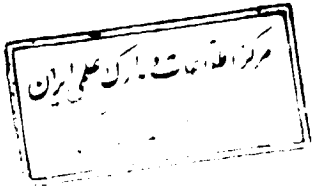




۳۵۲۳۴



۱۳۸۰ / ۴ / ۱۰

# دانشگاه تهران

## دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی

پایان نامه

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته مدیریت بازرگانی

011872

موضوع

«تجزیه و تحلیل راههای افزایش فروش خدمات در شرکتهای بیمه»

استاد راهنما

جناب آقای دکتر جانعلی محمودصالحی

استاد مشاور

جناب آقای دکتر محمود فیروزیان

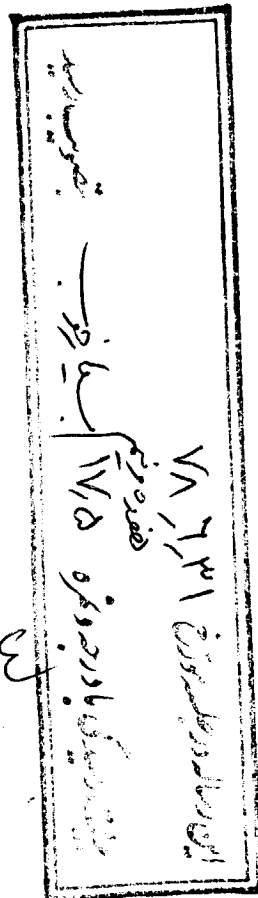
استاد ناظر

جناب آقای دکتر محمد حقیقی

پژوهش و نگارش

مصطفی نیلی

تابستان ۱۳۷۸



۳۸۲۳۴

### **تقدیم به پدر بزرگوارم**

او که،

با قلبی پر از محبت و امید برای به ثمر رساندن نهال نوشکفته‌اش  
تلاش کرده و در این راه، نور دیده را فدا نمود.

او که،

مردم پیشم به تاریکی دوفت تا بهار روشنی را در دستان موفق  
فرزندانش لمس کند.

### **تقدیم به مادر مهربانم**

او که،

قامت استوارش به زیر بار محبت فمید و وجودش به من توان  
زیستن داد، فرشته‌ای که با جاننش، روح به تنم دمید.

او که،

فداوند بهشت را در قلب پرمهرش جای داد.

### **تقدیم به برادر و خواهران عزیزم**

آنان که،

همواره مشوق و یاریگر من بوده‌اند.

## تشر و قدردانی

در انجام و به ثمر رساندن این پژوهش از همکاری افراد بسیاری در محیط دانشگاه و همچنین شرکتهای بیمه و شعب و نمایندگان آنها، استناده فراوانی نموده‌ام که بدون استناده از همکاری و مساعدت آنان، بی شک انجام این تحقیق امکانپذیر نمی شد. لذا بدینوسیله مراتب امتنان و قدردانی خویش را از زحمات ایشان بویژه آقای دکتر جانعلی محمودصالحی استاد راهنما، آقای دکتر محمود فیروزیان استاد مشاور، و آقای دکتر محمد حقیقی استاد ناظر، بیان می دارم.

همچنین از همکاری آقایان عقیلی، فوزی، عبدالرزاقی، امیر، انتصاری، خادم، پورافشاری، احمدی و خانم اسکوئی و ...، مدیران و سرپرستان شعب و نمایندگیهای بیمه، تشکر می کنم. و ضمن سپاسگزاری از محبتهای بی دریغ و حمایتهای بی شائبه سرکار خانم ترابی همکار ارجمند و آقای آریا دوست گرانقدرم، از تمامی عزیزانی که در انجام این تحقیق مرا یاری داده‌اند ولی از نامشان ذکری نرفته است تشکر و عذرخواهی می کنم و توفیق روزافزون را برای همگی آنها از خداوند متعال خواستارم.

## پیشگفتار

بیمه بعنوان نوعی پیش‌بینی برای آینده نقش مهمی در برنامه‌ریزیهای کلان و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور ایفا می‌کند. چراکه برنامه‌ریزی در شرایط ریسک و نااطمینانی بدون برخورداری از تأمین لازم، ممکن است نتایج مطلوبی را در بر نداشته باشد و موجب عدم دستیابی به اهداف گردد.

با گذشت بیش از شصت سال از تجربه صنعت بیمه در کشور، علیرغم دستیابی به موفقیتها و انجام ابتکارات مهم در زمینه ارائه خدمات بیمه‌ای مورد نیاز جامعه، هنوز تا دستیابی به نقطه قابل قبول در این صنعت و کسب موقعیت متناسب با پتانسیل موجود در کشور فاصله زیادی را می‌بایست پیمود که کسب این موفقیت در گرو توسعه و اشاعه فرهنگ بیمه در جامعه می‌باشد.

در ایران پیش از انقلاب اسلامی از روشهای اصول بازاریابی بطور محدود استفاده می‌شد و مشکلات اخلاقی بسیاری در مورد روشهای متداول مطرح بود. پس از انقلاب به مدت ۱۰ سال تولیدکنندگان و شرکتهای بازرگانی و خدماتی، رشته بازاریابی را به دست فراموشی سپردند. از سال ۱۳۷۰ به بعد به دلیل تغییر یافتن اوضاع اقتصادی و بازار، توجه فزاینده تولیدکنندگان به رشته بازاریابی اصولی و علمی آغاز شد. شواهد نشان می‌دهد که این توجه و علاقه در سالهای آینده بطور چشمگیری افزایش خواهد یافت.

نظر به اینکه اشاعه فرهنگ بیمه و همچنین توسعه رشته‌های مختلف بیمه‌های بازرگانی و در نتیجه افزایش سطح فروش آنها در کشور، نیاز به کسب شناخت و تعیین عوامل بازدارنده آن دارد تا بر پایه آن بتوان راه‌حلهائی متناسب ارائه نمود، از اینرو در صدد هستیم تا با بهره‌گیری از مبانی تئوریک بازاریابی و کار میدانی به منظور کسب نظرات مدیران شرکتهای بیمه، علت پائین بودن میزان فروش خدمات بیمه را شناسایی نمائیم و «راههای افزایش فروش خدمات بیمه در کشور» را مورد بررسی قرار دهیم و تلاش نمائیم تا عوامل مؤثر در افزایش سطح فروش خدمات شرکتهای بیمه شناسایی و معرفی گردند.

---

## فهرست مطالب

---

| صفحه     | عنوان               |
|----------|---------------------|
| الف..... | تشکر و قدردانی..... |
| ب.....   | پیشگفتار.....       |
| ج.....   | فهرست مطالب.....    |
| ط.....   | فهرست شکلها.....    |
| ی.....   | فهرست جدولها.....   |

### فصل اول: کلیات طرح تحقیق

|        |  |
|--------|--|
| ۲..... | مقدمه.....                               |
| ۴..... | تعریف و بیان موضوع.....                  |
| ۴..... | مسئله تحقیق.....                         |
| ۵..... | علت انتخاب موضوع.....                    |
| ۵..... | هدف تحقیق.....                           |
| ۶..... | اهمیت موضوع و ضرورت انجام تحقیق.....     |
| ۶..... | فرضیه‌های تحقیق.....                     |
| ۷..... | روش تحقیق.....                           |
| ۸..... | قلمرو تحقیق.....                         |
| ۸..... | سابقه تحقیقات و مطالعات انجام گرفته..... |
| ۹..... | محدودیتها و مشکلات تحقیق.....            |
| ۹..... | تعریف مفاهیم و واژگان اختصاصی تحقیق..... |

## فصل دوم: مبانی نظری و تئوریک تحقیق

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| گنتار نخست : مباحث نظری بیمه .....   | ۱۲ |
| مقدمه .....                          | ۱۲ |
| تاریخچه بیمه در جهان .....           | ۱۳ |
| تاریخچه بیمه در ایران .....          | ۱۴ |
| پیدایش و تحول بیمه در ایران .....    | ۱۴ |
| تأسیس بیمه مرکزی ایران .....         | ۱۶ |
| وضعیت بیمه پس از انقلاب اسلامی ..... | ۱۶ |
| تعاریف و اصطلاحات بیمه .....         | ۱۷ |
| تعریف بیمه .....                     | ۱۷ |
| تعریف بیمه گر .....                  | ۱۷ |
| تعریف بیمه گذار .....                | ۱۸ |
| تعریف موضوع (مورد) بیمه .....        | ۱۸ |
| مبلغ بیمه شده .....                  | ۱۹ |
| خطر (موضوع) بیمه .....               | ۱۹ |
| ریسک .....                           | ۲۰ |
| حق بیمه .....                        | ۲۰ |
| مدت بیمه .....                       | ۲۱ |
| خسارت یا غرامت .....                 | ۲۱ |
| سرمایه بیمه .....                    | ۲۲ |
| فرانشیز .....                        | ۲۲ |

| عنوان   | صفحه |
|---|------|
| بیمه نامه.....  | ۲۲   |
| الحاقی.....   | ۲۳   |
| اصول حاکم بر قراردادهای بیمه .....                            | ۲۳   |
| ۱- اصل نفع بیمه‌ای .....                                      | ۲۳   |
| ۲- اصل حسن نیت.....   | ۲۴   |
| ۳- اصل جبران غرامت .....                                      | ۲۵   |
| ۴- اصل جانشینی.....   | ۲۶   |
| ۵- قاعده نسبی خسارت (یا سرمایه).....                          | ۲۷   |
| ۶- بیمه مضاعف.....  | ۲۷   |
| تقسیم بندی بیمه‌ها .....                                      | ۲۸   |
| ۱- بیمه‌های تعاونی .....                                      | ۲۸   |
| ۲- بیمه‌های اجتماعی.....                                      | ۲۹   |
| ۳- بیمه‌های بازرگانی.....                                     | ۳۰   |
| تقسیم بندی بیمه‌های بازرگانی .....                            | ۳۰   |
| بیمه‌های اموال (اشیاء) .....                                  | ۳۱   |
| بیمه‌های اشخاص .....  | ۳۲   |
| بیمه‌های مسئولیت مدنی.....                                    | ۳۳   |
| گفتار دوم : بررسی فرآیند بازاریابی در بیمه‌های بازرگانی ..... | ۳۴   |
| مقدمه .....   | ۳۴   |
| تعاریف و اصطلاحات بازاریابی .....                             | ۳۴   |
| تعریف بازاریابی.....  | ۳۴   |



| صفحه | عنوان                        |
|------|------------------------------|
| ۳۵   | مدیریت بازاریابی             |
| ۳۶   | فلسفه‌های مدیریت بازاریابی   |
| ۳۶   | گرایش تولید                  |
| ۳۷   | گرایش محصول                  |
| ۳۷   | گرایش فروش                   |
| ۳۸   | گرایش بازاریابی              |
| ۳۹   | گرایش بازاریابی اجتماعی      |
| ۴۰   | تبلیغات                      |
| ۴۳   | تحقیقات بازاریابی            |
| ۴۵   | تجزیه و تحلیل فرصتهای بازار  |
| ۴۵   | تجزیه و تحلیل SWOT           |
| ۵۰   | شبکه گسترده بازار - محصول    |
| ۵۳   | بررسی آمیخته بازاریابی خدمات |
| ۵۴   | محصول                        |
| ۵۷   | قیمت                         |
| ۵۸   | مکان یا توزیع                |
| ۶۱   | ترفیع یا پیشبرد فروش         |
| ۶۲   | کارکنان                      |
| ۶۳   | دارائیهای فیزیکی             |
| ۶۳   | مدیریت عملیات                |
| ۶۴   | بررسی وضعیت بازار بیمه       |

| عنوان  | صفحه |
|--|------|
| بررسی وضع موجود صنعت بیمه .....              | ۶۴   |
| بررسی بازار جهانی بیمه‌های بازرگانی .....    | ۶۶   |
| بررسی بازار بیمه‌های بازرگانی در ایران ..... | ۷۱   |
| جایگاه صنعت بیمه در اقتصاد ایران .....       | ۷۳   |

#### فصل سوم: روشهای مطالعه و جمع آوری اطلاعات

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| مقدمه .....                        | ۷۸ |
| روش تحقیق .....                    | ۷۹ |
| نوع تحقیق .....                    | ۸۰ |
| روشهای جمع آوری اطلاعات .....      | ۸۰ |
| روش تهیه و توزیع پرسشنامه .....    | ۸۱ |
| جامعه و نمونه آماری .....          | ۸۲ |
| تکنیکهای آماری مورد استفاده .....  | ۸۴ |
| آزمون دو جمله‌ای (باینامیال) ..... | ۸۴ |
| منابع جمع آوری اطلاعات .....       | ۸۶ |

#### فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات آماری و آزمون فرضیه‌ها

|  |    |
|--|----|
| مقدمه .....  | ۸۸ |
| آزمون فرضیه‌های تحقیق .....                                    | ۸۸ |
| تبیین فرضیه‌های آماری - روش آزمون دو جمله‌ای (باینامیال) ..... | ۸۸ |
| آزمون فرضیه فرعی اول .....                                     | ۸۹ |

|    |                        |
|----|------------------------|
| ۹۰ | آزمون فرضیه فرعی دوم   |
| ۹۱ | آزمون فرضیه فرعی سوم   |
| ۹۲ | آزمون فرضیه فرعی چهارم |

### فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات

|     |              |
|-----|--------------|
| ۹۵  | نتیجه‌گیری   |
| ۹۷  | پیشنهادها    |
| ۱۰۳ | منابع و مأخذ |

پیوستها

نمونه پرسشنامه

پردازشهای کامپیوتری

جدولها

---

## فهرست شکلها

---

| صفحه | عنوان  |
|------|--|
| ۳۹   | ۱- مقایسه مفهوم قدیم (فروش) و جدید بازاریابی.....    |
| ۵۰   | ۲- شبکه گسترده بازار - محصول .....                   |
| ۵۴   | ۳- درجات ارضاء خواسته‌ها توسط کالا یا خدمت.....      |
| ۶۸   | ۴- چرخه نزولی فعالیتهای بیمه‌ای.....                 |
| ۶۹   | ۵- افریقا و اقیانوسیه در مسیری متفاوت .....          |
| ۷۰   | ۶- وضعیت بیمه‌ای برتر ملتهای پیشرفته صنعتی .....     |
| ۷۰   | ۷- ژاپن و امریکا مهم‌ترین کشورهای بیمه‌ای جهان ..... |

---

## فهرست جدولها

---

| صفحه  | عنوان   |
|-------|---|
| ۷۱    | ۱- سهم مناطق مختلف جغرافیایی از حق بیمه جهان در سال ۱۹۹۵                |
| پیوست | ۲- حق بیمه دریافتی بازار بیمه کشور در سال ۱۳۷۵                          |
| پیوست | ۳- نرخ تغییرات حق بیمه بازار بیمه کشور در سال ۱۳۷۵                      |
| پیوست | ۴- شاخص حق بیمه بازار بیمه کشور در سال ۱۳۷۵                             |
|       | ۵- درصد سهم شرکتهای بیمه از حق بیمه دریافتی بازار بیمه کشور در سال ۱۳۷۵ |
| پیوست | ۶- خسارت پرداختی بازار بیمه کشور در سال ۱۳۷۵                            |
|       | ۷- نرخ تغییرات خسارت بازار بیمه کشور در سال ۱۳۷۵ در مقایسه با سال ۱۳۷۴  |
| پیوست | ۸- شاخص خسارت بازار بیمه کشور در سال ۱۳۷۵                               |
|       | ۹- درصد سهم شرکتهای بیمه از خسارت پرداختی بازار بیمه کشور در سال ۱۳۷۵   |
| پیوست | ۱۰- آمار بازار بیمه در سال ۱۳۷۵   |

## فصل اول

### کلیات طرح تحقیق

## مقدمه

با مراجعه به تاریخ بشری و مطالعه اوضاع و احوال زندگانی فردی و اجتماعی او ملاحظه می‌شود که انسان از بدو تولد همواره در معرض خطرهای گوناگونی است که این خطرها، سلامت زندگی و آسایش وی را تهدید می‌کنند. و او را با محدودیتهایی مواجه می‌کنند. از اینرو انسان همواره در صدد مراقبت و مواظبت از خود در برابر خطرهای احتمالی و برطرف ساختن محدودیتهای بوده است. بطوریکه نیاز به ایمنی بعنوان یکی از خصوصیات ذاتی بشر و یکی از خواسته‌های طبیعی او به شمار آمده و برای دستیابی به آن از هیچ کوششی دریغ ننموده و تمام هم و غم خود را در جستجوی برخوردارای از وسیله‌ای برای دستیابی به تأمین مورد نیاز خود مصروف میدارد تا بتواند در محیطی آرام و بدور از خطر به زندگی خود ادامه دهد. چرا که برخوردارای از امنیت خاطر از جمله مواهبی است که تأثیر شگرفی در نحوه زندگی انسان می‌گذارد و همین امر موجب گردیده تا یکی از ابداعات مهم او به نام بیمه شکل بگیرد. بدین ترتیب انسان توانست همواره بجای آنکه فقط در موقع بروز خطر از خود دفاع نماید قبل از وقوع حادثه وسایلی برانگیزد که هم از وقوع خطر جلوگیری کند و هم پس از بروز حادثه و ایجاد خسارت جبران زیانهای وارده را بنماید.

مطالعه تاریخ بیمه و بیمه‌گری بیانگر نقش و اهمیت بیمه در زندگی انسان با هدف جبران مالی خسارت می‌باشد. اهمیتی که بیمه در دنیای امروز پیدا کرده است ناشی از دگرگونیهای عمیقی است که در کلیه شئون زندگی بشری پدید آمده است که در اعصار گذشته یا وجود نداشته و یا حائز اهمیت چندانی نبوده است ولی در اثر پیشرفت دانش بشری اهمیت فوق‌العاده یافته است.

امروزه تجارت در مسیر رشد و توسعه خود به این مفهوم اساسی دست یافته است که برای رسیدن به اهداف خود در بالاترین حد ممکن باید رضایت مشتری را جلب کرد، آنچنانکه در اثر کسب رضایت وی موجبات افزایش فروش و سود فراهم گردد. از آغاز دهه