

نگاهی سیستمی به مدیریت ریسک و اخلاق در

صنعت بیمه



www.ketab.ir



مهدی غفراللهی

سرشناسه	:	غفراللهی، مهدی، ۱۳۶۷-
عنوان و نام پدیدآور	:	نگاهی سیستمی به مدیریت ریسک و اخلاق در صنعت بیمه / مؤلف مهدی غفراللهی
مشخصات نشر	:	تهران: راز نهان، ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری	:	۱۴۲ ص.
شابک	:	978-600-448-371-1
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. [۱۳۰] - ۱۴۲.
موضوع	:	خطر کردن (بیمه)
موضوع	:	(Risk) Insurance
موضوع	:	بیمه
موضوع	:	Insurance
موضوع	:	مدیریت ریسک
موضوع	:	Risk management
موضوع	:	اخلاق کسب و کار
موضوع	:	Business ethics
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۶، ۷/۵/۸۰۵۴ HG
رده بندی دیویی	:	۶۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۰۳۷۲۲۲

کتاب		نگاهی سیستمی به مدیریت ریسک و اخلاق در صنعت بیمه
مؤلف		مهدی غفراللهی
صفحه آرا		مریم سلیمی
طراح جلد		حامد افشاری
ناشر		راز نهان
شمارگان		۱۰۰۰ جلد
قیمت		۲۱۰۰۰ تومان
نوبت چاپ		اول ۱۳۹۶

ISBN: 978-600-448-371-1

فهرست مطالب

۱۱	پیش گفتار
	فصل نخست
۱۳	تاریخچه بیمه
۱۵	مقدمه
۱۶	تاریخچه پیدایش بیمه در ایران
۱۷	تعریف بیمه
۱۸	انواع بیمه
۱۹	بیمه‌های اشخاص
۱۹	بیمه‌های عمر
۲۰	بیمه‌های حوادث
۲۰	بیمه‌های اموال (اشیاء)
۲۱	بیمه باربری
۲۱	بیمه حمل و نقل دریایی
۲۱	بیمه حمل و نقل زمینی
۲۲	بیمه اتومبیل
۲۲	بیمه هواپیما
۲۲	بیمه بدنه هواپیما
۲۵	بیمه مسئولیت خسارات مالی
۲۵	بیمه لوازم یدکی هواپیما
۲۷	بیمه تمام خطر مقاطعه کاری

۲۸	بیمه‌های مسئولیت مدنی
۳۰	مسئولیت
۳۰	مسئولیت اخلاقی
۳۱	مسئولیت مدنی
۳۲	مسئولیت قراردادی
۳۳	مسئولیت جزایی (کیفری)
۳۴	مسئولیت قهری
۳۴	فرق بین مسئولیت کیفری و مسئولیت مدنی
۳۶	مبانی مسئولیت مدنی
۳۶	نظریه تقصیر
۳۷	نظریه خطر
۳۷	نظریه تضمین حق

فصل دوم

۴۰	نفوذ و توسعه بازار در صنعت بیمه
۴۲	خدمات و بازاریابی
۴۴	بازاریابی خدمات
۴۷	استراتژی‌های بازاریابی
۴۷	استراتژی‌های تمرکز
۴۸	محصول موجود / بازار موجود
۴۸	محصول جدید / بازار موجود
۴۹	محصول موجود / بازار جدید
۴۹	محصول جدید / بازار جدید
۵۱	نفوذ در بازار
۵۴	توسعه بازار خدمات
۵۵	شناخت بازار و چرخه بازاریابی
۵۷	کسب سهم بیشتر از بازار
۵۹	مدل‌های توسعه بازار
۶۴	بازار بیمه و ماهیت آن
۶۵	توسعه بازار بیمه

فصل سوم

۶۹	سرمایه انسانی در صنعت بیمه
۷۲	اهمیت منابع انسانی در نظام بیمه ای

۷۳	دلایل اهمیت مهارت های شغلی
۷۶	انواع مهارت های شغلی
۷۶	مهارت ادراکی
۷۸	مهارت انسانی (ارتباطی)
۸۰	مهارت فنی

فصل چهارم

۸۳	اخلاق در صنعت بیمه
۸۶	رفتار اخلاقی کارگزار
۸۸	دیدگاههایی در مورد اخلاق نیروهای کارگزاری
۸۹	تصمیمات اخلاقی در فروش بیمه
۹۰	فرهنگ اخلاقی زیرفرعنگ هایی فروش اخلاقی بیمه
۹۱	طبقه بندی اخلاق در فروش بیمه توسط کارگزاران
۹۴	ابعاد اخلاقی فروش بیمه
۹۵	اخلاق بازاریابی توصیفی
۹۵	بازاریابی اخلاقی هنجاری
۹۷	بازاریابی اخلاقی تحلیلی
۹۷	شهرت اخلاقی
۹۹	مولفه های نظام اخلاقی حرفه ای در کارگزاری
۹۹	ضرورت حفظ اعتبار
۱۰۰	صلاحیت حرفه ای
۱۰۰	تشکل قوی
۱۰۱	نظام مند کردن اخلاق حرفه ای
۱۰۱	فلسفه های برخورد با معضلات اخلاقی در صنعت بیمه
۱۰۴	ارزیابی اخلاقی در خدمات کارگزاری

فصل پنجم

۱۰۸	ریسک در صنعت بیمه
۱۱۱	فروش بیمه به مشتریان با ریسک بالا
۱۱۳	مشخصات ریسک در قراردادهای بیمه
۱۱۳	اتفاقی بودن
۱۱۳	واقعی بودن
۱۱۳	غیرقابل احتراز بودن

۱۱۴	زیانبار بودن.....
۱۱۴	ناظر به آینده بودن.....
۱۱۴	مشروع بودن.....

فصل ششم

۱۱۶	مدیریت پاداش در صنعت بیمه.....
۱۱۸	مدیریت پرداخت و زمان.....
۱۱۹	مدیریت خسارت و برآورد.....
۱۲۰	پاداش فروش.....
۱۲۲	معیارهای تصمیم گیری در مورد ساختار برنامه پاداش.....
۱۲۳	اجتناب از رفتارهای شانه خالی کردن.....
۱۲۴	تاثیر کارآمدی تلاش فروش.....
۱۲۴	کنترل اجتماعی عوامل فروش.....
۱۲۶	هماهنگی بین عوامل فروش.....
۱۲۶	گرایش بلند مدت عوامل فروش.....
۱۲۷	معیارهای توزیع پاداش تشویقی.....
۱۳۰	منابع.....

پیش گفتار

صنعت بیمه از جمله صنایع مهم و اثرگذار در بازارهای مالی می باشد. به همین دلیل، بررسی عوامل رونق این صنعت و ایجاد اعتماد در ساختارهای بازار بیمه می تواند رونق را در بخش های که زیاد پرفروغ نبوده اند تا بحال، ایجاد نماید. بیمه ها همانند بسیاری از صنایع مالی با توجه به بحران های مالی که ناشی از اقدامات غیراخلاقی و توأم با ریسک بوده است، بسیار در دوران رکود گرفتار شده اند که این صنایع برابر با وزن رفت بدون شک نیازمند توجه بیشتر به مفاهیم همانند اخلاقیات و همچنین مدیریت ریسک در صنعت بیمه دارند که زمینه را برای بهبود عملکرد در بازارهای مالی ایجاد نماید.

مطالعات بیمه ای نشان می دهند که مشتریان با ریسک بالا ترجیح می دهند که بیمه بیشتری خریداری کنند و چنین رفتاری را شرکتهای بیمه گر نمی دانند. مشتریان را با راهکارهایی ارائه می کنند تا بتوانند مخاطرات ناشی از چنین انتخابهایی را کاهش دهند. از طرف دیگر، طمع کارگزاران برای دریافت سود بالاتر موجب می شود که آنها تمایل داشته باشند که مشتریانی با ریسک بالا را انتخاب کنند و لذا شرکتهای بیمه هم از جانب مشتری و هم از جانب کارگزاران ممکن است با ریسک بالایی مواجه شوند. بنابراین توجه به میزان پرداختی در این امر می تواند همواره به عنوان یک چالش برای شرکتهای بیمه ای باشد. بسیاری از شرکت ها سعی بر این دارند که منافع دو بخش را به خوبی مورد توجه قرار دهند، این موضوع منجر به آن خواهد شد که هر دو بخش ارزیابی های در زمینه خدمات ارائه شده داشته باشند، بدون

شک ارزیابی‌های اخلاقی پیرامون خدمات و محصولات ارائه شده توسط شرکت‌های بیمه‌ای می‌تواند در راستای تامین نیازهای مشتریان و ذینفعان بسیار کاربردی و مهم باشد

در واقع عدم توجه به موضوع‌های اخلاقی در زمینه فروش قراردادهای بیمه‌ای، می‌تواند منجر به ایجاد یک بحران در صنعت خدمات مالی همانند بیمه‌ها گردد. این موضوع می‌تواند در صورتی که به صورت یک پدیده فراگیر تبدیل شود، زمینه را برای ایجاد بحران در سایر بخش‌ها به وجود آورد. از سوی دیگر بی‌توجهی به مقوله ارائه خدمات و قراردادهای بیمه‌ای توأم با صداقت و انصاف، می‌تواند نگرش بیمه‌گذار را نسبت به خدمات بیمه‌ای تغییر داده و این امر بدون شک، معنای افت تقاضا در بازارهای بیمه‌ای برای دریافت خدمات بیمه‌ای به دلیل نبود اعتماد در این صنعت خواهد بود. هر چه این بخش از خدمات مالی در بازارهای مالی کم فروغ‌تر باشد، علاوه بر افزایش ریسک با و مشکلات برای فعالان اقتصادی و دیگر بیمه‌گذاران، دیگر بخش‌های خدمات مالی نیز با چالش‌ها به رو شوند که این امر در زمینه تقویت و بهبود اقتصاد پایدار می‌تواند یک مسأله اساسی باشد. به عبارتی کارگزاران فعال در عرصه ارائه خدمات بیمه‌ای، در صورتی که به موضوع اخلاق در ارائه خدمات توجه‌ای نداشته باشند، می‌تواند برای کسب منافع بیشتر، ریسک‌های بالاتری را به بیمه‌گر انتقال دهند که این امر به معنی، افزایش خسارت‌های احتمالی به شرکت‌های بیمه‌ای و افت سرمایه مالی در بازار خواهد بود. این امر به این معنی است که بیمه‌گر با چالش‌های زیادی به دلیل فروش قراردادهای بیمه‌ای با ریسک بالا از سوی کارگزار رو به رو است، که این موضوع به افزایش بحران‌های مالی می‌باشد.

در این کتاب سعی شده است مسیری را که زمینه بهبود مدیریت ریسک و مباحث بازاریابی اخلاقی در صنعت بیمه به صورت خلاصه و با دیدی ترکیبی از تئوری و عمل برای پیوند این عنصر برای مخاطب ترسیم و تشریح گردد.