

صنعت بیمه در سطح دنیا یکی از صنایع گسترده، پیچیده و حیاتی است. در قرن حاضر فعالیت‌های اقتصادی به نحوی شکل گرفته‌اند که تداوم آن بدون پشتوانه بیمه‌ای، سخت تحت تأثیر قرار می‌گیرد...

صفحه ۴



نخستین گردهمایی سرپرستان مناطق ورؤسای شعب بیمه نوین با حضور مدیرعامل، معاونین، مدیران ورؤسای شعب ۲۹ فروردین ماه در ساختمان ستادی این شرکت در دو بخش رسیدگی به...

صفحه ۲



# نخستین گردهمایی سراسری مدیران و رؤسای شعب بیمه نوین در سال ۹۲ برگزار شد

## حضور بیمه نوین در هفتمین نمایشگاه بانک، بیمه و بورس

## بر آورد تابع تقاضای بیمه بدنه اتومبیل در ایران (طی دوره زمانی ۱۳۶۸-۱۳۸۸)

## بیمه در کویت



است، وجود دارد اما بی شک کیفیت و نحوه اطلاع‌رسانی نیز به طور مستقیم با دیدگاه مدیران ارشد یک سازمان به روابط عمومی وابسته است.

روابط عمومی تنها در صورتی می‌تواند به اثربخشی سازمان خود در جامعه کمک کند که پایه‌های آن بر اساس مشارکت و تعقل بنا شده باشد و در فضایی توأم با نواندیشی و نوگرایی، ابتکار و خلاقیت حیات داشته باشد. روابط عمومی به عنوان دریچه‌ای از سازمان شناخته می‌شود که از سوی سازمان به روی افکار عمومی گشوده می‌شود. دریچه‌ای که مسیری است به سوی تعامل یک سازمان متعهد، پاسخگو و مشتری‌مدار.

اهمیت ارتباطات در مدیریت نوین امری غیرقابل انکار است چرا که با پیچیده شدن نظام اجتماعی بر لزوم گسترش و توسعه این علم و حرفه بیش از پیش اتفاق نظر حاصل آمده است تا آنجا که وجود روابط عمومی در هر نهاد یا سازمان معتبر از بدیهیات است. اما آنچه که سال‌ها محل بحث و چالش صاحب‌نظران بوده است جایگاهی است که برای هنر هشتم در نظر گرفته شده است. جایگاهی که مدار کیفیت یک روابط عمومی را به صورت بنیادی تحت شعاع قرار خواهد داد. اگر چه همچنان اتفاق نظر بر سر اینکه اصلی‌ترین کارکرد روابط عمومی در حوزه اطلاع‌رسانی تعریف شده

حرف‌ماه

سردبیر

## دریچه‌ای برای ارتباطات



## نخستین گردهمایی سراسری مدیران ورؤسای شعب بیمه نوین در سال ۹۲ برگزار شد

غلامی بود که تنها راه عملی شدن آن را پیگیری جدی، نظارت و آموزش صحیح در سازمان دانست و افزود: تنها شعبه‌هایی به شاخص تحقق بودجه دست پیدا می‌کنند که دیدگاه برنامه‌ای منظم داشته باشند. همچنین رؤسای شعب نیز باید برنامه مدوئی را در این خصوص در اختیار نمایندگان خود قرار دهند.

وی درباره شاخص شفافیت مالی نیز تصریح کرد: میزان بدهی معوقه و سررسید شده اعم از حق بیمه‌های وصول نشده در سررسید معین، اسناد در جریان وصول، اسناد واگذار نشده، دریافتی‌های نقدی تحویل نشده مواردی است که در این شاخص سنجیده می‌شود و در همین راستا از نیمه دوم اردیبهشت ماه تمامی پرداخت‌های شرکت به طور سیستماتیک کنترل خواهد شد و هر معوقه و بدهی به صورت سیستماتیک به کاربران هشدار داده می‌شود.

مدیرعامل بیمه نوین در پایان خاطر نشان ساخت: شرکت بیمه نوین تنها با همدلی و احساس مسئولیت تک‌تک اعضای آن خواهد توانست به جایگاه مناسبی در صنعت بیمه کشور دست پیدا کند و تحقق تمام اهداف مالی و معنوی شرکت در گرو تلاش هوشمندانه مدیران، سرپرستان و رؤسای شعب خواهد بود.

در ادامه این گردهمایی در بخش فنی، ناهید عباسی؛ معاونت فنی شرکت از ورود شرکت بیمه نوین به صندوق مشترک بازار و برنامه‌ریزی برای افزایش سرمایه آن تا ۱۰۰۰ میلیارد ریال و دریافت مجوز قبولی اتکایی در آینده‌ای نزدیک خبر داد. در بخش پشتیبانی همایش نیز سهراب

نخستین گردهمایی سرپرستان مناطق و رؤسای شعب بیمه نوین با حضور مدیرعامل، معاونین، مدیران و رؤسای شعب ۲۹ فروردین ماه در ساختمان مرکزی این شرکت با دو رویکرد رسیدگی به مسائل فنی و پشتیبانی برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه نوین، در ابتدای این نشست غلامعلی غلامی؛ مدیرعامل شرکت هدف از برگزاری چنین نشست‌هایی را تحقق مدیریت زمان و دستیابی به نتایج در نظر گرفته شده و عملی شدن اهداف دانست و گفت: برای هر سازمان چند نکته کلیدی به عنوان شاخص‌های کلی پیشرفت وجود دارد که هر برنامه‌ریزی فردی نیز بر اساس این مؤلفه‌ها صورت می‌پذیرد و تنها با تعیین و اجرای این شاخص‌ها می‌توان به اهداف تعیین شده برای یک سازمان دست یافت.

مدیرعامل بیمه نوین در ادامه صحبت‌های خود تصریح کرد: اولین شاخص افزایش تولید و سهم از بازار است که با توجه به بازار رقابتی کنونی سهم یک بنگاه اقتصادی از بازار و میزان رشد آن نسبت به سال قبل را نشان می‌دهد که از اهمیت بالایی برخوردار است و با تکیه بر این شاخص می‌توان میزان رشد نسبت به سال گذشته را مشخص کرد. غلامی ادامه داد: توازن تولید و توسعه از دیگر شاخص‌های کلیدی است در یک شرکت بیمه توازن تولید و در واقع توسعه به معنای رشد همه‌جانبه و کل فرآیند کاری آن را در برمی‌گیرد و آنچه اهمیت دارد توازن در تولید بیمه‌ای و کنترل این توازن در ترکیب پرتفو است.

نظم و برنامه‌ریزی دیگر شاخص مورد اشاره

معاون فنی بیمه نوین مطرح کرد:

### ثبات اقتصادی عامل رشد بیمه‌های عمر

معاون فنی بیمه نوین با اشاره به ثبات شرایط اقتصادی به عنوان یکی از عوامل مهم رشد بیمه‌های زندگی در کشور گفت: معافیت بیمه‌های عمر از مالیات و امکان اخذ وام تا ۸۰ درصد اندوخته سرمایه از جمله مزایای خرید این بیمه است.

ناهید عباسی در مورد وضعیت بیمه‌های زندگی در کشور گفت: بیمه‌های زندگی اصولاً در بازار بیمه کشور سهم ناچیزی را در مقایسه با بیمه‌های غیرزندگی به خود اختصاص داده و یکی از علل عدم توسعه این رشته عدم اطلاع‌رسانی، تبلیغ و فرهنگ‌سازی در این زمینه است.

وی با برشمردن ثبات شرایط اقتصادی حاکم بر جامعه به عنوان یکی از عوامل رشد بیمه‌های زندگی گفت: نوسان قیمت‌ها در بازار و عدم ثبات اقتصادی، بیمه‌گذاران را در مراجعه به شرکت‌های بیمه و خرید بیمه‌نامه‌های درازمدت عمر با تردید مواجه می‌کند، و برخی هم با بازخرید در بیمه‌نامه عمر، سرمایه خود را در مسیر دیگری صرف می‌کنند.

عباسی ادامه داد: از طرفی، مردم ما بیشتر علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در سیستم بانکی هستند و با توجه به فاصله‌ای که بین نرخ بهره فنی بیمه‌نامه‌های عمر و نرخ سود بانکی تا قبل از تصویب آیین‌نامه ۶۸ و الحاقیه یک آن وجود داشت، علاقه مردم به خرید بیمه عمر کمتر بود.

معاون فنی بیمه نوین اضافه کرد: اما خوشبختانه با تصویب و ابلاغ آیین‌نامه جدید شورای عالی بیمه (شماره ۶۸) که میزان بهره فنی را در ۵ سال اول خرید بیمه‌نامه معادل ۱۸ درصد، ۵ سال دوم ۱۵ درصد و ۵ سال سوم به بعد ۱۰ درصد تعیین کرده، فروش بیمه‌نامه‌های عمر تا حدودی رونق یافته است.

## اولین دوره‌های آموزشی بیمه نوین در سال ۹۲ در ارومیه برگزار شد

دوره آموزشی بیمه‌های مسئولیت برای کارکنان و نمایندگان بیمه نوین در آذربایجان غربی برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه نوین، با همکاری مدیریت بیمه‌های مسئولیت شرکت این دوره آموزشی برای کارکنان شعبه و ۳۵ نماینده فعال بیمه نوین در سطح استان با هدف ایجاد مهارت فنی و انگیزه در فروش برگزار شد.

چنور میرزایی رئیس شعبه ارومیه علاوه بر اعلام این مطلب افزود: این دوره آموزشی با تدریس مریم خادمی، معاون اداره نظارت بر صدور بیمه‌های مسئولیت با محورهای بیمه مسئولیت کارفرما در مقابل کارکنان در رشته پروژه‌های ساختمانی و عمرانی و فعالیت‌های صنعتی، خدماتی و بازرگانی و مسئولیت حرفه‌ای پزشکان و پیراپزشکان برگزار شد و در پایان دوره نیز از شرکت‌کنندگان آزمون کتبی و عملی به عمل آمد.

ماهنامه خبری، تحلیلی  
پیام نوین

Monthly  
Payam-e-Novin

خبر

### اصطلاحات رایج در بیمه

#### بیمه‌نامه مسئولیت عمومی (Public Liability Policy)

مسئولیت‌های قانونی که بر اثر وارد آمدن صدمه یا زیان غیر عمدی به دیگران ایجاد می‌شود، با این بیمه‌نامه تحت پوشش قرار می‌گیرد.

#### بیمه‌های بلند مدت

#### (Long Term Insurances)

بیمه خطرهایی است که دامنه پوشش آنها در یک دوره بیشتر از یکسال است و حق بیمه آنها از ابتدا بر اساس دوره بلند مدت محاسبه می‌شود. این نوع قراردادهای بیمه‌ای همانند بیمه‌های زندگی و پس‌انداز، منبع سرمایه‌گذاری ارائه می‌کنند.

#### تعهدات

#### (Warranties)

اصول اساسی در قرارداد بیمه که در صورت تخلف یکی از طرفین، به زیان دیده این اجازه را می‌دهد که قرارداد مذکور را فسخ نماید.

تعلق گرفت. همچنین ۴ شعبه نیز به دلیل دارا بودن ترکیب مناسب پرتفوی در شاخص بیمه‌های عمر معرفی و تقدیر شدند. شعب گیلان به ریاست سید هاشم قوامی، مازندران به ریاست ابوالقاسم قنبری، زنجان به ریاست زهرا رحمتی و قم به ریاست مریم مطوف از سوی مدیرعامل شرکت بیمه نوین با اهدای لوح و جایزه تقدیر شدند.

میرفخرایی، معاون امور شعب و بازاریابی شرکت به وضعیت تدوین بودجه و ابلاغ آن به شعب سراسر کشور اشاره کرد و مهم‌ترین نکته برای شعب در تحقق بودجه را رعایت و کنترل ضریب خسارت عنوان کرد.

گفتنی است در پایان این مراسم نیز عنوان شعبه نمونه شرکت بیمه نوین در سال ۹۱ به شعبه بندرعباس به ریاست علیرضا حسینی

## حضور بیمه نوین در هفتمین نمایشگاه بانک، بیمه و بورس



به گزارش روابط عمومی بیمه نوین، همزمان با برگزاری هفتمین نمایشگاه بین‌المللی بانک، بیمه و بورس دکتر محمد هاشم بت شکن، مدیرعامل بانک اقتصاد نوین، غلامعلی غلامی، مدیرعامل بیمه نوین و مدیران عامل شرکت‌های تابعه گروه اقتصاد نوین از جایگاه شرکت بیمه نوین در غرفه هلدینگ مجموعه نوین بازدید کردند.

هفتمین نمایشگاه بین‌المللی بورس، بانک و بیمه از ۱۷ لغایت ۲۰ اردیبهشت ماه در محل دائمی نمایشگاه‌های تهران برگزار شد.

## تقدیر از مقام زن و مادر در شرکت بیمه نوین



به گزارش روابط عمومی بیمه نوین، همزمان با ولادت حضرت فاطمه زهرا (س) و هفته تجلیل از مقام زن و مادر، ناهید عباسی، معاونت فنی بیمه نوین به نمایندگی از سوی مدیرعامل با اهدای گل از پرسنل زن شرکت تقدیر کرد.



شماره ۴۷  
اردیبهشت ۱۳۹۲





## بر آورد تابع تقاضای بیمه بدنه اتومبیل در ایران (طی دوره زمانی ۱۳۶۸-۱۳۸۸)

اتومبیل‌ها افزایش نیافته است، لذا شناخت عوامل مؤثر بر افزایش فروش بیمه‌نامه بدنه اتومبیل امری لازم و ضروری است.

با توجه به اهمیت موضوع، ارائه یک الگوی مناسب تقاضای بیمه بدنه اتومبیل می‌تواند به شرکت‌های بیمه در راستای توسعه صنعت بیمه و به تبع آن بهبود وضعیت اقتصادی کشور یاری رساند. همچنین بیمه بدنه اتومبیل همانند سایر رشته‌های بیمه‌ای در جذب پول‌های در دسترس مردم و صرف آنها در سرمایه‌گذاری‌های مولد و از این طریق بهبود فاکتورهای اقتصادی نظیر تولید ناخالص داخلی، درآمد ملی و در نهایت توسعه اقتصادی نقش مهمی ایفا می‌کند.

در این پژوهش با استفاده از اطلاعات دوره زمانی (۱۳۶۸-۱۳۸۸) از روش اقتصادسنجی خود توضیح‌برداری (VAR) و با بهره‌گیری از نرم‌افزار Eviews6 برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است، مدل مورد بررسی شامل (متغیرهای مستقل): درآمد ملی به قیمت‌های ثابت، شاخص بهای عمده‌فروشی ماشین‌آلات و وسایل نقلیه، میزان خسارت پرداختی، جمعیت، تعداد شعب و نمایندگی و (متغیر وابسته): میزان تقاضای بیمه بدنه اتومبیل است.

### ■ رگرسیون مدل اقتصادی:

$$LDE = F(LY, LP, LDM, LCR, LN)$$

LDE: لگاریتم تقاضای بیمه بدنه اتومبیل

نویسنده: فاطمه پاشایی؛  
کارشناس ارشد علوم اقتصادی

صنعت بیمه در سطح دنیا یکی از صنایع گسترده، پیچیده و حیاتی است. در قرن حاضر فعالیت‌های اقتصادی به نحوی شکل گرفته‌اند که تداوم آن بدون پشتوانه بیمه‌ای، سخت تحت تأثیر قرار می‌گیرد. این صنعت سالانه حجم ارزشی قابل توجهی را به خود اختصاص می‌دهد. امروزه بیمه‌های امثال نقش مهمی را در کشور ایفا می‌کنند؛ که از آن جمله می‌توان کمک به احیای وضعیت مالی بیمه‌گذار، جلوگیری از نابسامانی اقتصادی، حفظ موقعیت مؤسسات و نهادهای فعال، امکان انجام برنامه‌ریزی مالی و افزایش اطمینان و گسترش سرمایه‌گذاری اشاره نمود. در این پژوهش نگاه ما به صنعت بیمه از منظر بیمه‌های اموال و به طور اخص بیمه بدنه اتومبیل است.

امروزه افزایش تعداد خودروها و حجم سنگین ترافیک و در نتیجه بالا رفتن ضریب خسارات و تصادفات و همین‌طور پایین آمدن میانگین سنی رانندگان، گران قیمت بودن اتومبیل‌های جدید و بالا رفتن هزینه‌های مربوط به تعمیرات و دستمزدها و... اهمیت و نیاز به بیمه بدنه اتومبیل را پررنگ‌تر نموده است. از آنجایی که بیمه خودرو یکی از بزرگ‌ترین رشته‌های بیمه بازرگانی کشور است و با وجود نیازهای حیاتی و مبرم این نوع بیمه‌نامه، تقاضا برای آن نسبت به رشد تعداد

## اولین سمینار آموزشی بازاریابی و فروش در سال ۱۳۹۲

در پی روند رو به رشد بیمه عمر به دلیل علاقه‌مندی جامعه به خرید این بیمه و توجه شرکت‌های بیمه به این رشته شاهد تلاش شبکه فروش برای کسب مهارت‌های مورد نیاز در این رشته بیمه‌ای هستیم. همان‌طور که مستحضربید بیمه عمر یکی از محصولات بیمه‌ای است که علاوه بر پوشش ریسک زندگی فرد، جنبه سرمایه‌گذاری داشته و به عنوان یک خدمت اجتماعی از پیچیدگی‌های خاصی برخوردار است، لذا فروش این محصول نیازمند تخصص و توانایی خاصی است. با علم بر این واقعیت واحد آموزش در ادامه برگزاری کلاس‌های بازاریابی و فروش با توجه به درخواست‌های مکرر نمایندگان و در راستای ارتقای دانش بازاریابی نمایندگان و شبکه فروش، اولین سمینار آموزشی بازاریابی و فروش در سال ۱۳۹۲ را در روزهای سه شنبه و چهارشنبه در تاریخ‌های ۲۴ و ۲۵ اردیبهشت ماه از ساعت ۹ تا ۱۲ در محل سالن آف می تئاتر ستاد مرکزی شرکت با حضور ۹۰ نفر از نمایندگان (تهران و قم) برگزار نمود. در این سمینار دو روزه گزارشی از جایگاه فروش بیمه عمر، وضعیت فروش بیمه‌های عمر و ضرورت تلاش بیشتر در جهت توسعه بازار بیمه‌های عمر، توسط سرکار خانم عباسی معاونت محترم فنی و سرکار خانم رحیمیها مدیر محترم بیمه‌های اشخاص ارائه شد و در ادامه جناب آقای حمید امامی از مدرسین بازاریابی و فروش بیمه‌های زندگی (عضو انجمن MDRT و Top of the table از سال ۲۰۱۲) به بیان فنون مذاکره حرفه‌ای در فروش بیمه‌های عمر پرداخت و شرایط گوناگون در فروش و نحوه تعامل و برخورد با موضوعات را تشریح نمودند. در پایان این سمینار حاضران ضمن ابراز رضایت از سمینار، خواستار برگزاری دوره‌های مستمر و در سطوح مختلف در خصوص بازاریابی بیمه‌های عمر شدند.

ماهنامه خبری، تحلیلی  
پیام نوین

Monthly  
Payam-e-Novin

خبر



شماره ۴۷  
اردیبهشت ۱۳۹۲

۴

## غلامرضا مثنوی عضو جدید هیئت مدیره بیمه نوین شد

به گزارش روابط عمومی، در مراسمی که با حضور مدیرعامل، اعضای هیئت مدیره و معاونین و مدیران بیمه نوین برگزار شد، غلامرضا مثنوی به عنوان نماینده بانک اقتصاد نوین در هیئت مدیره بیمه نوین معرفی گردید. لازم به ذکر است مثنوی قائم مقامی بیمه ملت را در کارنامه خود دارد.

ماهنامه خبری، تحلیلی  
پیام نوین

Monthly  
Payam-e-Novin

خبر

## نکته دیگر

### سهام ایران از بیمه تکافل

در گزارش دفتر بیمه اسلامی جهانی (WIID) آمده است که سهم جهانی ایران از بیمه اسلامی به ۲۴.۲ درصد افزایش یافته است و تا پایان سال ۲۰۱۱ میلادی به ۱۷.۴ میلیارد دلار رسیده است. بیمه پزشکی و خانواده تکافل جز در ایران در باقی کشورهای منطقه نیز گسترش یافته است.

تکافل نه یک رشته بیمه‌ای، بلکه یک نظام بیمه اسلامی است. در تکافل، مشتریان بیمه توافق می‌کنند تا با تجمیع حق بیمه‌های پرداختی، دیون هر کدام از افراد نیازمند پرداخت شود؛ همانند بیمه‌های دو طرفه، بیمه‌گذاران در سود یا زبانی که از سرمایه‌گذاری وجوه تکافل در فعالیت‌های اقتصادی می‌شود، منتفع خواهند شد. تکافل در حقیقت راهی است که می‌تواند بازار بیمه را در حوزه‌هایی که بیمه متعارف قابلیت رشد ندارد یعنی در کشورهای مسلمان گسترش دهد.

تعداد مجریان تکافل در سراسر جهان به ۲۰۰ شرکت افزایش یافته است. در حال حاضر ۷۷ شرکت فعال در صنعت تکافل در خلیج فارس مستقر هستند و ۴۰ کشور نیز در خاور دور فعالیت می‌کنند.

(LP) در بلندمدت، باعث افزایش تقاضای بیمه‌بده اتومبیل به میزان ۰.۱۶ درصد می‌شود که در بلندمدت رابطه مثبت را نشان می‌دهد. (۳) ضریب متغیر میزان خسارت پرداختی نشان می‌دهد که به ازای یک درصد افزایش این متغیر در بلندمدت، تقاضای بیمه بده اتومبیل به میزان ۰.۵۲ درصد افزایش می‌یابد که در بلندمدت رابطه مثبت و معنی‌داری را نشان می‌دهد. (۴) ضریب متغیر جمعیت نیز نشان می‌دهد که در ازای یک درصد افزایش این متغیر در بلندمدت، تقاضای بیمه بده اتومبیل به میزان ۱۰.۶۵ درصد افزایش می‌یابد که در بلندمدت رابطه مثبت و معنی‌داری را نشان می‌دهد. این ضریب گویای آن است که تقاضای بیمه بده اتومبیل نسبت به جمعیت با کاهش است.

(۵) در آخر ضریب متغیر تعداد شعب و نمایندگان نشان می‌دهد که در ازای یک درصد افزایش این متغیر در بلندمدت، تقاضای بیمه بده اتومبیل به میزان ۰.۷۲ درصد افزایش می‌یابد که در بلندمدت رابطه مثبت و معنی‌داری را نشان می‌دهد.

به طور کلی نتایج به دست آمده حاکی از آن است که افزایش در درآمد ملی، شاخص بهای عمده‌فروشی ماشین‌آلات و وسایل نقلیه، میزان خسارت پرداختی، جمعیت و تعداد شعب و نمایندگی همگی اثرات مثبت و معناداری بر تقاضای بیمه بده اتومبیل دارند.

LY: لگاریتم درآمد ملی به قیمت‌های ثابت  
LP: لگاریتم شاخص بهای عمده‌فروشی ماشین‌آلات و وسایل نقلیه  
LDM: لگاریتم میزان خسارت پرداختی  
LCR: لگاریتم جمعیت  
LN: لگاریتم تعداد شعب و نمایندگی

پس از بررسی مانایی و نامانایی متغیرها و همچنین انجام آزمون‌های تعیین وقفه بهینه الگو و آزمون هم‌انباشتگی جوهانسون، تابع تقاضای بیمه بده اتومبیل به صورت زیر استخراج شده است:

$$LDE = 0.47LY + 0.16LP + 0.52LDM + 10.65LCR + 0.72LN$$

پس از حصول اطمینان از وجود رابطه بلند مدت بین متغیرهای موجود در مدل، به بررسی رابطه بلندمدت پرداخته شد:

(۱) ضریب متغیر درآمد ملی (LY) نشان می‌دهد که به ازای یک درصد تغییر درآمد ملی (LY) در بلند مدت، تقاضای بیمه بده اتومبیل (LDE) به میزان ۰.۴۷ درصد تغییر خواهد کرد، این ضریب نشان می‌دهد که متغیر درآمد ملی اثر مثبت و معناداری بر تقاضای بیمه بده اتومبیل دارد و همچنین کاهش تقاضای بیمه بده اتومبیل نسبت به درآمد ملی کوچکتر از یک است و لذا نمی‌توان بیمه بده اتومبیل را یک کالای لوکس دانست.

(۲) بر همین اساس یک درصد افزایش در شاخص قیمت عمده‌فروشی ماشین‌آلات و وسایل نقلیه

## در مراسم تودیع دکتر علی دهقانی از زحمات وی تقدیر به عمل آمد



طی مراسمی با حضور مدیرعامل، رئیس و اعضای هیئت مدیره، معاونین و مدیران شرکت از خدمات دکتر علی دهقانی در دوران تصدی مسئولیت‌شان تقدیر به عمل آمد. به گزارش روابط عمومی بیمه نوین، در متن تقدیرنامه‌ای که توسط مدیرعامل به وی اهدا شد، آمده است: "وظیفه خود دانسته تا از جانب خویش، اعضای محترم هیئت مدیره، مدیران و کارکنان شرکت از حضور ارزشمند جنابعالی در هیئت مدیره شرکت در طول سنوات گذشته تشکر و سپاسگزاری نماید. بدون تردید خاطره حضور صمیمانه و صادقانه جنابعالی به نیکی در بین همکاران، ماندگار خواهد ماند. سلامتی و مزید توفیق حضرت تعالی را از خداوند متعال مسئلت می‌نمایم."



شماره ۴۷  
اردیبهشت ۱۳۹۲

## سه راهکار برای فروش موفق

اگر شما فروشنده‌ای در صدد فروش محصول خود هستید، در هر صورت گاهی مجبور خواهید شد که ارزش‌های خود را به اطلاع مشتری برسانید. موفقیت در توجیه مشتری، موفقیت در تجارت است. برای تهیه یک پیام تأثیرگذار احتیاجی نیست که شما یک نویسنده یا سخنران حرفه‌ای باشید. می‌توان با استفاده از ۳ راهکار زیر نتایج قابل قبولی را بدست آورد:

### ■ الگوهای ذهنی مخاطب را به هم بریزید

سئوالات، بحث‌های متفرقه و واقعیت‌های اجتماعی را پیش بکشید. به این ترتیب ذهن مخاطب تحریک می‌شود و الگوهایی که در ذهن او قرار دارد، از بین می‌رود و حواس مخاطب متمرکز می‌شود. پرسیدن سؤال بسیار مفید است زیرا ذهن را به حالت پاسخگویی و آمادگی در می‌آورد. تأثیر روانی این تکنیک همین است که ذهن مخاطب را تحریک می‌کند تا برای شنیدن حرف‌های شما آماده شود.

■ **روی مشکل مشتریان تمرکز کنید**  
آیا موضوع اصلی صحبت‌های شما ارائه راه حل است؟ قبل از اینکه راه حل خود را مطرح و روی آن پافشاری کنید، مطمئن شوید که مخاطب شما مسئله و مشکل خود را کاملاً حس کرده و درگیر آن شده است. با دوباره طرح کردن مسئله، مشتری را متوجه اهمیت موضوع نمایید. هنگامی که شنونده با حرکات سر خود شروع به تأیید مسائل و مشکلات مطرح شده نمود، زمان ارائه و فروش راه حل فرا رسیده است.

### ■ یک تصویر ذهنی برای مشتری ایجاد کنید

مردم افکار خود را با تصاویر به خاطر می‌سپارند. به همین علت امروزه آر‌ها و تصاویر تبلیغاتی بسیار کارا شده‌اند. نفوذ به بخش تصویری مغز، قوی‌ترین راه برای ایجاد ارتباط با افراد است. بهترین راه ارائه تصویر ذهنی به مخاطب است. این روش را می‌توان در صحبت کردن با یک فرد یا یک گروه به کار گرفت.

منبع: ایده پویا

## بیمه در کویت



در بین کشورهای شورای همکاری خلیج فارس، نخستین شرکت بیمه در کویت و شورای همکاری خلیج فارس کار خود را آغاز کرد. شرکت "گالف اینشورنس" (GING) در سال ۱۹۶۲ تأسیس شد که در حال حاضر یکی از پیشروترین شرکت‌ها در خلیج فارس محسوب می‌شود. "گالف اینشورنس" با اختصاص دادن ۲۷ درصد از سهم بازار، بر صنعت بیمه کویت نفوذ گسترده‌ای دارد.

از سوی دیگر، شرکت "تکافل اینشورنس" (FTI) و "وئاثا" (WETHAQ) در بخش بیمه تکافل فعالیت می‌کنند و هر دو شرکت اصول اولیه بیمه تکافل را با دقت در کویت بررسی و اجرا می‌کنند. شرکت "کویت ری اینشورنس" (KWUA - TRE)، نیز نخستین شرکت بیمه اتکالی بوده است که فعالیت خود را در کویت آغاز کرده است. در قیاس با شرکت‌های دیگر، نسبت انباشت سود این شرکت در سال ۲۰۰۹ با ۹۵.۳۲ درصد، بالاترین رقم را به خود اختصاص داده است. این رقم در پایان ۲۰۱۰، ۹۶.۸۹ درصد بود که بدون شک انعکاسی از فعالیت خوب تجاری آن بوده است. پس از این شرکت، گالف اینشورنس بیشترین سود انباشته را به خود اختصاص داده است.

به گفته کارشناسان، شکوفایی اقتصادی در سال‌های اخیر در کنار رشد جمعیت جوان که به رشد صنعت بیمه کمک شایانی می‌کند، از مهمترین دلایل رشد بخش بیمه خلیج فارس و به ویژه کشور کویت است. از سوی دیگر، اجرای پروژه‌های جدید زیرساختاری در منطقه پتانسیل خوبی را در این منطقه به وجود آورده است که به باور تحلیل‌گران نیاز اصلی این صنعت به شمار می‌رود.

در طول سال‌های گذشته اکثر کشورهای منطقه خلیج فارس دیدگاه و نظریات مطرح شده درباره بیمه و بیمه اسلامی تکافل را به درستی پذیرفته‌اند. اما بخش بیمه کویت هنوز با چالش‌های متعددی نظیر عدم آگاهی فرهنگی، مخالفت‌های مذهبی علیه بیمه و نقصان قوانین دست و پنجه نرم می‌کند.

منبع: صنعت بیمه

در بین کشورهای شورای همکاری خلیج فارس، نخستین شرکت بیمه در کشور کویت تأسیس و پایه‌گذاری شد و به دنبال آن صنایع عمده و بی‌شماری در کویت تحت پوشش بیمه قرار گرفته‌اند.

به باور کارشناسان بازار بیمه کویت بازاری در حال رشد است و پتانسیل سودهای کلانی را در بخش بیمه دارد. همراه با ادامه افزایش قیمت انرژی، دولت کویت هم پروژه‌های گوناگونی را در دست اجرا دارد که به طور حتم اجرای آنان به سود بیشتر در صنعت بیمه منجر می‌شود. بیمه‌های غیرعمر بیشتر سهم بازار را به خود اختصاص داده‌اند. سهم بازار بیمه‌های غیرعمر در سال‌های گذشته رشد سریعی داشته است. طبق گزارش‌های منتشر شده، این بخش از بیمه تنها طی یک سال یعنی از سال ۲۰۰۵ میلادی تا ۲۰۰۶ به ناگه از ۱۰.۸ درصد به ۱۷.۸ درصد رسید. این در حالی است در سال ۲۰۰۶ و ۲۰۰۸ حق بیمه‌های مستقیم در بخش بیمه‌های غیرعمر به ترتیب ۴۷۰ و ۶۸۴ میلیون دلار بوده است.

مهمترین دلیل این رشد مستمر طی سال‌های ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۵، اجرای طرح بیمه درمانی اجباری برای مهاجران است که تا پایان ۲۰۰۵ منجر به رشدی بیش از ۵۸.۵ درصد شده است. این در حالی است که در سال ۲۰۰۸ حق بیمه تولیدی بیمه‌های عمر به ۱۰۶ میلیون دلار رسیده بود. صنعت بیمه کشور کویت سه گروه اصلی را در بر می‌گیرد؛ شرکت‌های بیمه ملی، بیمه عربی و بیمه خارجی بازیگران اصلی هستند که هر کدام از این شرکت‌های اصلی، خود رهبری و نظارت چندین شرکت بیمه را بر عهده دارند و شرکت‌های فرعی زیر نظر شرکت‌های اصلی به فعالیت مشغول هستند.

در حال حاضر، هفت شرکت عمومی در اندازه‌های مختلف و با فعالیت‌های گوناگون فعال در بازار بورس این کشور حضور دارند. شرکت "کویت اینشورنس" (KING) در سال ۱۹۶۰ به عنوان

ماهنامه خبری، تحلیلی  
پیام‌نوین

Monthly  
Payam-e-Novin

خبر



شماره ۴۷  
اردیبهشت ۱۳۹۲

۶

۱) حداقل چند درصد از پرسنل یا اعضای بیمه‌گذار در ابتدای قرارداد بیمه عمر گروهی می‌بایست تحت پوشش قرار گیرند؟  
 الف) ۵۰ درصد  
 ب) ۷۰ درصد  
 ج) ۱۰۰ درصد  
 د) هیچکدام

۲) در بیمه باربری در صورتی که اختلافی بین بیمه‌گر و بیمه‌گذار در زمان خسارت حادث شود کدام یک از شرایط ملاک عمل قرار گرفته و بر شرایط دیگر اولویت پیدا می‌کند؟  
 الف) شرایط عمومی  
 ب) شرایط پیوست  
 ج) شرایط خصوصی  
 د) موضوع از طریق محاکم پیگیری می‌شود و محاکم یکی از شرایط را ملاک قرار می‌دهند.

۳) فرانشیز خطر اضافی طوفان چند درصد است؟  
 الف) ۱۰ درصد  
 ب) ۱۵ درصد  
 ج) ۲۵ درصد  
 د) یک درصد سرمایه مورد بیمه

### برنده شماره قبل: آقای سجاد سوری

پاسخ‌های شماره قبل: ■ سؤال ۱ گزینه ج ؛ ■ سؤال ۲ گزینه ج ؛ ■ سؤال ۳ گزینه الف

## پا یا کفش؟!

کفش‌هایش انگشت نما شده بود و جیبش خالی! روزی از کنار مغازه‌ای می‌گذشت؛ مایوسانه به کفش‌ها نگاه کرد و غصه‌ناداشتن بر همه وجودش چنگ انداخت. ناگاه! جوانی کنارش ایستاد، سلام کرد و با خنده گفت: چه روز قشنگی! مرد نگاهی به جوان انداخت و از تعجب دهانش باز ماند! جوان خوش‌سلیما و خندان، پاهایش از زانو قطع بود! مرد هاج و واج پاسخ سلامش را داد و با شرمندگی از او دور شد. لحظاتی بعد عقل گریبانش را گرفته بود و بر او نهیب می‌زد که "غصه می‌خوردی کفش نداری و از زندگی و دنیا دلگیر بودی! دیدی آن جوانمرد را که پا نداشت؛ اما از زندگی خوشنود بود! به خانه که رسید از رضایت لبریز بود..."

کتاب "میانی نرخ‌گذاری بیمه" نوشته جف ورنر و کلادین است که از سوی پژوهشکده بیمه منتشر شده است. نرخ‌گذاری به عنوان یکی از مسئولیت‌های اصلی اکچوئری به شمار می‌رود. اکچوئری بسته به شرایط خاص از روش‌های متنوعی برای نرخ‌گذاری استفاده می‌کند. هدف "انجمن اکچوئری حوادث" نیز از تدوین کتاب جدید میانی نرخ‌گذاری، جایگزین کردن یک سری متون موجود در برنامه آموزش پایه تا سال ۲۰۰۷ با یک کتاب آموزشی منحصر به فرد بود.

کتاب حاوی هفت فصل با عناوین مقدمه، دفترچه تعرفه نرخ‌گذاری، داده‌های نرخ‌گذاری، معرض خطر، حق بیمه، خسارات و هزینه‌های ارزیابی خسارت و سود سایر هزینه‌هاست.



## انتصاب

■ طی حکم‌های جداگانه‌ای از سوی مدیرعامل بیمه نوین؛ آقای محمدجعفر شاه علی به ریاست دفتر منطقه ۳ و شعبه کرمان خانم‌ها صدیقه فلاحتکار به ریاست شعبه رشت و هدی عباسی به معاونت شعبه سمنان منصوب شدند. ضمن تبریک به این عزیزان برایشان آرزوی موفقیت می‌کنیم.

## تبریک تولد

خانم‌ها مهناز رضایی، ویدا کوثر زاده، الهام شکیل زاده، پریسا انصاری، فرزانه کوهه نقش، سمیه ارفعی، سمیه اسدی، الهام السادات اسماعیل زاده، فاطمه احدپور، عزیزه شهبازی، ندا یعقوبی، زهرا بهرامی، شیواسادات زواره، حدیث ریحانی فر، سارا صالحی، مریم نوروزی و آقایان علی اکبر کلاته، رامین دست نشان، مهدی اکبری نیک، بهزاد حسنی قاین، علی جوادیان، کمال ترابی، مهدی سلگی، علیرضا خلیلی، محمد ممتحنی، علی رحیمی، امید دانشی، سیدمجید باقرزاده، فرج اله جعفری، سید محمد علی امیر فاطمی، مهدی محمدی، محمدرضا بزرگ پور، ابوالفضل مطیع پور، محمدمبین غلامی، محمدرضا درویشی و مرتضی دهقان متولد اردیبهشت ماه تولدتان بهانه‌ای است برای صمیمانه‌ترین شادباش‌ها و قدردانی از زحمات فراوانتان در شرکت بیمه نوین. تبریک ما توأم با آرزوی بهترین‌ها برای روزهای پیش رو را پذیرا باشید.

## تولد فرزند:

■ همکاران گرامی؛ خانم مهری سعیدی راد و آقایان حسین افراز و ناکو زنده دلان، حامد دهبند، شهاب ماژجه، یونس فولادی و رامین دست نشان تولد ارمان زندگی‌تان را صمیمانه تبریک می‌گوییم. امیدواریم قدم‌های فرشته‌های کوچک‌تان روح بخش زندگی و سروش شادی‌تان باشد.

## تسلیت

سرکار خانم حدادی؛ همکاران شما در بیمه نوین ضمن عرض تسلیت با آرزوی صبر و سلامتی برای شما و خانواده محترم‌تان، از پروردگار بی‌همتا برای آن عزیز رستگاری و مغفرت مسئلت می‌نمایند.







میلادفر خنده حضرت فاطمه (س) و امام علی (ع) دو ستاره درخشان آسمان عشق و وارستگی را به همه همکاران عزیز تبریک می گوئیم.

## Payam-e-Novin Monthly

آدرس پورتال: [www.novininsurance.com](http://www.novininsurance.com)  
 پست الکترونیک: [info@novininsurance.com](mailto:info@novininsurance.com)  
 تلفن روابط عمومی: ۲۲۲۷۱۷۳۱ دورنگار: ۲۲۹۲۳۸۴۶  
 نشانی: تهران - بلوار میرداماد - میدان مادر - خیابان بهروز - نیش خیابان یکم - پلاک ۱۱  
 کد پستی: ۱۹۱۱۹۳۳۱۸۳ صندوق پستی: ۵۸۸۸-۱۵۸۷۵

شماره ۴۷ اردیبهشت ۱۳۹۲  
 ماهنامه خبری، تحلیلی پیام نوین  
 تهیه و تولید: روابط عمومی شرکت بیمه نوین  
 زیر نظر هیئت تحریریه  
 سردبیر: آرش بابایان  
 دبیر تحریریه: زهره گلدار  
 گرافیک: شهرزاد خیار، فریبا امامی  
 عکس: احمد ستاریان



## روزه شکن

تا دهان بسته ام از نوش لبان می برم آزار  
 من اگر روزه بگیرم رطب آید سر بازار  
 تا بهار است دری از قفس من نگشاید  
 وقتی این در بگشاید که گلی نیست به گلزار  
 هرگز این دور گل و لاله نمی خواستم از بخت  
 که حریفان همه زار از من و من از همه بیزار  
 هر دم از سینه ی این خاک دلی زار بنالد  
 که دلی بودم و بازیچه ی گلچین دل آزار  
 گل بجوشید و گلابش همه خیس عرق شرم  
 که به یک خنده ی طفلانه چه بود آن همه آزار  
 چشم نرگس نگران است ولی داغ شقایق  
 چشم خونین شفق ببند و ابر مه زار  
 ابر از آن بر سر گل های چمنزار بگیرد  
 که خزان ببندد و آشفتن گل های چمنزار  
 شهریارست و همین شیوه ی شیدایی بلبل  
 بگزارید بگیرد به هوای دل خود زار  
 شهریار

## تیتیر - خبر

**باشگاه خبرنگاران جوان:** با حکم رئیس کل بیمه مرکزی، سید احمد قاسمی رئیس پژوهشکده بیمه شد.

**فارس:** رئیس کل بیمه مرکزی با اشاره به طرح کمیسیون تلفیق برای کاهش حق بیمه شخص ثالث، از کاهش ۵ درصدی این حق بیمه در صورت تصویب نهایی مجلس خبر داد.

**ریسک نیوز:** تحقیق و تفحص از بیمه مرکزی کلید خورد.

**توسط شورای عالی بیمه:** آیین نامه ضوابط تأسیس مؤسسات بیمه غیردولتی اصلاح شد.

**رئیس کل بیمه مرکزی:** امسال ۵ درصد از اتکایی اجباری بیمه های زندگی و ۵ درصد هم از بیمه های غیر زندگی کاهش یافت.



## معرفی منطقه ۵ بیمه نوین

مقابل آن مراکز صنعتی و تجاری رشد چندانی پیدا نکرده اند، طبیعی است که میزان فروش بیمه نامه شخص ثالث به نسبت سایر رشته ها همچنان بالا باشد و درصد قابل توجهی از شبکه فروش را به خود اختصاص دهد. لذا برای جلوگیری از خسارت های این رشته با انتخاب نوع خودرو و آنالیز ایجاد شده خسارت احتمالی این رشته کنترل گردیده است و در سایر رشته ها نیز برنامه آموزشی مدون برای گسترش شبکه فروش صورت گرفته است.

**■ به نظر شما برای گسترش فروش بیمه های زندگی در منطقه پنج چه تدابیری را می توان به کار گرفت؟**  
 این منطقه در سال ۹۲ با توجه به انتظارات ستاد و رعایت بودجه ابلاغی اقدام به آموزش نمایندگان و گسترش فعالیت آنان در مناطق روستایی نموده است که طی یک ماه سال جاری میزان فروش در بیمه های زندگی به صورت چشم گیری رشد مناسبی پیدا کرده است. به نظر من برای فروش بیمه های زندگی، شرکت باید به جذب افراد متخصص در حوزه آموزش و راه اندازی شبکه فروش بیمه های زندگی به صورت کاملاً تخصصی و نظام مند اقدام نماید تا این شبکه با برنامه ریزی مناسب بتواند درصد قابل توجهی از پرتفوی مورد انتظار را در این خصوص مهیا نماید.

**■ رتبه منطقه پنج را در مقایسه با سایر مناطق چگونه ارزیابی می کنید؟**  
 با توجه به این که منطقه پنج کمترین مراکز صنعتی و تجاری را دارد و اغلب مشاغل در بخش کشاورزی فعال است لیکن با خوش نامی و جذب بیمه گذاران خرد و کلان در منطقه در جایگاه چهارم هستیم.

**■ برای گسترش فرهنگ بیمه ای در این منطقه چه اقدامات و طرح هایی در نظر دارید؟**

یکی از مهمترین برنامه های این منطقه آموزش چهره به چهره مشتریان و نیازسنجی مراکز به پوشش های بیمه ای مناسب است که با برگزاری کلاس های آموزشی و حضور در سمینارها و نشست های گروهی همواره بیمه را به عنوان یک سرمایه به مشتریان خود ارائه نموده است.

**■ جایگاه منطقه را در بخش های مختلف کشور (صنعتی، خدماتی، کشاورزی و...) چگونه ارزیابی می کنید؟**  
 این منطقه در بخش های مختلف کشوری رتبه هفدهم را به خود اختصاص داده است.

**■ ترکیب پرتفوی منطقه به لحاظ نوع شبکه فروش چگونه است؟**

با توجه به این که رشد حق بیمه های ثالث در سال های اخیر و تعداد اتومبیل هایی که در اختیار افراد است به صورت قابل توجهی افزایش یافته و در

علی قمری دارای مدرک کارشناسی مدیریت از سال ۸۶ به عنوان سرپرست منطقه غرب با شرکت بیمه نوین همکاری دارد. با وی در خصوص فعالیت ها و عملکرد منطقه پنج و شعب تحت سرپرستی ایشان به گفتگو پرداخته ایم.

**■ در خصوص شبکه نمایندگی و شعب تحت سرپرستی منطقه پنج توضیح دهید.**

از آغاز فعالیت این سرپرستی، برنامه ریزی و سازماندهی لازم در خصوص ایجاد یک شبکه فروش توانمند با پراکندگی جغرافیایی مناسب صورت گرفته است و در حال حاضر ۱۹۶ نمایندگی فعال در منطقه مشغول ارائه خدمات بیمه ای به مشتریان شرکت هستند.

**■ در خصوص عملکرد بیمه ای منطقه توضیح دهید.**

منطقه پنج شامل استان های همدان، کرمانشاه و سنندج است که با در نظر گرفتن شاخص رضایت مندی مشتریان و جذب بیمه گذاران به خوبی توانسته است پرتفوی قابل قبولی در رشته های مختلف کسب نماید و با توجه به عملکرد مناسب و ضریب خسارت قابل قبول توانسته ایم رتبه پنجم تا دهم کشوری را در شرکت بیمه نوین به خود اختصاص دهد.