

نشریه الکترونیکی

# نازه های بیمه ایران و جهان

دو هفته نامه  
علمی، حرفه ای  
اطلاع رسانی

شماره ۵۸ / نیمه دوم مرداد 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 بین الملل پژوهشگاه بیمه

## فهرست

۱. ناظر بیمه ایران کارکردها را با خدمات برخط آسان می‌کند ..... ۲
۲. تحول در بازار بیمه اتکائی توسط اوارق بهادار بیمه‌ای در گزارش جدید اس‌اندپی ..... ۵
۳. خسارت‌های ناشی از حوادث طبیعی به ۴۵ میلیارد دلار رسید ..... ۷
۴. دیدگاه: بیمه و اینترنت اشیاء ..... ۱۰
۵. ای.او.ان: رسانه‌های اجتماعی ریسک شهرت شرکت‌ها را دو برابر کرده است ..... ۱۵
۶. بهبود نرخ بیمه‌های تجاری در جهان توسط رشته اموال ..... ۱۹
۷. چگونه اقتصاد مشارکتی به بیمه شکل جدیدی بخشیده است ..... ۲۱

## ۱. ناظر بیمه ایران کارکردها را با خدمات برخط آسان می‌کند

ناظر بیمه ایران، بیمه مرکزی ج.ا.ایران (CII) در نظر دارد تا طیف وسیعی از خدمات برخط به مشتریان در آینده‌ای نزدیک ارائه دهد. این مطلب را رئیس شورای عالی بیمه، غلامرضا سلیمانی عنوان کرد. به گزارش ایشا انشورنیوز و به نقل از تهران تایمز: سیستم بیمه مرکزی در مدیریت، نظارت و شبکه فروش که به سنهاب شهرت دارد، زیرساختی برای خدمات برخط ارائه می‌دهد. رئیس کل بیمه مرکزی همچنین اظهار داشت: توسعه سنهاب بخش عمده‌ای از مشکلات بخش نظارت و خدمات را حل می‌کند. وی در ادامه افزود: اطلاعات دقیق و دسترسی به اطلاعات، اثر عمده‌ای بر صنعت بیمه کشور داشته است. سلیمانی در سخنان خود اشاره نمود: «ما باید تحول در حوزه فن آوری را سرعت بخشیم زیرا تعلل می‌تواند ما را از جهان عقب نگه دارد.» برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) را کلیک نمایید.

منبع: ایشا انشورنس نیوز، آگوست ۲۰۱۸

### نکته:

سامانه سنهاب در ابتدا برای کنترل عملیات بیمه اجباری شکل گرفت اما به تدریج برای نظارت آنلاین بر عملکرد شرکت‌های بیمه و شبکه فروش صنعت بیمه مورد بهره برداری قرار گرفت. طراحی و پیاده‌سازی سیستم سنهاب با هدف جمع‌آوری اطلاعات و فراهم آوردن امکان نظارت و هدایت شرکت‌های بیمه و صنعت بیمه مدنظر قرار گرفت و حاصل این بهره برداری بهبود وضعیت آمار و اطلاعات شرکت‌های بیمه و سهولت دسترسی اطلاعات عملکردی صنعت بیمه برای نظارت بیشتر و تکمیل حلقه دولت الکترونیک در وزارت امور اقتصادی و دارایی بود.

بر اساس برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیک، بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران به منظور تسهیل در انجام عملیات بیمه الکترونیکی، نسبت به بررسی، مطالعه و سیاستگذاری روش ارائه خدمات نوین بیمه‌ای در چارچوب استانداردهای تجارت الکترونیکی اقدام به راه اندازی سنهاب (سامانه نظارت و هدایت الکترونیکی بیمه) کرد. ایجاد و یکپارچه سازی سامانه‌های اطلاعات مدیریت و عملیاتی یکی از اولویت‌های راهبردی وزارت امور اقتصادی و دارایی بود. به همین منظور تسهیل تبادل اطلاعات با اتصال به سامانه‌های ارتباطی دستگاه‌های مرتبط و مکانیزاسیون فرآیندهای اداری و عملیاتی سازمان از جمله

اهداف راهبردی این سامانه قرار گرفت.

انجام تکالیف قانونی بیمه مرکزی برای تهیه سامانه جامع نظارتی به جهت سهولت دسترسی به آمار و اطلاعات عملکردی شرکت‌های بیمه و اشراف اطلاعاتی به صنعت بیمه صورت گرفت. این سامانه از نظر برون سازمانی امکان ارائه خدمات ارزش افزوده به بیمه گذاران و شرکت‌های بیمه، تمرکز اطلاعات مهم و اساسی صنعت بیمه در بیمه مرکزی و ارائه گزارش‌ها و داده‌های مورد نیاز به وزارت امور اقتصادی و دارایی و همچنین تغذیه اطلاعاتی سامانه یکپارچه اطلاعات اقتصادی کشور با داده‌های صنعت بیمه را میسر کرده است.

این سامانه از نظر درون سازمانی نیز تغییرات اساسی در عملکرد بیمه مرکزی ایجاد کرده است که از جمله این تغییرات می‌توان به مواردی شامل: حذف تبادل کاغذی اطلاعات بین شرکت‌های بیمه و بیمه مرکزی، مکانیزه کردن فرآیند صدور صورتحساب‌های اتکایی، مکانیزه کردن فرایندهای اتکایی اجباری، مکانیزه شدن فرایندهای اتکایی اختیاری، ایجاد کد منحصر بفرد برای هر بیمه‌نامه، الحاقیه، پرونده خسارتی و خسارت پرداخت شده در سطح صنعت بیمه، استانداردسازی داده‌ها در سطح صنعت بیمه و درون سازمان، سهولت دسترسی به آمار و اطلاعات شفاف و صحیح در سیاست‌گذاری‌ها، تنظیم مقررات و آیین‌نامه‌های اجرایی، ارائه وضعیت هر شرکت بیمه به مدیر عامل شرکت مبتنی بر داده‌های عملیاتی آن شرکت نسبت به سایر شرکتها، تعبیه داشبورد مدیریتی برای مدیران ارشد، از وضعیت صنعت بیمه و برقراری امکان استعلام صحت بیمه‌نامه برای مردم از طریق پرتال بیمه مرکزی اشاره کرد.

کاربرد سنهاب در زیربخش‌های سازمانی بیمه مرکزی

سامانه سنهاب همه بخش‌هایی از سازمان را که به نوعی نیاز به اطلاعات صنعت بیمه برای انجام فعالیت‌ها و وظایف خود دارند، تحت پوشش اطلاعاتی قراردادده است. پس از راه‌اندازی سامانه سنهاب، اداره کل اتکایی اجباری، برای انجام فرایند دریافت بردور، کنترل بردور و صدور صورتحساب‌های اتکایی اجباری در رشته‌های مختلف برای کلیه شرکت‌های بیمه از این سامانه استفاده می‌کند.

به صورت وضعیت عملیات یک موسسه بیمه که اطلاعات گوناگون مرتبط با عملیات بیمه‌ای اتکائی توسط بیمه‌گر واگذارنده تنظیم و برای بیمه‌گر اتکائی ارسال می‌گردد، بردور گفته می‌شود.

نظارت فنی برای انجام امور نظارت فنی بر عملکرد شرکت‌های بیمه و نظارت بر رعایت قوانین و مقررات بیمه‌ای و بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌های بیمه مرکزی از سوی شرکت‌های بیمه از طریق سنهاب صورت می‌گیرد.

اداره کل اتکایی اختیاری، با استفاده از این سامانه، فرایندهای مدیریت ریسک، تشکیل سبد ریسک،

نگهداری و مدیریت انواع قراردادهای اتکایی واگذاری و قبولی، کنترل صورتحساب‌های واسله و صدور صورتحساب‌های مربوط به قراردادهای اتکایی را انجام می‌دهد.

همچنین اداره کل نظارت بر نمایندگان و کارگزاران بیمه جهت دسترسی به اطلاعات شعب، نمایندگان و کارگزاران و کنترل عملکرد آنها از این سامانه استفاده می‌کند.

با توجه به این که صنعت بیمه در دهه‌های گذشته با مشکل آمار و اطلاعات ناقص و گاه نادرست رنج می‌برد. راه‌اندازی و تکمیل سامانه سنبه در مسیر اطلاع رسانی شفاف به بیمه‌گذاران حرکت می‌کند و شرکت‌های بیمه نیز از این شفافیت اطلاعات سود می‌برند. تمامی مراحل خریداری، ثبت و تمدید بیمه‌نامه‌ها از طریق الکترونیکی انجام می‌شود و بیمه‌گذاران می‌توانند از طریق این سامانه آخرین اطلاعات مربوط به بیمه‌نامه‌های خود را به آسانی رصد کنند و در خصوص تمدید، فسخ قرارداد و تکمیل سبد بیمه‌ای خود تصمیم‌گیری و اقدام کنند.

#### نظارت آنلاین در بیمه مرکزی

به منظور توسعه سامانه سنبه در زمان دولت یازدهم، فاز شناسایی شاخص‌های نظارتی بیمه مرکزی آغاز و پس از بررسی‌های به عمل آمده، شاخص‌های نظارت مالی، فنی، شبکه فروش و رسیدگی به شکایات نهایی شد.

تهیه شاخص‌های نظارتی با هدف نظارت دقیق، سامانه‌های ثبت اطلاعات قبول شدگان آزمون جامع نمایندگی، ثبت اطلاعات شبکه فروش، ثبت نام متقاضیان ارزیابی خسارت، رسیدگی به شکایات و زیر سیستم‌های نظارت مالی، اتکایی اختیاری، خودرو و ارتباط سامانه سنبه با سیستم مکاتبات دیدگاه در سامانه سنبه طراحی و راه‌اندازی شد.

از طریق این سامانه، بیمه مرکزی به عنوان مرکز میانی به صورت آنلاین به اطلاعات ناجا دسترسی یافته و شرکت‌های بیمه می‌توانند از طریق شماره پلاک یا شماره VIN خودرو و دریافت اطلاعات پشت و روی کارت خودرو، مبلغ تخلفات خودرو و کروکی‌های تصادفات و تخلفات رانندگی و نمرات منفی و اصالت گواهینامه را استعلام کنند. سرویس ساها نیز سامانه احراز هویت اشخاص نیز از دیگر امکانات این سامانه به شمار می‌آید که در راستای گسترش تعامل سیستماتیک سازمانی و نیاز صنعت بیمه به احراز هویت اشخاص طراحی شد.

سامانه سنبه نقش مهمی در تحقق بندهای ۱۹ و ۲۲ اقتصاد مقاومتی در صنعت بزرگ و مهم بیمه کشور است.

## ۲. تحول در بازار بیمه اتکائی توسط اوراق بهادار بیمه‌ای در گزارش جدید اس‌اندپی

اوراق بهادار بیمه‌ای، بازار بیمه اتکائی جهان را متحول ساخته است. این مطلبی است که شرکت جهانی رتبه‌بندی اس‌اندپی<sup>۱</sup> در گزارش اخیر خود با عنوان «چگونه بیمه‌گران اتکائی آموخته‌اند تا با سرمایه ثالث نیازهای خود را برآورده سازند» اعلام نمود.

در این گزارش آمده است: اوراق بهادارسازی بیمه<sup>۲</sup> که اجازه می‌دهد تا سرمایه شخص ثالث وارد بخش بیمه اتکائی گردد، اثر شگرفی بر فضای حوادث طبیعی فاجعه‌بار گذاشته است. هم‌اکنون، این ظرفیت در پی پیدا کردن جایگاه خود در رشته‌های حوادث و بیمه اتکائی زندگی است، اما سرمایه‌گذاران زمان نیاز دارند تا به این واقعیت دست پیدا کنند.

در خبری نیز از اکسپریم، اشاره شده است که اخیراً نمایندگان لویدز طی پیمایشی که توسط انجمن بازار لویدز (LMA)<sup>۳</sup> انجام شد، اعلام کردند که بسیار علاقمند به استفاده از ظرفیت اوراق بهادار بیمه‌ای (ILS)<sup>۴</sup> به عنوان یک ابزار باثبات در بازار اتکائی هستند. این پیمایش که از ۲۵ مدیر ارشد از نمایندگان لویدز انگلستان تهیه شده است، نشان می‌دهد که بیش از دوسوم افراد، چارچوب اوراق بهادار بیمه‌ای انگلستان را در ماه‌های آتی به کار خواهند بست. این درحالی است که شرکت اسکور فرانسه به عنوان اولین بیمه‌گر اتکائی، از نظام اوراق بهادار بیمه‌ای انگلستان برای انتشار اوراق قرضه حوادث<sup>۵</sup> در ژوئن سال جاری میلادی بهره‌برداری نموده است.

در بخش دیگری از گزارش اس‌اندپی آمده است: آنچه امروز با عنوان «سرمایه هم‌گرا»<sup>۶</sup> شناخته می‌شود را می‌توان در بیمه اتکائی وثیقه‌ای<sup>۷</sup> به کار بست، اما ابزارهایی مانند اوراق قرضه حوادث فاجعه‌بار و اوراق سایدکار<sup>۸</sup> نیز نقشی در این وضعیت بازی می‌کنند.

اس‌اندپی می‌افزاید: این نوع ظرفیت‌های عمده سبب محدود کردن افزایش قیمت‌ها و نرخ‌های بی‌رویه در تمسیدهای بیمه اتکائی ژانویه ۲۰۱۸ شد.

1. S&P Global Ratings
2. Insurance-linked securitization
3. Lloyd's Market Association
4. Insurance-linked security
5. Catastrophe bond
6. Convergence capital
7. Collateralized reinsurance
8. Sidecar

یکی از دغدغه‌های این نوع سرمایه هم‌گرا آن است که این نوع ظرفیت می‌تواند در صورت بروز خسارت‌های بزرگ، ناتوان باشد اما این گزارش تأکید دارد که فراوانی تأمین سرمایه موجود پس از خسارت‌های سال ۲۰۱۷، این دغدغه را منتفی می‌کند.

اس‌اندپی اضافه می‌کند: «حتی خسارت‌های فاجعه‌بار طبیعی سال ۲۰۱۷، علاقه سرمایه‌گذاران برای بهره‌برداری از ابزارهای مختلفی که تحت عناوینی مانند سرمایه جایگزین یا هم‌گرا ارائه می‌شوند، را کاهش نداده است.»

در این گزارش همچنین اعلام شده است: «بسیاری از ناظران بر این باور بودند، سرمایه‌گذارانی که طی سال‌های بروز حوادث خفیف، وارد بازار شدند، ممکن است بر اثر بازده منفی سرمایه دچار هراس شوند. اما، ما شاهد بودیم که هیچ نوع فرار سرمایه‌ای بر اثر بازده منفی سرمایه پس از طوفان‌های سال ۲۰۱۷ اتفاق نیفتاد.»

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

**منبع:** اس‌اندپی، بیزینس انشورنس، اینتلیجنت اینشورر، آگوست ۲۰۱۸

#### نکته:

اهمیت اوراق بهادار بیمه‌ای به اندازه‌ای بود که رئیس کل بیمه مرکزی ایران در نخستین نشست خود با اصحاب رسانه، در تشریح برنامه‌های خود از راه‌اندازی اوراق بهادار بیمه‌ای با همکاری پژوهشکده بیمه خبر داد و گفت: "در حال طراحی اوراق ریسک بیمه برای عرضه در بازار سرمایه هستیم که با انتشار اوراق بیمه‌ای در بازار سرمایه در آینده‌ای نزدیک شاهد مزیت این ریسک‌ها در زمان تحریم‌ها هستیم و از سوی دیگر خریداران این اوراق می‌توانند از سود مناسبی برخوردار شوند. به علاوه با انتشار اوراق بهادار بیمه‌ای در بورس، بخشی از تحریم‌ها با توزیع ریسک بین مردم و فعالان بازار سرمایه، خنثی خواهد شد."

پیرامون تقارب صنعت بیمه با بازارهای سرمایه، بسیار سخن به میان آمده‌است. چنین تقاربی از طریق شیوه‌های متعددی حاصل گشته که برخی از آن‌ها در این حیطه موفق‌تر عمل کرده‌اند. اوراق بهادار مرتبط با بیمه (ILS) به عنوان یکی از موفق‌ترین ابزارهای انتقال ریسک بیمه به بازار سرمایه، نقش بسزایی در ایجاد این تقارب داشته‌اند؛ بطوریکه حجم معاملات اوراق بیمه غیر عمر و بیمه عمر تا پایان سال ۲۰۰۸ به ترتیب برابر بود با ۱۳ و ۲۴ میلیارد دلار. علاوه بر اوراق بهادار بیمه‌ای (ILS)، ریسک‌های بیمه‌ای از

طریق ابزارهای دیگری نیز در بازارهای سرمایه عرضه شده‌اند. یکی از قدیمی‌ترین این ابزارها، ضمانت‌های زیان صنعتی (ILW) و جدیدترین آن‌ها اوراق سایدکار می‌باشند. با پایان سال ۲۰۰۸ شاهد رشد چشمگیر بازار ILS بوده‌ایم؛ به این ترتیب که بانی‌های جدیدی وارد بازار شده‌اند، ریسک‌های جدیدی قابل معامله شده‌اند، ریسک‌های بسیاری بطور دقیق مدل‌سازی شده‌اند، طیف خریداران اوراق گسترده‌تر شده‌است حتی با وجود بحران مالی اخیر، رشد و توسعه این بازار متوقف نشد.

البته مرور کلی بازار نشان می‌دهد مفهوم اوراق بهادار سازی ریسک‌های بیمه‌ای با افزایش فشار بر روی بازار بیمه‌ای اتکایی (غیر عمر) و افزایش نیاز به مدیریت سرمایه در بخش‌های بیمه‌ای عمر و غیر عمر از اواسط دهه‌ی ۱۹۹۰ شکل گرفت. مهم‌ترین شکل اوراق بهادار مرتبط با بیمه (ILS)، اوراق قرضه بلایای فاجعه‌آمیز می‌باشند که یکی از عوامل اصلی ظهور آن‌ها تاثیرات شدید توفان اندرو در سال ۱۹۹۲ بر روی بیمه‌ی اتکایی اموال می‌باشد.

اوراق بلایا به منظور تسهیل انتقال ریسک بیمه‌ی بلایا از بیمه‌گران، بیمه‌گران اتکایی و شرکت‌ها (بانی‌ها) به سرمایه‌گذاران طراحی گشتند. یکی دیگر از اهداف طراحی این اوراق این بود که در کنار بیمه‌های اتکایی سنتی، بانی‌ها را در برابر ریسک زیان‌های مالی ناشی از بلایای طبیعی عظیم پوشش دهند. اولین اوراق قرضه‌ی بلایا توسط شرکت ملی بیمه‌ی کلمبوس واقع در اوهایو در سال ۱۹۹۴ منتشر شد. از آن به بعد، بازار این اوراق رشد یکنواختی را طی سال‌های ۲۰۰۱ - ۱۹۹۸ داشت؛ یعنی سالیانه ۱ تا ۲ میلیارد دلار انتشار و سپس با حمله به مرکز تجارت جهانی در نیویورک حجم انتشارها به بالای ۲ میلیارد دلار در سال افزایش یافت. در سال ۲۰۰۶ با رخداد توفان کاترینا باز هم شاهد رشد ۲ برابری انتشار این اوراق بودیم؛ یعنی حدود ۴ میلیارد دلار در سال و در سال ۲۰۰۷ با رشد ۴۹ درصدی به ۷ میلیارد دلار در سال افزایش یافت که در نوع خود چشمگیر بود. در سال ۲۰۰۸ حجم انتشارها به علت نرمی بازار بیمه اتکایی برابر با ۲.۷ میلیارد دلار بود. پس از آن این اوراق با رونق و اقبال بیشتر به صورت ابزاری کارآمد در انتقال ریسک‌های بیمه‌ای نقش آفرینی کرده‌اند و این روند کماکان ادامه دارد.

### ۳. خسارت‌های ناشی از حوادث طبیعی به ۴۵ میلیارد دلار رسید

کارگزار جهانی بیمه و اتکائی، ای‌اوان<sup>۱</sup> در گزارش اخیر خود عنوان کرد که خسارت‌های ناشی از حوادث طبیعی در نیمه‌اول سال ۲۰۱۸ به ۴۵ میلیارد دلار رسید که تنها ۲۱ میلیارد آن توسط بیمه‌گران و

1. AON



بخش اتکائی پوشش داده شد.

این گزارش که توسط گروه ایمپکت فورکستینگ<sup>۱</sup> شرکت ای‌اون - مسئول توسعه مدل حوادث فاجعه‌بار - تهیه شده است، اشاره می‌کند که خسارت‌های اقتصادی ۴۵ میلیارد دلاری ناشی از حوادث طبیعی نیمه اول ۲۰۱۸، ۶۴ درصد کمتر از متوسط ۱۰ سال گذشته یعنی ۱۲۴ میلیارد دلار و ۴۸ درصد کمتر از متوسط ۱۸ سال گذشته یعنی ۸۷ میلیارد دلار است. در همین حال، خسارت‌های بیمه‌شده، ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده شد که ۴۰ درصد کمتر از متوسط ۱۰ سال گذشته یعنی ۳۵ میلیارد دلار و ۱۹ درصد کمتر از متوسط ۱۸ سال گذشته یعنی ۲۶ میلیارد دلار بوده است.

حوادث طبیعی در نیمه اول ۲۰۱۸، جان ۲۱۵۳ نفر را گرفت که از سال ۱۹۸۶ تاکنون، کمترین رقم ثبت شده بوده است و به طور معناداری کمتر از متوسط بلندمدت (۲۰۱۷-۱۹۸۰) یعنی ۳۶ هزار و ۵۷۰ نفر گزارش شده است. در سه ماهه اول ۲۰۱۸، سیل، مرگ‌بارترین خطر گزارش شده که علت مرگ ۸۹۲ نفر بوده است.

در بخش دیگری از این گزارش آمده است که خشک‌سالی و موج هوای گرم در شمال اروپا و نیز آتش‌سوزی‌های جنگلی در شمال کالیفرنیا و یونان بسیار گسترده بوده است. این گزارش می‌افزاید: استمرار خشک‌سالی در بخش‌های عمده‌ای از اروپای شمالی می‌تواند به خسارتی بالغ بر ۴ میلیارد دلار برسد که کشاورزان آلمانی به تنهایی با خسارت‌های اقتصادی بالغ بر ۲/۹ میلیارد دلار مواجه خواهند شد. خشک‌سالی، کشاورزی در استرالیا و آمریکای مرکزی را نیز نشانه رفته است و موج گرما تاکنون سبب فوت ۱۵۰ نفر در ژاپن و کره جنوبی شده است.

آتش‌سوزی کالیفرنیا نیز به‌عنوان پرخسارت‌ترین آتش‌سوزی ثبت شده است که در حدود ۱۷۰۰ ساختمان را تخریب و ۷ نفر را کشته و خسارت بیمه‌ای در حدود ۱ میلیارد دلار برجای گذاشته است. در یونان و منطقه شرق آفریقا، مرگ‌بارترین حادثه آتش‌سوزی اروپا از سال ۱۹۰۰ ثبت شده است که ۹۲ نفر را به کام مرگ کشاند و سبب تخریب ۹۰۵ ساختمان و خسارت به ۷۴۰ ساختمان دیگر گردید. در سوئد نیز آتش‌سوزی عظیم ۱۰۰ میلیون دلار خسارت در پی داشت.

در ژاپن نیز سیل و گل و لای و رانش زمین، ۲۳۰ کشته و ۵۰ هزار خانه را ویران نمود. انجمن بیمه‌های اموال و مسئولیت<sup>۲</sup> ژاپن اعلام کرده است که تاکنون، ۴۸ هزار خسارت پرداخته شده است که ارزشی معادل ۷۱۱ میلیون دلار دارد.

1. Impact Forecasting

2. General Insurance Association

سیل در آریزونا، و شرق آمریکا و نیجریه، شرق روسیه، هند و دیگر کشورهای آسیای جنوب شرقی مانند میانمار، لائوس، کامبوج و فیلیپین، خسارت‌های عمده‌ای را سبب شده است. سیل‌های فصلی در چین، خسارت اقتصادی بالغ بر یک میلیارد دلار در پی داشته است.

همچنین، گردبادهایی عظیمی مانند گردبارد ماریا<sup>۱</sup> خسارت‌های قابل توجهی به برخی کشورهای حوضه غربی اقیانوس آرام به بار آورده است. همچنین زلزله در ایران و اندونزی نیز سبب بروز خسارت‌هایی جزئی شده است.

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

**منبع:** اکسپریس و ری‌انشرنس، آگوست ۲۰۱۸

#### نکته:

بر اساس آمار منتشر شده از ۴۳ نوع بلایای طبیعی در جهان، ۳۳ نوع آن در ایران رخ می‌دهد بدین ترتیب ایران جزء ۱۰ کشور بلاخیز جهان محسوب می‌شود، در نتیجه یکی از فعالیتهای برجسته دولت یازدهم تلاش برای ارتقا سهم بیمه در جبران خسارتهای وارده به سرمایه ملی از طریق تدوین، پیگیری و به نتیجه رساندن ایجاد صندوق بیمه حوادث طبیعی با تصویب قانون مربوط در مجلس شورای اسلامی است. صندوق بیمه حوادث طبیعی دومین تکنیک مدیریت ریسک در مقابل بالای طبیعی است، تکنیک اول کنترل ریسک بوده است که راه‌های کاهش احتمال وقوع حوادث را مورد توجه قرار داده است، تکنیک دوم نیز که روش پیش‌بینی و فراهم آوردن امکانات مالی برای جبران خسارت‌ها و بازسازی موارد آسیب‌پذیر به حساب می‌آید به نام روش تامین مالی ریسک است. در روش دوم تنها هدف، کمک به آسیب‌دیدگان نیست بلکه کاهش بار مالی دولت و ارتقا توانایی افراد برای بازگشت به شرایط قبل از حادثه طبیعی است. این صندوق از ملزومات توسعه پایدار در کشورها خصوصاً کشورهایی که با حوادث و سوانح طبیعی فاجعه‌آمیز روبرو هستند، بررسی تطبیقی و تجزیه و تحلیل مدل‌های جبران خسارت در پنج کشور ترکیه، زلاندنو، ژاپن، آلمان، سوئیس که از کشورهای زلزله‌خیز در قاره‌های مختلف جهان هستند نشان می‌دهد که در تمام این کشورها صندوق حوادث طبیعی فاجعه‌آمیز تاسیس شده است که با هدف مقابله با آثار ویرانگر حوادث طبیعی و جبران خسارت‌های ناشی از بلایای طبیعی فعالیت کنند.

1. Maria Typhoon

## ۴. دیدگاه: بیمه و اینترنت اشیا

برای بسیاری مفهوم «خانه هوشمند»<sup>۱</sup>، یک ایده آینده‌نگری و شاید حتی فانتزی محسوب می‌شود که در آن، به‌طورمثال، چراغ‌ها به‌طور خودکار هنگام خواب خاموش می‌شوند، ترموستات خانه با گوشی تلفن همراه کنترل می‌شود و دوربین‌های امنیتی می‌تواند به شما نشان دهند که در خانه شما از هزاران کیلومتر آن طرف‌تر چه اتفاقی می‌افتد. اما، همانطور که می‌دانیم، ما در دوران جنینی اینترنت اشیا (IoT)<sup>۲</sup> به سر می‌بریم. به‌طور عمده، ابزارهای پیشرفته‌تری وارد بازار می‌شود و به‌زودی مشتریان مزایای امنیت شخصی پیشرفته‌تر و ایمنی منزل مطلوب‌تری را تجربه خواهند نمود. شرکت‌های بیمه پیشرو نه تنها توان بالقوه کاهش خسارت‌های غیرحوادث فاجعه‌بار را شناخته‌اند، بلکه در حال ارائه تخفیف برای خانه‌های هوشمند به عنوان مشوقی برای مشتریانی که از این فن‌آوری‌ها استفاده می‌کنند، هستند. بیاید به برخی از این فن‌آوری‌های قدرتمند و توان بالقوه آنها برای کاهش یا پیشگیری از خطرات مهمی مانند آب، آتش و سرقت نگاهی بیندازیم:

(۱) **محصولات پیشرفته امنیت منزل:** تعداد بیشماری از مالکین منازل احساس نمی‌کنند که نیازی به رصد منزل‌شان در برابر سرقت باشد. اما، بسیاری از ابزارهای اینترنت اشیا، قابلیت‌های خود-نظارتی پایه را به عنوان مزایای ثانویه دارا هستند. از دوربین فیلم‌برداری ثبت فیلم ۷ x ۲۴ تا قفل قابل کنترل و چراغ‌های روشنایی حساس به حرکت، این‌ها ابزارهایی هستند که مالکین منزل از قابلیت‌های امنیتی تعبیه‌شده در آن بهره‌مند می‌شوند.

(۲) **ردیابی نشتی:**<sup>۳</sup> به‌طور سنتی، محصولات بیمه‌ای مربوط به نشتی تنها بر یک نقطه متمرکز بوده است مانند زیر ظرف شویی یا مخزن آب گرم. این درحالی‌است که بسیاری از این ابزارها نسبت به قیمت‌شان، مزیت بالایی دارند اما به‌سختی می‌توان از منظر برنامه‌نویسی، کاهش خسارت توسط این ابزارها را تأیید کرد، زیرا تا حد زیادی جای نشتی به محل سنسور مرتبط است. در عین حال، اشکال جدیدی از ردیاب‌های نشتی وارد بازار شده‌اند که کل خانه را رصد می‌کند و دارای سنسورهای جریان آب در لوله‌های اصلی یا دستگاه‌های سبکی که روی کف اتاق کار گذاشته می‌شوند، هستند. علاوه بر این، چندین ابزار قطع آب و برق نیز به بازار عرضه شده است. بسیاری از این ابزارها، نیاز به نصب حرفه‌ای

1. Smart home  
2. Internet of Things  
3. Leak detection

دارند؛ اما این قابلیت را دارند که به طور خودکار آب ورودی به لوله اصلی منزل را با کمترین نشتی و بر اساس الگوی کارکرد غیرمعارف که شناسایی می‌کنند، قطع کنند. اگر یک خانه به طور خودکار به ترکیب لوله یا توالی خراب عکس‌العمل نشان دهد، خسارت‌های آبی ممکن است تا حد زیادی کاهش یابد.

**۳) آذیرهای متصل، هشیار و حساس به دود:** آذیرهای حساس به آتش، زندگی بسیاری را نجات داده است اما طراحی اصلی آن با هدف هشدار به ساکنین نسبت به آتش‌سوزی است تا قادر باشند به سرعت از منزل خارج شوند. متأسفانه، اگر هیچ‌کس در خانه نباشد تا آذیر خطر را بشنود، هیچ گزینه‌ای وجود ندارد که آتش را پیش از رسیدن به یک خسارت کلی متوقف کرد. اما نسل جدید آذیرهای خطر متصل و هشیار<sup>۱</sup> - که در کنار آذیر خطر تعبیه شده و سیگنال ارسال می‌کند - نه تنها می‌تواند به مالک منزل پیام بفرستد بلکه قادر است به فرد یا مرکزی که می‌تواند نیروهای کمکی برای اطفای حریق بفرستد، نیز هشدار دهد. تصور این که ابزارهای متصل ایمنی، به طور چشم‌گیری خسارت‌ها را کاهش می‌دهند، زیاد دور از ذهن نیست.

وجه جالب توجه تمامی این پیشرفت‌ها، بهبود تصاعدی آنها نسبت به دستگاه‌های امنیتی قبلی است که این سبب می‌شود بتوان یک تحلیل اکچوئرال و دلیل نظارتی برای تخفیف‌های بیشتر ارائه داد. اما این پیشرفت‌ها هنوز در اول راه هستند...

دستگاه‌های متصل تنها به خاطر اینکه هوشمند هستند، خاص محسوب نمی‌شوند بلکه به خاطر داشتن قابلیت اشتراک‌گذاری و ابری<sup>۲</sup> بودن و انجام پردازش‌های قدرت‌مندتر و به صرفه‌تر است که بسیاری را به فکر استفاده از آنها انداخته است. به همین سبب، حجم قابل توجهی از نوآوری‌ها در فضای تجزیه و تحلیل داده‌ها<sup>۳</sup> به وجود آمده‌اند و تنها چند فن‌آوری هستند که تقریباً با قطعیت می‌توان گفت بر کاهش خسارت اثر قابل توجهی می‌گذارند که عبارتند از:

**۱) تحلیل در زمان واقعی<sup>۴</sup>:** هرچه اطلاعاتی که می‌توان در زمان واقعی تحلیل نمود، بیشتر باشد، چه از چند سنسور یا دستگاه یا حتی سوابق داده‌ها، دقت شناسایی زود هنگام وضعیت خطر آفرین بیشتر

1. Connected alarms and listener  
2. Cloud  
3. Data analytics  
4. Real-time analytics

می‌شود. برای مثال، افزایش سریع دمای سنسور ممکن است نشانه‌ی آتش‌سوزی باشد اما می‌تواند به دلیل نور مستقیم خورشید نیز باشد. ردیابی بلندمدت داده‌های دمایی می‌تواند وضعیت نرمال و غیرنرمال را به ما نشان دهد. شاید حتی سنسورهای جریان آب، تشخیص دهند که آب زیادی در جریان است مانند آب دوش حمام اما هنگامی که داده‌های مربوط به سنسور شناور با سیستم آژیر بررسی شود و معلوم شود که کسی در خانه نیست زیرا آژیر خطر روی حالت «بیرون از خانه» تنظیم شده است، به طور قطع می‌توان گفت که یکی از لوله‌های خانه ترکیده است.

۲) **منطق عکس‌العمل خودکار**<sup>۱</sup>: دستگاه‌های متصل، عکس‌العمل خودکار مناسبی از خود نشان می‌دهند. مالکین منزل قادر خواهند بود تا در صورت شناسایی موقعیت‌های اضطراری، اقدامات لازم را به طور منظم به عمل آورند. برای مثال، هنگامی که آژیر خطر به صدا درمی‌آید، اقدامات ذیل باید صورت پذیرد: الف) یک عکس توسط هر دوربین ثبت کنید و دمای هر سنسور در خانه را بررسی کنید؛ ب) داده‌ها را به تمامی اعضای خانواده که در منزل هستند، ایمیل یا پیام کنید و از آنها بخواهید صحت و سقم آن را تشخیص دهند؛ ج) اگر طی ۶۰ ثانیه هیچ نوع پاسخی دریافت نکردید، این پیام را به فرد یا مرکز ثالث برای اقدام ارسال نمایید. خودکارسازی با دخالت انسانی می‌تواند عکس‌العمل دقیق‌تر و اثربخش‌تری به همراه داشته باشد.

۳) **تحلیل پیشگویانه**<sup>۲</sup>: در نهایت، بهترین راه کاهش خسارت‌ها، پیشگیری از بروز مشکل پیش از رخداد است. در اینجا است که به توان پردازش بالایی نیاز است و پیش از هر چیز، باید رضایت مشتریان برای تحلیل داده‌های‌شان را کسب نمود. خانه‌های متصل، داده‌های خروجی فراوانی را تولید می‌کنند و سبب پیش‌بینی عملکرد می‌شوند. تناوب این داده‌ها، می‌تواند مراحل اولیه مشکل را برای ما نشان دهد. برای مثال، سیستم HVAC<sup>۳</sup> یا همان گرمایش، تهویه و تهویه مطبوع، کاهش جریان هوا در تابستان را نشان می‌دهد که می‌تواند نشان‌دهنده مشکل در سیستم گرمایش گازی باشد. شرکت‌های بیمه بسیار علاقمند هستند تا از عملکرد HVAC پیش از رسیدن زمستان اطمینان حاصل نمایند تا از ریسک یخ‌زدگی لوله‌ها جلوگیری نمایند. علاوه بر این، مانند فن‌آوری تله‌ماتیک<sup>۴</sup> و بیمه خودرو، به یقین

1. Automated response logic  
2. Predictive analytics  
3. Heating, Ventilating and Air Conditioning  
4. Telematics

می‌توان گفت که رفتار مشتری باید تحلیل شود، زیرا به‌طور قطع همواره رابطه‌ای بین مالکین با احتیاط و کاهش خسارت وجود دارد.

در حالی که پیشرفت در دستگاه‌های فوق، در حال تکامل است، اما این قابلیت‌های هوشمند و پیشرفته، انقلابی در الگوهای خسارت<sup>۱</sup> ایجاد نموده‌اند. هرچه فن‌آوری‌ها، پیشرفته‌تر شوند، وابستگی به پیشگیری از خسارت در رابطه با رفتار انسانی کاهش می‌یابد. برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) را کلیک نمایید.

**منبع:** انشورنس ثات لیدرشپ، آگوست ۲۰۱۸

#### نکته:

دفتر فناوری‌های نوین مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارشی به بررسی موضوع اینترنت اشیا در ایران پرداخته و تاکید کرده که حفظ امنیت، بزرگترین چالش اینترنت اشیا در ایران خواهد بود. این دفتر در گزارش خود متذکر شده، در دنیای کسب و کار مدرن، دسترسی به اطلاعات بیشتر و بهتر به منزله کنترل بهتر آینده است.

دراختیار داشتن اطلاعات در مورد تولید محصولات و خدمات منجر به تسهیل زندگی بشر می‌شود. اینترنت اشیا نیز براساس همین هدف یعنی دریافت، ثبت و ارسال اطلاعات برای استفاده، تحلیل و بهبود محصولات و خدمات و درنهایت استفاده کاربران، مطرح شده و توسعه یافته است.

اینترنت اشیا می‌تواند توانایی انسان‌ها را در مدیریت و پردازش اطلاعات افزایش دهد. این فناوری برای ایجاد تحول در صنایع، سبک زندگی و کسب و کار انسان‌ها از ظرفیت‌های بسیار زیادی برخوردار است. در دنیای مبتنی بر اینترنت اشیا عدم دسترسی به داده‌ها بی‌معناست و چنین بستری درنهایت به افزایش کارآیی نیروهای کار منجر خواهد شد. از سوی دیگر امکان برقراری ارتباط با مصرف‌کنندگان کالا و خدمات به منظور ارائه راهکارهای بهتر بر مبنای نیازهای آنها به بهینه‌سازی هزینه‌های زنجیره تولید و عرضه کالا و خدمات منجر می‌شود.

با این حال لازم است نگرانی‌های مطرح در مورد امنیت و حریم شخصی را نیز همواره در نظر داشت. با افزایش تعداد ابزارها و وسایل متصل به اینترنت، امکان حمله به آنها افزایش خواهد یافت و در چنین

---

1. Loss model

شرایطی ایجاد تعادل نسبی میان تأمین امنیت و استفاده از ابزارها و امکانات اینترنت اشیا به یک ضرورت تبدیل خواهد شد.

در باب امنیت، با توجه به تنوع کاربرد و کارکرد محصولات مختلف، موارد بسیار متعددی را می‌توان از مصادیق بالقوه مشکلات امنیتی در آی او تی ( IOT ) دانست اما مواردی که بیش از سایرین دارای اهمیت می‌باشند و به نوعی بصورت عام در عمده این محصولات می‌توانند وجود داشته باشند به شرح زیر می‌باشد:

- **در دسترس همگان قرار گرفتن دستگاه‌ها:** مانند دوربین‌های مدار بسته ای که به درستی تنظیم نشده و دیگران نیز می‌توانند به آنها دسترسی داشته باشند.

- **آسیب پذیری در برابر هکرها:** در بیشتر دستگاه‌ها، زمان و انرژی مورد نیاز توسط تولید کننده برای ایمن سازی در برابر حفره‌های امنیتی و راه‌های جلوگیری از نفوذ صرف نشده است.

- **کمبود دانش شرکت‌های تولیدکننده برای ایمن سازی:** با توجه به رشد سریع تولید این محصولات و ایجاد شرکت‌های جدید در این حوزه، بیشتر تولید کنندگان حتی دانش مورد نیاز برای ایمن سازی دستگاه‌ها را ندارد.

- **نبود بستر مناسب برای ایمن سازی:** اضافه بر مواردی که می‌باید در امنیت اپلیکیشن‌ها و نرم افزارها در نظر گرفته شود، بستر استفاده دستگاه‌ها نیز مانند شبکه ارتباطی آنها دارای مشکلات امنیتی می‌باشد.

شرکت کلادفلیر ( CloudFlare ) طی ماه‌های اخیر در حال ایجاد سرویسی جدید به نام Orbit جهت ایجاد ارتباط امن بین سرورهای شرکت‌های سازنده به دستگاه‌ها می‌باشد تا دستگاه‌ها بدون مشکل آپدیت گردند. با توجه به تعداد زیاد دستگاه‌ها، آپدیت آنها چالش بزرگی بوده که ایمن نبودن این بستر فرصت را برای ارسال اسکریپت‌های آلوده برای هکرها فراهم می‌آورد. با استفاده از این سرویس تولید کنندگان به صورت هم زمان امکان آپدیت میلیون‌ها دستگاه را خواهند داشت. البته هنوز سرویس مورد نظر به صورت کامل عرضه نشده ولی این مورد نشان دهنده تمایل شرکت‌های فعال در حوزه امنیت برای ورود به این بازار بزرگ و آینده‌دار می‌باشد. با این اوصاف در سال‌های آتی می‌باید منتظر ظهور کسب و کارهای جدیدی باشیم که به طور تخصصی در حوزه امنیت اینترنت اشیا فعالیت می‌نمایند.

## ۵. ای.اوان: رسانه‌های اجتماعی ریسک شهرت شرکت‌ها را دو برابر کرده است

رخداد‌های مربوط به شهرت مانند حملات سایبری دارای اثری مستقیم بر قیمت سهام دارد. این مطلبی است که یافته‌های مطالعه جدید پنتلند آنالیتیکس<sup>۱</sup> و ای‌اوان نشان می‌دهد. این مطالعه که با عنوان «ریسک شهرت<sup>۲</sup> در عصر سایبری ۲۰۱۸» ارائه شده است، به بررسی ۱۲۵ مورد رویداد مربوط به شهرت طی دهه گذشته می‌پردازد که اثرات آن بر ارزش سهام یک شرکت طی یک سال را تحلیل می‌نماید.

این گزارش نشان می‌دهد که از زمان ورود شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی، اثر رخداد‌های مربوط به شهرت بر قیمت سهام دو برابر شده است. در صورت بروز یک بحران از این قبیل، اندازه شرکت و مقبولیت زیاد آن، هیچ اثری بر از دست رفتن ارزش سهام آن نداشته است.

راندی نورنز<sup>۳</sup>، مدیر مشتریان بنگاه در ای‌اوان می‌گوید: «اگرچه آگاهی و ابزارهای مدیریت ریسک، پیشرفت نموده است، اما ریسک شهرت به عنوان دغدغه اصلی مدیران شرکتی محسوب می‌شود. طی ۱۰ سال گذشته، ریسک شهرت یکی از بالاترین رتبه‌ها در پیمایش<sup>۴</sup> دوسالانه جهانی مدیریت ریسک ای‌اوان را به خود اختصاص داده است.» وی ادامه می‌دهد: «شرکت‌های پیشرفته که از یک چارچوب ریسک استوار استفاده می‌کنند، نه تنها رخداد‌های شهرت را بهتر ردیابی می‌کنند، بلکه اغلب، ارزش [سهام] در زمان پس از حادثه را نیز پیش‌بینی می‌کنند.»

یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که شرکت‌ها ممکن است ۲۰ درصد بر ارزش خود بیفزایند یا ۳۰ درصد آن را از دست بدهند و همه این موارد، به آمادگی در برابر ریسک شهرت و رفتار مدیریتی، بلافاصله بعد از وقوع یک بحران بستگی دارد.

این مطالعه، محرک‌های کلیدی جبران موفق نسبت به یک رخداد شهرت را شناسایی نموده است که عبارتند از:

۱. ارتباطات مربوط به بحران شهرت باید سریع و جهانی باشد.

۲. درک صداقت و شفافیت، ضروری است.

۳. مسئولیت اجتماعی فعال، حیاتی است.

دکتر دبرا پرتی<sup>۴</sup>، مدیر پنتلند آنالیتیکس می‌گوید: «فن‌آوری‌های جدید مانند رباتیک، هوش مصنوعی و

1. Pentland Analytics  
2. Reputation risk  
3. Randy Norenes  
4. Deborah Pretty



بیونیک یا خلاقیت‌شناسایی طبیعت<sup>۱</sup> همگی نیازمند مراقبت مستمر دارد. پیشرفت‌های فن‌آوری، ریسک شهرت را بالا برده است زیرا خبرپراکنی بین مردم آسان‌تر، سریع‌تر و ارزان‌تر شده است.»

تحقیق اصلی اثرات بحران‌ها بر ارزش سهام اولین بار توسط پرتی در سال‌های ۱۹۹۳ و ۲۰۰۰ صورت پذیرفته بود. همچنین، این مطالعه به بررسی توان متفاوت شرکت‌ها برای جبران در صورت بروز بحران و نیز اثر شهرت در صورت عدم وجود خسارت بدنی پرداخته است. در ویرایش ۲۰۱۸ این مطالعه، توجه ویژه‌ای به رشد رسانه‌های اجتماعی و اثر ارزش در حملات سایبری شده است.

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

منبع: ای‌اوان، آگوست ۲۰۱۸

### نکته:

اگر برند، وجهه درونی یک شرکت است، شهرت وجهه بیرونی آن است. بنابراین، ریسک‌هایی که شهرت شرکت‌ها را تهدید می‌کنند می‌توانند از هر جایی باشند. کنترل اثرات مالی شهرت آسیب‌دیده شرکت برای هیأت‌مدیره کار سختی است و براساس گزارشی موسوم به «ریسک آسیا» این اثرات حتی از تغییرات آب و هوایی زمین یا حملات سایبری مخرب‌تر است.

تخریب شهرت شرکت به دلیل اتصال به ریسک‌های دیگر می‌تواند بدتر و بدتر شود. در گزارش مذکور، شرکت‌کنندگان در یک نظرسنجی «آسیب وارد شده به شهرت/ برند شرکت» را جزو ریسکی رتبه‌بندی کرده‌اند که بیشترین ارتباط را با ریسک‌های زیست‌محیطی، ناآرامی اجتماعی و نقض قوانین دارد.

به علاوه، شرکت‌ها به‌طور فزاینده‌ای بر اساس دارایی‌های ناملموس ارزش‌گذاری می‌شوند. کاهش ریسک‌های مرتبط با شهرت شرکت، کانون میزگرد اخیری در مدرسه کسب‌وکار INSEAD بود که کارشناسان و دانشگاهیان را گرد هم آورد تا در مورد این موضوع و چگونگی حفاظت شرکت‌ها در برابر آسیب شهرت تبادل نظر کنند.

### ارزش شهرت

اولین مانعی که شرکت‌ها در حفاظت خود علیه آسیب‌های شهرت با آن مواجهند، تعیین کمیت آن است. شهرت مثل برند یک مفهوم کیفی است. اما اعتمادآفرینی مثل ارزش برند کاری ضروری است. موسسه S&P ریسک شهرت را به فاکتورهای ارزیابی مدیریت ریسک بنگاهی خود افزوده است. لیزا سولودره،

1. Bionics

از مدیران گروه RL معتقد است مدیریت ریسک شهرت یعنی هم مجوز قانونی فعالیت یک شرکت و هم مجوز اجتماعی آن برای رشد و نوآوری.

توانایی یک بنگاه برای اعتماد آفرینی دوباره بعد از حوادث مخرب به شدت تحت تاثیر بحران مالی جهانی بوده و ریسک‌های شهرت به‌طور فزاینده‌ای در حال ظهور هستند. این یعنی هیات‌مدیره شرکت‌ها باید چارچوب‌های ریسک شهرت را برای حفاظت از شهرت خود ایجاد کنند. مشکل این است که هیات‌مدیره‌ها علاوه بر آن ترجیح می‌دهند سازمان‌های خود را با شرایط کمی بسنجند.

## اولویت‌ها

سولودره برای غلبه بر این مشکل، تجربه خود را در مشارکت با یک موسسه مالی جهانی و دخالت دادن هیات‌مدیره در این موضوع به اشتراک گذاشت. گزارش او شامل ۱۳۰ صفحه از ریسک‌هایی بود که باید از آنها اجتناب شود، اما او و تیمش تلاش کردند این تعداد را به ۳۰ ریسک اصلی که برای شرکت‌ها موانع قانونی ایجاد می‌کنند، کاهش دهند.

به‌منظور سازگاری بیشتر ریسک با میزان تحمل شرکت‌ها، یک تیم دیگر متشکل از رهبری کاربردی چندوظیفه‌ای شکل گرفت تا ریسک‌های نوظهور را در نظر داشته باشد. سولودره همچنین به این نکته توجه کرده که سازمان باید در مورد هر یک از ۳۰ ریسک موجود موقعیت واحدی داشته باشد تا ارتباط مناسبی با ذی‌نفعان کلیدی برقرار شود. سولودره چارچوب لازم را برای تعریف و مدیریت ریسک‌های شهرت مطابق زیر مشخص کرده است:

۱. شناسایی ریسک

۲. ارزیابی ریسک‌های شهرت

۳. اولویت‌بندی ریسک‌های شهرت

۴. کاهش ریسک

۵. سنجش عملکرد شهرت

## سنجش ریسک

سارا گوری (Sara Gori)، مدیر ریسک شهرت شرکت بیمه آکسا (AXA) می‌گوید شرکت او با این موضوع مثل هر ریسک دیگری مانند ریسک اعتبار، نقدینگی، بازار یا ریسک‌های قانونی رفتار می‌کند. این شرکت مثل رویکرد سولودره، ابتدا ریسک‌های شهرت بالقوه را شناسایی و سپس آنها را ارزیابی و

اولویت‌بندی می‌کند.

سازمان باید این سوال را مطرح کند که «کدام ریسک‌ها پتانسیل آن را دارند که تاثیری منفی بر شهرت یک شرکت داشته باشند؟ میزان تحمل ریسک ما چقدر است؟» به‌عنوان مثال، اگر یک مشتری نظری را در مورد سازمان به صورت عمومی منتشر کند و بگوید «من شرکت X را دوست دارم یا از آن متنفرم» ریسک شهرت مورد توجه قرار خواهد گرفت، اما چنین ریسکی قابل تحمل است؛ درحالی‌که ریسک‌های ناشی از فساد داخل شرکت قابل تحمل نیستند. شرکت آکسا هر ریسک را با یک چراغ راهنمایی و رنگ‌های قرمز، زرد و سبز مقایسه می‌کند که به ترتیب نشان‌دهنده ریسک بالا، متوسط و کم هستند. این باعث می‌شود شرکت دریابد ریسک‌های شهرت بالقوه کدامند. به‌عنوان مثال، می‌توان در نظر گرفت چه تعداد مدیر یا کارمند سالانه شرکت را ترک می‌کنند. سپس آنها به پیشگیری روی می‌آورند تا مشکل را ریشه‌ای حل کنند. توصیه‌گوری این است که مسائل مربوط به شهرت، بر اساس توانایی شرکت‌ها برای مقابله با ریسک‌ها اولویت‌بندی شود.

### سنجش میزان آسیب شهرت

تلاش برای تبدیل کردن ریسک‌های کیفی به ریسک‌های کمی چالش‌کلیدی است. مساله شهرت یک شرکت می‌تواند با یک فاجعه عملیاتی شروع شود که شهرت یک شرکت را به مدت چند ماه یا حتی چند سال خدشه‌دار کند. برطرف کردن مشکلی که در رابطه با شهرت یک شرکت به وجود آمده کار غیرممکنی نیست.

گیلس هیلاری، استاد مدرسه کسب و کار INSEAD، مراحلی را که کمیته بین‌المللی المپیک بعد از یک رسوایی رشوه‌گیری طی کرده، برای مقابله با آسیب‌های شهرت موثر می‌داند و این مراحل را این‌گونه خلاصه کرده است: معذرت‌خواهی فوری، بازخواست و تنبیه عوامل، اصلاح مشکل. البته پیشگیری بهتر از درمان است. در نهایت به این نتیجه می‌رسیم که منبع هر آسیبی که به شهرت یک شرکت وارد می‌شود، وجود فرهنگی است که امکان چنین واقعه‌ای را ایجاد کرده است.

پیشنهاد گوری این است که یک منبع اطلاعاتی ریسک در فرهنگ شرکت‌ها ایجاد شود تا چارچوب‌هایی برای تسهیل اطلاع‌رسانی به موقع تضمین شوند. این موضوع باید توسط سطوح بالای سازمان اجرایی شود.

## ۶. بهبود نرخ بیمه‌های تجاری در جهان توسط رشته اموال

یافته‌های یک گزارش اخیر نشان می‌دهد که قیمت‌های بیمه تجاری در جهان به افزایش خود ادامه می‌دهند و دلیل اصلی آن نیز بیشتر به علت بهبود در قیمت‌ها در رشته‌های اموال بوده است. این مطلبی است که اندکس مارش از بازار بیمه جهان<sup>۱</sup> نشان می‌دهد و می‌افزاید: قیمت‌های بیمه تجاری در سه ماهه دوم سال ۲۰۱۸ برای سه دوره متوالی افزایش یافته است.

این رشد اساساً به دلیل قیمت‌های بیمه در رشته‌های اموال بوده و همچنان تحت تأثیر خسارت‌های حوادث فاجعه‌بار سال ۲۰۱۷ و افزایش‌ها در رشته‌های مالی و حرفه‌ای<sup>۲</sup> است.

به‌طور جهانی، قیمت بیمه اموال، به‌طور متوسط، ۲/۳ درصد افزایش داشته است. همچنین، در سه ماهه اخیر سال ۲۰۱۸، قیمت رشته‌های مالی و حرفه‌ای به‌طور متوسط ۳/۳ درصد افزایش از خود نشان داده است. در عوض، قیمت بخش حوادث، به‌طور متوسط، شاهد کاهش ۱/۴ درصدی بوده است.

در بیشتر مناطق جهان، افزایش قیمت گزارش شده است که به‌طور متوسط استرالیا بیشترین افزایش را شاهد بوده است اما قاره اروپا و آسیا، کاهش در قیمت‌ها را تجربه نمودند.

دین کلیشورا<sup>۳</sup>، رئیس معاملات جهانی مارش اظهار می‌دارد: «به‌طور کلی قیمت‌ها در تمامی رشته‌ها، ثبات داشته‌اند و ظرفیت بازار همچنان بالا است.»

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

منبع: برمودا انشورنس، آگوست ۲۰۱۸

### نکته:

بیمه‌های اموال یک شاخصه اصلی از بیمه خسارت است و از جمله مهمترین و وسیع‌ترین انواع بیمه به شمار می‌آید. با توجه به اینکه این نوع از بیمه متوجه اموال مختلف بیمه‌گذار است، تنوع بسیاری در زیرمجموعه‌های خود دارد؛ به طوری که متمایز و شمارش کردن آنان کاری دشوار است. در دیدگاه حقوقی بحث راجع به تعهدات طرفین بیمه از جمله مهمترین مباحث آن به حساب می‌آید چرا که با شناسایی و بررسی تعهدات و وظایف طرفین و ضمانت اجرای ناشی از نقض آن، مسئولیت حقوقی طرفین بیمه مشخص می‌شود.

1. Marsh's Global Insurance Market Index  
2. Financial and professional lines  
3. Dean Klisura

بیمه اموال قدیمی ترین نوع بیمه محسوب می‌شوند، شروع عملیات بیمه ای به مفهوم رایج کنونی آن با یکی از مهمترین بیمه‌های اموال یعنی بیمه آتش سوزی بوده است. این نوع از بیمه‌ها به بیمه گذار در برابر زیان‌های ناشی از عیب، نقض یا فقدان اموال تامین می‌دهد. هدفی که در این نوع از بیمه‌ها دنبال می‌شود، آن است که خسارات وارده به اموال بیمه گذار جبران شود.

اما پرسش اصلی در این میان آن است که مقصود از مال چیست و یا به عبارتی دیگر چه نوع اموالی را می‌توان تحت پوشش این نوع از بیمه‌ها قرار داد. مال در اصطلاحات اقتصادی و حقوقی به چیزی گفته می‌شود که ارزش داد و ستد دارد و در برابر آن پول یا مال دیگر داده می‌شود. بنابراین مال در اصطلاح حقوقی به چیزی گفته می‌شود که دارای ارزش اقتصادی است. پس هر آنچه از این شرایط برخوردار باشد می‌تواند موضوع قرارداد بیمه اموال شود.

با این تعریف گستردگی بیمه اموال نمایان می‌شود اما به طور کلی می‌توان گفت که مهمترین آنها عبارتند از بیمه حمل و نقل یا باربری، بیمه بدنه اتومبیل، بیمه کالا، بیمه آتش سوزی، بیمه کشتی، بیمه محصولات کشاورزی، بیمه هواپیما، بیمه دام، بیمه کامپیوتر، بیمه سرقت، بیمه اعتبار و بیمه تضمین هستند.

یکی از اصول بیمه در قراردادهای بیمه از جمله بیمه اموال، اصل نفع بیمه ای است. منظور از نفع بیمه ای آن است که بیمه گذاری که با بیمه گر خود قراردادی را منعقد می‌کند، باید نفعی در بیمه داشته باشد. هرچند که از قراردادهای بیمه اینگونه دریافت می‌شود که بیمه گران، مال یا شیئی را بیمه می‌کنند اما واقعیت آن است که در قرارداد بیمه، آنچه بیمه می‌شود شخص مالک یا مسئول آن مالی است که در صورت خسارت دیدن یا از بین رفتن آن، متضرر می‌شود نه خود مال و کالا.

پس در اصل نفع بیمه ای ایجاد یک رابطه صحیح و قانونی بین مال و بیمه گذار بسیار حائز اهمیت است و تنها در چنین شرایطی قرارداد مناسبی منعقد می‌شود چراکه شخصی که هیچگونه رابطه حقوقی با مال ندارد هیچ گاه به عنوان بیمه گذار شناخته نمی‌شود.

هدف نهایی بیمه گذار از انعقاد قرارداد بیمه آن است که در صورت تحقق خطر، بیمه گر وارد عمل شده و جبران خسارت کند البته تحقق چنین شرایطی مستلزم آن است که بیمه گذار به تمامی وظایف و تعهدات خویش در قبال بیمه گر عمل کند و تا این تعهدات به خوبی اجرا نشود، جبران خسارت از سوی بیمه گر منتفی خواهد بود و یا جبران آن به صورت کامل محقق نمی‌شود.

پس هرگاه بیمه‌گذار تعهدات خویش را به صورت کامل و درست انجام داد، در صورت بروز حادثه بیمه‌گر نیز بایستی به تعهدات خویش در قبال بیمه‌گذار عمل کند و طبق بیمه‌نامه و قرارداد منعقد شده، جبران خسارت کند.

شایعترین شیوه جبران خسارت در بیمه‌های اموال پرداخت نقدی زیان وارده است. اگر ارزش قانونی مورد بیمه شده در بیمه‌نامه پیش‌بینی شده باشد، خسارت قابل پرداخت از مبلغ بیمه شده تجاوز نمی‌کند چرا که این مبلغ با حق بیمه دریافتی مطابقت دارد و بیمه‌گر نمی‌تواند از تعهد خود خسارت بیشتری را بپردازد. اما اگر مبلغ در بیمه‌نامه پیش‌بینی نشده باشد، بر اساس قیمت مورد بیمه شده در زمان وقوع حادثه بیمه‌گر متعهد به پرداخت خسارت است.

در هر دو شرایط حداکثر مبلغ پرداخت شده توسط بیمه‌گر محدود به خسارت واقعی خواهد بود و مبلغ دریافتی نمی‌تواند بیشتر از خسارت واقعی باشد. یکی دیگر از روش جبران خسارت نیز جایگزینی یا تعمیر مورد بیمه شده است.

## ۷. چگونه اقتصاد مشارکتی به بیمه شکل جدیدی بخشیده است

اقتصاد مشارکتی<sup>۱</sup>، نظام اقتصادی است که مبتنی بر بهره‌برداری از فن‌آوری برای به اشتراک گذاری دارایی‌ها یا خدمات بین افراد و سازمان‌ها است. مشارکت‌کنندگان در اقتصاد مشارکتی از آن بهره می‌برند، زیرا می‌توانند گزینه‌ای منعطف و به‌صرفه نسبت به دیگر نظام‌های اقتصادی به‌همراه داشته باشند. به این ترتیب، اقتصاد مشارکتی، کالا و خدمات را به کسانی که دسترسی به آن ندارند، ارائه می‌دهد. بحث‌های گسترده‌ای درباره این که تاچه حد شبکه سریع تراکنش‌های مشتری-به-مشتری<sup>۲</sup> که بزرگ‌ترین عنصر اقتصاد مشارکتی است، توانسته است فرصت‌های جدیدی برای صنعت بیمه به همراه آورد، ارائه شده است. دیدگاه مورد توافق میان بیمه‌گران آن است که این بازار، بالقوه، وسیع، با رشدی سریع و درعین حال، هنوز توسعه نیافته است و ارائه بیمه در آن دشوار بوده زیرا در این فضا ارائه محصولات سنتی، مرزهای بین رشته‌های اشخاص و تجاری را مبهم می‌سازد. در آوریل سال ۲۰۱۸، لویدز گزارشی با عنوان «به اشتراک گذاری ریسک‌ها، به اشتراک گذاری منافع: چه کسی ریسک را در اقتصاد مشارکتی بر دوش می‌کشد؟» منتشر کرد.

1. Sharing economy

2. Consumer-to-consumer transaction

یافته‌های عمده‌ی این گزارش عبارت است از:

- مشتریان در اقتصاد مشارکتی انتظار دارند تا نسبت به ریسک تراکنش‌ها، پوشش داده شوند؛
- مشتریان و بسترهای مشارکتی<sup>۱</sup>، دارای دیدگاه‌های متضادی نسبت به فرد مسئول این پوشش هستند؛
- بازار دست‌نخورده قابل توجهی از صاحبان سهام<sup>۲</sup> بالقوه وجود دارند که در صورت پوشش بیمه‌ای، آماده مشارکت هستند.

بسترهای باسابقه در اقتصاد مشارکتی، برنامه‌های مدیریت ریسک ایجاد نموده و با همکاری با صنعت بیمه به توسعه آنها می‌پردازند. برای بسترهای کوچک‌تر که قسمت عمده‌ای از اقتصاد مشارکتی را نیز تشکیل می‌دهند، مدیریت ریسک، جزء مراحل اولیه توسعه محسوب می‌شود. صنعت بیمه، نقش مهمی در حمایت از این بسترها در تمامی مراحل رشد و تکامل آنها بازی می‌کند. این مطالعه، با هدف ترویج و توسعه گفتگو بین بسترها و بیمه‌گران انجام شده است و بر اساس مطالعه پیشین، تلاش دارد تا به‌طور سیستماتیک اقتصاد مشارکتی را تحلیل نموده تا درکی از این که در چه فضایی، بیمه می‌تواند به رشد اقتصاد مشارکتی کمک کند، ارائه دهد. همچنین، این مطالعه، افق جغرافیایی اقتصاد مشارکتی را نیز دور از ذهن نداشته است.

مطالعه مذکور توسط شرکت لویدرز، بازار جهانی بیمه تخصصی و اتکائی، انجام پذیرفته و شرکت دلویت<sup>۳</sup> نیز الگوهای نوظهور بیمه را در آن بررسی نموده است. این مطالعه، بررسی گسترده‌ای از ادبیات تجاری و پژوهشی در این زمینه را به انجام رسانده است و در آن از ۸۵۲۷ مشتری در ایالات متحده، چین، آلمان، فرانسه و انگلستان و امارات پیمایش به عمل آورده است. در عین حال، از ۲۰ متخصص در زمینه تخصصی خود مصاحبه نموده و یک پرسشنامه که کاملاً در بستر برخط تهیه و ارائه شده بود، ترتیب داده است و در نهایت، دو کارگاه برای نمایندگان از بسترهای اقتصاد مشارکتی، متخصصین نوآوری و فعالان بیمه برگزار نموده است.

داده‌های مربوط به پیمایش مشتریان در این گزارش، بخش تکمیلی گزارش پیشین لویدرز محسوب نمی‌شود، زیرا نمونه، دوره زمانی و پرسش‌ها متفاوت بوده است.

هدف از این گزارش به شرح ذیل اعلام شده است:

1. Sharing platform
2. Sharer
3. Deloitte

- بررسی اجمالی ریسک‌های کلیدی و راه کارهای بیمه‌ای کاهش آنها برای بسترهای اقتصاد مشارکتی؛  
- کمک به بازار بیمه برای درک بهتر این بخش از اقتصاد و تأکید بر نیاز به ارائه محصولات جدید بیمه‌ای برای آن و نیز وجود فرصت‌های عمده برای توسعه محصول در این بازار جدید.

به طور خلاصه، این پژوهش دریافته است:

- به اشتراک گذاری در حال گسترش است: طی سه سال گذشته، در حدود ۵۰۰ میلیون نفر در ایالات متحده، چین، آلمان، فرانسه، انگلستان و امارات، با هدف دستیابی به سود، دارایی/اموال یا خدمات به اشتراک گذاشته‌اند؛ در همین دوره زمانی، بیش از ۶۸۰ میلیون نفر در این بازارها از آن استفاده نموده‌اند.  
- در حال حاضر، تعدادی از بسترها، مکانیسم‌هایی برای پوشش کاربران، تدارک دیده‌اند مانند بیمه تراکنش<sup>۱</sup> و طرح‌های ضمانت. برای کاربران اینکه این پوشش توسط بستر اشتراکی تأمین شود یا خیر، یکی از گزینه‌ها محسوب می‌شود.

- مرور اجمالی بازار نشان می‌دهد که تعداد فزاینده‌ای از بسترهای اقتصاد مشارکتی به کاربران‌شان، بیمه‌ای ارائه می‌دهند که به صورت خودکار در هر تراکنش تعبیه شده است. آمارها نشان می‌دهد که طی سه سال گذشته، ۵۷ درصد از افراد بزرگسالی که در اقتصاد مشارکتی خدمات و محصول ارائه داده‌اند، از طریق صدور خودکار بیمه، تراکنش آنها پوشش داده شده است.

- از میان فروشندگان خدمات و دارایی مشترک، ۳۷ درصد از سهم‌بران منزل، یک بیمه‌نامه ساختمان یا اموال خریداری یا بیمه‌نامه قبلی خود را بروز نموده‌اند و ۴۹ درصد از سهم‌داران خودرو، یک بیمه‌نامه جدید خودرو خریداری یا بیمه‌نامه پیشین خود را بروز کرده‌اند.

- علاوه بر این، تحلیل لویدز از پیمایش مشتریان، نشان می‌دهد که تقاضای بیمه در میان چهار گروه خاص از مشتریان بیشتر بوده است. این گروه‌ها، فرصت‌های توسعه محصول برای بیمه‌گران و کارگزاران و دیگر ارائه‌دهندگان خدمات ایجاد می‌نماید.

- همچنین، این مطالعه چندین الگوی نوظهور از بیمه اقتصاد مشارکتی شناسایی نموده است؛ برخی، عناصر پوشش‌های تجاری با سابقه را در یک بیمه‌نامه ثابت<sup>۲</sup> ترکیب نموده‌اند و برخی دیگر، پوششی پویا<sup>۳</sup> ارائه می‌دهند که بر اساس ریسک مربوطه، در نوسان بوده و مبتنی بر شرایط تغییر می‌کند.

1. Transaction-embedded insurance  
2. Static policy  
3. Dynamic coverage



- شراکت در بسترهای اقتصاد مشارکتی، یک کانال توزیع عمده شکل می‌دهد. توزیع از طریق بستر مشارکتی، علاوه بر ارائه فرصتی برای کاهش اصطکاک مشتری<sup>۱</sup> در روند خرید بیمه به روش صدور خودکار آن در تراکنش‌ها، توان بالقوه‌ی مطلوب‌تری برای دسترسی مشتری، انتخاب ریسک و توان قیمت‌گذاری در مقایسه با توزیع از طریق بازار آزاد ارائه می‌دهد.

- شرکت‌های فن‌آوری بیمه<sup>۲</sup> در نوآوری در محصولات و خدمات اقتصاد مشارکتی، پیشرو هستند و تاکنون بر روابطی که مشتریان طی زنجیره ارزش<sup>۳</sup> با آن برخورد می‌کنند، متمرکز بوده‌اند. برای دسترسی به منبع خبر، [اینجا](#) و [اینجا](#) را کلیک نمایید.

**منبع:** لویدز و انشورنس ثات لیدرشیپ، آگوست ۲۰۱۸

#### نکته:

اقتصاد مشارکتی (Sharing Economy) یک زیست‌بوم (Eco-system) اقتصادی-اجتماعی است که حول به اشتراک‌گذاری منابع انسانی و فیزیکی شکل گرفته است. این شامل خلق، تولید، توزیع، تجارت و مصرف مشارکتی کالاها و خدماتی است که توسط افراد و سازمان‌ها عرضه می‌شود.

اقتصاد مشارکتی فعلاً در دوران ابتدایی خود به سر می‌برد و در حال حاضر بیشتر با مجموعه‌ای از کسب و کارهای نوپا (Start-ups) و خدماتی که تبادل نظیر به نظیر (Peer to Peer) بین افراد را توسط تکنولوژی فراهم می‌کند، شناخته می‌شود. اقتصاد مشارکتی در ظرفیت کامل خود، یک سیستم جدید اقتصادی-اجتماعی است که در تمامی جنبه‌های زندگی، اشتراک‌گذاری را با همکاری ترکیب کرده است.

مفاهیمی نظیر خرید جمعی، مصرف مشترک، مالکیت مشترک، ارزش‌های مشترک، تعاونی، خلق مشترک، استفاده مجدد، توزیع مجدد، معاملات کالای استفاده شده، نظیر به نظیر، اقتصاد پرداخت به میزان استفاده (Pay-as-you-use Economy)، تامین مالی خرد (Micro Financing)، رسانه‌های اجتماعی (Social Media)، تامین مالی مردمی (Crowdfunding)، منبع باز (Open Source)، داده باز (Open Data) و محتوای کاربر ساخته (User Generated Content) هر یک جنبه‌های مختلفی از اقتصاد مشارکتی را نشان می‌دهند.

1. Consumer friction  
2. InsurTech  
3. Value chain

## اجزای اقتصاد مشارکتی

مردم: مردم، در مرکز اقتصاد مشارکتی و قلب آن محسوب می‌شوند. اقتصاد مشارکتی اقتصاد مردم است. این بدان معناست که مردم شهروندان فعال هستند و در گروه‌های خودشان و جامعه بزرگ‌تر مشارکت می‌کنند. مشارکت‌کنندگان یک اقتصاد مشارکتی، افراد، گروه‌ها، شرکت‌ها، سازمان‌ها و انجمن‌ها هستند که همگی در یک سیستم بهینه اشتراک‌گذاری مشارکت می‌کنند و از منافع آن بهره‌مند می‌شوند. مردم همزمان می‌توانند تامین‌کنندگان کالا و خدمات نیز باشند. آنها خلق‌کننده، مشارکت‌کننده، تولیدکننده، توزیع‌کننده و بازتوزیع‌کننده هستند.

تولید: در یک اقتصاد مشارکتی، مردم، سازمان‌ها و جوامع، به عنوان شرکت‌کنندگان فعال به صورت مشارکتی، جمعی یا تعاونی کالاها و خدمات را تولید یا در تولیدشان مشارکت می‌کنند. امکان تولید برای کسانی که می‌خواهند تولید کنند در دسترس است. تکنولوژی‌های اینترنت و شبکه، توسعه محصولات و خدمات را در یک شکل جمعی فراتر از مرزهای جغرافیایی ممکن می‌کند. تولید محلی با اثر مثبت یا حداقل اثر منفی روی محیط زیست تمجید می‌شود. پرینت سه بعدی، تولید محلی‌تر کالاها و کوتاه شدن زنجیره تامین و افزایش بهره‌وری و دسترسی را ایجاد می‌کند. مسئولیت‌پذیری اجتماعی پررنگ است و خدمات عمومی به صورت گروهی توسط گستره وسیعی از بازیگران در سطوح اجتماعی، خانوادگی، دوستان، جوامع محلی، خیریه‌ها، سازمان‌های اجتماعی، کسب و کارها و دولت، تولید و عرضه می‌شوند و توسعه پیدا می‌کنند.

ارزش و سیستم تبادل: اقتصاد مشارکتی یک اقتصاد ترکیبی است که در آن اشکال مختلفی از تبادل، پاداش‌ها و خلق ارزش وجود دارند. ارزش صرفاً به صورت ارزش مالی دیده نمی‌شود، بلکه گستره وسیع‌تری از ارزش‌های اقتصادی، محیطی و اجتماعی به صورت معادل مهم هستند، به حساب می‌آیند و دنبال می‌شوند. سیستم اقتصاد مشارکتی، واحدهای پولی جایگزین، واحدهای پولی محلی، بانک زمان (Timebank)، سرمایه‌گذاری اجتماعی و سرمایه اجتماعی را می‌پذیرد. اقتصاد مشارکتی بر پایه پاداش مادی و غیر مادی یا اجتماعی است و استفاده بهینه از منابع را تشویق می‌کند. این سیستم پاداش ترکیبی مشارکت کردن در فعالیت‌های تولیدکننده را برای مردم امکان‌پذیر و به آنها برای این کار انگیزه می‌دهد. در اقتصاد مشارکتی، ضایعات نیز دارای ارزش است و به آن به عنوان منبعی در جای نادرست نگاه می‌شود. اقتصاد مشارکتی ضایعات را به جایی که به آن نیاز و دارای ارزش است، منتقل می‌کند.

توزیع: در یک اقتصاد مشارکتی، منابع از طریق یک سیستم کارآمد و منصفانه در مقیاس محلی، منطقه‌ای، ملی و جهانی توزیع و بازتوزیع می‌شوند. مدل‌های مالکیت مشارکتی مانند تعاونی، خرید جمعی و مصرف مشارکتی از امکانات یک اقتصاد مشارکتی هستند که توزیع عادلانه دارایی‌ها را به نحوی که جامعه به عنوان یک کل از آنها منفعت می‌جوید، تقویت می‌کنند. سیستم‌های دموکراتیک مشارکتی، توسعه ساختارها و قوانینی که توزیع عادلانه و کارآمد منابع را در تمام مقیاس‌های جامعه تقویت می‌کند، امکان‌پذیر می‌سازد. منابع بلااستفاده بازتخصیص می‌شوند و یا با منابع کسانی که به آنها نیاز دارند، تبادل می‌گردند تا یک حلقه بسته بهینه و منصفانه ایجاد شود. بازیافت، بازاستفاده و به اشتراک گذاری در طول چرخه عمر محصولات از امکانات رایج یک اقتصاد مشارکتی هستند. ضایعات به عنوان یک منبع در جای نادرست دیده می‌شود و سیستم از تکنولوژی برای توزیع مجدد یا مبادله بلااستفاده‌ها یا دارایی‌های خوابیده، ایجاد ارزش برای مردم، جوامع و شرکت‌ها استفاده می‌کند.

دسترسی بر مالکیت ترویج و ترجیح داده می‌شود و به عنوان مالکیت توزیع شده یا اشتراکی دیده می‌شود. به عنوان مثال عضویت در یک باشگاه ماشین و پرداخت به ازای مصرف، ارجح تر و عاقلانه تر از تحمیل هزینه و هدر دادن منابع و بلااستفاده گذاشتن ظرفیت مالکیت تلقی می‌شود.

سیاره زمین: در یک اقتصاد مشارکتی، مردم و سیاره زمین، در قلب سیستم اقتصادی قرار می‌گیرند. خلق، تولید و توزیع ارزش در هم‌افزایی یا هارمونی با منابع طبیعی موجود و نه به قیمت از بین رفتن کره زمین انجام می‌شود و شکوفایی زندگی بشری را در چارچوب محدودیت‌های محیطی ترویج می‌کند. مسئولیت‌پذیری محیط زیستی شامل هزینه‌های تخریب محیط زیست، بین مردم، سازمان‌ها و دولت‌های ملی توزیع می‌شود.

کالاها و خدمات درون یک اقتصاد مشارکتی به جای اینکه طراحی شده باشند تا کهنه و بلامصرف شوند، برای پایداری طراحی شده‌اند تا نه تنها استفاده مجدد از منابع را ترویج کنند بلکه اثر مثبتی هم روی سیاره‌مان داشته باشند. به عنوان مثال به جای اینکه به سادگی تاثیر منفی از طریق کاهش کربن کاسته شود، یک اقتصاد مشارکتی کالاها و خدماتی را تولید می‌کند که محیط طبیعی را به صورت مثبت تحت تاثیر قرار دهد. یک مثال می‌تواند یک جفت کفش ورزشی باشد که از مواد بازیافت تولید شده و درون‌شان بذر گیاه تعبیه شده است و بعد از تخریب کفش‌ها در محیط زیست، گیاه‌ها رشد می‌کنند.

قدرت: یک اقتصاد مشارکتی شهروندان را هم از لحاظ اقتصادی و هم اجتماعی توانمند می‌سازد و

بازتوزیع اقتصادی و اجتماعی قدرت را امکان‌پذیر می‌کند. هر دو این جنبه‌ها، متصل به یک فرآیند تصمیم‌گیری و سیستم حکومتی مشارکتی، باز، غیرمتمرکز و دموکراتیک در سطح محلی، ملی و جهانی است. این زیست بوم تنومند، باز بودن و به اشتراک گذاشتن فرصت‌ها و دسترسی به قدرت را تسهیل می‌کند. قدرت اشتراکی و توزیع شده است و زیرساخت شهروندان را قادر می‌سازد تا به قدرت و تصمیم‌گیری دسترسی داشته باشند. سیستم‌هایی شبیه تجارت منصفانه که پراخت منصفانه را فعال و ترویج می‌کنند و نابرابری و فقر را کاهش می‌دهند، حمایت و ترجیح داده می‌شوند. این نوع از اقتصاد از مردم حمایت می‌کند تا تبدیل به شهروندان فعال شوند و در جوامع‌شان و توسعه محیطی که در آن زندگی و کار می‌کنند به شدت مشارکت کنند.

قانون مشارکتی: در یک اقتصاد مشارکتی، مکانیزم قانون‌گذاری، دموکراتیک، عمومی و قابل دسترس است. مقررات، سیاست‌ها، قوانین و استانداردها توسط یک سیستم دموکراتیک ایجاد می‌شوند که مشارکت انبوه در تمامی سطوح را فعال و تشویق می‌کند. قوانین و سیاست‌ها، اقدامات مشارکتی را در میان شهروندان و درون کسب و کارها حمایت، امکان‌پذیر و تشویق می‌کنند. قوانین، سیاست‌ها، ساختارها و زیرساخت‌ها سیستمی از اعتمادبخشی را از طریق بیمه‌ها، رتبه‌بندی‌های اجتماعی و تکیه بر سرمایه شهرت ایجاد می‌کنند.

ارتباطات: در یک اقتصاد مشارکتی، اطلاعات و دانش به اشتراک گذاشته، باز و قابل دسترسی هستند. برای جریان داشتن، کارایی و پایداری این سیستم اقتصادی ارتباطات باز خوب محوری هستند. یکی از اثرات بنیادی اقتصاد مشارکتی آن است که ارتباطات غیرمتمرکز است، دانش به صورت گسترده قابل دسترسی و به سهولت قابل دستیابی هستند و می‌توانند توسط افراد مختلف، جوامع و سازمان‌ها و به روش‌های گوناگون با اهداف متنوع مورد استفاده قرار گیرند. فناوری و شبکه‌های اجتماعی، جریان اطلاعات را فعال و به اشتراک‌گذاری اطلاعات را پشتیبانی می‌کنند. این سیستم، دسترسی راحت به آموزش با کیفیت را توسط گستره وسیعی از خدمات متنوع به صورت خصوصی و عمومی ترویج می‌کند و همگان را قادر می‌سازد تا به اطلاعات، مهارت‌ها و ابزارهایی که برای موفقیت نیاز دارند دست پیدا کنند. ترویج پیام "بیشتر به اشتراک بگذار" در قلب ارتباطات اقتصاد مشارکتی قرار دارد.

فرهنگ: اقتصاد مشارکتی فرهنگ "ما محور" را ترویج می‌کند که در آن اجتماع بزرگ‌تر و تعالی جمعی مورد توجه قرار می‌گیرد. سلامتی، شادمانی، اعتماد و پایداری خصوصیات قابل توجه هستند. به

اشتراک‌گذاری به عنوان یک رفتار مثبت دیده می‌شود، افرادی که به اشتراک می‌گذارند مشهور، تشویق و توانمند می‌شوند. سبک زندگی قابل به اشتراک‌گذاری ارجح و برتر است. یک فرهنگ مشارکتی، درون همه بخش‌ها، مناطق، پس زمینه‌های اقتصادی، جنسیت‌ها، مذاهب و قومیت‌ها درون‌سازی شده است. به اشتراک‌گذاری و مشارکت به عنوان خط زندگی حیاتی که همه گروه‌ها را به هم متصل می‌کند، دیده می‌شود: از سطح فردی محلی تا اجتماعات منطقه‌ای، تا دولت‌های ملی و بدنه‌های فراملی. به اشتراک‌گذاری منابع بخشی از اساس و زیست‌بوم جامعه مشارکتی است. اثرات جانبی همیشه لحاظ و جمع می‌شوند. فرهنگ کسب و کار بر مبنای بهینه‌ترین کاربرد از منابع مبتنی بر فعالیت‌های همکارانه شکل می‌گیرد. کسب و کار آگاهانه، کسب و کار اجتماعی، کسب و کار پایدار، کسب و کار اخلاقی، سازمان اجتماعی، کسب و کار به عنوان نیروی برای نیکی از ویژگی‌های یک اقتصاد مشارکتی هستند. آینده: اقتصاد مشارکتی یک سیستم اقتصادی قدرتمند و پایدار است که حول یک چشم‌انداز بلند مدت ساخته می‌شود و همیشه تاثیر و عواقب اعمال امروز را بر آینده لحاظ می‌کند. با لحاظ کردن پیامدهای بلندمدت، آینده‌نگری و قابلیت دیدن تصویر بزرگ، یک اقتصاد مشارکتی، یک سیستم اقتصادی پایدار و با ثبات را عرضه می‌کند. تفکر سیستمی و نیاز به یک روش سیستماتیک برای تغییر، اساس موفقیت اقتصاد مشارکتی است.