

فروشنندگان بیمه نه تنها به اینکه چقدر می‌فروشند بلکه به اینکه به چه کسی می‌فروشند نیز اهمیت می‌دهند. مسئله‌گزينش همانند یک بازی دو طرفه موش و گربه است که در آن شرکت‌های بیمه تلاش می‌کنند مشتریان مناسب را جذب نمایند.

در جهانی که نااطمینانی‌های اقتصادی، سیاسی و زیست محیطی بیش از هر زمان دیگری بر زندگی انسان‌ها سایه افکنده‌اند بیمه به مثابه شاهکار فکری بشر و راهکاری حیاتی برای تقسیم و مدیریت ریسک عمل می‌کند. اطلاعات خصوصی می‌تواند بازار بیمه را ویران کند. گزينش می‌تواند بیمه‌گران را وادار به طراحی و ارائه محصولات با ویژگی‌های پیچیده نماید.

مسئله گزينش همیشه به معنای مرگ بازار نبوده و در مواردی که بازار می‌تواند دوام بیاورد اثر پدیده گزينش همچنان پابرجا است. شرکت بیمه زمانی وارد عمل می‌شود که خسارتی اتفاق بیفتد و در این هنگام است که راستی‌آزمایی‌ها شروع می‌شود. بخشی از بحران‌های مالی دولت‌ها نتیجه قیمت‌گذاری نادرست مستمری‌ها است. امروزه بازار مستمری‌ها کوچک است و دلایل زیادی برای عدم محبوبیت مستمری‌ها نزد مردم وجود دارد.

امروزه شرکت‌های بیمه با تکیه بر داده‌های گسترده‌ای که از متقاضیان اخذ می‌کنند قادرند میزان ریسک رانندگان را برآورد نمایند. داده‌های دقیق و الگوریتم‌های پیشرفته قیمت‌گذاری توانسته‌اند بخش عمده‌ای از مشکل کژگزینی را برطرف کنند. برخی اسرار هستند که کلان‌داده‌ها قادر به کشف آنها نیستند. این کتاب در ۳۲۰ صفحه به رشته تحریر در آمده است.



مترجمان:

دکتر مصطفی آقارضا

حمید قنبروند

ناشر:

آرون

سال نشر:

۱۴۰۴

شابک:

۹۷۸۶۲۲۳۱۷۴۱۱۷