

۱. ساختار سازمانی ماتریسی در شرکت‌های بیمه چگونه تعریف می‌شود؟ مزایا و معایب آن را در مقایسه با ساختار وظیفه‌ای در قالب مثال بیان کنید.
۲. نحوه به‌کارگیری مدل S۷ مک‌کنزی را در تحلیل عملکرد یک شرکت بیمه‌ای توضیح دهید و کاربرد آن را در یک مورد خاص نشان دهید.
۳. چگونه می‌توان از ماتریس SWOT برای تدوین استراتژی رشد در شرکت‌های بیمه استفاده کرد؟ یک نمونه واقعی از هر کدام از عناصر چهارگانه ماتریس در صنعت بیمه ارائه دهید.
۴. تفاوت بین مدیریت استراتژیک و مدیریت عملیاتی در شرکت بیمه چیست؟ با ذکر مثال، رابطه بین این دو نوع مدیریت را تحلیل کنید.
۵. مدل زنجیره ارزش پورتر (Value Chain) را در صنعت بیمه تشریح کرده و نقش آن در شناسایی مزیت رقابتی شرکت‌های بیمه‌ای را توضیح دهید.
۶. نقش ساختار و فرهنگ سازمانی در موفقیت پیاده‌سازی فناوری‌های نوین مانند بیمه‌گری دیجیتال در شرکت‌های بیمه را تحلیل کنید.
۷. یکی از چالش‌های مدیریت منابع انسانی در شرکت‌های بیمه، حفظ و توسعه سرمایه انسانی است. با استفاده از مدل شایستگی (Competency Model) راهکاری برای مدیریت این چالش ارائه دهید.
۸. حاکمیت شرکتی (Corporate Governance) چه تأثیری بر شفافیت مالی و اعتماد عمومی به شرکت‌های بیمه دارد؟ ساختار هیئت‌مدیره مؤثر باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد؟
۹. در شرایط رقابتی کنونی، چگونه می‌توان از مدل مدیریت کیفیت جامع (TQM) برای بهبود عملکرد خدمات بیمه‌ای استفاده کرد؟ اجزای کلیدی این مدل را در محیط شرکت بیمه تشریح کنید.
۱۰. ارزیابی عملکرد سازمانی در شرکت‌های بیمه با استفاده از کارت امتیازی متوازن (BSC) چگونه انجام می‌شود؟ هر یک از ابعاد چهارگانه این مدل را در قالب شاخص‌های قابل اندازه‌گیری در صنعت بیمه توضیح دهید.

۱. ساختار ماتریسی سازمانی ترکیبی از ساختار وظیفه‌ای و پروژه‌محور است. در شرکت بیمه‌ای با ساختار ماتریسی، کارکنان به‌طور هم‌زمان به مدیران وظیفه‌ای (مثلاً مدیر بیمه عمر) و مدیران پروژه (مثلاً مدیر توسعه محصول جدید) گزارش می‌دهند. مزیت آن انعطاف‌پذیری، تخصیص بهینه منابع و همکاری بین بخشی است. اما چالش‌هایی مانند تضاد دستورات، ابهام در مسئولیت‌ها و بار روانی بالا نیز به همراه دارد.

در مقایسه، ساختار وظیفه‌ای ساده‌تر اما کم‌انعطاف‌تر است.

۲. مدل ۷S مک‌کنزی شامل عناصر Strategy, Structure, Systems, Shared values, Skills, Staff, Style است.

در تحلیل عملکرد شرکت بیمه، این مدل به شناسایی هم‌راستایی یا ناهماهنگی میان اجزا کمک می‌کند.

برای مثال: اگر استراتژی شرکت حرکت به‌سوی دیجیتالی شدن باشد ولی مهارت کارکنان (Skills) در فناوری پایین باشد، عملکرد دچار مشکل می‌شود. با ارزیابی هر عنصر، می‌توان نقشه بهبود عملکرد تهیه کرد.

۳.

SWOT در استراتژی رشد شرکت‌های بیمه به‌صورت زیر کاربرد دارد:

- Strengths (نقاط قوت): (برند قوی، تنوع محصول)
 - Weaknesses (نقاط ضعف): (فرآیندهای دستی)
 - Opportunities (فرصت‌ها): (افزایش نفوذ بیمه در بازار روستایی)
 - Threats (تهدیدها): (رقابت شدید آنلاین)
- مثال: یک شرکت با برند قوی (S) و فرصت بازار بیمه روستایی (O)، استراتژی توسعه بازار (Market Development) را اتخاذ می‌کند.

۴. مدیریت استراتژیک شامل تعیین جهت کلی، مأموریت، چشم‌انداز و اهداف بلندمدت شرکت بیمه است.

در مقابل، مدیریت عملیاتی بر اجرای روزمره این استراتژی‌ها تمرکز دارد.

برای مثال: اگر استراتژی شرکت ورود به بیمه درمان دیجیتال باشد، عملیات شامل راهاندازی پلتفرم، آموزش پرسنل و پشتیبانی است.

هماهنگی میان این دو سطح برای موفقیت حیاتی است.

۵. مدل زنجیره ارزش پورتر در صنعت بیمه به شناسایی فعالیت‌های اصلی و پشتیبان کمک می‌کند:

- فعالیت‌های اصلی: صدور بیمه‌نامه، ارزیابی خسارت، خدمات پس از فروش

- فعالیت‌های پشتیبان: فناوری اطلاعات، منابع انسانی، زیرساخت‌ها

با تحلیل این زنجیره، شرکت می‌تواند فعالیت‌هایی را شناسایی کند که بیشترین ارزش را برای مشتری و مزیت رقابتی ایجاد می‌کنند، مانند تسریع فرآیند خسارت یا خدمات دیجیتال.

۶. ساختار سازمانی منعطف و فرهنگ یادگیرنده می‌تواند پذیرش فناوری را تسهیل کند.

اگر سازمان سلسله‌مراتبی و مقاوم به تغییر باشد، پذیرش نوآوری مانند بیمه‌گری دیجیتال با شکست مواجه می‌شود.

برای موفقیت، باید فرهنگ پذیرش تغییر، آموزش مستمر و تعامل بین سطوح سازمانی ترویج یابد.

این عوامل هم‌افزایی ایجاد کرده و به اجرای موفق فناوری کمک می‌کنند.

۷. مدل شایستگی بر پایه دانش، مهارت و نگرش (KSA) بنا شده است.

در شرکت بیمه، با شناسایی شایستگی‌های کلیدی مانند «توانایی تحلیل ریسک» یا

«خدمات مشتری»، می‌توان فرآیند جذب، آموزش و ارتقاء را هدفمند کرد.

مثلاً برای ارتقاء کارشناسان خسارت، می‌توان دوره‌های توسعه شایستگی تحلیل پرونده و مدیریت ارتباط با مشتری برگزار کرد.

۸. حاکمیت شرکتی شفافیت و پاسخ‌گویی را افزایش می‌دهد.

در بیمه، این موضوع به اعتماد بیمه‌گذاران و نهادهای نظارتی کمک می‌کند.

ساختار هیئت‌مدیره مؤثر باید شامل افراد مستقل، تخصص‌محور، دارای اخلاق حرفه‌ای و متعهد به کنترل داخلی باشد.

همچنین باید کمیته حسابرسی و ریسک فعال داشته باشد تا عملکرد مالی را کنترل کند.

۹. مدل TQM بر بهبود مستمر، تمرکز بر مشتری، و مشارکت کارکنان استوار است.

در شرکت بیمه، با اجرای این مدل، فرآیندهایی مانند رسیدگی به خسارت یا پاسخ‌گویی به مشتری بهبود می‌یابد.

اجزای کلیدی شامل: آموزش مستمر کارکنان، تحلیل کیفیت خدمات، استفاده از بازخورد مشتریان، و مدیریت فرآیندهاست.

۱۰. مدل کارت امتیازی متوازن (Balanced Scorecard) دارای چهار بُعد اصلی است:

- مالی: نسبت سودآوری، ضریب خسارت
 - مشتری: رضایت مشتری، نرخ حفظ بیمه‌گذاران
 - فرآیندهای داخلی: زمان صدور بیمه‌نامه، مدت رسیدگی به خسارت
 - یادگیری و رشد: نرخ آموزش کارکنان، نوآوری در محصول
- ارزیابی متوازن، تصویر جامعی از عملکرد شرکت ارائه می‌دهد و بر تعادل میان ابعاد مختلف تأکید دارد.