

نشریه الکترونیکی

# نازدهای بیمه ایران و جهان

دو هفته‌نامه  
علمی، حرفه‌ای  
اطلاع‌رسانی

شماره ۴۵ / نیمه دوم دی‌ماه ۹۶

مدیر مسئول:

علیرضا محمدعلی

شورای سردبیری:

گروه‌های پژوهشی

دبیر اجرایی:

مهدی ملانی



[www.irc.ac.ir](http://www.irc.ac.ir)  
[tazehayebimeh@irc.ac.ir](mailto:tazehayebimeh@irc.ac.ir)

روابط عمومی و امور بین‌الملل پژوهشگاه بیمه

## فهرست

۱. درخواست از بیمه‌گران ایرانی برای شناسایی مؤثر ریسک ..... ۲
۲. نفتکش سانچی به یکی از بزرگ‌ترین خسارت‌های بیمه‌ای آسیا تبدیل شد ..... ۳
۳. بیمه‌گران هنوز آماده اجرای IFRS 17 نیستند ..... ۵
۴. مک‌کنزی: بسترهای دیجیتالی فرصتی مناسب برای عکس‌العمل سریع بیمه‌گران ..... ۸
۵. بیمه‌ها توانایی خود را نسبت به حملات سایبری بالا ببرند ..... ۱۰
۶. راه‌اندازی بزرگ‌ترین طرح بیمه آب و هوایی غیردولتی جهان ..... ۱۲
۷. سال پر ریسک ۲۰۱۸ با هشدار اندیشمندان همراه شد ..... ۱۴
۸. راهبران فن‌آوری بیمه متفق‌القولند: مشکل بیمه، تجربه نامطلوب کاربران است ..... ۱۶

## ۱. درخواست از بیمه‌گران ایرانی برای شناسایی مؤثر ریسک

یک استاد مالی در کنفرانس مدیریت ریسک و بیمه از شرکت‌های بیمه خواسته است تا ذخایر کافی برای پوشش ریسک داشته باشند، زیرا فقدان ذخایر ناکافی می‌تواند منجر به توزیع سود نامطلوب گردد. عبده تبریزی، عدم شناسایی صحیح ریسک‌ها را چالشی برای صنعت بیمه دانسته و با تأکید بر نقش بیمه در حمایت از توسعه اقتصادی، تصریح کرده است که سیاست‌ها باید به طوری اتخاذ شوند که سبب ارتقای بیمه در کشور گردد، زیرا موضوعاتی چون «درآمد سرانه، نرخ منطقی تورم و فضای اجتماعی اساساً بیرون از قلمرو صنعت بیمه بوده و باید به اصلاحات نهادینه آن توجه نمود.»

وی می‌افزاید: «با توجه به آنچه صنعت بیمه قادر است انجام دهد، باید بر توسعه بیمه زندگی تأکید بیشتری نمود که این سبب بهبود نرخ پس‌انداز کشور خواهد گردید.»

استاد عبده همچنین اظهار می‌دارد که شرکت‌های بیمه اگر ۱۰۰ درصد هم خصوصی باشند، باید چندین بررسی جدی درباره حاکمیت شرکتی خود داشته باشند، حتی اگر توسط بیمه مرکزی نظارت می‌شوند. برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) را کلیک نمایید.

منبع: ایشا اینشورنس ریویو، ژانویه ۲۰۱۸

### نکته:

از ویژگی‌های نامطلوب صنعت بیمه کشور، «آرایش صورت‌های مالی بدون ذخایر کافی؛ توزیع سود موهوم؛ احتساب هزینه‌ها بدون ذخایر کافی» است که پیش‌تر نیز بر آن تأکید شده بود. رابطه‌ی رشد اقتصادی و عمق بازارهای مالی بارها آزموده شده‌اند. در شرایطی که بانک‌ها، بازار سرمایه و در مرتبه‌ی پایین‌تر، بیمه‌ها عملکرد بهتری دارند، نرخ رشد اقتصادی نیز بالاتر است. به‌رغم رابطه‌ی این سه بازار به نظر می‌رسد بیمه‌ها نقش متفاوتی در توسعه‌ی اقتصادی بازی می‌کنند و در عین حال شرایط متفاوت‌تری برای رشد می‌طلبند. برابر اظهارات دکتر عبده تبریزی، نقش بیمه در توسعه‌ی ملی می‌تواند باعث ارتقا و بهبود فضای سرمایه‌گذاری و پاگیری ترکیب بهتری از فعالیت‌ها در اقتصاد شود که در شرایط نبود دسترسی به ابزارهای مدیریت ریسک چنین دستاوردی حاصل نمی‌شد.

به‌طور خلاصه، همه‌ی مطالعات تجربی حاکی از رابطه‌ی مثبت بین رشد صنعت بیمه و رشد اقتصاد است. حال اگر محرک‌های اصلی رشد صنعت بیمه را درآمدهای سرانه‌ی در حال رشد؛ ، نرخ تورم منطقی و

متناسب و تعمیق مالی بدانیم متأسفانه باید گفت در شرایط جاری کشور هر سه محرک در اقتصاد ایران غایب‌اند.

## ۲. نفتکش سانچی به یکی از بزرگ‌ترین خسارت‌های بیمه‌ای آسیا تبدیل شد

بیمه‌گران آماده پرداخت خسارت تانکر نفت کش سانچی شده‌اند که در هفته‌های گذشته و پس از ۸ روز آتش‌سوزی، غرق شد و باز این نکته را اذعان داشت که امنیت دریایی ضعیفی در آب‌های منطقه آسیایی وجود دارد.

در روز ۸ ژانویه، سانچی، نزدیک به یک میلیون بشکه میعانات گازی را به سمت کره جنوبی حمل می‌کرد که با یک کشتی<sup>۱</sup> در دریای شرق چین و در ۳۰۰ کیلومتری شرق شانگهای، تصادف نمود که طی آن ۳۲ تن از خدمه ایرانی کشتی سانچی جان باختند.

وزیر حمل و نقل چین در بیانیه‌ای اعلام کرد: «سانچی دوباره در حدود ساعت ۱۲ شب ۱۴ ژانویه منفجر شد که سبب شد تا کل کشتی، آتش گرفته و شعله‌های آتش تا ۸۰۰ الی ۱۰۰۰ متر پرتاب شوند.»

پاول جانستون<sup>۲</sup>، مسئول واحد علوم گرین‌پیس اینترنشنال<sup>۳</sup> در دانشگاه اگزتر<sup>۴</sup> در این زمینه اظهار می‌دارد: «رصد و ارزیابی مسئولان به منظور درک میزان اثرات زیست‌محیطی بالقوه و نیز تصمیم‌گیری درباره گام‌های بعدی از منظر نجات کشتی و امکان نشت بیشتر، بسیار حیاتی است.»

اکنون که کشتی غرق شده است، میعانات بی‌رنگ باقی‌مانده را به سختی می‌توان پیگیری نمود و اثرات آن بر شیلات محلی می‌تواند بلندمدت باشد. گرین‌پیس می‌گوید: این منطقه، محل رشد بسیاری از انواع موجودات تجاری مانند ماهی کت‌چرمی آبی و ماهی‌های مرکب‌قلمی و نیز محل اقامت زمستانه برخی از انواع موجودات خوراکی مانند ماهی‌های بال‌اسبی ژاپنی، قباد ژاپنی و خرچنگ آبی بوده است.

شرکت اسکالد<sup>۵</sup> نروژ، بیمه‌گر بدنه کشتی تانکر نفت کش ایرانی و بیمه‌گر P&I کشتی باربری سی‌اف کریستال<sup>۶</sup> هنگ‌کنگ بوده است. برآورد ارزش بیمه بدنه کشتی سانچی، ۳۲ میلیون دلار گزارش شده است.

1. CF Crystal
2. Paul Johnston
3. Greenpeace International
4. Exeter University
5. Skuld
6. CF Crystal

بیمه‌گر نیروژی در اظهارنظری اعلام کرد که ۳۰ درصد از ارزش بدنه کشتی سانچی از طریق بازار بیمه ایران انجام می‌پذیرد، در حالی که ۷۰ درصد مابقی آن از طریق بازار بیمه بین‌المللی (۱۱ بیمه‌گر مختلف) پوشش داده می‌شود که از این میان، سهم شرکت اسکالد، تنها ۱۵ درصد است.

این حادثه، یک نمره منفی دیگر برای امنیت دریایی در منطقه آسیا محسوب می‌شود. بیش از یک چهارم خسارت‌های کشتی‌رانی طی ۲۰۱۶، در منطقه دریانوردی آسیا رخ داده است که بر اساس ارزیابی گزارش آلیانز<sup>۱</sup>، پرهزینه‌ترین خسارت‌ها را طی دهه گذشته برجای گذاشته است. خسارت‌ها در آسیا اغلب نسبت به مناطق دیگر حادثه‌خیز یعنی شرق مدیترانه و دریای سیاه دوبرابر بوده است. هنوز بزرگی خسارت سانچی کاملاً مشخص نشده است اما انتظار می‌رود که به عنوان یکی از بزرگ‌ترین خسارت‌های منطقه آبی آسیایی به ثبت برسد.

برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) را کلیک نمایید.

منبع: اینشورنس ایشا نیوز، ژانویه ۲۰۱۸

#### نکته:

تانکر نفت کش سانچی که تحت نظارت شرکت ملی نفت کش ایران (NITC) عمل می‌کرد، دارای بیمه حمایت و غرامت (P&I)<sup>۲</sup> از شرکت تعاونی استیم‌شیپ برمودا<sup>۳</sup> بوده و پوشش ریسک‌های مسئولیت‌های دریایی از جمله آلودگی را نیز داشته است. دقیقاً همین موضوع، بخش عمده‌ای از خسارت را در محاسبات شامل می‌شود. میزان نشت با وجود آنکه میعانات، نوعی کاملاً متفاوت از نفت است، مشابه خسارت کشتی اکسون والدرز<sup>۴</sup> در سواحل آلاسکا در سال ۱۹۸۹ تخمین زده می‌شود. این نوع مواد از سرد کردن گاز طبیعی ایجاد شده و بسیار سبک، فرار و بسیار آتش‌زا هستند.

ماهیت میعانات بیشتر به معنای آن است که هزینه‌های پاکسازی، به مراتب کمتر از نفت خام سنگین خواهد بود. بیشتر آن نیز سوخته و پیش از رسیدن به خشکی، تبخیر شده است اما بخشی از آن نیز با آب دریا حل می‌شوند. اما، این به معنای آن نیست که نشت میعانات گازی، خطرناک نیستند.

1. Allianz Global Corporate & Specialty's Safety and Shipping Review 2017
2. Protection and Indemnity
3. Steamship Mutual
4. Exxon Valdez

کشتی نفت کش سانچی که ارزشی بالغ بر ۶۰ میلیون دلار داشت، به شرکت هانوا توتال<sup>۱</sup> فروخته شده بود که ادعای خسارت آن تحت برنامه بیمه این شرکت به انجام خواهد رساند.

نسبت به پوشش بین‌المللی بیمه اتکائی نیز، پس از برداشته شدن تحریم‌های ایالات متحده و اروپا در ژانویه ۲۰۱۶، به واسطه از سرگیری برنامه گروه بین‌المللی کلوپ حمایت و غرامت<sup>۲</sup>، پوشش کامل ۷/۸ میلیارد دلار برای هر نفت کش ایرانی، انجام شده است.

با این حال، بیمه‌گران ایالات متحده همچنان از پرداخت خسارت به ریسک‌های ایرانی تحت شرایط فعلی تحریم‌ها، امتناع می‌ورزند. بنابراین، گروه بین‌المللی، پیش‌تر، بیمه‌گران آمریکایی را از برنامه خود برای شرکت ملی نفت کش ایران حذف نمود.

### ۳. بیمه‌گران هنوز آماده اجرای IFRS 17 نیستند

اکثر بیمه‌گرانی که در یک مطالعه توسط نرم‌افزار اپتیتود<sup>۳</sup> بررسی شدند، اعلام کردند که برای اجرای تغییرات در حسابداری بیمه بر اساس IFRS17 آمادگی ندارند. این مطلب را متخصص این نرم‌افزار در گزارش دوسالانه ارزیابی آمادگی جهانی برای IFRS17 (GIRA)<sup>۴</sup> اعلام نمود و افزود: ۹۲ درصد از ۲۴۰ بیمه‌گر مورد بررسی، همچنان راه کارهای لازم برای IFRS17 را کامل به انجام نرسانده‌اند و ۸۸ درصد نیز نیاز به سرمایه‌گذاری در روندهای جدید برای حمایت از الزامات افشا<sup>۵</sup> را شناسایی نموده‌اند.

مارتین ردینگتون<sup>۶</sup>، مدیر ارشد فن‌آوری نرم‌افزار اپتیتود در این زمینه اظهار می‌دارد: «IFRS17، عمده‌ترین تحول در حسابداری بیمه است که تاکنون حاصل شده است و یکی از آخرین چالش‌هایی است که مدیران مالی بیمه را درگیر خود نموده است. سودهای شرکت بیمه تحت فشار شدیدی هستند زیرا بسیاری از بخش‌ها، کالایی شده‌اند<sup>۷</sup> و بسیاری از شرکت‌ها نیاز به نوآوری در محصولات و عملیات‌های خود را دریافته‌اند.»

وی می‌افزاید: «در دنیای پس از IFRS17، رسیدگی به بسیاری از الزامات مالی و تنظیم مقرراتی بدون رویکردی که بتواند کنترل گزارش‌گری و داده‌های مالی را متمرکز کند، دشوار خواهد بود. IFRS17 از

- 
1. Hanwha Total
  2. International Group of Protection & Indemnity Clubs
  3. Aptitude Software
  4. Global IFRS 17 Readiness Assessment Report
  5. Disclosure
  6. Martin Redington
  7. Commoditized

پیش ثابت کرده است که آخرین قطره‌ای است که کاسه صبر بیمه‌گران را پر کرده است و مدیران ارشد مالی بیمه را تحریک کرده تا سیستم‌های مالی خود را مدرن‌سازی نمایند.»

هیئت استانداردهای حسابداری بین‌المللی (IASB)<sup>۱</sup> اعلام کرده است که ۴۵۰ بیمه‌گر ثبت شده از استانداردهای IFRS استفاده می‌کنند که این به معنای آنست که تقریباً ۱۳ تریلیون دلار از کل دارایی‌ها تحت تأثیر استانداردهای جدید قرار خواهند گرفت.

یافته‌های کلیدی گزارش GIRA نشان می‌دهد که اکثر بیمه‌گران، آستین‌ها را بالا زده‌اند اما آنان همچنان در مراحل اولیه روند طرح‌ریزی و اجرا قرار دارند و این در حالی است که انتظار می‌رود، برنامه‌های ایجاد تحول بین ۱۲ تا ۳۰ ماه زمان ببرد. ۷۸ درصد از شرکت‌ها تقریباً در مرحله اولیه پژوهشی و تحلیل اثر<sup>۲</sup> قرار دارند.

شرکت ارنست‌اندیانگ<sup>۳</sup> تخمین می‌زند که حتی بیمه‌گران زندگی کوچک‌تر (با حق بیمه ناخالص صادره (GWP)<sup>۴</sup> زیر ۱۰ میلیارد دلار) به بودجه‌ای معادل ۲۵ میلیون دلار برای پروژه‌های IFRS17 نیاز دارند و برای آن دسته از بیمه‌گران بزرگ (با GWP بیش از ۲۵ میلیارد دلار)، باید ۱۵۰ میلیون دلار برای دستیابی به تطابق، هزینه نمایند.

بر اساس گزارش GIRA، ۸۴ درصد از پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که یک فضای اکچوئرال غیرمتجانس دارند که سبب محدودیت در ارائه محاسبات یکپارچه ایجاد می‌نماید و در عین حال، ۸۸ درصد از شرکت‌های بیمه نیز تأکید کرده‌اند که نیاز به روندهای جدید برای حمایت از الزمات شفاف‌سازی مالی IFRS17 دارند.

ردینگتون اظهار می‌دارد: «زمان گوهر است [و] بیمه‌گران باید، کارشناسان خود را هم‌اکنون انتخاب نمایند و کار برای اجرای راه‌کارهای حسابداری مالی IFRS17 به منظور پیشگیری از کمبود مهارت‌های لازم، ضروری است و آنها باید به موقع، از تطابق اطمینان حاصل نمایند. IFRS17، پروژه‌ای عظیم با ریسک‌های عمده است. هیچ راه کار تک‌سایز وجود ندارد و راهکارهای سفارشی لازم است. بدون یک طرح و سیستم‌های مناسب اجرایی، ما شاهد آن خواهیم بود که بیمه‌گران بیشتری درخواست تأخیر به IASB ارسال کنند و دیگران نیز باید متحمل فشار بیشتری برای رسیدن به ضرب‌الاجل شوند.»

1. International Accounting Standards Board
2. Impact analysis
3. Ernst & Young
4. Gross Written Premium

برای دسترسی به منبع خبر، اینجا را کلیک نمایید.

منبع: ری‌انشرنس، ژانویه ۲۰۱۸

#### نکته:

IFRS17، یک استاندارد جدید گزارش‌گری حسابداری جهانی برای قراردادهای بیمه‌ای است که با هدف یکسان‌سازی و هماهنگی بین گزارش‌گری در تمام جهان و توسط هیئت استانداردهای حسابداری بین‌المللی (IASB) تهیه و ارائه شده است که در ژانویه ۲۰۲۱ اجرا خواهد شد. استانداردهای IFRS شامل مجموعه‌ای از استانداردهای شناخته‌شده و جهانی برای تهیه صورت‌های مالی توسط نهادهای تجاری می‌باشد. استانداردهای IFRS موارد ذیل را تعیین می‌کند:

- مواردی که باید به عنوان دارایی، تعهدات، درآمد و مخارج شناخته شوند؛
- چگونگی سنجش موارد فوق؛
- چگونگی ارائه آنها در صورت‌های مالی؛
- افشاهای مرتبط با این موارد.

استاندارد فعلی حسابداری یعنی IFRS4 به کشورها اجازه داده است تا از اصول حسابداری پذیرفته همگانی (GAAP)<sup>۱</sup> محلی بهره‌مند شوند و این یکپارچگی کمتری در میان کشورها و شرکت‌های چندملیتی ایجاد نموده است. بزرگ‌ترین تحول، تحت IFRS17، شفافیت بیشتر خواهد بود که به سرمایه‌گذاران اجازه خواهد داد تا تصویر واضح‌تری از بازدهی که انتظار دارند به طور واقعی از سرمایه‌گذاری خود و ریسک مرتبط با آن کسب کنند، ارائه دهند. اما سال‌ها طول می‌کشد تا این اطلاعات جدید برای سرمایه‌گذاران قابل درک باشد.

چالش‌های عمده‌ای که برای بیمه‌گران پس از اجرای IFRS17 پیش‌بینی می‌شود، عبارت است از: تفسیر و داوری؛ در واقع استانداردهای IFRS17، مبتنی بر اصول<sup>۲</sup> هستند که در برخی موارد به این معناست که بیمه‌گران در قبال تطبیق بیمه‌نامه‌ها و افشاهای<sup>۳</sup> بر اساس الزامات استانداردهای حسابداری، مسئول هستند تا اینکه تنها به مقررات دیکته‌شده و جزئیات آن عمل کنند.

1. Generally Accepted Accounting Principles
2. Principles-based
3. Disclosures



کنار آمدن با نوسانات در سودها: الگوی ترکیبی پیشنهادی، نوسانات را در مقایسه با الگوهای فعلی افزایش خواهد داد.

مدیریت انتظارات سهام‌داران: تشریح اثرات IFRS17 بر سود و سهام و تفاوت‌های آن نسبت به GAAP محلی و گزارش‌گیری تحت نظام‌های مقرراتی و نظارتی نیاز به روندهای روشن، درک تفاوت‌ها و شفافیت در راهکارهای ارتباطی دارد. این ممکن است بر ظرفیت پرداخت سهم، مدیریت مشوق‌ها و سنجش عملکرد بازار اثر بگذارد.

#### ۴. مک‌کنزی: بسترهای دیجیتالی فرصتی مناسب برای عکس‌العمل سریع بیمه‌گران

افزایش اکوسیستم‌ها<sup>۱</sup> یا بسترهای دیجیتالی آزمایشی «فرصت بزرگی برای بیمه‌گرانی است که قادرند به تحولات واکنش سریع نشان دهند» به عبارت دیگر عصر فن‌آوری دیجیتالی نیز برای آنان که می‌خواهند برتری رقابتی نسبت به هم‌تایان خود پیدا کنند، فرصت‌ها را فراهم نموده است.

این مطلب را شرکت مک‌کنزی<sup>۲</sup> در گزارشی درباره افزایش اکوسیستم‌ها در بیمه آورده است و اظهار می‌دهد: «تکامل به ما آموخته است، این، قوی‌ترین موجودات نیستند که باقی می‌مانند بلکه آنهایی که نسبت به تغییرات، منعطف‌تر هستند، به حیات ادامه می‌دهند.» تحلیل‌گر مک‌کنزی می‌افزاید: بیمه‌گران بزرگ، بهترین گزینه برای تبدیل شدن به راهبران یا یک زنجیره ارزش هستند که در بسترهای دیجیتالی<sup>۳</sup>، شبکه‌ها و اکوسیستم‌ها شکل می‌گیرند.

اما، مهم‌ترین عامل همچنان آن است که آیا سازمان‌ها، دارای سازگاری در اجرای طرح و راهکارهای اصلی خود هستند و این کار را با تمرکز بر مشتریان انجام می‌دهند و بر این اساس آیا قادر هستند تا از گسترش بسترهای دیجیتالی به نفع خود بهره بگیرند؟

در این گزارش همچنین آمده است: «افزایش اکوسیستم‌ها به طور همزمان یکی از مهم‌ترین فرصت‌ها، بزرگ‌ترین تهدیدها و ترسناک‌ترین چالش‌های دیجیتال‌سازی محسوب می‌شود. البته، همه صنایع و شرکت‌ها به طور مساوی و مناسب قادر به بهره‌برداری از این فرصت نیستند و شرکت‌هایی که به این اکوسیستم‌ها وارد می‌شوند، عمدتاً نمی‌توانند از تمام ارزش آن بهره‌مند شوند. اما این موج اکوسیستم‌ها

1. Ecosystem  
2. McKinsey and Company  
3. Platform

فرصتی برای برخی بیمه‌گران ایجاد می‌نماید تا الویت‌ها و طرح‌های خود را بازسازی و هماهنگ نمایند و در حین این کار، رقابت را نیز در نظر بگیرند.»

به منظور تبدیل موفق یک شرکت یا بنگاه اکوسیستمی، به یک شبکه توانمند نیاز است که اجازه عبور از مرزهای سنتی را داشته باشد و نیازهای یک اکوسیستم و فن‌آوری‌های نوین رامی شناسد.

به بیمه‌گران و بیمه‌گران اتکائی توصیه می‌شود تا تمامی ابعاد سازمان خود را دوباره بررسی نمایند تا از هماهنگی سرمایه‌گذاری‌های خود با الزامات توسعه در یک اکوسیستم مبتنی بر مشتری اطمینان حاصل نمایند.

این امر شامل پرسش مستمری مبتنی بر آن است که آیا شرکت وضعیت مناسبی برای جذب و نگه‌داشت استعدادهای نوآورانه و کارآفرینانه دارد و البته بررسی آن که دسترسی و حفظ مشتری سازمان چگونه است.

برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) را کلیک نمایید.

**منبع:** ری‌انشرنس، ژانویه ۲۰۱۸

#### نکته:

مطابق گزارش‌های منتشر شده، میانگین هزینه‌کرد در حوزه فناوری اطلاعات صنعت مالی در دنیا ۵ درصد از درآمد است و صنعت بانکداری در سال ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ میلادی به ترتیب، ۶/۲ و ۶/۳ درصد از درآمد خود را در حوزه فناوری اطلاعات هزینه کرده است که از میانگین جهانی بالاتر است. این در حالی است که پیش‌بینی برای سال ۲۰۱۵ نیز در یک روند افزایشی ۶/۴ درصد برآورد گردید. بر اساس مطالعات جهانی صنایع بیمه، بانکداری و بورس تاکنون بیشترین هزینه در فناوری اطلاعات را در مقایسه با دیگر صنایع را داشته‌اند. در عین حال همین گزارش‌ها میزان سرمایه‌گذاری صنعت بیمه را قدری کمتر از حوزه مالی و بانکی ارزیابی کرده و متوسط این عدد را برای این صنعت، ۴/۵ درصد برآورد می‌کند. علی‌رغم اینکه اطلاعات دقیقی از میزان هزینه‌کرد صنعت بیمه ایران در حوزه فناوری اطلاعات در دسترس نیست، ولی با توجه به بررسی‌های انجام شده در صنعت بیمه، این مبلغ بسیار ناچیز است. به‌طوریکه با توجه به میزان حق بیمه تولید شده، کل صنعت بیمه در سال ۱۳۹۳ به میزان ۲۰ هزار میلیارد ریال، در بهترین شرایط، عدد بدست آمده کمتر از ۰/۱ درصد می‌باشد. با توجه به میزان بسیار اندک از سرمایه‌گذاری و گردش مالی در بخش فناوری اطلاعات صنعت بیمه، می‌توان انتظار داشت که بازیگران

اصلی و فعال در این حوزه فعالیت نداشته باشند که طبیعتاً تأثیرات ناشی از آن در توسعه فناوری اطلاعات صنعت بیمه بسیار تامل برانگیز خواهد بود.

این درحالی است که کاربردهای فناوری اطلاعات در صنعت بیمه، بیشتر در خدمت مکانیزه کردن روش‌ها و فرآیندهای سنتی است که از سالیان قبل در صنعت بیمه وجود داشته است. به عبارت دیگر، علی‌رغم پیشرفت‌های بسیار خوبی که در توسعه فناوری اطلاعات در صنعت بیمه طی سال‌های اخیر شاهد هستیم؛ می‌توان میزان توسعه آن را در مراحل اولیه بلوغ خود ارزیابی کرد. به طوری که طی سال‌های گذشته شاهد تحولات جدی در صنعت بیمه به واسطه حضور فناوری اطلاعات نبودیم و در بهترین شرایط نقش پشتیبان و تسهیل‌گری آن قابل مشاهده است. البته ناگفته نماند که پیشرفت‌های موردی و بسیار ارزشمندی را نیز در طی دو سال گذشته در این صنعت شاهد بوده‌ایم، که این میزان از موارد مشابه در کشورهای درحال توسعه و حتی کشورهای همسایه فاصله جدی دارد. شکاف موجود در این بخش با توجه به سطح جهانی و کشورهای توسعه‌یافته بسیار جدی‌تر است.

از این رو، توسعه‌یافتگی فناوری اطلاعات در صنعت بیمه از دو جنبه میزان سرمایه‌گذاری در بخش فناوری اطلاعات صنعت بیمه و همچنین جنبه نوآوری فناورانه در کسب و کار فاصله جدی با کشورهای درحال توسعه و عمیق با کشورهای توسعه‌یافته دارد.

## ۵. بیمه‌ها توانایی خود را نسبت به حملات سایبری بالا ببرند

بیمه‌گران با وجود آن که فضای رقابتی جدیدی در ارائه پوشش برای حملات سایبری یافته‌اند، اما لویدز هشدار داده است که شرکت‌های مالی و دیگر شرکت‌های مرتبط، همچنان اقدامات کافی برای حفظ خود نسبت به حملات سایبری به انجام نرسانده‌اند.

در حاشیه نشست مالی آسیا در هنگ‌کنگ، اینگا بیل<sup>۱</sup>، مدیر عامل لویدز اظهار داشت: یک هکر مخرب که ارائه‌کننده خدمات ابری<sup>۲</sup> واحدی را مورد حمله قرار می‌دهد، می‌تواند به راحتی، خسارتی بیش از ۵۰ میلیارد دلار را رقم بزند.

در واقع، این خسارت حتی می‌تواند دوبرابر باشد، زیرا بخش بیمه همچنان تجربه کافی برای تعامل با هزینه‌های بالا و بالقوه حملات سایبری را ندارد.

1. Inga Beale  
2. Cloud service

حملات به سیستم‌های عامل رایانه در بسیاری از شرکت‌های جهان می‌تواند منجر به خسارت‌هایی بالغ بر ۳۰ میلیارد دلار گردد و شرکت‌های بزرگ و حتی دولت‌ها تا حد زیادی در معرض آن قرار دارند. برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) را کلیک نمایید.

منبع: ری‌انشرنس، ژانویه ۲۰۱۸

#### نکته:

موسسه رتبه‌بندی ای‌ام‌بست<sup>۱</sup> با انتشار گزارشی اعلام کرده است که در بازار بیمه سایبری، شرایط فوق العاده‌ای برای گسترش وجود دارد اما ماهیت خطرات حملات دیجیتالی در کنار استراتژی‌هایی که برای قیمت‌گذاری به کار گرفته می‌شود، اجازه نمی‌دهد تا این بازار به شرایط ایده آل برسد.

در حقیقت بیمه سایبری، ضعف بازار بیمه را برطرف و موجب افزایش رفاه اجتماعی می‌شود. اما ورود به اینترنت، ریسک‌های الکترونیکی جدیدی ایجاد می‌کند که شرکت‌های بیمه سنتی برای پوشش دادن آنها ناتوان هستند. از این رو، برای ایمن‌سازی فضای مجازی و ارائه محصولات بیمه‌ای جدید، مانند بیمه سایبری توجه به بهبود روند امنیت فناوری اطلاعات بسیار مهم است.

زیان‌های تجارت الکترونیک ممکن است به صورت زیان‌های مستقیم ناشی از حملات یا نفوذ، وقفه کسب و کار و مسئولیت شخص ثالث باشد. این موارد، زیان‌های بالقوه‌ای هستند که در برابر خطرات، شرکت‌ها و سازمان‌ها برای آنها تقاضای تهیه پوشش‌های بیمه‌ای دارند. پوشش‌های بیمه‌ای سایبری می‌تواند شامل مواردی نظیر مسئولیت محتوای وب، مسئولیت حرفه‌ای، مسئولیت امنیت شبکه‌ای شخص ثالث، زیان‌داری اطلاعات و غیرقابل لمس، زیان ناشی از درآمد الکترونیکی، اخاذی سایبری و تروریسم سایبری باشد.

نکته حایز اهمیت آن است که میزان بیمه سایبری در بازارها در طول سه و چهار سال گذشته بیش از ۸۰ درصد گسترش یافته است؛ و این مسئله به دنبال افزایش نیازهای حمایتی مانند هزینه‌های دادگاه‌ها و جریمه‌های قانونی همچنان رو به افزایش است.

1 A.M. Best

## ۶. راه‌اندازی بزرگ‌ترین طرح بیمه آب و هوایی غیردولتی جهان

یک برنامه بیمه آب و هوایی<sup>۱</sup> که به منظور افزایش دسترسی به تأمین مالی و ارائه پوشش حوادث است در فقیرترین نقاط جهان راه‌اندازی شد.

برنامه آفریقایی و آسیایی در طرح بیمه حوادث (آردیس - ARDIS)<sup>۲</sup> پوششی برای کشاورزان و کسب و کارهای کوچک در کنیا، مالاوی، مالی، کامبوج و میانمار طی سال جاری میلادی با انعطاف پذیری بالا اجرا می‌گردد.

این برنامه که بزرگ‌ترین طرح غیردولتی در نوع خود محسوب می‌شود، تلاش دارد تا ۱ درصد از هدف G7 (گروه هفت سازمان ملل) را تأمین نموده و برای ۴۰۰ میلیون نفر در کشورهای درحال توسعه، محصولات بیمه‌ای به منظور پوشش در برابر ریسک آب و هوایی ارائه نماید.

مایکل میتیکا<sup>۳</sup>، رئیس و مدیر عامل شرکت ویژن فاند اینترنشنال<sup>۴</sup>، که این طرح را راه‌اندازی نموده است، اظهار می‌دارد: «آردیس، از یک ساختار تأمین مالی نوآورانه که وام جبران<sup>۵</sup> را قابل اندازه‌گیری<sup>۶</sup> می‌نماید، استفاده می‌نماید. این قابلیت اندازه‌گیری به معنای فرصت‌های بیشتر برای بسیاری از افراد به منظور دستیابی به تأمین مالی ضروری برای شروع مجدد کسب و کار و احیای درآمدها است.»

بخشی از این طرح نیز توسط شرکت‌های گلوبال پارامتریکس<sup>۷</sup> انگلستان و صندوق سرمایه‌گذاری ایشورز لینس<sup>۸</sup> آلمان تأمین شده است، اما مدیر سرمایه‌گذاری اثربخش سوئسی، صندوق تأمین مالی بلواوچارد<sup>۹</sup> آن را مدیریت می‌نماید.

وام جبران از طریق مؤسسات مالی خرد<sup>۱۰</sup> ویژن فاند ارائه می‌گردد و وام‌ها فوراً و پس از بروز حوادث به منظور کمک به مشتریان برای شروع مجدد فعالیت‌های اقتصادی خود پرداخت می‌گردد.

مدل‌سازی پیشرفته آب و هوایی، حادثه آب و هوایی را تأیید می‌نماید و دسترسی به نقدینگی اضطراری<sup>۱</sup> و سرمایه ریسک از طریق مؤسسات ویژن فاند، ارائه می‌گردد.

1. Climate insurance
2. The African and Asian Resilience in Disaster Insurance Scheme
3. Michael Mithika
4. VisionFund International
5. Recovery lending
6. Scalable
7. Global Parametrics
8. InsuResilience Investment Fund
9. BlueOrchard Finance
10. Microfinance institution

این تزریق مالی، با وجود توقف ناشی از حوادث فاجعه‌بار زیست‌محیطی، ترازنامه‌ها را احیا، استمرار کسب و کار یا بهبود عملیات‌ها و خدمات را تأمین می‌نماید.

استفن هیرش<sup>۲</sup>، رئیس هیئت مدیره صندوق سرمایه‌گذاری اینشورزلینس، در این زمینه می‌گوید: «کشورهای آفریقایی و آسیایی، بسیار نسبت به اثرات تغییرات آب و هوایی و حوادث فاجعه‌بار طبیعی، آسیب‌پذیر هستند. ما به دنبال آن هستیم تا در این مناطق، این نوع آسیب‌پذیری را برای کسب و کارهای کوچک و خانوارهای کم‌درآمد کاهش دهیم و به منظور دستیابی به هدف G7 در تأمین بیمه ۴۰۰ میلیون افراد بی‌بضاعت، مشارکت نماییم.»

برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) را کلیک نمایید.

منبع: اکچواری، ژانویه ۲۰۱۸

#### نکته:

کشاورزان با انواع مختلفی از ریسک از جمله تغییر آب و هوا، آفت، بیماری و نیز ریسک‌های مرتبط با بازار و مواد اولیه مواجه هستند. ریسک‌های سیستماتیک، بزرگترین و مهمترین ریسک در بازار کشاورزی محسوب می‌شود. روش‌های مختلفی به منظور مقابله با انواع مختلف ریسک به کار گرفته می‌شود. هرچند روش‌های سنتی مدیریت ریسک در مقابله با ریسک‌هایی که منجر به وقوع خسارت در مقیاس پایین می‌شوند - حتی اگر این خسارت‌ها به‌طور مداوم اتفاق بیفتند - خوب عمل می‌کنند، ولی این روش‌ها در مقابله با ریسک‌هایی که شدت خسارت بالایی دارند حتی اگر به ندرت اتفاق بیافتند، از کارایی مناسبی برخوردار نیستند. زیرا علی‌رغم سایر ریسک‌ها در بیمه‌های اتومبیل و مسئولیت، ریسک‌های آب و هوایی، بعنوان مثال ریسک خشکسالی، بعد از وقوع سطح وسیعی از یک منطقه را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

در این میان، نقش بیمه‌ها برای جامعه کشاورزان که اکثراً در مناطق کم‌درآمد زندگی می‌کنند، بسیاری عمده است. گروه هفت سازمان ملل (G7) کاملاً این موضوع را درک نموده و طرحی را در سال ۲۰۱۵، با عنوان «طرح بیمه ریسک آب و هوایی G7» ارائه نموده است که طی آن ۴۰۰ میلیون نفر در کشورهای در حال توسعه آسیایی و آفریقایی، در صورت بروز خطرات ناشی از تغییرات آب و هوایی، تا سال ۲۰۲۰،

1. Contingent liquidity  
2. Stefan Hirche

بیمه شوند. پیش‌تر، ظرفیت ریسک آفریقایی<sup>۱</sup>، تسهیلات بیمه ریسک حوادث فاجعه‌بار کارائیب<sup>۲</sup> و دیگر سازمان‌ها در این زمینه همکاری نموده‌اند.

## ۷. سال پر ریسک ۲۰۱۸ با هشدار اندیشمندان همراه شد

انتظار می‌رود، رویارویی سیاسی و اقتصادی بین قدرت‌های بزرگ در سال ۲۰۱۸ افزایش یابد و بدین منظور، نخبگان جهانی خود را برای سال دیگری از ریسک‌های شدید، آماده می‌کنند.

یک پیمایش از تقریباً هزار رهبر کسب و کار، سیاست‌مدار و دانشگاهیان توسط نشست اقتصادی جهان (WEF)<sup>۳</sup> نیز نشان می‌دهد که نگرانی فزاینده‌ای نسبت به امکان شعله‌ور شدن جنگ‌های جدید در سال میلادی نو وجود دارد.

حملات سایبری و تهدیدهای زیست‌محیطی، دو ریسک بسیار مهم از منظر احتمال وقوع، شناسایی شده است؛ این درحالی‌است که سلاح‌های کشتار جمعی و حوادث آب و هوایی شدید، با دارا بودن بالاترین اثر بالقوه، یاد شده‌اند.

این یافته‌ها، در گزارش اخیر WEF با عنوان گزارش ریسک‌های جهان در سال ۲۰۱۸، دقیقاً یک هفته پیش از آنکه رهبران جهانی در داووس سوئیس برای برنامه‌های اقتصادی و سیاسی جهان گرد هم آیند، انتشار یافت.

رئیس شرکت مارش در بخش ریسک و دیجیتالی‌سازی جهان، در این زمینه می‌گوید: «اصطکاک ژئوپلیتیکی، به حجم و پیچیدگی حملات سایبری، سرعت بخشیده است. درحالی‌که، مدیریت ریسک سایبری، بهبود می‌یابد، کسب و کارها و دولت‌ها نیاز دارند تا بیشتر در انعطاف‌پذیری خود سرمایه‌گذاری نمایند تا از بزرگ‌تر شدن خلأ پوششی بین خسارت‌های اقتصادی و بیمه‌شده که در حوادث طبیعی فاجعه‌بار می‌توان مشاهده نمود، اجتناب نمایند.»

در حدود ۵۹ درصد از پاسخ‌دهندگان به پیمایش WEF اظهار داشتند: انتظار می‌رود تا ریسک‌ها در سال جاری شدت پذیرد. در حالی‌که تنها ۷ درصد معتقد بودند که این شدت، کاهش می‌یابد، ۹۳ درصد پیش‌بینی می‌کنند که رویارویی بین کشورها وخیم‌تر شده و ۸۰ درصد از آنان درباره درگیری‌های احتمالی، اظهار دغدغه شدید نمودند.

---

1. African Risk Capacity  
2. Caribbean Catastrophe Risk Insurance Facility  
3. World Economic Forum

همانند سال ۲۰۱۷، محیط زیست، فهرست ریسک‌ها را تحت‌الشعاع خود قرار داده است و در این فهرست، آب و هوای شدید، نابودی اکوسیستم‌ها، حوادث طبیعی و ناتوانی در کاهش و سازگاری با تغییرات آب و هوایی، بالاترین رتبه را دارا هستند.

تهدیدهای اقتصادی، پس از آنکه صندوق بین‌المللی پول (IMF)<sup>۱</sup>، پیش‌بینی‌های GDP را برای سال جاری میلادی ۳/۶ درصد عنوان کرد، کمتر، نمود دارد زیرا بر اساس نظر مؤسس این صندوق، کلاس شواب<sup>۲</sup>، این، یک فرصت برای تقویت مؤسسات [مالی] جهان است.

وی اظهار می‌دارد: «ما باید ریسک ناکارآمدی سیستم‌های جهانی را جدی بگیریم - ما همگی منابع و دانش جدید علمی و فن‌آورانه برای پیشگیری از آن را داریم - مهم‌تر از همه، چالش یافتن اراده و توان همکاری برای آینده‌ای مشترک وجود دارد.»

این مفهوم «آینده مشترک»، در جای دیگر گزارش نیز آمده است. عضو هیئت مدیره WEF، ریچارد سامانز<sup>۳</sup> تبیین می‌کند که «یک شاخص توسعه انحصاری»، در داووس در بخش بررسی اصلاح بازار آزاد<sup>۴</sup>، پیشنهاد خواهد شد.

برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) را کلیک نمایید.

منبع: اکچواری، ژانویه ۲۰۱۸

#### نکته:

مجمع جهانی اقتصاد در سیزدهمین نسخه از سری گزارش‌های «ریسک‌های جهانی» خطراتی را که جهان در سال ۲۰۱۸ میلادی با آن روبه‌رو است را برشمرده است. این خطرات در ۵ حوزه اقتصادی، زیست‌محیطی، ژئوپلیتیک، اجتماعی و تکنولوژیک دسته‌بندی شده‌اند. این گزارش مجمع جهانی که برپایه نظرسنجی از کارشناسان تهیه می‌شود، نسبت به شوک‌هایی هشدار می‌دهد که در آینده احتمال وقوع آنها وجود دارد. آخرین نتایج نظرسنجی سالانه مجمع موسوم به «ادراک ریسک جهانی» حکایت از آن دارد که اغلب افراد نسبت به سالی که پیش‌روست بدبین هستند. بر اساس این نظرسنجی که برای سال ۲۰۱۸ انجام شده است، تنها ۷ درصد از افراد بر این باورند که ریسک‌ها کاهش یافته‌اند و این در

1. International Monetary Fund
2. Klaus Schwab
3. Richard Samans
4. Market capitalism



حالی است که ۵۹ درصد از افرادی که از آنها نظرسنجی شده است، بر این باور بوده‌اند که ریسک‌ها برای سال ۲۰۱۸ افزایش یافته‌اند. امسال مجمع جهانی ریسک‌ها را در قالب ۴ گروه عمده برشمرده است:

۱- نابرابری و بی‌عدالتی مستمر ۲- تنش‌های سیاسی داخلی و بین‌المللی ۳- خطرات زیست‌محیطی ۴- آسیب‌های سایبری.

بر این اساس، فهرست ۱۰ ریسک بزرگی که احتمال وقوع آنها در سال ۲۰۱۸ بیشتر است، به این شرح است:

۱- پدیده‌های جوی شدید ۲- بلایای طبیعی ۳- حملات سایبری ۴- سوءاستفاده یا دزدی از اطلاعات ۵- شکست در کاهش و سازگاری با تغییرات جوی ۶- مهاجرت ناخواسته در ابعاد گسترده ۷- بلایای زیست‌محیطی ساخته دست بشر ۸- حملات تروریستی ۹- تجارت غیرقانونی ۱۰- حباب دارایی‌ها در یک اقتصاد بزرگ.

بنا به گزارش مجمع جهانی اقتصاد، فهرست ۱۰ ریسک بزرگی که میزان اثرگذاری آنها بیشتر است، به این شرح است:

۱- تسلیحات کشتار جمعی ۲- پدیده‌های جوی شدید ۳- بلایای طبیعی ۴- شکست در کاهش و سازگاری با تغییرات جوی ۵- بحران آب ۶- حملات سایبری ۷- بحران غذا ۸- از بین رفتن تنوع زیستی و فروپاشی اکوسیستم ۹- مهاجرت ناخواسته در ابعاد گسترده ۱۰- شیوع بیماری‌های واگیردار.

مجمع جهانی اقتصاد با اشاره به اینکه بشر توانسته است انطباق خود را در برابر برخی از ریسک‌ها افزایش دهد، اما هشدار داده که نوع بشر در برابر ریسک‌های پیچیده در سیستم‌های به هم مرتبط جهان ما همچون سازمان‌ها، اقتصادها، جوامع و محیط‌زیست، به شدت آسیب‌پذیر است.

## ۸. راهبران فن‌آوری بیمه متفق‌القولند: مشکل بیمه، تجربه نامطلوب کاربران است

در اوایل سال جاری میلادی، ۶۰ هزار متخصص فن‌آوری از ۱۷۰ کشور جهان به لیسبون پرتغال رفتند تا در نشست وب<sup>۱</sup>، بزرگ‌ترین کنفرانس فن‌آوری جهان شرکت نمایند. در بخشی از این نشست، کنفرانس‌های مانی‌کائف<sup>۲</sup>، ایشورتک و فین‌تک بود که بسیاری از شرکت‌های بیمه، بانک‌ها و شرکت‌های فن‌آوری و شرکت‌های نوپا حضور داشتند. اندرو کوچریاوی<sup>۳</sup> در این کنفرانس‌های جانبی با برخی از راهبران صنعت درباره اینکه چگونه آنان مشکل وجهه سابقه‌دار بیمه را تغییر می‌دهند و تجربه

1. Web Summit  
2. MoneyConf  
3. Andrew Kucheriavy

کاربر (UX)<sup>۱</sup> را به منظور خدمات‌رسانی مطلوب‌تر به مشتریان بهبود می‌بخشند، صحبت نمود و پاسخ دریافتی را به صورت گزارش زیرارایه کرده است:

- تجربه مشتری، آوردگاه جدید

مشتریان با شرکت‌هایی که تجربه مطلوبی در ذهن آنان باقی نمی‌گذارند، معامله نمی‌کنند. اولاف فرانک<sup>۲</sup>، رئیس ابزارهای بین‌المللی و رئیس اداره اطلاعات مونیخ‌ری، اظهار می‌دارد: «مشتریان طالب سادگی و شفافیت بیشتر هستند و به خود می‌گویند: با قراردادی که امضا کردم، چه چیزی خریداری کردم؟». فرانک بیشتر درباره تبلیغ محصولات و خدمات بیمه که برای نیازهای مشتریان سفارشی‌سازی شده بود مانند بیمه درخواستی و محصولات سفارشی مدیریت ریسک صحبت به میان آورد.

- مشتریان می‌خواهند تا شما آنها را بشناسید

راهبران فن‌آوری بیمه (اینشورتک) موافق هستند که شناخت مشتری (KYC)<sup>۳</sup> بسیار مهم است و سفارشی‌سازی تنها به معنای دانستن نام کوچک مشتری نیست بلکه با پیشرفت‌های هوش مصنوعی و یادگیری عمیق<sup>۴</sup> به عنوان بخشی از ماشین یادگیرنده<sup>۵</sup>، اکنون صحبت از «سفارشی‌سازی عمیق»<sup>۶</sup> است. این، به شرکت‌های بیمه اجازه می‌دهد تا محصولاتی خلق نمایند که به طور ویژه برای تنها یک مشتری، سفارشی‌سازی شده است. تصور نمایید که بیمه‌نامه‌ای خریداری می‌نمایید که دقیقاً بر اساس نیازهای شما، سفارشی‌سازی شده است: به شما این اجازه را می‌دهد تا به صورت دلخواه، پوشش را آغاز و پایان دهید، به شما اجازه دهد تنها برای پوششی که استفاده می‌کنید، حق بیمه پرداخت نمایید و اینکه در عرض چند ثانیه از طریق تلفن همراه هوشمند شما، پذیره‌نویسی شود. در اینجا، هوش مصنوعی، ابزار کلیدی است. فرانک به طور خلاصه می‌گوید: «شما اگر از مزیت هوش مصنوعی بهره‌مند نشوید، در آینده، از رقابت باز می‌مانید.»

توربیورن لوملد<sup>۷</sup>، رئیس بازاریابی ترایگ<sup>۸</sup>، دومین و بزرگ‌ترین تأمین‌کننده بازار اسکاندیناوی در بخش بیمه عمومی، اظهار می‌دارد: «روندها به سمت، طرح‌ها و محتوای سفارشی و تجربه مشتری است. ما نیاز

- 
1. User experience
  2. Olaf Frank
  3. Know Your Customer
  4. Deep Learning
  5. Machine Learning
  6. Deep Personalization
  7. Torbjørn Lomelde
  8. Tryg

داریم تا پرسیم و بشنویم که انتظارات مشتریان چیست.» لوملد بر اهمیت ارائه تجربه شخصی مثبت و سفارشی، تأکید می‌نماید. گارتنر<sup>۱</sup> پیش‌بینی می‌کند، موتورهای سفارشی‌سازی هوشمند که نیت مشتریان را شناسایی می‌نماید، سبب افزایش سود کسب و کارهای دیجیتالی تا ۱۵ درصد خواهد شد.

• مشتریان خواستار سلف‌سرویس هستند

این نوع تجربه، چیزی است که انتظار مشتریان نسبت به آن آغاز شده است. املی اودی-کاسترا<sup>۲</sup>، بازاریاب ارشد و مدیر دیجیتال گروه آگزا، اظهار می‌دارد: «بیمه می‌تواند جالب بوده و نیازی نیست، اینقدر خسته‌کننده باشد. اگر شما درگیر تجربه مشتری (کاربر) باشید، آینده از آن شماست. محققاً مناسب‌ترین محل خرید بیمه آنلاین است و بجز این به کسانی که چیز دیگری می‌گویند، گوش ندهید.» در واقع، یافته‌های یک پیمایش نشان می‌دهد که مشتریان ابزارهای وب و موبایلی را نسبت به سایر روش‌های ارتباطی ترجیح می‌دهند.

البته بحث باسابقه‌ای وجود دارد که برخی از انواع بیمه‌ها می‌توانند تنها به صورت چهره‌به‌چهره فروخته شوند (مانند شرکت نیویورک لایف<sup>۳</sup> و نمایندگان آن). مهم است که بدانیم این نوع دیدگاه به سرعت تغییر یافته است. گارتنر پیش‌بینی می‌کند که تا سال ۲۰۲۰، مشتریان ۸۵ درصد از روابط خود با بنگاه‌ها را مدیریت خواهند نمود.

در عین حال، افرادی هم وجود دارند که در زمان تصمیم‌گیری‌های پیچیده و عاطفی برای مسائلی مانند خرید بیمه نیاز به راهنمایی و اطمینان دارند. این می‌تواند شرکت‌های بیمه را در یک سردرگمی قرار دهد: چگونه آنها می‌توانند به مشتریان این آزادی را بدهند تا کارها را خودشان انجام دهند درحالی‌که راهنمایی و حمایت نیز به آنها ارائه می‌دهند؟ با انسانی‌کردن تجربه فضای دیجیتالی، شرکت‌ها قادر خواهند بود تا همان سطح از تعامل و حتی فراتر از آن را که به صورت سنتی و در نمایندگی‌های شخصی ارائه می‌دادند، عرضه نمایند.

• مشتریان خواستار سادگی هستند

شای وینینگر<sup>۴</sup>، یکی از بنیان‌گذاران شرکت لیموناد<sup>۱</sup>، که خود یکی بزرگ‌ترین شرکت‌های تحول‌گرا در صنعت محسوب می‌شود، شرکت خود را یک شرکت بیمه، نمی‌داند. وی اظهار می‌دارد: «ما یک شرکت

1. Gartner  
2. Amélie Oudéa-Castera  
3. New York Life  
4. Shai Wininger

فن آوری هستیم. ما از فن آوری برای بهبود تجربه مشتری بهره می‌بریم. برای مثال، زمانی که شما یک ادعای خسارت را در پوشه ثبت می‌کنید، شما می‌توانید یک ویدیو از خودتان که درباره آنچه اتفاق افتاده ضبط نموده و به ما ارائه کنید.» وی تشریح می‌کند که افراد، کمتر به دوربین دروغ می‌گویند. سپس، وی حکایت مشتری را تعریف می‌کند که درخواست خسارت برای یک مک‌بوک گم‌شده را کرده بود و پس آنکه آن را یافت، پول پرداخت شده را بازگرداند.

شرکت‌های بیمه عادت کرده‌اند که پول را با اصطکاک پرداخت کنند، مثلاً روند دریافت خسارت را بی‌دلیل سخت می‌کنند و پوشش را غیرشفاف جلوه می‌دهند. اعضای صنعت بیمه باید این را درک کنند که این نوع رفتارها در نهایت به خود آنها برخواهد گشت. به دلیل آنکه مشتریان به دنبال سادگی هستند، آنها معامله با شرکت‌هایی که اصطکاک را به کلی حذف و در وقت مشتریان صرفه‌جویی می‌کنند، را می‌پسندند. در واقع، بر اساس بررسی‌ها، ۶۷ درصد از مشتریان تجربه نامطلوب را به عنوان علت تغییر شرکت خود معرفی می‌نمایند. بر اساس نظر استبان کولسکی<sup>۲</sup> در شرکت گارتتر، ۹۱ درصد از مشتریان غیرشاکسی، شرکت خود را عوض می‌کنند و ۱۳ درصد از آنان، تجربه نامطلوب خود را با ۱۵ نفر در میان می‌گذارند.

برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) را کلیک نمایید.

منبع: فوربیز، ژانویه ۲۰۱۸

#### نکته:

چرا همیشه به‌رمندی از تجربه مشتری بهتر، ارتباط معناداری با رشد درآمد ندارد و این که چرا این ارتباط در صنایع مختلف، متفاوت است و به یک میزان نیست؟ در پاسخ به این سوال، باید گفت، تجربه مشتری از طریق افزایش و بهبود وفاداری مشتری، منجر به تحریک و افزایش درآمد می‌شود. اما در عین حال چنین وفاداری در مشتری، تنها در صورتی منجر به بهبود عملکرد و ارتقای درآمد کسب و کارها می‌گردد که مشتریان برای تغییر کسب و کارشان آزادی عمل و حق انتخاب آزادانه داشته باشند، و بتوانند شرکت خدمات دهنده خود را از بین رقبای مختلف و با توجه به تجربه بالاتر و بهتری که سایر کسب و کارها فراهم می‌آورند، به راحتی و آزادانه انتخاب نموده و تغییر دهند. در چنین حالتی در بین کسب و کارها انگیزه کافی برای ایجاد تجربه مشتری بهتر از سایر رقبای، وجود خواهد داشت.

1. Lemonade
2. Steban Kolsky

برای نمونه بسیاری از شرکت‌های سرمایه‌گذاری مشتاق هستند که با کسب و کارها و مشتریانی کار کنند که دارای ارزش خالص بیشتری باشند. در واقع تفاوت زیادی بین تجربه‌ای که پیشروان صنعت در کسب تجربه مشتری فراهم می‌آورند، با شرکت‌هایی که تجربه خوبی را برای مشتریانشان فراهم نمی‌آورند، وجود دارد. به همین دلیل برخورداری از تجربه مشتری بهتر و بالاتر، منجر به رشد قابل توجه درآمد برای شرکت‌های سرمایه‌گذاری خواهد شد.

در مقابل یک بررسی نشان می‌دهد در حوزه صنعت بیمه پزشکی و سلامت، بیشتر افراد بیمه خود را از شرکت‌هایی تهیه می‌کنند که تخفیف‌هایی تا ۷۵ درصد را در هزینه‌های حق بیمه ارائه می‌نمایند. مطمئناً، مصرف‌کنندگان در این شرایط می‌توانند آزادانه اقدام به تغییر شرکت بیمه سلامت خود نمایند. اما امروزه این اتفاق به راحتی رخ نمی‌دهد چرا که مصرف‌کنندگان، حتی به بهای بهرمندی از تجربه مشتری بسیار بهتر، باز هم علاقه‌ای ندارند با تغییر شرکت بیمه‌گر، تخفیف‌های حق بیمه خود را از دست بدهند و هزینه‌های‌شان را افزایش دهند. به همین دلیل، تجربه مشتری نمی‌تواند در این صنعت منجر به بهبود رشد درآمد شود.