



◀ پیام تبریک نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل
بیمه پارسیان به مناسبت سالروز تاسیس شرکت

با ارایه محصولات جدید بیمه های زندگی؛
حضور فعال و پررنگ بیمه پارسیان در
سی و پنجمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران

بخارنیمه و بسازیم

در کنار کتابخانه
نخستین و بزرگترین



◀ با ادامه روند صعودی سودآوری؛
شروع پر قدرت بیمه پارسیان در سال ۱۴۰۳



بیمه های نفت و انرژی

بیمه پارسیان، حافظ سرمایه های ملی

Insurance Coverage & Risk Management
Services Provider in:

- ✓ Upstream Energy Industries
- ✓ Downstream Energy Industries



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان

www.parsianinsurance.ir

مرکز ارتباطات: ۸۲۵۹



شماره هفتاد و دو فروردین و اردیبهشت ماه ۱۴۰۳



پیام تبریک نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان به مناسبت سال زرتاسپین شرکت

با احترام و تبریک به شما مدیران ارشد و هیات مدیره محترم و به شما مدیران و کارکنان عزیز و به شما مشتریان و همکاران گرامی، سال نو مبارک و سال زرتاسپین شرکت را تبریک عرض می‌کنم. امیدوارم در سال پیش رو، با همکاری و همفکری شما، شاهد موفقیت‌های روزافزون شرکت باشیم.

خدمات رسانی تیم های خسارت سلبیمه پارسیان در ایام نوروز

تیم‌های تخصصی خسارت سلبیمه پارسیان در ایام نوروز، با رعایت دقیق پروتکل‌های بهداشتی و ایمنی، خدمات رسانی خود را به مشتریان عزیز ادامه می‌دهند. هدف ما از تسریع در پرداخت خسارت، بازگشت به حالت عادی مشتریان عزیز است.

با اقامه روزه صدوی سوادری: شروع بفرزت بیمه پارسیان در سال ۱۴۰۳

بیمه پارسیان با اقامه روزه صدوی سوادری، شروع بفرزت بیمه پارسیان در سال ۱۴۰۳ را با اقامه روزه صدوی سوادری آغاز کرده است. این اقدام نشان‌دهنده تعهد و مسئولیت‌پذیری شرکت در قبال مشتریان و جامعه است.

مکتب خوشگرمه بیمه پارسیان در ۱۴۰۲ گامی بلند در مسیر موفقیت

مکتب خوشگرمه بیمه پارسیان در سال ۱۴۰۲، با برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی، گامی بلند در مسیر موفقیت برداشته است. این دوره‌ها به ارتقای مهارت‌های کارکنان و بهبود خدمات رسانی منجر شده است.

فصل شکفتگی بیمه‌های مسئولیت بیمه پارسیان با سبیلوات و طرح‌های متنوع

بیمه پارسیان با سبیلوات و طرح‌های متنوع، فصل شکفتگی بیمه‌های مسئولیت را آغاز کرده است. این طرح‌ها با پوشش‌های گسترده، نیازهای متنوع مشتریان را برطرف می‌کند.

بازای محصولات جدید بیمه‌های زندگی حضور فعال و پررنگ بیمه پارسیان در سی و پنجمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران

بیمه پارسیان در سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، با حضور فعال و پررنگ، محصولات جدید بیمه‌های زندگی خود را به مشتریان عزیز معرفی کرد. این محصولات با پوشش‌های گسترده و کارمزدهای مناسب، نیازهای مشتریان را برطرف می‌کند.

ریسک نرخ ارز

بیمه پارسیان با ارائه خدمات تخصصی، ریسک نرخ ارز را برای مشتریان عزیز مدیریت می‌کند. این خدمات با پوشش‌های گسترده، نیازهای مشتریان را برطرف می‌کند.

مزوری برشته باربری ترانزیت

بیمه پارسیان با ارائه خدمات تخصصی، ریسک باربری ترانزیت را برای مشتریان عزیز مدیریت می‌کند. این خدمات با پوشش‌های گسترده، نیازهای مشتریان را برطرف می‌کند.

امضای تقاضنامه بیمه پارسیان با ادای کل نوسازی مدرن استان لرستان

بیمه پارسیان با امضای تقاضنامه بیمه، ادای کل نوسازی مدرن استان لرستان را مدیریت می‌کند. این اقدام نشان‌دهنده تعهد و مسئولیت‌پذیری شرکت در قبال مشتریان و جامعه است.

پرچم بیمه پارسیان بر فراز قلعه‌ها به اهتزاز درآید

بیمه پارسیان با پرچم‌های خود، بر فراز قلعه‌ها به اهتزاز درآید. این اقدام نشان‌دهنده تعهد و مسئولیت‌پذیری شرکت در قبال مشتریان و جامعه است.

چگونه با ماهوار مسئولیت بیمه‌ها را تغییر می‌دهند ضرورت‌ها حکمیت داده

بیمه پارسیان با تغییر ماهوار مسئولیت بیمه‌ها، ضرورت‌ها حکمیت داده است. این اقدام نشان‌دهنده تعهد و مسئولیت‌پذیری شرکت در قبال مشتریان و جامعه است.

- مدیرمسئول: افشین نوری
- سردبیر: سیمین نصرالهی
- دبیر تحریریه: حمیده حاجی جعفر
- عکس و هماهنگی: حسین نیساری
- گرافیک و صفحه آرایی: سمیه رفیعی
- نشانی: خیابان ولی عصر، بالاتر از میرداماد
- خیابان قبادیان غربی، پلاک ۲۲
- کدپستی: ۱۹۶۹۳۳۴۳۱
- تلفن: ۴۲۱۶۹۳۴۱
- دورنگار: ۴۲۱۶۹۳۴۶
- پست الکترونیکی: info@parsianinsurance.com
- وبسایت: www.parsianinsurance.ir

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

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

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

پیام تبریک نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان به مناسبت سالروز تاسیس شرکت



♦ در دنیای پویای امروز، شرکتها و سازمانها برای حرکت در مسیر رشد و تعالی نیازمند برنامه‌ریزی‌های هدفمند، سرمایه انسانی متعهد، متخصص، تلاشگر و کارآمد هستند تا بتوانند همواره در این مسیر رشد حرکت نمایند.



خوشبختانه، بیمه پارسیان در طول بیش از دو دهه فعالیت خود، با بهره‌مندی از چنین سرمایه‌های ارزشمندی، توانسته است گام‌های بلندی در مسیر تعالی بردارد و به عنوان یکی از نمونه‌های موفق شرکت‌های بیمه خصوصی کشور، جایگاه خود را در این عرصه تثبیت کند. بدون شک، با اتکا به تعهد، تخصص و تلاش بی‌وقفه تمامی اعضای خانواده بزرگ بیمه پارسیان، این امر محقق شده است.

ارایه بهترین خدمات بیمه‌ای، سودآوری مستمر و تنوع در ارائه خدمات در همه انواع رشته‌های بیمه‌ای به صورت کاملاً حرفه‌ای، از جمله افتخارات بیمه پارسیان در این سالها بوده است.

اینجانب، ضمن تبریک سالروز تاسیس این شرکت به تمامی اعضای خانواده بزرگ بیمه پارسیان اعم از سهامداران، کارکنان، نمایندگان و

بیمه‌گذاران، امیدوارم که با تلاش و همدلی مضاعف، شاهد تداوم موفقیتها و دستاوردهای بیشتر این شرکت در سالهای آتی باشیم. و من... توفیق

هادی اویار حسین

نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل

خدمات رسانی تیم های خسارت سیار بیمه پارسیان در ایام نوروز



♦ در راستای افزایش رضایتمندی و به منظور تسریع و تسهیل در ارائه خدمات به بیمه‌گذاران، تیم‌های سیار کارشناسی خسارت خودرو بیمه پارسیان در محل‌های اعلام شده فعال و خدمت رسانی کردند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با نزدیک شدن به تعطیلات نوروز و با توجه به حجم بالای تردهای جاده‌ای و نیاز به ارائه خدمات بیشتر به مسافران نوروزی، شرکت بیمه پارسیان مانند سال‌های گذشته، علاوه بر ارائه خدمات در شعب صدور و خسارت، تیم‌های خسارت سیار را در بزرگراه‌های پرتردد کشور، به ویژه بزرگراه‌های ورودی و خروجی شهر تهران، شهرهای اهواز و آبادان و همچنین مسیرهای مناطق شمالی کشور، مستقر و به ارائه خدمات به بیمه‌گذاران بیمه‌های خودرو پارسیان پرداختند.

این اقدامات در راستای رفاه مشتریان بیمه پارسیان و توجه به اصل مشتری مداری و به منظور تسهیل دسترسی به خدمات این شرکت انجام می‌شود و همواره جزو اولویت‌های اصلی این شرکت قرار دارد.

فعالیت تیم های خسارت سیار بیمه پارسیان در ایام نوروز

۰۲۱-۸۲۵۹



با ادامه روند صعودی سودآوری؛

شروع پر قدرت بیمه پارسیان در سال ۱۴۰۳

اما در فروردین سال جاری یک اتفاق خاصی افتاده که نشان از وضعیت مناسب شرکت دارد چرا که نسبت خسارت این شرکت در فروردین ۱۴۰۳ به عدد ۲۸ درصدی رسید که در صنعت بیمه ایران در سال جاری نادر است. این وضعیت نزولی نسبت خسارت از سال ۱۳۹۹ شروع شد و از رقم ۷۷ درصد به ۲۸ درصد در سال جاری رسید که نشان از پایین بودن ریسک پرتفوی شرکت دارد. این شرکت در فروردین سال جاری ۱۴ هزار میلیارد ریال درآمد ناخالص را ثبت کرده که نسبت به دوره مشابه در سال گذشته رشدی حدود سه برابری داشته است. پیش بینی کارشناسان نشان می دهد که این شرکت در سه ماهه سوم به خرداد ۱۴۰۳ درآمد بیمه ناخالص ۳۴ هزار میلیارد ریالی را محقق می کند که رشدی حدود سه برابری نسبت به دوره های قبل خواهد بود و ذخایر حق بیمه هم در خرداد امسال به رقم بزرگ ۹۴ هزار و ۸۵۴ میلیارد ریالی می رسد. این گزارش می افزاید: در فروردین امسال خبر پیگیری افزایش سرمایه شرکت منتشر شده و هیات مدیره شرکت طی نامه ای خبر داده که افزایش سرمایه شرکت از رقم ۱۳ هزار میلیارد ریال به رقم ۱۶ هزار میلیارد ریالی از محل انباشته و اندوخته سرمایه در حال پیگیری است. در حال حاضر و بر اساس گزارش مالی آذر ۱۴۰۲ مبلغ سود انباشته شرکت مبلغ چهار هزار و ۷۶۵ میلیارد ریال است و نشان از قدرت این شرکت در سودآوری دارد. همچنین سرمایه گذاری شرکت در همین دوره با رشدی ۱۷ درصدی به ۳۴ هزار و ۷۷۶ میلیارد ریال رسید.

پیش بینی کارشناسان نشان می دهد که این شرکت در سه ماهه سوم به خرداد ۱۴۰۳ درآمد بیمه ناخالص ۳۴ هزار میلیارد ریالی را محقق می کند که رشدی حدود سه برابری نسبت به دوره های قبل خواهد بود و ذخایر حق بیمه هم در خرداد امسال به رقم بزرگ ۹۴ هزار و ۸۵۴ میلیارد ریالی می رسد. بیمه پارسیان در سال جاری با بستر سازی های که در گذشته انجام داده بود توانسته عملکرد درخشانی را به نمایش بگذارد. هم به نسبت خسارت خاصی دست یافت و هم رشد درآمد ناخالص سه برابری را نسبت به دوره های مشابه در سال های قبل تجربه کرد. بیمه پارسیان که با برنامه ریزی های دقیق و بسترسازی های مناسب برای رشد پایدار توانسته در سال گذشته رشد بالای ۵۸ درصدی را تجربه کند در سال جاری هم در مدار رشد بوده و به دلیل استراتژی های مناسب رشد بالاتری را تجربه خواهد کرد تاجایی که در یک ماه ابتدایی رشدی سه برابری را ثبت کرد. این شرکت دارای پرتفوی متناسبی است که برخی از رشته های خاص را در صنعت بیمه ایران نمایندگی می کند. علاوه بر این در سرمایه گذاری که بعضاً از محل ذخایر و اندوخته های فنی و قانونی است روند مناسبی را به نمایش گذاشته است. بررسی ها نشان می دهد، این شرکت با ترکیب مناسب پرتفوی قوی، سید بهینه و مدیریت ریسک عملکرد شایان توجهی را در سال گذشته ثبت کرده و رشدی ۵۸ درصدی در حق بیمه تولیدی را تجربه و به عدد بالاتر از ۲۳ هزار میلیارد ریال دست یافت.

فصل شگفت انگیز بیمه های مسئولیت بیمه پارسیان با تسهیلات و طرح های متنوع

شرکت بیمه پارسیان با هدف ارائه خدمات نوین و حمایت از اقشار مختلف جامعه، همزمان با آغاز فصل بهار، جشنواره های فروش و طرح های ویژه ای را در نظر گرفته است. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان: "جشنواره بهار" سال ۱۴۰۳ در تمامی رشته های بیمه مسئولیت، از ابتدای سال جاری لغایت پایان خردادماه با تسهیلات ۱۵ الی ۴۰ درصدی برای بیمه گزاران جدید و پروژه های جدید بیمه گزاران قدیم آغاز شد. همچنین با شروع تفریحات ساحلی، بیمه پارسیان طرح "آرامش ساحل پارسیان" را با هدف حمایت از جامعه قایقرانان آغاز کرده و تسهیلات ویژه ای در بیمه نامه مسئولیت مدنی دارندگان انواع قایق های تفریحی ارائه می دهد. بر اساس این گزارش، با توجه به سفرهای بین شهری، طرح "بیمه مسئولیت مدنی مدیران واحدهای اقامتی" با شرایط ویژه به مدیران واحدهای اقامتی ارائه می گردد. در ادامه این شرکت اعلام کرد: طرح ویژه مهندسیین مجری، ناظر، طرح و محاسب ساختمان نیز با شرایط و تسهیلات ویژه ارائه شده است. علاقه مندان جهت کسب اطلاع از تمامی تسهیلات اعلام شده می توانند به شعب و نمایندگی های بیمه پارسیان در سراسر کشور مراجعه نمایند.

عملکرد چشمگیر بیمه پارسیان در سال ۱۴۰۲: گامی بلند در مسیر موفقیت

بیمه پارسیان سال ۱۴۰۲ را با رشد ۵۸ درصدی پشت سر گذاشت. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان: این شرکت در سال ۱۴۰۲ با عملکردی چشمگیر، رشدی ۵۸ درصدی در حق بیمه تولیدی را تجربه کرد و به رقمی بیش از ۱۲۳ هزار میلیارد ریال دست یافت. بر اساس این گزارش، این رشد در اکثر حق بیمه های صادره در رشته های مختلف بیمه ای و همچنین افزایش قابل توجهی در تعداد بیمه نامه های صادره نسبت به سال قبل همراه بوده است. از عوامل موثر در رسیدن به این موفقیت و روند رو به رشد آمار عملکرد شرکت بیمه پارسیان، ترکیب مناسب پرتفوی، سید بهینه و مدیریت ریسک این شرکت می باشد که با هدف گذاری صحیح و برنامه ریزی دقیق در ابتدای سال ۱۴۰۲ محقق گردید و در پایان سال نتایج بسیار مطلوبی از لحاظ فروش و سودآوری برای شرکت به ارمغان آورد. همچنین از دیگر عوامل تاثیرگذار می توان به تنوع خدمات، نوآوری در ارائه محصولات بیمه ای، توسعه شبکه فروش و افزایش رضایت مشتریان اشاره کرد. بیمه پارسیان با اتکا به تجربه و تخصص خود، در نظر دارد با هدف گذاری و برنامه ریزی مناسب در سال جاری ضمن حفظ و ارتقای جایگاه خود در سطح اول توانگری مالی همچنان به عنوان یکی از شرکت های پیشرو در صنعت بیمه کشور در مسیر رشد و ترقی گام بردارد.

مدیرعامل بیمه پارسیان: پیشرفت‌های چشمگیر تکنولوژی، عرصه روابط عمومی را دگرگون کرده است

در نهایت، توسعه فرهنگ بیمه و افزایش ضریب نفوذ آن در گرو تلاش و تعهد روابط عمومی‌ها در انجام رسالت خطیر خود است. با ارتقای سطح آگاهی عمومی نسبت به مزایای بیمه‌نامه و ضرورت داشتن آن، می‌توان شاهد جامعه‌ای امن‌تر و آسوده‌تر برای همه افراد باشیم.

۲. مهم‌ترین چالش‌ها و نیازهای روابط عمومی‌ها در صنعت بیمه را مختصراً توضیح فرمایید.

روابط عمومی در صنعت بیمه با چالش‌ها و نیازهای بسیاری روبرو است. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها کمبود منابع مالی و انسانی است. برخی از روابط عمومی‌ها در شرکت‌های بیمه با کمبود بودجه و نیروی متخصص مواجه هستند که این موضوع مانع از انجام فعالیت‌های کارآمد می‌شود. همچنین در برخی موارد عدم وجود مدیریت روابط عمومی در چارت سازمانی دیده می‌شود که این امر نشان از عدم اهمیت موضوع در برخی سازمان‌ها می‌باشد که خود می‌تواند مشکلاتی را در آگاهی رسانی و شفاف سازی به وجود آورد.

علاوه بر این، عدم وجود یک استراتژی ارتباطی جامع نیز از دیگر چالش‌های این صنعت است که منجر به عدم انسجام در فعالیت‌های روابط عمومی و هدر رفتن منابع می‌شود. با توجه به اهمیت ارتباطات در صنعت بیمه، روابط عمومی باید استراتژی‌های مناسبی را معرفی و اجرایی کند و با استفاده از ابزارها و فناوری‌های جدید و ایجاد روابط قوی با ذینفعان و مشتریان در مسیر آموزش مناسب و اشاعه فرهنگ بیمه قرار گیرد.

۳. نقش رسانه‌های تخصصی و روابط عمومی‌ها در توسعه فرهنگ بیمه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

رسانه‌های تخصصی و روابط عمومی‌ها به عنوان دو مورد از مهمترین عوامل در ترویج و توسعه فرهنگ بیمه، نقش بسزایی ایفا می‌کنند. رسانه‌های تخصصی با ارائه محتوای تخصصی و رویدادهای مرتبط با بیمه، سطح دانش و آگاهی عمومی را ارتقاء داده و توجه جامعه به این موضوع را افزایش می‌دهند. از سوی دیگر، روابط عمومی‌ها با ایجاد ارتباط موثر و برنامه‌ریزی فعالیت‌های آموزشی، به نهادینه کردن فرهنگ بیمه کمک می‌کنند و اعتماد عمومی را به صنعت بیمه افزایش می‌دهند. همکاری و تعامل میان این دو رکن همچنین می‌تواند به تولید محتوای جذاب‌تر و اثرگذارتر در زمینه بیمه و ارتقاء سطح آگاهی جامعه کمک کند.

به طور خلاصه، رسانه‌های تخصصی و روابط عمومی‌ها از ارکان اصلی توسعه فرهنگ بیمه در جامعه هستند و همکاری میان آن‌ها می‌تواند به افزایش ضریب نفوذ بیمه در زندگی مردم کمک کند.



هادی اویارحسین نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان، معتقد است سازمان‌ها با بهره‌گیری از ابزارهای ارتباطی مدرن، گام‌های بلندی در جهت ارتقای عملکرد خود در این حوزه برداشته‌اند و شرکت بیمه پارسیان نیز از این قاعده مستثنی نبوده و با آغوش باز به سوی فناوری در حال حرکت است. آنچه در ادامه می‌خوانید حاصل گفتگوی نشریه چتر با ایشان به مناسبت هفته ارتباطات و روابط عمومی است.

۱. نقش روابط عمومی‌های صنعت بیمه در افزایش ضریب نفوذ بیمه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

روابط عمومی به عنوان پل ارتباطی میان سازمان‌ها و مردم، نقشی کلیدی در ترویج فرهنگ بیمه و ارتقای آگاهی عمومی نسبت به اهمیت آن ایفا می‌کند. این وظیفه خطیر بر دوش روابط عمومی است که پیام‌های صنعت بیمه را به زبانی ساده و قابل فهم به اقشار مختلف جامعه منتقل کند و ضرورت داشتن بیمه‌نامه را برای هر فرد بازگو کند. روابط عمومی باید فعالیت‌های سازمان بیمه‌گر را به گونه‌ای شفاف و در دسترس عموم قرار دهد تا مردم به راحتی با آن ارتباط برقرار کرده و از مزایای آن بهره‌مند شوند.

صنعت بیمه در کشور از پتانسیل رشد بالایی برخوردار است و روابط عمومی‌ها با برقراری ارتباطی گسترده و دوسویه با آحاد جامعه، می‌توانند در شکوفایی این پتانسیل و ارتقای ضریب نفوذ بیمه در کشور نقش بسزایی ایفا کنند.



۵. تاثیر تکنولوژی و پیشرفت‌های آن بر کارکردهای روابط عمومی در سازمان چگونه است؟

پیشرفت‌های چشمگیر تکنولوژی، عرصه روابط عمومی را نیز دگرگون کرده است. سازمان‌ها با بهره‌گیری از ابزارهای ارتباطی مدرن، گام‌های بلندی در جهت ارتقای عملکرد خود در این حوزه برداشته‌اند. شرکت بیمه پارسیان نیز از این قاعده مستثنی نیست و با آغوش باز به سوی فناوری گام برداشته است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی، وبسایت شرکت و پلتفرم‌های آنلاین، ارتباطی مستقیم و بی‌واسطه با مشتریان و عموم جامعه را امکان‌پذیر کرده است. همچنین با توجه به نفوذ هوش مصنوعی در عصر حاضر روابط عمومی این شرکت نیز برای تولید محتوای بیمه‌ای و تبلیغاتی اثربخش در جذب و حفظ مشتریان از این ابزارها بهره می‌برد. در مجموع، فناوری به مثابه ابزاری قدرتمند در اختیار روابط عمومی‌ها قرار گرفته است تا با بهره‌گیری از آن، رسالت خود را به نحو احسن انجام دهد و نقش‌آفرینی موثرتری در جهت ارتقای جایگاه و برند این سازمان و همچنین اشاعه فرهنگ بیمه و آگاهی‌رسانی جامعه داشته باشد.

۴. مهم‌ترین و تاثیرگذارترین فعالیت‌های خود را در حوزه مسئولیت اجتماعی بفرمایید.

شرکت بیمه پارسیان در راستای عینیت بخشیدن به ارزش‌های محوری خود و در جهت نقش‌آفرینی و تحقق مسئولیت‌های اجتماعی و گسترش فعالیت‌های خیرخواهانه در جامعه، همواره در تلاش است تا با ارایه کمک‌های خیرخواهانه، نقشی فعال در توسعه فرهنگی و اجتماعی، به خصوص در مناطق محروم کشور ایفا کند. بیمه پارسیان، با انجام اقدامات موثر توانسته است نقش موثری در پشتیبانی از بخش‌هایی از جامعه که به ویژه به حمایت و توجه نیاز دارند، داشته باشد. با ساخت ۸ مدرسه در مناطق کم‌برخوردار، این شرکت سعی در رفع کمبودهای آموزشی و ارتقای سطح زندگی افراد نیازمند دارد. این اقدامات نه تنها نماد تعهد و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیمه پارسیان است، بلکه به ارتقای رفاه اقشار نیازمند و تحصیل فرزندان آنان کمک می‌کند. بیمه پارسیان بر این باور است که همدلی و همراهی ارکان جامعه، از جمله بخش خصوصی، می‌تواند به توسعه پایدار و بالندگی جامعه کمک کند. این شرکت با ایفای نقش‌آفرینی اجتماعی خود و یاری‌رساندن به مناطق محروم، در نظر دارد سهمی موثر در آبادانی و پیشرفت ایران عزیز داشته باشد.



با ارایه محصولات جدید بیمه های زندگی؛ حضور فعال و پررنگ بیمه پارسیان در سی و پنجمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران

پرداختند.

غرفه های بیمه پارسیان در ورودی شبستان و ورودی سالن ناشران کودک جهت پاسخگویی به سوالات و ارایه مشاوره های لازم به بازدیدکنندگان دایر شد. در این میان بخش غرفه کودکان با چهره ای متفاوت از نمایشگاه های قبلی با برنامه های شاد و مفرح برای کودکان همراه بود. اجرای نمایش عروسکی همراه با موسیقی های کودکانه، نقاشی روی صورت و برگزاری مسابقات نقاشی از برنامه هایی بود که برای کودکان تدارک دیده شده بود و مورد استقبال چشمگیری از سوی خانواده ها قرار گرفت و همین امر موجب به جذب کثیری از خانواده ها برای آشنایی با محصولات و استقبال خرید بیمه نامه های زندگی گردید.

♦ شرکت بیمه پارسیان به منظور مشاوره و ارایه انواع خدمات بیمه ای در نمایشگاه کتاب تهران حضوری فعال داشت.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ این شرکت به منظور اشاعه فرهنگ بیمه و آشنایی هر چه بیشتر آحاد جامعه با انواع بیمه نامه ها با برپایی دو غرفه بیمه ای در حوزه بزرگسالان و همچنین کودک و نوجوان نمایشگاه بین المللی کتاب تهران از ۱۹ لغایت ۲۹ اردیبهشت ماه در مصلی امام خمینی (ره) میزبان علاقه مندان و مشتاقان کتاب و کتابخوانی بود.

بر اساس این گزارش با توجه به طراحی انواع بیمه های زندگی متناسب با اقشار و سنین مختلف، تمرکز بیمه پارسیان در این نمایشگاه آشنایی با فروش انواع بیمه نامه های زندگی و همچنین جذب نمایندگان فروش این بیمه نامه ها بود؛ برای این منظور در این نمایشگاه نمایندگان شرکت بیمه پارسیان به ارایه اطلاعات و آموزش های لازم و پاسخگویی به بازدیدکنندگان





ریسک نرخ ارز



تهیه شده در مدیریت ریسک

کانال دیگر تأثیرگذاری نرخ ارز بر تولید حق بیمه، سطح قیمت‌هاست. با افزایش نرخ ارز کالاهای وارداتی برای جبران خسارت‌ها و... گران تر شده و این امر باعث تغییر قیمت بیمه نامه‌ها و در نتیجه کاهش تقاضای آن می‌شود.

از لحاظ نظری ارتباط نرخ ارز با تولید حق بیمه را می‌توان نتیجه تأثیر نرخ ارز بر تولید و به طبع آن تعداد مبادلات بیمه و همچنین تأثیر بر سطح قیمت‌ها و در نهایت تأثیرات بر دریافت‌ها و پرداخت‌های مالی شرکت‌های بیمه دانست. افزایش نرخ ارز در خصوص شرکت‌ها با موازنه ارزی مثبت منجر به ارزش دارایی‌هایشان شده در حالی که این موضوع برای شرکت نقدینگی نمی‌آورد. به نحوی که به خاطر افزایش نرخ ارز، نیاز به منابع ارزی افزایش یافته و از سوی دیگر سرمایه کارخانه‌ها و دیگر اصناف به لحاظ ارزشی بالا رفته است و این امر منجر به افزایش حق بیمه شده و بطور غیر مستقیم بر درآمد شرکت‌های بیمه در اقتصاد کشور اثرگذار خواهد بود. بر این اساس هر بخشی که ارز بیشتری نیاز داشته باشد حق بیمه اش افزایش می‌یابد که از جمله آن بیمه نامه‌های باربری، نفت و انرژی هستند. از آنجایی که شوک‌های ارزی، سوددهی شرکت‌های بیمه را تحت تأثیر قرار می‌دهد ایجاد یک فضای اقتصاد کلان مساعد می‌تواند در کاهش اثر شوک‌ها، مؤثر بوده و از سوی دیگر اصلاح ساختار شرکت‌های بیمه می‌تواند باعث کاهش آسیب‌پذیری این شرکت‌ها در مقابل نوسانات نرخ ارز باشد. تأثیر نوسانات نرخ ارز بر صنعت بیمه با توجه به این‌که بیمه از نظر مقررات ارزی تابع مقررات مبادلاتی است، الزامات خاص خود را دارد. اما به هر ترتیب مسیرهای تعامل در بازارهای بین‌المللی مثل تامین نیازهای اتکالی برای تامین ارز از طرق مختلف پیگیری می‌شود و باید از طریق بانک مرکزی و دولت در رسیدن به یک نرخ قابل دفاع، مذاکرات بین شرکت‌های بیمه و مسوولان ارزی کشور انجام شود.

نکته مهم در این است که بیمه برای پیشبرد اهداف اقتصادی لازم است رابطه مستقیمی با بازار پول و سرمایه و بانک مرکزی ایجاد کند تا ساده‌تر بر این مشکلات اقتضایی فایز آید. شاید شناسایی راهکارهایی نظیر رفع موانع اجرایی اوراق بهادارسازی بیمه برای انتقال ریسک‌ها موضوعی باشد که تنها در مواجهه با این شرایط دشوار می‌توان به اهمیت آن برای گره‌گشایی اندیشید. زیرا اگر اوراق بهادار بیمه‌ای در بازارها و بورس‌های خارجی فروخته شود، با تامین ارز می‌تواند خسارت شرکت‌های بیمه ایرانی را پوشش دهد و وابستگی ارزی بیمه به بانک مرکزی و دولت را کاهش دهد. همچنین، نرخ ارز بر قیمت سهام شرکت‌های بیمه اثرگذار است و این عامل در بی‌ثباتی و اثرات نامساعد اقتصاد کلان نیز نقش دارد.

ریسک نرخ ارز گونه‌ای از ریسک مالی است، که در اثر خرید اوراق بهاداری که با نرخ ارز متفاوتی منتشر شده‌اند، به وجود می‌آید. احتمال این ریسک وقتی بیش‌تر می‌شود، که سرمایه‌گذار، دارایی‌هایی را در کشورهای مختلف خریداری نماید. برای مثال یک سرمایه‌گذار آمریکایی که سهام منتشر شده‌ای را در ژاپن خریداری می‌کند، علاوه بر قبول ریسک ناشی از تغییر نرخ ین، ریسک حاصل از هرگونه تغییر در برابری ین با دلار را نیز پذیرفته است. هر چقدر نرخ ارز بین دو کشور نوسان‌پذیرتر باشد، ریسک نرخ ارز آن، بیش‌تر خواهد بود.

از آنجایی که صنعت بیمه در کشور یکی از صنایع مهم به شمار می‌رود، تغییرات در متغیرهای کلان اقتصادی از قبیل نرخ ارز همانند سایر بخش‌های مهم اقتصادی می‌تواند بر عملکرد این صنعت نیز تأثیرگذار باشد. نوسانات نرخ ارز بر عملکرد مالی صنعت بیمه بخصوص بر بازده حقوق صاحبان سهام و بازده دارایی شرکت‌ها تأثیرگذار است و این افزایش نرخ ارز منجر به کاهش در بازده حقوق صاحبان سهام و بازده دارایی‌ها می‌شود. با توجه به درجه اهمیت نرخ ارز لازم است شرکت‌های بیمه با بررسی و اصلاح پرتفوی بیمه‌ای، اقدامات لازم به منظور کاهش ریسک ناشی از تغییرات نرخ ارز و آثار منفی ناشی از افزایش آن را در برنامه داشته باشند.

بواسطه وابستگی اقتصاد کشور به صادرات نفت خام و به تبع آن درآمدهای ارزی آن، قیمت ارز در طول دهه‌های اخیر همزمان با تغییر در صادرات نفت خام، با نوسانات بالایی مواجه بوده است. در واقع این وضعیت موجب تأثیرپذیری از شرایط رکود یا رونق حاکم بر اقتصاد جهانی می‌شود. وابستگی این درآمدها به قیمت نفت در بازار جهانی و به عبارتی برونزا بودن آن را می‌توان دلیلی بر بروز نااطمینانی و بی‌ثباتی در بازار ارز و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی دانست. بنابراین می‌توان گفت که هرگونه تغییر در بازار جهانی نفت به بروز عدم تعادل و حتی بحران منجر می‌شود مگر آن که سیاست‌های صحیحی در مواجهه با این نوسانات از سوی دولت‌ها اتخاذ شود.

بطور کلی کانال‌های اثرگذاری نرخ ارز بر عملکرد صنعت بیمه در ایران ۱- از طریق سطح تولید در کشور و ۲- از طریق سطح قیمت‌ها صورت می‌پذیرد.

بدین شرح که با افزایش نرخ ارز، سطح تولید و سپس معاملات صورت گرفته کاهش یافته و در نتیجه کاهش تولید کل در کشور منجر به کاهش تولید حق بیمه می‌گردد. اثرگذاری کاهش تولید بر حق بیمه امری شناخته شده و بدیهی است که چنانچه میزان تولید و مبادلات در کشوری کمتر باشد در بلندمدت میزان تقاضا برای بیمه نیز کاهش می‌یابد (البته این تأثیر در کوتاه مدت ممکن است عکس باشد).



مروری بر رشته باربری ترانزیت



...ادامه از شماره قبل

در ادامه به مزیت‌ها و ویژگی‌های بنادر استراتژیک ایران به تفکیک اشاره می‌کنیم:

بندر شهید رجایی

- بندر شهید رجایی با واقع شدن در شمال جزیره قشم و تنگه هرمز، در مرکز کریدور ترانزیتی جنوب به شمال قرار دارد و مطمئن‌ترین، مناسب‌ترین و کوتاه‌ترین پل ارتباطی با آسیای میانه است.
- ارتباط با ۸۰ بندر معروف جهان
- دسترسی به آب‌های آزاد جهان از طریق خلیج فارس
- ظرفیت تخلیه و بارگیری تا ۵۰ میلیون تن

بندربوشهر

- بندر بوشهر از بنادر مهم در زمینه حمل کالای تجاری با توانایی خدماتی مانند فله، کانتینر، عمومی، مواد نفتی، نگهداری و پردازش کالا، محصولات سردخانه‌ای است.
- نزدیک‌ترین بندر جنوبی به کشورهای حوزه خلیج فارس (قطر، بحرین، کویت و عربستان)
- وجود صنایع کشتی‌سازی و صنایع فراساحل

بندر امیرآباد

- بندر امیرآباد در شرق مازندران، در مسیر کریدور بین‌المللی ترانزیت شمال- جنوب، در زمینه استخراج و سوآپ منابع انرژی، غله، کالای عمومی، نفتی، کانتینری، نگهداری و پردازش کالا برای صاحبان کالا و بخش‌های دولتی، حمل و نقل، ارتباطات و ترانزیت کالا، نقش مهمی در عرصه تجارت بین‌المللی ایفا می‌کند.
- اتصال به بنادر شهید رجایی و امام خمینی از طریق شبکه ریلی
- ترانزیت مواد نفتی و کالای تجاری

- دسترسی آسان از طریق شبکه‌های ارتباطی هوایی، زمینی و دریایی با سایر نقاط ایران و کشورهای آسیای میانه، روسیه، خاورمیانه و خاور دور

بندر انزلی

بندر انزلی، بزرگ‌ترین بندر حاشیه دریای خزر، از مهم‌ترین بنادر کشور در

مسیر ترانزیتی کریدور شمال- جنوب قرار دارد. وجود انبارهای چند منظوره و ترمینال متنوع، برخورداری از مدرن‌ترین تجهیزات تخلیه و بارگیری، بهره‌مندی از سیستم ترافیکی دریایی، نزدیکی با بنادر کشورهای مشترک المنافع حاشیه دریای خزر از جمله بندر آستراخان و لاگان در روسیه، کراسنودسک در ترکمنستان، آکتائو در قزاقستان و باکو در آذربایجان، ارتباط با بازارهای منطقه‌ای و دسترسی به بازار مصرف کشورهای استقلال یافته شوروی سابق، همگی فرصتی ویژه برای توسعه ترانزیت در این بندر مهم شمالی ساخته است. علاوه بر آن، نزدیکی به بزرگ‌ترین ذخایر نفت و گاز دریای خزر، دسترسی به معادن سرب، روی و آهن و مراکز صنعتی و برخورداری از ترمینال مجهز مسافری دریایی، از مزیت‌های بندر انزلی در حوزه ترانزیت است.

بندر چابهار

بندر چابهار به عنوان یکی از بنادر مهم در جنوب ایران و در بخش شمالی دریای عمان قرار گرفته است. این بندر به علت موقعیت استراتژیک و دستیابی به آب‌های آزاد بین‌المللی جایگاه ویژه‌ای در مبادلات ایران با سایر کشورهای منطقه دارد. از سوی دیگر این بندر به علت نزدیکی به کشورهای نظیر افغانستان، پاکستان و آسیای میانه، در آینده‌ای نزدیک با اتصال به شبکه ریلی کشور اهمیت ویژه‌ای در ترانزیت کالا به این کشورها خواهد داشت. همچنین این بندر به عنوان تنها بندر اقیانوسی ایران، یکی از نقاط کلیدی در حاشیه خلیج فارس و دریای عمان بوده و در کریدور شمال- جنوب نقش مهمی ایفا خواهد کرد.

در آخر می‌توان گفت با توجه با شرایط منطقه و تبدیل ایران به منطقه استراتژیک لجستیکی و حمل و نقلی، بازار مساعدی جهت بیمه‌های ترانزیت ایجاد گردیده است که با شناسایی دقیق این رشته و همچنین نیاز بازار می‌توان سهم بیشتری از رقبا در این زمینه کسب کرد و موجب افزایش پرتفوی بیمه باربری ترانزیت در صنعت بیمه گردد. مدیریت باربری با برگزاری جلسات آموزشی و بازدید از بنادر، در راستای هم‌اندیشی با روسای شعبات شرکت بیمه پارسیان و افزایش سهم پرتفوی سازمان در این رشته در سال اخیر برنامه‌های متعددی اجرا کرده و در سال جدید نیز برنامه‌های ویژه‌ای دارد.

بیمه پارسیان در آینه جراید؛

گزیده ای از اخبار منتشر شده فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۳ در پایگاه‌های خبری

عنوان خبر	خبرگزاری‌ها
گام‌های بیمه پارسیان در مسیر رشد توانگری برای سال ۱۴۰۳ نماد پارسیان، نماد اعتماد سهامداران	
بیمه پارسیان آماده دستیابی به قله‌های موفقیت در سال جاری	
روند صعودی رشد و سودآوری همچنان ادامه دارد	
رکوردهای جدید شکسته شد	
بیمه پارسیان؛ حرفه‌ای در رقابت و متمایز در سودسازی	
سهامداران بیمه پارسیان امیدوارترین سهامداران گروه بیمه ای	
طرح آرام بام پارسیان برای آسودگی خیال ساکنین و مدیران ساختمان‌ها	
جایجایی رکوردهای ماهانه در بیمه پارسیان	
مقایسه عملکرد ۲۰ شرکت بیمه ای در شروع سال جدید	



- ۴ جشنواره بهاره ویژه بیمه‌گزاران جدید و پروژه‌های جدید بیمه‌گزاران قدیم
- ۳ آرامش ساحل ویژه دارندگان انواع قایق‌های تفریحی
- ۴ واحدهای اقامتی ویژه مدیران واحدهای اقامتی (ویلا و سوئیت)
- ۳ مهندسیین ویژه مهندسیین مجری، ناظر، طرح و محاسب ساختمان



جلسه هم اندیشی افزایش سهم بیمه‌های باربری در شمال کشور

راهکارهای ارتقای فروش بیمه‌های باربری در منطقه شمال کشور، همچنین، کارشناس راهبری صدور بیمه‌های باربری در خصوص مباحث آموزشی فنی بیمه‌های باربری توضیحاتی را ارائه دادند. در پایان این جلسه، مقرر شد جلسه‌ای به صورت کارگاهی در شعبه بندرانزلی برای بازدید از عملیات بندری و ترانزیت کالا برای روسای شعب منطقه برگزار شود.

در راستای ارتقای فروش بیمه‌های باربری در منطقه شمال کشور، جلسه‌ای با حضور مدیران، روسا و کارشناسان شرکت بیمه پارسیان و جمعی از نمایندگان این شرکت در محل سالن همایش شعبه رشت برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، در این جلسه، در خصوص وضعیت پرتفوی شرکت در رشته بیمه‌های باربری، روش‌های بازاریابی این رشته بیمه‌ای، بازارهای هدف، نقاط ضعف و قوت و



تجلیل از برترین‌های شعبه شیراز بیمه پارسیان

وی با اشاره به دستاوردهای چشمگیر این شعبه در سال ۱۴۰۲، بر حفظ جایگاه و افزایش سهم بیمه‌های زندگی در سبد بیمه‌ای شرکت تأکید کرد. در ادامه، قاسم پور، رئیس شعبه شیراز نیز در این مراسم ضمن قدردانی از تلاش و تعهد همکاران و شبکه فروش، گزارشی از اقدامات انجام شده در سال ۱۴۰۲ ارائه و برنامه‌های مورد نظر برای سال ۱۴۰۳ را تشریح کرد. در پایان این مراسم، با اهدای لوح و هدایایی از هدی نوری کارشناس مسئول بیمه‌های زندگی به عنوان کارمند نمونه در بخش صدور، سید محمد چهره نگار در بخش خسارت و زینب‌هاشمی در بخش خسارت درمان تقدیر شد.

در مراسمی که به مناسبت پایان سال ۱۴۰۲ در محل سالن همایش شعبه شیراز بیمه پارسیان برگزار شد، از عملکرد درخشان همکاران، نمایندگان و کارکنان این شعبه تقدیر و تشکر به عمل آمد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، در این مراسم که با حضور فقیه، مدیر منطقه جنوب کشور، قاسم پور، رئیس شعبه شیراز و جمعی از کارکنان و نمایندگان برگزار شد، فقیه ضمن تقدیر از تلاش‌های بی‌وقفه کارکنان، نمایندگان و کارکنان منطقه جنوب کشور، خلاصه‌ای از عملکرد این منطقه و شعبه شیراز را تشریح کرد.



تقدیر و تشکر شرکت پالایش و پخش اصفهان از همکار شعبه بیمه پارسیان

شرکت پالایش و پخش اصفهان با ارسال پیامی از همکاران شعبه بیمه پارسیان در این استان قدردانی به عمل آورد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، شرکت پالایش و پخش اصفهان از ارایه خدمات مطلوب و تلاش بی‌وقفه کارکنان شعبه اصفهان بیمه پارسیان و همچنین کوشش‌های صادقانه فاطمه دوستی، کارشناس خسارت درمان آن شعبه در ایجاد رضایتمندی حداکثری کارکنان آن شرکت، با ارسال لوح تقدیر، قدردانی کرد.



تقدیر دبیر سندیکای بیمه‌گران از عضو فعال کارگروه تخصصی مبارزه با پولشویی

دبیر سندیکای بیمه‌گران ایران از داوود میرزاخانی، به عنوان عضو فعال کارگروه تخصصی مبارزه با پولشویی در این سندیکا تقدیر کرد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ همزمان با پنجاه و هشتمین سالروز تأسیس سندیکای بیمه‌گران ایران، محسن پورکیانی دبیر کل این سازمان، با اهدای لوح تقدیر به داوود میرزاخانی، از تلاش‌ها و خدمات ارزنده وی در راستای فعالیتهای مبارزه با پولشویی در صنعت بیمه به عنوان عضو فعال کارگروه تخصصی مبارزه با پولشویی قدردانی کرد.



همکاران نمونه شعبه غرب بیمه پارسیان معرفی و تجلیل شدند



در مراسمی با حضور مدیر منطقه یک کشور، از همکاران نمونه شعبه غرب بیمه پارسیان که در سال جاری بهترین عملکرد را از خود به نمایش گذاشته بودند، تجلیل شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در این مراسم، از تلاش و تعهد کارکنان این شعبه، علیرضا کهرم رییس مالی و پشتیبانی، سمانه حسنی کارشناس مسئول مالی و پشتیبانی، سببا بهرکاب کارشناس صدور و علیرضا امینی کارشناس صدور که با کسب بالاترین امتیازات، به عنوان کارکنان نمونه شعبه غرب انتخاب شده بودند، با اهدای لوح و جوایزی تقدیر به عمل آمد.



شرکت حمل و نقل جاده ای فجر جهاد از رییس شعبه غرب بیمه پارسیان تقدیر کرد



شرکت حمل و نقل جاده‌ای فجر جهاد از خدمات مطلوب و تلاش‌های مهدی پناهی، رییس شعبه غرب بیمه پارسیان، در ارائه خدمات بیمه‌ای به این شرکت با ارسال لوح تقدیر، قدردانی به عمل آورد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در این پیام مدیرعامل و نایب رییس هیات مدیره شرکت حمل و نقل جاده ای فجر جهاد ضمن تقدیر و تشکر از رییس شعبه غرب، از تلاش‌های کارکنان این شعبه که موجب ایجاد اعتماد و رضایتمندی کارکنان این شرکت شده است تقدیر کرد.

اعطای لوح تقدیر از سوی بیمه‌گذار به شعبه شیراز



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ نظر به اینکه در سال‌های اخیر شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی کشور به عنوان یکی از بزرگترین بیمه‌گذاران بیمه پارسیان مطرح و خدمات بیمه‌ای در سطح کشور دریافت نموده است اخیراً شرکت ملی پالایش و پخش منطقه شیراز با توجه به رضایتی که از خدمات بیمه پارسیان داشته و خدمات بیمه‌ای مناسبی که از این شرکت دریافت نموده است با اهدای تقدیرنامه‌ای از این خدمات ارزنده ابراز رضایت و خوشنودی نموده است.

تیم بیمه پارسیان، سکوی سوم فوتسال شیراز را به خود اختصاص داد



تیم بیمه پارسیان در مسابقات فوتسال شهرستان شیراز که با نام جشنواره ورزشی فجر تا رمضان برگزار شد، به مقام سوم دست یافت. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ این مسابقات با حضور ۲۱۱ تیم از سراسر شهرستان شیراز از یهمن ماه سال ۱۴۰۲ همزمان با سالروز پیروزی انقلاب اسلامی برگزار شد و تیم بیمه پارسیان با سرپرستی نمایندگی شریفی کد ۵۴۱۵۳۰، با غلبه بر حریفان خود، به مرحله نیمه‌نهایی راه یافت و در نهایت در سکوی سوم این مسابقات ایستاد.

امضای تفاهم نامه بیمه پارسیان با اداره کل نوسازی مدارس استان لرستان



مسئولیت اجتماعی بیمه پارسیان تاکنون ۸ مدرسه روستایی توسط این شرکت ساخته و دانش آموزان در این مدارس مشغول به تحصیل شدند و همچنین برنامه‌هایی نیز برای ساخت مدارس بیشتری پیش بینی شده است.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ تفاهم نامه بیمه ای در انواع رشته‌های فی ما بین بیمه پارسیان و اداره کل نوسازی مدارس استان لرستان امضاء شد.

بر اساس این گزارش طی جلسه ای که با حضور توسلی مدیر منطقه غرب کشور بیمه پارسیان، نایبی رییس شعبه خرم آباد این شرکت و مدیران اداره کل توسعه نوسازی مدارس استان لرستان برگزار شد پیرامون انواع خدمات بیمه ای بیمه پارسیان برای بیمه‌گزاران و همچنین انواع محصولات بیمه ای شرکت گفتگو و تبادل نظر صورت پذیرفت که در پایان منجر به عقد تفاهم نامه بیمه ای فی مابین این دو سازمان گردید.

بیمه پارسیان در سال‌های اخیر همکاری‌هایی در حوزه ساخت مدارس روستایی در مناطق محروم کشور با ادارات کل نوسازی و مدارس کشور داشته که در همین راستا و همچنین ایفای نقش

پرچم بیمه پارسیان بر فراز قله‌ها به اهتزاز درآمد



پرچم بیمه پارسیان بر فراز قله‌های دارآباد، چین کلاغ، توچال و کلکچال در تهران و دراک در شیراز به اهتزاز درآمد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ سعید سعیدی، سرپرست اداره پشتیبانی بازیافت خسارت، با صعود به ارتفاعات این قله‌ها پرچم بیمه پارسیان را به اهتزاز درآورد. نشریه چتر برای این همکار گرانقدر آرزوی توفیق و سربلندی دارد.





چگونه دیتاها و هوش مصنوعی آینده بیمه را تغییر می دهند ضرورت های حاکمیت داده



برگرفته از ماهنامه بیمه داری نوین، شماره ۴۱

این حال ضروری ترین مورد استفاده از حاکمیت دادهها در صنعت بیمه این است که سازمانها را قادر می سازد تا به طور موثر حق بیمهها را محاسبه کنند. این کار بسیاری از اقدامات ذکر شده در بالا را در بر می گیرد. محاسبه دقیق حق بیمه نه تنها برای موفقیت شرکت بیمه حیاتی است، بلکه یک پیش نیاز ضروری برای تنظیم کنندهها نیز می باشد. بیمه گران تحت یک لنز نظارتی بسیار خوب هستند. بدون این نظارت، این ریسک وجود دارد که بیمه گران سرمایه ای برای پرداخت خسارت یا دریافت حق بیمه های گزافی که منعکس کننده ریسک نیستند، نداشته باشند.

چرا حاکمیت داده در صنعت بیمه مهم است؟

در حالی که حاکمیت داده در صنعت بیمه ضروری است، پیاده سازی آن می تواند چالش برانگیز باشد زیرا چندین حوزه وجود دارد که باید در نظر گرفته شود که بسیاری از آنها همپوشانی دارند. عوامل زیر موانع مشترکی را برای شرکت های بیمه در اجرای حاکمیت داده ایجاد می کند. برای غلبه بر این مشکلات، شرکت های بیمه باید راه حل های فناوری و چارچوب های قوی حاکمیت داده را در نظر بگیرند و برای ایجاد فرهنگ داده محور در سازمان تلاش کنند.

سیلوهای داده: شرکت های بیمه اغلب در سیلوهایی با داده های ایزوله شده به بخش های خاص مانند مطالبات، پذیره نویسی و فروش

انتخاب شرکتی برای بیمه کردن برای جبران خسارت در صورت وقوع حادثه، یکی از مهمترین تصمیماتی است که یک فرد می تواند بگیرد. اعتماد مشتریان به بیمه گر برای حمایت مالی از آنها پس از یک حادثه رانندگی در جاده، از دست دادن عزیزان یا پیامدهای بلایای طبیعی بسیار زیاد است و شرکت های بیمه موظفند تضمین کنند که آنها طبق دستورالعملها عمل می کنند در حالی که در برخی از بخشها حاکمیت داده به عنوان یک نگرانی ثانویه در نظر گرفته می شود اما در صنعت بیمه متفاوت است. دادهها و هوش مصنوعی (AI) روش کار، نحوه برقراری ارتباط، نحوه تصمیم گیری و نحوه عملکرد کسب و کارها و تعامل با مشتریان خود را تغییر داده است. استفاده از هوش مصنوعی در قیمت گذاری با استفاده از دادهها یکی از مواردی است که حاکمیت داده در سازمان می تواند موثر واقع شود. بیمه صنعتی است که بر اساس محاسبه حق بیمه ساخته شده است. زمانی که دادهها و روش های تجزیه و تحلیل مورد استفاده برای محاسبه ریسک ناقص باشد یک شرکت بیمه شکست می خورد و با جریمه های قابل توجهی مواجه می شود. واقعیت این است که یک شرکت بیمه نمی تواند فعالیت کند مگر این که حاکمیت دادهها وجود داشته باشد شرکت های بیمه از حاکمیت داده برای بسیاری از موارد استفاده می کنند از جمله می توان به رعایت مقررات بهبود کیفیت دادهها و امنیت دادهها حذف سیلوهای داده بهبود تجزیه و تحلیل ساده سازی اسناد و کاهش هزینهها اشاره کرد. با

فعالیت کنند. این امر سازگاری را دشوار می کند و مانع از دستیابی کاربران به یک دید کلی از داده‌های شرکت می شود.

کیفیت پایین داده: شرکت‌های بیمه داده‌ها را از منابع بسیاری مانند دستگاه‌های IoT، تله ماتیگ، رسانه‌های اجتماعی و اشکال سنتی دریافت می کنند. تضمین کیفیت داده در این چشم انداز پیچیده داده می تواند فوق العاده چالش برانگیز باشد.

انطباق با مقررات: انطباق، یک محرک اساسی در حاکمیت داده‌ها در بسیاری از بخش‌ها است. با این حال، مقررات در صنعت بیمه رایج است و به شدت اجرا می شود. زمانی که داده‌ها پراکنده و بدون کنترل هستند، آماده شدن برای ممیزی چالش برانگیز خواهد بود.

سیستم‌های قدیمی و یکپارچه سازی داده‌ها: سیستم‌های قدیمی فناوری اطلاعات اغلب در شرکت‌های بیمه امری استاندارد هستند. با این حال، ادغام سیستم‌های قدیمی با فناوری‌های جدیدتر نیازمند داده‌های در دسترس و ساختار یافته است. بیمه‌گران همچنین به طور فزاینده ای به ادغام‌های شخص ثالث برای اطلاعات خاص مانند داده‌های آب و هوایی متکی هستند.

امنیت و حریم خصوصی داده‌ها: شرکت‌های بیمه برای کمک به جلوگیری از تهدید فزاینده نقض داده‌ها و اطمینان از حفظ حریم خصوصی داده‌های مشتریان به حاکمیت نیاز دارند.

دسترسی و در دسترس بودن داده‌ها: بخش‌های خاصی برای محاسبه ریسک و تعیین حق بیمه به داده‌های خاصی نیاز دارند. تعیین این که چه کسی این دسترسی را دارد و چگونه می توان به داده‌های خاص دسترسی داشت، نیاز به حاکمیت جامع دارد.

کلان داده و تجزیه و تحلیل پیشرفته: افزایش اتکا به تجزیه و تحلیل برای محاسبه ریسک‌ها در عصر کلان داده، یافتن و جداسازی اطلاعات مورد نیاز را چالش برانگیز می کند.

مدیریت تغییر: وقتی هر شرکتی حاکمیت داده را اجرا می کند، باید تغییرات فرهنگی را که برای موفقیت آن اتفاق می افتد، در نظر بگیرد. **نگهداری و آرشيو داده‌ها:** داده‌ها در صنعت بیمه اغلب بایگانی می شوند زیرا ادعاها ممکن است در دوره‌های طولانی ادامه داشته باشند. باید ساختارهایی وجود داشته باشد که نحوه اصلاح این داده‌ها و مکان آن‌ها را مستند کند.

حاکمیت داده چگونه محاسبه موثر حق بیمه را امکان پذیر می کند

صرف نظر از این که چه چیزی بیمه می شود، مهمترین وظیفه هر شرکت بیمه محاسبه ریسک است. بیایید به عنوان مثال از بیمه خودرو استفاده کنیم. بیمه‌گران باید عوامل مختلفی مانند موقعیت مکانی، سن راننده، مطالبات قبلی، سابقه اعتباری، مدل خودرو و غیره را در نظر بگیرند. بر اساس محاسبات حق بیمه فردی حق بیمه تعیین می شود. هنگام محاسبه ریسک، شرکت‌های بیمه باید یک مدل مالی برای تعیین

سرمایه مبتنی بر ریسک که برای پوشش هر گونه خسارت بعدی نیاز دارند، ایجاد کنند. این محاسبات به معیارهای خاصی مانند تعاریف ثابت نیاز دارند. اگر نرخ را اشتباه محاسبه کنید، سرمایه مورد نیاز ممکن است بیشتر یا کمتر از آنچه که باید باشد در نظر گرفته می شود. در حالی که هر شرکت بیمه تلاش می کند سرمایه کمتری را حفظ کند و پول بیشتری به دست آورد، باید سرمایه کافی برای پرداخت خسارت در صورت تایید داشته باشد. تعادل ظریفی بین محاسبه ریسک و قیمت گذاری طرح‌های بیمه وجود دارد زیرا رقابت زیاد است. بهینه سازی قیمت گذاری و ریسک به معیارهای کلیدی نیاز دارد که باید از اصول اصلی حاکمیت پیروی کند که اطمینان حاصل کند که همه داده‌ها دقیق هستند، تعاریف صحیح و استاندارد هستند، همه کسانی که به آن نیاز دارند دسترسی مناسب دارند و فرآیند شفاف است. این امر حاکمیت داده را به یک مورد استفاده اولیه برای شرکت‌های بیمه تبدیل می کند؛ اگر آن‌ها به درستی بر داده‌های خود نظارت نداشته باشند، نمی توانند فعالیت کنند.

نحوه پیاده سازی حاکمیت داده در صنعت بیمه

شما باید به عنوان سازمانی که در صنعت بیمه فعالیت می کند، رویکردی ساختار یافته برای اجرای موفقیت آمیز حاکمیت داده داشته باشید، شما باید چارچوب‌ها و شیوه‌های مختلفی را تنظیم کنید و یک نقشه راه پیاده سازی واضح داشته باشید. در زیر یک نمونه راهنمای گام به گام برای اجرای حاکمیت داده در صنعت بیمه آورده شده است:

۱- مشخص کردن چشم انداز و اهداف

یک چشم انداز روشن برای حاکمیت داده ایجاد کنید که با اهداف تجاری شرکت همسو باشد. به عنوان مثال، بهبود ارزیابی ریسک، ساده سازی پردازش ادعا یا افزایش تجربه مشتری. شما همچنین باید اهداف مشخص و قابل اندازه گیری، مانند کاهش خطاهای داده تا درصد معینی یا اطمینان از انطباق با مقررات خاص را تعیین کنید.

۲- ایجاد یک ساختار حکومتی

یک شورای مدیریت داده در سطح بالا متشکل از نمایندگان بخش‌های مهمی مانند پذیره نویسی، ادعاها، اکچوئری، فناوری اطلاعات و انطباق ایجاد کنید. این شورا سیاست‌ها را تعیین می کند. اختلافات سطح بالا را حل می کند و جهت گیری را ارائه می دهد. شما همچنین به مباشران داده نیاز دارید تا مسئولیت کیفیت، سازگاری و مدیریت چرخه عمر داده‌ها را در حوزه‌های مربوطه خود بر عهده بگیرند.

۳- ارزیابی وضعیت فعلی داده‌ها در سازمان

برای درک چشم انداز داده‌های موجود، از جمله منابع داده، سیلوهای داده، سیستم‌های قدیمی و مسایل مربوط به کیفیت داده، یک ممیزی داده



۹- برقراری ارتباط و تعامل

کاربران تجاری را در فرآیند حاکمیت داده درگیر کنید و اطمینان حاصل کنید که آن‌ها نقش‌ها و مسئولیت‌های خود را درک کنند. این امر مستلزم آن است که به طور منظم موفقیت‌ها و چالش‌های برنامه حاکمیت داده را با سهامداران در میان بگذارید، اعتماد ایجاد کنید و از همسویی اطمینان حاصل کنید.

با توجه به وضعیت هوش مصنوعی، دیلویت در تحقیقات Enterprise اظهار داشته است که ۹۴ درصد از رهبران کسب و کار موافق هستند که هوش مصنوعی یک عامل مهم موفقیت طی پنج سال آینده است. اگرچه این دیدگاه توسط رهبران بیمه نیز پذیرفته شده است، اما اکثر شرکت‌های این صنعت هنوز در مراحل اولیه بلوغ داده و هوش مصنوعی خود هستند. برای این‌که بیمه‌گران و سایر سازمان‌ها بتوانند به مراحل بلوغ بالاتر برسند، دیلویت چارچوب سازمان بینش محور (IDO) را توسعه داده است. تبدیل شدن به یک IDO در زمینه تقویت تسریع و افزایش تصمیم‌گیری با فناوری است. این در مورد ایجاد فرآیندهای عملیاتی کارآمدتر و موثرتر و در مورد بهبود روابط با مشتری از طریق تجربیات یکپارچه و شخصی است. برای تبدیل شدن به یک IDO و ایجاد پتانسیل کامل داده و هوش مصنوعی، بیمه‌گران باید دیدگاهی جامع را در پنج بعد اتخاذ کنند. استراتژی، افراد، فرآیند، داده‌ها و فناوری

برای رسیدن به مرحله بلوغ داده و هوش مصنوعی بالاتر، ضروری است که بیمه‌گران موارد استفاده مناسب را انتخاب کنند. تمرکز بر موارد استفاده که بیش از حد چالش برانگیز هستند، یا در کوتاه مدت مزایای کافی ایجاد نمی‌کنند، ممکن است انتقال به سمت یک بیمه‌گر پیش‌محور را کند سازد.

قیمت گذاری: مهمترین اهرم سودآوری بیمه‌گر

قیمت گذاری یکی از مهمترین اهرم‌های سود برای کسب و کار است. می‌تواند به طور قابل توجهی سودآوری بیمه‌گر را افزایش دهد. با این حال، این یک فرآیند پیچیده است که نیاز به یک رویکرد جامع در پنج بعد چارچوب IDO ذکر شده در بالا دارد. در یک تعامل معمولی، دیلویت با مصاحبه با سهامداران ارشد کلیدی و کارشناسان قیمت گذاری برای ارزیابی وضعیت فعلی در هر یک از این پنج بعد این کار را شروع کرده است. در گام بعدی، آن‌ها یک کارگاه آموزشی با رهبری ارشد را ممکن ساختند. هدف دوگانه است. ابتدا، یافته‌های خود را برای اعتبار سنجی و نهایی کردن ارزیابی وضعیت فعلی به اشتراک می‌گذارند و مورد بحث قرار می‌دهند. دوم دیدگاهی جامع را بر اساس تجربیات (بین) سازمانی و دانش گسترده خود از بازار بیمه ارائه می‌دهند. این دیدگاه بیرونی شروع بحثی برای تعریف جاه طلبی و چشم انداز قیمت گذاری و همسویی آن با استراتژی کلی کسب و کار است. در نهایت، دیلویت یک تجزیه و تحلیل با جزئیات در مورد وضعیت فعلی و هدف ایجاد کرد

انجام دهید. در مرحله بعد، الزامات نظارتی و انطباق مربوط به صنعت بیمه را شناسایی کنید.

۴- تعریف خط مشی‌ها و رویه‌ها

سیاست‌های طبقه بندی کیفیت، امنیت، دسترسی و نگهداری داده‌ها را ایجاد کنید. این ممکن است شامل تعریف این باشد که چه چیزی اطلاعات قابل شناسایی شخصی (PII) را تشکیل می‌دهد یا این‌که داده‌های ادعا تا چه زمانی باید حفظ شوند. فراتر از این، باید رویه‌های ورود، اعتبار سنجی، تصحیح و حذف داده‌ها را ایجاد کنید.

۵- سرمایه گذاری در فناوری

ابزار حاکمیت داده مانند OvalEdge ویژگی‌هایی مانند فهرست نویسی، خط و نسب داده، معیارهای کیفیت و مدیریت بیمه نامه را ارائه می‌دهد. همین فناوری، بررسی‌های منظم کیفیت داده‌ها و روش‌های اعتبار سنجی را امکان پذیر می‌کند و عملکردی را برای راه اندازی فرآیندهای پاکسازی خودکار داده‌ها برای شناسایی و تصحیح خطاها، ناسازگاری‌ها با موارد تکراری فراهم می‌کند. سایر فناوری‌ها مانند مدیریت داده‌های اصلی (MDM) یک منبع واحد از حقیقت را برای موجودیت‌های داده مهم ایجاد می‌کنند. در عین حال، ابزارهای پیشگیری از، از دست دادن داده (DLP) تضمین می‌کنند که داده‌های حساس گم نمی‌شوند، مورد سوء استفاده قرار نمی‌گیرند یا بدون مجوز به آن‌ها دسترسی پیدا نمی‌کنند.

۶- افزایش امنیت و حریم خصوصی داده‌ها

از رمزگذاری قوی، کنترل‌های دسترسی و ممیزی‌های امنیتی منظم اطمینان حاصل کنید، سابقه فعالیت‌های پردازش داده‌ها را حفظ کنید و اطمینان حاصل کنید، که شیوه‌های مدیریت داده‌ها برای بیمه‌گران شفاف است.

۷- آموزش و یادگیری

برگزاری جلسات آموزشی منظم برای کارکنان در مورد اهمیت حاکمیت داده، الزامات انطباق و بهترین شیوه‌ها در مدیریت داده‌ها امری ضروری است.

۸- نظارت، اندازه گیری و پالایش

از شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) برای اندازه گیری موفقیت برنامه حاکمیت داده استفاده کنید. این ممکن است شامل معیارهای کیفیت داده، زمان‌های پاسخ حادثه یا انطباق کاربر با خط مشی‌های داده باشد. همچنین باید به طور منظم سیاست‌ها، رویه‌ها و ساختارها را بر اساس نیازهای در حال تغییر کسب و کار، پیشرفت‌های تکنولوژیکی و به روز رسانی‌های قانونی بررسی و اصلاح کنید.

باشند. تنها تعدیل‌های قیمت‌گذاری که تأثیر عمده (مورد انتظار) بر سود نهایی بیمه‌گر دارند، به تأیید همه سهامداران نیاز دارند.

نوآوری در مدل قیمت‌گذاری و سرمایه‌گذاری در Data & MLOps

بیمه‌گران به طور سنتی برای پیش‌بینی خسارت‌های آتی و تعیین قیمت‌های تجاری به داده‌های تاریخی از خسارت‌ها و پایگاه‌های مدیریت بیمه نامه غنی شده با داده‌های جمع‌آوری شده مشتریان تکیه می‌کنند تا حدی به دلیل یک چشم‌انداز پیچیده فناوری اطلاعات اکچوئرها و تحلیلگران قیمت‌گذاری از زمان قابل توجهی را صرف پردازش داده‌ها می‌کنند تا مجموعه داده‌های را به دست آورند که برای آن‌ها جوابگو است. علاوه بر آن، بیمه‌گران عموماً به قیمت‌گذاری (از جمله پردازش و مدل‌سازی داده‌ها) به عنوان پروژه‌های یک بار مصرف نگاه می‌کنند. این رویکرد باعث ایجاد ناکارآمدی‌های غیر ضروری و کار مجدد در چرخه قیمت‌گذاری می‌شود که منجر به زمان طولانی‌تری برای ورود به بازار می‌شود. علاوه بر این، هنوز بیمه‌گرانی هستند که از مدل‌های تبدیل، حفظ و ارزش طول عمر مشتری برای قیمت‌گذاری تجاری خود استفاده نمی‌کنند. در مورد دوم، به بیمه‌گران توصیه می‌شود که شروع به توسعه چنین مدل‌هایی کنند تا بتوانند با روش‌های پیشرو در بازار پیشی بگیرند. به عنوان گام بعدی، هنگامی که چنین مدل‌هایی به وجود آمدند بیمه‌گران باید یاد بگیرند که به طور معلوم ارزش را از داده‌ها در مقیاس دریافت کنند. این را می‌توان با استفاده از Dataops (عملیات مبتنی بر داده) و MLOps (عملیات مبتنی بر یادگیری ماشین) که رویکردهایی برای صنعتی کردن هوش مصنوعی هستند به دست آورد. Dataops و MLOps هر دو ترکیبی از راه‌حل‌های فناوری و روش‌های سازمانی برای ساده‌سازی توسعه و تحویل داده‌ها هستند پروژه‌های علم داده و یادگیری ماشین به روشی قابل اعتماد و کارآمد، با استفاده از یک فرآیند تکرار شونده از چرخه‌های تحویل کوتاه هستند. ترجیحاً اکثر عناصر در این چرخه‌ها خودکار هستند. برای دستیابی به برتری در قیمت‌گذاری امروزه بیمه‌گران باید شروع به سرمایه‌گذاری در بهینه‌سازی فرآیندهای قیمت‌گذاری خود کنند. برای دستیابی به تعالی قیمت‌گذاری در آینده بیمه‌گران باید افق خود را فراتر از ادعاها و داده‌های بیمه نامه گسترش دهند. به عنوان مثال تحولات در اینترنت اشیا XaaS هر چیزی به عنوان سرویس (XaaS) به انواع محصولات و ابزارهایی اشاره دارد که می‌توان با استفاده از مدل مصرف همه "عنوان سرویس" خریداری کرد. با استفاده از این مدل، شرکت‌ها مسئولیت فناوری اطلاعات را به ارائه‌دهنده خدمات می‌دهند ارائه‌دهنده خدمات ممکن است دارایی‌ها را در اختیار داشته باشد. بر آن‌ها نظارت کند و آن‌ها را به عنوان بخشی از یک معامله بسته بندی شده مدیریت کند، اکوسیستم‌ها و پلتفرم‌ها و وسایل نقلیه خودران تأثیر قابل توجهی بر صنعت بیمه خواهند داشت و نوع و مقدار کاملاً متفاوتی از داده‌ها را تولید خواهند کرد. بیمه‌گران باید شروع به

و یک نقشه راه برای تعیین آنچه در هر پنج بعد ذکر شده قبل برای پر کردن شکاف مورد نیاز است، ساخت. در ادامه مقاله چالش‌های معمولی که بیمه‌گران با آن مواجه هستند مورد بحث قرار گرفته می‌شود و راه حل آن‌ها پیشنهاد می‌شود.

ارزیابی وضعیت فعلی بر اساس:

- مصاحبه‌ها و کارگاه‌های آموزشی با سهامداران و کارشناسان کلیدی
- تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوطه ارائه شده توسط مشتری
- دانش دیلویت از بازار و تجارب (بین) سازمانی
- تعریف چشم‌انداز از طریق کارگاه‌های الهام بخش با سهامداران (بالتر) به:
- تعریف یک چشم‌انداز داده و تجزیه و تحلیل
- هماهنگی چشم‌انداز را با اهداف کلی کسب و کار
- شناسایی اولویت‌های استراتژیک کلیدی
- یک نقشه راه برای پر کردن شکاف بین موقعیت‌های فعلی و مطلوب
- با در نظر گرفتن موارد زیر طراحی شود:
- نیازمندی‌های کسب و کار
- محرک‌های ارزش و کسب تجاری
- شروع اولویت بندی ابتکارات مورد نیاز تعیین قیمت مناسب با یک استراتژی روشن
- با توجه به تجربه دیلویت، بیمه‌گران اغلب استراتژی قیمت‌گذاری (روشن) ندارند. آن‌ها دیدگاه روشنی در مورد این‌که چگونه خود را در بازار قرار دهند، چگونه خود را از رقبای خود متمایز کنند و روی چه پورتفولیو، محصولات و بخش‌هایی تمرکز کنند، ندارند. در نتیجه قیمت‌گذاری لزوماً به اهداف استراتژیک بیمه‌گر کمک نمی‌کند با این حال پاسخ‌های روشن به این سؤالات که توسط اهداف KPI پشتیبانی می‌شوند، ضروری هستند و راهنمایی‌های لازم را برای تیم‌های قیمت‌گذاری ارائه می‌دهند و به آن‌ها اجازه می‌دهند استراتژی قیمت‌گذاری را با اهداف کلی هماهنگ کنند. بنابراین پاسخ به این سؤالات به طور کلی نقطه شروع گفتگوهای دیلویت با رهبری ارشد در مورد تعریف جاه طلبی و چشم‌انداز قیمت‌گذاری است.

تصمیم‌گیری و حکمرانی نیاز به بازاندیشی دارد

هر تعدیل قیمت در یک شرکت بیمه نیازمند تأیید بسیاری از سهامدارانی است که اهداف KPI مشخصی ندارند. این فرآیند گسترده تصمیم‌گیری به طور قابل ملاحظه‌ای زمان ورود به بازار مدل‌های قیمت‌گذاری جدید را کاهش می‌دهد. به منظور بهبود چابکی در واکنش به تغییرات در رفتار مصرف‌کننده، شرایط بازار و محیط رقابتی، به بیمه‌گران توصیه می‌شود که فرآیند تصمیم‌گیری تاب‌ترو و ساده‌تری را اتخاذ کنند. وجود یک حاکمیت قیمت‌گذاری که در آن تصمیم‌ها توسط یک چارچوب شفاف و معیارهای ارزیابی پشتیبانی می‌شوند، تیم‌های قیمت‌گذاری را قادر می‌سازد تا یک دستور روشن و قوی برای تعدیل قیمت‌ها داشته



در بالا، شرکت‌های بیمه می‌توانند یک برنامه حاکمیت داده قوی را اجرا کنند که انطباق را تضمین می‌کند تصمیم‌گیری، ارزیابی ریسک و کارایی عملیاتی کلی را افزایش می‌دهند.

رویکرد کسب و کار محور تمرکز: بر نتایج کسب و کار. در حالی که فناوری یک توانمند ساز حیاتی است، حاکمیت داده باید چالش‌ها و اصناف تجاری را مورد توجه قرار دهند.

پیاده سازی دارای الگو: به جای یک تعمیر اساسی، یک رویکرد مرحله‌ای را در نظر بگیرید که از مناطق با اولویت بالا شروع شده و به تدریج گسترش می‌یابد.

همکاری: همکاری بین IT و واحدهای تجاری را تقویت کنید و اطمینان حاصل کنید که حاکمیت داده فقط یک ابتکار مبتنی بر فناوری اطلاعات نیست.

به روز بمانید: با توجه به ماهیت در حال تحول ریسک‌های بیمه، محیط‌های نظارتی و پیشرفت‌های تکنولوژیکی، ضروری است که به روز بمانید و مطابق با آن سازگار شوید.

شفافیت را تضمین کنید: خط مشی‌ها، رویه‌ها و معیارهای داده را برای سهامداران مربوطه شفاف و قابل دسترس کنید.

از آنجایی که قیمت‌گذاری مهمترین اهرم سود است، بیمه‌گران انگیزه طبیعی برای بهبود بیشتر قابلیت‌های خود در این زمینه دارند. جدای از رویکرد جامعی که در بالا توضیح داده شد راه‌های مختلفی وجود دارد که از طریق آن‌ها می‌توان بیمه‌گران را در این سفر حمایت کرد. به عنوان مثال بر اساس دانش خود در مورد راه‌حل‌های قیمت‌گذاری مختلف و ارائه دهندگان آن‌ها، می‌توان از انتخاب فناوری مناسب برای سازمان پشتیبانی کرد، از طرف دیگر، می‌توان فرآیندهای حاکمیتی و (تصویب) را ارزیابی کرده و راه‌هایی را برای کم کردن و کاهش دادن آن‌ها با حفظ مدیریت ریسک کافی پیشنهاد کرد. به طور مشابه، می‌توان داده‌ها و مدل‌هایی را که در حال حاضر استفاده می‌شوند ارزیابی کرده و زمینه‌های بهبود را توصیه کرد. موفق‌ترین بیمه‌گران قابلیت‌های قیمت‌گذاری خود را با دیدی جامع در پنج بعد ذکر شده در بالا تقویت می‌کنند: استراتژی افراد، فرآیند، داده‌ها و فناوری. با سرمایه‌گذاری بر روی قابلیت‌های قیمت‌گذاری خود بیمه‌گران می‌توانند به سرعت به تغییرات در رفتار مصرف‌کننده، شرایط بازار و محیط رقابتی پاسخ دهند. از آنجایی که اکنون در زمان تورم بالا، عدم اطمینان اقتصادی و تغییرات احتمالی نظارتی قرار داریم، اکنون زمان اقدام فرا رسیده است.

منبع:

www.ovaledge.com

www.deloitte.com

جمع‌آوری و کار با این نوع داده‌های جدید کنند، که بینش بیشتری در مورد رفتار مشتریان (بالقوه) آن‌ها فراهم می‌کند که می‌تواند برای مدل‌سازی تقاضا، ارزیابی ریسک و قیمت‌گذاری استفاده شود. همچنین به آدپتورهای اولیه تجربیات ارزشمندی در کار با داده‌های غیر سنتی و در نتیجه رویکردهای مدل‌سازی غیر سنتی مبتنی بر هوش مصنوعی و یادگیری ماشین ارائه می‌کند. در بلندمدت زمانی که روندها و تحولات مبتنی بر هوش مصنوعی رواج بیشتری پیدا کنند، مزیتی استراتژیک را برای آن‌ها به ارمغان خواهد آورد.

توسعه مدل‌های قیمت‌گذاری پیچیده تر

در حال حاضر هنگامی که یک مدل قیمت‌گذاری جدید تایید شد، زمان قابل توجهی طول می‌کشد تا در محیط تولید به کار گرفته شود. به طور کلی، مدل قیمت‌گذاری باید از نرم افزار قیمت‌گذاری تخصصی به یک فایل اکسل صادر شود و سپس به صورت دستی وارد یک برنامه IT دیگر که بخشی از محیط تولید است، وارد شود. ریسک اشتباه زیاد است و روش‌های آزمایشی گسترده‌ای برای اطمینان از وارد شدن قیمت مناسب به محیط تولید وجود دارد. بیمه‌گران می‌توانند و باید این رویه را تغییر دهند و برخی از پیشگامان پیش از این، این کار را انجام داده‌اند. راه‌حل‌های متعددی در بازار وجود دارد که مدل‌های قیمت‌گذاری را به راحتی در محیط تولید به کار می‌گیرند (انجام بررسی‌ها و تعادل‌های لازم برای جلوگیری از اشتباهات پرهزینه). در نتیجه، این حوزه بیمه‌گران می‌توانند سریع‌تر با تغییر تقاضای مصرف‌کننده، شرایط بازار و محیط رقابتی سازگار شوند. از آنجایی که هوش مصنوعی به مدل‌های قیمت‌گذاری پیشرفته‌تر و بهینه‌سازی لحظه‌ای اجازه می‌دهد و شیوه‌های فعلی اساساً غیر ممکن می‌شوند، فرآیند استقرار روان بسیار مهم‌تر خواهد بود.

رویکردی جدید برای گسترش مهارت‌های تیم‌ها

بهینه‌سازی قیمت‌گذاری با استفاده از هوش مصنوعی به همان اندازه که مربوط به داده‌ها و فناوری است، مربوط به افراد می‌شود. برای بهبود شانس موفقیت خود در تغییر هوش مصنوعی در قیمت‌گذاری بیمه‌گران باید تیم‌های قیمت‌گذاری، خود را با استعداد هوش مصنوعی تقویت کنند. مهندسان داده، مهندسان یادگیری ماشین و دانشمندان داده، افزودن این شایستگی‌ها به بیمه‌گران فرصتی را برای ایجاد روش‌های جدید کار که در سازمان‌های مبتنی بر هوش مصنوعی رایج‌تر است، ارائه می‌دهد. تیم‌های چند رشته‌ای که فرهنگ مسئولیت و همکاری مشترک را پذیرفته و مالکیت نهایی مدل‌های قیمت‌گذاری خود را دارند.

سخن پایانی

مجموعه‌ای از بهترین روش‌ها در زیر معرفی می‌شود که پایان بخش این مقاله است با اتخاذ این شیوه‌ها و مراحل ذکر شده

انتصاب‌های جدید در بیمه پارسیان

طی احکامی از سوی آقای اویار حسین، نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان، همکاران جدیدی در سمت‌های سازمانی مختلف منصوب شدند:

نام و نام خانوادگی	سمت
امیر احد ممدی	معاون مدیر بیمه‌های باربری
لیلا عبدالرزاق	سرپرست مدیریت حسابرسی داخلی
سمیرا رومیانی	سرپرست مدیریت بیمه‌های اتکایی و امور بین الملل
فرید رضوانی مقدم	سرپرست شعبه شاهرود
زهرا شیخ‌الاسلامی کندلوس	رییس شعبه چالوس

نشریه چتر برای این عزیزان آرزوی توفیق در سمت‌های جدید را دارد.



تسلیت

متأسفانه باخبر شدیم همکارانمان خانم‌ها سارا محمدی نیک و مهستی خلیلی و آقایان محسن رحیمی، مسعود کاوسی، رضا مهدوی هادی غفوری و مجید بهرامی در غم از دست دادن عزیزانشان به سوگ نشستند.

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



لغات انگلیسی تخصصی بیمه

برگرفته از کتاب فرهنگ اصطلاحات بیمه
نوشته هادی اویار حسین

لغت	ترجمه
Technical reserve	ذخیره فنی
Retention	سهم نگهداری
Retention schedule/ methods	جدول / روش نگهداری
Risk	خطر
Abnormal Risks	خطرهای تشدید شده / مشدد
Accumulation of Risk	تجمع خطر / تراکم خطر
Anyone Risk	هر خطر
Atomic Risk	خطرات هسته ای
current Risk	خطرات جاری
Decrease of Risk	کاهش خطر
Ground Risk	خطرات زمینی
Increase of Risk	افزایش خطر
Insurable Risk	خطرهای قابل بیمه شدن
Perils of the sea	خطرات دریا
Special perils	خطرات خاص
Period	دوره / مدت



۲۷ اردیبهشت روز

ارتباط و اعتماد

گرامی باد

مرکز ارتباطات ۰۲۱-۸۲۵۹

CLUB.PARSIANINSURANCE.COM

WWW.PARSIANINSURANCE.IR



۲۸ اردیبهشت

بیست و یکمین سالروز تأسیس بیمه پارسیان گرامی باد

مرکز ارتباطات ۰۲۱-۸۲۵۹

CLUB.PARSIANINSURANCE.COM

WWW.PARSIANINSURANCE.IR

