

نشریه الکترونیکی

نازه‌های بیمه

ایران و جهان

دو هفته‌نامه
علمی، حرفه‌ای
اطلاع‌رسانی

شماره ۵۳ / نیمه اول خرداد ۹۷



مدیر مسئول:

علیرضا محمدعلی

شورای سردبیری:

گروه‌های پژوهشی

دبیر اجرایی:

مهدی ملائی

www.irc.ac.ir
tazehayebimeh@irc.ac.ir



روابط عمومی و امور بین‌الملل پژوهشگاه بیمه

فهرست

۱. ریال زیر ذره‌بین بیمه‌گران ایران پس از عقب‌نشینی آمریکا از برجام ۲
۲. رویترز: بیمه‌گران بین‌المللی معاملات خود را با ایران ارزیابی می‌کنند ۳
۳. گرم شدن بازار «اوراق معاوضه ریسک بیمه عمر» در گزارش ای‌اوان ۵
۴. گوگل، بازار خودروی بدون‌راننده را تصاحب کرد ۷
۵. پیشرفت‌های فن‌آورانه، اولویت اول صنعت بیمه جهان ۱۰
۶. افزایش اثر اجتماعی و اقتصادی بیمه‌گران با فن‌آوری بیمه: فرهنگ، استعداد و مدیریت ریسک ۱۳
۷. سبقت رشد صنعت بیمه جهان از اقتصاد جهانی در ۱۲ سال آتی ۱۷
۸. نگاهی به گزارش بیمه جهان ۲۰۱۸ ۲۰

۱. ریال زیر ذره‌بین بیمه‌گران ایران پس از عقب‌نشینی آمریکا از برجام

بازیگران صنعت بیمه ایران طی جلسه‌ای، تأثیر عقب‌نشینی رئیس‌جمهور آمریکا از توافق‌نامه بین‌المللی سال ۲۰۱۵ بر ارزش داخلی، ریال را به بحث و گفتگو گذاشتند.

پس از عقب‌نشینی آمریکا، دلار این کشور با قیمت‌های سرسام‌آوری در بازار عرضه می‌شد. اما در عین حال، ارزش ریال کاهش یافت. دولت ایران نیز در اقدامی مانع این رکورد در بازار شد و دلار را با قیمت ۴۲۰۰۰ ریال حفظ نمود.

در جلسه صنعت، مدیر عامل شرکت بیمه پاسارگاد، معصوم ضمیری، اظهار داشت: «صنعت بیمه در معرض مقررات نرخ تبادل قرار دارد و الزامات ارزی خود را به بانک مرکزی اعلام نموده است.» وی اظهار داشت که شرکت‌های بیمه که دارایی‌های تبادلات خارجی را نگه می‌دارند در وضعیت بهتری هستند اما بیمه‌گرانی که دارای تعهدات با ارزهای خارجی هستند، نسبت به ارزش داخلی، افزایش بدهی را تجربه می‌کنند. بر اساس رسانه‌های محلی، برای این شرکت‌ها، ارزهای تبادل خارجی^۱ تخصیص یافته است.

برای رشته‌های تجاری مانند بیمه بار کشتی، هواپیمایی، نفت و انرژی که تحت تأثیر نوسانات تبادلات قرار دارند، بیمه‌گران باید سرمایه خود را افزایش داده تا توانگری مالی خود را حفظ نمایند.

سید محمد آسوده، مدیر عامل بیمه اتکائی ایرانیان، نیز تشریح کرد، ارزش دارایی‌های بسیاری از شرکت‌ها از لحاظ ریالی افزایش یافته است که این بدان معناست که این کسب و کارها، اگر می‌خواهند جبران کامل برای خسارت داشته باشند باید پوشش بیمه‌ای خود را افزایش دهند. وی تأکید نمود که در صورتی که یک دارایی کم‌تر از ارزش واقعی آن بیمه شود، بیمه‌گران باید مبلغ جبران را به نسبت خسارت پردازند.

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

منبع: ایشانشورنس نیوز، می ۲۰۱۸

نکته:

با توجه به نوسانات نرخ ارز در ماه‌های اخیر تمامی بازارها تحت تأثیر قرار گرفته‌اند که در این میان، صنعت بیمه از این موضوع مستثنی نیست و در این راستا باید در عقد قراردادها قوانین لازم رعایت شود. بدین سبب بازیگران اصلی صنعت بیمه ایران گردهم آمدند تا این مسئله را بیشتر بررسی نمایند.

1. Forex allocation

تأثیرات نوسان نرخ ارز بر صنعت بیمه با توجه به این که بیمه از نظر مقررات ارزی تابع مقررات مبادلاتی است الزامات خاص خود را دارد. اما به هر ترتیب مسیرهای تعامل در بازارهای بین‌المللی مثل تامین نیازهای اتکایی برای تامین ارز از طرق مختلف گشوده خواهد شد. اما نکته مهم در این است که بیمه برای پیشبرد اهداف اقتصادی لازم است رابطه مستقیم خود با بازار پول و سرمایه و بانک مرکزی ایجاد کند تا ساده تر بر این مشکلات اقتضایی فایق آید. شاید شناسایی راهکارهایی نظیر رفع موانع اجرایی اوراق بها دار سازی بیمه برای انتقال ریسک ها موضوعی باشد که تنها در مواجهه با این شرایط دشوار میتوان به اهمیت آن برای گره گشایی اندیشید .

به هر حال مطابق نظر یکی از اعضای سندیکای بیمه گران، انتظارات از صنعت بیمه باید در حد ظرفیت آن باشد و در مقایسه با بازار بانکی و پولی کشور ۴ درصد است و قابل ذکر است که تمامی ریسک‌ها قابل پوشش نیست و دخالت در آمار و ارقام در صنعت بیمه منطقی نیست. وی می‌افزاید: صنعت بیمه مثل گذشته با مجوز بیمه مرکزی برای بیمه اتکایی می‌تواند از ارز ۴۲۰۰ تومانی استفاده کنند و طبیعی است که فعالیت صنعت بیمه در سطح جهانی محدود می‌شود و شرکت‌ها باید این کمبودها را از طریق داخل کشور برطرف کنند و از این طریق رقابت‌های بی مورد گذشته در سطح بین‌المللی به حداقل می‌رسد.

۲. رویترز: بیمه گران بین‌المللی معاملات خود را با ایران ارزیابی می‌کنند

بیمه گران جهانی در حال بررسی چگونگی اثرگذاری عقب‌نشینی ایالات متحده از یک توافق‌نامه بین‌المللی نسبت به تهران و تهدید به اعمال تحریم‌های بیشتر علیه شرکت‌های طرف معامله با ایران هستند. این مطلب را رویترز منتشر و اعلام کرد: روز جمعه، شرکت آرتور گالاگر اند کو (AJG.N)^۱ اظهار داشت که به رصد خود نسبت به پیشرفت‌های مربوط به عقب‌نشینی آمریکا از توافق‌نامه ایران ادامه می‌دهد. این درحالی است که شرکت سوئیس‌ری اعلام کرده است که در حال ارزیابی اثر تصمیم ایالات متحده بر برنامه تجاری خود است.

شرکت آرتور گالاگر (AJG) واقع در ایالت النوی آمریکا، دارای شرکت‌های تابع انگلیسی و نوروزی است که در سه‌ماهه اول ۲۰۱۸، به کارگزاری بیمه و مشاوره به مشتریانی که دارای فعالیت با صنعت نفت و گاز ایران هستند، پرداخته است.

چند روز پیش، دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا بدون توجه به سه کشور دیگر امضاء کننده قرارداد با

1. Arthur J. Gallagher & Co

ایران، یعنی فرانسه، آلمان و انگلستان، از این قرارداد بین‌المللی کنار کشید و دستور تحمیل مجدد تحریم‌ها علیه ایران شد. این حرکت سبب ارزیابی شرکت‌های بیمه‌گر جهانی نسبت به قراردادهای خود با ایران شده و در انتظار دستورالعمل از طرف ایالات متحده و اتحادیه اروپایی هستند.

تاکنون، شرکت‌های تابع آرتور گالاگر، به مشتریان کمک نموده‌اند تا بیمه و بیمه اتکائی برای برخی فعالیت‌ها در ایران تهیه نمایند. انتقال نفت و گاز به ایران و خارج از آن و شناورهایی که سکویهای نفتی دریایی را برای عرضه نفت به ایران منتقل می‌کنند، از جمله این فعالیت‌ها است.

سخنگوی شرکت مذکور اظهار داشت: «تصمیم آمریکا هرچه باشد، ما رفتار متناسبی را در تطبیق با تمامی قوانین موضوعه طبق روند معمول خود اتخاذ خواهیم نمود.»

چند روز بعد، آلیانز بیمه‌گر آلمانی اعلام نمود که در حال آماده‌سازی برای کاهش تجارت با ایران در صورت وجود تحریم‌های ایالات متحده است. سخنگوی این شرکت اظهار داشت: «ما در حال تحلیل پرتفوی خود برای شناسایی تجارت با ایران هستیم» و به نظر می‌رسد که «بسیار محدود» باشد.

این شرکت همچنین اعلام کرد: «در انتظار دستورالعمل اتحادیه اروپایی و دولت آلمان خواهیم ماند.» سخنگوی این شرکت افزود: «این تحلیل مستمر است و ما در حال کاهش برنامه‌های مرتبط خود هستیم تا از فسخ کامل در دوره زمانی معین، مطمئن شویم.»

سخنگوی لویدز لندن نیز پیش‌تر در ۱۰ می اعلام کرده بود که این شرکت نیز در حال بررسی مجدد پیامدهای «ازسرگیری تحریم‌های تعلیقی پیشین ایالات متحده علیه ایران هستیم و دستورالعملی مرتبط برای بازار لویدز در زمان مقتضی صادر خواهیم نمود.»

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

منبع: رویترز، می ۲۰۱۸

نکته:

اجرای برنامه جامع اقدام مشترک ایران و گروه ۵+۱ (برجام) درباره موضوعات هسته‌ای ایران از ۲۶ دی ماه سال ۹۴ (۱۶ ژانویه ۲۰۱۶) کلید خورد. با اجرایی شدن برجام، ضمن لغو تحریم‌های بانکی، بیمه‌ای و نفتی، قرار بود تا امکان جذب سرمایه‌گذاران خارجی در اقتصاد ایران هم فراهم شود. اما در تاریخ ۱۸ اردیبهشت سال جاری (۸ می ۲۰۱۸)، آمریکا از این برنامه بین‌المللی عقب‌نشینی کرد.

خروج آمریکا از برجام با تحلیل‌های متفاوت و گاه متضادی همراه شده است. امروز به صورت روشن می‌دانیم که این خروج عوارض مشخصی برای اقتصاد ایران، به‌خصوص در حوزه‌های مربوط به

بخش خصوصی خواهد داشت؛ چراکه شرکت‌های معتبر بین‌المللی همگی با اقتصاد آمریکا در ارتباط هستند و این روابط به آنها اجازه نمی‌دهد که به سادگی با شرکت‌های ایرانی همکاری کنند. البته مواردی نظیر وصول طلب ۶ میلیون و ۲۰۰ هزار یورویی شرکت بیمه ایرانی بابت خسارت سیکل ترکیبی کرمان از شرکت بیمه اتکایی اسکور که مربوط به ۵ سال قبل بود و تعاملات با برخی دیگر از شرکت‌های اروپایی و همچنین همکاری با بازارهای نوظهور آسیایی مثل کره جنوبی، لبنان و هند در بخش اتکایی را نیز می‌توان در نظر داشت.

۳. گرم شدن بازار «اوراق معاوضه ریسک بیمه عمر» در گزارش ای‌اوان

ای‌اوان^۱، شرکت خدمات حرفه‌ای جهانی در گزارش اخیر خود عنوان کرده است که اوراق معاوضه ریسک بیمه عمر^۲ طی پوشش شرکت زوریخ^۳ برای بیش از ۲ میلیارد پوند از طرح بیمه بازنشستگی شرکت تولید برق نشنال گرید الکتریسیته^۴ وابسته به طرح بازنشستگی ESPS^۵ نشان‌دهنده‌ای آن است که بازار اوراق معاوضه ریسک بیمه عمر پس از بهبود قیمت‌های اتکائی و دیگر موارد، حیاتی تازه یافته است.

اوراق معاوضه ریسک بیمه عمر، یک اوراق مشتقه^۶ محسوب می‌شود که ریسک اعضای طرح مستمری بازنشستگی که بیش از طول عمر مورد انتظار، زندگی می‌کنند، را جبران می‌نماید.

تام اسکات^۷، مشاور ارشد در گروه تسویه ریسک^۸ ای‌اوان در این زمینه اظهار داشت: «اوراق معاوضه ریسک بیمه عمر، نقش عمده‌ای در کاهش ریسک یک طرح بلندمدت بازی می‌کند. بر این اساس، لحاظ این بخش بلندمدت، عنصری ضروری از مذاکرات تجاری است که هیأت امناء^۹ و حامیان طرح، پیش از قرارداد باید لحاظ نمایند. ویژگی کلیدی تراکنش نشنال گرید، گفتگوی سازنده با زوریخ و بیمه‌اتکائی زندگی کانادا^{۱۰} بود که توافق‌نامه‌ای درباره وجوه مختلف قرارداد به منظور تضمین آینده

1. AON
2. Longevity swap
3. Zurich
4. National Grid Electricity Group
5. Electricity Supply Pension Scheme
6. Derivative contract
7. Tom Scott
8. Risk Settlement Group
9. Trustee
10. Canada Life Insurance

قرارداد را ممکن نمود. برای مثال، این کار ما را قادر ساخت تا چارچوبی را تحت عنوان مستمری‌سازی آتی^۱ ایجاد نماییم.»

مارتین برد^۲، شریک ارشد و مدیر گروه تسویه ریسک در شرکت ای‌اوان، اظهار داشت: «اکنون که ما پس از ۱۸ ماه، شاهد برگشت قیمت‌ها هستیم، می‌بینیم که یک تمرکز تازه‌ای نسبت به تبادلهای طول عمر وجود دارد. به‌ویژه، برای طرح‌های دارای راه‌کارهای سرمایه‌گذاری که اجازه استفاده از مستمری‌های حجمی^۳ را نمی‌دهند، ساختار اوراق معاوضه^۴، روش اثربخشی برای کنترل ریسک حیات محسوب می‌شود.»

برای طرح‌های دارای پرتفویهای سرمایه‌گذاری ریسک‌زدایی‌شده^۵، قیمت مستمری حجمی نیز بسیار مطلوب باقی می‌ماند که این نشان‌دهنده ظرفیت جذاب بیمه‌اتکائی در بخش طول عمر و بیمه‌گرانی است که به عرضه دارایی‌های دارای قیمت بلندمدت و جذابی که سرمایه مطلوبی در فضای تنظیم‌مقرراتی توانگری مالی^۲ هستند، دارد.»

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

منبع: وبسایت رسمی ای‌اوان، می ۲۰۱۸

نکته:

اصولاً بیمه‌های عمر و مستمری‌ها دو نوع ریسک کلی را در زندگی انسان پوشش می‌دهند. فوت ناگهانی و غیرمنتظره (ریسک فوت): این ریسک مخصوصاً در مورد فوت سرپرست و نان‌آور خانواده از اهمیت خاصی برخوردار است. در بسیاری از خانواده‌ها، حیات اقتصادی خانواده به وجود نان‌آور آن وابسته است و با فوت ناگهانی او اعضای دیگر، از حمایت مادی و معنوی وی محروم می‌شوند، درآمدهای حاصل از فعالیت و کسب و کار وی قطع می‌شود و خانواده تحت شرایط و آسبیهای سخت اقتصادی و به طبع آن اجتماعی قرار می‌گیرند.

طول عمر بیش از حد انتظار (ریسک حیات): در مقابل خطر فوت این خطر قرار دارد که در آن فرد و خانواده، در اثر طول عمر بسیار زیاد وی در شرایط سخت اقتصادی و اجتماعی قرار می‌گیرند. دلیل این

1. Future annuitization
2. Martin Bird
3. Bulk annuity
4. Swap structure
5. De-risked investment portfolio

امر آن است که با افزایش سن و رسیدن دوران بازنشستگی و کهولت سن، درآمد افراد کاهش می‌یابد و در مقابل، هزینه‌های او نیز به دلیل افزایش هزینه‌های درمانی ناشی از بیماریها و مشکلات پیری با افزایش روبروست.

برای پوشش دادن به این ریسکها، اصولاً سه نوع بیمه عمر وجود دارد:

- بیمه عمر به شرط فوت (با پوشش فوت)
- بیمه عمر به شرط حیات (با پوشش حیات)
- بیمه عمر به شرط فوت و حیات (با پوشش توام فوت و حیات یا مختلط).

به عبارت دیگر، تمامی انواع بیمه‌های عمر در جهان، در یکی از این ۳ طبقه قرار می‌گیرند. در بیمه‌نامه‌های با پوشش فوت، بیمه‌گر تنها در صورت فوت بیمه شده، منافع بیمه را پرداخت می‌نماید و در قبال زنده بودن فرد تعهدی ندارد. در بیمه‌نامه‌های با پوشش حیات، بیمه‌گر تنها در صورت حیات بیمه شده در موعد مقرر، منافع بیمه‌نامه را می‌پردازد و تعهدی در قبال فوت وی ندارد! به عبارت دیگر، در این بیمه‌ها انجام تعهدات بیمه‌گر موقوف به حیات بیمه شده در موعد معین است. و بالاخره، بیمه‌های با پوشش توام فوت و حیات، بیمه‌گر در هر دو صورت متعهد به پرداخت منافع تعیین شده در بیمه‌نامه می‌باشد. در این بیمه‌نامه‌ها که به بیمه‌های مختلط نیز موسومند، در صورت فوت بیمه شده، بیمه‌گر منافع را پرداخت می‌کند، در غیر این صورت اگر بیمه شده تا آخر دوره قرارداد، زنده بماند، باز هم بیمه‌گر متعهد به پرداخت منافع است.

۴. گوگل، بازار خودروی بدون‌راننده را تصاحب کرد

پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که انفجاری در فروش وسایل نقلیه خودران (AV)^۱ طی دهه آتی در جهان وجود خواهد داشت و به‌نظر می‌رسد که شرکت تابع گوگل، وایمو^۲، در نظر دارد بازار را در سیطره خویش درآورد.

یک گزارش جدید از شرکت جونیپر ریسرچ^۳، پیش‌بینی می‌کند که تا سال ۲۰۲۶، از هر چهار وسیله نقلیه‌ای که در ایالات متحده فروخته خواهد شد، یک مورد، بدون‌راننده^۴ خواهد بود که این به معنای ۵ میلیون فروش در سال است.

1. Autonomous vehicle
2. Waymo
3. Juniper Research
4. Driverless

همچنین، انتظار می‌رود تقریباً ۲۰ میلیون فروش در جهان از این نوع خودرو وجود داشته باشد که شرق دور و چین با شمال آمریکا و اروپا در یک سطح قرار دارد.

این گزارش همچنین پیش‌بینی می‌کند که در حدود ۴۵ میلیون وسایل نقلیه جاده‌ای که به نوعی مجهز به قابلیت بدون‌رانندگی هستند، تا سال ۲۰۲۰ به ۱۰۰ میلیون مورد خواهد رسید.

میچل لارنر^۱، پژوهش‌گر این تحقیق می‌گوید: «ورود فن‌آوری‌های کاملاً خودکار به معنای آن خواهد بود که تمرکز از چگونگی رسیدن راننده از [مبدأ] الف به [مقصد] ب، به چگونگی بهره‌برداری از زمان سفر مسافران تغییر جهت خواهد داد.»

این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری‌های کلانی توسط شرکت‌های اتومبیل‌سازی برای تحریک بازار وسایل نقلیه خودران همگام با سیاست‌های دولتی در این زمینه، صورت پذیرفته است و رانندگان به کارکردهای بدون‌راننده به تدریج عادت می‌کنند و در این میان، گوگل نیز وارد بازار شده است.

این پژوهش، وایمو^۲، تسلا^۳، دایملر^۴ و آئودی^۵ را بالاترین بازیگران در بخش خودروی بدون‌راننده معرفی می‌کند.

شرکت گوگل نسبت به تولیدکنندگان سنتی از لحاظ فن‌آوری و مسافت آزمایش‌شده و طرح‌هایی که شرکت وایمو برای بهره‌برداری در شهر هوشمند برای حمل و نقل عمومی وجود دارد، پیشرو بوده است. همچنین، این گزارش تأکید می‌کند که چگونه خودروهای لوکس با بهره‌برداری از فن‌آوری‌های نیمه‌خودران، بازار را به سمت خودکارسازی کامل به پیش می‌رانند؛ به طوری که پیش‌بینی می‌شود که «برخی اتومبیل‌ها، بدون فرمان و پدال خواهند بود.»

پژوهشی نیز توسط شرکت KPMG نشان می‌دهد که هلند آماده‌ترین کشور برای خودروهای بدون‌راننده است و پس از آن سنگاپور، ایالات متحده، سوئد و انگلستان قرار دارند که پنج کشور آماده جهان را تشکیل می‌دهند.

ریچارد ثرلفال^۶، رئیس بخش زیرساخت بین‌المللی جهانی کپجیمینی می‌گوید: «طراحی امروز برای آینده

1. Michael Larner
2. Volvo
3. Tesla
4. Daimler
5. Audi
6. Richard Therlfall

اتومبیل‌های خودران، ضروری است زیرا این یک مسئله "شاید" نیست بلکه "چه‌زمانی" است که این خودروها، سیستم حمل و نقل فراگیر را از آن خود کنند. باید تمامی ذی‌نفعان از جمله دولت، کسب و کارها و شهروندان را در طراحی اتومبیل‌های خودران دخیل نمود. این فقط درباره حمل و نقل نیست، ما باید نسبت به اثر اتومبیل‌های خودران بر تمامی ابعاد زندگی مان آماده باشیم.»
برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) را کلیک نمایید.

منبع: اکچواری، می ۲۰۱۸

نکته:

تا همین چند سال قبل، شاید پروژه Google X از شرکت گوگل، تنها پروژه‌ای بود که بر روی ماشین‌های خودران مشغول تحقیق بود. اما در حال حاضر شرایط تغییر کرده است. اخیراً تکنولوژی‌های مرتبط خودروهای بدون راننده پیشرفت‌های زیادی کرده‌اند و با توجه به سرمایه‌گذاری‌های متعدد، شاهد تغییرات بیشتری در این تکنولوژی خواهیم بود. برای نمونه می‌توان به تکنولوژی Autopilot تسلا و سرمایه‌گذاری‌های جنرال‌موتورز در این حوزه اشاره کرد. اما این مساله برای عموم به چه معنی است؟ تخمین زده می‌شود سرمایه‌گذاری‌ها بر روی تکنولوژی‌های مرتبط با ماشین‌های خودران و تکنولوژی‌های ارتباطی خودروها تا سال ۲۰۲۰ به بیش از ۲۹۰ میلیارد دلار برسد. این به معنی توجه بازار به نیاز خریداران، برای داشتن وسایل حمل و نقلی است که زندگی آن‌ها را بهتر و راحت‌تر کند. خریداران راحتی را ترجیح می‌دهند. در سال ۲۰۱۵ مایکروسافت، گوگل و اپل برنامه‌های خود برای ایجاد بستری در این حوزه را با ایجاد ابزارهایی برای ارتباط بهتر خودرو و راننده اعلام کردند. آینده‌ای نزدیک، یکی از مهمترین مولفه‌ها برای خرید خودرو، وجود مفهومی تحت عنوان Dashboard OS است که به خریداران اجازه ارتباط با خودرو را به صورت مستقیم یا از طریق تلفن هوشمندشان می‌دهد.

همانطور که شرکت‌های نرم‌افزاری در حال ایجاد نرم‌افزارهایی برای ایجاد ارتباط بهتر با بسترهای ابزارهای پوشیدنی مثل watchOS و Android Wear هستند، به زودی اپلیکیشن‌های بیشتری را برای برقراری ارتباط با سیستم‌عامل‌های مخصوص ماشین‌ها، تولید می‌کنند. به زودی در کنار سخت‌افزارها و نرم‌افزارهایی که به کاربران در خودروها اجازه ارسال پیام‌های کوتاه و نقشه‌خوانی را می‌دهند، شاهد انتخاب‌های بیشتری مثل پرداخت خودکار هزینه پارکینگ و موارد مشابه از این طریق خواهیم بود. در حال حاضر همین پروژه با همکاری Visa، هوندا و ParkWhiz در حال انجام است تا کاربران بتوانند

بدون پیاده شدن از خودرو نسبت به پرداخت قبوض پارکینگ و هزینه سوخت، اقدام کنند. اما، شاید مسئله بیمه این نوع خودروها از خود آنها عجیب‌تر باشد. بیمه ماشین‌های خودران یکی دیگر از چالش‌های بالقوه‌ای است که شاید در آینده‌ای نزدیک، به یکی از موضوعات داغ صنعت خودرو تبدیل شود. شرکت تسلا، اولین شرکت سازنده اتومبیل است که توانست ثابت کند صنعت بیمه خودرو، می‌تواند تا حدود زیادی تحت تاثیر بیمه ماشین‌های خودران قرار گیرد.

تسلا خیلی بی‌سروصدا اقدام به فروش بیمه ماشین‌های خودران به همراه اتومبیل‌هایی خودرانی که در آسیا می‌فروشد، نموده است، به امید اینکه روزی نرخ بیمه در قیمت نهایی اتومبیل‌های عرضه‌شده توسط تسلا محاسبه شود.

فرق بیمه تسلا با دیگر شرکت‌ها در چیست؟ در واقع تفاوت اصلی این بیمه ماشین‌های خودران به نوع راننده این اتومبیل‌ها برمی‌گردد! از آنجا که اتومبیل‌های تولیدشده توسط تسلا بدون راننده و هوشمند هستند، این شرکت ادعا دارد که هزینه‌های مربوط به بیمه ماشین‌های خودران به مراتب باید کمتر باشد، چرا که احتمال خطا در اتومبیل‌های بدون نیاز به راننده خیلی پایین‌تر از احتمال خطا و تصادف در ماشین‌های معمولی «با راننده» است.

شاید این ادعا در نگاه اول عجیب به نظر بیاید ولی در عمل شاید حق با شرکت تسلا باشد. با توجه به گزارش موسسه مدیریت ترافیک در کشور آمریکا، ماشین‌های تسلا با قابلیت خودران بودن «بدون نیاز به راننده» ۴۰ درصد کمتر از دیگر انواع ماشین‌های «با راننده» تصادف می‌کنند؛ بنابراین از آنجایی که ماشین‌های بدون راننده خیلی کمتر احتمال دارد تا درگیر حوادث تصادفی شوند، خیلی دور از منطقی نیست که هزینه بیمه ماشین‌های خودران کمتر از باقی ماشین‌ها باشد.

طبق محاسبه متخصصان بیمه، اگر «تسلا» با این سرعت ماشین‌های بدون نیاز به راننده را روانه بازار نماید، صنعت بیمه در عرض ۲۵ سال باید با ۴۰ درصد از کل سود خالص که از فروش بیمه ماشین به دست می‌آورد، خداحافظی کند!

۵. پیشرفت‌های فن‌آورانه، اولویت اول صنعت بیمه جهان

بروزرسانی فن‌آوری، اولویت اول بیمه‌گران در سرتاسر جهان شده است. این مطلب را شرکت نرم‌افزاری ادونتج گو^۱ در پیمایش اخیر خود از مدیران اجرایی ارشد صنعت بیمه جهان اعلام نمود و افزود:

1. AdvantageGo

پاسخ‌دهندگان از لندن، برمودا، آمریکای شمالی و سوئیس بودند و همگی متفق‌القول هستند که نیاز به بروزرسانی فن‌آوری، دغدغه‌ی اصلی آنان است و در مراتب بعدی، نظم در پذیره‌نویسی، تنظیم مقررات و امنیت سایبری قرار دارد.

همچنین این پیمایش نشان داد که سه‌چهارم از این مدیران در طرح‌های مربوط به تجزیه و تحلیل داده‌ها^۱ و کلان داده‌ها^۲ و نیمی نیز در پی ماشین یادگیری^۳، هوش مصنوعی (AI)^۴ و زنجیره بلوکی^۵ هستند. این پیمایش ۳۰ پرسش در سطح مدیران عامل و حرفه‌ای‌های شرکت‌های بیمه و اتکائی را شامل می‌شود که به این نتیجه رسید که ۸۱/۵ درصد از مدیران ارشد، فن‌آوری بیمه را یک فرصت می‌بینند نه یک تهدید.

پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که از فن‌آوری بیمه در چندین مقوله بهره‌برداری می‌نمایند از جمله ساده‌سازی هزینه‌ها و روندها، بهبود بینش پذیره‌نویسان و ترکیب تحلیل اکچوئرال با الگوریتم‌های هوش مصنوعی به منظور افزایش کارآمدی.

اکثریت پاسخ‌دهندگان معتقدند که فن‌آوری بیمه سودآوری کسب و کار آنها را افزایش خواهد داد. درعین‌حال، شرکت ویلیس تاورز واتسون^۶ در گزارش^۷ سه‌ماهه اول سال ۲۰۱۸ به شکست رکورد سرمایه‌گذاری در بخش فن‌آوری بیمه اشاره نمود و اعلام کرد که از ۶۶ مورد سرمایه‌گذاری در این دوره زمانی، حجم تراکنش‌ها افزایش یافته و رکورد بی‌سابقه‌ای در سرمایه‌گذاری در این بخش به وقوع پیوسته است.

همچنین، این گزارش می‌افزاید، «اما مرز بین تأمین مالی فن‌آوری بیمه توسط بیمه‌گران و بخش اتکائی فعلی و سرمایه درخطر^۸ سنتی با وجود تأمین سرمایه‌گذاری مختلط^۹، مبهم‌تر شده است.»

با ۷۲۴ میلیون دلار در سه‌ماهه اول سال جاری میلادی، حجم سرمایه‌گذاری در بخش فن‌آوری بیمه، ۱۶ درصد بیشتر از سه‌ماهه آخر سال ۲۰۱۷، یعنی ۶۲۴ میلیون دلار گزارش شده است که درعین‌حال، ۱۵۵ درصد بیشتر از سه‌ماهه اول سال ۲۰۱۷ بوده است.

1. Data analytics
2. Big data
3. Machine learning
4. Artificial intelligence
5. Blockchain
6. Algorithm
7. Willis Towers Watson
8. Venture capital
9. Hybrid investment fund

در سه‌ماهه اول سال ۲۰۱۸، هفت دوره سرمایه‌گذاری بیش از ۳۰ میلیون دلار به ثبت رسیده است. آدرین مورگان^۱، معاون اجرایی شرکت ادونتیج‌گو اظهار می‌دارد: «چه این که شرکت‌ها می‌خواهند، در بازی برنده باشند یا تنها اشتیاق به عقب‌نماندن دارند، تمامی بخش‌های بازار، فن‌آوری بیمه^۲ را جدی گرفته است.»

برای دسترسی به منابع خبری، [اینجا](#) و [اینجا](#) را کلیک نمایید.

منبع: اکچواری و ویلیس تاورز واتسون، می ۲۰۱۸

نکته:

اگر بخواهیم تعریف جامعی از تکنولوژی ارائه‌نماییم، می‌توان گفت تکنولوژی عبارتست از «مجموعه‌ای متشکل از اطلاعات، ابزارها و تکنیک‌هایی که از علم و تجربه عملی نشأت گرفته‌اند و در توسعه، طراحی، تولید و به‌کارگیری محصولات، فرایندها، سیستم‌ها و خدمات مورد استفاده قرار می‌گیرند» (Abetti ۱۹۸۹). استفاده از اطلاعات و ابزارها، توسعه و بهبود زیرساخت‌ها مبتنی بر فناوری اطلاعات و همچنین بهینه‌نمودن فرایندها در چند دهه گذشته با تلفیق خلاقیت و ابتکار در انواع خدمات و فعالیت‌های بشری سبب شده است که میزان توسعه تکنولوژیکی در عصر حاضر روندی صعودی وصف‌ناپذیری را طی و از آن به عنوان شاخصی برای ارزیابی عملکرد هر نوع فعالیت و خدمت شناخته‌گردد. صنعت مالی و پولی در جهان نیز فارغ از این مهم نبوده و در مسیر توسعه خود، توسعه تکنولوژیکی در ارائه خدمت و تسهیل فرایندهای اجرایی خود را در خدمت‌رسانی به مشتریان را در اولویت تمامی فعالیت‌ها قرار داده و در راستای آن اقدامات بسیار زیربنایی انجام داده است. صنعت بیمه نیز به عنوان بخش از صنعت مالی دنیا این واقعیت را پذیرفته و حیات مستمر خود را جز در توسعه تکنولوژیکی خود نمی‌بیند. اما، این تفکر در صنعت بیمه کشور تا به چه اندازه جاریست؟ آیا عملاً صنعت بیمه کشور ما توانایی پاسخ به انواع تکنولوژی‌های روز این صنعت در دنیا را دارد؟ چه زیرساخت‌هایی اعم از فیزیکی و غیر فیزیکی برای این توسعه متصور است؟ در پاسخ به این سوالات و دیگر سوالات مشابه می‌بایست گفت که از منظر توسعه تکنولوژیکی صنعت بیمه کشور در وضعیت مناسبی قرار ندارد. حال باید پرسید مهمترین چالشی که سبب ایجاد فاصله عمیق صنعت بیمه کشور از یک صنعت بیمه مبتنی بر تکنولوژی شده است؟ به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات و عدم توسعه آن مهمترین چالش در این موضوع است.

1. Adrian Morgan
2. InsurTech

۶. افزایش اثر اجتماعی و اقتصادی بیمه‌گران با فن آوری بیمه: فرهنگ، استعداد و مدیریت ریسک

مؤسسات مالی اغلب به عنوان شرکت‌های ابزاری در اقتصاد دیده می‌شوند. اما در واقعیت، این اهمیت بخش را به‌طور کامل نشان نمی‌دهد. بخش مالی، نقش کلیدی در توسعه اجتماعی و اقتصادی هر جامعه، کشور و قاره را بازی می‌کند. با وجود آنکه بسیاری از افراد ممکن است، این تشخیص را نداشته باشند، اما خدمات مالی در قلب زندگی روزمره افراد و کسب و کارها قرار دارد. درصد عمده‌ای از مالکین منازل - در برخی کشورها تا ۸۰ درصد - رهنی هستند. بخش روبه‌رشدی از هزینه‌های پزشکی نیز توسط بیمه، پوشش داده می‌شود. تعداد کثیری از کسب و کارها توسط بانک‌ها تأمین می‌شوند. تمامی چالش‌های بزرگی که ما در دهه آتی با آن روبرو خواهیم شد از جمله تغییرات آب و هوایی، حوادث طبیعی، فقر، سالخورده‌گی جمعیت، خدمات درمانی، آب، فاضلاب، انرژی و غیره همگی به راه کارهایی نیاز دارند که خدمات مالی در آن نقش عمده‌ای بازی می‌کند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که مدیران اجرایی بیمه در سرتاسر جهان، نسبت به این نقش مهم آگاه هستند و نسبت به انجام تعهدات خود در این زمینه تلاش دارند تا بهترین باشند. طی دهه گذشته، مفهوم پایداری شرکتی^۱ یا مسئولیت اجتماعی شرکتی^۲ معنای جدیدی یافته است. این یعنی پذیرش مسئولیت‌های وسیع‌تر و نقش مهم شرکت در یک جامعه است.

همچنین، شهرت و مسئولیت اجتماعی به طور همسو اهمیت یافته است و مشتریان همواره در پی شرکت‌هایی هستند که به آنها اهمیت می‌دهند. این روند با افزایش نسل هزاره، به اهمیت خود ادامه می‌دهد. این نسل، آگاه‌ترین مشتریان در طول تاریخ شناخته می‌شوند.

تحلیل دو هزار فن‌آور بیمه در پایگاه داده‌های فن‌آوری بیمه DIA نشان می‌دهد که حوزه‌های مختلفی وجود دارد که نوآوری در فن‌آوری بیمه، سبب اثرگذاری اجتماعی و اقتصادی وسیعی گشته است. در اینجا به بخش‌هایی از این اثرگذاری اشاره می‌نماییم:

۱. بخش سلامت

همه دست‌اندرکاران جامعه سلامت و پزشکی متفق‌القول هستند که نظام سلامت فعلی در بازارهای پیشرفته، به دلیل جمعیت رو به پیری و افزایش هزینه‌های خدمات درمانی، پایدار نیستند. به طور سنتی،

1. Corporate sustainability
2. Corporate social responsibility

ارائه خدمات درمانی بر تعاملات چهره به چهره استوار است که معمولاً با هزینه‌های بالایی نیز همراه است. دستگاه‌های خدمات درمانی متصل^۱، به ارائه‌کنندگان خدمات درمانی و نیز بیمه‌گران سلامت اجازه می‌دهد تا به بیماران، به سادگی دسترسی و تعامل داشته باشند. به اشتراک‌گذاری داده‌ها در میان تمامی ذی‌نفعان، استفاده بهینه از این داده‌ها و رصد از راه دور بیماران، این توان را دارد تا الگوهای کسب و کار را به کلی تغییر دهد و خدمات درمانی را کارآمدتر، کم‌خرج‌تر و در دسترس‌تر نماید. در اینجا دو نمونه از شرکت‌هایی که از خدمات درمانی متصل بهره می‌برند، به‌طور خلاصه، تشریح می‌شود:

شرکت آلم^۲ در نظر دارد تا خدمات درمان را با بسترهای ارتباطی پزشکی مبتنی بر فن‌آوری در صنعت پزشکی یا همان فن‌آوری‌های ابری^۳ و دستگاه‌های هوشمند تغییر دهد. ارتباطات کارآمدتر و فن‌آوری‌های نوآورانه جدید، تصمیم‌سازی را بهبود می‌بخشد و می‌تواند زندگی‌های بیشتری را نجات دهد و هزینه‌ها را کاهش داده و در عین حال، تجربه مشتری را بهبود بخشد.

شرکت چانیو دکتر^۴، بزرگ‌ترین بستر پزشکی از راه دور در چین است که بیش از ۱۰۰ میلیون کاربر دارد. یکی از محصولات آنی که این شرکت ارائه می‌دهد الگوریتم‌های تصمیم‌گیری پزشکی تعبیه شده است که به طور خودکار درمان‌گر را از وضعیت بیمه در صورت وجود ریسک و خیم‌تر شدن بیماری، باخبر می‌نماید.

۲. بیمه خرد

در جهان، در حدود ۵۰۰ میلیون خانوار کشاورز وجود دارد که تقریباً مساوی با ۲ میلیارد نفر می‌شود که با کمتر از ۲ دلار در روز زندگی می‌کنند. معمولاً این خانوارها بر محصولات کشاورزی و فعالیت‌های کارآفرینانه برای امرار معاش تکیه دارند. در این جمعیت، بیماری و مرگ یا محصول کشاورزی ضعیف، می‌تواند اثر مالی منفی سنگینی برای خانواده‌ها به همراه داشته باشد. تا چند سال گذشته، ارائه پوشش توسط بیمه‌گران به این بخش کم‌درآمد بسیار دشوار بود. الگوهای توزیع سنتی نیز برای این جمعیت بسیار پرهزینه محسوب می‌شد و برای مثال ارزیابی ریسک معمولاً مبتنی بر اطلاعات رسمی می‌شد که معمولاً در دسترس نبود. اما با ظهور نوآوری دیجیتال، فرصت عظیمی برای رساندن بیمه به این جمعیت کم‌بیمه^۵ با استفاده از الگوهای کسب و کار جدید وجود دارد.

1. Connected healthcare devices
2. Allm
3. Cloud technology
4. Chunyu Doctor
5. Underinsured

اخیراً گسترش تلفن‌های همراه در مناطق روستایی و استفاده از بسترهای ازپیش‌پرداخت‌شده^۱، در الگوهای کسب و کار جدید، ارائه پوشش برای دورترین مشتریان را نیز ممکن ساخته است. ویکاس چاریا^۲، رئیس مشارکت دیجیتال شرکت آگرا اظهار می‌دارد: آدهار^۳، برنامه تشخیص هویت مبتنی بر زیست‌سنجی^۴ کشور هند، بستر بسیار جالب توجهی ارائه می‌دهد. بخش بانکداری باید با این برنامه هم‌سو شود. زیرا این سبب می‌شود تا اثرانگشت هزاران میلیون هندی برای خدمات مالی از جمله بیمه در دسترس قرار بگیرد. در تمامی این موارد، الگوهای کسب و کار جدید، همکاری بین خدمات‌رسانان در بخش‌های مالی، کشاورزی و فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات را نیاز دارد.

به عنوان نمونه، برنامه جامی آفریقا^۵ (در شهر دارالسلام تانزانیا)، یک برنامه ارائه بیمه خرد سلامت^۶ برای خانواده‌های کم‌درآمد است که حق‌بیمه آن در ماه تنها یک دلار است. جامی در سال ۲۰۱۵ راه‌اندازی شد و اجرای آن ۱۰۰ درصد بدون کاغذ و ۱۰۰ درصد بدون پول نقد انجام می‌پذیرد. تمامی روندهای اداری از جمله آشنایی و معرفی، جمع‌آوری حق‌بیمه، مدیریت دفتر سود، پردازش ادعای خسارت تا پرداخت آن، همگی روی گوشی موبایل اتفاق می‌افتد. این برنامه، هزینه اداری بیمه را ۹۵ درصد کاهش داده است.

۳. حوادث فاجعه‌بار طبیعی

بر اساس گزارش مونیخ‌ری، سال گذشته، بیمه‌گران ۱۳۵ میلیارد دلار برای پوشش خسارت‌های ناشی از حوادث طبیعی از جمله طوفان و سیل پرداختتند. این درحالی است که آسیب‌های بیمه‌نشده مبلغی در حدود ۳۳۰ میلیارد دلار بود. معمولاً، نقش بیمه‌گران تنها محدود به پرداخت خسارت‌های حوادث فاجعه‌بار طبیعی محدود می‌شود. اما داده‌های مربوط به حوادث و تخصیص در مدیریت ریسک و فن‌آوری‌های جدید در دسترس، به بیمه‌گران اجازه می‌دهد تا نقش مهم‌تری در کاهش آسیب‌پذیری نسبت به حوادث طبیعی برای مشتریان بازی کنند. بنابراین، بیمه‌گران می‌توانند به جامعه پیش از حادثه و پس از آن کمک نمایند.

چندین فن‌آوری، بیمه‌گران را توانمند می‌سازد تا نقش خود را در این زمینه به‌درستی ایفا کنند: اینترنت

-
1. Prepaid platform
 2. Vikas Chhariya
 3. Aadhaar
 4. Biometrics identity program
 5. Jamii Africa
 6. Health microinsurance

اشیاء^۱، استفاده از داده‌های باز^۲، تعیین وضعیت جغرافیایی^۳، تحلیل داده‌های پیشرفته^۴، زنجیره بلوکی، هواپیماهای بدون سرنشین^۵، تصویربرداری و رسانه‌های اجتماعی.

در انتها، باید اشاره نمود که بدون یک محیط فرهنگی مناسب، نوآوری هیچ نوع فرصتی برای ریشه دواندن ندارد و این مسئله‌ای است که باید بیمه‌گران بدانند و در عملیات‌های خود لحاظ نمایند. در عین حال، داشتن استعداد مناسب برای توانایی در بررسی، آزمایش و یافتن برنامه‌های جدید و مختلف، بسیار ضروری است. برای بسیاری از بیمه‌گران، این به معنای تلاش برای بازبینی برنامه استخدامی و سیاست‌های سنتی منابع انسانی خود است. با عنایت به این که آینده قرار نیست هرگز شبیه گذشته باشد، راه کارهای خلاقانه برای جذب استعداد بسیار ضروری است و در این زمینه نیز باید نسل هزاره را با ویژگی‌های خاص خود در نظر گرفت.

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

منبع: دیجیتال انشورنس مگ و دیجیتال انشورنس اجندا، می ۲۰۱۸

نکته:

همه افراد و کسانی که در یک جامعه زندگی می‌کنند و یا تابعیت یک کشور را دارند علاوه بر مسئولیت شغلی خویش دارای مسئولیت اجتماعی نیز می‌باشند.

از منظر قوانین تجارت و بیمه فعالیت بیمه‌گری یک فعالیت بازرگانی و انتفاعی است که سرمایه‌گذاران و سهامداران با هدف کسب سود وارد عرصه این رشته شغلی می‌گردند و شرکت‌های بیمه بازرگانی همچون سایر شرکت‌های تجاری به دنبال کسب انتفاع از سرمایه‌گذاری‌ها و فعالیت خویش هستند.

نگاه به موضوع تا اینجا دارای هیچ مناقشه‌ای نیست، اما وقتی وظایف و تکالیفی که در قانون تأسیس بیمه مرکزی ایران و بیمه‌گری و قانون جدید بیمه شخص ثالث و وسایل نقلیه موتوری زمینی برای بیمه‌های بازرگانی تعیین شده را مطالعه می‌کنیم، مشاهده می‌گردد که نقش و تکالیف صنعت بیمه در ایران در برخی از ریسک‌ها به علت گستردگی و بالا بودن شدت و تواتر (فراوانی) خسارت‌های مالی و جانی که تعداد زیادی از جمعیت را دچار زیان می‌کند، ماهیت فعالیت بیمه‌های بازرگانی را از ریسک‌های تجاری به ریسک‌های اجتماعی تبدیل می‌کند.

1. Internet of things
2. Open data
3. Geo-positioning
4. Advanced data analytics
5. Drone

در زمان تصویب قانون جدید بیمه شخص ثالث خودرو، انجمن کارشناسان صنعت بیمه، بر اساس باور کارشناسان خویش در اینکه ریسک تصادفات رانندگی در ایران در سالهای اخیر به علت گسترده‌گی بالا، ماهیت اجتماعی دارد و نه بازرگانی، طی تماس با مجلس شورای اسلامی و کارشناسان دولت با ارائه پیشنهاد مدیریت پرتفوی ثالث خودرو توسط شرکت سهامی بیمه ایران، نقش اجتماعی صنعت بیمه در این پرتفوی را غالب تر از نقش بازرگانی اعلام و خوشبختانه در قانون جدید این رویکرد تحقق و در مفاد قانون متجلی گردید.

اکنون در قبال ریسک‌های زلزله، آتش سوزی، سیل، بارش برف سنگین، سرمازدگی و پوشش‌های حمایتی از مخاطرات مدیریتی و مالی حوزه اشتغال و کارآفرینی و پشتیبانی قاطع از تولیدات ملی، نقش مسئولیت‌های اجتماعی صنعت بیمه بازرگانی بسیار فراتر و پررنگ تر از نقش تجاری فعالیت آن است و لذا در این برهه حساس از شرایط پر تحول اجتماعی و اقتصادی کشور که بنگاههای اقتصادی کوچک و بزرگ و کلیه خانوارهای ایرانی در شهر و روستا نیازمند برخوردار بودن از حمایت‌های جامع در مقابل ریسک‌های حوادث طبیعی و مدیریتی و مالی هستند، از بیمه مرکزی ایران و شرکت‌های بیمه و از دولت و مجلس شورای اسلامی انتظار میرود در راستای تعمیم خدمات بیمه و تحت پوشش قرار دادن عامه بیمه‌گذاران ایرانی در اقصی نقاط کشور، اقدام وسیع توأم با حمایت‌های لازم مالی و معنوی از سوی مسئولین ارشد و مدیران میانی کشور در سازمان‌های ذی مدخل از اجرای چنین برنامه اصولی «حمایت گسترده ملی» صورت پذیرد.

در ریسک‌های مورد اشاره، وظایف و مسئولیت‌های اجتماعی صنعت بیمه مبسوط تر از تکالیف حرفه‌ای متصوره محدود و با رویکرد سنتی فعلی می‌باشد. در کشوری که چندین دهه در آن صنعت بیمه فعالیت دارد تحت هیچ عنوان پذیرفتنی نیست که مردم در مقابله با نتایج زیانبار خسارت‌ها تنها و بدون حامی باشند و بلافاصله توسط موسسات بیمه روال زندگی آنها پس از وقوع حوادث و خسارت‌ها به شرایط قبل و روال عادی و متعارف برنگردد.

۷. سبقت رشد صنعت بیمه جهان از اقتصاد جهانی در ۱۲ سال آتی

صنعت بیمه جهان در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹، رشد سریع‌تری نسبت به اقتصاد جهان را تجربه خواهد نمود. این پیش‌بینی گزارش اخیر مونیخ‌ری است که در ادامه می‌افزاید: در سال ۲۰۳۰، بازار بیمه جهان به حجمی معادل ۷/۹ تریلیون یورو خواهد رسید.

گزارش بیمه‌گر اتکائی آلمانی مونیخ‌ری با عنوان «چشم‌انداز بازار بیمه برای ۲۰۱۸/۲۰۱۹» نشان می‌دهد که حق‌بیمه‌ها در جهان در سال جاری و آتی، تا ۴۶۰ میلیارد دلار رشد خواهد داشت. این، معادل رشد متوسط سالانه حق‌بیمه ۵/۳ درصدی (با احتساب تورم: ۳/۷ درصد) است. در حالی که، تولید ناخالص ملی در جهان (GDP) تنها ۴/۹ درصد (۳/۳ درصد با ارقام واقعی) رشد خواهد داشت.

در سال جاری میلادی، بیمه‌زندی به‌طور اخص و پس از سالی ضعیف در ۲۰۱۷، به رشد قوی سالانه حق‌بیمه خود با ۵/۶ درصد (۳/۹ درصد با ارقام واقعی) خواهد رسید. در عین حال، بیمه اموال و حوادث با بهره‌مندی از فضای اقتصادی مطلوب، نرخ رشد سالانه ۴/۹ درصد (۳/۳ با ارقام واقعی) را تجربه خواهد نمود.

این گزارش، همچنین می‌افزاید: «کشورهای نوظهور، محرک اصلی رشد خواهند بود اما نرخ‌های رشد قوی‌تر در کشورهای صنعتی پر حجم نیز بر این رشد خواهند افزود.»

در این گزارش آمده است که سهم حق‌بیمه در اقتصادهای نوظهور آسیایی تا سال ۲۰۲۵ میلادی به ۲۱/۴ درصد از سهم جهانی می‌رسد، این سهم در حال حاضر ۱۳/۳ درصد است. این سهم برای بازار اروپای غربی ۲۴/۵ درصد گزارش شده است.

همچنین، بازارهای نوظهور در آسیا و آمریکای لاتین شاهد تقاضا در زمینه بیمه عمر هستند و دلیل این مسئله، نرخ پایین بهره در اقتصادهای پیشرفته عنوان شده است.

بر اساس این گزارش، بازار اکثر اقتصادهای نوظهور مانند برزیل و حتی روسیه در حال تجربه دوران بازسازی خاصی هستند. این پیشرفت در بازار بیمه اموال و مسئولیت بهتر و در بازارهای با اقتصاد ثابت مانند اروپا، ژاپن و ایالات متحده شاهد تقاضاهای حمایتی خواهد بود.

در بخش دیگر از این گزارش آمده است: چشم‌انداز بلندمدت صنعت بیمه برای سال ۲۰۳۰، حجمی معادل ۷/۹ تریلیون یورو خواهد بود که تقریباً دو برابر ۴/۲ تریلیون یورو در سال ۲۰۱۷ خواهد بود. «از ۳/۷ تریلیون حق‌بیمه اضافی تا سال ۲۰۳۰، انتظار می‌رود، ۱/۲ تریلیون یورو تنها از چین باشد. تقریباً، دوسوم این رقم از بخش بیمه زندگی و سلامت و مابقی آن از بیمه اموال و حوادث خواهد بود.»

بر اساس گزارش مونیخ‌ری، فن‌آوران بیمه نقشی تابع در رشد بازار خواهند داشت. در این زمینه، این گزارش می‌افزاید: «در حالی که ما معتقدیم که شرکت‌های نوپای نوآور ممکن است بر رشد حق‌بیمه در بازارهای نوظهور و کشورهای در حال توسعه بیفزاید، اما در واقعیت، انتظاری برای درآمد حق‌بیمه اضافی برای کشورهای صنعتی وجود ندارد. در این کشورها، فن‌آوران بیمه، بازار را به طور عمده‌ای از طریق

نقش خود به عنوان کارگزار دیجیتال^۱ و نیز از طریق نوآوری در محصول و استفاده از فن‌آوری‌های جدید در مدار زنجیره ارزش^۲ دچار تحول نموده‌اند، اما انتظار نمی‌رود که این موضوع، سبب تغییر قابل توجهی در رشد حق بیمه گردد.»

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

منبع: اکسپریم، می ۲۰۱۸

نکته:

در اغلب مقالات، گزارشها و اظهارنظرها درباره توسعه صنعت بیمه؛ عمدتاً از ضریب نفوذ بیمه، حق بیمه سرانه و رشد حق بیمه تولیدی استفاده می‌شود. این موضوع که شاخص‌های یادشده به چه میزان نشانگر سهم صنعت بیمه از اقتصاد و تولید کشور است و حق بیمه تولیدی به لحاظ مفهومی اصولاً به چه میزان از جنس تولید ناخالص داخلی است با الگو گرفتن از گزارش‌های مشابه جهانی قابل بررسی و بازنگری است. اما روشن است که بازارهای مالی شامل سه بازار پول (بانک و...)، سرمایه (بورس و...) و ریسک (بیمه و...) دارای کارکرد واسطه‌گری مالی هستند. در بازار پول، بانک واسطه انتقال وجوه قرضی از سپرده‌گذار به وام‌گیرنده است. در بازار سرمایه، بورس واسطه انتقال دارایی‌های مالی است و در بازار ریسک، مؤسسه بیمه واسطه انتقال ریسک در قالب بیمه‌نامه (یک نوع ابزار مالی) است. در طبقه‌بندی بین‌المللی فعالیت‌های اقتصادی (ISIC) بانک، بیمه و بورس جزء واسطه‌گری‌های مالی هستند و وجوه انتقالی از طریق آنها (تسهیلات اعطایی، مبلغ اوراق بهادار معامله شده و خسارت‌های واقع شده) در محاسبات تولید ناخالص داخلی لحاظ نمی‌شود. بطور خاص در ارتباط با صنعت بیمه در محاسبات مربوط به حساب‌های ملی، معادل خسارت‌های واقع شده از حق بیمه عاید شده کسر و آنچه باقی می‌ماند بعنوان درآمد فعالیت بیمه‌گری در نظر گرفته می‌شود. بنابراین تولید صنعت بیمه (ارزش خدمات بیمه‌ای تولید شده) از منظر حساب‌های ملی، کاملاً متفاوت از حق بیمه تولیدی یا حق بیمه عاید شده است.

اما در نگاهی به گزارش ارایه شده سهم حدود ۸ تریلیون یورویی بیمه از اقتصاد جهانی تا حدود یک دهه دیگر و پیشی گرفتن سرعت رشد صنعت جهانی بیمه از اقتصاد جهانی جالب توجه است امری که با آمارهای صنعت بیمه کشور در زمینه نسبت‌های رشد یاد شده تطابق دارد. در میان آمارهای ذکر شده در این گزارش رشد ۴۶۰ میلیارد دلاری حق بیمه در سال جاری میلادی و افزایش تقاضا برای بیمه‌های عمر در اقتصادهای نوظهور آسیایی به دلیل نرخ پایین بهره حایز اهمیت است.

1. Digital broker
2. Value chain

۸. نگاهی به گزارش بیمه جهان ۲۰۱۸

گزارش بیمه جهان در سال ۲۰۱۸ توسط شرکت کپجمنی^۱ با همکاری شرکت افما^۲ در اول خردادماه سال جاری به صورت الکترونیکی منتشر شد. این، یازدهمین گزارش این شرکت است که از مصاحبه با ۱۳۰ مدیر اجرایی بیمه و بیش از ۱۰ هزار و پانصد مشتری از ۲۶ منطقه جهان از جمله آمریکای شمالی، اروپا، آمریکای لاتین و آسیا-اقیانوسیه تهیه شده است.

پیام اصلی این گزارش بر چابکی دیجیتالی، دقت در تقاضای مشتریان و خلق الگوهای عملیاتی با آمادگی برای آینده و نیز بهره‌برداری از کلان‌داده‌ها استوار است. یافته‌های اصلی این گزارش عبارتند از:

- صنعت بیمه همچنان از ارائه تجربه مشتری در سطح عالی عقب‌مانده است و همچنان فرصت برای بیمه‌گران به منظور بهبود چابکی دیجیتالی با هدف جذب و حفظ مشتری وجود دارد. کلان‌داده‌ها در این زمینه بسیار کارساز خواهند بود.

- با تحول در انتظارات مشتریان و پویایی سریع بازار، چابکی دیجیتالی برای بیمه‌گران با هدف پیش‌بینی و پاسخ‌گویی سریع به نگرش‌های مختلف مشتریان و نیز فرصت‌های بازار و ریسک‌ها، حیاتی است.
- به منظور بهبود چابکی دیجیتالی، مهم است که بیمه‌گران برای اجرای فن‌آوری بیمه در تمامی سطوح عملیاتی هم‌افزایی داشته باشند و عملکرد در زمان واقعی^۳ و اجرای دیجیتالی بی‌نقص ارائه دهند. این قابلیت از طریق دریافت داده‌ها در زمان واقعی از طریق نرم‌افزارهای نهایی^۴ و با حمایت ابزارهای تحلیل پیشرفته قابل اجرا است.

- تنها آن دسته از بیمه‌گرانی که چابکی دیجیتالی دارند، خواهند توانست به تدوین الگوهای عملیاتی آماده‌باش برای آینده که مبتنی بر اکوسیستم‌های متصل دیجیتالی^۵ است، پردازند. این، سبب اطمینان از پایداری بلندمدت کسب و کار نیز می‌گردد.

کپجمنی یک شرکت چندملیتی فرانسوی در زمینه ارائه خدمات حرفه‌ای و مشاوره کسب و کار بوده که دفتر اصلی آن در پاریس واقع است. شرکت افما نیز یک سازمان غیرانتفاعی بین‌المللی و فرانسوی است که در سال ۱۹۷۱ توسط بانک‌ها و شرکت‌های بیمه راه‌اندازی شد تا شبکه‌سازی برای تصمیم‌گیری در

1. Capgemini
2. Efma
3. Real-time
4. Customer interface
5. Connected digital ecosystem

این مؤسسات را تسهیل بخشد.

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

منبع: کپجینی، می ۲۰۱۸

نکته:

عدم ایجاد، حفظ و توسعه، روابط تجاریِ هوشمند با مشتریان، و استفاده نکردن از روش‌های نوین مشتری‌مداری و دشواری فروش بیمه‌نامه‌ها از چالش‌های مهم صنعت بیمه قلمداد می‌شوند.

خدمات بیمه‌گری ناملموس و بسیار پیچیده اند و نا‌آشنایی طبقات مختلف جامعه از انواع خدمات بیمه‌ای عموماً باعث می‌شود تجارب ردو بدل شده با مشتریان نیازمند اصلاح و ترمیم باشد. در غیر این صورت تفکر تحمیلی دانستن خرید بیمه‌نامه‌ها با مشتری همراه است..

شرکت‌های بیمه‌گر در صورتی می‌توانند در فضای فرا رقابتی کنونی به بقای خود ادامه دهند و رشد کنند که مشتریان را همچون دارایی ارزشمندی مدنظر قرار دهند و نتیجه فعالیت آنها منجر به حفظ و وفادارسازی مشتری شود.

خوشبختانه فضای دیجیتال کمک شایانی در شناسایی و پاسخگویی سریع به نیازهای مشتریان داشته است. این موضوع حتی زودتر از راه‌اندازی سایر خدمات گسترده سایبری به مدد سازمان‌ها آمده است. اکنون تجربه هوشمندسازی در درک نیازهای مشتریان ابعاد بسیار گسترده‌ای به خود گرفته است که گزارش حاضر تصویری از این شرایط جدید است.