

معاون اول رئیس جمهور:

شرکت های بیمه  
نقشی فراتر از امروز  
ایفا کنند

۲

مدیر عامل بیمه البرز تاکید کرد:

کسب رضایت مشتریان؛  
مهم ترین عامل موفقیت

۳

شرکت های بیمه

هنرمند نامدار اصفهانی؛

بیمه گزار قدیمی

۱۱

بیمه البرز

۱۷ نکته ای که مدیران

بازاریابی باید بدانند

۷



با تصویب سهامداران در مجمع

## بیمه البرز ۷۰ ریال سود نقدی تقسیم کرد

و ۸۱۷ میلیارد و ۸۹۵ میلیون ریال خسارت پرداخت کرد.

بنا بر این گزارش، محمد رضا تقوایی، رئیس هیات مدیره بیمه البرز در ابتدای جلسه مجمع عمومی عادی این شرکت، تصریح کرد: شرکت بیمه البرز یکی از شاخص ترین و موفق ترین شرکت های بیمه در صنعت بیمه کشور است.

وی همچنین با گرامی داشت و تبریک پنجاه و هفتمین سالگرد تاسیس بیمه البرز، گفت: بیمه البرز در شاخص های زیادی همچون مشتری مداری، مدیریت ریسک و مدیریت منابع مالی، استفاده از فناوری اطلاعات و پرداخت سریع و دقیق خسارت به بیمه گزاران زیان دیده، سرآمد صنعت بیمه کشور است و همیشه بهترین خدمات را به بیمه گزاران خود ارائه کرده است.

سال ۱۳۹۴ معادل ۵۲۹ میلیارد و ۹۸۲ میلیون ریال اعلام شد که پس از کسر ذخایر و اندوخته های لازم، ۷۰ ریال به ازای هر سهم بین سهامداران توزیع شد.

بر اساس گزارش هیات مدیره، رشد شرکت بیمه البرز در سال گذشته ۲۲/۷ درصد بود که رشد بسیار خوبی در بین شرکت های بزرگ بیمه کشور است. همچنین در شرایط دشوار سال گذشته به لحاظ اقتصادی که حتی ۱/۲ درصد سهم از بازار خود را افزایش داد که بسیار ارزشمند است.

بر این اساس، این شرکت در سال گذشته ۱۷ هزار و ۳۵۳ میلیارد و ۸۴۷ میلیون ریال حق بیمه تولید کرد که در مقایسه با سال ماقبل آن نزدیک به سه هزار میلیارد ریال افزایش داشت. بیمه البرز همچنین در سال ۱۳۹۴، ده هزار

مجمع عمومی عادی سالیانه شرکت بیمه البرز برای سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۱۳۹۴، روز چهارشنبه ۳۰ تیر ۱۳۹۵ برگزار و به ازای هر سهم ۷۰ ریال سود بین سهامداران تقسیم شد.

به گزارش روابط عمومی و بین الملل بیمه البرز، در مجمع عمومی عادی سالیانه این شرکت که به ریاست محمد رضا تقوایی، رئیس هیات مدیره بیمه البرز و با حضور سیدرسول تاجدار، مدیرعامل و نایب رئیس هیات مدیره و بیش از ۹۴ درصد از سهامداران این شرکت، برگزار شد، عملکرد هیات مدیره و صورت های مالی این شرکت در سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۱۳۹۴ از سوی صاحبان سهام حاضر در جلسه تصویب شد.

همچنین در این مجمع، سود خالص این شرکت در سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه

سرمقاله

### ۵۷ ساله شدیم

با فرارسیدن ۲۸ تیرماه، بیمه البرز ۵۷ ساله شد و پنجاه و هشتمین سال فعالیت خود را آغاز کرد. از آغاز فعالیت بیمه البرز در سال ۱۳۳۸ تا کنون جهان و کشور ما شاهد تغییرات گسترده و بنیادین بوده است و بیمه البرز در طول ۵۷ سال فعالیت خود، شرایط اقتصادی و اجتماعی بسیار متفاوتی را تجربه و در بسترهای گوناگونی فعالیت کرده است. حضور در بازار بیمه و فعالیت بیمه ای به عنوان یک شرکت خصوصی و کسب اعتماد...

ادامه در صفحه ۲

۲۶ مرداد، سالگرد ورود آزادگان سرافراز به میهن گرامی باد





ارکان تامین مالی در ایجاد ارزش افزوده تعادل ایجاد می‌شود. همتی گفت: گسترش پوشش‌های بیمه‌ای به ویژه اموال و مسئولیت و همچنین رشد سریع و جدی بیمه‌های عمر پس‌انداز، بر تاثیر بیمه در بازارهای مالی می‌افزاید.

وی ادامه داد: گسترش ظرفیت بیمه‌های اتکایی در شرایط پس‌اجرام با فرض اخذ رتبه‌بندی بین‌المللی و پذیرش ریسک از شرکت‌های بیمه منطقه و سایر نقاط جهان، نقش صنعت بیمه را در بازارهای مالی پرنرنگ‌تر می‌کند.

رئیس شورای عالی بیمه، گفت: بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران براساس سند راهبردی خود جلب مشارکت خارجی‌ها در صنعت بیمه و ارتقاء همکاری با بیمه‌های خارجی را هدف قرار داده است.

همتی بر ضرورت تخصصی کردن فعالیت در صنعت بیمه تاکید کرد و گفت: بیمه مرکزی در مورد اجرایی کردن این امر مصمم و راه تحقق آن را جدا کردن بیمه‌های عمر و غیرعمر و همچنین تفکیک بیمه‌های اتکایی از بیمه‌های مستقیم می‌داند که به تدریج این امر را عملیاتی می‌کند.

رئیس کل بیمه مرکزی تبیین اصول بنیادی حاکمیت شرکتی و الزامات مربوط به پاسخگویی مدیریت ارشد، اصول استقلال سازمانی، الزامات مربوط به ساختار هیئت‌مدیره، سیستم‌های کنترل داخلی، حسابرسی و اکچوئری داخلی، کنترل توانگری مالی شرکت‌ها و کفایت ذخایر فنی آنها و مدیریت ریسک و افشای اطلاعات مالی شرکت‌های بیمه را از مهم‌ترین اهداف راهبردی بیمه مرکزی در دوران پس‌اجرام اعلام کرد. به گفته همتی، ارتقاء کمی و کیفی منابع انسانی صنعت بیمه و گسترش آموزش‌های تخصصی و حرفه‌ای لازمه شکل‌گیری صنعت بیمه پویا و حرفه‌ای است.

## عضویت رئیس هیات‌مدیره بیمه البرز در هیات رسیدگی به اختلافات

محمد رضا تقوایی، رئیس هیات‌مدیره بیمه البرز با حکمی از سوی رئیس کل بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران به عنوان عضو هیات رسیدگی به اختلافات نماینده و شرکت‌های بیمه منصوب شد. به گزارش روابط عمومی، رئیس هیات‌مدیره بیمه البرز در سال ۱۳۹۲ نیز با حکم رئیس کل بیمه مرکزی وقت به مدت دو سال به عضویت این هیات منصوب شده بود.

بیمه‌ها در نظام اقتصادی کشور اشاره کرد و گفت: اگر این امر تحقق پیدا نکند، نیاز مردم و بنگاه‌های اقتصادی به تامین مالی فشار بیش از حدی به سیستم بانکی وارد می‌کند.

عبدالناصر همتی ادامه داد: جمعیت ریسک‌های موجود در فعالیت‌های اقتصادی در ابعاد تولید و تجارت و نیز ریسک‌های موجود در زندگی انفرادی و اجتماعی آحاد مختلف مردم و توزیع آن در بین شرکت‌های بیمه و بیمه‌های اتکایی داخلی و خارجی، موجب رشد و توسعه مطمئن و پایدار در کشور می‌شود.

وی افزود: صنعت بیمه امروزه در کشورهای توسعه‌یافته نزدیک به ثلث و بعضاً بیش از یک سوم ارزش افزوده بازار مالی را ایجاد می‌کند اما در ایران از سه رکن بازارهای مالی که عبارتند از بازار پول، بازار سرمایه و بیمه، بازار پول در ایجاد بیش از ۹۰ درصد ارزش افزوده نقش دارد در حالی که کمتر از شش درصد سهم صنعت بیمه و کمتر از دو درصد سهم بازار سرمایه است.

رئیس کل بیمه مرکزی با اشاره به ضرورت توجه به مدیریت ریسک مالی گفت: برای تامین آرامش در نزد مردم و فعالان اقتصادی، جبران خسارت‌های مالی حوادث، کاهش هزینه‌های مبادلاتی در اقتصاد و مدیریت ریسک ملی به ویژه کاهش حوادث خطرآفرین ضروری است و برای تحقق این امر باید به توسعه بیمه و افزایش ضریب نفوذ آن در کشور توجه ویژه‌ای شود. همتی، پرنرنگ شدن بیمه‌های عمر و پس‌انداز را راهکاری برای افزایش سهم بازار بیمه در تامین مالی دانست و افزود: باید نقش بازار سرمایه و بازار بیمه، در تامین مالی بخش واقعی اقتصاد بازتعریف شوند. وی توضیح داد: افزایش سهم بازار بیمه نیز به پرنرنگ شدن بیمه‌های عمر بستگی دارد.

رئیس کل بیمه مرکزی بیان کرد: در صورت تحقق این موارد بازار پول و شبکه بانکی از زیر بار فشار تامین مالی طرح‌های بلندمدت خارج و میان سهم هر یک از

مردم خریداری شد. از آن تاریخ تا کنون با حفظ خوشنامی به عنوان برندی که رعایت حقوق مصرف‌کنندگان سر لوحه کارش بوده سومین شرکت بزرگ بیمه‌ای و هفتاد و نهمین شرکت بزرگ کشور است. در منحنی رشد و حیات سازمان‌ها دوران مختلفی تعریف و شناسایی شده است بی‌شک بیمه البرز با چنین سابقه درخشان و با پتانسیل مطلوب پس از طی ۵۷ سال و عبور از دوران طفولیت و بلوغ در مرحله تکامل قرار دارد و به اتکاء به نیروهای متخصص و مجرب خود و انعطاف‌پذیری معقول در برابر تغییرات پیرامونی (مطالبات جامعه) می‌تواند به عنوان یکی از شرکت‌های پیشکسوت بیمه‌های دهه‌ها و سده‌های زیادی را با موفقیت پشت سر گذارد.

## معاون اول رئیس‌جمهور:

# شرکت‌های بیمه نقشی فراتر از امروز ایفا کنند

متعددی را محتمل شده است و بنگاه‌های اقتصادی کشور با مسائل فراوان و کاهش سودآوری مواجه هستند. وی مهم‌ترین اولویت دولت را راه‌اندازی چرخ تولید و اقتصاد کشور عنوان کرد و گفت: در این راستا اصلی‌ترین معضل پیش رو محدودیت منابع مالی است. جهانگیری برداشت از ذخایر بانک مرکزی را روشی ناصحیح دانست و افزود: اقتصاد کشور بانک‌محور است و به همین دلیل مشکلات عدیده‌ای دارد در حالی که رسالت نظام بانکی باید تامین مالی کوتاه‌مدت و میان‌مدت بنگاه‌های کوچک و متوسط باشد. معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به روند مثبت تغییر و تحولات بازار سرمایه بیان کرد: بازار سرمایه باید بتواند نیازهای مالی بلندمدت کشور را تامین کند و تکیه‌گاهی برای بنگاه‌های بزرگ کشور باشد.

## وزیر اقتصاد: سه رکن اصلی بازارهای مالی

در بخش دیگری از مراسم افتتاحیه نمایشگاه بورس، بانک و بیمه، علی طیب‌نیا، وزیر امور اقتصادی و دارایی، سه نهاد بورس، بانک و بیمه را رکن‌های اصلی بازارهای مالی و تامین مالی در جهان دانست و گفت: بدون ارتقای این ارکان، دسترسی به سطوح بالای رشد اقتصادی امکان‌پذیر نیست. وی افزود: افزایش تولید داخلی و تحقق رشد در سطوح بالای اقتصادی، ضرورتی انکارناپذیر محسوب می‌شود که در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز دیده شده است. طیب‌نیا با اشاره به تمرکز بر رشد اقتصادی غیر توری و رشد ۵ درصدی اقتصاد در سال ۹۵، افزود: پس از برجام چشم‌انداز مثبتی برای رسیدن به اهداف ایجاد شده است.

## رئیس کل بیمه مرکزی: ضرورت بازآفرینی نقش بیمه‌ها در نظام اقتصادی

رئیس کل بیمه مرکزی یکی دیگر از سخنرانان مراسم افتتاحیه نهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه بود. وی به ضرورت بازآفرینی نقش بازار سرمایه و

نهمین نمایشگاه بین‌المللی بورس، بانک و بیمه، بیستم تا بیست و سوم تیر ماه سال جاری در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد.

در این رویداد ۳۴۱ شرکت داخلی و ۱۰ شرکت خارجی حضور داشتند. بنگاه‌های غیر ایرانی از هشت کشور یونان، کرواسی، تایوان، چین، سوئیس، روسیه، آلمان و ایتالیا در نمایشگاه شرکت کردند.

در حاشیه نمایشگاه، دو همایش مرتبط به مسائل بانکی و بیمه‌ای نیز برگزار شد که بنگاه‌هایی از ۱۳ کشور در آن شرکت کردند؛ آلمان، انگلیس، ایتالیا، فرانسه، آمریکا، ترکیه، کره جنوبی، ژاپن، یونان، سوئد، امارات متحده عربی، استرالیا و سوئیس.

## معاون اول رئیس‌جمهور: نقش مهم بیمه‌ها در تامین مالی

مراسم افتتاحیه نهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه روز بیستم تیر ماه برگزار شد. در این مراسم تعدادی از شخصیت‌های سیاسی، مقامات اقتصادی و مدیران بانکی و بیمه‌ای کشور حضور داشتند؛ از جمله معاون اول رئیس‌جمهور، وزیر امور اقتصاد و دارایی، رئیس کل بیمه مرکزی، بانک مرکزی و سازمان بورس و اوراق بهادار، مدیرعامل بورس اوراق بهادار تهران و تعدادی از مدیران عامل بانک‌ها و بیمه‌ها.

اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیس‌جمهور در مراسم افتتاحیه نهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه، نقش بیمه‌ها را در راه‌اندازی بخش تولید و اقتصاد کشور پراهمیت دانست و گفت: شرکت‌های بیمه باید نقشی فراتر از آنچه هم اکنون برعهده دارند ایفا کنند.

وی با اشاره به پیگیری دو جهت‌گیری همزمان در اقتصاد کشور گفت: دولت توسعه صنعت نفت و کاهش اتکاء اقتصاد کشور به درآمدهای نفتی را دنبال می‌کند. معاون اول رئیس‌جمهور ادامه داد: اقتصاد کشور به دلیل مشکلات ناشی از تحریم‌ها، مسائل مدیریتی و نبود ثبات در شاخص‌های کلان اقتصادی، مشکلات

## ۵۷ ساله شدیم

ادامه از صفحه اول

... فعالان اقتصادی در قبل از انقلاب، تجربه ملی شدن و دولتی شدن در سال‌های آغازین انقلاب اسلامی و فعالیت به عنوان یک شرکت دولتی در شرایطی که میهن اسلامی مان مورد حمله نظامی بیگانگان قرار گرفته بود، آریه پوشش‌های بیمه‌ای خاص در شرایط جنگ برای منازل مسکونی و سرمایه‌های ملی کشور در مقابل تهاجم دزدخیمان، مشارکت با مردم در دفاع از میهن اسلامی با اعزام همکاران داوطلب برای حضور در جبهه‌های دفاع مقدس و با اتمام جنگ و آغاز فعالیت‌های سازندگی حمایت از فعالان و پیمانکاران در دوره

مدیرعامل بیمه البرز تاکید کرد:

## کسب رضایت مشتریان؛ مهم‌ترین عامل موفقیت شرکتهای بیمه

از پرداخت نشدن دقیق و سریع خسارت از سوی بیمه‌گران گلایه دارند و اگر بیمه البرز خدمات خود را در این بخش تقویت کند، موفق‌تر است.

تاجدار ادامه داد: مطالعات نشان می‌دهد نحوه برخورد کارمندان و کارشناسان شرکتهای بیمه با مشتریان برای آنها در اولویت قرار دارد به گونه‌ای که رضایت بیمه‌گزاران از خدمات شرکت به میزان احترامی که به آنها گذاشته می‌شود بستگی دارد.

مدیرعامل بیمه البرز اضافه کرد: زمانی که بیمه‌گزار یا زیان‌دیده به شرکت مراجعه می‌کند، باید این حس به او منتقل شود که از جایگاه و احترام ویژه‌ای برخوردار است و حتی میزان خسارت دریافتی نسبت به این موضوع در اولویت‌های بعدی او قرار می‌گیرد.

به گفته وی رعایت این نکته در برندسازی شرکتهای بیمه و افزایش سهم آنها در بازار بسیار موثر است.

مدیرعامل بیمه البرز با اشاره به برگزاری مجمع عمومی شرکت، گفت: با وجودی که میانگین رشد صنعت بیمه به کمتر از ۹ درصد رسیده است، بیمه البرز رشد ۲۲ درصدی را در سال مالی گذشته تجربه کرد و در بدترین شرایط بازارهای سرمایه و با وجود کاهش سودهای بانکی، با تعدیل منفی EPS رو به رو نشد.

وی موفقیت‌های کسب شده بیمه البرز را حاصل تلاش تک تک همکاران در سراسر کشور دانست و از زحمات آنها قدردانی کرد.



برنامه‌ریزی دقیق شرکتهای بیمه برای حضور کارشناسان فنی در مدت برگزاری نمایشگاه، نتایجی که شرکت‌کنندگان در نمایشگاه از چنین رویدادهایی به دست می‌آوردند افزایش می‌یابد.

**رشد ۲۲ درصدی بیمه البرز در سال مالی گذشته**  
مدیرعامل بیمه البرز گفت: هیچ‌یک از بخش‌های خدماتی و تولیدی به ویژه صنعت بیمه نمی‌تواند برای افزایش نفوذ خود در بازار، تنها به حضور در نمایشگاه اکتفا کند چرا که بزرگ‌ترین عامل موفقیت هر شرکت بیمه ارائه خدمات پس از فروش محصول به شیوه مطلوب به ویژه در بخش پرداخت خسارت‌ها است.

وی با تاکید بر اینکه پرداخت دقیق و سریع خسارت به بیمه‌گزاران خسارت‌دیده از ویژگی‌های بارز بیمه البرز است گفت: مشتریان شرکتهای بیمه معمولاً

زبان ساده پاسخ بدهند و آنها را با خدمات شرکت آشنا کنند.

### اقداماتی برای افزایش کیفیت نمایشگاه

مدیرعامل بیمه البرز با اشاره به اقدامات مثبت انجام شده به منظور بهبود کیفیت نمایشگاه بورس، بانک و بیمه گفت: در سال‌های گذشته قدم‌های رضایت‌بخشی برای بهبود شرایط برداشته شده است ولی هنوز کمبودهایی وجود دارد که برای رسیدن به موقعیت مطلوب باید برطرف شوند.

به گفته وی مشکلات مربوط به موقعیت مکانی و فیزیکی و کمبود امکانات رفاهی نمایشگاه و وسایل حمل و نقل عمومی برای دسترسی بازدیدکنندگان به محل نمایشگاه از جمله این کمبودهاست. تاجدار بیان کرد: در صورت حل این مشکلات و

مدیرعامل بیمه البرز مهم‌ترین عامل موفقیت شرکتهای بیمه را کسب رضایت مشتریان دانست و گفت: زمانی که بیمه‌گزار یا زیان‌دیده قصد دریافت خسارت خود را دارد باید احساس کند که از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و حس احترام برای او ارزش بیشتری نسبت به میزان خسارتی که دریافت می‌کند دارد. سیدرسول تاجدار در حاشیه نمایشگاه بورس، بانک و بیمه با اشاره به ضرورت برگزاری این نمایشگاه ادامه داد: چنین رویدادهایی در دنیا مرسوم است و جایگاه و بازخورد آن به کیفیت برگزاری و چگونگی حضور شرکتهای بازمی‌گردد.

وی نمایشگاه‌ها را محلی برای عرضه و نمایش خدمات و محصولات بیمه‌ای دانست و افزود: اگر مجموعه‌های حاضر در نمایشگاه فرصت‌شناسی مناسبی انجام دهند، چنین رویدادهایی از بهترین فضاها برای معرفی خدمات و محصولات آنهاست.

مدیرعامل بیمه البرز بیان کرد: به ویژه شرکتهای یا موسسه‌هایی که در حوزه‌های خدماتی فعالیت می‌کنند، می‌توانند برای معرفی خود، از این فرصت بیشترین بهره را ببرند.

تاجدار گفت: برای اینکه موسسه‌ای بتواند به هدف خود در این زمینه دست پیدا کند باید پیش‌نیازهایی را در نظر بگیرد که از جمله مهم‌ترین آنها برنامه‌ریزی برای حضور کارشناسان زبده و مطلعی است که بتوانند به پرسش‌ها و ابهامات بازدیدکنندگان به درستی و با

### معاون برنامه‌ریزی و فناوری اطلاعات بیمه البرز بیان کرد:

## استفاده از فرصت نمایشگاه برای معرفی محصول و رصد بازار

خدمات مناسب به آنها در کم‌ترین زمان ممکن است. وی ادامه داد: بیمه‌گزاران بیمه البرز در صورت ثبت‌نام در باشگاه مشتریان می‌توانند خدمات مختلفی را از جمله معرفی محصولات بیمه‌ای، رویت بیمه‌نامه‌های خریداری‌شده، صدور الحاقیه‌های مورد نیاز و اخذ مشاوره‌های بیمه‌ای، به صورت آنلاین دریافت کنند.

به گفته ترابی‌زاده، مذاکره با بانک‌ها برای رسیدن به بسته‌های خدماتی مشترک، ارائه مشاوره‌های بیمه‌ای و مطالعه بازار، رصد شرکتهای بیمه رقیب و آشنایی با ایده‌ها و خدمات آنها برای افزایش قدرت رقابتی خود، دیگر اقدامات این شرکت در نمایشگاه مذکور بوده است.

### ضرورت استفاده از ظرفیت فضای آنلاین

معاون برنامه‌ریزی و فناوری اطلاعات بیمه البرز با تاکید بر اهمیت استفاده از ظرفیت‌های فضای آنلاین در ارائه خدمات، اظهار کرد: در فضای رقابتی موجود در صنعت بیمه، علاوه بر تاثیر مهارت نیروی انسانی و خدمات مناسب شرکتهای بیمه برای جلب نظر مشتریان،

### رونمایی از باشگاه مشتریان

ترابی‌زاده با اشاره به حضور بیمه البرز در بیشتر دوره‌های پیشین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه، بیان کرد: این شرکت در دوره‌های گذشته توانسته بود از فرصت حضور در نمایشگاه برای شناخت رقیبان، همکاری با بانک‌ها، معرفی خدمات به مشتریان و آشنایی مردم با محصولات و خدمات بیمه البرز بهره بگیرد. وی یکی از مهم‌ترین اقدامات و برنامه‌های اجرا شده بیمه البرز را در نهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه معرفی بیشتر محصولات بیمه‌ای جدید و انحصاری این شرکت از جمله بیمه امیدآفرین برای درمان سرطان و بیمه تولد ویژه درمان نازایی اعلام کرد.

معاون برنامه‌ریزی و فناوری اطلاعات بیمه البرز، افزود: رونمایی از باشگاه مشتریان و معرفی آن به مردم یکی دیگر از اقدامات این شرکت بیمه در این نمایشگاه بود.

ترابی‌زاده توضیح داد: هدف از ایجاد این سامانه که از ابتدای سال جاری عملیاتی شده است، برقراری ارتباط بهتر و سریع‌تر با مشتریان بیمه البرز و ارائه

معاون برنامه‌ریزی و فناوری اطلاعات بیمه البرز معرفی بیشتر محصولات انحصاری بیمه البرز و رونمایی از باشگاه مشتریان را از جمله برنامه‌های اصلی این شرکت در نهمین دوره نمایشگاه بورس، بانک و بیمه دانست و گفت: بیمه البرز از فرصت برگزاری این نمایشگاه برای مطالعه بازار و شناسایی ایده‌ها و خدمات شرکتهای رقیب بهره گرفت.

امیرسازان ترابی‌زاده افزود: در فضای رقابتی موجود، وجود مکانی برای معرفی توانمندی‌های شرکتهای بیمه و بانک‌ها به مردم، نمایش خدماتی که برای رفع نیازهای آنها ارائه می‌کنند و شناسایی خواست و سلیقه بازار ضروری است و نمایشگاه بورس، بانک و بیمه این فضا را در اختیار فعالان دو قطب اقتصادی مهم کشور قرار می‌دهد.

وی با اشاره به ضرورت سادگی، ارزانی، در دسترس و اطمینان‌بخش بودن خدمات بیمه‌ای، گفت: امروزه شرکتهای بیمه در صورتی موفق می‌شوند که نیازهای جامعه را به خوبی شناسایی کنند و برای رفع این نیازها و ارائه خدمات بهینه از خلاقیت‌های که موجب رضایت مشتری شود بهره بگیرند.



تسهیل ارائه خدمات نیز اهمیت زیادی دارد. ترابی‌زاده ادامه داد: فناوری اطلاعات و ارتباطات

می‌تواند دسترسی به این خدمات را تسهیل و تسریع کند و اطمینان‌بخشی آنها را برای مشتریان افزایش دهد. وی گفت: در این راستا، بیمه البرز امکان پرداخت حق بیمه‌ها، رویت وضعیت بیمه‌نامه، شرایط اقساط پرداخت شده و سررسید موارد باقی‌مانده، ثبت درخواست رسیدگی به خسارت‌ها و آن بخش از خسارت‌هایی را که مشتریان دریافت کرده‌اند، به صورت الکترونیک را فراهم کرده است.

به گفته ترابی‌زاده نمونه‌هایی از برنامه‌های کاربردی موبایلی بیمه البرز تاکنون اجرایی شده‌اند و این شرکت قصد دارد به زودی آنها را با استفاده از بازخوردی که از مشتریان دریافت می‌کند، ارتقا دهد و تکمیل کند.

## رئیس هیات‌مدیره بیمه البرز تاکید کرد: ضرورت ارائه محصولات جدید در صنعت بیمه

وی با اشاره به تلاش همیشگی این شرکت برای پیشگامی در عرضه محصولات نوین، گفت: مدیریت ارشد بیمه البرز در سال جاری به مدیران میانی فنی خود ابلاغ کرده است که باید تا پایان سال حداقل یک محصول بیمه‌ای جدید را ارائه کنند و اگر این روش در دیگر شرکت‌ها نیز پیاده شود آثار خوبی به دنبال دارد.

ضرورت شفافیت و صداقت در برخورد با مشتریان رئیس هیات‌مدیره بیمه البرز از همکاران فنی، نمایندگان و کارگزاریانی که با بیمه البرز همکاری می‌کنند خواست مشتری‌مداری و جلب رضایت ارباب رجوع را بیش از پیش در دستور کار خود قرار دهند چرا که مهم‌ترین موضوع در ارتباط میان مشتریان و شرکت‌های بیمه جلب رضایت مشتریان است.

تقوایی افزود: همه کسانی که جزئی از بدنه بیمه البرز محسوب می‌شوند همواره باید برای ارائه خدمات مناسب‌تر به بیمه‌گذاران تلاش کنند.

وی بر ضرورت برخورد شفاف با مراجعه‌کنندگان تاکید کرد و افزود: کارشناسان باید با صداقت کامل همه ویژگی‌های محصولات بیمه‌ای را به ارباب رجوع توضیح دهند تا مشتریان با اشراف کامل، محصول مورد نظر خود را خریداری کنند.

رئیس هیات‌مدیره بیمه البرز رعایت صداقت را در افزایش میزان فروش، ارتقا سطح شفافیت شرکت و توانگری و ماندگاری آن در صنعت بیمه بسیار موثر دانست و گفت: هیچ بیمه‌گرایی نباید گلابه‌ای در مورد نحوه راهنمایی کارشناسان داشته باشد.



نیز محصولات بیشتر شرکت‌های بیمه محدود به مواردی چون آتش‌سوزی، باربری، مسئولیت، خودرو و دیگر محصولات سنتی بود در حالی که جامعه ایران نیازمند محصولات جدید است و مردم به پوشش‌هایی احتیاج دارند که صنعت بیمه در ایران اکنون پاسخگوی آنها نیست.

وی، نمایشگاه‌ها را محل خوبی برای عرضه چنین پوشش‌هایی دانست و افزود: بیمه البرز هم‌اکنون دو محصول انحصاری با نام‌های امیدآفرین و تولد را در اختیار دارد و پوشش دیگری را نیز به بیمه مرکزی ارسال کرده است که شامل پوشش خسارت تأخیر پروازهای هواپیما و جامه‌دان هواپیما می‌شود.

و این امر نیز به نوبه خود سهم ضریب نفوذ بیمه را از تولید ناخالص ملی بالا می‌برد.

رئیس هیات‌مدیره بیمه البرز شاخص مورد اشاره را در ایران ۱/۹ اعلام کرد و گفت: در کشورهای پیشرفته و صاحب‌نام در این حوزه، ضریب نفوذ بیمه در تولید ناخالص ملی حدود هشت درصد و میانگین جهانی آن شش درصد است که این ارقام نشان می‌دهد شاخص نفوذ بیمه در تولید ناخالص ملی در ایران تا چه حد نسبت به دنیا پایین است.

**تلاش بیمه البرز برای پیشگامی در عرضه محصولات نوین**

تقوایی بیان کرد: در نمایشگاه بورس، بانک و بیمه

رئیس هیات‌مدیره بیمه البرز معرفی و عرضه محصولات جدید بیمه‌ای را یکی از ضرورت‌های صنعت بیمه دانست و گفت: جای خالی پوشش‌های نوین در نمایشگاه بورس، بانک و بیمه احساس می‌شد.

محمدرضا تقوایی بیان کرد: چنین رویدادهایی برای معرفی محصولات بانکی و بیمه‌ای به مردم به ویژه افرادی که علاقه‌مند دریافت این اطلاعات هستند فرصت مناسبی است و این نمایشگاه با توجه به تجربه‌هایی که از سال‌های گذشته به دست آمده بود، قوی‌تر برگزار شد.

وی افزود: با وجود این، بزرگ‌ترین چالش موجود در صنعت بیمه کشور، ارائه محصولات نوینی است که مردم با توجه به تغییر شرایط کار و زندگی خود به آنها نیاز دارند به عبارت دیگر شرکت‌ها معمولاً به معرفی محصولات مرسوم و قدیمی این صنعت بسنده می‌کنند. رئیس هیات‌مدیره بیمه البرز با اشاره به این نکته که معرفی محصول جدید کار ساده‌ای نیست، گفت: شرکت‌ها باید برای معرفی پوشش‌های جدید بیمه‌ای فعال باشند و زمان صرف کنند چرا که فرایند تولید هر محصول جدید، از زمان طرح ایده تا عرضه آن در بازار طولانی است.

تقوایی دلیل وجود چالش محصولات جدید در صنعت بیمه را کمبود کار علمی و تحقیقاتی از سوی شرکت‌ها دانست و افزود: هر مجموعه باید شرایط کشورهای صاحب‌نام در حوزه صنعت بیمه را مطالعه و پس از دریافت ایده، آن را با فرهنگ ایران منطبق و بومی‌سازی کند. وی ادامه داد: عرضه چنین پوشش‌هایی سبب افزایش تقاضا در بازار بیمه می‌شود

### مدیر فناوری اطلاعات بیمه البرز:

## برنامه‌ریزی برای حضور کارشناسان در غرفه اقدام مثبتی بود

حالی که تنها با ارائه بروشور و کتاب نمی‌توان به چنین اطلاعاتی دست یافت.

### راه‌اندازی مرکز ارتباط با مشتریان

نقیبی با اشاره به حضور دو کارشناس در مدت برگزاری نمایشگاه برای معرفی باشگاه مشتریان گفت: هدف بیمه البرز از ایجاد این سامانه، برقراری ارتباط مستقیم با مشتریان به منظور آگاهی از نیازها، نظریات، انتقادات و پیشنهادهای آنها و همچنین ارائه خدمات و امتیازات ویژه به اعضا باشگاه است. به گفته وی این سامانه به تازگی طراحی شده است و در آینده کیفیت و عملکرد آن ارتقا می‌یابد.

مدیر فناوری اطلاعات بیمه البرز بیان کرد: بیمه البرز به زودی مرکز ارتباط با مشتریان را راه‌اندازی می‌کند که یک مرکز محاوره‌ای مستقیم برای انتقال پرسش‌ها، انتقادات و نظرات بیمه‌گذاران به کارشناسان است.

مراجعه‌کنندگان اقدام مناسبی بود که در دوره‌های بعدی باید با کیفیت بهتری انجام شود.

وی افزود: شرکت‌ها می‌توانند برای ارائه اطلاعات و معرفی خدمات خود از توزیع بروشور در نمایشگاه بهره ببرند اما گفت و گو و ارائه اطلاعات شفاهی تأثیرگذاری بیشتری دارد.

نقیبی ادامه داد: برای تحقق این هدف، حضور کارکنان روابط عمومی در غرفه کافی نیست و کارشناسان بخش‌های مختلف باید در غرفه حضور داشته باشند؛ حضور آنها هم از جنبه ارائه اطلاعات و هم از منظر دریافت بازخورد مراجعه‌کنندگان، الزامی است.

وی اضافه کرد: کارشناسان باید گزارشی را از آنچه برای مردم جالب و معیارهایی که برای آنها مهم بوده است تهیه و به مدیران خود در شرکت ارائه کنند؛ مدیران ارشد بیمه البرز می‌توانند از این گزارش‌ها در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های آتی بهره بگیرند در



### ارائه اطلاعات شفاهی؛ مفیدتر از پخش بروشور

مدیر فناوری اطلاعات بیمه البرز گفت: با توجه به ضعف‌های ذاتی برگزاری نمایشگاه‌ها در ایران، شرکت‌ها باید اقداماتی را برای بهره‌گیری بیشتر از آنها انجام دهند و در این راستا حضور نمایندگان از مدیریت‌های فنی در غرفه و پاسخگویی به سوالات

مدیر فناوری اطلاعات بیمه البرز با اشاره به حضور موفق بیمه البرز در نهمین دوره نمایشگاه بورس، بانک و بیمه، گفت: اقدام مثبت صورت گرفته این بود که همواره کارشناسانی از مدیریت‌های مختلف سازمان در غرفه حاضر و پاسخگوی سوالات مراجعه‌کنندگان بودند.

سیدمنصور نقیبی افزود: بیمه البرز در نهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه، فضای متفاوتی را نسبت به شرکت‌های بیمه دیگر ایجاد کرده و ترکیب مناسبی از کارشناسان خود را درون غرفه چیده بود.

وی ادامه داد: در مجموع به اعتقاد من نمایشگاه‌ها در ایران چندان کارآمد نیستند اما شرکت‌های برای نمایش خود و اعلام تداوم حضورشان در بازار باید در آنها شرکت کنند.

نقیبی اضافه کرد: با وجود این، نمی‌توان از حضور در آنها صرف‌نظر کرد چرا که شرکت‌های بیمه باید همیشه در معرض دید مردم قرار داشته باشند.

## بازدید کنندگان نمایشگاه بورس، بانک و بیمه از مدیریت‌های فنی بیمه البرز استقبال کردند

# رضایت مراجعان بیمه البرز از توضیحات کارشناسان



مدیریت عمر و سرمایه‌گذاری بود. دختران و زنان جوان استقبال زیادی از این بخش کردند و خواهان دریافت اطلاعاتی در مورد انواع بیمه‌های زندگی بودند.

دختر جوانی با سه نفر از دوستان خود به نمایشگاه بورس، بانک و بیمه آمده بود. او و دوستانش حدود نیم ساعت را صرف گفت‌وگو با کارشناس مدیریت عمر و سرمایه‌گذاری کردند. آنها تا پیش از بازدید از نمایشگاه شناختی از بیمه البرز نداشتند اما زمانی که به صورت گذری از مقابل غرفه این شرکت عبور می‌کردند، بخشی از توضیحات خانم کارشناس را به یکی از بازدیدکنندگان در مورد انواع بیمه‌های زندگی می‌شنوند؛ موضوع برای آنها جالب می‌شود و تصمیم می‌گیرند بار دیگر برای پرس‌وجویی

چهار نفر بودند؛ از ابتدای راهرو بدون توقف در کنار هیچ‌یک از غرفه‌های دیگر مستقیم به سمت غرفه بیمه البرز آمدند و روبه‌روی میز مربوط به مدیریت عمر و سرمایه‌گذاری ایستادند. سوال‌هایشان را آغاز کردند و کارشناس فنی این بخش مدتی را به صورت ایستاده اما با حوصله به هر یک از آنها پاسخ داد؛ پس از مدتی از دختران جوان دعوت کرد به درون غرفه بیایند. همگی دور یک میز نشستند؛ روند پرسش و پاسخ دوباره شروع شد و این بار شاید ۲۰ دقیقه‌ای به طول انجامید.

### استقبال دختران و زنان جوان از بیمه‌های زندگی

نمایشگاه بورس، بانک و بیمه را شاید بتوان بزرگ‌ترین رویدادی دانست که هر سال فعالان صنعت بیمه را گرد هم می‌آورد. این نمایشگاه از یک سو فرصتی را برای رصد بازار و خدمات و شرایط رقیبان در اختیار هر یک از شرکت‌های بیمه قرار می‌دهد و از سوی دیگر فضای مناسبی برای برقراری ارتباط مستقیم با مشتریان محسوب می‌شود.

بیمه البرز تلاش کرد بیشترین بهره را از نهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه به‌دست آورد. به همین دلیل در تمامی روزهای برگزاری این رویداد، کارشناسانی از مدیریت‌های مختلف فنی در غرفه این شرکت حضور داشتند؛ هر یک از آنها با دقت و حوصله به پرسش‌های بازدیدکنندگان پاسخ می‌دادند.

یکی از مدیریت‌هایی که بیشترین مراجعه‌کننده را در طول نمایشگاه داشت، بخش



سپرده‌ها و وام‌ها از غرفه بانک‌ها بازدید کنند اما در هنگام عبور از غرفه بیمه البرز، چشمشان به میزی می‌افتد که عنوان «مدیریت عمر و سرمایه‌گذاری» روی آن درج شده بود؛ کنجکاو می‌شوند در مورد موضوع بیشتر بدانند و همین کنجکاوگی به توقف چند دقیقه‌ای آنها و گفت‌وگو با کارشناس فنی بیمه البرز می‌انجامد.

### توجه بازدیدکنندگان به بیمه‌های مهندسی و خودرو

استقبال چشمگیر بازدیدکنندگان نهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه از بیمه‌های زندگی، به معنای بی‌توجهی آنها به دیگر مدیریت‌های فنی نبود. مدیریت‌هایی همچون آتش‌سوزی، مهندسی و خودرو نیز مورد توجه بازدیدکنندگان این نمایشگاه قرار گرفتند.

### مهمانان ویژه در غرفه بیمه البرز

در مدت برگزاری نمایشگاه بورس، بانک و بیمه مهمانانی نیز از غرفه بیمه البرز بازدید کردند که از جمله می‌توان به سیدعباس حسینی، مدیرعامل و تعدادی از مدیران بیمه ایران اشاره کرد.

حسینی در این دیدار با اشاره به فعالیت‌های مثبت بیمه البرز، برای این شرکت آرزوی موفقیت کرد.

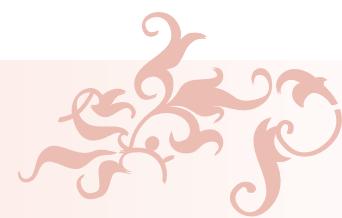
سید اصغر ابن‌رسول، رئیس هیات‌مدیره بیمه کوثر نیز یکی دیگر از مهمانان غرفه بیمه البرز بود. وی از اقدامات فرهنگی بیمه البرز از جمله انتشار کتاب‌های مفید قدردانی کرد.

کامل‌تر درباره این بیمه‌نامه‌ها به غرفه مراجعه کنند.

او پس از شنیدن توضیحات کامل کارشناس فنی مدیریت عمر و سرمایه‌گذاری بیمه البرز گفت: من در گذشته نکاتی را در مورد بیمه‌های زندگی شنیده بودم اما اطلاعاتم در مورد اهمیت و کاربردهای آن تا به این حد نبود.

او تاکید می‌کند که هم خودش و هم دوستانش تصمیم جدی برای خرید بیمه‌نامه عمر گرفته‌اند و به احتمال زیاد انتخاب آنها بیمه البرز است.

یکی دیگر از بازدیدکنندگان نیز به همراه خواهرش برای بازدید از نهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه، به نمایشگاه بین‌المللی آمده بودند. آنها می‌خواستند برای پرس‌وجو در مورد انواع



# برنامه ریزی دقیق بیمه البرز برای حضور کارشناسان فنی در نمایشگاه



بورس، بانک و بیمه اطلاعات لازم را در مورد انواع بیمه‌نامه‌های اشخاص به بازدیدکنندگان ارائه کردیم که از جمله پوشش‌های مسافرتی، تدبیر سفر ایرانیان (ویژه اتباع خارجی که به ایران سفر می‌کنند)، تولد، امیدآفرین و بیمه‌های عمر و حوادث است.

بیمه‌نامه‌های مربوط به مدیریت بیمه‌های اشخاص پس از خودرو، بیشترین فروش را در بیمه البرز به خود اختصاص داده‌اند که شامل ۲۵ درصد کل فروش می‌شود.

## سارا ابوطالبی، کارشناس مدیریت فناوری اطلاعات و نماینده باشگاه مشتریان:

در طول برگزاری نمایشگاه بورس، بانک و بیمه، اطلاع‌رسانی در مورد باشگاه مشتریان بیمه البرز و جذب عضو در دستور کار قرار داشت. عضو فعال کسی است که چندین پوشش بیمه‌ای را از این شرکت خریداری کرده باشد یا از بیمه‌نامه‌های درازمدت استفاده کند.

باشگاه مشتریان با هدف برقراری ارتباط مستقیم با بیمه‌گزاران بیمه البرز طراحی شده است. افراد در صورت عضویت می‌توانند از همه رویدادهایی که در مورد بیمه‌نامه آنها رخ داده می‌دهد مطلع شوند که جمله سررسید پرداخت حق بیمه، میزان و موعد دریافت خسارت‌ها.

همچنین موارد تشویقی و امتیازهایی نیز به آنها تعلق می‌گیرد از جمله تخفیف، بیمه‌نامه‌های تشویقی کوتاه‌مدت و طرح‌های ویژه فصلی. باشگاه مشتریان بیمه البرز عمر کوتاهی دارد

بیمه‌نامه، به واحدهای صدور مراجعه کنند.

## محمدعلی قهرمانی، کارشناس مدیریت آتش‌سوزی:

گروهی از بازدیدکنندگان نمایشگاه با محصول بیمه‌ای مورد نظر خود آشنا هستند و می‌خواهند شرایط شرکت‌ها را با یکدیگر مقایسه کنند؛ برخی دیگر اطلاعات چندانی در مورد پوشش مورد نیاز خود ندارند و باید توضیحات کاملی به آنها ارائه شود. کارشناسان بیمه البرز در طول نمایشگاه اطلاعات موردنظر هر دو گروه را در مورد بیمه آتش‌سوزی به آنها ارائه کردند. این پوشش انواع مختلفی دارد از جمله مسکونی، صنعتی و غیرصنعتی و خطرات مختلفی را نیز

یکی از اقدامات ارزنده بیمه البرز در نهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه برنامه‌ریزی برای حضور کارشناسان مدیریت‌های فنی در مدت زمان برگزاری نمایشگاه در غرفه بود.

در همه مدت برگزاری این رویداد، کارشناسان مربوط به هر مدیریت بیمه‌ای در غرفه حضور داشتند و به پرسش‌ها و ابهامات بازدیدکنندگان پاسخ می‌دادند.

در ادامه نظرات کارشناسان مدیریت‌های فنی شرکت بیمه البرز را در مورد نمایشگاه اخیر و همچنین فعالیت‌های این شرکت می‌خوانید.

## باران همت‌بلند، کارشناس مدیریت بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری:

نمایشگاه محل مناسبی برای معرفی انواع پوشش‌های بیمه‌ای است اما تجربه نشان می‌دهد که نمی‌تواند فضای خوبی برای فروش بیمه‌نامه باشد. افراد با توجه به نیازهای خود به انواع مختلفی از پوشش‌ها نیاز دارند به همین دلیل کارشناسان باید فرصت کافی را برای شنیدن خواسته‌های آنها و توضیح ویژگی هر یک از بیمه‌نامه‌ها در اختیار داشته باشند.

در طول نهمین دوره نمایشگاه بورس، بانک و بیمه نیز بسیاری از مراجعه‌کنندگان خواهان دریافت اطلاعات در مورد انواع بیمه‌های زندگی شامل عمر و سرمایه‌گذاری، مستمری و فوت تمام عمر بودند. پس از ارائه اطلاعات لازم، از آنها خواسته شد در صورت تمایل برای دریافت



شامل می‌شود از جمله اتفاقاتی طبیعی و حوادث غیرطبیعی. بیمه البرز از چندی پیش دو طرح جدید را نیز در این حوزه ارائه می‌کند. یکی از آنها طرح بیمه اصناف است که به مراکز خرید و مغازه‌ها اختصاص دارد. این طرح پوشش‌های مختلفی را شامل می‌شود از جمله طرح جامع آتش‌سوزی، هزینه بازسازی و بیمه مسئولیت. مورد دوم طرح جامع خانواده نام دارد که پوشش‌های گوناگونی چون مسئولیت و بازسازی را در برمی‌گیرد.

## عباس اکبری، کارشناس مدیریت بیمه‌های اشخاص:

ما در طول برگزاری نهمین دوره نمایشگاه



افزوده شده‌اند.

**رضا عباسی، کارشناس بیمه کشتی و هواپیما:**  
من و همکارانم در طول برگزاری نمایشگاه به پرسش‌های مراجعه‌کنندگان در مورد انواع پوشش‌های بیمه‌ای مربوط به این بخش پاسخ دادیم از جمله بیمه بدنه وسایل حمل و نقل و بیمه‌های مسئولیت. در صورت تمایل افراد به استفاده از پوشش‌های بیمه البرز، پرسشنامه‌هایی در اختیار آنها قرار داده می‌شد. در این پرسشنامه سوالات مختلفی از جمله شرایط مورد نظر آنها برای پوشش، مشخصات کشتی یا هواپیما و ارزش محموله مورد پرسش قرار گرفته بود. در طول نمایشگاه بیمه‌نامه‌های صادر نشد و از علاقه‌مندان خواسته می‌شد بعد از اتمام این رویداد به ساختمان مرکزی، شعب یا نمایندگی‌های شرکت بیمه البرز مراجعه و بیمه‌نامه مورد نظر خود را خریداری کنند.

این شرکت در بازار رقابتی صنعت بیمه از جمله مجموعه‌های خوشنام محسوب می‌شود؛ این موضوع چه در زمان صدور بیمه‌نامه و چه در زمان وقوع حوادث و پرداخت خسارت صدق می‌کند. کارشناسان بیمه البرز به عنوان پشتیبان بیمه‌گزاران عمل می‌کنند و تمایل آنها تعیین منصفانه میزان خسارت و پرداخت هر چه سریع‌تر آن است.



بیمه البرز حضور فعالی در بازار پوشش‌های بیمه‌ای بخش مهندسی دارد. این بخش از زیرمجموعه‌های مختلفی برخوردار است مانند بیمه تمام‌خطر پیمانکاران که برای پروژه‌های عمرانی در حال ساخت صادر می‌شود و تمام‌خطر نصب برای پروژه‌های نصب تجهیزات و ماشین‌آلات. همچنین پوشش‌های مربوط به بدنه ماشین‌آلات، شکست ماشین‌آلات، سازه‌های تکمیل‌نشده عمرانی و تجهیزات الکترونیک از دیگر زیرمجموعه‌های بیمه مهندسی هستند. به تازگی نیز بیمه‌های نفت و انرژی به این فهرست

دوره نمایشگاه بورس، بانک و بیمه، نخستین تجربه من در این زمینه بود. رویداد اخیر نسبت به نمایشگاه‌های دیگر پربارتر و با کیفیت‌تری برگزار شد به ویژه آنکه افراد بیشتری از آن بازدید کردند.

با وجود این، باید برای بازدید دانشجویان رشته‌های مرتبط از نمایشگاه و حضور آنها در کارگاه‌های آموزشی امکانات بیشتری فراهم می‌شد چرا که آنچه در دانشگاه‌ها به دانشجویان آموزش داده می‌شود با نیاز و خواست صنعت بیمه منطبق نیست.

و تعداد اعضا آن به حدود ۲۰۰ نفر رسیده است.

**افسانه گازپور، معاون شبکه فروش شعبه ونک و نماینده بخش خودرو در نمایشگاه:**

هر دو نوع بیمه‌نامه شخص ثالث و بدنه بیمه البرز در نمایشگاه مورد استقبال مشتریان قرار گرفتند و بسیاری از بازدیدکنندگان خواهان کسب اطلاعاتی در مورد این پوشش‌ها به ویژه در بخش بدنه بودند. همچنین خدماتی که بیمه البرز برای پرداخت خسارت‌ها ارائه می‌کند مورد توجه بازدیدکنندگان قرار گرفت از جمله پرداخت خسارت سیار. ارائه این خدمت باعث شده است که بیمه‌گزاران در تهران و شهرستان‌ها دیگر نیازی به مراجعه حضوری برای درخواست خسارت نداشته باشند.

به نظر می‌رسد بیمه البرز هم‌اکنون یکی از شرکت‌های شناخته شده و قابل اعتماد در میان مردم است و بیمه‌گزاران از خدمات این شرکت رضایت دارند. تنها موردی که در طول نمایشگاه گلایه‌هایی در مورد آن وجود داشت کاهش تخفیف بیمه خودرو از ۱۵ به دو و نیم درصد بود.

**احمد عابدی، معاون مدیریت بیمه‌های مهندسی:**

من سابقه حضور در نمایشگاه‌های مختلف از جمله انرژی و ساختمان را داشتم اما نهمین

## هنرمند نامدار اصفهانی؛ بیمه‌گزار قدیمی بیمه البرز

نوآوری‌های زیبایی را در طرح‌ها و نقشه‌های فرش دستباف اعمال کرد. حفیظی در موسسه فرش حقیقی در زمینه طراحی و نقشه‌کشی آثار فعالیت می‌کرد. او در آماده‌سازی طرح و نقشه چندین فرش نفیس مشارکت داشت از جمله سه قالی مسجداًنبی یا «رمز هستی»، هفت شهر عشق و مسجدالحرام که همگی به موزه حرم مطهر امام رضا (ع) اهدا شده‌اند. استاد حفیظی در اردیبهشت ماه سال جاری دار فانی را وداع گفت. دختر او پس از فوت پدر، بیمه‌نامه شخص ثالث بیمه البرز را که در بیستم آبان ماه ۱۳۵۲ صادر شده بود، به این شرکت واگذار کرد. این بیمه‌نامه به نام آقای عباسعلی رضائی برای یک دستگاه موتورسیکلت سوزوکی با تعهدات ذیل توسط نمایندگی عباس اشرف در اصفهان صادر شده بود. این بیمه‌گزار قدیمی در ازای خرید بیمه‌نامه شخص ثالث وسیله نقلیه خود ۶۰۰ ریال حق بیمه پرداخت کرده بود. این بیمه‌نامه مواردی را که در ادامه می‌آید پوشش می‌داد:

- خسارت بدنی یک نفر در هر حادثه تا میزان یکصد هزارریال
- خسارت بدنی چند نفر در هر حادثه حداکثر تا میزان سیصد هزار ریال
- خسارت مالی در هر حادثه تا میزان بیست پنج هزار ریال

فرزند شادروان نوروز حفیظی (۱۳۹۵-۱۳۱۸)، هنرمند فقید اصفهانی، بیمه‌نامه شخص ثالث بیمه البرز را که ۴۳ سال پیش همراه موتور سیکلت به ایشان منتقل شده بود، به این شرکت واگذار کرد.

به گفته دختر ایشان، شادروان حفیظی نقاش چیره‌دست و طراح زبده فرش بود. او در طول سال‌ها آفرینش هنری،



## گزارش تصویری نهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه





## نگاهی به مشکلات شرکت‌های بیمه‌ای برای پوشش مسابقات المپیک

## شرکت‌هایی بیمه المپیک ریو

# سودی که می‌توانست بیشتر باشد

### ۱- مونیخ‌ری

شرکت مونیخ‌ری اعلام کرده است ۲۰۰ میلیون دلار از ضرر و زیان‌های بالقوه بازی‌های امسال را پوشش می‌دهد.

اگر رویدادی مانند یک فاجعه طبیعی، به لغو همه یا بخش‌هایی از بازی‌های کشور میزبان منجر شود، ضرر و زیان ذینفعان توسط این شرکت پوشش داده می‌شود.

علاوه بر این، دو میلیارد دلار حق پخش بازی‌های المپیک در آمریکا، زیر پوشش این شرکت است.

سوال اینجاست که آیا این شرکت در یک دام بالقوه افتاد؟ زمانی که قرارداد با این شرکت امضا شد خبری از بیماری زیکا در برزیل نبود و به همین دلیل احتمالاً در قراردادها به آن اشاره نشده است. خبر خوب برای این شرکت این است که بازی‌های المپیک با وجود این بیماری، متوقف نشده است.

### ۲- لیبرال ماتوال

این شرکت بیمه که در بوستون مستقر است، از المپیک ریو امسال حمایت می‌کند. لیبرال ماتوال، مسئول حمایت از حوادث و اتفاقاتی است که در زمان خوشامدگویی به ورزشکاران، برگزاری مسابقات و هنگام حضور آنها در فروشگاه‌ها اتفاق می‌افتد.

این شرکت مدال‌های تیم آمریکا را نیز بیمه کرده است. مدال‌های طلا، نقره و برنز تیم آمریکا در المپیک امسال تا سال ۲۰۲۰ توسط این شرکت بیمه شده‌اند به این معنا که اگر مدال یک ورزشکار گم شود و یا خسارت ببیند، بیمه هزینه آن را پوشش می‌دهد.

منبع: nytimes.com

چرا که این بیماری در آن زمان ناشناخته بود. اما پس از اینکه بیماری مورد نظر به عنوان یک خطر شناخته شد، شرکت‌های بیمه اعلام کردند افراد باید برای پوشش بیمه در مقابل این بیماری، پول بیشتری بپردازند در غیر این صورت شرکت مسئولیتی در قبال آنان نمی‌پذیرد.

علاوه بر این موضوع، بحران اقتصادی برزیل سبب شده است آمار جرم و جنایت در این کشور افزایش یابد. دولت برزیل به ورزشکاران و گردشگران اطمینان داد در زمان برگزاری بازی‌های المپیک ۹۰ هزار مأمور ویژه، امنیت افراد را تضمین می‌کنند، با وجود این توصیه‌هایی را نیز خطاب به آنها برای بالا بردن امنیت فردی مطرح کرد.

نگرانی‌های امنیتی باعث شد برخی از ورزشکاران، مانند تیای ون‌گاردن، دوچرخه‌سوار آمریکایی در المپیک امسال شرکت نکنند اما ورزشکاران زیادی نیز به ریو سفر کرده‌اند. به دلیل علاقه ورزشکاران به حضور در المپیک، بازی‌ها با وجود همه خطرهای بالقوه برگزار شده است. این موضوع به این معنی است که شرکت‌های بیمه برای پوشش این بازی‌ها ریسک زیادی را پذیرفته‌اند.

فروشنندگان بیمه‌های مسافرتی معتقدند فروش این نوع بیمه‌نامه‌ها برای سفر به کشوری مانند برزیل همچون هندوانه در بسته است؛ هر چند در کل رویدادهایی مانند المپیک آمار فروش را بالا می‌برند اما در مورد میزان این افزایش تردیدهایی وجود دارد. شرکت‌های بیمه از یک طرف معتقدند افزایش فروش بیمه‌نامه‌های مسافرتی برای این دوره از بازی‌های المپیک، به احتمال زیاد نشان‌دهنده نگرانی بیشتر افراد از سفر به ریو، در مقایسه با شهر امنی مانند لندن بوده است، اما از طرف دیگر افراد زیادی به دلیل همین خطر از مسافرت به ریو خودداری می‌کنند که باعث کاهش فروش بالقوه می‌شود. به عبارت دیگر این خطر از یک سو فروش را افزایش می‌دهند اما ممکن است این افزایش در مقایسه با چیزی که می‌توانست رخ دهد ناچیز باشد به گونه‌ای که نبود آنها فروش بیشتری را نصیب شرکت‌ها می‌کرد.

بازی‌های تابستانی المپیک ۲۰۱۶ برگزار شد؛ بازی‌هایی که می‌توانست سود سرشاری را برای شرکت‌های بیمه به ارمغان آورد اما مسائلی مانند گسترش ویروس زیکا و ناامنی‌های اقتصادی برزیل مشکلاتی را برای آنها ایجاد کرد.

برای بازی‌های المپیک ریو بیمه‌نامه‌های متعددی صادر شده است؛ تعدادی از این بیمه‌نامه‌ها شامل پوشش برخی از حوادث بالقوه‌ای هستند که به طور مستقیم روی بازی‌ها اثر می‌گذارند مانند بلاهای طبیعی یا حمله‌های تروریستی. مشکلاتی در مقیاس کوچک‌تر مثل تظاهراتی که سبب تغییر مسیر ماراتن شود یا بادهای قوی که بازی‌های قایق‌رانی را لغو کند نیز پوشش داده می‌شوند.

این بیمه‌نامه‌ها، منحصر به حوادثی هستند که به لغو کامل یا به تاخیر افتادن بازی یا رویداد ورزشی منجر می‌شود و خطرهای فردی را پوشش نمی‌دهند که از جمله می‌توان به احتمال ابتلای ورزشکاران به بیماری ناشی از ویروس زیکا اشاره کرد.

مساله ویروس زیکا پیش از آغاز مسابقات المپیک مورد توجه قرار گرفت. این موضوع زمانی اهمیت بیشتری پیدا کرد که ۱۵۰ دانشمند از سراسر دنیا در نامه‌ای سرگشاده به سازمان بهداشت جهانی، خواستار لغو این بازی‌ها شدند. دانشمندان معتقد بودند خطر ناشی از این ویروس ۵۰۰ هزار گردشگر خارجی را تهدید می‌کند. همچنین این افراد به طور بالقوه می‌توانند، ناقل بیماری به کشور خود باشند.

سازمان بهداشت جهانی اعلام کرد هیچ خطری برای گسترش زیکا در زمان برگزاری بازی‌های المپیک وجود ندارد. دولت برزیل نیز با اشاره به برگزاری این بازی‌ها در زمستان، به شرکت‌کنندگان و گردشگران اطمینان داد که فعالیت پشه زیکا در این فصل کاهش قابل توجهی می‌یابد (برزیل در نیم‌کره جنوبی واقع شده است).

شرکت‌های بیمه در ابتدا اعلام کردند مشتریانی که قبلاً پوشش‌های مربوط به بیماری‌های واگیردار را خریداری کردند، تحت پوشش بیماری ناشی از ویروس زیکا نیز قرار می‌گیرند



فروشنندگان بیمه‌های مسافرتی معتقدند فروش این نوع بیمه‌نامه‌ها برای سفر به کشوری مانند برزیل همچون هندوانه در بسته است؛ هر چند در کل رویدادهایی مانند المپیک آمار فروش را بالا می‌برند اما در مورد میزان این افزایش تردیدهایی وجود دارد.

# تحلیل عوامل موثر بر استقرار مدیریت ریسک در موسسات بیمه‌ای

علیرضا شیرمحمدزاده  
کارشناس شعبه اردبیل

## چکیده

مدیریت ریسک در شرکت‌های بیمه نقش حیاتی در تحقق اهداف و برنامه‌ریزی شرکت بیمه ایفا می‌کند. علاوه بر مسأله استفاده بهینه از منابع و ذخائر فنی نزد شرکت‌های بیمه، زمینه کسب درآمد در جهت توسعه فعالیت‌های بیمه‌ای و نیز مقابله با خسارت‌های کلان احتمالی ایجاد می‌کند که مدیریت ریسک شرکت‌های بیمه در زمینه بکارگیری و استفاده بهینه از وجه مالی خود تلاش کنند. بنابراین هدف از این تحقیق بررسی تحلیل عوامل موثر بر استقرار مدیریت ریسک در موسسات بیمه‌ای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است به همین منظور شرکت‌های بیمه در بازه زمانی ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۳ مورد بررسی قرار گرفتند و نتیجه حاصل از تحلیل نشان داد که ضریب نسبت نقدینگی رابطه معکوس با استقرار مدیریت ریسک در شرکت‌های بیمه دارد و نسبت‌های سودآوری و کفایت سرمایه و ریسک‌پذیری موسسه بیمه رابطه مستقیم با استقرار مدیریت ریسک در شرکت‌های بیمه دارد.

**واژگان کلیدی:** مدیریت ریسک، نسبت نقدینگی، سودآوری، اهرمی و کفایت سرمایه، نسبت ریسک‌پذیری

## مقدمه

در جهان امروز رشد و توسعه اقتصادی هر کشوری جایگاه بین‌المللی آن را رقم می‌زند، بنابراین کشورها برای آنکه بتوانند در عرصه بین‌المللی جایگاهی داشته باشند درصدد برمی‌آیند شاخص‌های توسعه یافته خود را بهبود بخشیده و از این طریق موجب تقویت اقتصاد و ایفاء نقش تأثیرگذاری در صحنه جهانی شوند. صنعت بیمه به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه یافته از یک سو به عنوان یکی از عمده‌ترین نهادهای اقتصادی مطرح بوده و از سوی دیگر فعالیت سایر نهادها را پشتیبانی می‌کند هرگونه اقدامی در جهت بهبود و ارتقا کارایی سیستم بیمه، موجب خواهد شد که جریان پس‌انداز، سرمایه‌گذاری و تخصیص منابع، بهبود یابد و امکانات بالقوه، پراکنده و نهفته در کشور برای پیشرفت و رفاه عمومی به کار گرفته شود. یکی از مهم‌ترین مباحث در صنعت بیمه، محبت مدیریت ریسک است. هر جا که آینده ناشناخته باشد، ریسک وجود دارد.

از این رو، کسانی می‌توانند آینده‌ای مطمئن را برای خود و سازمان خویش رقم بزنند که بتوانند با برنامه‌ریزی و تحلیل‌های صحیح، شناخت خود را افزایش دهند. لذا امروزه وقتی در مورد مدیریت ریسک صحبت می‌شود، هدف از بین بردن ریسک نیست، بلکه شناسایی و تعیین هزینه‌های ناشی از آن است. پیشرفت بیمه با توسعه اقتصادی همواره ملازم بوده و با ترمیم وضع اقتصادی یک کشور، افزایش مبادلات، ترقی سطح زندگی و توسعه سرمایه‌گذاری موجب پیشرفت و نیز با بهبود وضع معیشت افراد، به حفظ ثروت ملی و تشکیل پساندازهای بزرگ کمک می‌کند، لذا با توجه به گستره پهناور ریسک‌هایی که افراد و مشاغل با آن مواجه می‌شوند و تنوع راه‌هایی که می‌توان به مقابله با آنها پرداخت، یک روش سیستماتیک برای مقابله با ریسک‌ها مورد نیاز است بنابراین در این تحقیق با رویکرد ارزیابی عملکرد و دستیابی به چشم‌اندازی روشن به بررسی وضعیت صنعت بیمه و تحلیل عوامل موثر بر استقرار مدیریت ریسک در صنعت بیمه می‌پردازیم.

## بیان مسأله

شرکت‌های بیمه‌گر، ضمن آنکه در صدد راهبری فرآیندهای قیمت‌گذاری، مدیریت دارایی و بدهی و بازاریابی خود حول محور تحلیل ریسک جامع هستند؛ به دنبال آن هستند تا به جای تدابیر ساده‌انگارانه مهار هزینه‌های غیر خسارات، استراتژی‌های خود را بر مبنای ریسک جامع طراحی کرده و به کار بندند. ریسک جامع یک شرکت بیمه‌گر شامل ریسک‌هایی از قبیل تک تک فعالیت‌های شرکت مانند فروش بیمه‌نامه‌ها و رسیدگی به موارد ادعای خسارت در هر یک از رشته‌های بیمه‌ای، فرآیند خرید و مدیریت اتکایی فرآیند توزیع سود و عواید سرمایه‌گذاری و غیره ... است (صحت و علوی، ۱۳۸۵: ۱۹)

ریسک دلیل وجود بیمه است و بدون ریسک در واقع بیمه مفهوم خود را از دست می‌دهد. کار بیمه‌گری با ریسک و ریسک‌پذیری و کاهش ریسک و محاسبه ریسک سر و کار دارد. شرکت‌های بیمه می‌توانند بر اساس مقدار ریسک هر بیمه‌گذار، مقدار حق بیمه را تعیین کنند. عده‌ای معتقدند که کار مدیر ریسک همان مدیر واحد بیمه‌ای سازمان است که به نظر می‌رسد یک دید محدودی است. عده‌ای دیگر نیز معتقدند هر مدیری مدیر ریسک است و هر کسی در کار خودش ریسک‌پذیری دارد.

ساختارهای بیمه‌ای خود به نوعی مدیریت ریسک هستند که در آنها بیشتر هدف کاهش عدم اطمینان موجود در پدیده‌ها است. تمامی مراحل که در یک پروژه مدیریت ریسک به کار می‌روند در یک شرکت بیمه‌ای نیز به کار می‌رود.

به عبارت کلی‌تر مدیریت موثر ریسک مربوط به چگونگی مواجهه شرکت با ریسک‌های بازار و فرصت‌های تجاری احتمالی مربوط به این ریسک‌ها است و می‌توان آن را به عنوان ابزاری اثربخش برای پاسخگویی به تمامی متغیرهای بیرونی بازار که فراتر از کنترل مدیریت شرکت است در راستای کاهش نوسان سودآوری شرکت تعریف کرد از جمله این ابزارها و امکانات در اختیار مدیران می‌توان به ایجاد مصونیت مالی یا بستن قرارداد بیمه، اعمال کنترل‌های مدیریت، نقل و انتقال منابع و نیز روش‌های در جهت ارتقای سودآوری شرکت از طریق تصمیم‌گیریهای سنجیده و قابل دفاع نام برد که همگی این موارد شامل اقداماتی در جهت کاهش پیدایش شرایط نامساعد در شرکت تلقی می‌شود علاوه بر توجه به انگیزه‌های مدیریت ریسک در گذشته و ظهور الزامات قانونی برای آن، تمایل بیشتری برای اجرای مدیریت ریسک وجود داشته باشد در واقع این موضوع امروزه مشخص شده که پاسخگو بودن شرکت، به توانایی بهره‌برداری از فرصت‌های جدیدی که از تغییر شرایط بوجود می‌آید بستگی دارد.

امروزه مدیریت ریسک به عنوان یکی از نگرانی‌های مهم مدیران اجرایی در شرکت‌ها بوده و فعالیت‌های انجام شده در ارتباط با موضوع مدیریت ریسک رو به رشد و تکامل است به عبارت دیگر علیرغم اهمیت روز افزون این موضوع مطالعات کاربردی کمی انجام شده تا مشخص سازد آیا واقعا مدیریت ریسک در عمل کارایی دارد و دیگر اینکه تأثیر مدیریت ریسک بر سطح عملکرد به عنوان جنبه رفتار به چه میزان است، شاید بتوان گفت تلاش‌های انجام شده در این تحقیقات به دلیل پیچیدگی‌های مفهومی مدیریت ریسک و تعدد روش‌های کنترل سود و زیان‌های ناشی از رخدادهای نامساعد در قالب روشی یکپارچه و راهبردی دچار اختلال شده است

مدیریت ریسک به منظور محافظت در برابر پیامدهای ناشی از ریسک و همچنین اطمینان از دستیابی به فواید پذیرش ریسک مفید است به عبارت دیگر، هدف از مدیریت ریسک، پرهیز از ریسک نیست بلکه ما در مدیریت ریسک به دنبال شکار فرصت‌ها هستیم (راعی و

سعیدی، ۱۳۸۳).

ریسک‌پذیری قسمت جدایی‌ناپذیر هر کسب و کاری است. همچنان که دکتر پیتر دراکر در دهه ۱۹۷۰ عنوان کرد، «فعالیت اقتصادی یعنی بکارگیری منابع کنونی برای یک آینده نامطمئن». تنها چیزی که در مورد آینده قطعی است، عدم اطمینان و ریسک است. بررسی‌های تاریخی که توسط دکتر دراکر انجام شده بیانگر این موضوع بود که دستیابی به عملکرد اقتصادی بهتر با عدم اطمینان بیشتر و به عبارت دیگر، با ریسک‌پذیری بیشتر همراه است. امروزه تقریباً تمامی فعالیت‌ها و فرآیندهای عملیاتی از دریچه ریسک نگرسته می‌شوند. نتیجه نهایی برنامه راهبردی باید ایجاد ظرفیت برای پذیرش ریسک‌های بیشتر باشد، زیرا این تنها راه بهبود عملکرد است. اگرچه برای گسترش این ظرفیت، شرکت‌ها باید ریسک‌هایی را که می‌پذیرند، بشناسند. این شرکت‌ها به جای آنکه خود را براساس حدس و گمان یا شایعه در عدم اطمینان غوطه‌ور کنند، باید قادر به انتخاب عقلایی ریسک‌ها باشند.

ریسک‌های شرکت‌های بیمه ریسک‌هایی هستند که آنان از بیمه‌گذاران خود می‌پذیرند و درست همین جا است که کاربرد مدیریت ریسک بیش از پیش جلوه می‌یابد. فرآیند مدیریت ریسک در بیمه با ادراک و فهم ریسک، شناسایی و اندازه‌گیری آن پیگیری می‌شود تا بتوان از واماندگی در پرداخت دیون جلوگیری کرد و بتوان پیش‌بینی و برنامه‌ریزی برای حصول درآمد آتی را انجام داد همچنین بهینه‌سازی و کاربری سرمایه و دارایی‌ها نیز از دیگر دلایل به‌کارگیری مدیریت ریسک در شرکت‌های بیمه است. بدون شک شرکت‌های بیمه به عنوان یکی از نهادهای مالی تأثیرگذار بر اقتصاد جامعه لازم است به ابزار تحلیل ریسک قدرتمندی دسترسی داشته باشد تا بتواند ریسک‌های دریافتی را به خوبی مدیریت کند لذا هدف اصلی این پژوهش، بررسی تحلیل عوامل موثر بر استقرار مدیریت ریسک در موسسات بیمه‌ای است.

## پیشینه تحقیق

### تحقیقات خارجی:

گوردن لاورس و همکاران (۲۰۰۹) در تحقیق خود بیان کرد که رابطه مثبت و معنادار بین عدم اطمینان محیطی، رقابت صنعت، اندازه شرکت، پیچیدگی شرکت و نظارت هیات مدیره و عملکرد شرکت بوده است و در مجموع بین مدیریت ریسک و عملکرد شرکت‌ها رابطه مثبت معناداری وجود دارد.

## ۱۷ نکته که مدیران بازاریابی باید بدانند

۱۱- اثر انتقال احساس کیفیت از خود کیفیت بیشتر است. یعنی صرفاً وجود کیفیت کافی نیست، بلکه مشتری باید کیفیت را احساس کند.

۱۲- برقراری رابطه دوستانه با مشتری تا حدی باید باشد که در مشتری توقع بی‌جای مالی ایجاد نکند.

۱۳- اعلام شتاب‌زده قیمت به مشتری منجر به دوری او از ما می‌شود؛ پس در فرصت مناسب باید اقدام کرد.

۱۴- با افزایش ضریب تاثیر بر مشتری (بازاریابی)، سرعت تبدیل خریداران به مشتریان (فروش) نیز به همان اندازه افزایش می‌یابد.

۱۵- توجه مشتری را باید به ارزش محصول معطوف کرد نه قیمت آن؛ چرا که قیمت صرفاً یکی از شاخص‌های تعیین کیفیت محصول است نه همه آن.

۱۶- برای مقایسه هر چیزی با خود آن و موارد مشابه، وجود یک واحد شمارش ضرورت دارد. واحد شمارش ایده‌های بازاریابی، «پول» است.

۱۷- نکته آخر توجه به تعریف درست برند است؛ برند احساسی است که ما به مشتری منتقل می‌کنیم تا او با اطمینان بیشتر و صرف وقت کمتر در بررسی کیفیت محصول یا خدمات، ما را برای خرید و یا ارائه خدمات انتخاب کند.

### تهیه‌کننده: شایان شمس، معاون مدیر برنامه‌ریزی و تحلیل نظام‌ها



۷- سراغ مشتریانی برویم که با خود چند مشتری دیگر هم بیاورند.

۸- محاسبه میانگین هزینه به‌دست آوردن هر مشتری یکی از نکات طلایی است.

۹- مهمترین علت ورشکستگی اغلب شرکت‌های ایرانی در سال‌های آغازین فعالیت «نداشتن مشتری با کیفیت» به اندازه کافی است.

۱۰- بخش زیادی از نیازهای مشتری در بازار قابل کشف نیست، بنابراین به جای اینکه برنامه‌های بازاریابی خود را به صورت مداوم تغییر دهیم، ذهن مشتریان خود را در خصوص کیفیت محصولاتمان با هدف ایجاد نیاز در ایشان توجیه کنیم.

«پول» (مدت زمان لازم برای عملیاتی شدن برنامه و میزان عایدی که از این برنامه به‌دست می‌آید) موجب می‌شود که یک برنامه بازاریابی کارائی لازم را داشته باشد.

۴- توسعه بازار الزاماً به معنی افزایش مشتریان نیست، بلکه شناخت درست از نیازهای مشتریان فعلی و استفاده از ظرفیت‌های بدون استفاده آنان از طریق ایجاد زیرساخت‌های مناسب، می‌تواند منجر به توسعه بازار شود.

۵- در بازاریابی صنعتی معمولاً نیاز وجود دارد ولی در بازاریابی عمومی، ما نیاز را ایجاد می‌کنیم.

۶- سراغ مشتریانی وسواسی و بدحساب نباید برویم.

در مدیریت بازاریابی، علاوه بر توجه به روش‌های سنتی بازاریابی در کنار رشد روزافزون و فراگیر بهره‌گیری از فناوری اطلاعات، استیلای تکنیک‌های نوین ارتباطی و تعاملی (مانند اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و ایمیل) و عنایت به فرهنگ بازاریابی در هر منطقه و ایجاد سبک بومی شده، داشتن یک برنامه بازاریابی نیز از ضروریات این حوزه است. بدون تردید قبل از ارائه هر راهکار بازاریابی، تحقیقات بازار باید انجام شود به این معنا که مطالعه رفتار مشتریان لازمه برنامه‌ریزی بازاریابی است.

در زمینه اجرای پروژه‌های بازاریابی معمولاً به مراحل از جمله ایجاد ابزارهای بازاریابی (مثل وب‌سایت)، تربیت نیروهای بازاریابی و فروش، نظارت بر برنامه‌های بازاریابی و فروش و سامان‌دهی وضعیت تبلیغات توجه می‌شود؛ اما تحلیل وضعیت رقبای یکی از ابزارهای مهم در نحوه اجرای پروژه‌های بازاریابی و همچنین تحلیل پتانسیل بازار است.

به طور کلی نکات فراوانی در بحث بازاریابی و توسعه بازار مطرح است که در این متن به مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود:

۱- پیدا کردن الگوی خرید مشتری یکی از نکات مهم است. مناسب‌ترین مرجع برای شناخت الگوی خرید مشتری نیز فروشندگان موجود در بازار هستند نه خود مشتری.

۲- مدیر بازاریابی باید بداند که چه چیزهایی را نمی‌داند تا در زمان مناسب بتواند از یک متخصص مشاوره بگیرد.

۳- مدنظر قرار دادن دو شاخص «زمان» و

شعب بانک نمونه بررسی کرده که کارایی شعب را بر اساس دو روش DEA و SFA برآورد کرده و ارتباط معنی‌دار بین ریسک و کارایی را نتیجه می‌گیرد.

جفری و فانگ (۲۰۱۱) رابطه کیفیت اطلاعات حسابداری و ریسک نقدینگی را بررسی کردند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد، کیفیت اطلاعات حسابداری منجر به کاهش ریسک نقدینگی و هزینه سرمایه می‌شود.

راجگوپال و ونکاتاجلام (۲۰۱۱) رابطه کیفیت گزارشگری مالی و پراکندگی بازده غیرعادی سهام را بررسی کردند. نتایج پژوهش آنان نشان داد، کاهش در کیفیت گزارشگری مالی باعث افزایش پراکندگی بازده غیرعادی سهام (ریسک سرمایه‌گذاری) شرکت‌ها می‌شود.

### ادامه مطلب در شماره بعد

را محاسبه کرد و در پایان به وجود رابطه معنی‌داری میان ریسک و کارایی پی برد.

باسه و همکاران (۲۰۱۰) به‌منظور بررسی ارتباط بین «حاکمیت شرکتی و عملکرد» و «مدیریت ریسک و حاکمیت شرکتی» ۱۴۴۸ شرکت را بین سال‌های ۱۹۹۱ تا ۲۰۰۸ مورد بررسی قرار داده‌اند نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رابطه‌ای معناداری بین حاکمیت شرکتی و عملکرد وجود ندارد ولی بین حاکمیت شرکتی و مدیریت ریسک رابطه‌ای مثبت و معناداری وجود دارد.

سان و چانگ در سال ۲۰۱۰ طی پژوهشی به طور نسبی جامع در مقاله‌ای با عنوان «تجزیه و تحلیل جامعی از اثرات اقدامات ریسک بر کارایی بانک: شواهد از کشورهای در حال ظهور آسیا» رابطه بین ریسک‌های عملیاتی، اعتباری و بازار بانک‌ها را در تایلند با کارایی

قرارداد با شریک تجاری خود در صورتی که حجم مطالبات قرارداد بیشتر از ۵ درصد کل مطالبات نباشد، نباید درخواست وثیقه کند به عبارت دیگر؛ اگر مقدار قابل وصول به ۲۵ درصد مطالبات یا بیشتر برسد، وثیقه‌های محکم‌تری بایستی خواسته شود، که این نوع وثیقه‌ها به تصمیمات و قضاوت‌های حرفه‌ای مدیران بستگی دارد. در بین ۵ درصد تا ۲۵ درصد، هر چه عدد بزرگ‌تر شود وثیقه‌های محکم‌تری را درخواست کنند.

چیو و چن، در سال ۲۰۰۹ در مقاله‌ای با عنوان «تجزیه و تحلیل کارایی بانک تایوانی: ترکیب هر دو ریسک مربوط به محیط خارجی و داخلی» رابطه ریسک اعتباری، بازار و عملیاتی را با کارایی بانک‌ها بررسی کرده است. وی با استفاده از دو روش DEA و SFA و نتایج بدست آمده از آنها ریسک و کارایی بانک‌ها

بقیه در صفحه ۱۰  
لوبیک و منس (۲۰۰۹) در کشور بوسنی و هرزگوین پژوهشی را در خصوص مدیریت ریسک حساب‌های دریافتی بر روی داده‌های صورت‌های مالی ۶۰ شرکت فعال در بورس سهام ساراجوو در طول مدت زمان ۵ سال بین سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۰۷ انجام دادند. نتایج پژوهش آنها حاکی از آن است که در خصوص مدیریت ریسک حساب‌های دریافتی بر مبنای داده‌های صورت‌های مالی بوسنی و هرزگوین نسبت گردش وجوه، نسبت سرمایه در گردش به کل دارایی‌ها، نسبت سریع، نسبت جاری و نسبت بدهی به حقوق صاحبان سهام پیشنهاد می‌شود. یعنی شاخص‌های ذکر شده در بالا بر ریسک اعتباری شرکت‌ها تاثیرگذار بودند.

همچنین پژوهشگران در این تحقیق بیان می‌کنند که یک شرکت در هنگام امضای

## بازنشستگان

تعدادی از همکاران شرکت پس از سال‌ها تلاش و خدمت صادقانه به افتخار بازنشستگی نائل شدند. برای ایشان آرزوی سلامتی و موفقیت در همه مراحل زندگی را داریم.

- حمید رحیمیان کرکان
- حمید عسکریان
- الهام خدادادی شوشتری

## انتصابات

تعدادی از همکاران طی ماه گذشته به سمت‌های جدید منصوب شدند. با آرزوی توفیق برای این همکاران اسامی آنان به شرح زیر اعلام می‌شود:

- حمید مرادی، رئیس شعبه شیراز
- رقیه یوسف‌فام، معاون بازاریابی و نظارت بر نمایندگان شعبه نمونه
- بهنام توانا، معاون صدور شعبه زنجان

## تسلیت



با نهایت تأسف همکاران آقای عباس آقاکشیری دار فانی را وداع گفتند.

این ضایعه را به خانواده محترم ایشان و همکاران گرامی تسلیت عرض می‌کنیم و برای آن مرحوم طلب مغفرت از درگاه خداوند متعال داریم.

با نهایت تأسف همکار بازنشسته‌مان آقای حسین‌زادگان‌بوشهری نیز دعوت حق را لبیک گفتند. این ضایعه را به خانواده محترم ایشان تسلیت عرض می‌کنیم و برای آن مرحوم طلب مغفرت از درگاه خداوند متعال داریم.

## تسلیت به همکار

با نهایت تأسف مطلع شدیم همکاران زیر در غم از دست دادن عزیزان خود به سوگ نشستند. برای عزیزان از دست‌رفته طلب مغفرت الهی و برای بازماندگان آرزوی صبر و شکیبایی داریم.

- خانم محمدبیگی در غم از دست دادن پدر
- آقای کریم‌پور در غم از دست دادن مادر
- خانم دادرزاده در غم از دست دادن مادر
- آقای حقانی‌مقدم در غم از دست دادن برادر
- آقای سیدجلیل جلیلی در غم از دست دادن برادر
- خانم بهناز عرب در غم از دست دادن برادر
- خانم ربانی در غم از دست دادن مادر
- آقای رضا بهرامیان در غم از دست دادن پدر
- آقای حبیب‌اله حسینی در غم از دست دادن پدر
- آقای افشین روستا در غم از دست دادن پدر
- خانم محمدپور لشگری در غم از دست دادن مادر

صاحب امتیاز: شرکت بیمه البرز (سهامی عام)

تهیه و تنظیم: مدیریت روابط عمومی و بین‌الملل

تلفن: ۲۹۴۶۱۰۵۰

دورنگار: ۲۹۴۶۱۰۷۹

## اطلاعیه

بدینوسیله به اطلاع میرساند همکاران شاغل و بازنشسته که فرزندان آنان در مقاطع مختلف سال تحصیلی ۹۵-۹۴ موفق به اخذ معدل‌های زیر شده‌اند ویا در آزمون ورودی سال ۹۴ دانشگاه‌های سراسری پذیرفته شده‌اند حداکثر تا تاریخ ۹۵/۰۶/۱۰ نسبت به ارسال اصل کارنامه بانضمام تصاویر کارنامه، شناسنامه فرزندان خود به این مدیریت اقدام فرمایند.

مقاطع تحصیلی اول تا ششم: رتبه خیلی خوب  
مقاطع تحصیلی متوسطه اول: ۱۸ به بالا  
مقاطع تحصیلی متوسطه دوم: ۱۷ به بالا  
توضیحات:

■ منظور از معدل کل میانگین معدل دو ترم می‌باشد. گواهی تحصیلی قابل قبول نیست و کارنامه باستانی در فرم‌های مخصوص با مشخصات مدرسه باشد.

■ همکاران محترم در شعب می‌توانند بجای اصل کارنامه تصویر آن را که به تائید رئیس شعبه مربوطه رسیده باشد ارسال نمایند.  
■ همکارانی که فرزندان آنان در مراکز آموزش عالی پذیرفته شده‌اند لازم است فتوکپی کارت‌دانشجویی و گواهی شرکت در آزمون سراسری از دانشگاه مربوطه را نیز ارائه نمایند.

■ همچنین همکاران محترم می‌توانند جهت درج نام فرزندان خود در نشریه سیمای البرز یک قطعه عکس ۴×۳ (پشت نویسی شده شامل نام و نام خانوادگی و سال تحصیلی) را همراه با کارنامه ارسال نمایند.

تذکر مهم: به مدارکی (کارنامه و عکس) که فاقد درج نام کارمند، شماره پرسنلی و محل خدمت همکاران باشد و یا پس از تاریخ ۹۵/۰۶/۱۰ ارسال گردد ترتیب اثری داده نخواهد شد.

مدیریت روابط عمومی و بین‌الملل

دبیر سندیکای بیمه‌گران تاکید کرد:

### ضرورت ارتقاء توانمندی‌های حرفه‌ای شبکه فروش

علی‌اکبر اولیاء، دبیرکل سندیکای بیمه‌گران در مراسم افتتاحیه نخستین همایش توسعه توان حرفه‌ای صنعت بیمه با موضوع «ارتقاء توانمندی‌های حرفه‌ای شبکه فروش»، گفت: صنعت بیمه باید افزایش توان حرفه‌ای کارشناسان و شبکه فروش بیمه را در دستور کار خود قرار دهد چرا که کارشناسان می‌توانند با آگاهی بیشتر از اصول و قوانین بیمه و انتقال آن به زبان ساده به مردم، به افزایش ضریب نفوذ بیمه در کشور کمک کنند.

نوتاش خبر داد:

### رتبه ۴۴ ایران در حق بیمه تولیدی

محمدرضا نوتاش، دبیر نخستین همایش توسعه توان حرفه‌ای صنعت بیمه، متوسط سرانه جهانی حق بیمه را ۶۶۰ دلار و سرانه ایران را ۸۴ دلار اعلام کرد و گفت: ایران رتبه ۴۴ جهان را از نظر حق بیمه تولیدی دارد.

### راه‌اندازی کانال رسمی بیمه البرز

کانال رسمی بیمه البرز برای دسترسی سریع‌تر همکاران و نمایندگان به آخرین اخبار شرکت راه‌اندازی شده است.

<https://telegram.me/alborzinsuranceCO>

تنها کانال رسمی روابط عمومی و بین‌الملل بیمه البرز است.

## نگاهی به اخبار بیمه البرز

### قدردانی از شعبه سمنان

مدیرکل بهزیستی استان سمنان از زحمات‌های رئیس و کارکنان شعبه بیمه البرز در این استان قدردانی کرد. به گزارش روابط عمومی، علیرضا ایزدپور با ارسال نامه‌ای از تلاش‌های رضا احسانی، رئیس شعبه استان سمنان و همکاران وی برای حل مشکلات یکی از بیماران تحت پوشش این شرکت قدردانی کرد. بر اساس این نامه، علی پروانه، معلول ضایعه نخاعی با مشکلات بسیاری در زمینه‌های درمانی و مالی مواجه بوده است و همکاران شعبه بیمه البرز در استان سمنان تلاش‌های بسیاری برای حل مشکلات بیمار و خانواده وی کرده‌اند.

پروانه نیز با ارسال نامه جداگانه‌ای، با اشاره به حضور رئیس شعبه در منزل خود، صدور دستور پیگیری شرایط او در مدت کوتاه و پرداخت سریع و یک هفته‌ای مبلغ بیمه به وی، از بیمه البرز و همکاران این شرکت قدردانی کرد.

### قدردانی فرودگاه یاسوج از شعبه بیمه البرز

مدیر فرودگاه یاسوج با ارسال نامه‌ای رضایت خود را از خدمات شعبه بیمه البرز اعلام کرد. به گزارش روابط عمومی، علی محسنیان در نامه خود از زحمات تقوی‌نژاد، رئیس شعبه یاسوج و همکاران وی در انجام امور مربوط به بیمه درمان تکمیلی پرسنل و بیمه شخص ثالث و بدنه خودروهای مدیریت فرودگاه قدردانی کرد.

### مقام سومی تیم والیبال بیمه البرز در جشنواره بیمه‌ای‌ها



تیم والیبال بیمه البرز به مقام سوم جشنواره ورزشی صنعت بیمه دست یافت.

به گزارش روابط عمومی، تیم والیبال بیمه البرز با سرپرستی اسماعیل کیان‌رئی و مربیگری سید حسین موسوی به این مسابقات اعزام شده بود.

موسوی علاوه بر مسئولیت هدایت تیم به عنوان بازیکن نیز به میدان رفت و شاهپور پرنیا، حسین نظری، ارشد نجفی، علیرضا شرزوانی، حسین عبداله‌دخت میرعلی هاشمیان، مهدی صدیقی، رضا تفرشی، محمدجواد ذوقی، رضا توسلی، ابوالفضل رحمانی و علی محبوسی دیگر بازیکنان تیم والیبال بیمه البرز بودند.