

نشریه الکترونیکی

# نازه‌های بیمه

## ایران و جهان

دو هفته‌نامه  
علمی، حرفه‌ای  
اطلاع‌رسانی

شماره ۵۶ / نیمه دوم تیرماه ۹۷

مدیر مسئول:

علیرضا محمدعلی

دبیر اجرایی:

مهدی ملائی



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

روابط عمومی و امور بین‌الملل پژوهشکده بیمه

## فهرست

۱. اعلام آخرین وضعیت ظرفیت مجاز نگهداری ریسک و سقف بیمه اتکائی توسط ناظر بیمه ایران..... ۲
۲. بیمه‌گران برسر دوراهی؛ راهکار لویدز برای تداوم همکاری با ایران..... ۶
۳. هر مدلی قابل اعتماد نیست: ارزیابی دقت مدل‌های ریسک در گزارش جدید شرکت اتکائی..... ۱۲
۴. مستمری‌سازی، راهکاری برای افرادی که فراتر از سرمایه بازنشستگی زندگی می‌کنند..... ۱۸
۵. مروری بر حقوق مصرف‌کنندگان تحت مقررات عمومی حفظ داده‌های اروپا..... ۲۱
۶. گزارش‌ها حاکی از بازتعریف مدیریت خسارت بیمه پس از دیجیتال‌سازی..... ۲۴
۷. مطالعات تازه نشان می‌دهد تجربه مشتری همه‌جا حرف اول را می‌زند..... ۳۱
۸. در پژوهشی جدید عنوان شد: فقدان مدیریت ریسک، چالش عمده شرکت‌های بیمه..... ۳۸

## ۱. اعلام آخرین وضعیت ظرفیت مجاز نگهداری ریسک و سقف بیمه اتکائی توسط ناظر بیمه ایران

بیمه مرکزی ج.ا.ایران، ناظر و بیمه اتکائی صنعت بیمه ایران، آخرین وضعیت ظرفیت مجاز نگهداری ریسک و سقف بیمه اتکائی داخلی مجاز برای شرکت‌های بیمه در این کشور را اعلام کرد.

به گزارش ایشانشورنس ریویو به نقل از فایننشال تریبیون، علاوه بر بیمه مرکزی، ۶ بیمه‌گر از میان ۳۰ شرکت بیمه در ایران اجازه پذیرش بیمه اتکائی داشته و تنها بیمه‌گران اتکائی اختصاصی در این کشور، شرکت بیمه اتکائی امین و شرکت بیمه اتکائی ایرانیان هستند.

شرکت بیمه ایران، تنها بیمه‌گر کاملاً دولتی، اجازه پذیرش بیشترین پوشش بیمه‌اتکائی با سقف ۸/۸۸ تریلیون ریال (۲۰۶/۸۵ میلیون دلار) را دریافت نمود.

پس از بیمه ایران، بیمه پاسارگاد با سقف بیمه اتکائی ۶۳۵/۷۸ میلیارد ریال (۱۴/۸۰ میلیون دلار)، بیمه ملت با ۵۵۸/۰۲ میلیارد ریال (۱۲/۳۰ میلیون دلار) و ایران معین با ۳۹۳/۴۱ میلیارد ریال (۹/۱۶ میلیون دلار) قرار دارند.

از لحاظ ظرفیت مجاز نگهداری ریسک، شرکت بیمه ایران با ظرفیت بیش از ۱۷/۷۵ تریلیون ریال (۴۱۳/۴۶ میلیون دلار) باز در صدر قرار می‌گیرد و پس از آن، بیمه‌گر دولتی البرز و شرکت بیمه آسیا به ترتیب با ۲/۷۱ تریلیون ریال (۶۳/۱۲ میلیون دلار) با ۲/۴۷ تریلیون ریال (۵۷/۵۳ میلیون دلار) در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند.

شرکت‌های خصوصی پارسیان و دانا که جزء پنج شرکت برتر شناخته شده‌اند نیز به ترتیب ۲/۱۳ تریلیون ریال (۴۹/۶۱ میلیون دلار) و ۲/۰۱ تریلیون ریال (۴۶/۸۲ میلیون دلار) مجاز به نگهداری ریسک هستند.

ناظر بیمه ایران به بیمه‌گران توصیه کرده است تا هنگام تخصیص ظرفیت نگهداری ریسک، به رتبه‌بندی بیمه مرکزی نسبت به توان مالی شرکت‌ها توجه داشته باشند.

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

منبع: ری‌انشورنس، جولای ۲۰۱۸

**نکته:**

برای اینکه شرکت‌های بیمه‌ای بتوانند به فعالیت بیمه‌گری خود ادامه دهند و بتوانند به تعهدات خود در قبال پوشش‌های پذیرفته شده و بیمه‌گذاران عمل کنند باید برنامه‌های مشخصی برای مدیریت ریسک فعالیت‌های بیمه‌گری خود، داشته باشند. نهاد(های) ناظر در کشورهای مختلف، اقدام به ایجاد محدودیت‌هایی برای پذیرش ریسک، در شرکت‌های بیمه‌ای می‌کند. به این صورت که نهاد ناظر با در نظر گرفتن معیارهای مشخصی اقدام به تعیین سقف مجازی برای پذیرش هر ریسک (بیمه‌نامه) می‌کند. این سقف مجاز همان ظرفیت نگهداری در شرکت‌های بیمه است. تعیین این سقف اصولاً باید بر اساس سرمایه و ذخایر آزاد (Free Reserves) شرکت باشد که در ادامه در خصوص مفهوم آن، اهمیت و نحوه محاسبه‌اش بحث می‌شود.

ظرفیت نگهداری در شرکت‌های بیمه عبارت است از میزانی از ریسک و متناسب با توان مالی شرکت که شرکت بیمه می‌تواند در هر رشته، در هر بازار و در هر منطقه قبول کند. به عبارتی ظرفیت نگهداری مشخص می‌کند که شرکت بیمه در هر ریسک (بیمه‌نامه) چه میزان از ارزش موضوع بیمه را می‌تواند نزد خود نگهداری و بقیه آن را باید به شرکت‌های واجد شرایط اتکایی کند. در واقع ظرفیت نگهداری امکانی را برای شرکت بیمه فراهم می‌آورد که شرکت بیمه بتواند در بدترین حالت‌ها (worst-case scenarios) نیز توانایی پرداخت خسارت به بیمه‌گذاران را داشته باشد.

تعیین ظرفیت نگهداری برای شرکت‌های بیمه، منجر به این خواهد شد که از تمرکز ریسک در شرکت‌های بیمه‌ای جلوگیری شود. همچنین تعیین این ظرفیت توسط نهاد ناظر، امکانی را برای شرکت‌های بیمه‌ای فراهم می‌کند که بتوانند توازن مطلوبی را بین میزان ریسکی که می‌توانند نزد خود نگهداری و میزان ریسکی که باید اتکایی کنند، برقرار شود. برقراری این توازن باعث می‌شود که شرکت‌های بیمه به میزان منابع خود، ریسک نگهداری کنند؛ به طوری که:

۱. حق بیمه زیادی به علت واگذاری اتکایی از شرکت خارج نشود.

۲. در صورت بروز حادثه نیز شرکت‌های بیمه، خسارت‌های هنگفتی را متحمل نشوند.

اساساً ظرفیت نگهداری در شرکت‌های بیمه باید به صورت درصدی از سرمایه و ذخایر آزاد شرکت‌ها

تعیین شود. این درصد در کشورهای مختلف و بر اساس نوع رشته متغیر است. به طور مثال ظرفیت نگهداری شرکت‌های بیمه در ایالات متحده ۱۰ درصد حقوق صاحبان سهام در نظر گرفته می‌شود. در صنعت بیمه در ایران نیز ظرفیت نگهداری شرکت‌های بیمه، بر اساس ماده ۲ آیین‌نامه شماره ۵۵/۱، «نحوه نظارت بر امور بیمه‌های اتکایی موسسات بیمه مستقیم» و به این صورت تعیین می‌شود:

حداکثر ظرفیت نگهداری مجاز موسسه بیمه از هر بیمه‌نامه یا هر ریسک، معادل ۲۰ درصد مجموع سرمایه پرداخت شده، اندوخته‌ها و ذخایر فنی سهم نگهداری (به استثنای ذخیره خسارت معوق و ذخیره ریاضی) هستند. بر اساس این آیین‌نامه صدور بیمه‌نامه برای ریسک‌هایی که ارزش آنها بیش از سقف ظرفیت نگهداری موسسه بیمه باشند، صرفاً در صورتی مجاز است که موسسه بیمه، برای بخش مازاد آن پوشش اتکایی تحصیل کرده باشند. به طور مثال شرکتی که دارای سقف نگهداری ۱۰۰ میلیارد تومان است اگر بخواهد مورد بیمه‌ای به ارزش ۱۵۰ میلیارد تومان را بیمه کند باید مبلغ ۵۰ میلیارد تومان آن را، به صورت اجباری، به شرکت‌های واجد شرایط اتکایی کند. اصولاً باید ارتباطی بین ظرفیت نگهداری و مجموع ریسکی که هر شرکت می‌تواند تقبل کند وجود داشته باشد. این ارتباط در تبصره ۳ ماده ۲، ویرایش جدید آیین‌نامه نحوه محاسبه ظرفیت نگهداری در شرکت‌های بیمه (آیین‌نامه شماره ۵۵/۱) در نظر گرفته شده است. تبصره ۳ ماده ۲ این آیین‌نامه بیان می‌کند، پذیرش و نگهداری مجموع ریسک‌های موسسه بیمه، بر اساس ضوابط مندرج در آیین‌نامه نحوه محاسبه و نظارت بر توانگری مالی موسسات بیمه (آیین‌نامه ۶۹) خواهد بود. به عبارتی، آیین‌نامه شماره ۵۵/۱ علاوه بر محدود کردن میزان پذیرش ریسک (در هر بیمه‌نامه) برای اطمینان از توانایی شرکت، در ایفای تعهدات خود در قبال مجموع ریسک‌های پذیرفته شده، این ارتباط را بین این دو آیین‌نامه برقرار کرده است. این تبصره باعث شده در صورتی که یک شرکت بیمه با رعایت سقف ظرفیت نگهداری میزان زیادی از ریسک‌ها را تحت پوشش خود قرار دهد، این مقدار ریسک پذیرفته شده، خود را در سطح توانگری مالی شرکت نشان دهد و در صورتی که بین مجموع ریسک‌های پذیرفته شده و سرمایه شرکت توازن منطقی برقرار نباشد، سطح توانگری شرکت پایین آمده و شرکت باید برای جبران تعهدات، اقداماتی که در آیین‌نامه شماره ۶۹ به تفصیل بیان کرده است را انجام دهد. بنابراین نهاد ناظر می‌خواهد با دو ابزار سقف ظرفیت نگهداری و سطح

توانگری مالی، شرکت‌های بیمه را در مدیریت بهینه ریسک بیمه‌گری یاری کند. آیین‌نامه نحوه محاسبه ظرفیت نگهداری شرکت‌های بیمه به‌رغم اینکه تاثیر بسزایی در مدیریت ریسک شرکت‌های بیمه در حمایت از حقوق بیمه‌گذاران و بیمه‌شدگان دارد اما ایراداتی نیز درخصوص نحوه محاسبه آن وجود دارد. این ایرادات و اشکالات عبارتند از:

۱. نحوه محاسبه ظرفیت نگهداری: در محاسبه ظرفیت نگهداری شرکت‌های بیمه باید سرمایه و ذخایر آزاد (Free Reserves) شرکت‌های بیمه مبنای تعیین ظرفیت نگهداری باشد. این در صورتی است که نحوه محاسبه ظرفیت نگهداری در شرکت‌های بیمه و بر اساس آیین‌نامه شماره ۵۵/۱، مجموع سرمایه پرداخت شده، اندوخته‌ها و ذخایر فنی سهم نگهداری (به استثنای ذخیره خسارت معوق و ذخیره ریاضی) در نظر گرفته می‌شود. ایراد این نحوه محاسبه این است که ذخیره خسارت سهم نگهداری که برای جبران خسارت ریسک‌های پذیرفته شده نگهداری شده است نیز به عنوان ذخایر آزاد در نظر گرفته شده و در محاسبه ظرفیت نگهداری دخیل می‌شود.

۲. عدم تعیین ظرفیت نگهداری با توجه به ماهیت و نوع رشته بیمه‌ای: ظرفیت نگهداری شرکت‌های بیمه به‌صورت ۲۰ درصد مجموع سرمایه پرداخت شده، اندوخته‌ها و ذخایر فنی سهم نگهداری محاسبه شده و این مقدار، برای تمامی رشته‌ها به‌صورت یکسان در نظر گرفته می‌شود و در آن اشاره‌ای به نوع رشته بیمه‌ای، دوره زمانی بیمه‌نامه نمی‌شود و کیفیت ریسک نیز مورد توجه قرار نمی‌گیرد. در بحث کیفیت ریسک باید به این نکته اشاره کرد که برخی ریسک‌ها نظیر هواپیما یا کشتی به مراتب خطرناک‌تر از ریسک‌های اموال هستند و این در حالی است که این مورد در آیین‌نامه شماره ۵۵/۱ مورد توجه قرار نگرفته است.

## ۲. بیمه‌گران بر سر دوراهی؛ راهکار لویدز برای تداوم همکاری با ایران

لویدز، بازار تخصصی بیمه و بیمه اتکائی جهان، اخیراً بستر توزیع دیجیتالی جدید خود را با عنوان لویدز بریج<sup>۱</sup> راه اندازی نمود. به گزارش وبسایت رسمی این شرکت، این اقدام در راستای ارتباط‌گیری سریع، آسان و کارآمد کسب و کارها و کارآفرینان بیمه با پذیره‌نویسان لویدز صورت پذیرفته است.

اما، گزارش‌ها حاکی از آن است که به دلیل تحریم‌های جدید ایالات متحده، این بستر دیجیتالی برای صنعت بیمه ایران مجاز شناخته نشده است و این، بیمه‌گران اروپایی را که علاقمند به ارائه پوشش به این کشور هستند را دچار مشکل می‌نماید.

به گزارش رویترز، بیمه‌گران، بخش اتکائی، کارگزاران و شرکت‌های کشتی‌رانی اروپا پس از عقب‌نشینی آمریکا از برجام و تحریم‌های مجدد علیه بخش بیمه و اتکائی ایران که از ۴ نوامبر سال جاری میلادی عملیاتی می‌شود، کسب و کارهای خود را با ایران کاهش داده‌اند.

پس از برداشته شدن تحریم‌های ثانویه آمریکا در ژانویه ۲۰۱۶ و نیز تحریم‌های اتحادیه اروپایی، لویدز لندن و دیگر بیمه‌گران اروپایی پوشش دریایی، انرژی و اعتبار تجاری برای ایران صادر نمودند. برداشته شدن تحریم‌های ثانویه به معنای آن بود که شرکت‌های اروپایی و نیز شرکت‌های تابع ایالات متحده قادر به تجارت با ایران بدون جریمه آمریکا بودند.

رئیس لویدز، بروس کارنیج براون<sup>۲</sup> در گفتگو با رویترز اعلام کرد: «تحریم‌های مجدد به معنای آن است که بیمه‌گران «شاید» نتوانند کسب و کارهای مرتبط با ایران را از طریق بستر لویدز پردازش نمایند. زیرا بخشی از این بستر، از سال گذشته، تحت مالکیت شرکت آمریکایی DXC رفته است.»

وی با ارایه یک راهکار به بیمه‌گران در زمینه چگونگی ادامه کار بیمه‌گران با ایران از بستر لویدز اضافه نمود: «شما می‌توانید از طریق لویدز و از طریق دیگر مکانیسم‌های تسویه خارج از DXC این کار را انجام دهید اما این، مسئله را پیچیده‌تر و انجام آن را پرهزینه‌تر خواهد نمود. [هم‌اکنون] فرصت‌های کسب و کار در هر حالتی در حال ارزشیابی است.»

سخنگوی لویدز عنوان کرد: به سندیکاهای بیمه توصیه شده است تا «پیش از ورود به فعالیت‌های مرتبط

1. Lloyd's Bridge  
2. Bruce Carnegie-Brown

با ایران، مشاوره حقوقی داشته باشند و ریسک تحریم‌ها<sup>۱</sup> را ارزیابی و کاهش دهند.» شرکت DXC ارائه‌دهنده پردازش داده‌ها و دیگر خدمات سروری به لویدز و دیگر بیمه‌گران لندن از طریق دو شرکت XIS و XCS بوده است که هر دو تحت مالکیت شرکت تابع انگلیسی DXC یعنی Xchanging، لویدز و انجمن بین‌المللی پذیرهنویسان<sup>۲</sup> هستند. برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) و [اینجا](#) را کلیک نمایید.

منبع: رویترز و لویدز، جولای ۲۰۱۸

### نکته:

از منظر رویترز، اقتصاد ایران به شدت به صنعت نفت وابسته است و واشنگتن می‌خواهد تا با تحریم‌ها، نیاز به بیمه دریایی برای پوشش تجارت‌های دریایی ایران در بخش صادرات و واردات را فلج کند. تلاش‌ها برای بهبود زیرساخت نفتی ایران نیازمند به بیمه و سرمایه سرمایه‌گذاران است. بسیاری از بیمه‌گران اروپایی تمایل خود را به تداوم همکاری بیمه‌ای با ایران اظهار کرده اند اما آن را در قبال تحریم‌ها به نتایج ارزیابی از محاسبات اقتصادی و شرایط آتیدر موازنه‌های سیاسی پیوند زده اند در پاسخ به تصمیم ایالات متحده در عقب‌نشینی از معاهده بین‌المللی هسته‌ای، بیمه‌گر آلمانی، آلیانز<sup>۳</sup> در ماه می اعلام کرد که طرحی برای کاهش حجم معاملات معدود خود با ایران را دارد و بیمه‌گر اتکائی فرانسوی، اسکور<sup>۴</sup> نیز اعلام نمود که کسب و کار جدید با ایران نخواهد داشت و تمدیدی صورت نخواهد پذیرفت.

دیگر بیمه‌گران و بخش اتکائی اروپا که با ایران تعاملات تجاری داشته‌اند عبارتند از: آگرای<sup>۵</sup> فرانسه، مونیخ‌ری<sup>۶</sup> و سوئیس‌ری<sup>۷</sup> آلمان و شرکت‌های تابع شرکت‌های آمریکایی گالگر<sup>۸</sup> و پارتنری<sup>۹</sup>. آگزا اعلام کرده است که بیمه دریایی و کشتی برای ایران توسط طرف‌های غیرایرانی و پس از توافق

1. Sanctions risk
2. International Underwriting Association
3. Allianz
4. SCOR
5. AXA
6. Munich Re
7. Swiss Re
8. Gallagher
9. Partner Re



هسته‌ای ۲۰۱۵ صادر نموده است اما قراردادهای جدید بیمه دریایی را به تعلیق درآورده است. در پاسخ به رویترز، سوئیس‌ری، گالاگر و پارتنری اظهار داشتند که در حال ارزیابی وضعیت تحریم‌ها هستند و مونیخ‌ری از پاسخ دادن ممانعت نمود.

اندرو باردوت<sup>۱</sup>، مدیر اجرایی کلوپ بین‌المللی P&I<sup>۲</sup> نیز در اظهارنظر خود اعلام نمود: تحریم‌های جدید علیه عاملین بندرهای ایران نیز سبب خواهد شد تا «عملاً پهلوگیری و استفاده از بنادر ایران، غیرممکن شود».

این گروه بین‌المللی، یک انجمن بیمه‌گران کشتی تحت مالکیت مشتری است که ۹۰ درصد ناوگان دریایی جهان را نسبت به خسارت‌های آلودگی و آسیب‌های شخصی پوشش می‌دهد. شرکت‌های اروپایی طبقه‌بندی کشتی، LR، بورو وریتاس<sup>۳</sup> و DNV GL نیز گفتند که در حال ارزیابی اثرات تحریم‌ها هستند.

بر اساس گزارشی، قائم مقام بیمه مرکزی در پی انتشار اخبار برخی رسانه‌ها در خصوص علل عدم پویایی بیمه مرکزی و صنعت بیمه در مقابل اجرایی شدن برجام در مقایسه با شبکه بانکی به انتشار مطلب زیر در شبکه‌های اجتماعی مبادرت ورزید که در ذیل به آن اشاره شده است: مهمترین تأثیر عینی تحریم‌ها بر صنعت بیمه کشور را در دو نمودار زیر می‌توان به روشنی مشاهده کرد. کاهش شدید واگذاری ریسک‌های عمده و بزرگ به خارج، از نزدیک ۱۹ درصد به کمتر از یک درصد و کاهش مجموع تعهدات آن از حدود ۳۰ میلیارد دلار به حدود ۳ میلیارد دلار.

پیامد دیگر تحریم‌ها محدودیت شدید در نقل و انتقال ارز به منظور پرداخت حق بیمه به بیمه‌گران طرف قرارداد خارجی، دریافت خسارت بابت پوشش‌های بیمه‌ای اخذ شده از بیمه‌های خارجی و پرداخت و دریافت مطالبات متقابل بیمه‌های داخلی و خارجی بود. قطع ارتباط آموزشی و فنی میان بیمه‌های ایرانی و موسسات و نهادهای بیمه‌ای بین‌المللی از دیگر تبعات منفی تحریم برای صنعت بیمه کشور در این دوران بود.

---

1. Andrew Bardot  
2. International Group of P&I Clubs  
3. Bureau Veritas

صنعت بیمه کشور برای مقابله با محدودیتهای ناشی از تحریم با اتخاذ تدابیری توانست تا حد زیادی پیامدهای منفی آنرا مدیریت کند و از اینکه اقتصاد کشور بخصوص در بخش تجارت خارجی بدون پوشش بیمه ای مانده و دچار بی ثباتی و اختلال شود ممانعت به عمل آورد. (۱) ایجاد P&I ها، (۲) ساز و کار حساب ویژه اتکائی تحریم، (۳) ظرفیت مشترک بازار، (۴) اختصاص منبع یک میلیارد دلاری برای تقویت توانگری مالی صنعت بیمه کشور برای پوشش ریسکهای تحریم شده و (۵) تقویت ارتباط بیمه ای با کشورهای در حال توسعه از عمده ترین تدابیر بکار رفته در این زمینه محسوب می شود.

با اجرایی شدن برجام بطور طبیعی همه محدودیت ها مذکور برداشته شده و امکان واگذاری ریسک ها به خارج، امکان انجام تبادلات مالی میان بیمه های ایرانی و خارجی (به منظور پرداخت حق بیمه ها، دریافت خسارتها و تسویه حسابها و ...) و همچنین امکان همکاری های آموزشی و فنی و انتقال تکنولوژی فراهم خواهد شد.

پس از اجرایی شدن برجام و برداشتن تحریم ها، یکی از گزینه های متصور برای صنعت بیمه بازگشت به شرایط قبل از تحریم و واگذاری بخشی از بازار بیمه کشور به بیمه های خارجی بصورت واردات خدمات بیمه ای است. این گزینه طبعاً مطلوب بیمه های خارجی است. گزینه دیگر، استفاده حداکثری از ظرفیتهای ایجاد شده در دوران تحریم و تبدیل جریان یک طرفه مبادلات بیمه ای میان ایران و دنیای پیشرو در بیمه به جریان دو طرفه و برد - برد است.

در این گزینه که مطلوب صنعت بیمه کشور است بحث اخذ رتبه بندی برای بیمه های ایرانی با هدف امکان پذیر نمودن صادرات خدمات بیمه ای، عضویت در مجامع بین المللی از جمله IAIS، پیگیری استفاده از خدمات مشاوره ای بانک جهانی و صندوق بین المللی پول، مبادله دانش فنی با بازار و تسهیل سرمایه گذاری خارجی در صنعت بیمه کشور بصورت مشترک با سرمایه گذاران داخلی با هدف ایجاد مؤسسات بیمه در مقیاس های منطقه ای پیگیری می شود.

در دوره پس از رفع تحریم ها، تدریجاً شاهد کاهش فضای نااطمینانی و ریسک فعالیت اقتصادی در کشور خواهیم بود که این امر زمینه توسعه سرمایه گذاری داخلی و خارجی را در اقتصاد کشور فراهم خواهد ساخت و به خروج تدریجی بخش های مختلف اقتصادی از جمله بخش خودورسازی از رکود

کمک خواهد کرد. خروج اقتصاد کشور از رکود فعلی اثر مستقیم و بسیار تعیین کننده ای بر رشد و توسعه صنعت بیمه بجای خواهد گذاشت.

در بررسی ابعاد حقوقی و تجاری دور جدید تحریم‌های یکجانبه آمریکا علیه ایران که با حضور شماری از کارشناسان سفارتخانه‌های خارجی مقیم تهران و توسط مرکز مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در روز ۲۶ تیرماه برگزار شد، اثرات تحریم‌های آمریکا بر محورهایی چون توزیع درآمد، قراردادهای تأمین مالی بین‌المللی، صنعت انرژی ایران، صنعت بانک و بیمه، صنایع، حمل و نقل و همچنین نرخ تورم بررسی شد. در هر یک از این محورها، کارشناسان ارشد یا مدیران گروه‌های پژوهشی مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی با برشمردن مکانیسم تحریم‌های آمریکا به بیان راهکارهای عملی و اجرایی برای مقابله با آن پرداختند.

به گفته آنان، مقابله با تحریم‌های آمریکا از راه‌های قانونی کاملاً امکان‌پذیر است، اما چالش اینجاست که حلقه‌های تصمیم‌گیری کلان و همچنین بخش خصوصی به ظرفیت‌های حقوقی قانونی موجود در اتحادیه اروپا چندان مسلط نیستند. لذا در بسیاری موارد با وجود تصویب قوانین، این ظرفیت‌ها مورد اشاره و استفاده قرار نمی‌گیرند، در حالی که گاه می‌توان با به‌روز کردن برخی قوانین قبلی اتحادیه اروپا، سد محکمی را در برابر تحریم‌های آمریکا ایجاد کرد.

دکتر غلام‌نبی فیضی چکاب، عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی به یکی از این ظرفیت‌های قانونی مغفول مانده در اتحادیه اروپا برای مقابله با تحریم‌های آمریکا اشاره کرد: در سال ۱۹۹۶ و پس از اعمال دور قبلی تحریم‌های آمریکا علیه لیبی و سوریه، اتحادیه اروپا برآشفتم. اروپایی‌ها به این اعتراض داشتند که چرا کشوری چون آمریکا به خود اجازه می‌دهد قوانینی وضع کند که در خارج از خاک خودش در اروپا هم قابلیت اعمال داشته و منافع شرکت‌های اروپایی را به خطر اندازد. لذا در یک اقدام قوی، با تصویب قانونی، مقابله به مثل کردند.

این قانون چنان ساختار قوی دارد که اگر ایران می‌خواهد از اروپایی‌ها برای حمایت در برابر آمریکا در دور جدید تحریم‌ها تضمین بخواهد، می‌تواند عزم سیاسی برای تمديد و به روز کردن همان قانون را مطالبه کند. این قانون می‌گوید آمریکا اصلاً حق ندارد قانونی وضع کند که اروپاییان مجبور به تبعیت از

آن باشند. لذا اگر شرکتهای اروپایی از این قوانین متضرر شدند، اتحادیه اروپا امکان طرح دعوی حقوقی در محاکم اروپایی را علیه آمریکا ممکن می‌سازد. همچنین علاوه بر تضمین خود، اتحادیه اروپا مقرر می‌سازد در صورت محکومیت طرف آمریکایی می‌توان از اموال دولت آمریکا یا شرکتهای آمریکایی ضرررسان، برداشت کرد.

همچنین این قانون اجاره طرح دعوی در کشوری که شرکت اروپایی در آنجا ضرر دیده را علیه آمریکا ممکن می‌سازد و لذا تمديد و به روز رسانی آن می‌تواند کمک بزرگی به مقابله با تحریم‌های آمریکا علیه ایران باشد و در این راه فقط عزم سیاسی اروپا لازم است.

متخصص حقوق تجارت به دولتمردان و بخش خصوصی ایران پیشنهاد کرد تا دیر نشده قراردادهای تأمین مالی گذشته را مجدداً مورد مذاکره و اصلاح قرار دهند و اگر طرف مقابل حاضر به مذاکره نشد، روی این قراردادها حساب اساسی باز نکرده و به دنبال راه‌های جایگزین باشند تا غافلگیر نشوند.

دکتر مرجان فقیه‌نصیری، رئیس مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی هم استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی و تجارت الکترونیک را ابزاری مؤثر برای مقابله با تحریم‌ها دانست و بر تمرکز و توجه بر آن تأکید کرد:

تمام هدف تحریم‌ها این است که روابط تجاری ایران را سخت، پیچیده و پرهزینه کنند و ابزارهای فضای مجازی و تجارت الکترونیک به گونه‌ای است که سخت بودن و پرهزینه بودن تحریم‌ها برای ایران را خنثی می‌کند. به عنوان مثال ارزهای رمزپایه باعث کاهش هزینه مبادله می‌شوند، واسطه‌های مالی مانند سوئیفت و بانکها را حذف می‌کنند و امکان مسدود شدن هم ندارند، چون از سرور مرکزی استفاده نمی‌شود.

استفاده از ارزهای رمزپایه در جهان رو به گسترش است به گونه‌ای که معامله روزانه با بیت‌کوین به ۴۴ میلیارد دلار رسیده است. مقایسه این رقم با نیاز روزانه کشور به ارز برای واردات نشان می‌دهد ما یک درصد از این گردش را بیشتر لازم نداریم.

لذا برای مقابله با تحریم‌ها باید به دنبال نفوذ مویرگی در اقتصاد جهانی باشیم. چرا که تجارت الکترونیک و فضای مجازی امکاناتی چون معاملات تهاتری را در اختیار ما قرار می‌دهند.

جواد حق‌شناس کارشناس ارشد حقوق قراردادهای نفت و گاز نیز تاکید کرد: دور جدید تحریم‌ها، میزان مجاز معاملات شرکت‌های نفتی و انرژی با ایران از ۴۰ به ۲۰ میلیون دلار کاهش یافته و ضمناً آمریکا تحریم فروش بنزین به ایران را مدنظر دارد، یکی از بهترین راه‌های مقابله با این تحریم‌ها را تمرکز بر انعقاد موافقتنامه‌های تجارت آزاد و ۲ جانبه با کشورهای آسیایی و همسایگان ایران دانست.

دکتر احمد تشکینی مدیر گروه پژوهش‌های اقتصاد کلان و آینده‌پژوهی مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی هم با بررسی اثرات تورمی تحریم‌های آمریکا پیشنهاداتی چون تأمین ارز کالاهای اساسی با قیمت رسمی، ذخیره‌سازی بالاتر از حد استراتژیک، کنترل رشد نقدینگی، کاهش نرخ مالیاتی بخش تولید و تأمین سرمایه در گردش بنگاه‌های تولیدی را داد.

در این همایش ابعاد حقوقی و تجاری دور جدید تحریم‌های یکجانبه آمریکا علیه ایران، اثرات تحریم‌ها بر نرخ ارز و صنایع مختلف و صنعت حمل و نقل و بانک و بیمه هم بررسی شد.

### ۳. هر مدلی قابل اعتماد نیست: ارزیابی دقت مدل‌های ریسک در گزارش جدید

#### شرکت اتکائی

مدل‌های ریسک برای تخمین خسارت‌های ناشی از حادثه طوفان‌های معمولی، مطلوب هستند اما عملکرد آنها هنگامی که به حوادث بسیار شدید و غیرمعمول می‌رسیم، کاهش می‌یابد. این مطلب را شرکت JLT RE در تحلیل خود از دقت مدل‌های تخمین خسارت طوفان‌ها از سال ۲۰۰۴، عنوان نمود.

در گزارش این شرکت با عنوان «گزارش نظری - مدل‌های حوادث فاجعه‌بار: چشم‌درچشم با طوفان» دقت مدل‌های تخمین خسارت برای طوفان‌های عمده از سال ۲۰۰۴ تا کنون مورد بررسی قرار گرفته است و یک دیدگاه منحصر به فردی نسبت به ارزیابی روند مدل‌سازی تخمین خسارت در زمان واقعی<sup>۱</sup> شرکت‌ها به دست می‌دهد.

سه نتیجه‌گیری عمده مندرج در این گزارش عبارتند از: الف. عملکرد قوی‌تر مدل هنگامی که خسارت‌ها پیش‌بینی و شامل می‌شوند؛ هنگامی که حوادث پیامدهای پیش‌بینی نشده (اغلب مدل‌سازی نشده) دربر دارند، صحت مدل‌ها، تحت الشعاع قرار می‌گیرد؛ صحت مدل‌ها طی زمان بهبود می‌یابد، اما شرکت‌های

1. Real-time loss estimation process

مدل‌سازی می‌توانند با شفافیت بیشتری نسبت به فرضیات پایه، به بازار کمک کنند.

دیوید فلاندرو<sup>۱</sup>، رئیس تجزیه و تحلیل جهانی JLT Re اظهار می‌دارد: «این تصویر کلی برای ما تشریح می‌کند که چرا تخمین‌های خسارت صنعت که توسط شرکت‌های مدل‌سازی حوادث فاجعه‌بار ارائه می‌گردد، به یک بدبینی کلی در بازار بیمه و بخش اتکائی طی ۱۵ سال گذشته منجر شده است. در وهله اول، روندی عمده نسبت به تخمین نادرست خسارت‌های عمده (بدون لحاظ طوفان‌های ۲۰۱۷) وجود دارد و مستقیماً روشن نیست که تخمین‌های خسارت طی دوره حدوث طوفان‌ها دقیق‌تر یا همواره صحیح‌تر شوند.»

اما، با تفکیک تخمین‌های خسارت صنعت به دسته‌هایی از طوفان‌ها با ویژگی‌های مشابه، برخی دیدگاه‌های جالب درباره عملکرد مدل معلوم می‌گردد. بر اساس مطالعه JLT RE، سوابق مدل‌های شرکتی نشان می‌دهد که این مدل‌ها در حوادث مرتبط با باد (بدون لحاظ محل حادثه) که منجر به خسارت‌های متوسط شده‌اند، نسبتاً مطلوب عمل نموده‌اند. به عبارت دیگر، حوادث طوفان معمولی که ویژگی‌های حوادث طبیعی بزرگ را ندارند، معمولاً توسط مدل‌های شرکتی حوادث فاجعه‌بار، دقیق‌تر شناسایی شده‌اند. اما، این مدل‌ها در طوفان‌های فاجعه‌بار مطلوب عمل نکرده‌اند؛ زیرا خسارت‌ها نسبت به مکان‌های بادخیز بیشتر از آنچه مدل‌سازی برای آنها طراحی کرده‌اند، بوده است یا اساساً، به طور مطلوبی شناسایی نشده‌اند.

جاش دار<sup>۲</sup>، هواشناس در شرکت JLT Re معتقد است: «این، بر مشکلات ذاتی شرکت‌های مدل‌سازی در پیش‌بینی خسارت‌های طوفان‌های بزرگ و پیچیده که مکان‌های شهری بسیار پرجمعیت را درمی‌نوردند، تأکید دارد. این نوع حوادث اغلب پیامدهای پیش‌بینی نشده‌ای را با خود به همراه می‌آورد که سبب می‌شود تا خسارت‌ها افزایش یابد. نتایج طوفان‌های کاترینا<sup>۳</sup>، ایک<sup>۴</sup> و سند<sup>۵</sup> نشان می‌دهد که مدل‌های حوادث فاجعه‌بار تلاش داشته‌اند تا طیف دقیقی از خسارت را در این شرایط ارائه دهند.»

1. David Flandro
2. Josh Darr
3. Katrina
4. Ike
5. Sandy

دار در ادامه می‌افزاید: « در هر وضعیت، عناصر مدل‌سازی نشده خسارت، سهم عمده‌ای از کل هزینه را در بر می‌گیرد. در سال‌های اخیر، شرکت‌های فروشنده مدل، درس‌های مهمی طی این حوادث آموخته‌اند و آن، تنظیم مجدد مدل‌ها و انضمام خطراتی<sup>۱</sup> که پیش‌تر مدل‌سازی نشده‌اند، بوده است.»

در گزارش مذکور آمده است که طوفان‌های هاروی، ایرما و ماریا (HIM)<sup>۲</sup>، یک آزمون مهم برای آخرین مدل‌های تجاری طوفان‌ها بوده است. درحالی‌که دقت خسارت‌های مدل‌سازی شده منتشره برای HIM در سال ۲۰۱۷، مختلف بود، برخی نتایج به صورت جداگانه‌ای نشانه‌های مطلوبی درباره سطح پیچیدگی این طوفان‌ها را به دست می‌داد. داده‌های ارزشمند جمع‌آوری شده طی HIM، به‌همراه پیشرفت‌های فن‌آوری اطلاعات، سبب بهبود در دقت در آینده خواهد شد.

کیث لیونگ<sup>۳</sup>، رئیس مدل‌سازی حوادث فاجعه‌بار JLT Re، اضافه می‌کند: «سال ۲۰۱۷ اهمیت درک تفاوت بین تخمین‌ها را تقویت کرد. با تحلیل طیفی از مدل‌ها، دیدگاه‌های پس از طوفان، به ویژه زمانی که محرک‌های مهم دقیقاً معین می‌شوند و نیز در وضعیت‌هایی که اختلاف‌های عمده مشاهده می‌شوند، بسیار ارزشمند خواهد بود.»

لیونگ می‌افزاید: «شرکت‌های مدل‌سازی حوادث فاجعه‌بار می‌توانند از طریق ارائه محرک‌های کلیدی خسارت در هر تخمین و نیز ارائه شفافیت بیشتر نسبت به فرضیات مختلفی که به کار برده‌اند، به بازار کمک بیشتر کنند. در عین حال، بر شرکت‌کنندگان بازار واجب است تا با قوت بیشتری برخی از این تخمین‌های خسارت‌های شدید منتشر شده توسط شرکت‌های مدل‌سازی را بررسی و حتی به چالش بکشانند.»

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

منبع: اینتلجنت انشورر، جولای ۲۰۱۸

#### نکته:

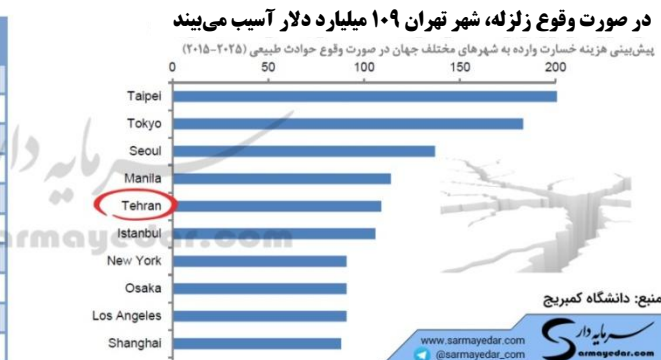
اکنون با توجه به آمار خسارت‌های اعلامی و تجربه حاصل شده از زلزله کرمانشاه و تنوع ریسک‌های

---

1. Peril  
2. Harvey, Irma, and Maria  
3. Keith Leung

رخ داده و زیانهای مالی و بدنی قابل مشاهده پس از این واقعه پرسشی که در ذهن هریک از کارشناسان مطالعات ریسک ایجاد میشود اینست که، آیا تاسیس صندوق بیمه حوادث طبیعی فقط با منابع مالی و ذخایر فنی گردآوری شده آن به تنهایی پاسخ گوی خسارتهای بسیار سنگین احتمالی خواهد بود؟

Rank	City Name	Country	(\$US Bn)
1	Taipei	Taiwan	202
2	Tokyo	Japan	183
3	Seoul	Republic of Korea	137
4	Manila	Philippines	114
5	Tehran	Iran	109
6	Istanbul	Turkey	106
7	New York	United States	91
8	Osaka	Japan	91
9	Los Angeles	United States	91
10	Shanghai	China	88



بر اساس مطالعات دانشگاه کمبریج انگلستان، بازارهای در حال توسعه و به خصوص بازارهای آسیایی، بیشترین خسارت را از حوادث طبیعی متحمل می شوند. همچنین شهرهای تایپه، توکیو، سئول، مانیل و تهران بیشترین خسارت را از زلزله متحمل می شوند. در این اینفوگرافی، فهرست ۱۰ شهر جهان که بیشترین خسارت مالی را از زلزله متحمل می شوند، آورده شده است. همان طور که مشاهده می شود، در صورت وقوع یک حادثه طبیعی نظیر زلزله، سیل، طوفان یا... در تهران، خسارتی بالغ بر ۱۰۹ میلیارد دلار بر این شهر وارد خواهد شد. علاوه بر این، بنا به نتایج این مطالعه، علاوه بر شهر تهران، شهرهای زیر نیز شهرهای پرخطر ایران هستند که در این لیست آمده اند:

- تهران، ۵مین شهر پرخطر جهان
- قم، ۲۵مین شهر پرخطر جهان
- اهواز، ۳۰مین شهر پرخطر جهان
- شیراز، ۳۴مین شهر پرخطر جهان
- کرج، ۳۶مین شهر پرخطر جهان
- کرمانشاه، ۳۷مین شهر پرخطر جهان
- تبریز، ۴۳مین شهر پرخطر جهان



این موضوع ضرورت وجود صندوق بیمه حوادث طبیعی و راه اندازی آن را مورد تاکید قرار می‌دهد زیرا از ۴۳ نوع بلایای طبیعی در جهان، ۳۳ نوع آن در ایران رخ می‌دهد بدین ترتیب ایران جزء ۱۰ کشور بلاخیز جهان محسوب می‌شود و به لحاظ خطرپذیری حوادث طبیعی در معرض خطراتی از قبیل زلزله، سیل، طوفان، رانش زمین و خسارت‌های ناشی از سنگینی برف قرار دارد. به همین خاطر سالانه به دلیل نبود ساز و کار بیمه‌ای برای مقابله با این خطرات، دولت مجبور است از طریق بودجه در قالب اعتبارات ماده ۱۰ قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت، بخشی از این خسارت‌ها را از طریق وزارت کشور و سازمان مدیریت بحران جبران کند.

ایجاد و راه‌اندازی سازوکارهای بیمه‌ای، ضمن سامان‌دهی و بهینه‌سازی اقدامات دولت در جبران خسارت‌های اینگونه حوادث می‌تواند در تأمین مالی و برنامه‌ریزی برای کاهش زیان‌های ناشی از آنها نقش بسیار موثری داشته باشد.

یادمان هست که در سال‌های گذشته یکی از مقامات بیمه مرکزی گفته بود: پیشنهاد اولیه بیمه اجباری همگانی حوادث طبیعی بیش از ۱۵ سال قبل به دولت ارائه شد اما همواره با توجه به اینکه تامین منابع مالی و نحوه مدیریت صندوق مورد سوال نمایندگان و مسئولان دولتی قرار می‌گرفت موضوع مسکوت می‌ماند و بعد از وقوع هر حادثه طبیعی در کشور مجدداً موضوع برای مدتی دغدغه همگانی و دوباره به فراموشی سپرده می‌شد. اما خوشبختانه این موضوع مهم در دولت یازدهم با جدیت دنبال شد و مراحل تصویب در مجلس را گذراند. با توجه به اینکه در حال حاضر اغلب موضوعات محل اختلاف بین مجلس محترم، دولت محترم و شورای محترم نگهبان به موارد مشخصی رسیده است، امید می‌رود ایرادات شورای نگهبان در مورد این لایحه در مجلس شورای اسلامی بر طرف شود.

کمیسیون اقتصاد مجلس شورای اسلامی با دعوت از بیمه مرکزی و مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی بررسی‌های اولیه را در این خصوص انجام داده و پیشنهادات لازم را برای رفع این ایرادات تهیه کرده‌اند که در جلسه‌هایی با حضور نماینده شورای محترم نگهبان، این ایرادات مورد بررسی قرار گرفته و اصلاحات لازم در حال انجام است و پیش‌بینی می‌شود تا قبل از پایان این دولت به تصویب نهایی برسد.

در عین حال، گویا کشورهای منطقه زوتر به این نتیجه رسیده‌اند. به گزارش سایت تخصصی صنعت بیمه به نقل از ایشا اینشورنس ریویو، شرکت "آئون بنفیلد" با ارائه مدلی جدید به بررسی تاثیرات و خسارات احتمالی مالی در صورت وقوع زمین لرزه در جهان عرب پرداخت است.

در این گزارش آمده است که تقاضا برای ارائه مدلی مربوط به بلایای طبیعی در کشورهای حوزه همکاری خلیج فارس افزایش یافته است که این امر تنها نتیجه رشد اقتصادی است که این منطقه در حال تجربه آن است.

در این مدل ارائه شده که بر زمین لرزه متمرکز شده است به نیاز بازار توجه شده است و بیمه گران عادی و اتکایی می توانند با مطالعه آن نگاه دقیق تری به پیامدهای چنین حوادثی داشته باشند و قیمت گذاری‌های هوشمندانه ای را در نظر بگیرند.

همچنین بیمه گران اتکایی منطقه با استفاده از این مدل می توانند محصولات خود را با دقت بیشتری انجام دهند. این مدل ارائه شده کشورهای مانند عربستان سعودی، یمن، عمان، امارات متحده عربی، قطر، بحرین و کویت را در بر می گیرد.

بر اساس مدل آئون بنفیلد، بیمه گران باید با بررسی دقیق تر خطرات احتمالی و بررسی شرایط موجود، محصولات بهتری را ارائه کنند چرا که وقوع زمین لرزه ای بزرگ تمامی زیرساخت ها، برج ها و بناهای تجاری را از بین می برد و خسارات احتمالی غیرقابل جبرانی را باقی می گذارد.

"کریستینا آرنگو" یکی از اعضای تیم تحقیق در این باره گفت که مدل ارائه شده از سوی ما برای دنیای عرب، بر اساس آخرین زمین لرزه ها و جمع آوری اطلاعات در منطقه تشکیل شده و درک درستی به بیمه گران عادی و اتکایی می دهد تا طبق این مدل بتوانند ریسک های را به خوبی شناسایی و تجارت خود را گسترش دهند.

او ادامه داد که احتمال وقوع زمین لرزه در منطقه بسیار زیاد است و کشورهای مانند عربستان همچنین در معرض وقوع سیل نیز هستند؛ همانگونه که در گذشته تجربه کرده اند. ما تمامی خطرات احتمالی آینده را در این مدل در نظر گرفته ایم.

"احمد راجب" مدیر اجرایی آئون بنفیلد در خاورمیانه نیز گفت: مدل جدید ارائه شده به بیمه گران عادی

و اتکایی کمک می‌کند تا تهدیدهای احتمالی را بشناسند و مطمئن شوند که در برابر تهدیدها به خوبی حمایت می‌شوند. از طرفی دیگر، در چنین شرایطی می‌توان از سهامداران و سرمایه‌ها به خوبی حفاظت کرد. این مدل همچنین فرصت‌های بیشماری را در اختیار آنان قرار می‌دهد و به آنان اجازه می‌دهد محصولات مناسب تری را به بازار معرفی کنند.

امید می‌رود با مدل‌سازی مدیریت ریسک و مدیریت جامع مالی و امدادی حوادث طبیعی، کشورمان الگوی سایر کشورها در پیشگیری و مقابله با زیانهای مالی و بدنی این گونه حوادث در سال‌های آتی باشد.

#### ۴. مستمری‌سازی، راهکاری برای افرادی که فراتر از سرمایه بازنشستگی زندگی می‌کنند

ریسک افرادی که بیش از پس‌انداز بازنشستگی<sup>۱</sup> زندگی می‌کنند، تهدیدی برای استاندارد زندگی آنان محسوب می‌شود و این بدان معنا است که آنان ممکن است دچار فقر شوند؛ اما مستمری‌سازی<sup>۲</sup> دارایی‌های مستمری بازنشستگی شغلی<sup>۳</sup> راه‌کار بیمه‌ای برای این مسئله اجتماعی است. این مطلب را انجمن ژنو در گزارش جدید خود با عنوان «مستمری‌سازی: درآمد بازنشستگی که یک عمر باقی می‌ماند» بیان کرد و افزود: امید به زندگی<sup>۴</sup>، نرخ پایین زاد و ولد و نرخ پایین بهره، فشار عمده‌ای بر طرح‌های دولتی بازنشستگی موسوم به پایه اول<sup>۵</sup> آورده است و سبب کاهش مزایا برای افرادی که وارد بازنشستگی می‌شوند، شده است. این افراد معمولاً به طور فزاینده‌ای با تصمیم‌های پیچیده‌ای برای طرح‌های مستمری بازنشستگی شغلی خود موسوم به پایه دوم<sup>۶</sup> روبرو هستند.

به اعتقاد دبیر کل انجمن ژنو پس‌انداز زودهنگام و با نرخ بالاتر و مشارکت فزاینده در طول زمان به داشتن مستمری بازنشستگی پایه دوم با هدف تأمین مالی بازنشستگی کمک می‌نماید. فروش مستمری

- 
1. Retirement
  2. Annuitization
  3. Occupational pension
  4. Life expectancy
  5. Pillar I
  6. Pillar II

تمام عمر<sup>۱</sup> با تمام یا بخشی از پایه دوم فرد بازنشسته می‌تواند کمک کند تا فرد فراتر از وجوه بازنشستگی خود زندگی نکند.

این گزارش نگاهی نیز به برنامه‌های پایه دوم در ایالات متحده، انگلستان و سوئیس می‌اندازد. نظام ایالات متحده، برپایه انتقال ریسک بازنشستگی از کارفرما به کارکنان استوار است. این درحالی است که انگلستان آزادی بیشتری برای افراد بازنشسته قائل است و در این نظام، فشار بیشتری بر دولت وارد می‌آید. نظام سوئیس، ویژگی‌هایی دارد که سبب می‌شود تا کارمند متوسط سوئیس بیشتر از هم‌تایان خود در ایالات متحده یا انگلستان، پس‌انداز داشته باشد.

این گزارش پیشنهاد می‌دهد که گزینه‌های مفروض در برنامه‌های پایه دوم باید بر مبنای سه اصل باشد: ثبت‌نامه خودکار کارمندان در یک طرح مستمری بازنشستگی شغلی، افزایش خودکار وجوه مشارکت بر اساس سن و طول مدت استخدام و سطحی از مستمری‌سازی اجباری.

رونالد کلین<sup>۲</sup>، مدیر جهانی سالخورده‌گی در انجمن ژنو اظهار می‌دارد: «ایجاد یک سیستم مستمری بازنشستگی شغلی که متناسب با هدف هر کشور باشد، بسیار دشوار است. اما، برای تمامی طرف‌ها مفید است که بدانند حداقل بخشی از پس‌اندازهای پایه دوم، مستمری‌سازی شوند تا اینکه افراد بازنشسته بتوانند بیش از خط فقر زندگی کنند.»

انجمن ژنو که در سال ۱۹۷۳ با عنوان انجمن بین‌المللی برای مطالعه بیمه و اقتصاد در زوریخ سوئیس تأسیس شده، یک سازمان غیرانتفاعی با حداکثر ۹۰ عضو از مدیران شرکت‌های بزرگ بیمه و بیمه اتکائی جهان اداره می‌شود. این انجمن، بسترهای گفتگو برای مدیران ارشد صنعت بیمه و متخصصین و نیز سیاست‌مداران، ناظران و سازمان‌های چندجانبه ایجاد نموده و پژوهش‌های مختلفی نیز منتشر می‌نماید. برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) را کلیک نمایید.

منبع: انجمن ژنو، جولای ۲۰۱۸

#### نکته:

در ایران، قاعده کلی در پرداخت مستمری بازنشستگی رعایت ماده ۱۱۱ قانون تامین اجتماعی است. به

1. Lifetime annuity  
2. Ronald Klein

موجب این ماده مستمری‌های پرداختی نباید از حداقل حقوق مصوب شورای عالی کار در سال مربوطه کمتر باشد. ولی در چند مورد این قاعده اجرا نمی‌شود.

البته موارد استثنائی باید به طور موردی و مصداقی در قانون تعیین و تصریح شود. در موارد بازنشستگی فوق‌الذکر از بند اول تا بند ۷ این قانون، قاعده یاد شده جاری است ولی برای بندهای ۸ و ۹ مبنای محاسبه مستمری و پرداخت آن، میزان سنوات پرداخت حق بیمه یا اصطلاحاً مستمری استحقاقی است. در این صورت ماده ۱۱۱ اجرا نمی‌شود و در صورتی که حقوق استحقاقی از حداقل حقوق کمتر باشد تا حداقل ارتقاء نخواهد یافت.

در تمامی موارد ذکر شده فقط بیمه‌شده می‌تواند به سازمان تامین اجتماعی درخواست بازنشستگی دهد و کارفرما نمی‌تواند بازنشستگی کارگر خود را تقاضا کند. صرفاً در یک مورد کارفرما می‌تواند خواستار بازنشستگی کارگر خود شود و آن هم در موردی است که سن کارگر بیمه‌شده حداقل ۵ سال از زمان قانونی بازنشستگی گذشته باشد که این موضوع برای بانوان ۶۰ سالگی است. یعنی کارفرما می‌تواند از سازمان بخواهد که کارگر زن خود را که به ۶۰ سالگی رسیده بازنشسته کند.

سن بازنشستگی، بر اساس بند ۱ ماده ۷۶ قانون تامین اجتماعی، ۶۰ سال سن برای مردان و ۵۵ سال سن برای زنان است که در این حالت فرد بیمه شده با داشتن حداقل ۲۰ سال سابقه پرداخت حق بیمه می‌تواند بازنشسته شود. در صورتی که مستمری استحقاقی فرد بر اساس این بند کمتر از حداقل حقوق سال مربوطه باشد تا حداقل حقوق ارتقاء خواهد یافت. همچنین باید گفت که شرایط بازنشستگی برای کلیه بیمه شدگان اعم از بیمه شدگان اجباری، اختیاری و حرف و مشاغل آزاد یکسان است.

شرایط بازنشستگی در کارهای سخت و زیان آور

طبق قانون بازنشستگی در مشاغل سخت و زیان آور، افرادی که حداقل ۲۰ سال متوالی و ۲۵ سال متناوب در کارهای سخت و زیان آور (محل سلامتی) اشتغال داشته‌اند و در هر مورد حق بیمه مذکور را به سازمان پرداخته باشند، بدون شرط سنی می‌توانند تقاضای بازنشستگی کنند.

همچنین چنانچه کمیسیون‌های پزشکی موضوع ماده ۹۱ قانون تامین اجتماعی قبل از رسیدن بیمه شده شاغل در کارهای سخت و زیان آور به سابقه مقرر (۲۰ سال متوالی و ۲۵ سال متناوب برای کارهای

سخت و زیان آور) فرسایش جسمی و روحی وی را ناشی از اشتغال به کارهای سخت و زیان آور تشخیص دهند، فرد بیمه شده می تواند درخواست بازنشستگی کند. بر این اساس هر سال سابقه پرداخت حق بیمه در کارهای سخت و زیان آور ۱.۵ سال محاسبه خواهد شد.

اما پرسش اینجاست که اگر افراد بیش از سن بازنشستگی و وجوه بازنشستگی خود زندگی کنند، چه باید کرد؟ آیا راهکار مستمری سازی که انجمن ژنو ارائه می دهد، مناسب خواهد بود؟

## ۵. مروری بر حقوق مصرف کنندگان تحت مقررات عمومی حفظ داده‌های اروپا

کنفدراسیون بیمه اروپا<sup>۱</sup>، یک بررسی اجمالی از حقوق اصلی مصرف کنندگان تحت مقررات عمومی حفظ داده‌های اروپا موسوم به GDPR<sup>۲</sup> که از ۲۵ می ۲۰۱۸ به اجرا درآمده است، را منتشر نمود. این مقررات به مصرف کنندگان اجازه کنترل بیشتری نسبت به داده‌های شان از طریق تقویت حقوق فعلی آنان و ارائه حقوق جدید می دهد.

در این بررسی اجمالی خطاب به بیمه گذاران آمده است:

بیمه گر شما باید داده‌هایتان را برای دلایل مختلفی از جمله محاسبه حق بیمه، ارائه محصولات سفارشی شده بر اساس نیازهای شما و پرداخت خسارت‌ها استفاده نماید. مقررات جدید حفظ داده‌های اتحادیه اروپا - GDPR - الزامات جدیدی برای شرکت‌هایی که داده‌های شخصی شما را پردازش می کنند، را ایجاد می نماید و شما را با حقوق تان آشنا می سازد:

### حق مطلع بودن:

پیش از پردازش داده‌های شخصی، بیمه گر شما باید شما را با چند اطلاعات مختلف مانند این که چه کسی داده‌های شخصی شما را پردازش می کند و هدف از این پردازش چیست، آگاه سازد.

### حق دسترسی:

شما حق دانستن این که آیا داده‌های شخصی شما پردازش شده‌اند یا خیر را دارید و می توانید نسخه‌ای از پردازش داده‌های تان دریافت نمایید. همچنین، شما می توانید از هدف پردازش سؤال کنید و این که آیا داده‌های شما به کشورهای بیرون از اتحادیه اروپایی ارسال می شود، آگاه گردید.

1 Insurance Europe

2 General Data Protection Regulation

### - حق تصحیح داده‌ها:

شما می‌توانید از بیمه‌گر خود بخواهید تا داده‌های شما را اگر نادرست هستند، تصحیح کنند.

### - حق فراموشی:

شما می‌توانید از بیمه‌گر خود بخواهید تا داده‌های شما را در برخی وضعیت‌های خاص پاک کنند مانند این که بر اساس اهدافی که جمع‌آوری شده‌اند، دیگر نیازی به آنها نیست. اما، این حق، قطعی نیست. برای مثال، بیمه‌گر شما ممکن است بخواهد داده‌های شما را بر اساس تطبیق با یک حق قانونی حفظ کند.

### - حق حمل داده‌ها:

در برخی شرایط خاص، به عنوان نمونه، هنگامی که بیمه‌گر شما داده‌های تان را بر اساس موافقت شما به عنوان بخشی از قرارداد بیمه محسوب کرده است، شما می‌توانید از بیمه‌گر خود بخواهید تا داده‌ها را به شما ارائه دهد یا به شرکت دیگری از طریق فرمت‌های عمومی و قابل خوانا توسط دستگاه‌های معمول انتقال دهد.

### - حق اعتراض:

شما نسبت به داده‌های شخصی خود که توسط بیمه‌گرتان پردازش می‌شود، حق اعتراض دارید. اما این حق مطلق نیست. برای مثال، بیمه‌گر شما این حق را دارد تا به پردازش داده‌های شما ادامه دهد و تا زمانی که حق قانونی شرکت بیش از حق شما برای اعتراض باشد.

اگر داده‌های درحالی پردازش شما برای اهداف بازاریابی مستقیم استفاده شود، شما حق دارید در هر زمان از پردازش، اعتراض خود را اعلام کنید.

### - حق پرسش نسبت به دخالت انسان:

اگر بیمه‌گر شما تصمیمی بگیرد که بر شما اثر بگذارد و این تصمیم کاملاً بر اساس پردازش خودکار صورت گرفته باشد (از طریق یک الگوریتم<sup>۱</sup>)، شما حق اظهارنظر داشته و می‌توانید نسبت به آن تصمیم اعتراض کنید و درخواست دخالت انسانی را داشته باشید.

برای مثال، اگر بیمه‌گر شما حق بیمه مندرج در بیمه‌نامه تان را کاملاً بر اساس ابزار خودکار محاسبه کرده

---

1 Algorithm

باشد و شما نسبت به نتیجه آن راضی نباشید، می‌توانید نسبت به دخالت انسانی برای مرور این تصمیم، درخواست نمایید.

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

**منبع:** کنفدراسیون بیمه اروپا، جولای ۲۰۱۸

#### نکته:

پیش‌نویس لایحه حمایت از داده‌ها و حریم خصوصی در فضای مجازی در تاریخ ۱۰ دی‌ماه ۱۳۹۶ در ایران منتشر شد. در بخشی از این پیش‌نویس آمده است: رشد و توسعه ارتباطات و فناوری اطلاعات، زندگی فردی و اجتماعی افراد را به گونه‌ای متحول کرده است که فضای مجازی نه به‌عنوان یک امکان و ابزار جنبی بلکه در پاره‌ای از مصادیق به عنوان محیط واقعی زندگی بشری نقش ایفا می‌کند.

فعالیت هر فرد در فضای مجازی منجر به تولید، پردازش و ذخیره سازی اطلاعاتی می‌شود که بی‌ارتباط با حقوق فرد در حریم خصوصی، مالکیت معنوی، حقوق مادی نیست. از دیگر سو یکی از دغدغه‌های اصلی انسان در زندگی اجتماعی حفظ حریم خصوصی از هرگونه تعرض است. بنابراین حفظ حریم خصوصی و حمایت و حفاظت از داده‌ها و اطلاعات شخصی در فضای مجازی دغدغه‌ای است که باید برای رعایت آن و احقاق این حق راه‌حل شفافی ارائه نمود و در نظام مسئولیت حقوق کشور اصول و قواعد پاسخگویی برای صیانت از این حق مهم پیش‌بینی کرد.

بر این اساس علیرغم حمایت‌های ویژه قانون اساسی از حق صیانت از حریم خصوصی به‌واسطه خلأ حقوقی و قانونی که در این حوزه وجود داشت، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات مبادرت به تدوین پیش‌نویس لایحه حریم خصوصی کرده است.

این سند بر اساس اصول قانون اساسی، سیاست‌های کلی نظام، سند منشور حقوقی شهروندی رئیس‌جمهور، مطالعات تطبیقی، بررسی خلأهای قانونی و رعایت اصول حمایت و حفاظت از داده‌ها و اطلاعات شخصی که شامل ۸ اصل ذیل است تهیه شده است که شامل اصل محدودیت در جمع‌آوری اطلاعات، اصل کیفیت جمع‌آوری و استفاده از داده‌ها و اطلاعات، اصل مشخص بودن هدف از جمع‌آوری و استفاده از داده‌ها و اطلاعات، اصل محدودیت در استفاده و عدم افشاء (مگر به حکم قانون



یا رضایت فرد)، اصل تضمین‌های حفاظت از داده‌ها و اطلاعات، اصل شفافیت اقدامات ابزارها و ماهیت داده‌های هدف، اصل لزوم جلب مشارکت فردی و اصل پاسخگویی در قبال اجرای سایر اصول است. لذا با عنایت به اهمیت این موضوع که در کنار توسعه روز افزون شبکه ملی اطلاعات و کاربرد خدمات الکترونیکی دغدغه‌های کاربران نسبت به حفاظت از داده‌ها و اطلاعات شخصی در فضای مجازی بیشتر می‌شود؛ لازم است این پیش‌نویس پس از فرآیند نهایی شدن، در دستور کار دولت برای طی مراحل قانونی ارائه این لایحه به مجلس شورای اسلامی قرار گیرد.

انتشار این پیش‌نویس با هدف کسب نظر از کارشناسان انجام شد. در خبرها آمده بود که نسخه نهایی پیش‌نویس پس از اعمال نظرات منتشر خواهد شد. اما این امر هنوز محقق نشده است و پرسش مهم اینجاست که با الکترونیکی شدن صنعت بیمه و دیجیتال‌سازی گسترده، آیا این لایحه برای صنعت بیمه کارا خواهد بود یا خیر؟ آیا صنعت بیمه نیاز به قوانین دیجیتالی خاص نظام بیمه‌ای خود است؟

## ۶. گزارش‌ها حاکی از بازتعریف مدیریت خسارت بیمه پس از دیجیتال‌سازی

فن‌آوری و دیجیتال‌سازی<sup>۱</sup>، روند مدیریت خسارت‌های بیمه را بازتعریف می‌کند. این مطلبی است که PwC در گزارش اخیر خود عنوان کرد و افزود: اگر شرکت‌ها در پی بهره‌برداری از مزایای آن بوده و می‌خواهند عقب نمانند، باید مطلوب‌تر از این فن‌آوری‌ها بهره‌برداری نمایند.

این گزارش به بیمه‌گران و بخش اتکائی هشدار می‌دهد تا بر فرصت‌های دیجیتال‌سازی تمرکز کنند که در نهایت، مداخله انسانی را از بیشتر روند تسویه خسارت حذف و به جای آن بر هوش مصنوعی (AI)<sup>۲</sup> کاملاً خودکارسازی شده تکیه می‌نماید.

PwC معتقد است که شمول فن‌آوری می‌تواند به مدیریت بهبودیافته خسارت‌ها، حذف عملکردهای دارای ارزش کم و تجزیه و تحلیل پیشرفته که به طور مستمر محصولات و خدمات را بهبود می‌بخشد، منجر شود.

اما، تحول موفق نیز بیمه‌گران و بخش اتکائی را ملزم خواهد نمود تا کارکنانی که با ورود فن‌آوری

---

1. Digitalization  
2. Artificial Intelligent

تهدید می‌شوند، را آموزش مجدد دهند و از استعداد‌های جدید از حوزه‌های مختلف بهره‌مند شوند. با آسان‌سازی روند پردازش خسارت توسط فن‌آوری اطلاعات، PwC انتظار دارد تا بیمه‌گران و بخش اتکائی به طور فزاینده‌ای بر کمک به مشتریان نسبت به پیشگیری از وقوع خسارت تمرکز نمایند که در نهایت به کاهش خسارت‌ها انجامیده و خدمات و محصولات جدیدی نیز توسعه بخشد.

این تغییر در تمرکز، سبب می‌شود تا شرکت‌ها کارکنانی را در نظر بگیرند که دارای مهارت‌ها و تخصص‌های نرم مشتری-محور<sup>۱</sup> در تحلیل داده‌ها هستند که می‌توانند محصولات سفارشی و شخصی‌سازی شده برای مشتریان ارائه دهند.

جیم بیچارد<sup>۲</sup>، مدیر بیمه انگلستان در PwC اظهار می‌دارد: «صنعت بیمه نسبت به این واقعیت که فن‌آوری هر آنچه را که انجام می‌دهد را دچار اختلال می‌نماید، کاملاً آگاه است و در برخی موارد، این تغییر به طور مطلوبی در حال اجرا است. این اثر توسط شرکت‌های مختلف، متفاوت حس می‌شود - رشته‌های اشخاص کاملاً متفاوت از بیمه‌گران، بخش اتکائی و کارگزاران تجاری عکس‌العمل نشان می‌دهند - اما تمامی بخش‌ها نیاز به اقدام فوری دارند.»

وی می‌افزاید: «هر شرکت نمی‌تواند نسبت به از دست رفتن شغل‌ها ناشی از خودکارسازی، خود را حفظ کند اما این فقط شغل‌ها نیستند - بلکه مردم هستند. بیمه‌گران باید با سرمایه‌گذاری در آموزش مجدد و حمایت از کارکنان فعلی خود نسبت به متناسب شدن آنها با محیط کاری آتی، از رقابت باز نمانند.» همچنین، گزارش PwC، عنوان می‌کند که متخصصین خسارت در آینده در تمامی سطوح سازمانی، ملزم به داشتن طیف وسیع‌تری از مهارت‌ها از جمله تجربه در بیرون صنعت بیمه مانند ارتباط با مشتری یا آموزش در زمینه تجزیه و تحلیل داده‌ها، هستند.

میشل کوک<sup>۳</sup>، مدیر مشاوره در PwC، اظهار می‌دارد: «این که اتخاذ فن‌آوری بر گروه خسارت اثر می‌گذارد، غیرقابل اجتناب است، هم در تعداد آنها و هم در نقش آنان در کسب و کار بیمه. اما این بدان معنا نیست که روزهای دخالت انسانی در بخش خسارت به پایان رسیده است - همواره، نقشی برای

---

1. Customer centric soft skill  
2. Jim Bichard  
3. Michael Cook

تخصص و قضاوت انسانی وجود خواهد داشت.»

وی می‌افزاید: «نقش آتی حرفه خسارت تا حد زیادی بر اساس نوع خسارت تعیین خواهد شد - تسویه‌های خسارت‌های ساده‌تر از طریق فن‌آوری صورت خواهد پذیرفت که در نهایت به متخصصین، زمان بیشتری برای کار بر خسارت‌های پیچیده‌تر خواهد داد. نقش‌های جدید نیز خلق خواهند شد مانند دربان مشتریان<sup>۱</sup>، و محصولات جدیدی نیز توسعه خواهند یافت مانند بیمه‌های پارامتریک<sup>۲</sup> برای تغییرات آب و هوایی و ارائه خدمات پیشگیری آسیب‌ها.»

این شرکت در انتهای گزارش خود توصیه می‌کند که با نگاهی به آینده، مدیران بیمه و بخش اتکائی باید دیجیتال‌سازی را به عنوان تصمیم راهبردی مهم تلقی کنند و گام‌هایی برای توسعه آموزش و سازگاری در نیروی کار خود بردارند و نیز استعدادهای جدیدی از دیگر صنایع جذب کنند. برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) را کلیک نمایید.

منبع: ری‌انشورنس، جولای ۲۰۱۸

#### نکته:

امروزه این نگرانی مطرح می‌شود که با توجه به رشد اتوماسیون آیا مشاغل کافی برای نیروی کار آینده وجود خواهد داشت یا نه؟

تاریخ ثابت کرده که چنین نگرانی‌هایی بی‌اساس است: بازارهای کار در طول زمان خودشان را با تغییرات ناشی از ویرانگری‌هایی که تکنولوژی ایجاد می‌کند، تطبیق می‌دهند؛ حتی اگر دستمزدها برای مدتی تحت تاثیر قرار بگیرد و کاهش یابد. اگر تاریخ راهنمای ما باشد، می‌توانیم انتظار داشته باشیم که ۸ تا ۹ درصد تقاضای نیروی کار در سال ۲۰۳۰ مشاغلی به شکل جدید خواهند بود که پیش از آن وجود نداشته‌اند. تحلیل‌های مختلف ما را به این نتیجه‌گیری می‌رسانند که با کمک رشد اقتصادی، نوآوری و سرمایه‌گذاری کافی، آنقدر شغل جدید ایجاد می‌شود که اثر اتوماسیون جبران شود. چالش بزرگ‌تری که وجود دارد این است که مطمئن شویم کارکنان از مهارت‌ها و حمایت مورد نیاز برای تغییر به سوی مشاغل جدید، برخوردارند. کشورهایی که نمی‌توانند این تحول را مدیریت کنند، شاهد افزایش بیکاری

---

1. Customer concierge  
2. Parametric insurances

و کاهش شدید دستمزدها خواهند بود.

وسعت ایجاد مشاغل جدید در آینده با توجه به اثر اتوماسیون، بر اساس چهار فاکتور مهم در هر کشوری کاملاً متفاوت است. این چهار فاکتور عبارتند از:

- سطح دستمزد: کشورهای که سطح دستمزد بالاتری دارند، بیشتر تحت تاثیر اتوماسیون در کسب و کار قرار می‌گیرند. اما به هر حال، اگر شرکت‌ها از اتوماسیون برای افزایش کیفیت، کنترل بیشتر تولید، نزدیک‌تر کردن تولید به مصرف‌کننده نهایی در کشورهای با دستمزد بالا یا مزایای دیگری فراتر از کاهش هزینه‌های نیروی کار استفاده کنند، کشورهایی که سطح دستمزد پایینی هم دارند، تحت تاثیر قرار خواهند گرفت.

- رشد تقاضا: رشد اقتصادی برای اشتغال‌زایی امری ضروری است. اقتصادهایی که در رکود به سر می‌برند یا رشد بسیار کمی دارند، نمی‌توانند مشاغل جدید زیادی ایجاد کنند. بنابراین انتظار می‌رود کشورهای که رشد اقتصادی، بهره‌وری و نوآوری بالاتری دارند، تقاضای نیروی کار بیشتری را تجربه کنند.

- جمعیت‌شناسی: کشورهایی مثل هند که نیروی کار به سرعت در حال رشدی دارند، از «تقسیم جمعیت در سن کار» که رشد تولید ناخالص داخلی (GDP) را در صورت استخدام نیروی کار جوان افزایش می‌دهد، بهره می‌برند. کشورهایی مثل ژاپن که جمعیت نیروی کارشان در حال کاهش است، در آینده شاهد کاهش GDP خواهند بود.

- ترکیب بخش‌های اقتصادی و مشاغل: پتانسیل اتوماسیون برای کشورهای مختلف، نشان‌دهنده ترکیب بخش‌های اقتصادی و ترکیب مشاغل در هر بخش است. به عنوان مثال، ژاپن پتانسیل اتوماسیون بیشتری نسبت به آمریکا دارد، چون وزن بخش‌هایی مثل تولید صنعتی که قابلیت استفاده از اتوماسیون را دارند، بالاتر است.

معنای اتوماسیون برای مهارت‌ها و دستمزدها چیست؟

به طور کلی، ملزومات تحصیلی فعلی برای مشاغلی که رشد می‌کنند، بالاتر از مشاغلی است که به واسطه اتوماسیون از بین می‌روند. در اقتصادهای پیشرفته، مشاغلی که به تحصیلات دانشگاهی نیاز ندارند، به

خاطر رواج اتوماسیون کاهش می‌یابند، در حالی که مشاغلی که باید حتماً برای آنها مدرک دانشگاهی دریافت کرد، رشد می‌کنند. در هند و دیگر اقتصادهای نوظهور، شاهد افزایش تقاضای نیروی کار در هر سطحی از تحصیلات هستیم و بیشترین افزایش، مربوط به مشاغلی خواهد بود که به تحصیلات دانشگاهی نیاز دارند.

نیروی کار آینده بیشتر زمان خود را صرف فعالیت‌هایی خواهد کرد که دستگاه‌ها از پس آن بر نمی‌آیند؛ فعالیت‌هایی مثل مدیریت دیگران، استفاده از تخصص و برقراری ارتباط. فعالیت‌های فیزیکی قابل پیش‌بینی یا جمع‌آوری و پردازش داده، فعلاً اموری هستند که دستگاه‌ها بهتر از انسان آن را انجام می‌دهند و بنابراین مشاغل آینده کمتر به آنها اختصاص می‌یابد. مهارت‌ها و قابلیت‌های مورد نیاز در مشاغل هم تغییر خواهد کرد و در آینده بیشتر به مهارت‌های اجتماعی و احساسی و نیز قابلیت‌های شناختی پیشرفته مثل استدلال منطقی و خلاقیت، نیاز خواهیم داشت. در مشاغلی که به تدریج از بین می‌روند، دستمزدها رو به نزول می‌رود. اقتصاد پایه عرضه و تقاضای نیروی کار نشان می‌دهد این موضوع برای مشاغلی که تقاضای نیروی کار در آن کاهش پیدا می‌کند، صدق می‌کند.

تحلیل‌های مک‌کینزی نشان می‌دهد بیشتر رشد مشاغل در آمریکا و دیگر اقتصادهای پیشرفته در مشاغلی خواهد بود که در حال حاضر در بالاترین طیف توزیع دستمزد قرار دارند. برخی مشاغل مثل کمک پرستاری یا آموزشاری که دستمزدهای پایینی دارند نیز رشد خواهند کرد، در حالی که طیف گسترده‌ای از مشاغل با درآمد متوسط، بیشترین کاهش استخدام را شاهد خواهند بود. قطبی‌سازی درآمد همچنان ادامه می‌یابد. خط‌مشی‌هایی مثل افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، ساخت‌وساز و تحولات انرژی می‌تواند تقاضا برای مشاغلی مثل کارگری ساختمان را در اقتصادهای پیشرفته افزایش دهد. تصویر روند تغییر دستمزدها در اقتصادهای نوظهوری مثل چین و هند کاملاً متفاوت است. در این کشورها، مشاغلی مثل خرده‌فروشی و معلمی که درآمدهای متوسط دارند، همزمان با رشد اقتصادی، بیشترین رشد را خواهند داشت. این موضوع نشان می‌دهد در دهه‌های آینده، طبقه متوسط در این کشورها همچنان رشد خواهد داشت.

تحولات پیش‌رو در نیروی کار را چطور مدیریت کنیم؟

مزیت‌های هوش مصنوعی و اتوماسیون برای کاربران و کسب‌وکارها و رشد اقتصادی حاصل از افزایش بهره‌وری پیش آمده، بسیار خیره‌کننده است. اتوماسیون نه تنها در اقتصادهای دینامیک که اشتغال‌زا هستند نقش دارد، بلکه نوعی تحرک اقتصادی ایجاد می‌کند که به جوامع امکان می‌دهد تحولات ناگزیر نیروی کار را مدیریت کنند. یکی از واکنش‌هایی که می‌توان به این حجم تغییر نیروی کار نشان داد، این است که سرعت و وسعت استفاده از اتوماسیون را کند کنیم تا وضعیت موجود حفظ شود. اما این کار اشتباه است. با اینکه کندتر کردن روند استفاده از اتوماسیون، مقیاس تحولات نیروی کار را محدود می‌کند، اما نقش تکنولوژی‌ها را در پویایی کسب‌وکار و رشد اقتصادی مختصر می‌کند. ما باید از این تکنولوژی‌ها استقبال کنیم، اما در ضمن تحولات نیروی کار و چالش‌هایی که همراه آن است را هم مورد توجه قرار دهیم. در بسیاری از کشورها، اقدامی که در این زمینه صورت می‌گیرد باید سرمایه‌گذاری پایدار، مدل‌های آموزشی جدید، برنامه‌هایی برای تسهیل تحولات کاری، حمایت از طریق درآمد و همکاری بین بخش‌های دولتی و خصوصی را دربرگیرد. کلیه جوامع باید چهار حوزه کلیدی را مد نظر قرار دهند:

- بالا نگه داشتن رشد اقتصادی برای حمایت از اشتغال‌زایی: بالا نگه داشتن رشد تقاضای جمعی برای حمایت از اشتغال‌زایی حیاتی است. سیاست‌های مالی و پولی که تقاضای جمعی کافی را تضمین می‌کنند و حمایت از سرمایه‌گذاری و نوآوری در کسب‌وکار نیز ضروری است. اقدامات هدفمند در بخش‌های خاص هم می‌تواند مفید باشد؛ از جمله افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و تحولات انرژی.
- سنجش و تصویر مجدد بازآموزی شغلی و توسعه مهارت‌های نیروی کار: ارائه بازآموزی شغلی و توانمند کردن افراد برای یادگیری مهارت‌های جدید در طول عمر کاری، چالشی مهم خواهد بود. آموزش مجدد در میانه دوره کاری یک فرد، حتی از ترکیب مهارت‌های مورد نیاز برای یک تغییر شغلی موفق، مهم‌تر خواهد بود. کسب‌وکارها در برخی حوزه‌ها مثل آموزش در حین کار و ارائه فرصت‌هایی برای به‌روزرسانی مهارت‌های نیروی کار، پیش‌تاز خواهند شد.
- ارتقای پویایی کسب‌وکار و بازار کار: برای مدیریت تحولات دشواری که پیش‌بینی شده، انعطاف بیشتری در بازار کار مورد نیاز است. پلت‌فرم‌های دیجیتال استعدادیابی می‌توانند با تطبیق دادن نیروی کار

با شرکت‌هایی که به دنبال مهارت‌های خاص آنان هستند و نیز فراهم کردن فرصت‌های کاری جدید برای کسانی که می‌خواهند این فرصت‌ها را برابند، انعطاف‌پذیری را تقویت کنند. سیاست‌گذاران در کشورهای که بازار کار انعطاف‌ناپذیر دارند، می‌توانند کشورهایی مانند آلمان را الگوی خود قرار دهند. آلمان آژانس بیکاری فدرال خود را به یک نهاد قدرتمند در تطبیق‌پذیری شغلی تبدیل کرده است.

• پشتیبانی مالی از نیروی کار: پشتیبانی مالی و دیگر اشکال کمک‌ها به نیروهای کاری که شغل خود را از دست داده و به دنبال شغل جدید است، لازم و ضروری است. به جز بازآموزی در کار، مجموعه‌ای از سیاست‌ها مثل بیمه بیکاری، کمک‌های دولتی برای یافتن شغل و مزایای قابل انتقال هنگام جست‌وجوی شغلی، می‌تواند مفید باشد. تاریخ به ما نشان داده در دوران تغییرات شغلی، بسیاری از مشاغل برای مدتی با کاهش دستمزد مواجه می‌شوند. بنابراین، برای تضمین رعایت عدالت اجتماعی و ارائه درآمد مکمل برای افراد، سیاست‌های دائمی‌تری مورد نیاز است. سیاست‌های جامع‌تر تعیین حداقل دستمزد، تعیین درآمدهای پایه جهانی یا پاداش‌های شغلی مرتبط با رشد بهره‌وری، همگی راه‌حل‌های ممکن هستند.

سیاست‌گذاران، رهبران کسب‌وکار و کارگران همگی نقش‌های سازنده و مهمی در تحولات پیش‌رو دارند. تاریخ نشان می‌دهد جوامع مختلف در سراسر دنیا وقتی با چالش‌های بزرگ مواجه می‌شوند، به سمت رفاه شهروندان خود خیز برمی‌دارند. اما در دهه‌های گذشته، سرمایه‌گذاری‌ها و سیاست‌های مناسب برای حمایت از نیروی کار تحلیل رفته است. هزینه‌های دولتی برای آموزش و حمایت از نیروی کار در بیشتر کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) کاهش یافته است. مدل‌های آموزشی در ۱۰۰ سال گذشته، تغییر بنیادین نکرده‌اند. حالا وقت آن است که این روندها تغییر کند و دولت‌ها تحولات نیروی کار و اشتغال‌زایی در حوزه‌های جدید را یک اولویت فوری برای خود قرار دهند.

کسب‌وکارها در خط مقدم تغییرات خواهند بود. این باعث می‌شود هم ابزارهای جدیدی به فرآیندهای کسب‌وکارشان اختصاص دهند و هم استراتژی‌های استعدادیابی و نیازهای نیروی کار خود را مورد ارزیابی مجدد قرار دهند تا دقیقاً متوجه شوند به چه نیروهایی نیاز دارند و استعدادهای جدیدشان کجا مورد نیاز هستند. افراد هم نیاز دارند برای یک آینده کاری رو به تحول آماده شوند. کسب مهارت‌های

جدید مورد نیاز و به‌روزرسانی دانش در مورد دنیای کار برای رفاه خود نیروی کار امری ضروری است. تقاضا برای نیروی انسانی همچنان وجود خواهد داشت، اما کارکنان در همه جای دنیا باید تفکرات سنتی خود را در مورد موقعیت کارشان، نحوه کارشان و استعدادها و قابلیت‌هایی که باید در کارشان به کار بگیرند، مورد تجدید نظر قرار دهند.

## ۷. مطالعات تازه نشان می‌دهد تجربه مشتری همه‌جا حرف اول را می‌زند

بیمه‌گرانی که از مشتریان‌شان هو می‌شوند نسبت به آن‌هایی که از مشتریان‌شان هورا می‌شوند، عقب‌مانده‌ترند. این نتیجه مطالعه جدید شرکت واترمارک کنسالتینگ<sup>۱</sup> با عنوان «تجربه مشتری بیمه ۲۰۱۸» است که آخرین آن دو سال پیش انجام و منتشر شد.

مطالعات این شرکت با هدف ارائه درک کلان و وسیع‌تر به مدیران اجرایی بیمه نسبت به اثراتی که تجربه مشتری بر آتیه یک شرکت دارد، صورت می‌پذیرد. این اطلاعات برای صنعتی که در ملاً عام اهمیت تجربه مشتری را تأیید می‌کند اما در پنهان تلاش دارد تا مزایای این نوع سرمایه‌گذاری‌ها را به عدد و رقم تبدیل کند، مفید خواهد بود.

تحلیل واترمارک بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده از منبع معتبر و رتبه‌بندی تجربه مشتری بیمه‌گران یعنی مطالعات سالانه رضایت از بیمه<sup>۲</sup> توسط شرکت جی‌دی پاور و همکاران<sup>۳</sup> انجام پذیرفته است.

### درباره مطالعه

رویکرد مطالعه بسیار ساده بود: کل بازده سهام تجمیعی<sup>۴</sup> برای دو پرتفوی نمونه که مشتمل بر ۵ شرکت برتر<sup>۵</sup> و ۵ شرکت ضعیف<sup>۶</sup> از شرکت‌های بیمه در مطالعه سالانه جی‌دی پاور بود، محاسبه شد.

ابتدا، این بررسی یک بار برای بیمه‌گران خودرو که رتبه‌بندی جی‌دی پاور را از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۷ دربرمی‌گرفت، انجام شد و یک بار نیز برای بیمه‌گران منزل که رتبه‌بندی آنان از ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۷ موجود بود، صورت پذیرفت.

1. Watermark Consulting
2. Insurance Satisfaction Studies
3. J.D. Power & Associate
4. Cumulative stock returns
5. Leaders
6. Laggards



در هر دو وضعیت، عملکرد سهام‌گران برای سال‌های اول تعیین پرتفوی‌های نمونه به عنوان رهبر برتر و ضعیف پیگیری شدند.

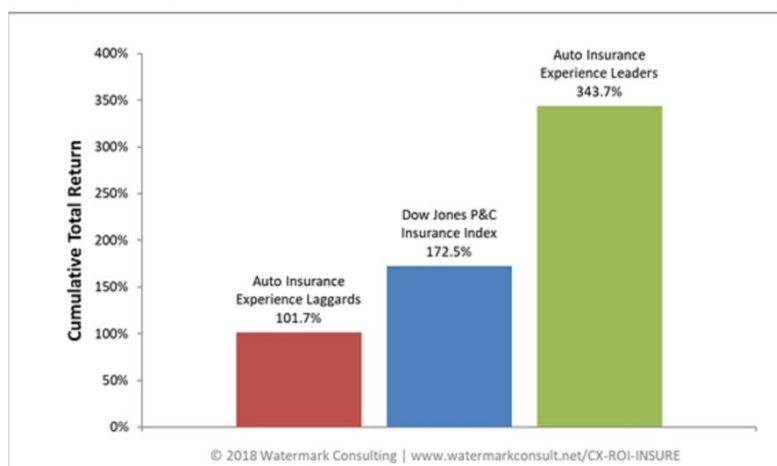
این رویکرد با فرضیه اصلی که بازار، شرکت‌های برتر و ضعیف را خود تشویق یا تنبیه می‌کند، مطابقت داشت. این فرضیه، پیش از پیمایش جی‌دی‌پاور نیز کاربردی داشته است و تمام تلاش شرکت واترمارک کنسالتینگ این بوده که تحت تأثیر عملکرد اعلامی شرکت جی‌دی‌پاور قرار نگیرد.

## نتایج

همچنان، پرتفوی شرکت‌های پیشرو در تجربه مشتری بیمه فراتر از پرتفوی شرکت‌های ضعیف بود.

### Customer Experience Leaders Outperform the Market An Auto Insurance Industry View

8-Year Stock Performance of Auto Insurance Customer Experience Leaders vs. Laggards (2009-2016)



شرکت واترمارک، شرکت‌های برتر و ضعیف تجربه مشتری بیمه خودرو را بر اساس بیمه‌گرانی که قادر بوده‌اند ۵ رتبه برتر و ۵ رتبه ضعیف را در مطالعات رضایت از بیمه جی‌دی‌پاور طی سال‌های ۲۰۱۷-۲۰۱۰ کسب کنند، طبقه‌بندی نمود. این مقایسه بر اساس عملکرد سنجش عادلانه و پرتفوی تنظیم‌مجدد سهام در میان شرکت‌های برتر و ضعیف تجربه مشتری که به طور سالانه صورت می‌پذیرد، انجام شده است.

همانطور که در نمودار بالا می‌توان مشاهده نمود، طی دوره هشت ساله، پرتفوی شرکت‌های برتر تجربه مشتری بیمه خودرو فراتر از عملکرد صنعت بوده است و کل بازده مکتسبه در حدود تقریباً دوبرابر یعنی ۱۷۱ نقطه بالاتر بوده است که در اندکس بازار اموال و حوادث دوجونز<sup>۱</sup> ثبت شده است. آنچه در این

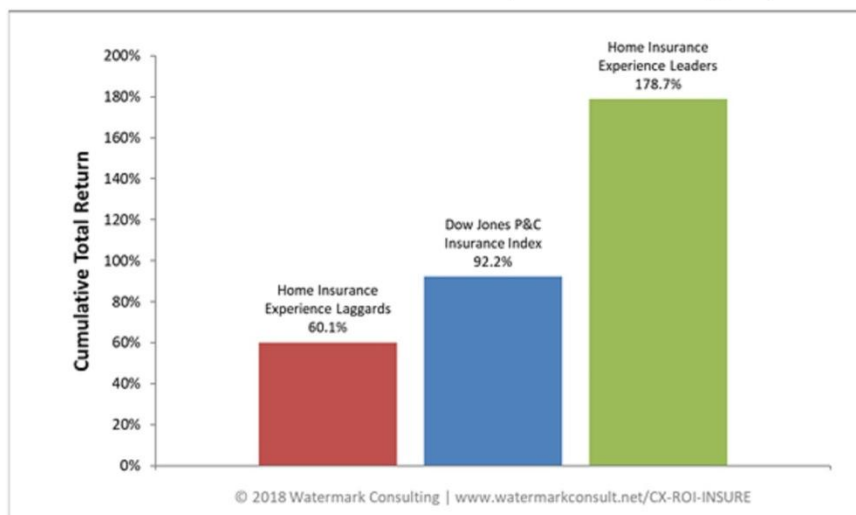
1. Dow Jones Property & Casualty Market Index

نمودار مشهود است، فاصله زیاد بین شرکت‌های برتر و ضعیف است.

نمودار زیر نیز تحلیل بیمه‌گران منزل را نشان می‌دهد:

### Customer Experience Leaders Outperform the Market A Home Insurance Industry View

9-Year Stock Performance of Home Insurance Customer Experience Leaders vs. Laggards (2008-2016)



پرتفوی شرکت‌های تجربه مشتری بیمه منزل فراتر از صنعت بود و کل بازده نسبت به اندکس بازار اموال و حوادث دوجونز، تقریباً دو برابر (یعنی ۸۷ نقطه بالاتر) گزارش شد.

شرکت‌های ضعیف بیمه زندگی در آخرین مطالعه، بسیار عقب‌مانده‌تر از شرکت‌های برتر بودند و فاصله عملکرد تجمعی آنان بین دو پرتفو به ۱۱۹ نقطه می‌رسید (در مطالعه پیشین این فاصله ۵۷ نقطه بود).

### تفسیر نتایج

این مطالعه باید شوکی به کسانی که ارزش تجربه مشتری را نمی‌دانند، وارد آورده باشد.

پرتفوی شرکت‌های برتر تجربه مشتری بیمه خودرو و منزل، بازده سالانه‌ای بالغ بر دو برابر شرکت‌های ضعیف بوده است. این نتایج نشان می‌دهد که بیمه‌گرانی که به‌طور مستمر نسبت به تجربه مشتری پیشرفت می‌کنند، در بازار به عنوان شرکت‌های ارزشمند از آنها یاد می‌شود.

ارزش مضاعف، کارکرد شرکت‌های برتر در افزایش عواید است که با داشتن مشتریانی راضی و وفادار که بیشتر به شرکت پایبند بوده و دیگران را نیز تشویق به خرید از شرکت مورد رضایت خود می‌کنند،

نمود دارد.

همچنین، این کارکرد ساختار رقابتی در هزینه‌ها را نیز نشان می‌دهد. زیرا شرکت‌های برتر می‌توانند کمتر به اکتساب‌های پرهزینه پردازند زیرا روزانه بر مشتریان آنان افزوده می‌شود. علاوه بر این، چون این شرکت‌ها کمتر از مشتریان شکایت می‌شنوند، استرس کمتری در بهبود زیرساخت‌های عملیاتی خود خواهند داشت.

در عوض، شرکت‌های ضعیف با عوامل متضادی روبرو هستند: عواید ضعیف، شکایت مشتریان و سودآوری خفیف و زیرساخت‌های فرسوده.

آنچه در مطالعه سال جاری قابل مشاهده است، تنها تفاوت بین شرکت‌های برتر و ضعیف نیست بلکه رشد دورقمی فاصله بین آنها است.

این نشان می‌دهد که رقابت در تجربه مشتریان بیمه، بسیار واقعی و بر قوت خود باقی است.

اما در اینجا باید یک پیش‌آگهی به شرکت‌های ضعیفی که می‌خواهند وارد رتبه برتر شوند، داده شود: هیچ میانبری برای تعالی تجربه مشتری وجود ندارد. این که برخی شرکت‌ها بخواهند از کلمات پرطمطراق مانند کلان داده‌ها، فن‌آوری بیمه، هوش مصنوعی و غیره استفاده کنند، تجربه مشتری نمی‌شود. حتی تبلیغ هم دیگر تجربه مشتری بزرگی به همراه نمی‌آورد. واقعیت همواره بازاریابی را تحت‌الشعاع خود قرار داده است.

شرکت‌هایی که تجربه مشتری موفق دارند چه داخل یا بیرون صنعت بیمه، درک کرده‌اند که برای تجربه مشتری هیچ نوع میانبری وجود ندارد. تجربه مشتری برای آنان بخشی از کسب و کار محسوب نمی‌شود، بلکه خود کسب و کار تلقی می‌شود.

شرکت پیشرو و برتر معمولاً از اصول طراحی تجربه‌ای که آزمون خود را طی زمان نشان داده است، استفاده می‌کنند (به جزئیات مطالعه مراجعه نمایید). اما در اصل، آنچه شرکت‌های برتر را متمایز می‌کند، تعهد بی‌شائبه آنان به این عبارت است: ابتدا با مشتری شروع کنیم. یعنی از نیازها، درخواست‌ها، امیدها و شکایت‌های آنان آگاه باشیم و الگوی کسب و کار خود را بر اساس آن تنظیم نماییم.

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

منبع: انشورنس ثات لیدرشیپ و واترمارک کنسالتینگ، جولای ۲۰۱۸

#### نکته:

تجربه مشتری یا همان Customer Experience یکی از مهمترین موضوعات برای برندهای پیشرو طی ۲ سال گذشته بوده است. متخصصان برندینگ و بازاریابی تاکید می کنند که سرمایه گذاری بروی تجربه مشتری و بهبود و توسعه آن موجب افزایش سودآوری برندها و وفاداری به برند می شود.

تجربه مشتری مفهومی است که "کاربرد" آن گستره ی بزرگی از فعالیت های بازاریابی را در برمی گیرد. معنای واقعی تجربه مشتری چیست؟

براساس تحقیقات آقای Harley Manning نویسنده کتاب Outside In تجربه مشتری یا (CX) دریافتی است که مشتریان در تعامل با برند شما دارند.

تجربه مشتری "خوب و رضایتمند" یعنی این تجربه باید :

- کاربردی باشد Useful (ارزش ارائه شده کاربردی باشد).

- قابل استفاده باشد Usable (ارزش ارائه شده قابل تشخیص و به راحتی قابل استفاده برای مشتری باشد).

- لذت بخش باشد Enjoyable (ارزش ارائه شده از لحاظ احساسی کاملاً خوشایند و سرگرم کننده باشد به گونه ای که مشتری را مشتاق به استفاده از آن نماید).

در تجربه مشتری (CX) موفق کلیه تعاملات باید دو طرفه باشد. بنابراین Hardey Manning یکی از تحلیل گران و محققان برجسته تجربه مشتریان، هنگامی که مشتریان به جستجو و ملاحظه صفحات وبسایت شما می پردازند و یا با مرکز مشتریان تماس می گیرند، به فروشگاه های برند در سطح شهر می روند، از محصولات شما استفاده میکنند، تا هنگامی که ایمیل های برند را پاسخ میدهند، در تمامی این مراحل آنها در حال قضاوت این موضوع هستند که آیا شما به نیازهایشان پاسخ می دهید؟ آیا خرید از شما منطقی و خوشایند است؟

در تمامی این مدت آنها در حال تجربه ایی هستند که به آن تجربه مشتری می گوئیم.

تجربه مشتری - استراتژی بازاریابی

به بیانی دیگر تجربه مشتری یعنی ارائه تجربه ای کاربردی، مفید و خوشایند به تک تک مشتریان (چه در فضای مجازی چه در محیط آفلاین) از هر طریقی که یک برند با مخاطب خود در ارتباط است. این تعریف از مفهوم تجربه مشتری، بسیار گسترده است و توسعه و بهبود آن باید تمام فعالیت های بازاریابی و تعاملات برند با مخاطبینش را در بر گیرد.

برای محاسبه تجربه مشتری نمیتوان از یک بازه زمانی مشخص استفاده نمود زیرا همانطور که شکل زیر نشان می دهد تعامل با مشتریان در زمان های مختلف و متعدد و نیز از طریق هرگونه تعامل برند با مشتریان خواهد بود.

تجربه مشتری - استراتژی بازاریابی

هر کسب و کاری هر چقدر هم کوچک باشد " تجربه مشتری " خلق می کند و شاید از آن آگاه هم نباشد.

حتی اگر شما یک بنگاه بسیار کوچک اقتصادی باشید و مخاطب شما از طریق شماره های تماس در وب سایتان تماس بگیرد، شما در حال خلق تجربه مشتریان هستید.

تجربه مشتری - استراتژی بازاریابی

سه بخش کلی ارزیابی و توسعه تجربه مشتری (Customer Experience)

سفر مشتری (Customer Journey)

مهمترین قسمت در ارزیابی و توسعه مدیریت تجربه مشتری، فهم دقیق از سفر مشتری با برند شماست. در تحلیل سفر مشتری، مراحل آگاهی یافتن از برند و تعامل با آن، فعالیت ها، محدودیت ها و احساسات ناشی در تعامل با برند را باید در نظر گرفت.

کانال های ارتباطی (Touchpoints)

در گام دوم از تحلیل تجربه مشتری (CX) کلیه راه ها و کانالهای ارتباطی تماس با مشتریان، از استفاده از محصول گرفته تا وبسایت، فروشندگان، تبلیغات آنلاین و آفلاین، مرکز تلفن و ... که همگی در نقشه سفر مشتری نقش دارند، باید مورد بررسی قرار بگیرند.

اکوسیستم (Ecosystems)

در نهایت باید دید که یکپارچه شدن اکوسیستم های مختلف از برند یعنی محصول، اتوماسیون و نرم افزار، و خدمات چگونه می توانند موجب ارتقا کیفیت و مدیریت تجربه مشتری در حین طی نمودن سفر مشتری شود. به زبانی ساده تر به دنبال مزیت هایی هستیم که از یکپارچه شدن سه بخش خرید و استفاده از محصول، اتوماسیون و سرویس دهی می توان در بهبود تجربه مشتریان بدست آورد در مقایسه با این امر که هر یک از سه مورد فوق را بخواهیم بدون یکپارچگی و همبستگی در کنار هم و تنها به صورت جدا در نظر بگیریم.

تفاوت تجربه مشتری، خدمات مشتریان و تجربه برند

خدمات مشتریان (Customer Service) بخش کوچکی از تجربه مشتری (Customer Experience) است. به عنوان مثال اگر شما یک آژانس گردشگری هستید و شخصی با شما برای دریافت بلیط تماس بگیرد و شما بهترین سرویس در ارائه بلیط را برایشان فراهم آورید خدمات فروش خوبی را داشته اید. اما اگر ارائه بلیط (فرستادن بلیط برای شخص) را به موقع انجام دهید و همچنین با ارائه تخفیف روی سایر پکیج های سفر و یا راهکارهای گردشگری رضایت و تجربه بهتری را به مشتری منتقل نمایید، تجربه مشتریان خوبی را خلق کرده اید.

تجربه مشتری هسته وجودی مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) است که امروزه جزو اهداف استراتژیک بازاریابی شرکت های موفق قرار دارد.

تجربه برند (Brand Experience) به کلیه فعالیت های برندینگ و بازاریابی یک برند که به منظور توسعه جایگاه برند در بازار هدفش صورت می گیرد، گفته می شود. در واقع تجربه برند مفهومی فراتر از تجربه مشتری است.

در تجربه برند نیاز به حفظ یکپارچگی کلیه فعالیت های برند از تولید محصول گرفته تا ارائه خدمات و توسعه تجربه مشتری از برند و تمامی فعالیت های بازاریابی است.

در دنیای رقابتی امروزه بهبود و افزایش وفاداری مشتریان یکی از مهمترین عوامل موفقیت برای برندهای پیشرو است تا بتوانند جایگاه برند خود را حفظ نمایند. اگر به دنبال ایجاد مزیت رقابتی برای برند خود هستید راهکارهای استراتژیک برای خلق و توسعه مدیریت تجربه مشتریان را حتما در دستور فعالیت های

اصلی بازاریابی و برندینگ خود در نظر بگیرید.

یادتان باشد هیچ کسب و کاری بدون مشتری مفهوم پیدا نمیکند.

## ۸. در پژوهشی جدید عنوان شد: فقدان مدیریت ریسک، چالش عمده شرکت‌های

### بیمه

پیمایشی توسط گروه مدیریت ریسک شرکت بانکو دو برزیل اس‌ای<sup>۱</sup> نشان می‌دهد که تنها یک‌سوم بنگاه‌های محلی کوچک و متوسط (SME)<sup>۲</sup>، پوشش بیمه را خریداری نموده‌اند زیرا اقدامات ضعیفی در بخش مدیریت ریسک خود داشته‌اند. این پیمایش دریافت که بنگاه‌های کوچک و متوسط به دلیل هزینه‌های بالای حق بیمه ناشی از فقدان مدیریت ریسک در شرکت خود از خرید پوشش منصرف می‌شوند.

اطلاعات به‌دست‌آمده از شرکت بانکو دو برزیل از بررسی‌های ریسک و تجربه بیمه‌گری به فقدان مدیریت ریسک‌های امنیتی توسط شرکت‌های کوچک و متوسط اشاره دارد. از میان ۱۲۲۰۰ بررسی طی سه‌سال گذشته، تنها ۳۲ درصد از شرکت‌ها بیمه‌نامه صادر نموده‌اند. سیستم‌های پوشش خودکار<sup>۳</sup> شرکت‌ها، عمده‌ترین مسئله فراموش شده، گزارش شده است.

این ارزیابی به این پرسش‌ها پرداخته است که آیا تمامی حوزه‌های ریسک شرکت‌های مورد ارزیابی تحت پوشش پیشگیری خودکار آتش‌سوزی و سیستم‌های کنترلی بوده‌اند، آیا حفاظت‌ها و سیستم‌های فشار هوا به طور صحیح و بر اساس استانداردهای فنی نصب و نگهداری می‌شوند و آیا انشعاب آب برای سیستم‌های حفاظتی نصب شده، کافی است یا خیر.

المیر فرناندز<sup>۴</sup>، رئیس ریسک‌های صنعتی شرکت بانکو دو برزیل اظهار می‌دارد: «تقریباً از هر ده مورد پوشش مورد قرارداد برای بیمه ریسک صنعتی، شش مورد مربوط به ۹۵ درصد از حجم خسارت‌ها بوده است. این بدان معناست که اقدامات پیشگیرانه می‌تواند خسارت‌ها را کاهش دهد و در نتیجه نرخ بهتری برای محصولات بیمه‌ای رقم بزند.»

1. Banco do Brasil S.A.
2. Small and Medium-sized Enterprises
3. Automatic protection
4. Elmir Fernandes

وی در ادامه می‌افزاید: «راهنمای بیمه‌گری ریسک کمابیش کمتر مورد اقبال قرار می‌گیرد و با اشتهای ریسک<sup>۱</sup> بیمه‌گران مطابقت ندارد. برای بیمه‌شده‌ای که هیچ نوع مدیریت ریسک مطلوبی ندارد، بیمه برای آنان دشوار و پرهزینه خواهد بود.»

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

منبع: Segs.com، جولای ۲۰۱۸

## نکته:

مدیریت ریسک، فرآیندی است که به مدیران امکان می‌دهد میان هزینه‌های عملیاتی و هزینه‌های مالی اقدامات حفاظتی تعادل برقرار کرده و از طریق حفاظت از فرآیندهای کسب و کار که پشتیبان اهداف سازمان هستند، به منافع مربوطه دست یابند. مدیریت ریسک، یک فرآیند جامع است که به منظور تعیین، شناسایی، کنترل و حداقل نمودن تأثیرات و عواقب رویدادهای احتمالی مورد استفاده قرار می‌گیرد. هدف مدیریت ریسک، کاهش ریسک اجرایی برخی فعالیت‌ها و فرآیندها به سطح قابل قبول و کسب تأیید مدیریت ارشد است.

بنابر گزارش بیمه مرکزی ایران، مدیریت ریسک مالی، از سوی دیگر، تمرکزش روی ریسک‌هایی است که می‌تواند با استفاده از ابزار مالی و تجاری، آن را اداره کند.

امروزه شرکت‌ها مواجه با افزایش پیچیدگی و عدم قطعیتی هستند که مدیریت ریسک‌های تخصصی و کسب و کار را مشکل‌تر می‌نماید. تلورانسهای شکست در مدیریت ریسک از سوی جامعه و سهامداران کاهش یافته‌اند. قوانین و مقررات نیز به نوبه خود الزامات سخت‌گیرانه‌تری را مطرح می‌نمایند. شکست در مدیریت این ریسک‌ها می‌تواند مهلک باشد؛ حفظ یکپارچگی و کنترل روز به روز بحرانی‌تر می‌گردد. پس چرایی بایست به ریسک توجه کنیم. همه برنامه‌ها کاملاً مساوی نیستند دو برنامه با ROI مشابه، هزینه‌های مشابه و مباحث مشابه ممکن است از نظر ویژگی ریسک با هم متفاوت باشند. ارزیابی ریسک این اجازه را به شما می‌دهد که تفاوت بین برنامه‌ها را مد نظر بگیرید.

فرآیند Risk Assessment یا ارزیابی ریسک اولین فاز از مجموعه فعالیت‌های مدیریت ریسک است.

1 Risk appetite



این فرآیند حیاتی جایگاه ویژه‌ای در سیستم مدیریت امنیت اطلاعات (ISMS) دارد. در واقع تست نفوذ پذیری (Penetration Testing) که از فعالیت‌های مهم نفوذ گران است، جزیی از فرآیند ارزیابی ریسک به‌شمار می‌آید.

ارزیابی ریسک برای پاسخ به سوالات زیر انجام می‌شود: - اگر یک ریسک خاص اتفاق بیفتد چقدر آسیب در پی خواهد داشت؟ - احتمال وقوع هر ریسک چقدر است؟ - کنترل هر ریسک چقدر هزینه دارد، آیا مقرون به صرفه است یا نه؟

مهمترین فایده ارزیابی ریسک، کمک به تصمیم‌گیری صحیح برای انتخاب راه‌حلهای امنیتی است. طبعاً مدیران وقت و حوصله ورود به جزئیات فوق را ندارند، لذا خروجی ارائه شده به آن‌ها توسط ما که معمولاً مسئول انجام ارزیابی هستیم اعداد و ارقام و نمودارهاییست که به تصمیم‌گیری آن‌ها کمک می‌کند. ارزیابی ریسک می‌تواند لزوم هزینه کردن برای امنیت را به تصمیم‌گیران سازمان اثبات کند. نتایج ارزیابی ریسک به جهت‌گیری صحیح در انتخاب راه‌حلهای (که همانا دفع تهدیدهای اصلی است) کمک می‌کند، همچنین می‌تواند در تولید و اصلاح خط‌مشی‌های امنیت سازمان (Security Policy) استفاده شود.

در صنعت بیمه نیز، براساس فصل پنجم آیین‌نامه شماره ۷۱ بیمه مرکزی، مؤسسه بیمه موظف است واحد رسیدگی و پاسخگویی به شکایت تحت نظارت و مسئولیت مستقیم مدیر عامل ایجاد و امکان دسترسی آسان را برای عموم بیمه‌گذاران در سطح کشور جهت طرح شکایت مربوطه فراهم نماید به گونه‌ای که حداکثر در مدت ۲۰ روز شکایت رسیدگی شود. در صورت عدم رسیدگی به شکایات بیمه‌ای در شرکت، بیمه‌گذاران، بیمه‌شدگان یا صاحبان حقوق آنها می‌توانند موضوع مورد اختلاف را به صورت کتبی و همراه مدارک و دلایل لازم به بیمه مرکزی اعلام و تقاضای رسیدگی کنند.