  
الکترونیکی در ایران / ۱۸

## جلوگیری از جرم و جنایت با توسعه روزافزون صنعت بیمه



داود شکری، مدیر روابط عمومی

پذیر است. از طریق صنعت بیمه می توان ابعاد جرم شناسی را بررسی و همزمان با توسعه ی بیمه از وقوع جرم و جنایت جلوگیری نمود. برای مثال نداشتن بیمه شخص ثالث در یک تصادف می تواند چند خانواده را دچار مشکل کند و جرائمی نیز به دنبال داشته باشد.

بیمه همچنین می تواند در کاهش توسعه ی جمعیت کیفری نقش داشته باشد، تا افراد به جهت جایگاه حقیقی و حقوقی از پوشش های لازم بیمه ای برخوردار باشند. صنعت بیمه قادر است مکمل حرکت در مسیر قانون و دفاع از حقوق سازمان و تشکیلات و افرادی نیز باشد که در حیطة وظایف خود در هر سازمان مورد ادعا قرار می گیرند.

اگر آمار موجود در هر جامعه ای را به سه نوع آمار قضایی، نظامی و آمار صنعت بیمه تعمیم دهیم، خیلی از تخلفات در حیطة آمار قضایی، نظامی ثبت نمی شود و صنعت بیمه می تواند در حمایت از کسانی که قربانی جرایم قرار می گیرند نقش آفرینی کند. به عنوان مثال اگر کسی بیمه مسئولیت نداشته باشد و دچار حادثه شود، بارآور معضلات متعددی خواهد شد. به نحوی که یک حادثه ساده منجر به یک جرم کیفری می شود. این در حالی است که داشتن پوشش بیمه مانع از این گونه جرائم شده و به نوعی کمک به استقرار عدالت اجتماعی خواهد بود. لذا توسعه صنعت بیمه می تواند در کاهش تورم جمعیت کیفری و شکل گیری عدالت نقش داشته باشد.

با توجه به این موضوع چنین می توان اظهار داشت که پوشش صنعت بیمه در تمام جامعه نقش بی بدیل دارد و اگر هر یک از سازمان ها در جهت تحقق پوشش های بیمه ای فراگیر دست به اقدام جدی بزنند موجبات ایجاد زمینه برای دست یابی مردم به حقوق اجتماعی فراهم می گردد.

جوامع انسانی همواره با مخالفت با قانون و هنجارشکنی اجتماعی روبه رو بوده اند. استمرار وقوع جرائم، به رغم اتخاذ تدابیر تنبیهی در برابر بزهکاران، از دیرباز اندیشمندان، فیلسوفان و مصلحان اجتماعی را بر آن داشته تا درباره ماهیت و علت ارتکاب جرم و چگونگی مقابله با آن راه حل هایی ارائه دهند. ولی مطالعه علمی جرم، به عنوان پدیده فردی - اجتماعی ره آورد تمدن جدید است.

### اصول کلی جرم شناسی و تاثیر آن در حقوق کیفری

۱. نفی آزادی اراده انسان در فرایند ارتکاب جرم، (یعنی ارتکاب یافتن جرم با تأثیرپذیری مجرم از علل و عوامل جرم زای درونی شامل نقص بدنی، روانی و زیستی و عوامل جرم زای بیرونی چون محیط های اجتماعی، خانوادگی و اقتصادی، بدون اختیار داشتن او)
  ۲. انکار مسئولیت اخلاقی مجرم و پذیرش مسئولیت اجتماعی او
  ۳. ناعادلانه و غیرمفید بودن مجازات ها و پیشنهاد جایگزینی «اقدامات یا تدابیر تأمینی» برای اصلاح مجرمانی که «حالت خطرناک» دارند
  ۴. لزوم طبقه بندی بزهکاران، برای هماهنگ نمودن اقدامات تأمینی با شخصیت هریک از آنها و نیز لزوم تحقیق در علل جرم با هدف کاهش ارتکاب آن
- حقوقدان های دستگامه های اجرایی حافظان عدالت هستند و با تفکر و زبان خود زمینه ی عدالت و حق را فراهم می کنند. صنعت بیمه نقش بسزایی در مقوله جرم و جرم شناسی دارد و می تواند نقش مهمی در جلوگیری از جرائم و در واقع مکمل حرکت های حقوقی باشد. دست یابی به آمارهای قضایی، نیروی انتظامی و صنعت بیمه و بسیاری از جرائم که در حوزه قضایی ثبت و ضبط نمی شود، با پیاده سازی پوشش بیمه ای امکان

## نشست صمیمانه مدیر عامل بیمه "ما" با اصحاب رسانه

مراسم بزرگداشت روز خبرنگار با حضور حجت بهاری فر مدیرعامل بیمه "ما" برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بیمه "ما"، این نشست صمیمانه با حضور حجت بهاری فر مدیرعامل و معاونین بیمه "ما"، مصطفی زندی مدیرکل روابط عمومی بیمه مرکزی و خبرنگاران حوزه بانک و بیمه برگزار شد. گفتنی است این نشست به مناسبت ۱۷ مرداد و روز خبرنگار برگزار شد.



## چهارمین همایش بین المللی شمس و مولانا با حمایت شرکت سهامی بیمه "ما" آغاز به کار کرد

بر اساس این گزارش سیدعباس صالحی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ایران در آیین افتتاح همایش بین المللی شمس و مولانا گفت: "جایزه ملی شمس و مولانا" در همایش های آتی شمس تبریزی با هدف شناساندن این مفاخر تاریخ فرهنگ و ادب، به پژوهشگران این عرصه اختصاص پیدا خواهد کرد. وی با بیان اینکه این بارگاه محل استقرار آرامگاه شخصیتی است که توانست شعله ای را برافروزد و جان مولوی را شعله ور کند، بیان کرد: جهان و تاریخ در نتیجه این تحول مولوی دچار تغییر شد و این تاثیر نشانگر اخگر کمیاب شمس تبریزی است. در ادامه احسان همتی مدیر بیمه های اتکایی و امور بین الملل بیمه "ما" با تاکید بر این نکته که شمس تبریزی دفتری بی آغاز و بی پایان می باشد، افزود: حمایت بیمه "ما" از چهارمین همایش بین المللی شمس و مولانا، مایه مباهات است و افتخار می کنیم که بخش خصوصی صنعت بیمه شایستگی و توانمندی لازم برای حمایت از مشاهیر و ارائه انواع بیمه نامه ها در کلیه عرصه ها را دارد. وی پس از معرفی صنعت بیمه ج.ا.ا به مهمانان خارجی، به توانمندی شرکت بیمه "ما" بخصوص در شرایط تحریم و پس از آن اشاره و اقدامات انجام شده این شرکت در حوزه های مختلف را بیان کرد.



به گزارش روابط عمومی بیمه "ما"، در این همایش که سیدعباس صالحی وزیر ارشاد، محمدمهدی شهربازی استاندار آذربایجان غربی، کریستو استفانوف پولنداکوف سفیر بلغارستان، علی اصغر شعر دوست سفیر سابق ایران در قرقیزستان، قطب الدین صادقی استاد ممتاز تئاتر کشور، محمود ارول قیلیچ مولانا شناس ترک، شهرام پزوکی استاد عرفان دانشگاه تهران، محمد منور مولانا شناس از پاکستان، عوض بیک عبدالرزاق اوف سفیر قرقیزستان حضور داشتند ۱۱ مقاله برتر از میان ۱۰۰ مقاله ارسالی به دبیرخانه علمی این همایش برای ارائه انتخاب شد که در طول ۲ روز برگزاری آن ارائه می شود.

## بیمه "ما" بیمه گر بزرگترین ناوگان هواپیمایی کشور



شرکت بیمه "ما" در ارائه خدمات، در این انتخاب موثر بوده است. براساس این گزارش و به نقل از امیرحسین قربانی، معاون فنی بیمه "ما" هواپیماهای ناوگان هوایی هما شامل انواع مدل های ایرباس، بوئینگ، ای تی ار، فوکر وسایر مدل ها می باشد که پس از اخذ تاییدیه فنی از مدیریت های ذیربط در بیمه مرکزی، چهار بیمه نامه شامل بیمه بدنه و مسئولیت، بیمه نامه فرانشیز بدنه، بیمه نامه جنگ بدنه و بیمه لوازم یدکی برای آنها صادر شده است. علاوه بر این به دلیل تجمیع سبد پرتفوی بیمه ای بیمه گذار نزد بیمه "ما"، بیمه نامه سایر رشته ها از جمله بیمه نامه گواهینامه خلبانان در سررسید خود نزد بیمه "ما" صادر می شود.

قربانی افزود: خوشبختانه با تعامل مثبتی که بین دو مجموعه وجود دارد، توانستیم ضمن دریافت بخشی از حق بیمه و پرداخت سهم بیمه گران اتکایی، گام های اولیه را مطمئن بر داریم. معاون فنی بیمه "ما" با تاکید بر این نکته که هما، یک ایرلاین خوشنام و با سابقه و سرمایه ملی کشور است گفت: انتخاب بیمه "ما" از جانب این بیمه گذار بزرگ، مایه مباهات است و افتخار می کنیم که بخش خصوصی صنعت بیمه شایستگی و توانمندی لازم را برای ارائه انواع بیمه نامه ها در کلیه عرصه ها دارد. ضمن اینکه اعلام می کنیم شرکت بیمه "ما"، آمادگی لازم برای ارائه پوشش بیمه ای به سایر ایرلاین های معتبر کشور را نیز دارد.

ناوگان هوایی هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران تحت پوشش بیمه "ما" قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی بیمه "ما" در جریان مناقصه برگزار شده توسط شرکت "ایران ایر"، شرکت سهامی بیمه "ما" به عنوان بیمه گر این مجموعه انتخاب شد. عواملی نظیر توانگری مالی بالای شرکت بیمه "ما"، برخورداری از اتکایی مطمئن، پشتوانه فنی و علمی مناسب، ارائه نرخ و شرایط فنی مورد تایید بیمه مرکزی، شفافیت صورت های مالی در بورس و چابکی

شرکت بیمه "ما" در هجدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت ساختمان تهران حضوری فعال دارد. به گزارش روابط عمومی، بیمه "ما" در هجدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت ساختمان تهران حضوری گسترده داشت و کارشناسان متخصص این شرکت به ارائه مشاوره در خصوص انواع بیمه نامه ها به ویژه بیمه نامه های مهندسی و مسئولیت به مراجعان پرداختند. بر اساس این گزارش، هجدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت ساختمان تهران با مدیریت اتاق تعاون، دو شنبه ۱۵ مرداد ماه در تهران آغاز به کار کرد و تا ۱۸ مرداد ماه ادامه داشت. این نمایشگاه در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران برگزار شد.

## حضور بیمه "ما" در هجدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت ساختمان تهران



می‌رود و با برخورداری از تمدن کهن و جاذبه‌های طبیعی و تاریخی می‌تواند گردشگران فراوانی را به خود فراخواند.» وی با اشاره به اینکه گردشگری دارای ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است، گفت: گردشگری در بعد اقتصادی باعث ارزآوری و ایجاد تحرک در بخش‌های اقتصادی و صنعتی می‌شود و قابلیت معرفی فرهنگ غنی کشور به گردشگران جهانی را داراست و گردشگران پس از بازگشت از ایران به‌عنوان سفیران فرهنگی آداب و رسوم کشور را به جهانیان معرفی می‌کنند لازم به ذکر است در پایان مراسم سید تقی کبیری نماینده مردم آذربایجان غربی در مجلس شورای اسلامی از حضور بیمه "ما" در همایش شمس تبریزی و حمایت این شرکت از مشاهیر کشور تجلیل و قدردانی کرد.

وی خاطرنشان کرد: چند سالی است با برنامه‌ریزی به جا و مدبرانه تولید آرامگاه شمس تبریزی و همکاری شایسته پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی و حمایت همه جانبه شرکت‌هایی همچون بیمه "ما"، وجهه علمی همایش بین المللی شمس و مولانا بر دیگر وجوه آن برتری داشته است.

بیمه "ما" با دایر کردن غرفه در جشنواره ملی شمس و مولانا و حضور کارشناسان فنی شعب ارومیه و تبریز به معرفی و مشاوره خدمات بیمه‌ای پرداختند و انواع محصولات و خدمات بیمه‌گری را برای آحاد جامعه معرفی و مشخصات و پوشش‌های مورد نیاز بیمه‌ای را معرفی کردند.

همچنین گفتنی است همایش بین المللی شمس و مولانا بمدت ۳ روز در محل مزار شمس تبریزی در دو بخش علمی و جشنواره‌ای برگزار شد که وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در مراسم افتتاحیه و معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان میراث فرهنگی نیز در اختتامیه از سخنرانان ویژه این مراسم بودند.

## چهارمین همایش بین المللی شمس و مولانا در مزار شمس به کار خود پایان داد



اختتامیه چهارمین همایش بین المللی شمس و مولانا با حضور سفرا و گردشگران داخلی و خارجی در مزار شمس برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه "ما" همایش بین المللی شمس تبریزی با حضور معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و دوستداران عرفان و ادب ایران اسلامی و اندیشمندان حوزه ادبیات و عرفان به کار خود پایان داد.

رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با اشاره به اینکه کشورهای همسایه با مزیت‌های اندک گردشگری درآمدزایی چشمگیری دارند، بیان کرد: «ایران جزو ۱۰ کشور دارای پتانسیل‌های ارزشمند گردشگری به شمار

بیمه "ما" در کنار بانک ملت به صورت فعال در بیست و چهارمین نمایشگاه بین المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (الکامپ) حضور یافته است.

به گزارش روابط عمومی بیمه "ما"، این شرکت با برپایی غرفه‌ای در سالن ۳۸B نمایشگاه الکامپ، انواع خدمات و محصولات بیمه‌ای خود را در معرض دید بازدیدکنندگان قرار داده است.

بر اساس این گزارش، کارشناسان فنی این شرکت در محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی تهران، حضور داشته و اقدام به معرفی خدمات بیمه‌ای و مشاوره‌ای به بازدیدکنندگان کرد.

## حضور بیمه "ما" در بیست و چهارمین نمایشگاه الکامپ



## برگزاری نشست شورای هماهنگی روابط عمومی های صنعت بیمه کشور به میزبانی بیمه "ما"



بهاری فر افزود: بیش از ۸۰ سال از فعالیت صنعت بیمه در کشورمان می‌گذرد و اقدامات بسیار مثبتی در این حوزه انجام شده است اما بازتاب مثبتی از حرکات صنعت بیمه وجود نداشته است. همین موضوع، مسئولیت روابط عمومی‌ها را به عنوان آیینه تمام‌نمای شرکت‌ها سنگین‌تر کرده است.

مدیرعامل بیمه "ما" تصریح کرد: متأسفانه در بعضی از موارد اعتماد مردم نسبت به صنعت بیمه سلب شده است برای موفقیت در صنعت باید در ذهن، روح و قلب مشتریان نفوذ کرد و مهم‌ترین نقش را در این میان روابط عمومی‌های شرکت‌ها ایفا می‌کنند. در حال حاضر صنعت بیمه به حدی از بلوغ و تکامل رسیده است که بتواند کار گروهی انجام دهد. باید هوش تجاری در صنعت بیمه فعال شود که این بر عهده روابط عمومی‌هاست که داده‌ها را تبدیل به اطلاعات کنند، محیط پیرامون خود را رصد کنند و ارتباط خود را با مشتریان افزایش دهند.

در ادامه دکتر مصطفی زندی مدیرکل روابط عمومی و امور بین‌الملل بیمه مرکزی به بیان جزئیاتی در خصوص همکاری‌های انجام شده با پلیس راهور در راستای توسعه فرهنگ بیمه پرداخت و مدیران روابط عمومی صنعت بیمه نیز در خصوص راهکارهای اجرای موفق و چالش‌های این طرح به بحث و بررسی پرداختند.

نشست شورای هماهنگی مدیران روابط عمومی صنعت بیمه کشور با حضور حجت بهاری فر و دکتر مصطفی زندی و به میزبانی بیمه "ما" برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه "ما"، نشست شورای هماهنگی مدیران روابط عمومی شرکت‌های بیمه به میزبانی بیمه "ما" با حضور حجت بهاری فر مدیرعامل و عضو هیات مدیره و دکتر مصطفی زندی مدیرکل روابط عمومی و امور بین‌الملل بیمه مرکزی و مدیران روابط عمومی شرکت‌های بیمه‌ای کشور برگزار شد.

بر اساس این گزارش، حجت بهاری فر ضمن عرض خیر مقدم به مدیران روابط عمومی شرکت‌های بیمه و اظهار تشکر از آقای زندی برای برگزاری چنین جلساتی گفت: عصر حاضر، عصر ارتباطات است و بیش از ۸۰ درصد از موفقیت‌های سازمانی علی‌الخصوص در صنعت بیمه در حوزه ارتباطات است.

وی همچنین خاطرنشان کرد: ارتباطات از دو نظر درون سازمانی و برون سازمانی حائز اهمیت است. در حوزه درون سازمانی، باعث ایجاد انسجام، افزایش فعالیت‌ها و توسعه مجموعه می‌شود ولی متأسفانه یکی از مشکلات اساسی در صنعت بیمه، عدم انسجام و هماهنگی میان شرکت‌های بیمه‌ای است که به همه‌ی فعالان این صنعت آسیب می‌رساند. برای مواجهه با این مشکل نیاز به تبادل دانش داریم تا بتوانیم توفیقات خوبی کسب کنیم.

## تصویب سود ۲۲۵ ریال به ازای هر سهم در مجمع عمومی عادی سالیانه بیمه "ما"

بهاری فر در خصوص فعالیت‌های انجام شده در سال ۱۳۹۶ گفت: شرکت بیمه "ما" در سال ۹۶ با درک صحیح از شرایط کشور و صنعت بیمه و اتخاذ تدابیر هوشمندانه و انجام برنامه ریزی‌های دقیق و استراتژی‌های مناسب برای بخش سودآور و کم ریسک بازار بیمه همانند گذشته علاوه بر رشد پرتفوی در راستای بهبود کیفیت خود گام برداشت.

وی خاطر نشان کرد: شرکت بیمه "ما" با بیش از ۴۲ شعبه و باجه و ۱۰۶۷ نماینده و کارگزار در طی ۷ سال فعالیت خود و با تکیه بر دانش فنی و خلاقیت کارکنان و نمایندگان محترم شبکه فروش خود به موفقیت چشم گیری در صنعت بیمه دست یافته است.

بهاری فر افزود: بر اساس آمار ارائه شده از سوی بیمه مرکزی، بیمه "ما" امسال نیز به روال سنوات گذشته دارای بالاترین سطح توانگری بوده و در جمع شفاف ترین شرکت های بیمه ای بر اساس رتبه بندی شرکت های بورسی قرار گرفت. بیمه "ما" به عنوان یک بیمه گر پیشتاز و سرآمد مصمم است تا همگام با گسترش فرهنگ آینده نگری در جامعه به نحوی خدمات خود را به مشتریان عرضه نمایند که ضمن رعایت کلیه حقوق ذینفعان سایر افراد جامعه هم از منافع آن بهره مند شوند.

مدیرعامل بیمه "ما" با اشاره به رشد ۲۱,۸۸ درصدی پورتفوی و افزایش ۵۴ درصدی پرداخت خسارت در سال ۱۳۹۶، اظهار داشت: شرکت بیمه "ما" در سال ۱۳۹۶، بیش از ۱۹۷ میلیارد ریال خسارت به بیمه گذاران خود و زیان دیدگان پرداخت کرده است که بیانگر تسریع در رسیدگی به خسارت های اعلامی می باشد.

در ادامه گزارش بازرسی شرکت در جمع سهامداران خوانده شد و در نهایت، مجمع صورت های مالی را مورد تصویب قرار داد.

انتخاب حسابرس و بازرس قانونی و تعیین روزنامه کثیرالانتشار برای درج آگهی های بیمه "ما" بخش پایانی مجمع بود که براساس آن سازمان حسابرسی فاطر به عنوان حسابرس اصلی و بازرس قانونی و روزنامه دنیای اقتصاد به عنوان روزنامه کثیرالانتشار برای درج آگهی های بیمه "ما" تعیین شدند.

طبق صورت های مالی ارائه شده در مجمع، حق بیمه صادره مبلغ ۴۴۶۵ میلیارد ریال بوده که نسبت به این مبلغ در سال مالی ۹۵ با رشد ۲۱,۸۸ درصدی همراه بود و سود خالص شرکت ۴۳۲ میلیارد ریال اعلام شد که نسبت به سال مالی قبل، ۵۸ درصد افزایش یافت.



مجمع عمومی عادی سالیانه بیمه "ما" با حضور اکثریت سهامداران در روز ۳۰ تیر ماه برگزار و صورت های مالی سال ۱۳۹۶ این شرکت به تصویب رسید.

به گزارش روابط عمومی بیمه "ما"، مجمع عمومی این شرکت ۳۰ تیر ماه با حضور رییس و اعضای هیات مدیره بیمه "ما" برگزار و صورت های مالی سال ۹۶ به تصویب رسید. بر اساس صورت های مالی سود خالص پس از کسر مالیات شرکت، مبلغ ۴۳۲ میلیارد ریال می باشد.

بر اساس این گزارش مجمع عمومی عادی سالیانه به ریاست جناب آقای دکتر تاجیک و با حضور آقای صدقاتی فرد به نمایندگی از بانک ملت و خانم غنی از توسعه مالی مهر آیندگان به عنوان ناظرین، آقای حجت بهاری فر مدیرعامل شرکت و منشی جلسه، آقای ارغوانی نماینده سازمان بورس، خانم میررضی نماینده بیمه مرکزی، خانم شیرازی حسابرس و بازرس قانونی و آقای وثوق مدیرمالی شرکت برگزار شد.

در ابتدا رئیس مجمع، ضمن خیر مقدم به حضار و شرح مختصری از فعالیت های زیربنایی و اساسی بیمه "ما" در سال ۹۶ افزود: برنامه های راهبردی شرکت در مسیر رشد و تعالی در حرکت است و به سمت توسعه پایدار سوق پیدا کرده است.

در ادامه حجت بهاری فر مدیرعامل شرکت ضمن خیر مقدم به سهامداران محترم و دکتر ابراهیم پور مدیرعامل و عضو هیات مدیره گروه مالی ملت و ناظرین و قرائت پیام هیات مدیره به شرح گزارشی از عملکرد و دستاوردهای شرکت در سال ۱۳۹۶ پرداخت و ضمن بیان خلاصه ای از اطلاعات مالی شرکت افزایش ۵۸ درصدی سود خالص شرکت نسبت به سال گذشته را اعلام نمود.



## جلسه هم اندیشی مدیران بانک و بیمه جهت رفع مشکلات میزهای بیمه ای



جلسه هم اندیشی مدیران بانک و بیمه جهت رفع مشکلات و نواقص میزهای بیمه ای استان البرز برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بیمه "ما"، در این جلسه که به میزبانی سرپرستی بانک ملت استان البرز برگزار شد، معاون مالی و اداری سرپرستی منطقه، مدیر انفورماتیک استان البرز، روسای حوزه استان، برخی از روسای شعب بانک ملت کرج و همچنین رییس اداره مشتریان بانکداری شخصی به نمایندگی از بانک ملت و سرپرست مجتمع بانک و بیمه، رییس اداره مدیریت بازاریابی، فروش، تبلیغات و CRM، رییس شعبه کرج و مدیر روابط عمومی بیمه "ما" به نمایندگی از این شرکت حضور داشتند.

در این جلسه، آقای ایلیان معاون مالی و اداری استان البرز ضمن خوشامدگویی، به اختصار مطالبی در مورد اقدامات انجام شده برای تسهیل در روند استقرار نمایندگان بیان کرد. بعد از آن علی ستاری رئیس شعبه کرج بیمه "ما" گزارشی در خصوص مشکلات موجود جهت استقرار میز

های بیمه ای در شهرستان کرج ارائه کرد. در ادامه این نشست مجید زند کریمی سرپرست مجتمع بانک و بیمه علاوه بر ارائه راهکار در خصوص رفع مشکلات میزهای بیمه ای به جمع بندی مطالب پرداخت و گفت: با عنایت به اینکه در شرایط کنونی، تعامل مابین بانک و بیمه بسیار بالا است، لذا انتظار می رود با استفاده از پتانسیل های بانک ملت، فرایند استقرار میزهای بیمه ای و جذب مشتریان خرد و کلان آسان تر از گذشته انجام شود.

رییس اداره مشتریان بانکداری شخصی نیز در این دیدار علاوه بر ارائه تدابیری برای بالا بردن تعامل میان بانک و بیمه گفت: تمام تلاشمان بر این است تا نواقص را در کمترین زمان برطرف کنیم. همچنین در این دیدار جمعی از روسای شعب بانک های استان البرز و نمایندگان بیمه "ما" به بیان نقطه نظرات خود در زمینه استقرار میزهای بیمه ای پرداختند.

## اخبار شعب



شعبه اراک

تشکیل جلسه کارگروه آتش سوزی سندیکای بیمه گران



شعبه یزد

برگزاری کلاس آموزشی بازاریابی و فروش برای نمایندگان شعبه ۵۴ با تدریس آقای طهماسبی فرد



مجمع بانک بیمه

تبریک روز پزشک به دکتر محبت



شعبه یزد

برآورد و ارزیابی خسارت آتش سوزی در استان



شعبه کرج

جلسه هم اندیشی با نمایندگان استان و بررسی امور مربوط به نمایندگان شعبه



شعبه مشهد

حضور نمایندگی کد ۱۶۴۸ در نمایشگاه بین المللی خودرو



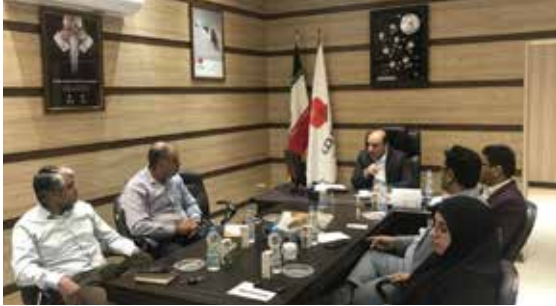
شعبه مشهد

برگزاری جلسه سرپرست شعبه با شبکه فروش در خصوص نمایندگان آیین نامه ۵۴



شعبه گنبد کاووس

جلسه حضوری با رییس جدید بانک ملت و تبادل نظر در خصوص افزایش همکاری



شعبه یزد

نشست هم اندیشی نمایندگان برتر شعبه با رییس شعبه



شعبه کرمان

برگزاری سمینار آموزشی تکنیک های فروش بیمه های زندگی با تدریس ضابط نیا



شعبه غرب

برگزاری جلسه ماهیانه با حضور رییس شعبه، معاونین و شبکه فروش در خصوص راه های افزایش فروش



شعبه قزوین

برگزاری دوره آموزشی بیمه های عمر توسط بیداویسی



شعبه بندرعباس

نشست رئیس شعبه هرمزگان با نمایندگان در مورد چگونگی عملکرد و مشکلات نمایندگان



شعبه سنج

پرداخت خسارت ۱۷۵ میلیون ریالی برای حادثه واژگونی اتومبیل



شعبه رشت

پرداخت خسارت از محل بیمه عمر و سرمایه گذاری به بازماندگان حادثه کشتی سانچی



شعبه رفسنجان

حضور آقای کلوانی و یادگاری از اداره حسابرسی داخلی و ریاست اداره پرداخت خسارت جانی در شعبه



شعبه گرگان

برگزاری کلاس های آموزشی بازاریابی با حضور ریاست شعبه و نمایندگان



شعبه کرمان

پرداخت خسارت با حضور مدیر بیمه های اتومبیل و مدیر روابط عمومی



شعبه زنجان

برگزاری جلسه امور نمایندگان



شعبه تبریز

برگزاری دوره آموزشی بازاریابی و فروش برای نمایندگان



شعبه بندرعباس

تشکیل جلسه با مدیران پالایشگاه با حضور معاون شبکه فروش و مدیر بیمه های مسئولیت



شعبه ساری

حضور رئیس شعبه در روزنامه حرف برای تبریک روز خبرنگار به مدیریت و پرسنل آن مجموعه



شعبه یزد

بازدید مدیرعامل از شعبه یزد



مجمع بانک و بیمه

تولد معاون شبکه فروش



شعبه تهران غرب

بازدید معاون شبکه فروش و امور شعب و رئیس مجتمع بانک بیمه از شعبه



شعبه رشت

برگزاری دوره بازاریابی و فروش با حضور نمایندگان شعبه رشت و تنکابن



شعبه اردبیل

حضور تیم حسابرسی در شعبه و نشست صمیمانه با نمایندگان



شعبه اهواز

بازدید ارزیاب خسارت بیمه مرکزی به همراهی کارشناسان شعبه از مجتمع فولاد خلیج فارس



شعبه اراک

بزرگداشت عید سعید غدیر خم در تفرش



شعبه اردبیل

برگزاری کلاس آموزشی بازاریابی و فروش برای نمایندگان شعبه با تدریس طهماسبی فرد



شعبه زاهدان

کلاس آموزش بازاریابی و فروش بیمه های عمر و سرمایه گذاری با حضور طهماسبی فرد



شعبه همدان

برگزاری دوره آموزشی بازاریابی و فروش بیمه های عمر توسط آقای بیداویسی

## دانش آموزان ممتاز شرکت بیمه "ما"



ثنا حلمی  
پایه اول



محمد متین روحانی  
پایه اول



مریم کریمی  
پایه اول



سید ستیا وقاری  
پایه اول



یسنا اسلامی  
پایه اول



زهرا حصارکی  
پایه اول



تارا ستاری  
پایه اول



محمد سام زنگانه  
پایه اول



رها عیاری  
پایه اول



آرتین بهرامی  
پایه اول



ماهک رشیدپور  
پایه اول



ساحل پور جعفری  
پایه اول



پویا پاک نهاد زاد  
پایه دوم



محمدطه کهن  
پایه دوم



فاطمه محمدی  
پایه دوم



آرش فولادپور  
پایه دوم



مهرداد شفیع  
پایه دوم



امیرحسین فتاحی  
پایه اول



سوگل کوهی  
پایه سوم



ثمین عطایی  
پایه سوم



دانیال خالدی  
پایه سوم



آتنا بیرامی  
پایه سوم



زهرا جعفریان  
پایه سوم



آیلین فعلی خرم آبادی  
پایه دوم



سنا بهار فیروزی  
پایه پنجم



ایلیا خالدی  
پایه پنجم



محمدصدرا عطایی  
پایه پنجم



ساغر حاجی محمدی  
پایه چهارم



مانی رشیدپور  
پایه چهارم



ریحانه افشانی  
پایه سوم



سپهر رادسعید  
پایه ششم



ثنا ستاری  
پایه ششم



میر مهدی یار اسبقی  
پایه پنجم



سارینا رحیمی پور  
پایه پنجم



متین فهیمی  
پایه پنجم



نرگس کهن  
پایه پنجم



امیرعلی صفدری  
پایه هشتم



مانیا داداشی  
پایه هشتم



حسین احمدی  
پایه هفتم



فاطمه حصارکی  
پایه هفتم



سروش ربانی  
پایه هفتم



سید سعید سید قزوینی  
پایه ششم



ریحانه محمدی  
پایه هشتم



غزل ربانی  
پایه یازدهم



سینا رادسعید  
پایه دهم



علیرضا صفدری  
پایه دهم



تینا نظری ماتک  
پایه نهم



آیلار باقری  
پایه هشتم

## شناخت رفتار مصرف کننده

### بخش دوم

معاونت سرمایه انسانی و پشتیبانی  
اداره ارزشیابی، توسعه و برنامه ریزی کارکنان

تأمین امنیت و درک نیازها و توجه به خواسته های آنان، از جمله اقداماتی است که باید در راستای رضایت مشتری در رأس وظایف و اولویت کاری تولیدکنندگان و فروشندگان قرار گیرد. با توجه به اهمیت نقش کیفیت خدمات در رفتار مصرف کننده، مدیران باید از سطح انتظارات مصرف کنندگان خود آگاهی کسب کنند و خدمات کارکردی خود را به گونه ای طراحی کنند که از سطح انتظارات مشتریان فراتر باشد؛ زیرا تنها در این صورت، کیفیت خدمات می تواند تاثیر مثبتی بر رفتار مصرف کنندگان داشته باشد. پاسخگویی به نیازها و خواسته های مشتریان، حفظ حریم خصوصی، جبران خسارت احتمالی و تأمین امنیت مشتریان از جمله مهم ترین خواسته های آنها است که در رفتار مصرف کننده تاثیر بسزا دارد.

#### ۳- تاثیر قیمت بر رفتار مصرف کننده

قیمت بر رفتار مصرف کننده نقش مثبت و معناداری دارد. قیمت ادراک شده ممکن است یکی از تحریک کننده های اصلی رفتار مصرف کننده باشد چراکه درک قیمت و کیفیت ناعادلانه منجر به نارضایتی شده که پاسخ احساسی آن منفی و بازتاب آن عصبانیت است. قیمت درک شده ناعادلانه با نگرش منفی ارتباط دارد؛ بنابراین، شناخت قیمت و کیفیت نابرابر ممکن است منجر به ناامیدی، عصبانیت یا بی عدالتی شود. معمولاً مصرف کنندگان دوست ندارند احساس فریب خوردگی کنند. اگر مصرف کنندگان متوجه شوند با آنها ناعادلانه رفتار شده، احساس مثبت شان کاهش یافته و حالت احساسی منفی (با بازتاب عصبانیت و ترس) آشکار خواهد شد. نگرش منفی نسبت به قیمت منجر به برخی هیجانات نظیر تعجب و خشم می شود که باعث واکنش های بیرونی و خاص مشتری می شود. هنگامی که مصرف کنندگان متوجه قیمت ناعادلانه می شوند احساس ناامیدی و ناراحتی کرده و ممکن است شکایت خود را از طریق ارتباطات شفاهی پخش کنند. این وضعیت حتی ممکن است پایان ارتباط خریدار با فروشنده باشد. علاوه بر این، هنگامی که مشتریان عصبانی می شوند بیشتر تمایل دارند مستقیماً به سمت رقیبان فروشنده بروند و کمتر مایلند از فروشنده اول مجدد خرید کنند. برعکس، درک قیمت منصفانه منجر به رضایتمندی شده که خود باعث هیجانات مثبت می شود.

مشتریان قیمت را راهنمای بیرونی، شاخص کیفیت و منافع محصول می دانند. این درک وجود دارد که برندهای گران قیمت معمولاً از کیفیت بالاتری برخوردارند و آسیب پذیری کمتری در شکاف های قیمت رقابتی نسبت به برندهای ارزان قیمت دارند.

در بازار رقابتی امروز، شرکت ها باید برای کسب مزیت رقابتی، توجه زیادی به مشتریان و رفع نیازهای آنها داشته باشند. از طرفی، مشتریان در خرید محصولات، گرایش های مختلفی دارند که باید آنها را در تنظیم استراتژی های بازاریابی مدنظر قرار داد. چنانچه شرکت های تولید کننده محصولات تلاش کنند با ترکیبی بهینه و متناسب از عناصر آمیخته بازاریابی خواسته های مصرف کنندگان را تأمین کنند، قادر خواهند بود مصرف کنندگان خود را به مشتریان وفادار تبدیل کنند. این شیوه نگرش به رفتار مصرف کننده، وسیع تر از روش سنتی است. در نگرش سنتی رفتار مصرف کننده، توجهات عمدتاً بر خریدار و پیش زمینه های بلافصل و نتایج فرآیند خرید کالا متمرکز بود. در نگرش جدید گامی فراتر از این رفته و به بررسی تاثیرات غیرمستقیم شناخت رفتار مصرف کننده بر فرآیند مصرف و سایر پیامدها و نتایج که بیش از خریدار و فروشنده را دربر می گیرد، می پردازد. موارد ذیل واقعیت ناآشکار محتوای دانش ما از رفتار مصرف کننده را نشان می دهد:

#### ۱- تاثیر محصول بر رفتار مصرف کننده

در بحث محصول، یکی از نکات قابل توجه، تنوع و آزادی در انتخاب محصول است. تولیدکنندگان کالاها و خدمات و نیز بازاریابان، غالباً توانایی انتخاب را نادیده می گیرند. انتخاب حق مسلم مصرف کننده و عامل ضروری در بازاریابی اثر بخش است. بسیاری از مصرف کنندگان در انتخاب های شان محدودیت دارند. درک عمیق تر این موضوع می تواند باعث ایجاد شناخت وسیع تر از مصرف کننده شود اما انتخاب را نه تنها با ارائه تنوع در محصول، بلکه با تنوع در قیمت، تنوع در شیوه های پرداخت و تحویل کالا، تنوع خدمات پس از فروش و ... می توان تضمین کرد. از طرفی، مشتریان مزایای محصول را مشاهده می کنند و در صورتی که آن را مطابق با انتظارات خود دریابند، روابط شان را با ارائه کننده ادامه می دهند. ماهیت اصلی و منسجم فرایند منبع یابی به این بستگی دارد که مشتری تشخیص دهد منبع مورد نظر او بهترین مزایا را ارائه کرده است.

#### ۲- تاثیر کیفیت خدمات بر رفتار مصرف کننده

تمایل به ارائه خدمات با کیفیت و قابل انتظار مشتریان، نقش مهمی در رفتار مصرف کننده دارد؛ زیرا امروزه بهبود کیفیت خدمات در صنایع به عنوان یک راهبرد کلیدی برای دوام، پایداری و سوددهی این سازمان ها مطرح است. از این رو، با توجه به نتایج پژوهش، رسیدگی و توجه به مشکلات مشتریان،





## بایدها و نبایدها در ارتباط با سازمان و شغل

### بایدها:

- ۱- انجام به موقع و دقیق وظایف محوله
- ۲- حضور منظم و به موقع در محل کار و فعالیت تا پایان وقت اداری
- ۳- ارتقای دانش و مهارت مورد نیاز شغلی و سازمانی
- ۴- سخت کوشی و تلاش در کار
- ۵- دقت و احتیاط در مصرف بیت المال و جلوگیری از ریخت و پاش و دوری از اسراف
- ۶- افزایش بهره وری، اصلاح الگوی مصرف، صرفه جویی و استفاده بهینه از امکانات و منابع سازمان
- ۷- ارتقای خلاقیت و نوآوری در روش های انجام وظایف شغلی و سازمانی
- ۸- رعایت پوشش اداری
- ۹- توجه به ساده پوشی و عدم آرایش زننده در ادارات و مراکز آموزشی و عمومی
- ۱۰- رعایت قوانین، مقررات، ضوابط اداری و آراستگی محیط کار
- ۱۱- رعایت شئون و شعائر و اخلاق اسلامی (در گفتار، رفتار، پوشش و برخورد با دیگران)
- ۱۲- حفظ اسرار شغلی و افزایش تعلق و شهرت سازمانی
- ۱۳- برگزاری و شرکت فعال و به موقع در نماز جماعت و تشویق همکاران برای شرکت در نماز
- ۱۴- آشنایی با قوانین، دستورالعمل ها، علوم و فنون و تکنولوژی های نوین مرتبط با وظایف شغلی و سازمانی
- ۱۵- شفاف سازی و مستند سازی نحوه ارائه خدمات و اسناد و مدارک مرتبط

### نبایدها:

- ۱- سو استفاده از موقعیت شغلی و استفاده شخصی از امکانات دولتی و مردمی
- ۲- اعمال نفوذ برای نیل به منافع شخصی و گروهی و پذیرایی های پر خرج برای حفظ موقعیت شخصی
- ۳- برگزاری جلسات زائد و بی فایده و سفرهای پر هزینه و بی مورد داخلی و خارجی
- ۴- سهل انگاری در وظایف اداری و کم فروشی و کم کاری
- ۵- دیرسرکار آمدن و زود رفتن از محل کار
- ۶- انجام کارهای شخصی در اوقات و ساعات اداری
- ۷- ماندن در اداره در غیر ساعات اداری و انجام ندادن کار و گرفتن اضافه کاری
- ۸- اسراف و افراط و تفریط در به کار گیری اموال حتی در جهت مصارف اداری
- ۹- سهل انگاری در حفظ امکانات دولتی، بدبین کردن مردم به نظام و انقلاب اسلامی
- ۱۰- اسراف در برگزاری جشنواره ها و هزینه های جانبی سنگین
- ۱۱- اختلاس، جعل، خیانت در امانت و عدم وفای به عهد
- ۱۲- مکالمه زیاد و طولانی و بی مورد با تلفن اداری
- ۱۳- افشای اطلاعات موجود در دستگاه
- ۱۴- استعمال دخانیات و داشتن اعتیاد
- ۱۵- بی انگیزگی، تنبلی، بی عفتی و بد پوششی



## بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران

### صنعت بیمه بر پایه دانش بیم‌سنجی استوار است

پرویز خسروشاهی، صبح امروز در همایش بیم‌سنجی که در دانشگاه شهید بهشتی برگزار شد بر اهمیت دانش بیم‌سنجی و اثر بسیار تعیین‌کننده آن بر صنعت بیمه تأکید کرد. به گزارش اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل بیمه مرکزی، قائم مقام بیمه مرکزی طی سخنانی در این همایش، بیمه را از جهتی مترادف با اکچوئری دانست و گفت: اگر قرار باشد حرفه بیمه‌گری را در چند کلمه خلاصه کنیم آن کلمات عبارت از محاسبه حق بیمه، محاسبه ذخایر فنی، محاسبه توانگری، محاسبه ریسک و نقدشوندگی پرتفوی سرمایه‌گذاری‌ها و محاسبه خسارت و مستمری خواهد بود. محاسبات فوق‌عمدتاً به کمک دانش اکچوئری انجام می‌گیرد پس می‌توان گفت، صنعت بیمه مترادف با تخصص اکچوئری است و اگر دانش اکچوئری نباشد صنعت بیمه هم امکان تداوم فعالیت نخواهد داشت. وی افزود: البته انجام محاسبات بیمه‌ای مذکور کار بسیار پیچیده‌ای است به طور مثال محاسبه حق بیمه یا قیمت محصولات بیمه‌ای کاملاً متفاوت از محاسبه قیمت در سایر کسب و کارها است. حق بیمه از دو بخش اقتصادی و فنی تشکیل می‌شود که در بخش فنی باید احتمال وقوع حادثه و همچنین شدت و تواتر آن محاسبه شود. این محاسبه مربوط به متغیرهایی است که در آینده اتفاق می‌افتد در حالی که در غالب کسب و کارها، متغیرهایی که برای قیمت‌گذاری استفاده می‌شود مقادیرشان از قبل معلوم است. این مسئله کار محاسبه در صنعت بیمه را بسیار سخت و پیچیده می‌کند که این سختی و پیچیدگی به کمک دانش اکچوئری مرتفع می‌گردد. وی در ادامه با اشاره به اینکه برای محاسبات بیمه‌ای تخصص‌های گوناگون مورد نیاز است اظهار داشت: برای انجام صحیح محاسبات بیمه‌ای علاوه بر تخصص آمار و ریاضیات، تخصص‌های اقتصاد، مالی و فنی مرتبط با رشته‌های بیمه‌ای نیز لازم است. بنابراین امر بیم‌سنجی، امری تیمی است نه فردی و برای اینکه فعالیت اکچوئری بخوبی انجام شود بایستی در قالب کارهای تیمی مرکب از متخصصان مختلف انجام پذیرد. در صورت تحقق چنین شرایطی حرفه مستقل اکچوئری نیز مورد استقبال شرکتهای بیمه قرار خواهد گرفت. پیشنهاد می‌کنم با اتخاذ چنین رویکردی و با کمک پژوهشکده بیمه انجمن بیم‌سنجی ایران در قالب یک

## اخبار بیمه مرکزی

دکتر سلیمانی در اولین دیدار صمیمانه با مدیران عامل شرکت‌های بیمه:

### شرکت‌های بیمه حقوق مردم در پرداخت خسارت را رعایت کنند

صبح امروز دکتر غلامرضا سلیمانی، رئیس کل بیمه مرکزی در دیدار صمیمانه با مدیران عامل شرکت‌های بیمه، دبیرکل سندیکای بیمه‌گران ایران و صندوق تأمین خسارت‌های بدنی بر حفظ حقوق مردم با پرداخت به موقع خسارت تأکید کرد. دکتر سلیمانی با اشاره به شرایط اقتصادی فعلی، گفت: بانک و بیمه‌ها در شرایط بحران اقتصادی در خط مقدم قرار دارند و وظایف آنها سنگین‌تر می‌شود، لذا باید با همراهی مدیران، پیشنهادات جدیدی به ستاد تحریم ارائه کنیم. وی از بیمه‌درمان به عنوان یکی از چالش‌های موجود کشور یاد کرد و گفت: این چالش سازمان‌های زیادی از جمله شرکت‌های بیمه تجاری را درگیر کرده است و از مهمترین عوامل آن می‌توان به نبود کارشناسان اقتصاد درمان اشاره کرد که مانع پیوند بخش درمان و بیمه شده است. رئیس کل بیمه مرکزی، بیمه را یکی از سه ضلع مثلث اقتصادی دانست و گفت: متأسفانه بیمه در کشور ما هنوز نتوانسته به جایگاه خود از منظر اقتصادی دست یابد و با یک فرهنگ سازی عمیق، باید کارایی بیمه در زندگی مردم بیشتر نشان داده شود تا تمایل آنها به خرید بیمه‌نامه افزایش یابد. دکتر سلیمانی در بخش دیگری از سخنان خود بر نظارت علمی در صنعت بیمه تأکید کرد و گفت: شرکت‌های بیمه باید نظارت خود را از نظارت فیزیکی و حضوری به سمت نظارت علمی سوق دهند و بیشتر بر مسائلی چون اکچوئری و تحلیل آماری تکیه کنند. وی پژوهشکده بیمه را مغز متفکر صنعت بیمه خواند و افزود: پژوهشکده بیمه علاوه بر مطالعات باید به شرکت‌های بیمه در راستای حل مشکلات و خدمات پژوهشی کمک کند. دکتر سلیمانی همچنین بر ارتباط با رسانه‌ها به خصوص استفاده از ظرفیت صدا و سیما در راستای گسترش فرهنگ بیمه تأکید کرد. رئیس کل بیمه مرکزی در پایان با اشاره به سخنان مدیران عامل شرکت‌های بیمه در خصوص حل مشکل مالیات بر ارزش افزوده، ساده‌سازی آیین‌نامه‌ها، بالا بودن ضریب خسارت بیمه درمان و افزایش تعرفه‌های وضع شده بر صنعت بیمه گفت: موارد مذکور حتماً در دستور کار قرار می‌گیرد و حل آن مستلزم همراهی و اجماع شرکت‌های بیمه با بیمه مرکزی است.

تخلفات، جعل اسناد و تقلبات بیمه ای نقش اساسی را ایفا می کند.

رییس کل بیمه مرکزی موفقیت مجموعه ها را در گرو انباشت اطلاعات دانست و به مقوله سرعت، دقت و صحت در اطلاع رسانی اشاره کرد و افزود: به هنگام بودن اطلاعات در پردازش آن اثر جدی دارد و گاه اطلاعاتی که نابهنگام در اختیار نهاد ناظر قرار می گیرد از اثربخشی کافی برخوردار نخواهد بود.

وی بر لزوم تلاش بیشتر بخش آی تی شرکت ها در خصوص تجمیع آنلاین اطلاعات بیمه ای شرکت ها تاکید کرد و گفت: کارکنان بخش آی تی از تصمیم سازان صنعت بیمه به شمار می روند و اگر اطلاعات به صورت آنلاین مبادله نشود این صنعت در بخش تصمیم گیری با مشکلات زیادی روبرو خواهد شد.

دکتر سلیمانی با اعلام این مطلب که باید به سمتی پیش برویم که برای هر بیمه گذار یک حساب کاربری خاص طراحی شود، خاطرنشان کرد: اگر تکمیل اطلاعات بیمه گران و بیمه گذاران در گرو ثبت کد یکتا باشد بی تردید جریان سالم اطلاع رسانی با شفافیت بیشتری دنبال خواهد شد.

وی با اعلام این مطلب که دنیای اطلاعات خود را بر تمامی دستگاه های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی تحمیل کرده است تهیه گزارش های صحیح را زمینه ساز تحلیل های موثر دانست و افزود: گزارش های ناقص، مخدوش و عاری از حقیقت چیزی جز گمراهی تصمیم گیران صنعت بیمه در پی نخواهد داشت.

رییس شورای عالی بیمه در ادامه سخنان خود صنعت بیمه را یک صنعت جذاب اما پیچیده ارزیابی کرد و تصریح کرد: اداره این صنعت بدون تکیه بر به روزرسانی اطلاعات و تبادل آن امکان پذیر نیست.

وی تثبیت و یا کاهش میزان حق بیمه های دریافتی را در گرو کنترل خسارات و نظارت بر پرداخت آن دانست و گفت: با تجمیع اطلاعات و بررسی دقیق و تحلیل منطقی دریافتی ها و پرداختی ها دستیابی به یک روند منطقی برای کنترل خسارات دور از دسترس نخواهد بود.

دکتر غلامرضا سلیمانی در پایان ضمن تقدیر از تلاش دست اندرکاران سامانه سنهاب و مدیران و کارکنان بخش فاوای صنعت بیمه نسبت به تقویت سیستم های اطلاع رسانی و ارتباطی در صنعت بیمه تاکید کرد.

گفتنی است در آغاز این نشست - سید قاسم نعمتی - رییس مرکز فاوای بیمه مرکزی - گزارش کاملی از آخرین تحولات، تعاملات و عملکرد فن آوری اطلاعات صنعت بیمه ارائه کرد

پروژه؛ حق بیمه ها، ذخایر و توانگری مالی شرکتهای بیمه را بر اساس روش ها و الگوهای علمی روز دنیا محاسبه نماید و شکاف آن با محاسبات جاری در صنعت بیمه را ارائه کند تا بتوانیم وضعیت موجود خود را نسبت به وضعیت مطلوب مشخص کنیم.

قائم مقام بیمه مرکزی در پایان ضمن تشکر از مسئولان دانشگاه شهید بهشتی برای توجه خاص به رشته بیمه و انجمن بیم سنجی ایران بخاطر برگزاری همایش، از برگزارکنندگان همایش خواست جمع بندی نشست ها و سخنرانی های همایش را برای بیمه مرکزی ارسال نمایند تا از آن در برنامه ریزی ها و تدوین مقررات استفاده شود

### دیه و خسارت پلاسکو تعیین تکلیف شد

پس از بررسی های فنی و کارشناسانه بیش از ۳۲۰ میلیارد ریال خسارت مربوط به رشته آتش سوزی در خصوص پرونده پلاسکو از سوی شرکت های بیمه به زیان دیدگان این حادثه پرداخت شد.

به گزارش اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل بیمه مرکزی در بخش بیمه های مسئولیت، مبلغ بیست و هشت میلیارد و پانصد میلیون ریال بابت فوت پانزده تن از شهدای آتش نشان توسط شرکت بیمه کارآفرین و پرداخت سرمایه فوت بیمه عمر و حادثه شانزده تن از قربانیان این حادثه از سوی همین شرکت به مبلغ سی و پنج میلیارد و ششصد و هشتاد میلیون ریال به حساب ذی نفعان قانونی آنان واریز شده است.

شایان ذکر است سه تن از شهدای حادثه پلاسکو دارای بیمه نامه انفرادی عمر و تامین آتیه بودند که شرکت پاسارگاد به عنوان بیمه گر بیش از یک میلیارد و سیصد میلیون ریال به ذی نفعان قانونی آنان پرداخت کرده است

### رییس کل بیمه مرکزی:

**باید به سمتی برویم که هر بیمه شده یک حساب کاربری خاص داشته باشد**

فن آوری اطلاعات از الزامات هر سازمان محسوب می شود و توسعه زیرساخت های ارتباطی و رفع نقایص موجود یک ضرورت جدی به شمار می آید.

به گزارش اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل بیمه مرکزی، دکتر غلامرضا سلیمانی که در نشست «هم اندیشی و پیگیری اجرای برنامه های کلان فاوا» سخن می گفت با اعلام این مطلب افزود: شفافیت اطلاعات، افشا و تحلیل آن در پیشگیری از

## راهبردها، الزامات و چالش های بیمه های الکترونیکی در ایران



مجتهد زند کریمی  
رئیس محترم بانک بیمه

مختلف مرسوم شده است .

فرایند صدور بیمه نامه ، درخواست و پرداخت خسارت و ... نیز ممکن است به طریق on - line انجام شود اگرچه بعضی محدودیت های قانونی یا فنی به مثابه سدی مقابل اجرای کامل بیمه نامه های الکترونیکی در برخی از کشور ها به شمار می روند اما در حال حاضر قوامین بیمه ای در سراسر جهان به طور مداوم در حال بازبینی و اصلاح است که بتواند ارائه بیمه های on - line را فراهم نماید .

دربرآورد اثر فروش بیمه های الکترونیکی بر کارایی ، دوجنبه را می توان مدنظر قرارداد :

۱- بیمه های الکترونیکی باید بتوانند هزینه های مدیریتی و اجرایی داخلی را از طریق اجرای فرایند های خودکار تجاری و ارتقای اطلاعات مدیریتی ، کاهش دهند .

۲- این نوع از بیمه ها باید بتوانند کارمزدهای پرداخت شده به واسطه ها را کاهش دهند ، زیرا در فروش اینترنتی ، بیمه ها به طور مستقیم به مشتریان فروخته می شود

### مزایای بیمه های الکترونیکی :

۱- ارتباط مستقیم با مشتری و حذف واسطه گری سنتی از معاملات بیمه : نمایندگی ها و کارگزاری ها به عنوان عوامل فروش شرکت های بیمه در توزیع محصولات بیمه ای در یک نظام سنتی عمل می کنند . پس از گسترش بیمه های الکترونیکی نقش این واسطه ها تغییر کرده و به عنوان واسطه های اطلاعاتی در نظام جدید فعالیت خواهند کرد .

۲- ارائه خدمات موثر ، سریع و با هزینه کم : شرکت های بیمه بدون نیاز به افزایش کارمندان و پرسنل خود با بهره گیری از فناوری های اینترنت ، خدمت رسانی سریع و بازاریابی مناسبی را انجام می دهند . در این روش مشتریان می توانند بین قیمت های عرضه شده توسط شرکت های مختلف مقایسه به عمل آورند . ارائه بیمه نامه های الکترونیکی به

یکی از کاربردهای مهم تجارت الکترونیکی ، ارائه خدمات جدید بیمه ای و کاهش هزینه ها از طریق بیمه های الکترونیکی می باشد . بیمه های الکترونیکی را می توان کاربرد اینترنت و سایر فن آوری های اطلاعاتی با هدف تولید و توزیع خدمات بیمه ای تعریف نمود . در بیمه های سنتی به دلیل سرعت پایین و هزینه های بالا در شرایط گسترش تجارت الکترونیکی پاسخگو نبوده و نیاز به طراحی فضای مناسب جهت فعالیت بیمه های به شکل الکترونیکی را اجتناب ناپذیر ساخته است . امروزه توسعه و بهبود فرایندهای تجاری به عنوان یکی از محورهای اصلی توسعه اقتصادی هر کشور مطرح بوده و برخورداری از حجم تجارت جهانی به عنوان یک سیاست و هدف مدنظر دولت های جهان قرار گرفته است . لذا برای دستیابی به این مهم در حال حاضر استفاده از تجارت الکترونیکی یکی از ابزارها و شاید مهمترین ابزار رشد تجاری محسوب شده و در دستور کار دولت ها و قطب های اقتصادی قرار دارد . استفاده از تجارت الکترونیکی موجب کاهش چشمگیر هزینه های معاملاتی ، دسترسی آسان به اطلاعات ، افزایش درصد فروش ، بالا رفتن قدرت انتخاب مصرف کنندگان ، کاهش و حذف محدودیت بازار ، افزایش تعداد عرضه کنندگان بازار و در نهایت افزایش توان رقابت و رقابتی شدن بنگاه ها ، بخش ها و اقتصاد ملی می شود .

بیمه الکترونیکی را می توان کاربرد اینترنت و سایر فناوری های اطلاعاتی (IT) در جهت تولید و توزیع خدمات بیمه ای تعریف نمود که یکی از زیرمجموعه های تجارت الکترونیکی محسوب می شود که همگام با توسعه اینترنت بسط و گسترش یافته و استفاده از آن در سال های اخیر در کشور های

۵- کارگزاران و نمایندگان لازم است جواز کسب خود را به طور حضوری به مشتریان ارائه نمایند .  
 ۶- انعقاد یک قرارداد بیمه ای مستلزم تبادل وسیع اطلاعات است که دربرخی موارد ماهیت شخصی و حضوری دارند . البته مشتریان نگران حفظ اطلاعات ارائه شده خود هستند که از طریق ارسال الکترونیکی هیچ مسئولی جهت محافظت از اطلاعات وجود ندارد .

پایه سازی بیمه های الکترونیکی در جمهوری اسلامی ایران  
**راهنماها :**

- ۱- اجرای موفق برنامه جامع (Master plan) فن آوری اطلاعات (برنامه ریزی استراتژیک)
- ۲- تنظیم چارچوب قانونی جهت فعالیت های تجارت الکترونیکی و از جمله بیمه های الکترونیکی ، به عنوان اقدامات مقدماتی می توان به ایجاد مبنای قانونی برای امضاء الکترونیکی ، پول الکترونیکی و در نهایت به قانون بیمه الکترونیکی اشاره نمود
- ۳- افزایش زمینه های دسترسی به اینترنت از طریق تدارک زیرساخت های اساسی ( از قبیل خطوط مخابراتی ، اینترنت پرسرعت و ...)
- ۴- ارتقاء آگاهی مدیران صنعت بیمه از فواید بیمه های الکترونیکی
- ۵- تربیت نیروی انسانی متخصص جهت گسترش هرچه سریعتر بیمه های الکترونیکی
- ۶- فرهنگ سازی جهت پذیرش این نوع بیمه نامه از طرف بیمه گذاران و بیمه گران
- ۷- اعتماد سازی بین بیمه گران و بیمه گذاران جهت تبادل الکترونیکی داده ها
- ۸- کاهش هزینه ها و ارائه متنوع تر بیمه های الکترونیکی در قیاس بیمه های سنتی
- ۹- خصوصی سازی شرکت ها بیمه
- ۱۰- بیمه های الکترونیکی سبب شتاب فرایند مبادلات می شوند و لذا فرصت های تقلب و کلاهبرداری افزایش می یابد . براین اساس طراحی و معرفی نهادهای جدید نظارتی که قادر به فعالیت در چارچوب اینترنتی باشند الزامی می باشد .

کاهش بهای بیمه نامه نیز کمک می نمایند .  
 ۳- کاهش سرمایه اولیه مورد نیاز : گسترش بیمه های الکترونیکی منجر خواهد شد تا شرکت های بیمه جدیدالتاسیس بتوانند از فرایند پرهزینه راه اندازی شبکه فروش پرهیز کرده و با سرمایه کمتری وارد بازار بیمه شوند .

۴- سهولت در امر بازاریابی : با استفاده از اینترنت ، شرکت های بیمه می توانند به سهولت دستاوردهای رقبا را ارزیابی کرده و محصولی که به بازار ارائه می کنند از لحاظ قیمت ، کیفیت و جذابیت بهتر از دیگر محصولات ارائه شده به بازار باشد .  
 ۵- نوآوری و خلاقیت در تولید محصولات : از آنجایی که شرکت های بیمه الکترونیکی باید بتوانند مشتریان را راضی نگه داشته و آن ها را جذب کنند لذا باید در راستای نیازهای مشتریان ، محصولات بیمه ای متنوعی ارائه دهند .

۶- کاهش هزینه مبادلات : استفاده از اینترنت کارگزاران و بیمه گذاران را قادر ساخته تا هزینه های مکرر وارد کردن داده ها و دیگر کارهای نیروبر ((کارهایی که بادست انجام می گیرد)) را که به مراحل مختلف تقسیم شده و نیز عرضه اموری مانند پست و ... را کاهش دهند .

۷- افزایش سرعت دسترسی به اطلاعات : مشتریان علاوه بر مقایسه قیمت های شرکت های مختلف بیمه ای می توانند وضعیت مطالبات خود از شرکت های بیمه ای و یا زمان اقساطی را که باید به شرکت بیمه پرداخت نمایند به صورت دقیق ، سریع و آسان دریافت نمایند .

### موانع رشد بیمه های الکترونیکی :

- ۱- امضای الکترونیکی در بسیاری از کشورها جنبه قانونی نیافته است .
- ۲- پرداخت از طریق کارت اعتباری جهت خرید بیمه نامه در اغلب کشورها مورد پذیرش نمی باشد .
- ۳- اسناد فیزیکی ((بیمه نامه ها)) باید برای مشتریان ارسال شود و نسخه کاغذی در آرشیو کارگزار و بیمه گران نگهداری شود
- ۴- چارچوب اسناد در بسیاری از موارد به شدت حاوی بارقانونی و حقوقی است و نیاز به توضیح حضوری می باشد .



بیمه عمر و سرمایه گذاری بیمه ما  
برای پایداری لبخندها و ساختن فردایی که پیش روست



مرکز ارتباط ۰۲۱-۸۶۹۰

سامانه پیام کوتاه ۲۰۰۰۸۶۹۰

[www.bimehma.ir](http://www.bimehma.ir)