

ISC  
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰  
MCII-conf.ir

## تأثیر ارتقا روابط بین شعب، نمایندگان و کارگزاران در افزایش فروش انواع بیمه نامه

ایمان فتح اله نجاری، مدرس مرکز علمی کاربردی کسب و کار سیا (وابسته به بیمه ایران)  
سوسن سوداگر، دانشجوی کارشناسی مدیریت بیمه - گرایش بیمه اشخاص  
شرمینه تبریزی کارشناسی مدیریت بیمه - گرایش بیمه اشخاص

چکیده:

بیمه بعنوان حامی کل افراد جامعه در قبال آثار زیانبار فعالیت دیگران نقش اجتماعی مهمی بعهده دارد. بیمه با حفظ ثروت ملی، تضمین سرمایه گذاریها از یکسو و جمع آوری پس اندازهای کوچک و سرمایه گذاری ذخائر و اندوخته های جمع آوری شده از دیگر سو بعنوان یک عامل اقتصادی نقش بسزائی در توسعه اقتصادی و بالا بردن سطح اشتغال دارد. در نهایت شرکتهای بیمه با توزیع خطر در گستره بین المللی از طریق بیمه های اتکائی نقش بین المللی را در خانواده جهانی رقم می زنند. فروش بیمه در کشور از دو طریق صورت می پذیرد: ۱ - مستقیم ۲ - غیر مستقیم. در روش مستقیم شرکت بیمه راسا به فروش بیمه نامه اقدام میکند و از طریق واحدهای ستادی و شعب استانی و شهرستانی به بازاریابی و فروش میپردازد. در روش غیر مستقیم فروش بیمه نامه از طریق شبکه فروش ارکان شبکه فروش عبارتند از کارگزاران که با مجوز و تحت نظارت بیمه مرکزی فعالیت میکنند و ضمن ارائه مشاوره به جامعه و بیمه گذاران قادرند با تمامی شرکتهای همکاری داشته و بیمه نامه بفروشند. بخش دیگر ارکان فروش نمایندگان هستند که با اخذ مجوز از یک شرکت بیمه ای میتوانند صرفا محصولات آن شرکت را ارائه و به فروش برسانند. هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر ارتقا روابط بین شعب، نمایندگان و کارگزاران در افزایش فروش انواع بیمه نامه از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی میباشد. از دو روش میدانی و کتابخانه ای استفاده شده و جامعه آماری نمایندگان، مدیران شعب و کارگزاران با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۴۰ نفر انتخاب شدند. مهمترین یافته های تحقیق نشان میدهد رابطه معناداری بین ارتباط بین شاخص مطرح شده در خصوص نمایندگان، شعب و کارگزاری در افزایش فروش بیمه نامه وجود دارد. پس از جمع آوری اطلاعات میدانی که با استفاده از ابزار پرسشنامه تکمیل شد اطلاعات گردآوری شده را وارد نرم افزار SPSS کرده و پس از اقدام به تحلیل روابط بین متغیرهای تحقیق نتایج بصورت درصد، میانگین، فراوانی داده ها و آزمون اسپیرمن ای نشان داده شد.

کلمات کلیدی: شعب، نمایندگان، کارگزاران، فروش بیمه نامه، آزمون اسپیرمن