

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



بیست و نهمین همایش ملی و
دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه
«توسعه دانش بنیان صنعت بیمه»

(آذرماه ۱۴۰۱)



چکیده مقالات بیست و نهمین همایش ملی و دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه «توسعه دانش بنیان صنعت بیمه»

تدوین‌گر: دکتر مریم اثنی‌عشری

صفحه‌آرا: علی حسین صفری

ویراستار: دکتر شبنم رفوآ، مهدیه میرزایی

طراح جلد: یوسف رجبی

چاپ: ۱۴۰۱

نشانی دبیرخانه علمی: تهران - سعادت آباد - میدان شهید بهشتی (کاج) - خیابان سرو غربی - پلاک ۴۳ -

پژوهشکده بیمه

صندوق پستی: ۴۴۹۹-۱۹۳۹۵

تلفن: ۲۲۰۸۴۰۸۴

وب سایت همایش: Seminar.irc.ac.ir



فهرست مطالب

۱۷.....	سازمان همایش شورای سیاستگذاری.....
۱۸.....	اعضای کمیته علمی.....
۲۰.....	اعضای کمیته اجرایی.....
۲۱.....	پیشگفتار.....
۲۵.....	مقدمه.....
۲۷.....	پنل‌های تخصصی.....
۲۸.....	معرفی پنل‌های تخصصی همایش بیمه و توسعه.....
۲۹.....	پنل انجمن حرفه‌ای صنعت بیمه (مدیریت ریسک دانش‌بنیان در بیمه‌های درمان و زندگی).....
۳۱.....	مقالات ارائه.....
۳۱.....	به کارگیری ابزارهای دانش‌بنیان براساس توابع دورافتادگی ژرفا- مبنا در شناسایی قراردادهای با رفتار نامتعارف مطالعه موردی بررسی قراردادهای درمان گروهی شرکت بیمه سامان.....
۳۲.....	زهره برزگر، سکینه دهقان، شیما آراء
۳۳.....	طراحی سیستم دانش‌بنیان در ارزیابی ریسک بیمه‌های درمان بر مبنای رویکردهای اکچوئری.....
۳۳.....	الهه پرنلو
۳۴.....	مقایسه نرخ‌های مرگ‌ومیر سازمان تأمین اجتماعی با جداول زندگی ایران و فرانسه.....
۳۴.....	ریحانه فتحی
۳۵.....	الگوریتم هوشمند ارزیابی و پیش‌بینی ریسک و خسارت بیمه درمان تکمیلی با استفاده از روش شبکه عصبی مصنوعی چندلایه.....
۳۵.....	محمد علی رستمی، سید محمد مهدی بنی حسینی، سها صفائی
۳۶.....	روشی برای شناسایی افراد پرریسک در پوشش‌های درمانی بیمه‌های تکمیلی (بیمه ملت).....
۳۶.....	فرنوش معنوی، مسعود دادگر، محمدحسین رحمتیان
۳۷.....	مقالات پذیرش شده به صورت صرفاً چاپ.....
۳۸.....	مدل استوار قیمت‌گذاری بیمه درمان در شرایط بروز بحران.....
۳۸.....	ثمین عبدالله پور، محمدعلی رستمی، آسیه بختیار
۳۹.....	ارائه مدل پیش‌بینی توانگری مالی شرکت‌های بیمه مبتنی بر شاخص‌های پیش‌هشدار.....
۳۹.....	محسن قره‌خانی، زهره آقا بابایی، سید احمد میری چیمه
۴۱.....	مقالات پوستری.....
۴۲.....	کشف تقلب و تخلف در بیمه‌های درمان با استفاده از مدل‌های یادگیری ماشین.....
۴۲.....	حدیثه ناطقی، ثمین محبوب‌فر، عباس دیدار
۴۳.....	مدیریت ریسک دانش‌بنیان در بیمه‌های زندگی با مدل‌سازی BMI مطالعه موردی؛ ریسک‌های نوظهور.....
۴۳.....	محمود سبزی، آیدین رشیدی



- کاربرد فناوری‌های نوین در صنعت بیمه درمان ۴۴
مجتبی عابد، مونا اله یاری، اسرین امیری
- شناسایی ریسک‌های بیمه عمر هنگام پذیره‌نویسی با کمک سیستم دانش‌بنیان ۴۵
آبدین رشیدی
- بررسی یک معماری مبتنی بر بلاک‌چین برای تشخیص تقلب در مدارک درمانی ۴۶
مینا ذبیحان، نیلوفر بیات
- بررسی ظرفیت‌های توسعه بیمه‌های زندگی و اشخاص بر بستر بلاک‌چین و قراردادهای هوشمند ۴۷
رضا مهرعلیزاده، فریال فراکش، محسن قره‌خانی
- مدیریت ریسک دانش‌بنیان در بیمه‌های درمان با تأکید بر راهکارهای اجرایی و عملیاتی ۴۸
سید محسن حسینی، محمدصادق زارع
- ارزیابی مدیریت ریسک و دانش بر رشد بیمه‌های عمر و درمان شرکت بیمه سامان ۴۹
علی ابراهیمی کنگورابی، فرزاد فرزادی فرد، سیف اله امیدی
- پنل انجمن علمی محاسبات بیمه و مالی ایران (بیمه‌گری هوشمند و فن‌آوری‌های نوین در**
زنجیره ارزش خدمات بیمه‌ای)..... ۵۱
- مقالات ارائه..... ۵۳**
- فناوری بلاک‌چین در صنعت بیمه بر پایه قراردادهای هوشمند ۵۴
مرضیه برزگر، زهره برزگر
- تبیین عوامل مؤثر بر موفقیت فناوری بلاک‌چین در صنعت بیمه و ارزیابی آمادگی کاربر است آن ۵۵
محسن منوچهری
- بیمه سبز: نقشه راه در راستای زنجیره ارزش صنعت بیمه ۵۶
ریحانه لنگرانی مهاجر
- رتبه‌بندی شبکه فروش با بهره‌گیری از ابزارهای هوشمند داده‌کاوی ۵۷
سعید اسدی قراگوز، سلدا نواح
- پیاده‌سازی سیستم پویا و هوشمند برای کنترل ریسک بیمه‌های بدنه اتومبیل ۵۸
فریبا صابری، مهرداد ابادریان، مجتبی قاسمیان
- مقالات پذیرش شده به صورت صرفاً چاپ..... ۵۹**
- مدل‌سازی عوامل مؤثر بر بیمه‌گری هوشمند جهت بهبود زنجیره ارزش خدمات بیمه‌ای ۶۰
سعید صحت، سیده نسیم شبیری، فریبا صابری
- تبیین الگوی اثرگذاری فناوری‌های بیمه‌ای (اینشورتک‌ها) بر رضایت و وفاداری مشتریان ۶۱
محمد علی رستمی، سید محمد مهدی بنی حسینی، مهسا پایدار، فائزه حسین زاده
- بررسی تأثیر بیمه‌گری هوشمند در ایجاد مزیت رقابتی از کانال زنجیره ارزش ۶۲
علی روحی، محمد حیدری



- ۶۳..... شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های بیمه الکترونیکی در صنعت بیمه ایران.....
محسن گرانشی، رضا حسینی
- ۶۴..... بررسی تأثیر دانش موجود در هوش مصنوعی بر عملکرد صنعت بیمه با توجه به نقش میانجی زنجیره ارزش و معیارهای بیمه‌پذیری.....
ابراهیم رستمی فام، مرتضی ظهراپی
- ۶۵..... تأثیر فناوری‌های دیجیتال بر تقاضای بیمه‌های اختیاری در سازمان تأمین اجتماعی.....
سجاد مردم‌دار، نسرين عمرانی، مهدی عبدی.....
- ۶۶..... مدل شناسایی عوامل مؤثر بر خرید بیمه الکترونیکی در ایران (مطالعه موردی: شرکت بیمه پارسیان).....
سیدعلی رضوی
- ۶۷..... فناوری‌های نوین و تأثیرات آن‌ها بر هر بخش از زنجیره ارزش بیمه‌گری.....
رهام فیض‌آبادی، شادان مهران، محمد صدیقی گیلانی
- ۶۸..... دانش‌بنیان کردن صنعت بیمه با رویکرد RPA کردن فرایندها.....
زهره بردال، آذین سادات استاد رمضان، محمدسجاد میرزاخانی، میلاد کرمی
- ۶۹..... مقالات پوستری.....
- ۷۰..... نقش بازاریابی محتوا و بیمه‌گری هوشمند در جذب مشتری از طریق شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: کسب و کارهای بیمه‌ای شرکت بیمه سامان).....
فریمه باکوچی، نیکی اکبری پور
- ۷۱..... ارائه الگو کسب‌وکار دیجیتال مبتنی بر اختلال دیجیتال در صنعت بیمه کشور.....
محمد جلالی فیلسور، امین فنایی
- ۷۲..... ضرورت فناوری‌های نوین با تأکید بر پیاده‌سازی بلاک‌چین در صنعت بیمه و بررسی آثار آن در بیمه عمر.....
حامد صفی آریان، امیررضا رضائی
- ۷۳..... مروری تحلیلی بر اثرات تجاری‌گسترش فناوری بلاک‌چین در صنعت بیمه.....
فرهاد بازیار
- ۷۴..... بیمه‌گری هوشمند و فن‌آوری‌های نوین "هوش تجاری" و برترین ابزارهای یادگیری و کاربرد آن.....
مسعود قاسمی، رضوان جوهری، زهره سعیدی
- ۷۵..... الگوریتم هوشمند پیش‌بینی رویگردانی مشتریان صنعت بیمه با داده کاوی.....
سارا جعفری، حامد فرشاف ماهریان، دنا اشکبوس اصفهانی
- ۷۶..... بیمه‌گری هوشمند و فن‌آوری‌های نوین در بیمه.....
جواد صفدری، رقیه کاظمی لای
- ۷۷..... تحلیل پیش‌بینی‌گر: شکل جدیدی از ابزار دانش‌بنیان در صنعت بیمه.....
اعظم معصومی، بهناز یساولی شراهی
- ۷۸..... انتشار بلاک‌چین در صنعت بیمه با تحلیل و مرور نشریات علمی دانشگاهی و تجاری.....
احمدرضا پورجلالی
- ۷۹..... امکان‌سنجی استفاده از ابزارهای نوین و هوش مصنوعی در آموزش نیروی انسانی صنعت بیمه.....
فرزانه میری، آزاده حیدری



۸۰	بررسی ایشورتک و تأثیر آن در زنجیره ارزش بیمه..... الهام حسینی، حوریه عفراتی
۸۱	نوآوری و فناوری‌های نوین در صنعت بیمه..... امیر فرزاد سیفی، فرزین سیفی، رضا نجاتی
۸۳	پنل بین‌الملل <i>Development of Takaful in Islamic Countries</i>
۸۵	مقالات ارائه.....
86	Bridging the Gaps between Insurance & Takaful with Universal Values..... Dr. Mohamed Rafick Khan bin Abdul Rahman
	Development of Knowledge-Based Insurance Products and Solutions (with special reference to Bangladesh) Kazi Md. Mortuza Ali
88	Takaful and Crowdfunding: A Knowledge Paradigm..... Dr. Fauzia Mubarik
89	Takaful (Islamic Insurance) and its Publication History: A Bibliometric Analysis Mohamad Handi Khalifah, Hakan Aslan
90	Customer's Preferences Towards Takaful in Pakistan Suhail Ahmad
۹۱	مقالات پذیرش شده به صورت صرفاً چاپ.....
92	Evaluation of Management Soundness of Takaful Industry in Selected Countries..... Dr. Monsurat Ayojimi Salami , Prof. Dr. Harun Tanrivermis
۹۳	مقالات پوستر.....
94	Application of Artificial Intelligence for Risk Management in Health Insurance: A knowledge-based Approach M. Sadighi Gilani, R. Feizabadi, S. Mehran
95	Knowledge Based Risk Assessment in Life Insurance with Machine Learning Algorithms..... F. Ahangar Saryazdi, H. Nateghi
96	Future Research and Identification of Research Gaps in the Field of Economics, Insurance, Banking, and Finance (Bibliometric and Patents Analysis)..... Amirhosein Moshari, Morteza Mousavi, Fatemeh Tabib, Maryam Sadeghi, Mohammadreza Jabari, Saba Lavasani



- ۹۷..... **پنل تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه**
- ۹۹..... **مقالات ارائه**
- ۱۰۰..... **الگوی توسعه دانش‌بنیان شرکت‌های بیمه**
امین کهیاری حقیقت
- ۱۰۱..... **ارائه مدل توسعه ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه پژوهشی مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد**
شبنم رفوآ، آسیه بختیار، حسینعلی بختیار نصرآبادی
- 102..... **The Impact of Insurtech and Innovation Ecosystem on the Development of Insurance Industry in Iran (Case Study: Saman Insurance)**
M. Heidarimanesh, E. Najafi Vayqan
- ۱۰۳..... **اثرگذاری کوتاه‌مدت و بلندمدت مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر عملکرد مالی شرکت‌های بیمه**
صادق محقق، علی سامنی، عرفان کلاته
- **ارزیابی مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه خدمات جدید در صنعت بیمه با نقش میانجی جهت‌گیری استراتژیک**
سید ابودر بنی هاشمیان، مهدیه میرحاج
- ۱۰۵.....
- ۱۰۷..... **مقالات پذیرش شده به صورت صرفاً چاپ**
- ۱۰۸..... **بررسی تأثیر دیجیتالی شدن صنعت بیمه بر اقتصاد دیجیتال و رشد اقتصادی؛ یک مرور نظام‌مند**
لیلی نیاکان، فاطمه عطاطب
- ۱۰۹..... **بیمه سبز در ایران**
رضا احمدی، حسین صادقی سقدل
- ۱۱۰..... **تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه**
محمد نصراله نیا، امیرمحمد معتقد لاریجانی، کاوه آلیا، فرزانه رحمانی زاده
- ۱۱۱..... **طراحی مدل مؤلفه‌های توسعه بیمه دانش‌بنیان در گفتمان اقتصاد مقاومتی**
رضا رستمی
- **تأثیر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی مبتنی بر دانش‌بنیان بودن بر عملکرد نوآوری، سرمایه اجتماعی و اشتراک دانش (مطالعه موردی: بیمه پارسیان)**
سیده حورا سلیم‌بهرامی، سمیه کجوری گشنیانی
- ۱۱۳..... **انتظارات درک شده مشتریان از کیفیت خدمات بیمه‌ای شرکت سامان بر رضایت مشتریان**
علی ابراهیمی کنگگورابی، سیف‌اله امیدی، فرزاد فرزادی فرد
- ۱۱۵..... **مقالات پوستری**
- ۱۱۶..... **بررسی چالش‌ها و موانع پیش‌روی شرکت‌های دانش‌بنیان در صنعت بیمه ایران و ارائه راهکارها**
رسول رحمتی نودهی، سعید صحت، مریم حاجی قربانی
- ۱۱۷..... **نوآوری، رکن اصلی مدیریت دانش‌بنیان در صنعت بیمه**
نگین فتوحی، صادق طغرلی، جواد عماری الله باری
- ۱۱۸..... **تأثیرپذیری عملکرد شرکت‌های بیمه از مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان**
سیدامید میررفیع، پرویز مرادی، سامان وهابی



- ارزیابی و تحلیل شاخص‌های فناوری نوین مبتنی بر نیازمندی‌ها به‌منظور استفاده در صنعت بیمه..... ۱۱۹
فرهاد بازیار
- بررسی تأثیر مدیریت دانش مشتری بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجیگری مدیریت ارتباط با مشتری:
مورد مطالعه شعب بیمه آسیا در سطح استان فارس..... ۱۲۰
پریسا جمالی، ابراهیم رضایی
- تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه..... ۱۲۱
مسعود قاسمی، زهره سعیدی، رضوان جوهری
- بررسی رابطه کارایی سرمایه فکری بر بهره‌وری در صنعت بیمه ایران..... ۱۲۲
موسی رضائی میر قاند، سید فخرالدین فخر حسینی، صفی‌ارامینی، محمد وفایی یگانه
- مدلسازی ساختاری تفسیری اثرگذاری مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه..... ۱۲۳
حوریا اصل فلاح
- تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان و مدیریت دانش در توسعه بیمه..... ۱۲۴
محمد اصغری اعلانی، علی دهره صبح، محمدرضا فاضل همدانی
- ارائه مدل آموزش و توسعه منابع انسانی کارکنان بیمه سامان مبتنی بر بهره‌گیری از اصول اقتصاد دانش‌بنیان... ۱۲۵
حامد مصدق، محسن نظری
- تأثیر مؤلفه‌های دانش‌بنیان بر عملکرد بازاریابی صنعت بیمه (مطالعه موردی بیمه پارسیان)..... ۱۲۷
محمد امیدوار
- نقش مدیریت دانش‌بنیان بر رضایت شغلی با نقش تعدیلگر مشوق‌های مالی در صنعت بیمه..... ۱۲۸
سارا منشاری، فریبا صابری
- بررسی تأثیر ضریب نفوذ بیمه و اقتصاد دانش‌بنیان بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب منا (MENA)..... ۱۲۹
طاهر زمان‌وندی، رحیم ظهوری کهنمونی
- ارزیابی ابعاد نهاد تنظیم‌گر مطلوب بیمه با رویکردی تطبیقی..... ۱۳۰
میلاد حاجی اسماعیلی
- تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه..... ۱۳۱
فاطمه آفاملائی، زهره حسنی
- تحلیل تأثیر هوش تجاری بر بازاریابی با تأکید بر یادگیری مشارکتی: مطالعه موردی شرکت‌های بیمه..... ۱۳۲
زاهد احمدزاده، محمد نظری پور، مجتبی قنبرزاده
- بررسی تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه..... ۱۳۳
محسن گرانسایه
- چگونگی محاسبه بازگشت سرمایه (ROI) دوره‌های آموزشی بیمه‌ای از طریق تکنیک FMEA..... ۱۳۴
مجتبی مصلح آبادی، علی سلیمان ملکان، مریم بختیار
- تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر ارتقای توانگری مالی در صنعت بیمه..... ۱۳۵
فاطمه باباخانیان، رقیه شجری قاسم خلی، زهرا باباخانیان
- ارزیابی کارایی و رتبه‌بندی شرکت‌های بیمه با استفاده از توابع مفصل ارشمیدسی..... ۱۳۶
امیرمسعود کاظمی راد



پنل سندیکای بیمه‌گران ایران (چالش‌ها و فرصت‌های بیمه‌گری هوشمند با رویکرد دانش‌بنیان). ۱۳۷

مقالات ارائه..... ۱۳۹

بررسی تأثیر قابلیت‌های پویای دانش‌بنیان بر کسب مزیت رقابتی و بهبود عملکرد نوآوری در صنعت بیمه..... ۱۴۰
الناز جهانگیرزاده سوره، یاسمین احمدیان، مهتاب تدین، حمید ملکی

ارائه الگوی توانمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان نوپای صنعت بیمه (اینشورتک)..... ۱۴۱
ایمان ارسطو، پدram سعادت

شناسایی و ارزیابی چالش‌های توسعه همکاری شرکت‌های دانش‌بنیان با صنعت بیمه..... ۱۴۲
محمود امراللهی، بهروز آرمان‌مهر، محسن قنوتی‌نژاد

بررسی تأثیر ابزارهای دانش‌بنیان در مدیریت ریسک صنعت بیمه..... ۱۴۳
فرزان خامسیان، فرید خانی‌زاده، ناهید خیرالدین، امیر بهرامی

واکاوی کارکردهای صنعت بیمه مبتنی بر نیازهای شرکت‌های دانش‌بنیان..... ۱۴۵
زهراسلیمانی

مقالات پذیرش شده به صورت صرفاً چاپ..... ۱۴۷

انتخاب سبد بیمه‌ای مناسب برای یک شرکت دانش‌بنیان..... ۱۴۸
رضا ایمانی

فناوری دانش‌بنیان برنامه‌ریزی مالی شخصی و پذیرش آن در صنعت بیمه..... ۱۴۹
پدram سعادت، ایمان ارسطو

مقالات پوستر..... ۱۵۱

بررسی دلایل عدم استقبال از بیمه زندگی در ایران و معرفی راهکار برای بهبود..... ۱۵۲
جلال علیپور، حامد درخشان، کامبیز شاهرودی

چارچوب موفقیت دانش‌بنیان استارت‌آپ‌های بیمه‌ای در کشور..... ۱۵۳
محمدصادق زارع، سیدمحسن حسینی

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه محصولات جدید بیمه‌ای برای شرکت‌های دانش‌بنیان با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری-تفسیری..... ۱۵۴

حمید ملکی، یاسمین احمدیان، مهتاب تدین، الناز جهانگیرزاده سوره

بررسی تأثیر ابعاد انسانی و مدیریتی به عنوان زیرمجموعه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بر ضریب نفوذ بیمه و مدیریت ارتباط با مشتری (CMR) در شرکت‌های دانش‌بنیان..... ۱۵۵

علیرضا آقاجانی منجیلی، محسن صادقی تیرآبادی، علیرضا باقری قمی، محمدتبریزی جلفایی

نیازسنجی خدمات بیمه‌ای شرکت‌های دانش‌بنیان..... ۱۵۶
زهراسلیمانی

پوشش‌ها و خدمات بیمه‌ای مورد نیاز در شرکت‌های دانش‌بنیان..... ۱۵۷
مینا عسکری، ساناز علی‌پور

ارزیابی تأثیر کیفیت خدمات بر نیت رفتاری با توجه به اثر میانجی رضایت مشتری و تصویر صنعت بیمه..... ۱۵۸
مونا پرستش، بهنام نانکلی



- پنل طراحی محصولات و ابزارهای دانش‌بنیان بیمه‌ای** ۱۵۹
- مقالات ارائه** ۱۶۱
- تأثیر نوآوری در پایداری شرکت‌های بیمه در ایران با توجه به نقش تعدیل‌گر جهت‌گیری استراتژیک؛ با استفاده از تحلیل مدل ساختاری PLS ۱۶۲
- دکتر مجتبی کریمی، آزاده بهادر، آذین سادات استاد رمضان
- شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر طراحی محصولات و ابزارهای دانش‌بنیان در صنعت بیمه ۱۶۳
- سعید داداشی ونجانی، مهدی فدایی، سعید محمدی، مصطفی ضیائی برار
- هوش مصنوعی ابزاری برای ارتقاء و توسعه علم بیمه‌سنجی (اکچوئری) ۱۶۴
- امیر تیمور پاینده نجف آبادی، فاطمه عطاطلب، آیدا علاییگی
- طراحی الگو تأثیر تعاملی دیجیتالی شدن (هوشمندسازی) و خدمات‌دهی بر عملکرد مالی شرکت‌های بیمه (مورد مطالعه: بیمه سامان) ۱۶۶
- سحر پور کاویان، مهدیه السادات بزرگی
- بازاریابی دیجیتال و نقش آن در فروش محصولات بیمه‌ای (مطالعه موردی: شرکت بیمه پارسیان) ۱۶۷
- داود مقدم
- مقالات پذیرش شده به صورت صرفاً چاپ** ۱۶۹
- بررسی ظرفیت فناوری‌های دانش‌بنیان برای ورود به صنعت بیمه ۱۷۰
- منا میلانی، فاطمه مزدارانی
- تعیین عوامل مؤثر بر همکاری شرکت‌های بیمه‌ای با اینشورتک‌ها ۱۷۱
- زهره هنرمند شاه ذیله، محمد اقدسی، امیر البدوی
- The Impact of Digital Transformation on the Development of Micro-Insurance Business in Iran (Case Study: Saman Insurance) 172**
- F. Naghipoor, M. Heidarimanesh, E. Najafi Vayqan
- بررسی مفاهیم فرآیند کاوی دانش‌بنیان در فرآیندهای بیمه‌ای «مطالعه موردی: فرآیند پرداخت خسارت» ۱۷۳
- عباس راد، محمدرضا جوکار مشتانی، علی استاد هاشمی
- شناسایی موانع و عوامل مؤثر پذیرش بیمه سایبری در ایران ۱۷۴
- علی رضاوندی
- تأثیر تحول دیجیتال بر توسعه بیمه‌های زندگی و غیر زندگی مطالعه تطبیقی بازارهای نوظهور و پیشرفته با بهره‌گیری از رهیافت گساورهای تعمیم یافته ۱۷۵
- سعید اسدی قراگوز، سلدا نواح
- شناسایی چالش‌ها و موانع تحقق تحول دیجیتال در صنعت بیمه مبتنی بر نظریه داده بنیاد، مورد مطالعه شرکت بیمه تجارت‌نو ۱۷۶
- فریده عاشوری، بهروز بیات
- اثر بازاریابی محتوایی دیجیتال بر تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی: نقش تئوری اثرات اجتماعی بازاریابی محتوایی (مطالعه موردی: شرکت‌های بیمه) ۱۷۷
- امیر احسانی



- ۱۷۸ بررسی تأثیر ارتباط صنعت بیمه و فناوری‌های بیمه‌ای (اینشورتک‌ها) بر عملکرد شرکت‌های بیمه با تبیین نقش میانجی ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی هادی حسین پناهی
- ۱۷۹ طراحی محصولات و خدمات بیمه‌ای و تولید دانش‌بنیان شرکت بیمه سامان فرزاد فرزادی فرد، سیف اله امید، علی ابراهیمی کنگورابی
- ۱۸۱ مقالات پوستری علی سوری، پری قلی پناه
- ۱۸۲ مدیریت تغییر در دوران تحول دیجیتال: مطالعه موردی شرکت بیمه سامان نقش تحول دیجیتال در مدیریت عملکرد کارکنان در شرکت بیمه سامان نازیلا آزادپر، مریم آقاسیان، علی شایان
- ۱۸۳ نقش بازاریابی رسانه‌های اجتماعی بر توسعه خدمات دانش‌بنیان در صنعت بیمه نگار نیکوی سمعی، زهرا ایطاء
- ۱۸۴ بررسی عوامل مؤثر بر تحقق بیمه الکترونیک در شرکت‌های بیمه استان اردبیل علیرضا روشنی اصل
- ۱۸۵ ارائه فرایند و راهکارهای مؤثر برای مهاجرت به ابر در صنعت بیمه شبنم محمدحسینی
- ۱۸۶ بررسی تأثیر بازاریابی و پروسی بر جذب و حفظ مشتریان شرکت‌های بیمه استان اردبیل علیرضا روشنی اصل
- ۱۸۷ بررسی پلتفرم‌های تجارت الکترونیک با محوریت معرفی پلتفرم‌های اتکایی تینا فرهادیان منفرد، محسن قره‌خانی، فریال فراکش
- ۱۸۸ مروری بر میحث هوش مصنوعی و کارکردهای آن در مدیریت منابع انسانی سعید صحت، منا میلانی
- ۱۸۹ روش‌های نوین اتکایی و کاربرد آن‌ها در طراحی برنامه بهینه اتکایی محسن قره‌خانی، فریال فراکش، سید احمد میری چیمه
- ۱۹۰ نقش اینترنت اشیا در توسعه دانش‌بنیان صنعت بیمه ایمان ارسطو، مهری دهقانی
- ۱۹۱ به‌کارگیری روش‌های یادگیری ماشین در تعیین صندوق سرمایه‌گذاری بیمه‌نامه‌های متصل به واحد شیمیا آراء، حدیثه ناطقی، فاطمه آهنگر سریزدی، زهرا برزگر
- ۱۹۲ بررسی راهکارهای ارائه بیمه خرد دیجیتال به‌عنوان یک محصول دانش‌بنیان بیمه شادان مهران، محمد صدیقی گیلانی، رهام فیض‌آبادی
- ۱۹۳ Estimation of Premium in the Presence of Outliers 194
R. Mollaie , M. Jabbari Nooghabi



پنل مدیریت ریسک دانش‌بنیان حوادث سایبری، طبیعی و تغییرات اقلیمی..... ۱۹۵

مقالات ارائه..... ۱۹۷

ارزیابی ریسک دانش‌بنیان در خسارت بیمه‌های زندگی با استفاده از داده کاوی (مورد مطالعه بیمه سامان)..... ۱۹۸

سارا سهرابی، فاطمه بیانی

بایستگی بازنگری نگاره‌های پهنه‌بندی خطر زمین‌لرزه و کارایی آن‌ها در ساماندهی بهای بیمه..... ۱۹۹

محمد آریامنش، مریم اثنی‌عشری

بیمه هوشمند تغییرات اقلیمی برای محصولات کشاورزی بر پایه فناوری دفتر کل توزیع شده..... ۲۰۰

نیره نظر، مهرنوش ساوه دربندسر، المیرا سلیمی

ارائه الگوی مالی مدیریت ریسک زمین‌لرزه و جایگاه آن در اقتصاد دانش‌بنیان منطقه‌ی مورد مطالعه، شهرستان گلپایگان، شمال باختری استان اصفهان..... ۲۰۱

منصوره فرزانه، سید محمد عباس‌نیا

نقشه راه عملی برای ارزیابی ریسک سایبری..... ۲۰۲

شیمیا آراء، زهرا برزگر، حدیثه ناطقی، فاطمه آهنگر سریزدی

مقالات پذیرش شده به صورت صرفاً چاپ..... ۲۰۳

نقش بیمه‌های سایبری در رشد شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه تجارت الکترونیک..... ۲۰۴

علیرضا دقیقی اصلی، مهدیه چوپانی، عباس امامی محرم

تأثیر ریسک ماهیت صنعت، ریسک درون سازمانی و ریسک فرآیندهای داخلی بر عملکرد مالی شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در صنعت بیمه؛ نقش‌های تعدیل‌گر نوآوری دیجیتال و آمادگی برای تغییر دیجیتال..... ۲۰۵

زهرا عباسی، دنیا السادات فرحبخش، علی گریابی

مقالات پوستری..... ۲۰۷

رابطه اقتصاد دانش‌بنیان و رفتارهای نوآورانه با در نظر گرفته نقش ساختار سازمانی بر توسعه صنعت بیمه..... ۲۰۸

حاتم نعمتی

درآمدی بر وجوه نظری اقتصاد تطوری و روش‌های تکاملی در تبیین اقتصاد دانش‌بنیان..... ۲۰۹

علی پارسامنش، مهدی احراری، عبدالله (امید) نجار فیروزجانی

ریسک تغییرات اقلیمی و رویکرد دانش‌بنیان صنعت بیمه در پارادایم حقوق محیط‌زیست..... ۲۱۰

فرزانه محمدحسین، رضا جعفری، مسعود رستم‌پور

کاربرد فناوری‌های نوین در فرآیندهای بیمه‌گری تغییر اقلیم..... ۲۱۱

مریم ثنائی

ارائه چارچوب پیشنهادی مدیریت ریسک دانش‌بنیان در شرکت‌های بیمه..... ۲۱۲

فائزه موسوی، زینب حمیدی فر

نقش بازاریابی مبتنی بر مشارکت مشتری به عنوان یک مفهوم دانش‌بنیان در مدیریت ریسک‌های سازمانی در صنعت بیمه..... ۲۱۳

نیما نوراللهی، فرزانه سلیمانی، سعید ابراهیم‌زاده



- ۲۱۴ بررسی نحوه حمایت صنعت بیمه از شرکت‌های زایشی دانشگاهی.....
مرضیه جعفریان دیوکلایی، محمد اصغری اعلائی، حمید قنبروند، علی دهره صبح
- ۲۱۵ مدل‌سازی و ارزیابی اثر ابعاد کنترل ریسک‌های سایبری بر عملکرد کسب‌وکارهای دانش‌بنیان.....
فریبا صابری، سید علی سیدی اندی
- ۲۱۶ بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بیمه و راهبردهای مدیریت ریسک در شرکت‌های دانش‌بنیان.....
لیلا رحمانی، فرهوده نودری جدید
- ۲۱۷ نقش فناوری‌های نوین در کاهش میزان تقلبات در صنعت بیمه (مطالعه موردی زنجیره بلوکی).....
هلن بهره‌ور، هستی بهره‌ور
- بررسی نقش تعدیلگر ریسک‌پذیری سازمانی بر رابطه بین قابلیت‌های مدیریت دانش با نوآوری کسب و کارهای
فعال در صنعت بیمه ایران.....
۲۱۸ محسن فلاح، مهدی روحی خلیلی، اعظم غربی
- ۲۱۹ پنل نقش تکافل و ابزارهای مالی اسلامی در تحقق توسعه دانش‌بنیان صنعت بیمه ..**
- ۲۲۱ مقالات ارائه
ارائه الگوی تقسیم مازاد در تکافل عمومی.....
۲۲۲ عباس راد، ایوب کرمی، پرویز مرادی
- ۲۲۳ استقرار تکافل در صنعت بیمه با بهره‌گیری از قراردادهای هوشمند مبتنی بر اصول شریعت اسلامی.....
نیما نوراللهی، سعید ابراهیم‌زاده، فرزانه سلیمانی
- ۲۲۴ عوامل مؤثر بر انتخاب بیمه تکافل در ایران.....
رزیتا صالحی، وحیده مجتهد، احسان سرگلزایی
- ۲۲۵ بررسی تأثیر ابعاد نوآوری بر پذیرش تکافل با توجه به نقش میانجی اعتماد ادراک شده: مورد مطالعه ایران
زهرا عالی پور
- ۲۲۶ الگوی تکافل با رویکرد استفاده از فناوری بلاکچین.....
ناصر فعلی، عادل محبی‌نژاد، علی بنکدار طهرانی
- ۲۲۷ مقالات پذیرش شده به صورت صرفاً چاپ**
- ۲۲۸ پیامدهای انقلاب چهارم صنعتی در صنعت بیمه
محمد وفایی یگانه، موسی رضائی میرقائد، صفیار امینی، بهروز میرزایی
- ۲۲۹ ضرورت توجه به فین‌تک و تحولات دانش‌بنیان در اجرای عملیات تکافل در صنعت بیمه ج.ا.ایران.....
احسان جلالی لواسانی، حامد صفی آریان، امیررضا رضائی
- ۲۳۰ بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای بیمه تکافل در ایران و اولویت‌بندی آن.....
اسماء حمزه، میترا قنبرزاده
- ۲۳۱ ارزیابی سطح آگاهی و میزان پذیرش محصولات تکافل در ایران.....
میترا قنبرزاده، اسماء حمزه، نسرین حصارمقدم



- ۲۳۳ مقالات پوستری
- ۲۳۴ ارائه الگویی حکمرانی برای سرمایه‌گذاری منابع شرکت‌های تکافل
ابراهیم کاردگر، مهدی منصوری بیدکانی
- ۲۳۵ مدلی ریاضی برای یک محصول تکافل خانواده
محمد ریحانی، سامان وهابی، پرویز مرادی
- ۲۳۶ بررسی الگوهای تکافل و ابزارهای مالی اسلامی در توسعه دانش‌بنیان صنعت بیمه
رضا جعفری، علی پارسامنش، عبدالله (امید) نجار فیروزجانی
- ۲۳۷ سیاست‌گذاری تکافل بر اساس توسعه منطقه‌ای و تدبیر امور
مهدی احراری، حسین ثنائی نامقی، علی پارسامنش
- ۲۳۸ بررسی عوامل تأثیرگذار بر رونق بیمه تکافل در ایران
شیما آراء، غزاله سادات فخارزاده، پرویز مرادی، محمد مظلوم، سامان وهابی
- ۲۳۹ ارائه مدل پنجره تکافل اتکایی مبتنی بر فناوری زنجیره بلوکی
محسن قره‌خانی، فریال فراکش، غزل حقیقت
- ۲۴۰ توسعه بیمه تکافل در جهان و ایران: مدل‌ها، چالش‌ها، چشم‌اندازها
احسان سرگلزایی، سمیرا فاضل مراغه
- ۲۴۱ نقش تکافل و ابزارهای مالی اسلامی در تحقق توسعه صنعت بیمه
هدیه ولی‌زاده، علیرضا شمس، مهران حسنجانی

۲۴۳ پنل کاربرد رویکردهای دانش‌بنیان بر توسعه رشته‌های بیمه‌ای

- ۲۴۵ مقالات ارائه
- ۲۴۶ ارائه یک سیستم دانش‌بنیان خبره فازی برای ارزیابی ریسک مرگ بیمه عمر
غدير مهدوی کلیشمی، رضا حاجی‌پور فرسنگی

Identity car insurance fraud using data mining 247

Sara. Dadras, Jafar. soltani

پیش‌بینی وقوع تقلب در بیمه‌های بدنه اتومبیل با استفاده از الگوریتم ماشین یادگیری (مطالعه موردی: بیمه ملت)

- ۲۴۸
مهرناز حکیم هاشمی، حمید کشمیری

برآورد میزان اثرپذیری شاخص ضریب نفوذ از مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان (مطالعه موردی استان‌های منتخب)

- ۲۴۹
محمدسعید حقیقت

- ۲۵۰ شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های اینشورتک برای استارت‌آپ‌های بیمه با رویکرد دانش‌بنیان
امیر بهرامی، ناهید خیرالدین، مهشید آل‌حبیب، نوریه سادات ذوقی

۲۵۳ مقالات پذیرش شده به صورت صرفاً چاپ

- ۲۵۴ طراحی بیمه درمان بلندمدت مبتنی بر مکانیزم شاخص‌گذاری رتبه‌بندی شده
عاطفه کنعانی دیزجی، امیر تیمور پاینده نجف‌آبادی
- ۲۵۵ کاربرد فناوری دانش‌بنیان خودروی متصل در صنعت بیمه



محمدجواد حیدری

- ۲۵۶..... شناسایی ابعاد فرهنگی تأثیرگذار بر تحول دیجیتال در پذیرش بیمه‌های آتش‌سوزی
فریبا نقی پور، شیما سادات میرعمادیان، رحمان اسفندانی
- ۲۵۵..... بررسی عوامل مؤثر بر نرخ گذاری فنی بیمه‌نامه شخص ثالث (راننده محور)
سعید اسدی فراگوز، سینا شریفی آذر، سelda نواح

- ۲۵۹..... مقالات پوستری
- ۲۶۰..... تأثیر اینشورتنک بر مدل کسب‌وکار صنعت بیمه ایران (شناسایی عوامل)
نیکی اتابکی‌نیا، امید مهدی عبادتی، اسماء حمزه
- ۲۶۱..... خوشه‌بندی شرکت‌های دانش‌بنیان و ارائه محصولات براساس هوش مصنوعی
بهار خام فروش، غزاله سادات فخارزاده
- ۲۶۲..... ایجاد محرمانگی در تحلیل داده‌های بیمه‌ای برای ایجاد بیمه‌های سفرشی
بهار خام فروش، فاطمه توسلی
- ۲۶۳..... بیمه سایبری برای شرکت‌های دانش‌بنیان: یک مطالعه فراترکیب
آسیه بختیار

۲۶۵..... پنل توسعه مدیریت دانش‌بنیان در فرآیندهای بیمه‌گری

- ۲۶۷..... مقالات ارائه
- ۲۶۸..... بیمه‌نامه هوشمند جهت مدیریت یکپارچه بلایا با استفاده از فضای ابری و اینترنت اشیاء
محسن صابری
- اثر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه؛ رهیافت رگرسیون پانل کوانتایل (مقایسه‌ای بین کشورهای منطقه و پیشرو)
آزین سادات استاد رمضان، زهرا بردال، محمدسجاد میرزاخانی، میلاد کرمی
- ۲۷۰..... ابعاد و الزامات تحقق بیمه‌گری دیجیتال با تأکید بر فناوری‌های نوین
سید جمال موسی کاظمی، لیلای کریمیان، یونس وکیل‌الرعابا
- ۲۷۱..... بررسی مزایا و کاربردهای فناوری بلاکچین در صنعت تکافل
فاطمه آزادبخت، عزیز احمدزاده
- ۲۷۲..... بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر تمایل مشتری به استفاده از خدمات هوشمندسازی شده (مورد مطالعه: بیمه سامان)
مجید جعفری، سعید داداشی ونجانی

۲۷۳..... مقالات پذیرش شده به صورت صرفاً چاپ

- اتحاد استراتژیک صنعت بیمه و شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه اینترنت اشیاء (با روش تصمیم‌گیری چند معیاره
بهترین - بدترین)
کیارش ثنایی نامقی، زهرا سلیمانی، فاطمه حسن زاده
- ۲۷۴..... تأثیر قابلیت‌های خلق نوآوری و انواع مختلف نوآوری بر عملکرد مالی شرکت‌های بیمه مطالعه موردی
شرکت‌های بیمه در ایران
مه‌گل بهبودی، اشکان سپهری



- توسعه دانش‌بنیان صنعت بیمه از طریق ارتباط صنعت و دانشگاه ۲۷۶
 یعقوب محمودیان، میلاد بخشیم، معصومه آینه
- توسعه کسب و کار دیجیتال در صنعت بیمه ایران؛ بررسی تجارب موفقیت، شکست و چالش‌ها ۲۷۷
 حمیدرضا پروازی، آسیه بختیار
- طراحی مدل ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه بیمه‌گری هوشمند در صنعت بیمه ۲۷۸
 محمود امراللهی، بهروز آرمان‌مهر، محسن قنواتی‌نژاد
- مقالات پوستری** ۲۷۹
- نرخ‌دهی و محاسبه حق بیمه بر خط بیمه‌های گروهی درمان و نتایج آن ۲۸۰
 محمدرضا براتی آبگرمی، عباس دیدار، مجتبی عابد
- فرصت‌های کاهش هزینه‌ها از طریق نوآوری دیجیتال شرکت مورد مطالعه بیمه سامان ۲۸۱
 اشکان سپهری، مه‌گل بهبودی
- Promoting CSR in Natural Disaster Claim Assessment through Drone Usage in Iranian Insurance Companies 282**
 Fatemeh Shariati Rad, Mohammad Shariati Rad, Mehran Hassankhani
- فرآیند بیمه‌گری هوشمند در شرکت‌های بیمه (روندها، چالش‌ها، راه‌حل‌ها) ۲۸۳
 زهرا ابطاء، نگار نیکوی سمعی



سازمان همایش شورای سیاستگذاری

دکتر محمد مهدی عسگری
دبیر شورای سیاستگذاری و رئیس همایش



مهندس مجید یهزادپور
رئیس شورای سیاستگذاری همایش



دکتر سید محمد کریمی
عضو شورای سیاستگذاری همایش



دکتر مجید مشعلچی فیروز آبادی
عضو شورای سیاستگذاری همایش



دکتر علی بنیادی نائینی
عضو شورای سیاستگذاری همایش



دکتر یعقوب محمودیان
دبیر علمی همایش



غلامعلی جهانگیری
عضو شورای سیاستگذاری همایش



دکتر علی استاد هاشمی
عضو شورای سیاستگذاری همایش



دکتر مسعود حجازیان
عضو شورای سیاستگذاری همایش



حمیدرضا مهدوی کوچکسرای
عضو شورای سیاستگذاری همایش



علی حاتم آبادی
دبیر اجرایی همایش



دکتر یعقوب رشنوا دی
عضو شورای سیاستگذاری همایش





اعضای کمیته علمی

ردیف	نام و نام خانوادگی	عنوان و سمت
۱	دکتر محمد مهدی عسگری	رئیس پژوهشکده بیمه
۲	دکتر علی بنیادی نائینی	معاون طرح و توسعه بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران
۳	غلامعلی جهانگیری	معاون بیمه‌های اتکائی و امور بین‌الملل بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران
۴	دکتر مسعود حجاریان	مدیرعامل انجمن حرفه‌ای صنعت بیمه
۵	دکتر صابر شیبانی	رئیس انجمن علمی محاسبات بیمه و مالی ایران
۶	دکتر سید محمد کریمی	دبیر کل سندیکای بیمه‌گران ایران
۷	دکتر محمد نعمتی	عضو شورای پژوهشی پژوهشکده بیمه
۸	دکتر مهدی محمدی	عضو شورای پژوهشی پژوهشکده بیمه
۹	دکتر علیرضا دقیقی اصلی	عضو شورای پژوهشی پژوهشکده بیمه
۱۰	دکتر احسان جلالی لواسانی	عضو شورای پژوهشی پژوهشکده بیمه
۱۱	دکتر سعید صحت	عضو شورای پژوهشی پژوهشکده بیمه
۱۲	دکتر یعقوب محمودیان	معاون پژوهشی پژوهشکده بیمه
۱۳	دکتر عزیز احمدزاده	مدیر گروه پژوهشی مطالعات اسلامی بیمه پژوهشکده بیمه
۱۴	دکتر میترا قنبرزاده	مدیر گروه پژوهشی بیمه‌های اشخاص پژوهشکده بیمه
۱۵	دکتر فرزاد خامسیان	مدیر گروه پژوهشی عمومی بیمه پژوهشکده بیمه
۱۶	دکتر مریم اثنی عشری	مدیر گروه پژوهشی بیمه اموال و مسئولیت پژوهشکده بیمه



ردیف	نام و نام خانوادگی	عنوان و سمت
۱۷	دکتر اسماء حمزه	مدیر گروه پژوهشی فناوری های نوین بیمه ای پژوهشکده بیمه
۱۸	دکتر عباس راد	عضو شورای پژوهشی پژوهشکده بیمه
۱۹	حجت الاسلام دکتر سیدعلی حسینی	رئیس شورای فقهی بیمه
۲۰	دکتر مهدی صادقی شاهدانی	رئیس دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد دانشگاه امام (صادق (ع)
۲۱	دکتر مهدی ریاحی فر	عضو شورای پژوهشی پژوهشکده بیمه
۲۲	دکتر مهدی عزیزاللهی	عضو هیات علمی دانشکده حقوق دانشگاه قم
۲۳	رحیم مصدق	عضو شورای پژوهشی پژوهشکده بیمه
۲۴	<i>Prof. Dato' Dr Mohd Azmi Omar</i>	رئیس مرکز بین المللی تحصیلات مالی اسلامی (اینسیف)
۲۵	<i>Prof. Dr. Syed Abdul Hamid Aljunid</i>	معاون رئیس موسسه دبیران و مدیران رسمی مالزی، استاد دانشکده مطالعات پیشرفته دانشگاه اینسیف
۲۶	<i>Dr. Muhammad Zubair Mughal</i>	رئیس مرکز بانکداری و اقتصاد اسلامی الهدی، رئیس شورای پژوهشی حلال لاهور پاکستان



اعضای کمیته اجرایی

ردیف	نام و نام خانوادگی	عنوان و سمت
۱	علی حاتم آبادی	معاون پشتیبانی پژوهشگاه بیمه
۲	محمد حسین فلاح‌تکار	مدیرکل حوزه ریاست کل بیمه مرکزی ج.ا.ا
۳	علی اکبر ترکشوند	مدیرکل دفتر مرکزی حراست بیمه مرکزی ج.ا.ا
۴	مصطفی رئوفی	مدیرکل روابط عمومی و بین‌الملل بیمه مرکزی ج.ا.ا
۵	رضا یوسفی رامندی	مدیر امور مالی پژوهشگاه بیمه
۶	سیدهادی رئیس زاده	مدیر امور اداری پژوهشگاه بیمه
۷	دکتر شاهین طیار	رئیس دفتر ریاست پژوهشگاه بیمه
۸	مهدی ذوالفقاری	سرپرست حراست پژوهشگاه بیمه
۹	دکتر شبنم رفوآ	رئیس اداره کتابخانه، اسناد علمی و نشریات پژوهشگاه بیمه
۱۰	امیررضا مونسان	رئیس اداره فناوری اطلاعات و ارتباطات پژوهشگاه بیمه
۱۱	زینب سلمان خاکسار	رئیس اداره روابط عمومی پژوهشگاه بیمه



پیشگفتار

با جدی‌تر شدن نقش دانش در تعیین سرنوشت جوامع، نفوذ هر چه بیشتر علم و فناوری در عرصه اقتصاد، شکل‌گیری مفهوم اقتصاد دانش‌بنیان و حرکت بنگاه‌های اقتصادی به سوی تولید محصولاتی با ارزش افزوده بیشتر، اهمیت قابلیت‌های فناورانه برای کشورها بیش از پیش شده و فعالیت‌های نوآورانه مبتنی بر فناوری برای رشد و توسعه اقتصادی به امری ضروری تبدیل شده است. امروزه شاهد این هستیم که اقتصادهای جهان به سرعت به سمت دانش‌بنیان بودن حرکت می‌کنند و حمایت از دانش به عنوان عامل حیاتی رشد در نظر گرفته می‌شود. از این‌رو، دستیابی به اقتصاد دانش‌بنیان که در آن رشد اقتصادی ناشی از تولید علم و نوآوری است، مورد توجه بسیاری از محققان و سیاست‌مداران قرار گرفته است. این ایده که دانش نقش مهمی در اقتصاد بازی می‌کند ایده جدیدی نیست. همه فعالیت‌های اقتصادی در اشکال مختلف دانش قرار می‌گیرند و همه اقتصادها در شکل ساده آن بر دانش استوارند. در این خصوص قوانین جدیدی ایجاد شده‌اند که پدیدار شدن ساختار اقتصادی جدیدی با عنوان اقتصاد دانش‌بنیان را سبب شده است.

صنعت بیمه یکی از عوامل رشد و توسعه اقتصادی هر کشوری می‌باشد و کشورهای توسعه‌یافته اغلب صنعت بیمه توسعه‌یافته‌تری دارند. تا زمانی که صنعت بیمه نتواند بسترهای لازم برای حضور ایمن و توأم با اطمینان خاطر سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی را در بخش‌های مختلف اقتصادی فراهم آورد نمی‌توان انتظار داشت که یک کشور به بالندگی و تعالی اقتصادی دست یابد. از این‌رو صنعت بیمه را می‌توان مهم‌ترین عامل شتاب بخشیدن به رشد اقتصاد ملی هر کشور به حساب آورد.

اقتصاد مبتنی بر دانش مبتنی بر افزایش تخصص، تحقیق، نوآوری و یادگیری است. یکی از ویژگی‌های اصلی اقتصادهای دانش‌بنیان، اتکای آن‌ها به فناوری‌های نوین اطلاعاتی مانند فناوری اطلاعات و ارتباطات است که فناوری‌هایی با هدف عمومی هستند. تغییر به سمت اقتصاد مبتنی بر دانش در مقیاس جهانی در حال وقوع است، تحولی در همه اقتصادهای پیشرفته صنعتی در حال وقوع بوده و بسیاری از اقتصادهای در حال توسعه نیز در آرزوی رسیدن به این هدف هستند. این یک فرآیند عمیق و کلی است که در تمام بخش‌های اقتصاد عمل می‌کند.



اهمیت فزاینده نقش بیمه در فرآیند رشد و توسعه اقتصادی و همچنین تأمین رفاه اجتماعی ایجاب می‌کند امکان توسعه صنعت بیمه در کشورهای در حال توسعه از جمله کشور ایران بررسی و شناسایی شود تا امکان سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی جامع برای رفع موارد بازدارنده و تقویت موارد بسط‌دهنده توسعه بیمه فراهم شود. پیشرفت اقتصاد دانش‌بنیان با دمیدن روح دانش در کالبد صنعت بیمه می‌تواند به معرفی خدمات بیمه‌ای جدید، ارتقای کیفی طرح‌های فعلی و انطباق بیشتر خدمات بیمه‌ای با نیازها و سلاقی مشتریان منجر شود و مایه رشد و توسعه صنعت گردد. پیرو بیانات رهبر معظم جمهوری اسلامی در خصوص حمایت و تقویت شرکت‌های دانش‌بنیان، بیمه مرکزی به عنوان متولی صنعت بیمه و در راستای ایفای نقش حمایتی خود، تدوین آیین‌نامه‌های مربوط به تأسیس شرکت‌های فناورانه بیمه‌ای را در اولویت کارهای خود قرار داده است.

تبدیل ایده به محصول راهبرد اصلی صنعت بیمه است. افکار و ایده‌های بیمه‌ای یک نوع سرمایه پنهان است و صنعت بیمه برای دستیابی به افق‌های پیش‌بینی شده هیچ راهی جز بهره‌برداری از این سرمایه بزرگ را در پیش روی خود نمی‌بیند. تکیه بر توان علمی و فناوری‌های روز می‌تواند رشد تجاری صنعت بیمه را به دنبال داشته باشد. آموزش مستمر منابع انسانی، برپایی دوره‌های استاندارد دانش‌افزایی، همراهی با سیاست‌های پژوهش‌گده بیمه و تمرکز بر مدیریت ریسک باید بیش از پیش در دستور کار شرکت‌های بیمه قرار گیرد. بیمه مرکزی به عنوان تسهیل‌گر فرآیند تبدیل ایده به محصول، در تلاش است ایده‌های جدید بیمه‌ای شرکت‌های دانش‌بنیان که قابلیت تبدیل به طرح‌های جدید بیمه‌ای دارند را به شرکت‌های بیمه معرفی کند.

دستیابی به شاخص ضریب نفوذ بیمه، یکی از شاخص‌های رفاه اجتماعی است که می‌تواند نشان‌دهنده رشد، پیشرفت و بالندگی بیمه در یک کشور و ارتباط مأموس یا غیرمأموس فعالیت صنعت بیمه و اقتصاد یک کشور باشد. برای تحقق برنامه‌های توسعه‌ای و اسناد بالادستی و همچنین دستیابی به افق هفت درصدی ضریب نفوذ بیمه در کشور به تلاش مضاعف نیروهای مجرب صنعت بیمه و جوانان مبتکر و مسلط بر فناوری‌های روز نیاز مبرمی احساس می‌شود. امید که با نتایج علمی و عملی حاصل از این همایش و همکاری و تحول مجامع علمی و



شرکت‌های بیمه و دیگر ارکان صنعت بیمه مانند سندیکای بیمه‌گران، انجمن‌های حرفه‌ای، ارزیابان خسارت، پژوهشکده بیمه و همچنین حمایت‌های دولت در زمینه صنعت بیمه، بتوانیم گام مؤثری در زمینه توسعه و رشد روزافزون ضریب نفوذ بیمه در کشور برداریم. برگزاری همایش سالانه بیمه و توسعه فرصتی برای هم‌اندیشی و هم‌افزایی صنعت، دانشگاهیان و نهادهای سیاست‌گذار و مؤثر در توسعه صنعت بیمه است. از این رو، در راستای سازماندهی بحث‌های مرتبط با بیمه و اقتصاد دانش‌بنیان، عنوان همایش امسال "توسعه دانش‌بنیان صنعت بیمه" انتخاب شد تا از این گذر، راهکارهای مناسب جهت توسعه بیمه محصولات دانش‌بنیان و همچنین توسعه صنعت بیمه دانش‌محور مورد بررسی و تحلیل صاحب‌نظران قرار گرفته و راهکارهای کاربردی و عملیاتی به صنعت بیمه ارائه شود.

مهندس مجید بهزادپور

رئیس کل بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران



مقدمه

دوران تحول در فناوری‌های صنعت بیمه فرارسیده و شرکت‌های بیمه و فعالان این بخش باید طی دهه جاری، مشتریان خود را با عرضه محصولات، خدمات و روش‌های نوین فرآیندی حفظ کنند. صنعت بیمه، با به کارگیری فناوری‌های نوین از قبیل هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی، کلان داده‌ها و اینترنت اشیاء می‌تواند در ارائه خدمات و محصولات کاراتر، سودآوری بیشتر و رضایتمندی ذی‌نفعان گام‌های مؤثری بردارد و طبیعتاً با بهبود شرایط و امکانات تحلیلی، تصمیم‌گیری و خدماتی، بهره‌وری فرآیندها و رضایت مشتریان نیز افزایش می‌یابد.

استفاده از فناوری اطلاعات و بحث خلاقیت و نوآوری با استفاده از ابزارهای دانش‌بنیان در هر حرفه و صنعتی می‌تواند باعث رشد و توسعه آن صنعت گردد. صنعت بیمه در جهان و ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست و باید با فناوری روز دنیا همچون ایشورتک، اینترنت اشیاء، زنجیره‌بلوکی و ... در جهت رشد و توسعه بیمه در بین جامعه حرکت نماید.

بنا بر آنچه گفته شد، در شورای سیاست‌گذاری بیست و نهمین همایش ملی و دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه تصویب شد که با توجه به نام‌گذاری امسال به نام «تولید، دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین» از سوی مقام معظم رهبری (دام‌عزه) و نقشی که صنعت بیمه می‌تواند در رشد و توسعه اقتصادی کشور داشته باشد، موضوع **"توسعه دانش‌بنیان صنعت بیمه"** برای همایش سال جاری انتخاب شود تا در بستر فراهم شده، امکان هم‌فکری و هم‌اندیشی اهالی و خبرگان صنعت بیمه به منظور بررسی فرصت‌ها، ایده‌ها، چالش‌ها، کاستی‌ها و الزامات مورد نیاز برای پیشبرد این امر مهم در صنعت بیمه فراهم شود. بر این اساس، در همایش بیمه و توسعه سال جاری اهالی صنعت بیمه و پژوهشگران در قالب پنل‌های علمی به بحث و تبادل نظر خواهند پرداخت. در این نشست‌ها سیاست‌گذاران، خبرگان، محققان و شخصیت‌های علمی و دانشگاهی، در قالب مقالات و جلسات سخنرانی به هم‌اندیشی می‌پردازند که امید است توصیه‌های سیاستی حاصل از این مباحث، راهگشای صنعت بیمه در پیشبرد هرچه بیشتر تحولات دیجیتال در این صنعت باشد.

به مصداق آیه شریفه **وَمَنْ شَكَرَ فَإِنَّمَا يَظْكُرْ لِنَفْسِهِ** و به شکرانه توفیق و به رسم ادب، شایسته است از افراد بسیار زیادی که همکاری‌های خالصانه‌ای با پژوهشکده بیمه داشتند تشکر ویژه‌ای



داشته باشم. نخست از جناب آقای مهندس بهزاد پور، رئیس کل محترم بیمه مرکزی ج.ا.ا، که از بدو امر زمان زیادی را برای برگزاری هرچه بهتر همایش مبذول داشتند، سپاسگزاری می‌کنم. همچنین از قائم مقام گرامی و هیات محترم عامل بیمه مرکزی ج.ا.ا، شورای سیاست‌گذاری همایش و اعضای کمیته‌های علمی، اجرایی و فنی که نقش زیادی در پیشبرد امور همایش داشتند کمال تشکر و قدردانی را دارم. علاوه بر این، از پژوهشگران و اساتید و فرهیختگان سراسر کشور که با ارائه مقالات خود برای هرچه پربارتر شدن این همایش گام برداشتند، سپاسگزارم. از دبیر کل محترم و اعضای سندیکای بیمه‌گران ایران، مدیران عامل و کارکنان شرکت‌های بیمه کشور، مدیر عامل و اعضای محترم انجمن حرفه‌ای و سایر انجمن‌ها، نهادها و ارکان صنعت بیمه و خارج از صنعت، و همچنین دانشگاه‌ها که با همراهی و حضور در بخش‌های مختلف همایش، نقش مهمی در هدایت برنامه‌ها داشتند، تشکر فراوان دارم. در نهایت، بر خود لازم می‌دانم از تلاش‌های همکاران گرانقدرم در پژوهشکده بیمه، اعم از معاونین، اعضای هیات علمی، پژوهشگران، مدیران، کارکنان بخش‌های فناوری اطلاعات و اجرایی تشکر نمایم. امیدوارم، به فضل و مدد الهی و به همت بلند همه اهالی صنعت بیمه، ثمره این تلاش‌ها رشد و توسعه فرهنگ بیمه و ارتقای سطح کیفی و کمی خدمات بیمه‌ای را به همراه داشته باشد.

دکتر محمد مهدی عسگری
رئیس همایش و رئیس پژوهشکده بیمه



پنل های تخصصی

در بخش علمی همایش بیست و نهم، ۱۰ پنل تخصصی تشکیل گردید که اعضای آن شامل مدیران و متخصصین صنعت بیمه، اعضای هیأت علمی دانشگاه ها و مؤسسات آموزشی و پژوهشی می باشند.

مقالات دریافتی در همایش بیست و نهم، حسب موضوع مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفتند که در ادامه، به تفکیک عناوین پنل ها، اعضای آنها و چکیده مقالات پذیرش شده به صورت ارائه، صرفاً چاپ در کتاب مجموعه مقالات و پوستری (که به تأیید کمیته علمی همایش رسیده اند) ارائه می گردد.

لازم به ذکر است مقالات درج شده لزوماً بیانگر دیدگاه های پژوهشگر بیمه نیست و مسئولیت آنها بر عهده نویسندگان مقالات می باشد.



معرفی پنل‌های تخصصی همایش بیمه و توسعه

ردیف	عنوان پنل	رئیس پنل	اعضای پنل	مکان برگزاری ۱۳:۳۰ الی ۱۶
۱	بین‌الملل (Development of Takaful in Islamic Countries)	دکتر محمد مهدی عسگری	Dr. Muhammad Zubair Mughal Associate Prof. Dr. Fuzia Mubark Dr. Rafik Khan Dr. Kazi Md. Mortuza Ali Prof. Dr. Syed Abdul Hamid Aljunid	سالن سعدی
۲	سندیکای بیمه گران ایران (چالش‌ها و فرصت‌های بیمه‌گری هوشمند با رویکرد دانش‌بنیان)	دکتر سیدمحمدکریمی	دکتر ابراهیم کارگر، دکتر یعقوب رشنودی، دکتر مجید قلی پور، دکتر وحید ماجد	سالن اصلی (حافظ)
۳	انجمن حرفه‌ای صنعت بیمه (مدیریت ریسک دانش بنیان در بیمه‌های درمان و زندگی)	دکتر مسعود حجازیان	دکتر محسن قره‌خانی، غلامعلی ثبات یحیی میرزائی‌پری، دکتر مریم اثنی‌عشری	تالار شماره ۲
۴	انجمن علمی محاسبات بیمه و مالی ایران (بیمه‌گری هوشمند و فن‌آوری‌های نوین در زنجیره ارزش خدمات بیمه‌ای)	دکتر صابر شبیانی	دکتر امیر تیمور پاینده، دکتر رحیم محمودوند، دکتر عباس راد، دکتر میترا قنبرزاده	تالار شماره ۴
۵	تأثیر مولفه‌های اقتصاد دانش بنیان بر توسعه صنعت بیمه	دکتر مهدی صادقی شاهدانی	دکتر محمد نعمتی، دکتر مهدی طغیانی، دکتر رضا جعفری، آقای حسن شریفی	تالار شماره ۵
۶	طراحی محصولات و ابزارهای دانش بنیان بیمه	دکتر علی بنیادی نائینی	آقای غلامعلی جهانگیری، دکتر علیرضا دقیقی اصلی، محمدصادق خیاطیان، دکتر روح الله ابوجعفری	سالن رودکی
۷	مدیریت ریسک دانش بنیان حوادث سایبری، طبیعی و تغییرات اقلیمی	دکتر سعید صحت	دکتر علی استاد هاشمی، دکتر بهنام شهریار، دکتر اسماء حمزه، دکتر مجید مشعلچی	تالار شماره ۳
۸	نقش تکافل و ابزارهای مالی اسلامی در تحقق توسعه دانش بنیان صنعت بیمه	دکتر سید علی حسینی	دکتر مهدی ریاحی‌فر، دکتر محمد مهدی عزیزاللهی، دکتر عزیز احمدزاده، دکتر احسان جلالی لواسانی	تالار شماره ۸
۹	کاربرد رویکردهای دانش بنیان در توسعه رشته‌های بیمه‌ای	دکتر فرزانه خامسیان	مهندس احمدرضا ضرابیه، دکتر یونس مظلومی، آقای معصوم ضمیری، آقای رحیم مصدق	تالار شماره ۱
۱۰	توسعه مدیریت دانش بنیان در فرآیندهای بیمه‌گری	دکتر یعقوب محمودیان	دکتر علی جباری، دکتر علیرضا هادی، آقای هادی اویار حسین، دکتر مسعود بادین	تالار شماره ۷

بیست و نهمین همایش ملی و
دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه

ISC SID



پنل انجمن حرفه‌ای صنعت بیمه (مدیریت ریسک دانش بنیان در بیمه‌های درمان و زندگی)

رئیس: دکتر مسعود حجاریان

اعضا:

دکتر محسن قره‌خانی

غلامعلی ثبات

یحیی میرزائی‌پری

دکتر مریم اثنی‌عشری

پنل انجمن حرفه‌ای صنعت بیمه
(مدیریت ریسک دانش‌بنیان در بیمه‌های درمان و زندگی)

مقالات ارائه



به کارگیری ابزارهای دانش بنیان براساس توابع دورافتادگی ژرفا-

مبنا در شناسایی قراردادهای با رفتار نامتعارف

مطالعه موردی بررسی قراردادهای درمان گروهی شرکت بیمه سامان

زهره برزگر^۱، سکینه دهقان^۲، شیمه آراء^۳

چکیده

با توجه به تغییر ماهیت و شکل علوم مختلف از منبع محوری به دانش بنیانی، شاهد تحول‌هایی در صنعت بیمه و شکل‌گیری کسب و کارهای دانش بنیان مبتنی بر فناوری و بهره‌گیری از علم روز برای تحقق بیمه‌گری هوشمند هستیم. در این راستا، اهمیت داده‌ها و تجزیه و تحلیل جامع و دقیق آماری آنها بیش از پیش مطرح می‌شود. یکی از موضوعات مهم در تحلیل داده‌های بیمه‌ای، شناسایی نقاط دورافتاده است. این امر، با شناخت رفتارهای نامتعارف از الگوی حاکم بر پرتفوی یک شرکت بیمه، اطلاعات مفیدی در اختیار تصمیم‌گیران امر قرار می‌دهد. انتخاب یک روش جامع، به گونه‌ای که قادر به شناسایی نقاط دورافتاده با در نظر گرفتن همزمان چندین متغیر مورد بررسی را داشته باشد، از اهمیت بسزایی برخوردار است. از طرفی، از آن جا که دورافتادگی نقاط به طور اجتناب‌ناپذیری وابسته به ترتیب داده‌ها است، مرتب‌سازی چندمتغیره می‌تواند راهی برای شناسایی نقاط دورافتاده چندمتغیره فراهم کند. واضح است به دلیل عدم وجود ترتیب خطی در فضای چندمتغیره، رتبه‌بندی داده‌های چندمتغیره متفاوت از رتبه‌بندی یک‌متغیره است. تابع ژرفا با در نظر گرفتن ویژگی‌های هندسی مجموعه داده‌های چندمتغیره و رتبه‌بندی مرکز به بیرون مشاهدات ابزار مناسبی را در آمار ناپارامتری چندمتغیره فراهم آورده است. در این مقاله، بر اساس مفهوم تابع ژرفا، یک روش برای شناسایی نقاط دورافتاده چندمتغیره بررسی می‌شود. روش پیشنهادی، برای تحلیل قراردادهای بیمه درمان گروهی شرکت بیمه سامان براساس متغیرهای متوسط حق بیمه هر بیمه‌شده، متوسط خسارت هر بیمه‌شده و نسبت خسارت پرداخته به کار رفته و قراردادهایی با عملکرد متفاوت از سایر قراردادهای شناسایی می‌شوند. اجرای روش پیشنهادی بر داده‌ها در نرم‌افزار R انجام شده است.

واژگان کلیدی: دانش بنیان، بیمه‌گری هوشمند، داده‌های چندمتغیره، تابع ژرفا، تابع دورافتادگی، بیمه درمان گروهی

۱. معاون مدیر اکچوئری و تحلیل داده، شرکت بیمه سامان، تهران، z.barzegar@samaninsurance.ir

۲. گروه آمار، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، Sa_dehghan@sbu.ac.ir

۳. معاون فنی بیمه‌های زندگی، شرکت بیمه سامان، تهران، Sh.ara@samaninsurance.ir



طراحی سیستم دانش‌بنیان در ارزیابی ریسک بیمه‌های درمان بر مبنای رویکردهای اکچوئری

الهه پرنلو^۱

چکیده

هدف از این مقاله ارتقاء فرآیند ارزیابی ریسک در بیمه‌های درمان با طراحی یک سیستم دانش‌بنیان بر مبنای رویکردهای اکچوئری است. یک سیستم دانش‌بنیان با الگوبرداری از مهندسی دانش و بهره‌مندی از منابع (تخصص‌ها و مهارت‌ها) و تجزیه و تحلیل داده‌های آماری داخلی و خارجی، ضمن مدیریت ریسک پرتفوی بیمه‌ای، منجر به تسریع و بهبود کیفیت خدمات می‌گردد. پژوهش حاضر از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های توصیفی، اکتشافی و توضیحی است در فاز نخست عوامل اصلی ریسک به عنوان ورودی در مدل با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان صنعت بیمه استخراج شدند و در فاز دوم طبقه‌بندی و سنجش ریسک در سطوح مختلف (فردی، گروهی) با اعمال انواع فرانشیز، سقف تعهد و بررسی محاسبات مالی مشتمل بر درآمد، هزینه و شاخص‌های سودآوری (ضریب ترکیبی، عملیاتی و شاخص شارپ) صورت پذیرفت. در فاز سوم سازوکارهای متنوع‌سازی ریسک به واسطه فروش پکیجی (چند رشته‌ای) تعیین و در نهایت مدل در یک پایگاه داده مبتنی بر اکسل به عنوان نمونه اولیه سیستم مبتنی بر دانش در بیمه‌های درمان گنجانده شد و با توجه به نتایج حاصله از طراحی مدل، راه کارهای عملیاتی به منظور ارزیابی صحیح ریسک و کنترل ضریب خسارت به صورت سیستماتیک در راستای افزایش توان رقابتی شرکت‌های بیمه بیان گردید.

واژگان کلیدی: سیستم دانش‌بنیان، بیمه درمان، مدیریت ریسک پرتفوی بیمه‌ای، مهندسی دانش، پایگاه داده، اکچوئر

۱. کارشناسی ارشد اکچوئری، کارشناس مسئول مدیریت ریسک شرکت بیمه‌نوین، تهران

elaheparanloo2021@gmail.com



مقایسه نرخ‌های مرگ‌ومیر سازمان تأمین اجتماعی با جداول زندگی ایران و فرانسه

ریحانه فتحی^۱

چکیده

هدف این مقاله بررسی جداول مرگ‌ومیر فرانسه (TD88-90) و مرگ‌ومیر ایران (ILT1400) به عنوان نماینده جدول مرگ‌ومیر سالانه در ایران با نرخ‌های مرگ‌ومیر برآورد شده از داده‌های سازمان تأمین اجتماعی موجود (از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۲) است. علاوه بر مروری بر پیشینه تحقیق، برخی از دلایلی که چرا نرخ مرگ‌ومیر ارزیابی می‌شود، بررسی خواهد شد. داده‌ها و روش مورد نیاز برای دستیابی به هدف تحقیق نیز به طور کامل مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت. برای به دست آوردن نرخ مرگ‌ومیر هموار، از دو تکنیک هموارسازی، اسپلاین پایه طبیعی (B-اسپلاین) و اسپلاین جریمه‌شده (P-اسپلاین) استفاده خواهد شد. سپس نرخ‌هایی که تخمین زده شده‌اند با نرخ‌های TD88-90 و ILT1400 مقایسه می‌شوند تا بررسی شود که آیا این جداول زندگی باید همچنان به عنوان نماینده‌ای برای مرگ‌ومیر مستمریان تأمین اجتماعی استفاده شود یا باید مطالعه مستقلی انجام شود. نتیجه این شد که نرخ مرگ‌ومیر بیمه‌شدگان سازمان تأمین اجتماعی (به جز برای مردان بالای ۵۰ سال) به خصوص برای زنان، بسیار کمتر از نرخ‌های در نظر گرفته شده در جداول زندگی ایران و فرانسه است که در صورت استفاده از نرخ‌های پیشین، می‌تواند موجب به وجود آمدن ریسک‌های مالی بسیاری برای سازمان شود.

واژگان کلیدی: اسپلاین، در معرض مخاطره، نرخ خام، نرخ مرگ‌ومیر، هموارسازی

۱. کارشناسی ارشد بیم سنجی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، Reyhane.fathi1@gmail.com



الگوریتم هوشمند ارزیابی و پیش‌بینی ریسک و خسارت بیمه درمان تکمیلی با استفاده از روش شبکه عصبی مصنوعی چندلایه

محمد علی رستمی^۱، سید محمد مهدی بنی‌حسینی^۲، سها صفائی^۳

چکیده

با توجه به گسترش مخاطرات و ریسک‌های زندگی در عصر کنونی در حوزه‌های مختلف به خصوص بخش سلامت و درمان، جوامع امروزی همواره در حال جستجو و اخذ سرویس بیمه مناسب برای کاهش هزینه‌های ناشی از ریسک‌های موجود در اطراف خود هستند. از طرف دیگر شرکت‌های بیمه‌گذار با توجه به رسالت و هدف خود به دنبال جذب مشتریان و بیمه‌نامه‌ها با کمترین میزان خسارت و ریسک هستند. از این رو ارزیابی ریسک و خسارت مشتریان در رشته درمان یکی از چالش‌های اصلی شرکت‌های بیمه‌ای می‌باشد. از طرف دیگر شرکت‌های بیمه‌ای با حجم انبوهی از داده‌های مشتریان خود همراه بوده و تکنیک‌های سنتی ابزار مناسبی برای تحلیل آن نیست. از این رو در این پژوهش به ارائه یک چارچوب متکی بر تکنیک‌های داده‌کاوی و هوش مصنوعی برای ارزیابی ریسک و خسارت در رشته درمان برای مشتریان شرکت‌های بیمه پرداخته شد. برای این منظور پس از غربالگری و بومی سازی شاخص‌های موثر بر خسارت و ریسک با استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره، اقدام به ارجحیت‌سنجی آنها بر اساس داده‌های خبرگان شد. سپس با استفاده از روش خوشه‌بندی فازی اقدام به خوشه‌بندی و طبقه‌بندی مشتریان بر اساس ریسک و خسارت شد. در ادامه به منظور تخمین دقیق‌تر میزان ریسک خسارت هر مشتری یک شبکه عصبی مصنوعی چندلایه فازی با تعداد ۱۶ نرون و با استفاده از تابع محرک سیگموئیدی بر روی داده‌ها هر مشتری، شاخص برازش شد که نتایج نشان از قابلیت بالای این الگوریتم برای ارزیابی خسارت می‌باشد.

واژگان کلیدی: ارزیابی ریسک، پیش‌بینی خسارت، بیمه درمان تکمیلی، هوشمند، داده‌کاوی

۱. مدیریت طرح و برنامه، تجارت نو، تهران، ma.rostami@aut.ac.ir

۲. مدیریت امور شعب و نمایندگان، تجارت نو، تهران، m.mehdi.b.hosseini@gmail.com

۳. مدیریت طرح و برنامه، تجارت نو، تهران، safaei.soha@gmail.com



روشی برای شناسایی افراد پرریسک در پوشش‌های درمانی بیمه‌های تکمیلی (بیمه ملت)

فرنوش معنوی^۱، مسعود دادگر^۲، محمدحسین رحمتیان^۳

چکیده

مخاطراتی که در زندگی، سلامت انسان را تهدید می‌کند می‌تواند بسیار بحرانی و آزاردهنده باشد. شرکت‌های بیمه برای جبران خسارت‌های اقتصادی و جسمانی وارد شده، بیمه‌های درمانی مختلف را به افراد ارائه می‌کنند. بیمه‌ی تکمیلی درمان یکی از انواع بیمه‌های درمانی است و خسارت‌هایی که بیمه‌ی درمانی پایه آن را پوشش نمی‌دهد، جبران می‌کند. در نتیجه، این امر سبب شده‌است در سال‌های اخیر افراد زیادی برای خرید بیمه‌ی تکمیلی ترغیب شوند. شرکت‌های بیمه هم مانند هر بنگاه اقتصادی دیگر برپایه منطق و اصول حاکم بر کسب و کار فعالیت دارد و فروش بیمه‌ی تکمیلی باید برای آنها سودآور باشد. در برخی مواقع اشخاص بیمه شده یا مراکز درمانی از بیمه‌ی تکمیلی درمان سوءاستفاده می‌کنند و مبالغ بالاتر از حد معمول برای دریافت خسارت به شرکت بیمه تحمیل می‌کنند.

هدف این مقاله، ابتدا تعیین بازه‌ی خسارت متعارف برای پوشش‌های درمانی با استفاده از روش توکی فَنس و اطلاعات بیمه‌ی تکمیلی درمان شرکت بیمه ملت است. سپس با استفاده از بازه‌ی مجاز مشخص شده، پرونده‌هایی که در چندین مورد خسارت‌های نامتعارف داشته‌اند شناسایی می‌شوند؛ تا در مراحل بعدی توسط کارشناسان بیمه، پرونده آنها با دقت بررسی شود و برخورد مناسب با آنها صورت گیرد و از ضرر و زیان شرکت در رشته درمان جلوگیری شود.

واژگان کلیدی: پیش‌بینی ریسک، بیمه‌نامه، بیمه‌ی تکمیلی، خسارت، خانواده، ریسک،

مراکز درمان

۱. واحد مدیریت ریسک، شرکت بیمه ملت، شیراز، f.manavi@cse.shirazu.ac.ir

۲. واحد مدیریت ریسک، شرکت بیمه ملت، شیراز، dadgar@cse.shirazu.ac.ir

۳. واحد مدیریت ریسک، شرکت بیمه ملت، تهران، mh.rahmatian@ut.ac.ir

پنل انجمن حرفه‌ای صنعت بیمه
(مدیریت ریسک دانش‌بنیان در بیمه‌های درمان و زندگی)

مقالات پذیرش شده به
صورت صرفاً چاپ



مدل استوار قیمت‌گذاری بیمه درمان در شرایط بروز بحران

ثمین عبدالله پور^۱، محمدعلی رستمی^۲، آسیه بختیار^۳

چکیده

شرکت‌های بیمه‌ای فعال در کشور همواره با چالش تعیین تعرفه‌های پوشش‌های زیرمجموعه رشته درمان روبرو هستند. این در حالی است که رشته درمان به دلیل ماهیتی ریسکی که دارد همواره یکی از بالاترین رشته‌ها از حیث ضریب خسارت به شمار می‌رود. از طرف دیگر افزایش تعرفه‌های پوشش همواره با کاهش رضایت و ذهنیت مثبت بیمه‌گذاران روبرو بوده و می‌بایست به صورت کنترل شده صورت پذیرد. بیمه مرکزی نیز محدوده افزایش تعرفه را تعیین نموده و بر آن نظارت دارد. فضای مسئله قیمت‌گذاری در رشته درمان با در نظر داشتن شرایط و ریسک احتمالی ناشی از بروز بحران‌هایی مانند کرونا و یا مخاطرات زیست محیطی که تأثیر مستقیم بر ضریب خسارت در سال آتی دارد، دشوارتر و پیچیده‌تر می‌شود. در این مقاله به مدل‌سازی این مسئله و ارائه راهکار با استفاده از یک مدل چند هدفه و استوار برای مواجهه با عدم قطعیت اقدام شده است. در مدل ارائه شده با استفاده از شبکه عصبی مصنوعی اقدام به پیش‌بینی تغییرات خسارت در صورت بروز بحران شده و نتایج بدست آمده به عنوان داده و پارامتر مورد استفاده قرار گرفته است. مدل نهایی با استفاده از روش سناریو محور استوارسازی شده و با روش‌های فرا ابتکاری بهینه‌سازی ازدحام ذرات و دقیق حل شده که نتایج حاکی از دقت ۹۵ درصدی روش ابتکاری است.

واژگان کلیدی: بحران، قیمت‌گذاری، عدم قطعیت، برنامه‌ریزی آرمانی، شبکه عصبی

۱. مدیریت طرح و برنامه بیمه تجارت نو، تهران، Saminabdolahpoor286@gmail.com

۲. مدیریت طرح و برنامه بیمه تجارت نو، تهران، Ma.rostami89@gmail.com

۳. مدیریت کسب و کارهای نوین، بیمه تجارت نو، تهران، azadenasrabadi@yahoo.com



ارائه مدل پیش‌بینی توانگری مالی شرکت‌های بیمه مبتنی بر شاخص‌های پیش‌هشدار

محسن قره‌خانی^۱، زهره آقا بابایی^۲، سید احمد میری چیمه^۳

چکیده

توانگری مالی، ابزاری است که در بسیاری از کشورهای جهان به منظور نظارت مالی بر شرکت‌های بیمه در بازار و به تبع آن دخالت نهاد ناظر استفاده می‌شود. در این روش به جای نظارت مستقیم، حاشیه توانگری مالی شرکت‌های بیمه که نشان‌دهنده توان مالی آن‌ها برای ایفاء تعهدات پذیرفته‌شده آن‌هاست، ارزیابی می‌شود. سیستم اطلاعاتی تنظیم بیمه (IRIS)^۴، را انجمن ملی ناظران امور بیمه‌ای (NAIC)^۵، به عنوان روشی برای ارزیابی قدرت مالی شرکت‌های بیمه‌ای که در آمریکا فعالیت می‌کنند، طراحی کرده و توسعه داد که ماهیتی رو به آینده دارد و اطلاعاتی را علاوه بر شاخص توانگری مالی در اختیار نهاد ناظر قرار می‌دهد. هدف این مقاله امکان استفاده نهاد ناظر از شاخص‌های IRIS در جهت پیش‌بینی توانگری مالی شرکت‌های بیمه و دخالت در بازار بیمه بوده است.

واژگان کلیدی: نهاد ناظر، بازار بیمه، توانگری مالی، سیستم اطلاعاتی تنظیم بیمه، نظارت مالی، شاخص آینده‌نگر

۱. استادیار و عضو هیئت مدیره گروه مالی، موسسه آموزش عالی الکترونیکی ایرانیان، تهران
mohsen.gharakhani@iranian.ac.ir

۲. رئیس اداره نظارت بر صورت‌های مالی و توانگری بیمه مرکزی ج.ا.، تهران، Aghababae_92@yahoo.com

۳. دانشجوی ارشد دانشگاه تهران، Seyed.ahmad.miri@ut.ac.ir

4. Insurance Regulatory Information System

5. National Association of Insurance Commissioners

پنل انجمن حرفه‌ای صنعت بیمه
(مدیریت ریسک دانش‌بنیان در بیمه‌های درمان و زندگی)

مقالات پوستری



کشف تقلب و تخلف در بیمه‌های درمان با استفاده از مدل‌های یادگیری ماشین

حدیثه ناطقی^۱، ثمین محبوب‌فر^۲، عباس دیدار^۳

چکیده

تقلب و سوءاستفاده هزینه‌های قابل توجهی را در سیستم‌های مراقبت بهداشتی بسیاری از کشورها ایجاد کرده است و این تخلفات هر ساله در بیمه درمان در حال افزایش است. لذا مدیریت ریسک ناشی از تقلب در این رشته از اهمیت بسیاری برخوردار است. هدف این مقاله ارائه روش‌های تشخیص و جلوگیری از تقلب در بیمه‌های درمان با استفاده از روش‌های یادگیری ماشین^۴، بر اساس رویکرد داده‌های کلان و معتبر است. این روش‌ها علاوه بر شیوه‌های شیوه‌های تقلب‌های رایج، الگوهای پیچیده و جدید که ممکن است در مستندات رایج جهت شناسایی تقلب به آن اشاره نشده باشد را نیز شناسایی می‌کند. از این بررسی می‌توان نتیجه گرفت، استفاده از مدل‌های یادگیری ماشین برای تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ و منابع داده‌ای جدید منجر به کاهش هزینه مراقبت‌های بهداشتی، افزایش کارایی تشخیص تقلب^۵ و در نتیجه ارائه کیفیت بالا از طریق مدیریت ریسک ناشی از تقلب در سیستم‌های مراقبت‌های بهداشتی خواهد شد.

واژگان کلیدی: بیمه‌درمان، تقلب و تخلف، یادگیری ماشین، کلان داده، مدیریت ریسک

۱. بیمه سامان، تهران، HadisehNateghi75@gmail.com

۲. بیمه سامان، تهران، Samin.Mahboobfar@gmail.com

۳. دانشگاه شهید بهشتی، تهران، AbbasDidar11@gmail.com

4. Machine Learning
5. Fraud Detection



مدیریت ریسک دانش‌بنیان در بیمه‌های زندگی با مدل سازی BMI مطالعه موردی: ریسک‌های نوظهور

محمود سبزی^۱، آیدین رشیدی^۲

چکیده

ماهیت شرکت‌های بیمه به گونه‌ای است که در این شرکت‌ها، ارزیابی ریسک از اهمیت بالایی برخوردار است. علت این مسئله آن است که اساساً نقش بیمه، قبول ریسک مشتریان است؛ بنابراین طبیعی است که شرکت بیمه در رابطه با ریسک‌هایی که می‌پذیرد دقت بیشتری داشته باشد. امروزه رشته‌های مختلف بیمه‌ای خصوصاً در بیمه‌های اشخاص توسعه یافته است. بیمه‌گران به منظور حمایت مالی در صورت فوت یکی از اعضای خانواده خصوصاً سرپرست خانواده‌ها به ارائه بیمه‌های زندگی برای افراد برآمدند. همچنین بیمه زندگی به صورت بیمه زندگی و پس‌انداز توسط بیمه‌گران به منظور پس‌انداز در کنار اخذ پوشش بیمه‌ای به فروش می‌رسد. ریسک موجود در بیمه‌های زندگی، فوت بیمه‌شده هست و لزوم مدیریت آن، بیمه‌گران را به کسب مزیت رقابتی نائل می‌سازد. در این راستا مدیریت ریسک بیمه‌های عمر در شرکت‌های بیمه چشم‌اندازی از فاصله میان وضع موجود و آنچه به لحاظ نظری و عملی باید صورت گیرد، به دست می‌دهد. مراحل این تحقیق شامل بررسی اهمیت مدیریت ریسک در بیمه‌های زندگی، مدیریت ریسک‌های پزشکی، مبانی اکچوئرال بیمه عمر و بررسی روش‌های مدل‌سازی و پیش‌بینی نرخ مرگ‌ومیر و همچنین معرفی BMI می‌باشد و در انتها راهکارهایی به منظور کنترل ریسک‌های بیمه عمر ارائه شده است.

واژگان کلیدی: بیمه زندگی، ریسک، مدل‌سازی، نرخ مرگ‌ومیر

۱. دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی، دانشگاه خوارزمی، sabzimahmoud@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران، کارشناس ارشد مدیریت بیمه‌های عمر و پس‌انداز

Aydin.rashidi@ut.ac.ir



کاربرد فناوری‌های نوین در صنعت بیمه درمان

مجتبی عابد^۱، مونا اله یاری^۲، اسرین امیری^۳

چکیده

نبود شفافیت در بخش‌های مختلف صنعت بیمه و قرار گرفتن مشتریان در فرایندهای زمانبر و گاهی مبهم بیمه‌گری، بی‌اعتمادی عمومی ایجاد کرده است. ورود فناوری نوین در اشکال مختلف آن محلی برای ارائه شفافیت به مشتری، تسهیل ارائه خدمات و بهبود تجربه خوشایند است. هدف از انجام این مطالعه بررسی کاربرد فناوری‌های نوین در فرایندهای بیمه‌گری، فروش، ارزیابی خسارت، مدیریت ریسک و پشتیبانی و سنجش میزان اقبال فعالان صنعت بیمه درمان از بکارگیری آن‌ها در این حوزه است.

پژوهش در دو بخش مروری و میدانی انجام شد. در بخش مروری با کمک کلیدواژه‌ها در پایگاه‌های داده جستجو شد و بر اساس معیارهای انتخابی ۲۰ مقاله انتخاب گردید. در بخش دوم پس از اطمینان از پایایی پرسشنامه ۳۱ سوالی، با مخاطب قرار دادن ۳۷ نفر از خبرگان صنعت بیمه نتایج مورد بررسی قرار گرفت.

در بخش مروری، نتایج ۲۰ مطالعه که کاربرد فناوری‌های نوین شامل داده‌های بزرگ، هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و بدن، ربات‌های گفتگو، تخفیف‌های MLR، تشخیص کاراکتر نوری، RPA، RegTech، SupTech و معماری میکروسرویس در بخش درمان صنعت بیمه مورد واکاوی قرار گرفت. در بخش میدانی، پس از تشریح فناوری‌های نوین، خبرگان با کاربرد هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و بدن، ربات‌های گفتگو، تخفیف‌های MLR و معماری میکروسرویس در حوزه‌های بازاریابی و فروش، شبکه ارائه خدمات، مدیریت ریسک و مدیریت ارتباط با مشتریان موافق بودند.

واژگان کلیدی: صنعت بیمه، فناوری نوین، هوش مصنوعی، مدیریت ریسک، اینشورتک، تحلیل داده

۱. مدیر درمان شرکت بیمه دی و دانشجوی دکتری آکچوئری دانشگاه شهید بهشتی، Actuarabed@gmail.com

۲. کارشناس درمان، شرکت بیمه دی، Mona.allahyari.90s@gmail.com

۳. کارشناس درمان، شرکت بیمه دی، Amiri.asrin@gmail.com



شناسایی ریسک‌های بیمه عمر هنگام پذیره‌نویسی با کمک سیستم دانش‌بنیان

آیدین رشیدی^۱

چکیده

گسترش بیمه و بویژه بیمه‌های عمر از اقدامات مؤثری است که می‌تواند باعث بهبود سطح زندگی شود. مسأله این است که شرکت‌های بیمه با ریسک‌های افراد در هنگام پذیره‌نویسی بیمه عمر چگونه برخورد می‌کنند. سیستم‌های دانش‌بنیان برای سازمان‌هایی که می‌خواهند به مشتریان خود خدمات بهتری ارائه دهند، و قصد ترویج جذب تخصص، حفظ و استفاده مجدد در سازمان را دارند، مفید خواهند بود. هدف از این کار ارتقای فرآیند پذیره‌نویسی بیمه عمر با ایجاد یک سیستم دانش‌بنیان است. این مقاله عوامل ورودی اصلی و تصمیمات خروجی را که متخصصان بیمه عمر در نظر گرفته و به صورت روزانه اتخاذ می‌کنند، شناسایی می‌کند. دانش بیمه‌نامه عمر از طریق مصاحبه در شرکت بیمه آسیا استخراج شد. این دانش در یک نمونه اولیه سیستم دانش‌بنیان گنجانده شده است که برای نشان دادن پتانسیل این فناوری در صنعت بیمه عمر طراحی و اجرا شده است. در طراحی و توسعه نمونه اولیه از زبان مدل‌سازی یکپارچه و زبان پرولوگ بصری استفاده شده است. پایگاه دانش سیستم با دانش نمونه به‌دست‌آمده از شرکت بیمه عمر پر شد و نتایج برای نشان دادن نحوه عملکرد سیستم تولید شد.

واژگان کلیدی: بیمه عمر، پذیره‌نویسی، مدیریت ریسک، مدیریت دانش، مهندسی دانش، سیستم دانش‌بنیان

۱. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران، کارشناس ارشد مدیریت بیمه‌های عمر و پس‌انداز
Aydin.rashidi@ut.ac.ir



بررسی یک معماری مبتنی بر بلاک‌چین برای تشخیص تقلب در مدارک درمانی

مینا ذبیحیان^۱، نیلوفر بیات^۲

چکیده

صنعت بهداشت و درمان یکی از ارائه‌دهندگان خدمات مهمی است که زندگی مردم را بهبود می‌بخشد. همانطور که هزینه خدمات درمانی افزایش می‌یابد، بیمه سلامت تنها راه دریافت خدمات با کیفیت در صورت بروز حادثه یا یک بیماری بزرگ است. همانطور که بیمه درمانی هزینه‌ها را کاهش می‌دهد و ثبات مالی و اقتصادی را برای یک فرد فراهم می‌آورد. یکی از وظایف اصلی ارائه‌دهندگان بیمه درمان نظارت و مدیریت داده‌ها و ارائه پشتیبانی به مشتریان است. با توجه به مقررات و محرمانه بودن کسب و کار، شرکت‌های بیمه داده‌های بیمار را به اشتراک نمی‌گذارند اما از آنجایی که داده‌ها یکپارچه و همگام با ارائه‌دهندگان بیمه نیستند، تعداد کلاهبرداری‌ها در صنعت بیمه سلامت افزایش یافته است. اغلب اوقات اطلاعات مبهم یا نادرست به شرکت‌های بیمه ارائه می‌شود تا آن‌ها را وادار به پرداخت برخی ادعاهای اشتباه به صاحبان بیمه‌نامه کند. بیمه‌گذاران فردی نیز ممکن است ادعا کنند که از چندین ارائه‌دهنده بیمه سود می‌برند.

به منظور جلوگیری از تقلب در بیمه درمانی، ایجاد سیستمی برای مدیریت ایمن و نظارت بر فعالیت‌های بیمه از طریق یکپارچه‌سازی داده‌ها از تمام شرکت‌های بیمه ضروری است. امروزه بلاک‌چین به عنوان انقلابی عظیم در فناوری اطلاعات محسوب می‌گردد و یکی از اصلی‌ترین حوزه‌هایی که پیش‌بینی می‌شود به شدت تحت تاثیر این فناوری قرار گیرد صنعت بیمه می‌باشد. از آنجایی که بلاک‌چین امکان نگهداری و به اشتراک‌گذاری داده‌های تغییرناپذیر را فراهم می‌کند، ما یک معماری مبتنی بر بلاک‌چین را برای تشخیص تقلب در مدارک درمانی بیمه درمان مورد بررسی قرار داده‌ایم.

واژگان کلیدی: بلاک‌چین، تشخیص تقلب، مدارک درمانی، بیمه درمان

۱. واحد فناوری اطلاعات و ارتباطات، شرکت بیمه سامان، تهران، m.zabihian@samaninsurance.ir

۲. واحد فناوری اطلاعات و ارتباطات، شرکت بیمه سامان، تهران، ni.bayat@samaninsurance.ir



بررسی ظرفیت‌های توسعه بیمه‌های زندگی و اشخاص بر بستر بلاک‌چین و قراردادهای هوشمند

رضا مهرعلیزاده^۱، فریال فراکش^۲، محسن قره‌خانی^۳

چکیده

امروزه ورود تکنولوژی بلاک‌چین باعث تحول صنایع مختلف و بالتبع آن صنعت بیمه شده است و فعالان حوزه در هر صنعت درصدد استفاده از مزایای آن در افزایش بهره‌وری و کیفیت پاسخگویی به مشتریان خود می‌باشند. از مسائل مهم در بهره‌وری شرکت‌های بیمه‌ای در رشته‌های مختلف و بالاخص رشته زندگی و اشخاص، کیفیت نازل دسترسی به داده‌ها، ارتباط نامؤثر بیمه‌گر با بیمه‌گذاران در فرآیند صدور و خسارت و هزینه‌های گزاف اداری و عمومی می‌باشد که با استفاده از فناوری قراردادهای هوشمند بر بستر بلاک‌چین، بهره‌وری و مشارکت شرکت‌های بیمه‌ای و بیمه‌گذاران همزمان با امنیت داده‌ها، بسیار بهبود پیدا می‌کنند. در این مقاله مزایای فناوری بلاک‌چین و قراردادهای هوشمند بررسی شده و چگونگی استفاده از این تکنولوژی در رشته‌های مختلف بیمه‌ای بالاخص در حوزه‌های زندگی و اشخاص مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: بیمه زندگی، بیمه اشخاص، بلاک‌چین، قرارداد هوشمند، اتکایی

۱. شرکت بیمه اتکایی تهران رواک، R.Mehralizadeh@Tehran.re

۲. شرکت بیمه اتکایی تهران رواک، F.Farakesh@Tehran.re

۳. شرکت بیمه اتکایی تهران رواک، Mgh@Tehran.re



مدیریت ریسک دانش‌بنیان در بیمه‌های درمان با تأکید بر راهکارهای اجرایی و عملیاتی

سید محسن حسینی^۱، محمدصادق زارع^۲

چکیده

موضوع تداوم روند زیاندهی بیمه درمان در سالیان اخیر و تأثیر آن بر وضعیت مالی شرکت‌های بیمه و به موازات آن رشد چشمگیر و پیشرفت‌های خارق‌العاده در زمینه تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات و گستره وسیع خدمات دیجیتالی که بر مبنای نیازهای مشتریان طراحی و ارائه گردیده است، باعث شده تا صنعت بیمه بیش از گذشته به سمت استفاده از ابزارهای فناورانه حرکت نماید. تجربه نشان داده که استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند به عنوان عامل مهمی بر کاهش هزینه‌های اداری شرکت‌های بیمه به شمار آید و نیز می‌تواند باعث تسهیل فرآیندهای صدور و خسارت رشته‌های بیمه‌ای و کنترل خسارات بویژه در رشته درمان گردد. در این نوشتار سه موضوع سازماندهی و ارائه می‌گردد. در بخش اول وضعیت فعلی رشته بیمه درمان تکمیلی و فعالیت شرکت‌های بیمه بازرگانی بررسی و سپس استفاده از ابزارهای دانش‌بنیان در زمان صدور بیمه‌نامه‌های درمان مورد بررسی قرار گرفته است. در بخش آخر لزوم استفاده از روش‌ها و ابزارهای دانش‌بنیان در زمان پرداخت خسارت و اثرات مثبت آن در زمینه مدیریت ریسک و کاهش ضریب خسارت درمان مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. در خاتمه پیشنهاداتی جهت گسترش استفاده از ابزارهای دانش‌بنیان با هدف کنترل و مدیریت ریسک‌های رشته درمان ارائه می‌گردد.

واژگان کلیدی: مدیریت ریسک دانش‌بنیان، بیمه درمان تکمیلی، ابزارهای دانش‌بنیان، مکانیسم‌های کنترل خسارت

۱. کارشناس صنعت بیمه، کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، hosseinimohsen1401@gmail.com

۲. کارشناس صنعت بیمه، دکتری مدیریت بازاریابی، Sadegh80@gmail.com



ارزیابی مدیریت ریسک و دانش بر رشد بیمه‌های عمر و درمان شرکت بیمه سامان

علی ابراهیمی کنگورابی^۱، فرزاد فرزادی فرد^۲، سیف اله امیدی^۳

چکیده

این تحقیق به بررسی ارزیابی مدیریت ریسک و دانش بر رشد بیمه‌های عمر و درمان شرکت بیمه سامان پرداخته است. جامعه آماری کلیه کارشناسان بیمه عمر و درمان شرکت سامان (کارشناسان کل بیمه عمر و کارشناسان درمان) شرکت بیمه سامان هستند که از طریق فرمول کوکران ۱۰۵ نفر محاسبه گردید. ابزار جمع آوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد که از طریق طیف لیکرت نمره‌دهی شده است و پایایی آن از طریق آلفا کرونباخ سنجیده شد. برای سنجش روابط بین متغیرها از پرسشنامه محقق ساخته ارزیابی مدیریت ریسک و دانش با ۷ مولفه (رهبری مدیریت دانش، فرآیند، کارکنان، فن آوری، فرآیندهای دانشی، یادگیری و نوآوری و نتایج مدیریت و دانش) استفاده گردیده است. روش پژوهش حاضر، تحلیل توصیفی داده‌های پژوهش و تحلیل استنباطی می‌باشد با استفاده از آزمون‌های پارامتریک و ناپارامتریک (به وسیله نرم افزار SPSS22)، مورد سنجش قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که مدیریت ریسک و دانش بر رشد بیمه‌های عمر و درمان تأثیرگذار است. همچنین، رهبری مدیریت دانش رتبه اول و مدیریت ریسک و دانش در سازمان رتبه دوم را در این تأثیرگذاری دارند.

واژگان کلیدی: مدیریت ریسک، مدیریت دانش، بیمه عمر، بیمه درمان

۱. کارشناس مسئول بیمه‌های اندوخته ساز، بیمه سامان، رشت، Ebrahimi2451@gmail.com

۲. معاون اداره فنی درمان منطقه یک، بیمه سامان، f.farzadifard@gmail.com

۳. معاون مالی، بیمه سامان، رشت، Sayfi_omidi@yahoo.com

بیست و نهمین همایش ملی و
دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه

ISC SID



پنل انجمن علمی محاسبات بیمه و مالی ایران

(بیمه‌گری هوشمند و فن‌آوری‌های نوین در زنجیره ارزش خدمات بیمه‌ای)

رئیس: دکتر صابر شیبانی

اعضا:

دکتر امیر تیمور پاینده نجف‌آبادی

دکتر رحیم محمودوند

دکتر عباس راد

دکتر میترا قنبرزاده

پنل انجمن علمی محاسبات بیمه و مالی ایران
(بیمه‌گری هوشمند و فن‌آوری‌های نوین در زنجیره ارزش خدمات بیمه‌ای)

مقالات ارائه



فناوری بلاک‌چین در صنعت بیمه بر پایه قراردادهای هوشمند

مرضیه برزگر^۱، زهره برزگر^۲

چکیده

ظهور و پیشرفت علم و فناوری هوش مصنوعی امروزه شاهد پیشرفت چشم‌گیری در تمامی صنعت‌ها هستیم. بلاک‌چین یک تکنولوژی دیجیتال‌سازی است که می‌تواند برای شرکت‌های بیمه منافع استراتژیک متعددی داشته باشد. یکی از فناوری‌هایی که امروزه در بحث بین‌المللی پیشرفت چشم‌گیری داشته بلاک‌چین است که بزرگترین فرصت جهت تسهیل همکاری بین شرکت‌کنندگان در بازار و رهبران تکنولوژی و متعاقباً تحولات عملیاتی و شکل دهی یک محیط نظارتی پویا برای شرکت‌های بیمه‌ای به ویژه در بخش قراردادهای هوشمند در سطح بین‌الملل می‌باشد.

همچنین بکارگیری این تکنولوژی در قوانین اینکوئترمز و قراردادهای هوشمند حمل و نقل و باربری و ... سبب می‌شود که شاهد کاهش قابل توجه جرائمی همچون جعل و کلاهبرداری و تقلب در صنعت بیمه باشیم. در این پژوهش ابتدا مروری بر مفهوم بلاک‌چین و نحوه عملکرد آن داشته و تفاوت‌های آن با پایگاه داده سنتی مورد بررسی قرار گرفته است. سپس نحوه پیاده‌سازی آن در شاخه‌های مختلف صنعت بیمه و مزایای منحصر به فرد آن برای این صنعت بیان شده و در نهایت محدودیت‌ها و شرایط استفاده از این فناوری در صنعت بیمه ارائه شده است.

واژگان کلیدی: فناوری بلاک‌چین، قرارداد هوشمند، صنعت بیمه، پایگاه داده سنتی، بیمه‌های همتا به همتا

۱. کارشناس ارشد حقوق بین‌الملل، barzegar.m2014@gmail.com

۲. کارشناس ارشد جزا و جرم‌شناسی، z_barzegar1398@yahoo.com



تبیین عوامل مؤثر بر موفقیت فناوری بلاک‌چین در صنعت بیمه و ارزیابی آمادگی کاربست آن

محسن منوچهری^۱

چکیده

پیشرفت علم و ورود تکنولوژی‌های نوین به عرصه بازار، سبب سهولت و تسریع انجام فرآیندهای اجرایی و نیز ایجاد مزیت رقابتی می‌شود که متعاقب آن می‌تواند به خلق ثروت و قدرت برای صنایع گوناگون منجر شود. در این میان بررسی میزان تمایل و آمادگی گروه‌های دخیل در بکارگیری این تکنولوژی‌ها ضروری می‌نماید. این مطالعه در نظر دارد با تعیین و تبیین اهم عوامل مؤثر در بکارگیری فناوری بلاک‌چین در صنعت بیمه، میزان موفقیت کاربست این فناوری در فرآیندهای اجرایی بیمه را از طریق بررسی و تحلیل آمادگی گروه‌های هدف (مصرف‌کنندگان نهایی فناوری، شرکت‌های بیمه‌ای و نهاد حاکمیتی) بسنجد. در این راستا فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی و نیز سیستم استنتاج فازی به عنوان ابزارهای سنجش، رتبه‌بندی و طراحی مدل مورد استفاده قرار می‌گیرند. نتایج پژوهش عرضه می‌دارد که مدل مفهومی حاصل از رتبه‌بندی و نیز مدل استنتاجی تحقیق، در بررسی هدف مورد نظر از کارایی لازم برخوردارند.

واژگان کلیدی: بلاک‌چین، بلاک‌چین در صنعت بیمه، تحلیل سلسله مراتبی فازی، سیستم

استنتاج فازی

۱. ستاد مرکزی شرکت بیمه پارسیان، تهران، m.manouchehri89@gmail.com



بیمه سبز: نقشه راه در راستای زنجیره ارزش صنعت بیمه

ریحانه لنکرانی مهاجر^۱

چکیده

باتوجه به افزایش قابل توجه آلودگی که تبدیل به یکی از دغدغه‌های اصلی در سراسر جهان گردیده است و با در نظر گرفتن دخیل بودن انسان در تغییرات اقلیمی و عواقب شدید آن، سازمان‌ها به منظور مشارکت در کاهش آلودگی و تولید محصولات و خدماتی با آلاینده‌گی کمتر و سبزتر، نقش پررنگی ایفا می‌کنند. این مسئله آن‌چنان حائز اهمیت است که در چشم‌انداز سازمان‌ها گنجانده شده و باعث ایجاد رقابت گردیده است. اگرچه بخش بیمه ارتباط نزدیکی با هیچ‌یک از ابعاد پایداری را ندارد؛ لیکن انتظارات ممکن است به سرعت تغییر کنند. این مقاله، نقش بیمه‌گران، به‌ویژه در حوزه دارایی و پرداخت خسارت را در رسیدگی به چالش‌های خطرات زیست‌محیطی و آب‌وهوا و توسعه یک مدل تجاری پایدار و دوستدار محیط‌زیست (بیمه سبز)، تحلیل می‌کند. با تکیه بر اصول بیمه پایداری تعیین شده توسط سازمان ملل، یک نقشه‌راه جامع در راستای زنجیره ارزش بیمه برای مدیریت اجرایی ایجاد می‌شود تا تلاش‌های پایدار شرکت با تمرکز ویژه بر دارایی و پرداخت خسارات طراحی گردد. نقشه‌راه، اقداماتی که باید انجام شود و معیارهایی که باید در توسعه محصول، بازاریابی و فروش، مدیریت ریسک و صدور بیمه و مدیریت عملیات و پرداخت خسارت به سمت بیمه سبز مدیریت شود را نشان می‌دهد. محصولات موجود، ریسک‌پذیری و فرآیندهای عملیاتی که شامل مجموعه کامل فعالیت‌ها، از جمله پرداخت خسارت است، باید برای حمایت از اهداف پایداری بازنگری شوند.

واژگان کلیدی: بیمه سبز، پایداری، مدیریت بیمه، زنجیره ارزش، ESG

۱. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین‌الملل، کارشناس اقتصاد بیمه دانا، reyhaneh.lankarani@gmail.com



رتبه‌بندی شبکه فروش با بهره‌گیری از ابزارهای هوشمند داده کاوی

سعید اسدی قراگوز^۱، سelda نواح^۲

چکیده

نمایندگان شرکت‌های بیمه خط مقدم صنعت بیمه به شمار می‌آیند که چرخ صنعت بیمه را به حرکت در می‌آورند. رتبه‌بندی نمایندگان صنعت بیمه می‌تواند در ایجاد انگیزه برای پیشرفت و توسعه آنان از کانال تخصیص منابع و اعتبار توسط شرکت‌های بیمه‌گر موثر باشد. تاکنون رتبه‌بندی نمایندگان در شرکت‌های بیمه فقط با لحاظ کردن شاخص‌های محدود اعم از حق بیمه تولیدی و خسارت پرداختی و یا روش‌های ساده وزن دهی به صورت سنتی صورت می‌گرفت که به علت دامنه محدود و علمی نبودن آن، عادلانه و واقعی نبوده است. بنا به اهمیت موضوع و کاربردی بودن آن در صنعت بیمه در مقاله حاضر نمایندگان جنرال حقیقی یکی از شرکت‌های معتبر صنعت بیمه با ۳۲ متغیر کمی و کیفی در قالب ۵ شاخص با بهره‌گیری از روش ترکیبی تحلیل مولفه‌های اصلی - TOPSIS رتبه‌بندی می‌گردند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که شاخص مزیت فنی و فروش نمایندگان جنرال حقیقی اهمیت زیادی در رتبه‌بندی شبکه فروش دارد و از طرفی نمایندگان برتر دارای رتبه بالا از لحاظ شاخص‌های عدم مزیت نیز هستند.

واژگان کلیدی: رتبه‌بندی، شبکه فروش، داده کاوی

۱. دکتری علوم اقتصادی، گروه اقتصاد، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران

S.asadi9800@Gmail.com

۲. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه پیام نور، واحد تهران جنوب (ری)، گروه

مدیریت و حسابداری، تهران، seldanavvah@gmail.com



پیاده‌سازی سیستم پویا و هوشمند برای کنترل ریسک بیمه‌های بدنه اتومبیل

فریبا صابری^۱، مهرداد اباذریان^۲، مجتبی قاسمیان^۳

چکیده

استفاده از محصولات پویا و هوشمند در صنعت بیمه، براساس فناوری‌های روز، منجر به افزایش کنترل و ارزیابی ریسک، سهولت در امور بیمه‌گری و در نهایت افزایش ضریب نفوذ محصولات بیمه‌ای خواهد گردید. از نمونه‌های کاربرد محصولات دانش‌بنیان در بیمه می‌توان استفاده از کاربردهای GPS در محل‌های عبوری خودرو، پرداخت خسارت آنلاین با ثبت آنلاین کروکی و اطلاعات مالک خودرو تا سقف معین نام برد.

روند صدور بیمه‌های بدنه خودرو در بیمه‌های اتومبیل با تمرکز بر بازدید مورد بیمه، با استفاده از روش‌های داده‌کاوی و پیاده‌سازی نرم‌افزاری آن، امکان بررسی نقاط آسیب دیده، لوازم و قطعات اضافی، کنترل عدم جابجایی خودرو، کنترل ساعت و روز بازدید امکان پذیر می‌باشد. هدف این پژوهش بررسی چگونگی عملکرد نرم افزار سامانو در شرکت بیمه سامان می‌باشد که مهم‌ترین مزیت آن مساعدت کارشناسان پرداخت خسارت می‌باشد. در این مقاله ابتدا به بررسی نمونه‌های محصولات دانش‌بنیان در سایر شرکت‌های بیمه خواهیم پرداخت و سپس نرم‌افزار ارزیابی ریسک بیمه‌های اتومبیل شرکت بیمه سامان به نام سامانو را بررسی و موارد استفاده از این نرم افزار را ارائه خواهیم داد.

واژگان کلیدی: بیمه‌های اتومبیل، پویا، هوشمند، سامانو، بیمه بدنه

۱. کارشناس مسئول اداره نظارت صدور بیمه‌های اتومبیل شرکت بیمه سامان، تهران، f.saberi@samaninsurance.ir

۲. مدیر بیمه‌های اتومبیل شرکت بیمه سامان، تهران، abazarian@samaninsurance.ir

۳. رئیس اداره نظارت بر خسارت بیمه‌های اتومبیل شرکت بیمه سامان، تهران، m.ghasemian@samaninsurance.ir

پنل انجمن علمی محاسبات بیمه و مالی ایران
(بیمه‌گری هوشمند و فن‌آوری‌های نوین در زنجیره ارزش خدمات بیمه‌ای)

**مقالات پذیرش شده به
صورت صرفاً چاپ**



مدل سازی عوامل مؤثر بر بیمه‌گری هوشمند جهت بهبود زنجیره ارزش خدمات بیمه‌ای

سعید صحت^۱، سیده نسیم شیرینی^۲، فریبا صابری^۳

چکیده

هدف این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر بیمه‌گری هوشمند جهت بهبود زنجیره ارزش خدمات بیمه‌ای با روش دیمتل می‌باشد. تحقیق حاضر به ارائه مدل عوامل تاثیرگذار بر بیمه‌گری هوشمند و فرایندهای نوین در بهبود زنجیره ارزش خدمات بیمه‌ای با استفاده از روش دیمتل می‌پردازد. این پژوهش در حوزه تحقیقات کاربردی می‌باشد. به منظور بررسی دیدگاه متخصصان و صاحب نظران از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده می‌شود. جامعه آماری خبرگان صنعت بیمه می‌باشند که برای تعیین ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها نظرخواهی می‌شود. در این تحقیق مؤلفه‌های مربوط به مدل نهایی بر اساس عوامل بهبود کارایی و عملکرد کسب و کار، شناسایی و تأمین نیازها و رضایتمندی کاربران، استفاده و کاربرد سیستم هوش کسب و کار، ایجاد نظام نظارتی و بازخور، شبکه‌سازی و بهبود کیفیت، ایجاد زیرساخت تکنولوژیکی، مدیریت دانش، رعایت حریم خصوصی، آمادگی پذیرش نوآوری، رسانه‌های اجتماعی، متناسب سازی ساختار سازمانی و تشکیلات بازار، سطح بهره‌مندی از خدمات هوشمند و نیروی انسانی کارآمد ارائه گردیده و اثرگذاری و اثرپذیری عوامل بر یکدیگر بررسی شده است. در این خصوص پیشنهاداتی از قبیل ایجاد نظام نظارتی، ارتقا فرایندهای سیستماتیک، ایجاد زیرساخت تکنولوژیک، برگزاری جلسات مشاوره با موسسان کسب و کارهای دانش‌بنیان ارائه می‌گردد.

واژگان کلیدی: بیمه‌گری هوشمند، خدمات بیمه‌ای، روش دیمتل، زنجیره ارزش

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، yahoo.com@sehhat

۲. معاون مدیر بیمه‌های اتومبیل، بیمه سامان، تهران، n.shobeyri@samaninsurance.ir

۳. کارشناس مسئول نظارت صدور بیمه‌های اتومبیل، بیمه سامان، تهران، Saberif29@gmail.com



تبیین الگوی اثرگذاری فناوری‌های بیمه‌ای (اینشورتک‌ها) بر رضایت و وفاداری مشتریان

محمد علی رستمی^۱، سید محمد مهدی بنی حسینی^۲، مهسا پایدار^۳، فائزه حسین زاده^۴

چکیده

رضایتمندی مشتریان به نگرانی اصلی شرکت‌های خدماتی تبدیل شده است تا وفاداری مشتری را در این صنعت حفظ کنند. موفقیت در جلب رضایت مشتری نه تنها ارتباط تنگاتنگی با مدیریت کیفیت و فعالیت‌های بازاریابی یک شرکت دارد، بلکه تأثیرات قابل توجهی بر آینده شرکت و پایداری شرکت مبتنی بر مشتری دارد. رضایت مشتری بر متغیرهایی تأثیر می‌گذارد که شاخص‌های وفاداری مشتری و روابط طولانی مدت با مشتری هستند. فناوری‌های بیمه‌ای یکی از حوزه‌هایی است که در حال حاضر توسعه چشم‌گیری در صنعت بیمه ایجاد نموده و باعث تغییرات در بازار و تمایلات مشتریان شده است. این فناوری‌های از دیدگاه‌های مختلف بر بازار و مشتریان اثرگذار هستند که شناسایی روابط بین عوامل مختلف از اهمیت بالایی برخوردار است در این مقاله به بررسی اثرگذاری اینشورتک‌ها بر رضایت و وفاداری مشتریان در صنعت بیمه بر پایه روش‌های مبتنی بر تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره و معادلات ساختاری پرداخته شده است. برای این منظور از داده‌های یک شرکت بیمه‌ای فعال در داخل کشور استفاده شده است. نتایج حاکی از آن است که شاخص‌هایی مانند ارزیابی خسارت و پرداخت به هنگام آن، خدمات آنلاین، پوشش‌های بیمه‌ای در تقابل با باقی شاخص‌ها اثرگذاری بیشتری داشته‌اند و فناوری‌هایی مانند قراردادهای هوشمند تحت بلاک‌چین که این شاخص‌ها را بهبود بیشتری می‌دهند از اثرگذاری بیشتری برخوردارند.

واژگان کلیدی: رضایتمندی مشتریان، فناوری‌های بیمه‌ای (اینشورتک‌ها)، مدل ساختاری، صنعت بیمه

۱. مدیریت طرح و برنامه، تجارت نو، تهران، ma.rostami@aut.ac.ir

۲. مدیریت امور شعب و نمایندگان، تجارت نو، تهران، m.mehdi.b.hosseini@gmail.com

۳. مدیریت روابط عمومی، تجارت نو، تهران، mahsapay@gmail.com

۴. مدیریت روابط عمومی، تجارت نو، تهران، faezehoseinzade7@gmail.com



بررسی تأثیر بیمه‌گری هوشمند در ایجاد مزیت رقابتی از کانال زنجیره ارزش

علی روحی^۱، محمد حیدری^۲

چکیده

در عصر کنونی هوشمندسازی، مزیت رقابتی و زنجیره ارزش در یک صنعت، مولفه‌های به هم وابسته هستند. هوشمند سازی بر پایه ایجاد مزیت رقابتی از کانال زنجیره ارزش، نه به عنوان یک محصول و نه به عنوان یک سیستم، بلکه به عنوان یک معماری و رویکردی جدید مورد نظر است که البته شامل مجموعه‌ای از برنامه‌های کاربردی و تحلیلی است.

هدف تحقیق بررسی تأثیر بیمه‌گری هوشمند و فن‌آوری هوشمندی تجاری در ایجاد مزیت رقابتی از کانال زنجیره ارزش خدمات بیمه‌ای است. این مقاله بر اساس یافته‌های تحقیق میدانی در صنعت بیمه شکل گرفته است. برای تدوین چارچوب نظری تحقیق از مدل زنجیره ارزش که با دیدی جامع بر مبنای بیمه‌گری هوشمند قرار گرفته است. در این تحقیق پس از انجام مطالعات کتابخانه‌ای و اجرای مصاحبه، مؤلفه‌های اثرگذار هوشمندسازی بر بخش‌های مختلف استخراج؛ و از طریق تحقیق زمینه‌یابی و ابزار پرسش‌نامه مورد ارزیابی قرار گرفتند. جهت بررسی روابط میان مؤلفه‌ها از مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزاری لیزرل استفاده شد و تجزیه و تحلیل یافته‌ها مؤید صحت فرضیه‌های تحقیق که نشان می‌دهد در صورت استفاده از بیمه‌گری هوشمند، قادرند در بخش‌های مختلف زنجیره ارزش خود دارای مزیت رقابتی شوند که می‌تواند در صحنه رقابت مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی: بیمه‌گری هوشمند، هوش تجاری، مزیت رقابتی، زنجیره ارزش

۱. کارشناس بیمه ایران، کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، a.rouhi@iraninsurance.ir

۲. مدیرعامل بیمه کارآفرین و عضو هیأت مدیره و معاون فنی سابق بیمه ایران، m.heydari@karafarin-insurance.ir



شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های بیمه الکترونیکی در صنعت بیمه ایران

محسن گرانسایه^۱، رضا حسنی^۲

چکیده

بیمه الکترونیک یکی از پدیده‌های مهمی است که از استفاده فناوری اطلاعات و ارتباطات و همچنین مدیریت اطلاعات به دست می‌آید که در نحوه فروش بیمه و دریافت خسارت پیشرفت عمیقی داشته است به طوری که از یک سو سطح ارتباط با بیمه‌گذار را افزایش داده و از سوی دیگر دامنه خرید و فروش مجازی برخی از انواع بیمه‌ها را افزایش داده است. هدف ما از انجام تحقیق حاضر، شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های بیمه الکترونیکی در صنعت بیمه ایران می‌باشد. این پژوهش از منظر هدف کاربردی، از نظر روش توصیفی بوده، منابع تحقیق شامل کلیه مقالات چاپ شده و سخنرانی و میزگردهایی بوده که در طول کنگره‌های مختلف در مورد موضوع مورد بررسی، جمع‌آوری و مستندسازی شده است. پس از بررسی ادبیات تحقیق چالش‌ها و فرصت‌ها استخراج شده‌اند و در انتها پیشنهاداتی جهت موفقیت اجرای بیمه نامه‌های الکترونیکی ارائه گردید.

واژگان کلیدی: فرصت‌ها، چالش‌ها، بیمه الکترونیکی، صنعت بیمه

۱. کارشناس ارشد مدیریت اجرایی - بازاریابی، Geransayeh.mohsen@gmail.com

۲. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی، Rezahk66@gmail.com



بررسی تأثیر دانش موجود در هوش مصنوعی بر عملکرد صنعت بیمه با توجه به نقش میانجی زنجیره ارزش و معیارهای بیمه‌پذیری

ابراهیم رستمی فام^۱، مرتضی زهرابی^۲

چکیده

امروزه اجماع فزاینده‌ای در مورد پتانسیل‌های هوش مصنوعی برای تغییر اقتصادها و جوامع مدرن از طریق قادر ساختن سیستم‌های رایانه‌ای برای انجام وظایف و فعالیت‌های متعددی که انجام می‌دهند وجود دارد. که به طور معمول باعث افزایش کارایی در حوزه صنعت بیمه می‌شود لذا این مطالعه در پی بررسی تأثیر دانش موجود در هوش مصنوعی بر عملکرد صنعت بیمه با توجه به نقش میانجی زنجیره ارزش و معیارهای بیمه‌پذیری می‌باشد. این بررسی از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها همبستگی و همچنین توصیفی می‌باشد و از بعد هدف این تحقیق کاربردی است. در این مطالعه از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. نمونه‌گیری به صورت تصادفی ساده بوده و شامل نمونه‌ای از کارکنان شرکت بیمه معلم ۲۷۴ نفر است. این پژوهش از روش مدلیابی معادلات ساختاری جهت سنجش رابطه بین متغیرهای مدل پژوهش استفاده کرده است. مدل ارائه شده در این پژوهش و اطلاعات گردآوری شده از پرسشنامه‌ها توسط نرم‌افزار پی ال اس تجزیه و تحلیل گردیده است. نتایج به دست آمده برای این مطالعه نشان دهنده این موضوع است که هوش مصنوعی بر زنجیره ارزش و معیارهای بیمه‌پذیری تأثیر معناداری دارد و همچنین زنجیره ارزش و معیارهای بیمه‌پذیری بر عملکرد صنعت بیمه تأثیر معناداری دارد. نهایتاً نتایج نشان داد که زنجیره ارزش و معیارهای بیمه‌پذیری رابطه بین هوش مصنوعی و عملکرد صنعت بیمه را میانجی‌گری می‌کند.

واژگان کلیدی: هوش مصنوعی، عملکرد صنعت بیمه، زنجیره ارزش، معیارهای بیمه‌پذیری

۱. شرکت بیمه معلم، مدیریت استان آذربایجان غربی، مدیر استان، ارومیه، Karafarin_1204@yahoo.com

۲. شرکت بیمه معلم، مدیریت استان آذربایجان غربی، کارشناس، ارومیه، Morteza.zohraby@gmail.com



تأثیر فناوری‌های دیجیتال بر تقاضای بیمه‌های اختیاری در سازمان تأمین اجتماعی

سجاد مردم‌دار^۱، نسرين عمرانى^۲، مهدى عبدی^۳

چکیده

استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات تغییرات اساسی در بخش‌های مختلف زندگی از جمله صنعت بیمه ایجاد کرده است. بیمه به دو دسته بیمه‌های اجتماعی و بیمه‌های بازرگانی تقسیم‌بندی می‌شود. بیمه‌های اختیاری در بیمه‌های اجتماعی به مثابه بیمه‌های زندگی در بیمه‌های تجاری می‌باشد. بنابراین این مطالعه به بررسی تأثیر نفوذ فناوری‌های دیجیتال بر میزان جذب بیمه‌شدگان اختیاری در سازمان تأمین اجتماعی در ۳۱ استان‌های کشور پرداخته است؛ بدین منظور داده‌های مربوط به متغیرهای تحقیق طی دوره زمانی ۱۳۹۸_۱۳۸۰ با استفاده از روش حداقل مربعات تعمیم یافته^۴ (GLS) مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج بدست آمده بیانگر تأثیر مثبت و معنادار ضریب نفوذ ارتباطات، درآمد سرانه، نرخ شهرنشینی، بیکاری و تحصیلات بر میزان جذب بیمه‌شدگان اختیاری می‌باشد. طبق نتایج بدست آمده تأثیر مثبت ضریب نفوذ ارتباطات بیانگر آنست که با توسعه فناوری‌های دیجیتالی و گسترش زیرساخت‌های ارتباطی با تسهیل ارائه خدمات از سوی بیمه‌گر باعث افزایش درآمدهای سازمان تأمین اجتماعی از این محل می‌گردد و رضایت بیمه‌شده‌ها افزایش می‌یابد.

واژگان کلیدی: بیمه‌های اختیاری، حداقل مربعات تعمیم یافته، ارتباطات

۱. دانشجوی دکتری رشته اقتصاد بیمه دانشگاه تبریز، کارشناس وصول حق بیمه اداره کل تأمین اجتماعی استان

اردبیل، S.mardomdar@gmail.com

۲. کارشناس ارشد رشته توسعه اقتصادی و برنامه ریزی دانشگاه تبریز، کارشناس مستمری اداره کل تأمین

اجتماعی استان اردبیل، Nasrinomrani2@gmail.com

۳. کارشناس ارشد رشته توسعه اقتصادی و برنامه ریزی دانشگاه ارومیه، کارشناس وصول حق بیمه اداره کل

تأمین اجتماعی استان اردبیل، Mehdi.abdi7174@gmail.com

4. Generalized Least squares



مدل شناسایی عوامل مؤثر بر خرید بیمه الکترونیکی در ایران (مطالعه موردی؛ شرکت بیمه پارسیان)

سیدعلی رضوی^۱

چکیده

بسیاری از اقتصاددانان و متخصصان براین باورند که در سال‌های اخیر، انقلابی مشابه انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته که جهان را وارد «عصر اطلاعات» کرده و بسیاری از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشر را دستخوش تحولی شگرف نموده است. یکی از اشکال این تحول، تحول در روابط اقتصادی بین افراد، شرکت‌ها و دولت‌ها در قالب تجارت الکترونیکی و به طور خاص خرید بیمه الکترونیکی است که با توجه به نوپا بودن آن در ایران، بررسی عوامل مؤثر بر نگرش خریداران بیمه اینترنتی می‌تواند به شناسایی دلایل استقبال و یا عدم استقبال افراد از این شیوه کمک کند. بنابراین، تحقیق حاضر قصد دارد تا با شناسایی عوامل مؤثر بر خرید الکترونیکی بیمه، مدلی برای توسعه این خدمت در محیط مجازی ارائه نماید. جامعه آماری تحقیق، تمامی مشتریان برخط شرکت بیمه پارسیان می‌باشند و نمونه تحقیق به صورت تصادفی از بین ایشان انتخاب شده است.

از آزمون کلموگروف-اسمیرنف جهت تایید توزیع نرمال داده‌ها و سنجش متغیرها و از آزمون تی-تست برای بررسی وضعیت تاثیر هریک از عوامل مؤثر استفاده شده است. نیز از تکنیک آنتروپی برای رتبه‌بندی عوامل استفاده گردیده که در نتیجه آن «اعتماد» و «امنیت اطلاعات» بیشترین تأثیر و «کاهش هزینه» کمترین تأثیر را در خرید اینترنتی بیمه به خود اختصاص داده‌اند. **واژگان کلیدی:** اعتماد، کاهش هزینه، بیمه الکترونیکی، امنیت اطلاعات، رضایتمندی اطلاعاتی

۱. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی - گرایش بازاریابی، رئیس اداره امور بیمه‌ای شرکت بیمه پارسیان استان قم،



فناوری‌های نوین و تأثیرات آن‌ها بر هر بخش از زنجیره ارزش بیمه‌گری

رهام فیض‌آبادی^۱، شادان مهران^۲، محمد صدیقی گیلانی^۳

چکیده

پژوهش حاضر که از لحاظ روش‌شناسی، تحقیقی کاربردی و توصیفی است، با بررسی ادبیات و مبانی نظری، به بررسی انواع فناوری‌های نوینی که در زنجیره ارزش صنعت بیمه به کار گرفته می‌شود، پرداخته و تأثیر هر یک از این فناوری‌ها را بر زنجیره ارزش و بیمه‌گری هوشمند مورد بررسی قرار داده است. در این پژوهش علاوه بر ارائه مدل‌های مرسوم در سطح جهانی، متعاقباً با استفاده از روش‌های مطالعات موردی و فراترکیب، تجربیات شرکت‌های بیمه در دنیا و شرکت بیمه سامان در به‌کارگیری و سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین در فرایندهای مختلف بیمه‌گری را مورد بررسی قرار داده است. همچنین با توجه به مطالعات موردی تأثیر این فناوری‌ها را بر زنجیره ارزش صنعت بیمه بررسی کرده‌ایم.

واژگان کلیدی: فناوری‌های نوین، زنجیره ارزش، فرایندهای بیمه‌گری، بیمه‌گری هوشمند

۱. مشاور کمیته راهبردی، شرکت بیمه سامان، تهران، Roham.feizabadi@gmail.com

۲. مشاور کمیته راهبردی، شرکت بیمه سامان، تهران، shadan.mehran@gmail.com

۳. مشاور کمیته راهبردی، شرکت بیمه سامان، تهران، msadighi413@gmail.com



دانش‌بنیان کردن صنعت بیمه با رویکرد RPA کردن فرایندها

زهرا بردال^۱، آذین سادات استاد رمضان^۲، محمدسجاد میرزاخانی^۳، میلاد کرمی^۴

چکیده

طی سال‌های اخیر به واسطه تغییرات اتفاق افتاده در زمینه استفاده از فناوری‌های نوآورانه، تحولات بسیاری در اکثر صنایع از جمله صنعت بیمه، رخ داده است. یکی از مهمترین آنها، خودکارسازی رباتیک فرایندها است. این رویکرد به عنوان یکی از زیر شاخه‌های اقتصاد دانش‌بنیان ضمن کاهش حجم کار نیروی انسانی، میزان خطای ناشی از عملکرد را کاهش می‌دهد. در این مقاله تلاش شده تا ضمن شناخت فرایندهای مبتنی بر هوش مصنوعی مانند خودکارسازی رباتیک فرایندها، نحوه اثرگذاری RPA^۵ بر عملکرد موسسات و عوامل موفقیت آن در سازمان‌ها را مورد بررسی قرار دهیم. پس از بررسی و مطالعه پایه‌ای RPA کردن فرایندها، به بررسی مراحل که جهت RPA کردن فرایندها، باید به آن توجه داشت، شامل تجزیه و تحلیل دقیق فرایندی که مقرر است از طریق RPA کردن ارتقا یابد، تجزیه و تحلیل تأثیر خودکارسازی رباتیک فرایندها بر بهبود عملکرد، بهینه‌سازی فرایندها در راستای خودکارسازی رباتیک آنها، توجه به دستاوردهای ناشی از RPA کردن فرایندها بر صنعت بیمه، ایجاد یک مرکز اتوماسیون مناسب و در نهایت استقرار خودکارسازی رباتیک فرایندها پرداختیم، پس از آن در گام بعدی به بررسی تأثیری که RPA کردن فرایندها از بعد افزایش اشتغال، تحولات تکنولوژی، بهبود تجربه مشتریان در استفاده از خدمات بیمه‌ای، شناسایی بهتر تقلب و تخلف‌ها، و.... پرداختیم و در نهایت توصیه‌های سیاستی جهت پیاده‌سازی RPA در صنعت بیمه ارائه کردیم.

واژگان کلیدی: اقتصاد دانش‌بنیان، هوش مصنوعی، خودکارسازی رباتیک فرایندها

۱. کارشناس پژوهشی، شرکت بیمه کوثر، تهران، z.bardal@kins.ir

۲. کارشناس پژوهشی، شرکت بیمه کوثر، تهران، a.sadat@kins.ir

۳. مدیر آموزش و پژوهش، شرکت بیمه کوثر، تهران، ms.mirzakhani@kins.ir

۴. رئیس اداره پژوهش، شرکت بیمه کوثر، تهران، m.karami@kins.ir

پنل انجمن علمی محاسبات بیمه و مالی ایران
(بیمه‌گری هوشمند و فن‌آوری‌های نوین در زنجیره ارزش خدمات بیمه‌ای)

مقالات پوستری



نقش بازاریابی محتوا و بیمه‌گری هوشمند در جذب مشتری از طریق شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: کسب‌وکارهای بیمه‌ای شرکت بیمه سامان)

فریماه باکوچی^۱، نیکی اکبری پور^۲

چکیده

امروزه فعالان حوزه بازاریابی از روش‌های مختلف بازاریابی برای پیشبرد اهداف خود در تصمیم‌گیری‌ها بهره می‌گیرند. شبکه‌های اجتماعی به دلیل تجمع گروه‌هایی متشکل از افراد و یا سازمان‌های مختلف که به واسطه‌ی وجود همبستگی‌های مختلف توانسته‌اند به هم متصل شوند، و در بستر جامعه‌ای عظیم، با اطلاعات و داده‌های بسیار پیچیده، سبب ایجاد شبکه‌ای همگرا با کارکردهای مؤثر و هدفمند می‌گردند و به دلیل آن که شبکه‌های دیجیتال امروزی، رنگ و بوی اجتماعی به خود گرفته است، توانسته در مسیر اجتماع‌های مختلف به موفقیت و محبوبیت خاصی دست یابد محل مناسبی برای فعالیت‌های بازاریابی است. اما برای موفقیت بازاریابان در حوزه شبکه‌های اجتماعی تولید محتوای مناسب از اهمیت ویژه برخوردار است. کسب‌وکارهای بیمه‌ای به دلیل ماهیت خدماتی و تنوع در خدمات و بیمه‌نامه‌ها همواره مورد توجه هستند.

این پژوهش به لحاظ هدف پژوهشی کاربردی و ازمنظر گردآوری اطلاعات پژوهشی توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش، دنبال‌کنندگان صفحه بیمه امید در شبکه اینستاگرام است. تعداد نمونه با استفاده از جدول مورگان ۱۴۰ نفر محاسبه شده است. بخش مربوط به آمار توصیفی و آزمون‌های استنباطی با استفاده از نرم افزار SPSS محاسبه شده و برای ارزیابی مدل پژوهش و بررسی صحت فرضیه‌ها از معادلات ساختاری در نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد بازاریابی محتوا در شبکه‌های اجتماعی در کسب و کارهای بیمه‌ای منجر به جذب مشتری بیشتر می‌شود.

واژگان کلیدی: بازاریابی محتوا، جذب مشتری، کسب‌وکار بیمه‌ای، شبکه‌های اجتماعی، بازاریابی شبکه‌های اجتماعی

۱. کارشناس مسئول IT، شرکت بیمه سامان، f.bakochi@samaninsurance.ir

۲. کارشناس IT، شرکت بیمه سامان، n.akbaripor@samaninsurance.ir



ارائه الگو کسب و کار دیجیتال مبتنی بر اختلال دیجیتال^۱ در صنعت بیمه کشور

محمد جلالی فیلسور^۲، امین فنایی^۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف پیشنهاد مدل پارادایمی به منظور خلق الگوی کسب و کار دیجیتال مبتنی بر اختلال دیجیتال در صنعت بیمه کشور با رویکرد نظریه داده بنیاد صورت پذیرفته است. پژوهش پیش رو با بهره‌گیری از روش پژوهش کیفی و با استفاده از رویکرد نظریه داده بنیاد صورت پذیرفته است. جامعه آماری به صورت نظری انتخاب شده و شامل ۱۷ نفر از خبرگان و متخصصان صاحب نظر بر اساس معیارهای محققان بوده است. ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه و پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، کدگذاری و خلاصه‌سازی بوده و روش تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از کدبندی و دسته‌بندی مقوله‌ها و تم‌ها انجام شد. سپس گزاره‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها با استفاده از مدل استراس و کوربین در سه مرحله کدگذاری باز، گزینشی و محوری دسته‌بندی شدند.

یک تفکر ساده و شاید چالش برانگیز رایج در صنعت بیمه وجود دارد که می‌گوید، اصطلاح تحول دیجیتال بر تغییر تکنولوژیکی تاکید می‌کند. اما نتایج این پژوهش نشان داد که آنچه در جریان است، کم‌تر یک تحول دیجیتالی و بیشتر یک تجدید نظر اساسی در مدل کسب و کار شرکتی است، که برای آن فن‌آوری دیجیتال و اختلال دیجیتال یک کاتالیزور است.

واژگان کلیدی: توسعه کسب و کار، توسعه کسب و کار دیجیتال، اختلال دیجیتال، تحول دیجیتال، صنعت بیمه

1. Digital Disruption

۲. دانشجو ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد تهران مرکز، تهران، mo.jalali@samaninsurance.ir

۳. کارشناس ارشد توسعه کسب و کار، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، a.fanaei@samaninsurance.ir



ضرورت فناوری‌های نوین با تأکید بر پیاده‌سازی بلاک چین در صنعت بیمه و بررسی آثار آن در بیمه عمر

حامد صفی آریان^۱، امیررضا رضائی^۲

چکیده

در عصر دیجیتال امروز، فن آوری در تمامی جنبه‌های کسب و کار و همچنین زندگی شخصی انسانها وارد شده است. بطوریکه با اتصال چند میکرو چیپ و بهره‌گیری از ارتباط شبکه‌ها، براحتی می‌توانید شاهد پیشرفت‌های وسیع در تحقیقات پزشکی و سایر علوم دیگر باشیم، پیشرفت‌های تکنولوژیکی به نظر می‌رسد که تقریباً هر پاسخی را در ارتباط با چالش‌های جهانی و مقابله با فشارهای اجتماعی فراهم می‌آورد. یکی از این شگفتی‌ها بلاک چین است. بطوریکه در گزارش اقتصاد جهانی در سال ۲۰۱۶ در مورد روند بهره‌برداری از فناوری‌های در حال ظهور، این فرایند به عنوان یک "ضربان قلب" بالقوه سیستم مالی جهانی برجسته شده است. به طوریکه بلاک چین ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را تا سال ۲۰۲۷ خواهد داشت. (کن، ۲۰۱۶). در این پژوهش با استناد به مطالعات انجام شده و با استفاده از منابع و اطلاعات موجود در صنعت بیمه و بهره‌گیری از تجربیات شرکت‌های بیمه در ارتباط با پیاده‌سازی بلاک چین و آثار و پیامد آن و تجربه برخی از کشورهای مورد مطالعه به بررسی نقش و جایگاه این نوع از فناوری نوین و با تأکید بر مزایای ناشی از استقرار بلاک چین در صنعت بیمه و مزایای آن در ارتباط با بیمه زندگی بطور خاص پرداخته‌ایم.

واژگان کلیدی: قرارداد هوشمند، بلاک چین، بیمه عمر، امضای دیجیتال، اقتصاد دیجیتال،

پول مجازی

۱. کارشناس ارشد مدیریت صنعتی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، Hamedarian 1401@gmail.com

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصادی، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، Amirramirezay@gmail.com



مروری تحلیلی بر اثرات تجاری گسترش فناوری بلاک‌چین در صنعت بیمه

فرهاد بازیار^۱

چکیده

امروزه فناوری بلاک‌چین در تمامی صنایع در حال گسترش است، زیرا به عنوان یک نوآوری و دستاوردی در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند مزایای زیادی را برای طیف گسترده‌ای از بخش‌ها به همراه داشته باشد. صنعت بیمه یکی از بخش‌هایی است که بررسی پتانسیل‌های بلاک‌چین را آغاز کرده است. به دلیل ظرفیت‌های این فناوری می‌توان از آن جهت ارائه مزایای دراز مدت، به عنوان مثال، هزینه‌های عملیاتی کمتر بخاطر کاهش تکرار روندها، کاهش خطرات طرف مقابل، خودکار شدن گسترده روندها، و مبادلات ایمن و غیرمتمرکز استفاده کرد. پوشش پزشکی: یک بلاک‌چین که با کلینیک‌ها، پزشکان، آزمایشگاه‌ها و ارائه‌دهندگان شبکه ایمنی ارتباط برقرار می‌کند، می‌تواند جریان ثابتی از داده‌های مربوط به سلامت افراد را جهت تأیید موارد بهبود بخشد. نگرانی عمده در اجرای دعاوی، زمان رسیدگی و تسویه حساب و همچنین امنیت است. هدف این مقاله، مروری تحلیلی بر توسعه یک بلاک‌چین مبتنی بر سیستم پردازش دعاوی مرتبط با بیمه درمان است که به شرکت‌های بیمه کمک می‌کند تا شبکه‌ای امن و عاری از دستکاری ایجاد کنند.

واژگان کلیدی: بلاک‌چین، بیمه درمان، قراردادهای هوشمند، هایپرلجر، اتریوم، متاماسک



بیمه‌گری هوشمند و فن‌آوری‌های نوین "هوش تجاری" و برترین ابزارهای یادگیری و کاربرد آن

مسعود قاسمی^۱، رضوان جوهری^۲، زهره سعیدی^۳

چکیده

تمامی سازمان‌ها و شرکت‌ها برای دستیابی به اهداف خود نیازمند متدها و روش‌های بروزتری می‌باشند، به همین دلیل همواره مدیران به سمت کسب و کارهای هوشمند روی آورده‌اند. دسترسی به اطلاعات دقیق یک سازمان در بازه زمانی مد نظر، از جمله اقدامات مهم و اساسی برای یک سازمان می‌باشد که می‌تواند تاثیر چشم‌گیری در توانایی تصمیم‌گیری را داشته باشد. از جمله امکاناتی که هوش تجاری در دسترس مدیران قرار می‌دهد امکان شناسایی و تحلیل رقبا و همچنین استفاده از فرصت‌ها برای رشد و ترقی سازمان می‌باشد، که این امر باعث افزایش تسلط برای مدیریت مشتریان می‌باشد که بدین طریق سازمان‌ها موفق به کسب رضایت بیشتری از مشتریان می‌باشند که این روند از جمله اقداماتی است در جهت افزایش درآمد سازمان، به همین علل مدیران سازمان‌ها برای تسریع بخشیدن به امور و تحلیل فرآیندها و اطمینان از تصمیمات به موقع نیازمند سیستم‌های هوش تجاری می‌باشند. امروزه در صنعت بیمه نیز برای مدیریت خسارت‌های مشتریان، تحلیل طرح‌های مختلف بیمه، مدیریت شعب، ارائه گزارشات مورد نیاز، کمک به مشتریان قدیمی و یکپارچه سازی اطلاعات جهت متمرکز کردن شعب مدیران به سمت هوش تجاری سوق آورده‌اند تا بدین وسیله از زیان‌های سازمان جلوگیری کرده و امکان مدیریت ریسک را داشته باشند.

واژگان کلیدی: هوش تجاری، هوشمندی کسب‌وکار، دیجیتالی شدن صنعت بیمه

۱. مدیریت طرح و توسعه، شرکت بیمه آسیا، تهران، Mgh.first@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد مدیریت طرح و توسعه، شرکت بیمه آسیا، تهران، Johari_re@yahoo.com

۳. ریاست اداره آموزش در مدیریت طرح و توسعه، شرکت بیمه آسیا، تهران، Zozo_sa39@yahoo.com



الگوریتم هوشمند پیش‌بینی رویگردانی مشتریان صنعت بیمه با داده‌کاوی

سارا جعفری^۱، حامد فرشباف ماهریان^۲، دنا اشکبوس اصفهانی^۳

چکیده

وفاداری مشتریان و در نقطه مقابل رویگردانی آنها ازجمله شاخصه‌های مهم و با اهمیت در سیستم‌های بازاریابی و مدیریت ارتباط بامشتریان به حساب می‌آید. شاخص‌های متعددی بروی رویگردانی مشتریان و روند تغییرات آن در طول زمان تأثیر می‌گذارد. در این تحقیق با توجه به اهمیت موضوع و همچنین کاربرد بالای آن به ارائه یک الگوریتم هیبریدی متشکل از روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، داده‌کاوی و مدلسازی ریاضی مبتنی بر برنامه‌ریزی آرمانی پرداخته شده است. در گام اول شاخص‌های شناسایی شده در ادبیات موضوع غربالگری و بومی‌سازی شده و سپس این شاخص‌ها با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی فازی اولویت‌بندی و ارزیابی شده و بر اساس آنها مشتریان مطالعه موردی (شرکت بیمه‌ای) مورد ارزیابی و رتبه‌بندی بر اساس رویگردانی و وفاداری با استفاده از تکنیک ویکور فازی قرار گرفته‌اند. سپس مشتریان رتبه‌بندی شده با استفاده از الگوریتم خوشه‌بندی پیشنهادی، خوشه‌بندی می‌شوند. در گام بعدی ارتباط مابین مقادیر شاخص‌ها به ازای مشتریان و همچنین رخداد و عدم رخداد رویگردانی و احتمال آن با استفاده از شبکه عصبی مصنوعی مورد برازش قرار گرفته است. در انتها با استفاده از مدل ریاضی آرمانی به بهینه‌سازی تخصیص بودجه به خوشه‌ها و اعضای هر خوشه از مشتریان با توجه به محدودیت‌های بودجه‌ای، زمانی و ارتباطات مابین شبکه‌های اجتماعی مشتریان در جهت بهبود سطح رویگردانی و وفاداری کل مشتریان مطالعه موردی پرداخته شده است.

واژگان کلیدی: رویگردانی مشتریان، وفاداری، پیش‌بینی، داده‌کاوی، بیمه

۱. مدیریت هماهنگی امور شعب و نمایندگان، حافظ، تهران، sara_jafari@ut.ac.ir

۲. مدیریت هماهنگی امور شعب و نمایندگان، حافظ، تهران، farshbafmaherian@gmail.com

۳. مدیریت هماهنگی امور شعب و نمایندگان، حافظ، تهران، dena.ashkbous@yahoo.com



بیمه‌گری هوشمند و فن‌آوری‌های نوین در بیمه

جواد صفدری^۱، رقیه کاظمی لای^۲

چکیده

امروزه بیمه‌گران آینده‌نگر در تلاش هستند جریان داده‌های بیمه‌ای خود را در مدل‌های تجاری ساده سازی و از این طریق انتظارات مشتریان بالقوه و جدید را برآورده و تسریع نمایند. چالش اصلی این است که به دلیل فقدان یا عدم فراگیری زیرساخت‌های صنعت بیمه از فن‌آوری مدل هوشمند سازی بیمه‌گری، بازار بیمه‌ای فعلی متأثر از ساختار سنتی و ضعف‌های ناشی از آن می‌باشد.

این مقاله در صدد است که تأثیر هوشمندسازی مبتنی بر فن‌آوری نوین و دانش‌بنیان را در ساختار مدل‌های ساده و ریسک‌های بیمه‌ای و آسیب‌پذیر کنونی حاکم بر صنعت بیمه را تحلیل و با تکیه بر تقویت زیرساخت و توانمندی بیمه‌گران در ارائه محصولات و استفاده حداکثری از ظرفیت‌های بیمه‌ای در بازار رقابت و کاهش خطرات از طریق پیشگیری و آینده‌نگری هوشمندانه با بهره‌مندی از مدل بیمه‌گری هوشمند و پویایی پیاده سازی این الگو را در صنعت بیمه نشان دهند.

واژگان کلیدی: هوشمند سازی، صنعت بیمه، فن‌آوری نوین، هوش مصنوعی

۱. دکترای علوم حقوق بین‌الملل دانشگاه علامه طباطبائی، j.saf.mehr@gmail.com

۲. کارشناس ارشد مدیریت تحقیق و توسعه (R&D) دانشگاه تهران جنوب، R.kazemi1392@gmail.com



تحلیل پیش‌بینی‌گر: شکل جدیدی از ابزار دانش‌بنیان در صنعت بیمه

اعظم معصومی^۱، بهناز یساولی شراهی^۲

چکیده

هر چند صنعت بیمه در قیاس با صنایعی چون بانکداری و خرده‌فروشی در استفاده از فناوری‌های دیجیتال، فعال نبوده است؛ اما ظهور فناوری دیجیتال و سیستم‌های پیشرفته تحلیل در سال‌های اخیر به شرکت‌های بیمه کمک کرده است تا تجربه مشتریان خود را بهبود بخشند، محصولات جدید را توسعه دهند، هزینه‌ها را کاهش دهند و در مجموع عملکرد خود را بهبود بخشند. از آنجایی که صنعت بیمه با حجم وسیعی از داده‌های مشتریان رو به رو است، استفاده از سیستم‌های تحلیل داده یکی از حوزه‌های مهم دانش‌بنیان شدن شرکت‌های بیمه‌ای است. به طور مشخص تحلیل پیش‌بینی‌گر یکی از ابزارهای تحلیل داده است که کاربردهای متنوع و اثرگذاری در صنعت بیمه داشته است. در این پژوهش به معرفی تحلیل پیش‌بینی‌گر بعنوان شکل جدیدی از ابزار دانش‌بنیان در صنعت بیمه پرداخته می‌شود. این پژوهش با رویکرد مروری انجام شده و برای گردآوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است. در مجموع نتایج بدست آمده در این تحقیق حاکی از آن است که تحلیل پیش‌بینی‌گر نقش مهمی در مدیریت ریسک، کشف تقلب مشتریان و پیش‌بینی الگوهای رفتاری مشتریان دارد که تمامی این موارد به شکل بالقوه نقش مؤثری در بهبود عملکرد شرکت‌های بیمه ایفا می‌کنند.

واژگان کلیدی: بیمه، دانش‌بنیان، تحلیل پیش‌بینی‌گر، کشف تقلب

۱. شعبه تخصصی عمر، شرکت بیمه سامان، تهران، Passenger_66@hotmail.com

۲. شعبه تخصصی عمر، شرکت بیمه سامان، تهران، behnazyassavoli@yahoo.com



انتشار بلاک چین در صنعت بیمه با تحلیل و مرور نشریات علمی دانشگاهی و تجاری

احمد رضا پور جلالی^۱

چکیده

بلاک چین در تمام بخش‌ها و صنایع توجه زیادی را به خود جلب کرده است. این تکنولوژی در نشریات علمی به عنوان یک تکنولوژی در حال ظهور با پتانسیل بالا در نظر گرفته شده است. اگرچه شرکت‌ها در حال اذعان به استفاده از تکنولوژی هستند، اما هنوز در اتخاذ آن برای سیاست‌های داخلی خود تردید دارند. این مقاله به مرور نشریات علمی دانشگاهی و همچنین شیوه‌های صنعتی پیاده سازی بلاک چین در صنعت بیمه می‌پردازد. مرور سازمان یافته و سیستماتیک با در نظر گرفتن منابع مختلف در تلاش برای تغییر بینش مدیران سازمان برای استفاده از این دانش است. هدف این مقاله، مقایسه منابع علمی برای درک سطوح واقعی پیاده سازی و موارد استفاده، و شناسایی مسیری است که در آن صنعت بیمه در حال حاضر از نظر پذیرش این فن آوری در جریان می‌باشد.

واژگان کلیدی: بلاک چین، صنعت بیمه، تحلیل صنعت، بررسی نشریات علمی، اشاعه فناوری، تکنولوژی در حال ظهور

۱. معاون فنی شرکت بیمه رازی سرپرستی استان خوزستان، apourgalali@gmail.com



امکان‌سنجی استفاده از ابزارهای نوین و هوش مصنوعی در آموزش نیروی انسانی صنعت بیمه

فرزانه میری^۱، آزاده حیدری^۲

چکیده

در دنیای امروز، ابزارهای نوین و فناوری هوش مصنوعی، دیگر تنها یک ابزار کار یا منبعی از منابع تولید نیستند؛ بلکه این ابزارهای نوین و فناوری‌های پیشرفته بستر مناسبی را در جهت بکارگیری سیستم‌های نوین فراهم می‌نمایند. توسعه ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی، زندگی بشر امروز و عملیات سازمان‌ها را تحت تأثیر قرار داده است و در سازمان‌های امروزی فعالیت‌های منابع انسانی و سیستم‌های اطلاعاتی مربوط به آن، کمتر از آثار و تبعات جهش‌های علمی و فنی تأثیر می‌پذیرند. در این مقاله سعی شده است با روش مروری با جست‌وجوی مطالعات صورت گرفته در زمینه اثرات ابزارهای نوین و هوش مصنوعی بر آموزش منابع انسانی و دانش‌افزایی این سرمایه باارزش سازمانی در صنعت بیمه، اهمیت هوش مصنوعی، انواع کاربردهای هوش مصنوعی و نقش هوش مصنوعی در آموزش منابع انسانی در صنعت بیمه موردبررسی قرار گیرد. با توجه به یافته‌ها می‌توان گفت مدل‌های آموزش منابع انسانی مبتنی بر هوش مصنوعی چنانچه دارای مکانیزم و ابزارهای نوین دقیقی باشند بسیار کارا تر از سیستم‌های سنتی آموزش منابع انسانی عمل می‌نماید.

واژگان کلیدی: ابزارهای نوین، هوش مصنوعی، آموزش، نیروی انسانی، صنعت بیمه

۱. کارشناسی ارشد مدیریت آموزش دانشگاه علامه طباطبائی، کارشناس آموزش، بیمه پاسارگاد، تهران، Mirifarzane48@gmail.com

۲. دکتری مدیریت منابع انسانی دانشگاه تهران، مدیر سرمایه انسانی و آموزش، بیمه پاسارگاد، تهران، Aziheidari85@yahoo.com



بررسی اینشورتک و تأثیر آن در زنجیره ارزش بیمه

الهام حسینی^۱، حوریه عفراتی^۲

چکیده

اینشورتک اشاره به استفاده از نوآوری‌های فناوری است که برای صرفه‌جویی در هزینه و کارایی از مدل فعلی صنعت بیمه طراحی شده است. اینشورتک ترکیبی از دو کلمه بیمه و تکنولوژی است که از اصطلاح فین‌تک الهام گرفته شده است. هشت فناوری جدید مهم در حال حاضر توسط شرکت‌های بیمه برای حل مشکلات واقعی تجاری استفاده می‌شوند. زنجیره ارزش بیمه مأموریت خود را به طور کامل از حفاظت و پیش‌بینی فعالیت تغییر داده است. فرآیندهای موجود در زنجیره، در حال حاضر کاملاً پویا و تعبیه شده‌اند که توسط داده‌ها و تغییرات دائمی مورد نیاز مشتریان تسریع شده‌اند. طراحی محصولات جدید دیگر مثل قبل نیست. فرآیند چابک‌تر است. شرکت‌هایی که با شرایط فعلی سازگار شده‌اند، پیشنهادات خود را در چند هفته یا چند ماه تطبیق می‌دهند. پذیره‌نویسی به دلیل قدرت داده‌ها، یکی از بخش‌های زنجیره ارزش با بیشترین فرصت تحول در نظر گرفته می‌شود که امکان دقت بیشتر در پیش‌بینی ریسک و مدیریت اکچوئری را فراهم می‌کند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که اینشورتک آینده صنعت بیمه و همه فرآیندهای زنجیره ارزش آن را تحت تأثیر قرار خواهد داد.

واژگان کلیدی: اینشورتک، زنجیره ارزش، صنعت بیمه، استارت‌آپ

۱. معاونت امور اجرایی شرکت بیمه سامان-شهر تهران، Elham.hosseini2014@gmail.com

۲. دبیر هیات عامل شرکت بیمه سامان-شهر تهران، Hooriefraati66@gmail.com



نوآوری و فناوری‌های نوین در صنعت بیمه

امیر فرزاد سیفی^۱، فرزین سیفی^۲، رضا نجاتی^۳

چکیده

یکی از شاخص‌های توسعه‌یافتگی اقتصاد کشورها میزان توسعه صنعت بیمه در آنهاست. در سال‌های اخیر توجه سیاست‌گذاران بر فراگیری فناوری‌های مالی به ویژه در بخش بیمه به عنوان یکی از ارکان صنعت مالی و یکی از بخش‌های کلیدی اقتصاد معطوف شده است. استفاده از فناوری در صنعت بیمه به منظور دسترسی بیشتر افراد به خدمات مالی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته به پونه‌ای که کسب‌وکارهای نو پای بیمه یا همان اینشورتک‌ها با خلق ارزش پیشنهادی یکتا و بهبود مدل کسب و کار وارد عرصه رقابت با شرکت‌های سنتی بیمه‌ای شده‌اند. اینشورتک‌ها با استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی، اینترنت اشیا، بلاک‌چین و سایر فناوری‌های نوین منجر به کاهش هزینه، بهبود تجربه مشتری، ارائه محصولات جدید و مدیریت ریسک موثر می‌شوند. در این پژوهش بر اساس مرور نظام‌مند متون و گزارش‌های موسسات مشاوره معتبر جهانی و موسسات مطرح در حوزه بیمه به بررسی روندهای کلان صنعت بیمه، چالش‌های صنعت بیمه و ارائه راهکارهایی به منظور حل این چالش‌ها پرداخته شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که روندهای کلان صنعت بیمه شامل هفت محور مشتری‌گرایی، تغییرات اجتماعی و محیطی، تغییرات فناورانه و دیجیتالی شدن، رقابت شدید، نیاز به سرمایه انسانی و استعداد از سایر بخش‌ها، مشارکت و همکاری راهبردی، ظهور مدل‌های کسب و کار جدید و چالش‌های کلیدی نیز شامل قدرت خرید محدود، شناخت محدود، اعتماد پایین، ارتباط ضعیف مشتریان و بیمه‌گران، محصولات نامتناسب، توزیع نامناسب و مدل‌های کسب و کار نامناسب است. در نهایت برای هر کدام از چالش‌های قدرت خرید محدود، شناخت محدود، اعتماد پایین، ارتباط ضعیف مشتریان و بیمه‌گران، محصولات نامتناسب، توزیع نامناسب و مدل‌های کسب و کار نامناسب بر اساس روندهای بیان شده راهکارهایی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: فناوری نوین، بیمه، اینشورتک، زنجیره ارزش بیمه

۱. کارشناس تحقیق و توسعه بین‌الملل، شرکت بیمه سامان، a.saifi@samaninsurance.ir

۲. کارشناس مسئول IT، شرکت بیمه سامان، f.seyfi@samaninsurance.ir

۳. کارشناس اداری، شرکت بیمه سامان، r.nejati@samaninsurance.ir

بیست و نهمین همایش ملی و
دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه



پنل بین‌الملل

(*Development of Takaful in Islamic Countries*)

رئیس: دکتر محمد مهدی عسگری

اعضا:

Dr. Muhammad Zubair Mughal

Associate Prof. Dr. Fuzia Mubark

Dr. Rafik Khan

Dr. Kazi Md. Mortuza Ali

Prof. Dr. Syed Abdul Hamid Aljunid

پنل بین الملل

(Development of Takaful in Islamic Countries)

مقالات اراءه



Bridging the Gaps between Insurance & Takaful with Universal Values

Dr. Mohamed Rafick Khan bin Abdul Rahman¹

Abstract

Sudan is recognized as the pioneer of commercial Islamic Insurance. With the guidance of Islamic scholars, financial regulators worldwide gradually introduced changes in their legal framework to support Islamic Finance. In 2013, Bank Negara Malaysia (BNM) effectively divided Malaysia's financial businesses by implementing the Islamic Finance ACT (Islamic FSA2013) and the Financial Services Act (FSA2013) which divide the economy and population along religious lines. The Wakalah model was indirectly recognised as the only permitted Islamic Insurance contract which was subsequently adopted by many other countries. The various regulations, frameworks and policy documents introduced; empower the regulator to micro-govern Islamic Finance companies. This increases the cost of doing business and affects the company's innovation in developing alternative IFP-compliant business models. To ensure business viability and sustainability, many Shariah dispensations and regulatory privileges were issued to help Takaful companies. The phrase Shariah Compliant has been effectively abused by companies in their pursuit of profits despite the Islamic Finance Principles (IFP) being a very small component of Shariah. This paper intends to demonstrate that a better and optimum approach by the regulator would be to infuse Universal Values (UV)² among existing licensed insurers instead of creating separate laws and micro-regulate them based on Shariah Advisory Board's advice. Such actions by regulators are limits the development of Assurance solutions and mislead consumers by using the phrase "Shariah Compliant". This paper offers suggestions on the way forward to expand the business and bridge the gap between takaful and insurance using Universal Values.

Keywords: Assurance, Guarantees, Insurance, Islamic Insurance, IFP, Universal Values, Takaful, Wakalah

1. Freelance Consultant in Allianz Malaysia, SBU Consultant in Pacific Life Re. dr.rafiick@allianz.com.my

2 For this paper **Universal Values (UV)** is defined as universally accepted values that do not discriminate against people by ethnicity, gender, or politics and are accepted by all major religions



Development of Knowledge-Based Insurance Products and Solutions (with special reference to Bangladesh)

Kazi Md. Mortuza Ali¹

Abstract

In order to develop innovative products and enhance market penetration, insurance companies will have to undertake enormous tasks of identifying present market scenario and chalk out pragmatic plans and strategies. In this article we have tried to articulate some thoughts and ideas for developing need based, knowledge based insurance/takaful products and solutions. We have focused on Bangladesh, which has been progressing rapidly towards a middle income country/developing country by 2041. However, insurance penetration in Bangladesh remains very low compared with neighboring countries.

There are several specialized and conventional business lines where insurance/takaful companies had not addressed adequately in the past and recent past. We have identified those areas with the aim to improve social well-being as well as promoting insurance not as a mere business only but as part of overall risk management scheme for individuals, organizations and the Government itself. This article specified the issues and areas of knowledge based product development in following sections:

- Insurance Market Scenario of Bangladesh
- Recent Market Developments in Bangladesh
- Required Actions for Market Development
- Enhancing Shariah Products
- Need for Social Insurance
- Need for Climate Risk-Related Insurance Products
- Need for Pandemic Risk-Related Insurance Products
- Need for Cyber Insurance
- Need for Mandatory Insurance Products
- Need for Policy Support
- Need for Rational Pricing:
- Improving Key Traditional Insurance Products
- Introducing New Technology
- Need for Human Capital Development

Keywords:

Insurance●Knowledge●Market●Product●Customer●Technology●Social●Risks
●Solutions

1. Director General, Bangladesh Institute for Professional Development (BIPD), mortuzaalimd@yahoo.com



Takaful and Crowdfunding: A Knowledge Paradigm

Dr. Fauzia Mubarik¹

Abstract

This paper has endeavored to associate the takaful industry with crowdfunding to expedite the flow of funds between the fund managers and the policy holders (member participants). Crowdfunding can tend to pursue the Waqala-Waqf model by outreaching the risk hedgers well in time and space. This paper's emphasis on the affiliation of crowdfunding with the takaful industry is to gain prominence of the unified takaful model worldwide. Considering the takaful model as cultural (Islamic) centric, the Handke and Dalla Chiesa (2022) model of crowdfunding can be employed to relate it with the takaful industry worldwide. The three forms of crowdfunding; the rewards-based crowdfunding, donation-based crowdfunding and equity crowdfunding can play an integral role in the re-takaful industry in the Muslim community. Because, it's a much-intrigued donation-based fundraising for the policy holders, therefore the donation-based crowdfunding could be thought to be the most relevant process of takaful-technology product. Takaful being an Islamic cooperative instrument focuses primarily on mutual cooperation and risk sharing. Therefore, a probe can be made about how crowdfunding can speed this process of mutual hedging of risk between the fund managers and the policy holders.

Keyword: Takaful Model, Waqala-Waqf Model, Crowdfunding

1. Associate Professor, Department of Commerce and Accounting, Faculty of Management Sciences, National University of Modern Languages, Islamabad, Pakistan, fmubarik@numl.edu.pk



Takaful (Islamic Insurance) and its Publication History: A Bibliometric Analysis

Mohamad Handi Khalifah¹, Hakan Aslan²

Abstract

Takaful is gaining popularity due to future concerns like health and property. The Takaful sector must adhere to Islamic regulations; while Takaful competes with traditional insurance, some want to improve its infrastructure. This study used bibliometric analysis as a research method, where researchers collect, combine and filter data from Web of Science and Scopus. Researchers study various publications related to the keyword "Takaful and Islamic Insurance" and then process them based on the relationship between researchers, paper titles, and keywords related to Takaful. There were 418 Takaful publications between 1983 and 2021, with an annual scientific production growth rate of 12.67%. The highest productivity occurred in 2019 with 57 publications, while publication productivity declined by 9.6 %, equal to 17 publications in 2019-2020. the most global and local source is the Journal of Islamic Accounting And Business Research, with 124 Articles. Salman S was the most productive author in the Takaful publication, with 20 and 9.25 fractionalized articles. Meanwhile, AB R A, and Husin M have 65 total citations and an average of 10.833 citations yearly. Husin M was the highest Author Local impact and a production year beginning in 2013. Ghazali P was the highest g and h index, with 114 citations. The most relevant affiliations are International Islamic University Malaysia, which publishes 64 articles. Kader Ha, 2010, Geneva Pap R I-Iss P, is the most frequently globally cited document and has had a substantial impact. Sherif M, 2013, J Islamic Account Bu, the most often referenced local sources. Malaysia has collaborated with Pakistan 10 times, and Malaysia has the most collaborations in 20 articles of Takaful. This research also produces several conclusions, including the most influential authors, the development of publication themes, the most productive institutions, and collaboration between countries and institutions.

Keywords: Takaful, Islamic Insurance, Co-Citation Analysis, Bibliometrics, Publication history

1. PhD Student of Islamic Economics and Finance in Sakarya University, mohamad.khalifah@ogr.sakarya.edu.tr

2. Assistant Professor, Department of Islamic Economics and Finance, Sakarya University, Turkey hakanaslan@sakarya.edu.tr



Customer's Preferences Towards Takaful in Pakistan

Suhail Ahmad¹

Abstract

This study has been conducted based on explanatory research model with intend to explain the preferences of people of district Peshawar about “Takaful” which is Islamic ideology based insurance (i.e., free from interest, uncertainty and gambling). For this purpose, primary data were collected through self-administered questionnaire from 150 respondents by using the convenience sampling technique. For statistical analysis and data interpretation SPSS 17 was used. The overall result of the study suggested that most of the respondents were unaware about the term “Takaful”. However, upon explaining the term “Takaful” to the respondents as compared to traditional insurance system it was found that greater number of people prefer the Islamic ideology based insurance e.g. ‘Takaful’ over traditional insurance systems.

Keywords: Takaful, Preference, Pakistan

1. PhD. Scholar, Sarhad University of Science & Information Technology, Peshawar Pakistan.

پنل بین الملل

(Development of Takaful in Islamic Countries)

مقالات پذیرش شده به
صورت صرفاً چاپ



Evaluation of Management Soundness of Takaful Industry in Selected Countries

Dr. Monsurat Ayojimi Salami¹ , Prof. Dr. Harun Tanrivermis

Abstract

Management soundness is essential for the effectiveness of any industry, most especially in any Islamic financial sector, whereby fairness and justices are the key factors to be observed. This paper examined the management soundness of the Takaful industry regarding their asset quality, re-Takaful and Actuarial, earning and profitability. This study obtained quarterly data from 2019Q1 to 2021Q4 from Islamic Financial Services Board (IFSB) and employed panel data analysis. The finding revealed a strong significant relationship between re-Takaful and earning with management soundness while a weak significant relationship between asset quality and management soundness. In addition, the result established a significant strong association between management soundness and earnings and profitability. Therefore, re-Takaful and profitability contributed more to the management soundness of the Takaful industry than asset quality during the study. An increase in earnings and profitability to enable the Takaful industry to pay the claims, especially in calamity and more focus on the quality of the asset they invested in could enable the smooth running of their day-to-day business affairs. More attention is required on the quality of assets in their portfolio for the sustainability of the Takaful industry to fulfil their underlying objectives.

Keywords: Asset quality, Real estate, Re-Takaful, Earning and profitability, Management soundness, Shariah compliance, REITs

1. Real Estate Development and Management Faculty of Sciences, Ankara University.

پنل بین الملل

(Development of Takaful in Islamic Countries)

مقالات پوستری



Application of Artificial Intelligence for Risk Management in Health Insurance: A knowledge-based Approach

M. Sadighi Gilani¹, R. Feizabadi², S. Mehran³

Abstract

Today, knowledge-based economy plays an important role in improving different aspects of countries. Accordingly, governments are encouraging businesses to apply knowledge-based approaches. Hence, it is an important topic in the insurance section as well. Today, insurance customers are facing modern and different risks that are more difficult to manage than in the past. In this article, which is descriptive and practical, the methods of modern risk management in the field of health insurance are discussed.

Keywords: Health Insurance, Artificial Intelligence, Risk Management, Insurance Industry, knowledge-based economy

-
1. Strategy committee consultant at Saman Insurance Co, Msadighi413@gmail.com
 2. Strategy committee consultant at Saman Insurance Co, Roham.feizabadi@gmail.com
 3. Strategy committee consultant at Saman Insurance Co, Shadan.mehran@gmail.com



Knowledge Based Risk Assessment in Life Insurance with Machine Learning Algorithms

F. Ahangar Saryazdi¹, H. Nateghi²

Abstract

Risk assessment is a crucial element in the life insurance business to classify applicants. Companies perform underwriting process in order to make decisions on applications and to price policies accordingly. Increase in the amount of data and advances in data analytics, the underwriting process can be automated for faster processing of applications. Since underwriting process is costly and time-consuming in life insurance policy, it's important for insurance companies to recognize insured's medical risk factors and streamlining underwriting process by predicting insured's medical risk.

This study aims at providing solutions to enhance risk assessment among life insurance companies using predictive analytics. The dataset covers the life insurance, with 6 attributes, which describe insured's characteristics. Machine learning algorithms, namely multinomial regression, neural network, decision tree classifiers were implemented on the data set to predict medical risk of applicants.

The findings of this research will redound to the benefit of insurance companies considering that predictive analytics plays an important role in insurance knowledge-based risk assessment. Multinomial regression result illustrates that gender, sum assured, critical illness sum assured, policy period is significant in predicting insured's medical risk. Decision tree model fitted to insureds data illustrates that age and critical illness sum-insured are important in prediction of insured's risk and it classified insureds by age and critical illness sum insured.

Keywords: Risk assessment, Life insurance, Predictive Analytics, Decision tree, Multinomial Regression, Neural Network

1. F.saryazdi@samaninsurance.ir

2. H.nateghi@samaninsurance.ir.



Future Research and Identification of Research Gaps in the Field of Economics, Insurance, Banking, and Finance (Bibliometric and Patents Analysis)

Amirhosein Moshari¹, Morteza Mousavi, Fatemeh Tabib, Maryam Sadeghi, Mohammadreza Jabari, Saba Lavasani

Abstract

Due to the antiquity of monetary and banking enterprises, much research and ideas have been done in this field so far, and accurate futures research has become much more complex than before. One of the main ways for future studies in financial fields is to identify research gaps. There are many ways to identify new research areas, but one of the most widely used is bibliometric analysis. This research is the result of analyzing four thousand articles extracted from the scientific site "Scopus" by searching for the keywords of bank, economy, insurance, and finance. Vos viewer software was used for this analysis. Half of the extracted articles are the most recent articles published in this field, and the other half are the articles with the most citations. Finally, it has been shown that most research has been done in the area of insurance. The fields of health insurance have accounted for the largest share of research, and today it has shifted to global health and global insurance coverage for research. Pandemic diseases such as Covid have also been new areas of insurers' research. In addition, sustainable development and its integration with monetary and financial fields will be the best field for researchers to continue their research. Mathematical tools and methods such as panel data and Digital data systems analysis are also based on future research in the field of insurance and banking.

Keywords: Bank-insurance-finance-economics-futurology

1. Department of Renewable Energies and Environment, Faculty of New Sciences and Technologies, University of Tehran, Amirhoseinmoshari@ut.ac.ir

بیست و نهمین همایش ملی و
دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه

ISC SID



پنل تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش بنیان بر توسعه صنعت بیمه

رئیس: دکتر مهدی صادقی شاهدانی

اعضا:

دکتر محمد نعمتی

دکتر مهدی طغیانی

دکتر رضا جعفری

آقای حسن شریفی

پنل تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه

مقالات ارائه



الگوی توسعه دانش بنیان شرکت‌های بیمه

امین کهیاری حقیقت^۱

چکیده

در کنار نقش مهم دانش محور شدن بر توسعه پایدار صنعت بیمه، هدف این مقاله شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های دانش بنیان شدن شرکت‌های بیمه است. برای این منظور از روش تحقیق آمیخته در دو بخش کیفی و کمی استفاده شد. در بخش کیفی، روش پدیدارشناسی کلایزی به کار گرفته شد که طی مصاحبه با خبرگان و مدیران دانش محور به وسیله نمونه‌گیری هدفمند با تکنیک کدگذاری، مفاهیم مرتبط، شناسایی و ذیل دو بخش توانمندسازهای دانش و نتایج دانش در هشت مؤلفه دسته‌بندی شد. این مؤلفه‌ها عبارت است از: کارکنان دانشی، رهبر دانشی، ساختار دانشی، فرهنگ و محیط دانشی، فرایند و فناوری دانشی، همکاری با شرکای دانشی، نتایج داخلی دانش و نتایج خارجی دانش. در نهایت برای اعتبارسنجی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های دانش بنیان شدن شرکت‌های بیمه از تکنیک دلفی هسو و یانگ استفاده گردید و داده‌ها با استفاده از منطق فازی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج بخش کمی پژوهش نشان داد که مؤلفه فرهنگ و محیط دانشی بیشترین میزان اهمیت را از نظر پزل خبرگان دارد. استفاده از این الگو برای ارزیابی، طراحی، بازطراحی و توسعه شرکت از لحاظ دانش محور شدن، به مدیران پیشنهاد می‌شود.

واژگان کلیدی: دانش بنیان، اقتصاد دانش بنیان، توسعه، صنعت بیمه

۱. دکتری مدیریت بازاریابی، واحد مدیریت سرپرستی تهران، بیمه کوثر، تهران، a.haghighat@kins.ir



ارائه مدل توسعه ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه پژوهشی مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد

شبنم رفوآ^۱، آسیه بختیار^۲، حسینعلی بختیار نصرآبادی^۳

چکیده

بدلیل ماهیت داده محوری و دانش پایه بودن کسب و کار، توسعه صنعت بیمه از مسیر ارتقاء ظرفیت جذب دانش شامل کسب، تحلیل، ترکیب و به کارگیری دانش می‌گذرد. علی‌رغم اهمیت جذب دانش در توسعه رقابت‌پذیری و ارتقاء کیفیت خدمات بیمه‌ای، اما ارتقاء ظرفیت جذب دانش به عنوان تلاشی سیستماتیک و یکپارچه، مغفول مانده و صنعت بیمه فاقد مدلی برای ارتقاء ظرفیت جذب دانش است. بنابراین هدف این پژوهش که با رویکرد کیفی و راهبرد پژوهش نظریه داده‌بنیاد انجام گرفته، ارائه مدلی برای ارتقاء ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه بود. مشارکت کنندگان در این پژوهش، ۱۰ نفر از صاحب‌نظران، مدیران و معاونین حوزه‌های آموزشی و پژوهشی صنعت بیمه بودند که طی فرایند نمونه‌گیری نظری انتخاب گردیدند. برای جمع‌آوری داده‌ها، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با مشارکت کنندگان پژوهش تا رسیدن به اشباع نظری استفاده گردید. اعتمادپذیری پژوهش براساس شاخص‌های قابلیت اعتبار، قابلیت اتکا، تاییدپذیری و انتقال‌پذیری که از معیارهای اعتبار پژوهش‌های کیفی است با اجرای ممیزی پژوهشی و تشکیل گروه کانونی از کارشناسان آموزش و پژوهش تایید شد. برون‌داد پژوهش، مدل پارادایمی ارتقاء ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه شامل، عوامل علی و عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای جذب دانش در صنعت بیمه است.

واژگان کلیدی: توسعه دانش بنیان، ظرفیت جذب دانش، مدل پارادایمی، صنعت بیمه

۱. دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، رئیس اداره کتابخانه، اسنادعلمی و نشریات پژوهشکده بیمه، تهران
shrefoua@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری علم و فناوری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، a.bakhtiar@modares.ac.ir

۳. دکتری مدیریت بازاریابی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران؛ مشاور مدیرعامل شرکت سهامی بیمه آسیا،

تهران، h.nasrabadi@ut.ac.ir



The Impact of Insurtech and Innovation Ecosystem on the Development of Insurance Industry in Iran (Case Study: Saman Insurance)

M. Heidarimanesh¹, E. Najafi Vayqan²

Abstract

The insurance sector plays a critical role in the economic growth.

Nowadays, economies are rapidly moving towards being more knowledge based, supporting the force of knowledge as a vital component of productivity and economic growth. The Internet and Innovation through new technologies affect financial services particularly insurance industry. Business services, models, and processes are rapidly evolving largely supported by technological developments. Insurers have a choice: be disrupted or be the disruptor with new technologies, services, and innovation ecosystem. The purpose of this study was to consider the efficiency role of insurtech and innovation ecosystem on the Purchase of Insurance Products in Iran.

To achieve this goal, the research model estimated was based on statistical primary data analysis procedure that was gathered through structured questionnaires and a group of 391 customers within the range of 20 to 60 years old having insurance policies at Saman Insurance Company participated in this study.

After gathering the required data, these associations supported the theory that insurtech and innovation ecosystem play a significant role on enhancing purchase of insurance products in Iran and the best way for reaching more customers. In a time, when technological developments, and empowered customers are changing the nature of the insurance business, established insurers need to determine how Insurtech fits in their strategies. Overall, it emerges that insurance companies have the opportunity and capability to innovate, in many cases using technological applications to cover new and existing risks and show that innovation based on new technology determines the success and competitiveness of the business.

Keywords: Insurance, Insurtech, Innovation ecosystem, Knowledge Based Firms (KBF)

1. M.A. in Marketing Management, M.heidarimanesh@gmail.com

2. M.A. in TEFL, Elhamnv@yahoo.com



اثرگذاری کوتاه‌مدت و بلندمدت مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر عملکرد مالی شرکت‌های بیمه

صادق محقق^۱، علی سامنی^۲، عرفان کلاته^۳

چکیده

صنعت بیمه به عنوان واسطه در کنار بورس و بانک از ارکان اصلی بازارهای مالی به شمار می‌رود و در این بین صنعت بیمه از اهمیت بالایی برخوردار است. زیرا به دلیل نبود توسعه لازم بازار سرمایه، در چارچوب نظام مالی کشور، بازار بیمه می‌تواند منجر به چرخه صحیح اقتصاد کشور (در بازارهای مالی) در بلندمدت و کوتاه‌مدت شود. در تبیین سازکار تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه، می‌توان بیان داشت بهبود مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان از یک‌سو با افزایش بهره‌وری کل عوامل و رشد تولید ناخالص داخلی سبب کاهش ضریب نفوذ بیمه شده و از سوی دیگر، با تقویت جریان عرضه و تقاضای خدمات بیمه‌ای و رشد حق‌بیمه تولیدی به افزایش ضریب نفوذ بیمه منجر می‌شود. به طور مشخص، بهبود مشوق‌های اقتصادی و رژیم نهادی با مداخلات قانونی، سیاستی و اجرایی، امکان تعامل آسان، کم هزینه و به دور از تکلف و اتلاف وقت بین آحاد جامعه و شرکت‌های بیمه را فراهم و ضریب نفوذ بیمه را افزایش می‌دهد، تقویت سیستم ابداعات و نوآوری نیز با بهبود کارایی و کیفیت خدمات بیمه‌ای و ابعاد مالی و معاملاتی آن، مایه رشد حق‌بیمه تولیدی شده و با افزایش قدرت رقابت‌پذیری خدمات بیمه‌ای به افزایش ضریب نفوذ بیمه دامن می‌زند، آموزش و توسعه منابع انسانی نیز با ارتقای سطح آگاهی عمومی نسبت به مزایای بیمه، تمایل به خرید بیمه را افزایش می‌دهد. در همین راستا در این مقاله به بررسی اثرگذاری کوتاه‌مدت و بلندمدت

۱. شرکت بیمه آرمان - رئیس اداره خسارت بیمه‌های مسئولیت، Sadegh.mohagheghi@yahoo.com

۲. شرکت بیمه آرمان - مدیر بیمه‌های مسئولیت و مهندسی، A_sameni@armanins.com

۳. شرکت بیمه سامان - کارشناس مسئول خسارت، e.kalateh@samaninsurance.ir



مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر عملکرد شرکت‌های بیمه‌ای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در راستای توسعه صنعت بیمه پرداخته شده است. برای این منظور مدل شرکت‌های منتخب بیمه‌ای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ با استفاده از روش PMG تخمین زده شده است. نتایج حاصل از تخمین مدل پانل ARDL که عملکرد شرکت‌های بیمه‌ای بعنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است، نشان می‌دهد که ضرایب متغیرها در بلندمدت معنادار بوده، علائم آنها مورد انتظار و مطابق با مبانی تئوریک موضوع می‌باشد و اثر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان که بر اساس تعریف بانک جهانی استخراج شده است بر عملکرد شرکت‌های منتخب بیمه‌ای در کوتاه‌مدت و بلندمدت دارای تاثیر معنادار در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌باشد.

واژگان کلیدی: اقتصاد دانش‌بنیان، توسعه صنعت بیمه، عملکرد شرکت‌ها، رژیم‌های اقتصادی و نهادی، نظام کارای نوآوری و اختراعات



ارزیابی مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه خدمات جدید در صنعت بیمه با نقش میانجی جهت‌گیری استراتژیک

سید ابوذر بنی‌هاشمیان^۱، مهدیه میرحاج^۲

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه خدمات جدید در صنعت بیمه با نقش میانجی جهت‌گیری استراتژیک بود. روش اجرای پژوهش توصیفی همبستگی از نوع روش مدل معادلات ساختاری بود. ۲۳۶ نفر از فعالان صنعت بیمه در ایران در پژوهش شرکت کردند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدلیابی معادلات ساختاری به روش کمترین مجذورات جزئی با نرم‌افزار SmartPLS استفاده شد. نتایج نشان داد که تأثیر مؤلفه‌های مشوق‌های اقتصادی و رژیم نهادی، سیستم ابداعات و نوآوری، آموزش و توسعه منابع انسانی و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بر جهت‌گیری استراتژیک و توسعه خدمات جدید در صنعت بیمه مثبت و معنی‌دار است. تأثیر جهت‌گیری استراتژیک بر توسعه خدمات جدید در صنعت بیمه مثبت و معنی‌دار است. نقش واسطه‌ای جهت‌گیری استراتژیک در تأثیر مشوق‌های اقتصادی و رژیم‌های نهادی، نوآوری، آموزش و توسعه منابع انسانی و زیرساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات بر توسعه خدمات جدید مثبت و معنی‌دار است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان از طریق جهت‌گیری استراتژیک منجر به بهبود توسعه خدمات جدید در صنعت بیمه می‌شوند.

واژگان کلیدی: اقتصاد دانش‌بنیان، جهت‌گیری استراتژیک، توسعه خدمات جدید، صنعت

بیمه

۱. کارشناس بیمه‌های اموال شرکت بیمه سامان، تهران، shahrsaz67@gmail.com

۲. کارشناس بیمه‌های اموال شرکت بیمه سامان، تهران، mahdiehmirhaj.1371@gmail.com

پنل تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه

مقالات پذیرش شده به
صورت صرفاً چاپ



بررسی تأثیر دیجیتالی شدن صنعت بیمه بر اقتصاد دیجیتال و رشد اقتصادی؛ یک مرور نظام‌مند

لیلی نیاکان^۱، فاطمه عطاطلب^۲

چکیده

تأثیرگذاری دیجیتالی شدن بر رشد اقتصادی تنها در صورتی امکان‌پذیر است که محیط اقتصادی آماده پذیرش چنین شرایطی باشد و تمایل کسب‌وکارها و جمعیت برای پذیرش فناوری‌های دیجیتال پیشرفته، نقش مهمی در این امر ایفا می‌کند. دیجیتالی شدن اقتصاد بر صنعت بیمه نیز تأثیر می‌گذارد. هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر دیجیتالی شدن صنعت بیمه بر اقتصاد دیجیتال و رشد اقتصادی است. جهت رسیدن به این هدف، از روش مرور نظام‌مند مطالعاتی که پیش از این انجام شده و به بررسی تأثیر دیجیتالی شدن صنعت بیمه بر اقتصاد دیجیتال، تأثیر اقتصاد دیجیتال بر رشد اقتصادی و تأثیر دیجیتال شدن صنعت بیمه بر رشد اقتصادی پرداخته‌اند استفاده شده است. در نهایت، یافته‌های این مطالعات دسته‌بندی و نتیجه‌گیری شد که (۱) بین دیجیتالی شدن صنعت بیمه و اقتصاد دیجیتال رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. (۲) بین اقتصاد دیجیتال و رشد اقتصادی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. (۳) بین دیجیتالی شدن صنعت بیمه و رشد اقتصادی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تغییر در بخش بیمه بسیار کند است و نوآوری‌ها با سرعت کمتری در آن ریشه می‌گیرند. البته شرکت‌های بیمه با در نظر گرفتن مزایای نوآوری، به تدریج راه‌حل‌های مدرن را در چارچوب فرایندهای تجاری خود عملی می‌کنند.

واژگان کلیدی: اقتصاد دیجیتال، تحول دیجیتال، بیمه دیجیتال، رشد اقتصادی

۱. هیئت علمی، پژوهشکده بیمه، تهران، niakan@irc.ac.ir

۲. پژوهشگر، پژوهشکده بیمه، تهران، f_atatalab@yahoo.co.uk



بیمه سبز در ایران

رضا احمدی^۱، حسین صادقی سقدل^۲

چکیده

آلودگی‌های محیط‌زیستی و عواقب و پیامدهای آن تنها محدود به منطقه وقوع آن‌ها نیست بلکه دیگر مناطق را نیز دربر می‌گیرد. برای مثال؛ انتشار دی‌اکسید کربن در اتمسفر یا انتقال نترات و دیگر مواد شیمیایی مضر به رودخانه‌ها، دریاها و اقیانوس‌ها نمونه‌هایی از آسیب‌های فرامحدوده‌ای این نوع آلودگی‌ها هستند. یکی از راه‌ها و روش‌های کنترل و کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی یا افزایش آگاهی و مسئولیت‌پذیری در قبال محیط‌زیست و آلودگی‌های آن برقراری بیمه زیست‌محیطی می‌باشد. در این تحقیق سعی در بررسی رابطه بیمه محیط‌زیست و توسعه پایدار و همچنین، تدوین راهبرد مناسب برای توسعه بیمه محیط‌زیست در ایران با بهره‌گیری از مدل SWOT و QSPM شده است. بعد از بررسی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از طریق مطالعه متون و نظرسنجی از متخصصان در زمینه مورد مطالعه در کل ۴۶ نقطه قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدید شناسایی و نمره دهی شدند. از طریق ماتریس چهارخانه عوامل داخلی و خارجی منطقه ST (رقابتی یا حفظ و نگهداری) به‌عنوان منطقه استراتژیک شناسایی شد. همچنین در زمینه توسعه پایدار نتیجه‌گیری شد که؛ دنبال کردن بازاریابی سبز، اتخاذ بیمه پایدار و سازماندهی کمپین‌های آگاهی‌رسانی، صنعت بیمه سهم عمده‌ای را در جهت توسعه پایدار به همراه داشت.

واژگان کلیدی: آلودگی زیست‌محیطی، بیمه محیط‌زیست، بازاریابی سبز، بیمه پایدار،

QSPM, SWOT

۱. کارشناس ارشد رشته اقتصاد انرژی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس

reza93.ahmadi1992@gmail.com

۲. دانشیار گروه توسعه و برنامه ریزی اقتصادی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس

sadeghih@modares.ac.ir



تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه

محمد نصراله نیا^۱، امیرمحمد معتقد لاریجانی^۲، کاوه آلبا^۳، فرزانه رحمانی زاده^۴

چکیده

در این مقاله سعی شده است به شناسایی مؤلفه‌های موثر اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه پرداخته شود و هرکدام را بررسی و با روش AHP فازی رتبه‌بندی کرده و سپس با توجه به اهمیت نقش و توسعه صنعت بیمه، تأثیرات آن بر رونق اقتصاد کشور بررسی شود. جامعه آماری شامل افرادی است که در پارک‌های علم و فناوری خبره و مطلع بوده و از شرایط قوانین دانش‌بنیان اطلاعات جامعی و حداقل دارای ۱۰ سال سابقه کار مدیریتی و تحصیلات مرتبط ترجیحاً در حوزه‌های مربوطه داشته باشند؛ به همین منظور تعداد ۱۵ نفر خبره به روش نمونه‌گیری هدفمند تعیین شده‌اند. به منظور گردآوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه نیمه باز و به روش دلفی و مصاحبه به صورت ترکیبی استفاده شده است. پس از شناسایی، عوامل با روش AHP فازی رتبه‌بندی گردیده‌اند. نتایج نشان می‌دهد عوامل زیر در این پژوهش شناسایی و رتبه‌بندی گردیدند: (۱) مؤلفه‌های توسعه نهادی، (۲) توسعه کارآفرینی، (۳) مشوق اقتصادی، (۴) مشوق سرمایه‌گذاری، (۵) توسعه فناوری، (۶) توسعه خلاقیت، (۷) توسعه علمی کشور و (۸) عملکرد کلان‌نگر.

واژگان کلیدی: اقتصاد دانش‌بنیان، توسعه صنعت بیمه، قدرت ریسک‌پذیری، نوآوری،

جذب سرمایه

۱. هیات علمی مدیریت بازرگانی-گرایش بیمه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران
nasrollahniya@gmail.com

۲. دانشجو کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-مدیریت استراتژیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران
motaghd1377@gmail.com

۳. کارشناسی ارشد کارآفرینی-کسب و کار جدید، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران
kaveh.alba@yahoo.com

۴. دکتری مدیریت مالی، سازمان تامین اجتماعی، تهران، farzanehrahmanizadeh@gmail.com



طراحی مدل مؤلفه‌های توسعه بیمه دانش‌بنیان در گفتمان اقتصاد مقاومتی

رضارستمی^۱

چکیده

بیمه تبلور جدیدی از تعاون و مشارکت افراد است که به صورت سازمان‌یافته و علمی در جوامع مختلف توسعه‌یافته است. توسعه صنعت بیمه با کاهش ریسک مالی فعالیت‌های تولیدی و خدماتی، می‌تواند زمینه مشارکت سرمایه‌گذاران در اقتصاد را افزایش داده و فرآیند تشکیل سرمایه و رشد اقتصادی را تسریع بخشد. محوریت توسعه دانش‌بنیان در این زمینه پیامد همگرایی جریانات متنوع تحقیقاتی است که در نیم قرن گذشته برای تحلیل، تبیین و تفسیر رشد و توسعه اقتصادی شکل گرفته‌اند. در این تحقیق مؤلفه‌های توسعه بیمه دانش‌بنیان در گفتمان اقتصاد مقاومتی به عنوان یک الگوی بومی و برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی مورد واکاوی و مدل‌سازی مفهومی قرار گرفته است. روش تحقیق تحلیل کیفی مضمون بوده که پس از مطالعه کتابخانه‌ای اسناد، کتاب‌ها، مقاله‌ها، گزارش‌های پژوهشی و بیانات مقام معظم رهبری، ابتدا کدهای اولیه استخراج و سپس مقوله‌های محوری در راستای توسعه بیمه دانش‌بنیان استخراج شده است. عناصر اصلی مدل نهایی، مقوله‌های چهارگانه علمی-فناوری، سیاسی-قانونی، فرهنگی-اجتماعی و فضای کسب و کار معرفی شده است.

واژگان کلیدی: بیمه، توسعه، دانش‌بنیان، اقتصاد مقاومتی

۱. استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور، rostamipnu@pnu.ac.ir



تأثیر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی مبتنی بر دانش‌بنیان بودن بر عملکرد نوآوری، سرمایه اجتماعی و اشتراک دانش (مطالعه موردی: بیمه پارسیان)

سیده حورا سلیم‌بهرامی^۱، سمیه کجوری گشنینانی^۲

چکیده

هدف این پژوهش تعیین تأثیر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی مبتنی بر دانش‌بنیان بودن بر عملکرد نوآوری، سرمایه اجتماعی و اشتراک دانش در کارکنان بیمه پارسیان تهران می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را تعداد ۸۵ نفر از کارکنان بیمه پارسیان در شهر تهران تشکیل داده است. که برای به‌دست‌آوردن آن از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با استفاده از فرمول کوکران برای جامعه محدود استفاده شده است. ابزار گردآوری در این پژوهش پرسشنامه است که برای سنجش متغیر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی مبتنی بر دانش از پرسشنامه (کیانتوآ و همکاران، ۲۰۱۷)، متغیر عملکرد نوآورانه (پراجوگو و سوهان، ۲۰۱۹)، متغیر اشتراک دانش (هوی و همکاران، ۲۰۱۰) و متغیر سرمایه اجتماعی (پاتنام، ۱۹۹۹) استفاده شده است. پژوهش حاضر براساس هدف کاربردی و چگونگی جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز، از نوع پژوهش‌های توصیفی و همبستگی است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار استنباطی از نرم‌افزار spss استفاده شده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که تمامی فرضیات مورد تایید قرار گرفتند و اقدامات مدیریت دانش محور منابع انسانی با ضریب ۰٫۶۲ بیشترین تأثیر مثبت و معنی‌داری را بر سرمایه اجتماعی داشته است.

واژگان کلیدی: منابع انسانی، دانش‌بنیان، عملکرد نوآوری، سرمایه اجتماعی، اشتراک دانش، بیمه پارسیان

۱. ستاد مرکزی بیمه پارسیان، تهران، Hoora.salim@gmail.com

۲. ستاد مرکزی بیمه پارسیان، تهران، Somaye.kajori@gmail.com



انتظارات درک شده مشتریان از کیفیت خدمات بیمه‌ای شرکت سامان بر رضایت مشتریان

علی ابراهیمی کنگورابی^۱، سیف‌اله امید^۲، فرزاد فرزادی فرد^۳

چکیده

این تحقیق به بررسی انتظارات درک شده مشتریان از کیفیت خدمات بیمه‌ای شرکت سامان بر رضایت مشتریان پرداخته است. جامعه آماری کلیه مشتریان شرکت بیمه سامان هستند که آنها نامحدود است و از طریق فرمول کوکران ۳۸۵ نفر محاسبه گردید. ابزار جمع آوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد که از طریق طیف لیکرت نمره‌دهی شده است و پایایی آن از طریق آلفا کرونباخ سنجیده شد. برای سنجش روابط بین متغیرها از پرسشنامه محقق ساخته انتظارات درک شده مشتریان با ۵ مولفه (ملموس بودن خدمات، قابلیت اعتماد خدمات، پاسخگویی خدمات، تعهد خدمات، همدلی خدمات) استفاده گردیده است. روش پژوهش حاضر، تحلیل توصیفی داده‌های پژوهش و تحلیل استنباطی می‌باشد با استفاده از آزمون‌های پارامتریک و ناپارامتریک (به وسیله نرم افزار SPSS22)، مورد سنجش قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که انتظارات درک شده مشتریان از کیفیت خدمات بیمه‌ای شرکت سامان بر رضایت مشتریان تأثیرگذار است. همچنین، تعهد خدمات درک شده رتبه اول و ملموس بودن خدمات درک شده در رتبه دوم تأثیرگذاری قرار دارد.

واژگان کلیدی: انتظارات درک شده، کیفیت خدمات بیمه‌ای، رضایت مشتریان

۱. کارشناس مسئول بیمه‌های اندخته‌ساز، بیمه سامان، رشت، Ebrahimi2451@gmail.com

۲. معاون مالی، بیمه سامان، رشت، sayfi_omidi@yahoo.com

۳. معاون اداره فنی درمان منطقه یک، بیمه سامان، رشت، f.farzadifard@gmail.com

پنل تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه

مقالات پوستری



بررسی چالش‌ها و موانع پیش‌روی شرکت‌های دانش‌بنیان در صنعت بیمه ایران و ارائه راهکارها

رسول رحمتی نودهی^۱، سعید صحت^۲، مریم حاجی قربانی^۳

چکیده

حرکت به سمت تولید محصولات و ارائه خدمات فناورانه، سازمان‌ها را به سمت دانش‌بنیان شدن سوق می‌دهد. اقتصاد دانش‌بنیان، اقتصاد نوینی است که در آن تولید، توزیع و استفاده از دانش، منبع اصلی رشد و ایجاد ثروت است. موتور محرک اقتصاد دانش‌بنیان، شرکت‌های دانش‌بنیان هستند. در صنعت بیمه ایران نیز طی سال‌های اخیر نیز ایجاد و حرکت به سوی دانش‌بنیان شدن روند رو به رشدی داشته است؛ لیکن این حرکت همواره با چالش‌ها و موانع همراه بوده است. هدف پژوهش حاضر، شناسایی چالش‌ها و موانع پیش‌روی شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در صنعت بیمه ایران و ارائه راهکارها می‌باشد. پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کیفی است که برای جمع‌آوری داده‌ها از روش مصاحبه گروه‌های کانونی از میان جامعه متخصصان و مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان و نیز حوزه فن‌آوری اطلاعات صنعت بیمه کشور با استفاده از کفایت نظری داده‌ها، هفت نفر بعنوان نمونه آماری استفاده شده است. داده‌ها از طریق تکنیک تحلیل محتوا با روش‌های کدگذاری باز و محوری مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، عمده چالش‌ها و موانع پیش‌روی شرکت‌های دانش‌بنیان در صنعت بیمه در شش مؤلفه اصلی، سیاست‌های کلان اقتصادی، سیاست‌های خرد اقتصادی، فرهنگ سازمانی، اتحادیه و تشکل‌های صنفی، خط مشی‌گذاری آموزشی دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی و خط مشی‌های صنعت بیمه می‌باشد.

واژگان کلیدی: شرکت‌های دانش‌بنیان، گروه‌های کانونی، تحلیل محتوا، صنعت بیمه

۱. معاون مدیر طرح و توسعه، شرکت بیمه آسیا، تهران، rahmatiran@gmail.com

۲. عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی تهران، تهران، sehhat@yahoo.com

۳. رئیس اداره صدور بدنه اتومبیل استانها، شرکت بیمه آسیا، تهران، m.h.ghorbani56@gmail.com



نوآوری، رکن اصلی مدیریت دانش بنیان در صنعت بیمه

نگین فتوحی^۱، صادق طغرلی^۲، جواد عماری الله یاری^۳

چکیده

چالش‌های اقتصادی، سیاسی، نظارتی، قانونی، اجتماعی و فناوری پیش‌روی بیمه‌گران و صنعت بیمه وجود دارد که پیوسته در حال افزایش و تغییر می‌باشند. پیشرفت‌های تکنولوژیکی و ارتباطاتی شیوه زندگی و خطراتی را که مردم می‌بایست با خرید محصولات بیمه‌ای کاهش دهند، تغییر می‌دهد و بیمه‌گران باید مدل‌های کسب‌وکار خود را متناسب با تغییراتی که می‌تواند رشد صنعت را تهدید کند، طراحی و انتخاب کنند. نوآوری به عنوان مهمترین عامل موفقیت در اقتصاد جهانی بسیار رقابتی در نظر گرفته می‌شود.

هدف اصلی این مقاله بررسی رابطه بین قابلیت نوآوری، نوع نوآوری و جنبه‌های مختلف عملکرد شرکت بیمه از جمله نوآوری، بازار و عملکرد مالی بر اساس یک مطالعه تجربی در صنعت بیمه ایران می‌باشد. چارچوب پژوهشی تدوین شده در این پژوهش بر روی ۱۷۵ مدیر و رئیس اداره با سابقه شرکت‌های بیمه مورد آزمایش قرار گرفت. تأیید تجربی فرض این مدل شواهدی ارائه می‌دهد که نشان می‌دهند رابطه بین قابلیت‌های نوآوری، تلاش‌های نوآوری و عملکرد شرکت قابل توجه و قوی هستند. نتایج این مطالعه می‌تواند منجر به مدیریت مؤثر قابلیت نوآوری شود که به ارائه نتایج مؤثرتر نوآوری برای عملکرد بهتر شرکت‌های بیمه کمک می‌کند.

واژگان کلیدی: بیمه، قابلیت نوآوری، نوع نوآوری، عملکرد نوآوری، عملکرد بازار، عملکرد مالی

۱. مدیریت اتکایی، بیمه سامان، تهران، n.fotouhi@samaninsurance.ir

۲. مدیریت اتکایی، بیمه سامان، تهران، s.togholi@samaninsurance.ir

۳. مدیریت اتکایی، بیمه سامان، تهران، s.togholi@samaninsurance.ir



تأثیرپذیری عملکرد شرکت‌های بیمه از مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان

سیدامید میررفیع^۱، پرویز مرادی^۲، سامان وهابی^۳

چکیده

در این پژوهش رابطه بین عملکرد شرکت‌های بیمه و تأثیرپذیری آنها از مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان مورد بررسی قرار داده‌ایم. از این رو از اطلاعات منتشر شده در صورت‌های مالی شرکت‌های بیمه در سالهای ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ استفاده شده و تاثیر اندازه شرکت، اهرم، تعداد نیروهای متخصص، بازده دارایی‌ها، درآمد خالص و نرخ تورم بر حق بیمه تولیدی شرکت‌های بیمه به کمک معادلات برآوردیابی تعمیم یافته بررسی شده است. براساس نتایج به دست آمده، ضریب متغیرهای تعداد نیروهای متخصص، سودآوری، درآمد خالص و تورم سالانه در مدل معنادار است و وجود این متغیرها در مدل تایید می‌شود. نتایج نشان می‌دهد تأثیرگذارترین متغیر بر حق بیمه تولیدی شرکت، تورم است. همچنین هرچه تعداد نیروهای متخصص بیشتر باشد، متغیر حق بیمه تولیدی نیز بیشتر خواهد بود. رابطه مثبت و معنی دار تعداد نیروهای متخصص با حق بیمه تولیدی نشان می‌دهد که سرانه حق بیمه تولیدی با افزایش تعداد نیروهای متخصص، افزایش خواهد یافت. اهرم به عنوان تنها متغیری که رابطه معناداری با حق بیمه تولیدی نخواهد داشت، از مدل حذف خواهد شد. مقدار آماره مربع R برای مدل برازش داده شده برابر ۷۸ درصد است. این بدان معناست که مدل نهایی ۷۸ درصد تغییرات مربوط به متغیر وابسته را نشان می‌دهد.

واژگان کلیدی: اقتصاد دانش‌بنیان، اندازه شرکت، بازده دارایی‌ها، تورم، حق بیمه تولیدی

۱. کارشناسی ارشد آمار اقتصادی، کارشناس مسئول نظارت بیمه‌های زندگی، شرکت بیمه سامان، تهران
o.mirrafi@samaninsurance.ir

۲. کارشناسی ارشد اکچوئری، معاون مدیر بیمه‌های زندگی، شرکت بیمه سامان، تهران
p.moradi90@yahoo.com

۳. دانشجوی دکتری اکچوئری، کارشناس نظارت بر قراردادهای گروهی، شرکت بیمه سامان، تهران
s.vahabi@samaninsurance.ir



ارزیابی و تحلیل شاخص‌های فناوری نوین مبتنی بر نیازمندی‌ها به‌منظور استفاده در صنعت بیمه

فرهاد بازیار^۱

چکیده

تحولات شگرف دهه‌های اخیر در حوزه‌های ارتباط رایانه‌ای، بی‌گمان گسترش نوآوری در صنعت بیمه را نیز به یک فرض حتمی بدل ساخته است. بیمه به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه یافتگی از یک سو از جمله عمده‌ترین نهادهای اقتصادی مطرح بوده و از سوی دیگر فعالیت سایر نهادها را پشتیبانی می‌نماید. از این رو ضرورت فناوری‌های نوین در این صنعت بیشتر احساس می‌شود و فناوری بیمه نیز به کاربرد نوآوری‌های فناورانه در سیستم بیمه به منظور بهبود عملکردها اشاره دارد. هدف پژوهش حاضر شناسایی و ارزیابی عوامل مؤثر در به کارگیری فناوری در صنعت بیمه (اینشورتک) می‌باشد.

در این مقاله چارچوبی برای بررسی شاخص‌های نوآوری بیمه ارائه می‌شود که شامل سه فاز شروع، محاسبات سلسله مراتبی و پایان می‌باشد که هر فاز شامل تعدادی مرحله است. رویکرد پژوهش، توصیفی-پیمایشی و از منظر هدف، تحقیقی کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش متشکل از خبرگان و مدیران صنعت بیمه است. پس از مرور ادبیات تحقیق، عوامل مؤثر بر توسعه فناوری بیمه به صورت درخت سلسله مراتبی (AHP) در دو بُعد اصلی "درون‌سازمانی" و "برون‌سازمانی"، زیرمعیارها و شاخص‌های هریک طبقه‌بندی گردید و براساس نظرات خبرگان، مقایسات زوجی با نرم‌افزار اکسپرت‌چویس به‌منظور بدست آوردن رتبه و وزن شاخص‌ها انجام شد. دستاوردها و نتایج این پژوهش حاکی از آنست که با توجه به شاخص‌های متعدد فناوری‌های بیمه و اهداف با ترتیب اولویت‌های مختلف، تحلیل ویژگی‌ها براساس تصمیمی پیچیده و چندمعیاره استوار است که می‌تواند پیامدهای شگرفی بر موفقیت پروژه‌های نوآوری در صنعت بیمه داشته باشد.

واژگان کلیدی: صنعت بیمه، فناوری نوین، درخت سلسله مراتبی، نوآوری، اکسپرت چویس، شاخص

۱. مدیر شعبه رشت، بیمه پارسیان، رشت، farhadbazyar@gmail.com



بررسی تأثیر مدیریت دانش مشتری بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجیگری مدیریت ارتباط با مشتری : مورد مطالعه شعب بیمه آسیا در سطح استان فارس

پریسا جمالی^۱، ابراهیم رضایی^۲

چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی تأثیر مدیریت دانش مشتری بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجیگری مدیریت ارتباط با مشتری است. جامعه آماری مورد نظر شامل نمایندگی‌های بیمه آسیا در سطح استان فارس می‌باشد که از این میان ۱۰۴ نفر از مدیران نمایندگی‌ها در سطح استان به عنوان نمونه جامعه آماری جهت بررسی روابط متغیرها انتخاب شدند. داده‌های اولیه و متغیر پژوهش از مطالعات کتابخانه‌ای به دست آمده است. تحقیق حاضر از لحاظ هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر نوع روش، از دسته تحقیقات توصیفی از نوع پیمایشی محسوب می‌گردد. این تحقیق از نوع کمی است و ابزار جمع‌آوری اطلاعات این پژوهش پرسشنامه می‌باشد. برای آزمون فرضیه‌ها و بررسی روابط از پرسشنامه‌ای با مقیاس سنجش طیف پنج عاملی لیکرت در نظر گرفته شد. تحلیل روابط از طریق معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس انجام گرفته است. نتیجه پژوهش حاکی از آن بود مدیریت دانش مشتری تنها با وجود متغیر میانجی مدیریت ارتباط با مشتری بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد، در نتیجه تأثیر مستقیم مدیریت دانش مشتری بر عملکرد سازمانی رد شد.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری، عملکرد سازمان

۱. کمک کارشناس، شرکت بیمه پاسارگاد، بندرعباس، Parisajamali255@gmail.com

۲. کارشناس، شرکت بیمه پاسارگاد، شیراز، Ebrahim.rezaii88@gmail.com



تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه

مسعود قاسمی^۱، زهره سعیدی^۲، رضوان جوهری^۳

چکیده

با توجه به ادبیاتی که در مورد اقتصاد دانش‌بنیان (KBE) وجود دارد، این مفهوم از طریق موضوعات مختلفی از جمله: دانش و اطلاعات، همکاری و هماهنگی بازیگران دولتی و خصوصی و اقتصاد دانش‌بنیان، منابع انسانی و اقتصاد دانش‌بنیان، ارتباطات در اقتصاد دانش و نوآوری در خدمات و اطلاعات فناوری به ما نزدیک می‌شود. ما دریافتیم که نوآوری و خدمات ستون‌های توسعه اقتصاد دانش‌بنیان هستند. شاخص‌های اقتصاد دانش‌بنیان بیشتر در صنایع تولیدی هستند. نقش خدمات در فرآیند نوآوری مدتهاست که به عنوان رکن ثانویه در نظر گرفته شده است. با این حال، نوآوری بیشتر و بیشتر بر فعالیت‌های خدماتی تأثیر می‌گذارد. اقتصاد دانش‌بنیان باعث بالا رفتن توان رقابتی کشورها، افزایش رشد اقتصادی و درآمد می‌شود. در اقتصاد مبتنی بر دانش از سرمایه فکری به منظور خلق و افزایش ارزش سازمانی استفاده می‌شود و موفقیت یک سازمان به توانایی در مدیریت این منبع کمیاب بستگی دارد. یکی از قابلیت‌های مهم سازمانی که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار نماید و برای آن‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند، سرمایه اجتماعی است که می‌تواند سطح تعامل افراد و سازمان‌ها را در تولید دانش بالا ببرد و زمینه‌های تحقق اقتصاد دانش‌محور در کشور را مهیا کند. امروزه حرکت به سمت اقتصاد دانش‌بنیان که در آن رشد به مقدار، کیفیت و دسترسی به دانش موجود بستگی دارد از اهمیت زیادی برخوردار است. حجم دانش فناورانه موجود در کشورها بیانگر سطح توسعه‌یافتگی آن‌ها است. یکی از شاخص‌های معتبر برای سنجش حجم دانش فناورانه موجود کشورها، شاخص پیچیدگی اقتصادی است. در این مطالعه، تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه را مورد مطالعه قرار می‌دهیم.

واژگان کلیدی: سرمایه فکری، اقتصاد دانش‌بنیان، شاخص پیچیدگی اقتصادی، تحلیل مؤلفه‌های اساسی، شرکت‌های بیمه، فرایندهای مدیریت دانش

۱. مدیریت طرح و توسعه، شرکت بیمه آسیا، تهران، Mgh.first@yahoo.com

۲. ریاست اداره آموزش در مدیریت طرح و توسعه، شرکت بیمه آسیا، تهران، Zozo_sa39@yahoo.com

۳. کارشناس ارشد مدیریت طرح و توسعه، شرکت بیمه آسیا، تهران، Johari_re@yahoo.com



بررسی رابطه کارایی سرمایه فکری بر بهره‌وری در صنعت بیمه ایران

موسی رضائی میر قائد^۱، سید فخرالدین فخر حسینی^۲، صفی‌ار امینی^۳، محمد وفاپی یگانه^۴

چکیده

دنیای امروز عرصه سازمان‌های دانش محور است و ثروت واقعی سازمان‌ها جذب و بهره برداری از نیروی انسانی متخصص و برتر است. دانش و مهارت‌های این افراد، فرآیندها و رویه‌های داخلی، فرهنگ درون سازمانی، شهرت و خوش نامی در نزد مشتریان و ذینفعان و به بیان دیگر دارایی‌های نامشهود و سرمایه فکری آنان است. مقاله حاضر با هدف تعیین رابطه‌ی بین کارایی سرمایه فکری و بهره‌وری در صنعت بیمه می‌باشد، که برای اندازه‌گیری این متغیر از روش تحلیل پوششی داده‌ها DEA استفاده شده است. جامعه آماری مورد بررسی در این تحقیق شرکت‌های بیمه پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و دوره زمانی از سال ۱۳۹۵ الی ۱۳۹۹ بوده که با استفاده از آزمون رگرسیون چندگانه به تحلیلی رابطه بین اجزای سرمایه فکری و بهره‌وری پرداخته شده است. نتایج نشان می‌دهد که سرمایه فکری بکارگرفته شده در عملکرد واقعی شرکت‌های بیمه‌ای و بهره‌وری واقعی آن شرکتها، تاثیر مثبت و معناداری داشته است.

واژگان کلیدی: سرمایه فکری، بهره‌وری، کارایی، تحلیل پوششی داده‌ها، صنعت بیمه

۱. کارشناسی ارشد مدیریت، مدیر عامل بیمه اتکائی امین

۲. دانشیار، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن، تنکابن، ایران، F_fkm@yahoo.com

۳. استادیار، گروه علوم اقتصادی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان، سمنان، ایران، aminisafyar@gmail.com

۴. استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام.



مدلسازی ساختاری تفسیری اثر گذاری مؤلفه‌های اقتصاد دانش بنیان بر توسعه صنعت بیمه

حوریا اصل فلاح^۱

چکیده

نقش حمایتی صنعت بیمه در اقتصاد هر کشوری قابل چشم پوشی نیست. توسعه این صنعت برانگیزاننده تمامی بخش‌های یک اقتصاد و در نهایت کارآیی آن اقتصاد می‌باشد. ویژگی‌های اقتصاد دانش بنیان امروزی با ارتقای کیفی طرح‌های بیمه و پاسخگویی به نیازهای مشتریان، دارای نقش گسترده‌ای در توسعه صنعت بیمه هستند. هدف از این پژوهش، شناسایی اثر گذاری مؤلفه‌های اقتصاد دانش بنیان بر توسعه صنعت بیمه با استفاده از رویکرد ساختاری تفسیری است. مؤلفه‌های اقتصاد دانش بنیان بر اساس تعریف بانک جهانی شامل چهار عامل مشوق‌های اقتصادی و رژیم نهادی، زیرساخت فناوری اطلاعات، آموزش و منابع انسانی و نظام نوآوری است. نتایج مدلسازی ساختاری تفسیری نشان داد که عامل مشوق‌های اقتصادی و رژیم نهادی دارای بالاترین تأثیر و وابستگی سایر عوامل در بین سایر عوامل به ترتیب مربوط به مؤلفه‌های زیرساخت فناوری اطلاعات، آموزش و منابع انسانی و نظام نوآوری هستند.

واژگان کلیدی: صنعت بیمه، اقتصاد دانش بنیان، رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری

۱. دانشجوی دکتری کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد واحد قزوین، کارشناس اشخاص، تهران، h.aslefallah64@gmail.com



تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان و مدیریت دانش در توسعه بیمه

محمد اصغری اعلانی^۱، علی دهره صبح^۲، محمدرضا فاضل همدانی^۳

چکیده

مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان در صنعت بیمه تأثیر مستقیمی بر رشد اقتصادی در بخش بیمه و ایجاد مدل رقابت‌پذیری دارند. بخش دولتی و خصوصی در امور بیمه‌ها با مشکل از دست دادن دانش ناشی از جابجایی کارکنان دست و پنجه نرم می‌کنند. علاوه بر این، هزینه‌های استخدام، بهره‌وری از دست رفته و آموزش برای جایگزینی کارکنان می‌تواند منجر به بروز هزینه‌های سرسام‌آور شوند. به نظر می‌رسد روند اقتصاد دانش‌بنیان در یک سازمان یکی از اهداف اصلی مدیریت دانش باشد. در صنعت بیمه، اسرار تجاری، اطلاعات محرمانه و ایده‌های ارزشمند بخشی از دانش نیروی کار است. جذب، انتخاب، آموزش و مدیریت نمایندگان بیمه یک چالش واقعی برای شرکت‌های بیمه در سراسر جهان است. اقتصاد دانش‌بنیان بر اساس راهکارهای مدرن مدیریت دانش شکل می‌گیرد و با شناخت کافی از بازار بیمه و فین‌تک، می‌توان از قابلیت‌های اقتصاد مبتنی بر دانش در صنعت بیمه نیز بهره‌برداری کرد. این بهره‌برداری از تعریف محصول و بازاریابی تا پشتیبانی و خدمات پس از فروش قابل تعریف است. در این مقاله، مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان را مورد بررسی قرار داده و تأثیر هر یک از آنها در توسعه صنعت بیمه را مورد مطالعه قرار می‌دهیم.

واژگان کلیدی: مدیریت بیمه، دانش‌بنیان، اقتصاد دانش‌بنیان، توسعه بیمه، مدیریت دانش

۱. مدیریت بیمه‌های مهندسی و خاص، شرکت بیمه سامان، تهران، m.asghari@samaninsurance.ir

۲. مدیریت بیمه‌های مهندسی و خاص، شرکت بیمه سامان، تهران، a.dahre@samaninsurance.ir

۳. مدیریت بیمه‌های مهندسی و خاص، شرکت بیمه سامان، تهران، m.fazelhamedani@samaninsurance.ir



ارائه مدل آموزش و توسعه منابع انسانی کارکنان بیمه سامان مبتنی بر بهره‌گیری از اصول اقتصاد دانش‌بنیان

حامد مصدق^۱، محسن نظری^۲

چکیده

صنعت بیمه به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه‌یافتگی از یک سو به عنوان یکی از عمده‌ترین نهادهای اقتصادی مطرح بوده و از سوی دیگر فعالیت سایر نهادها را پشتیبانی می‌نماید. توسعه صنعت بیمه در جایگاه نهادمحوری تقلیل ریسک مالی و یکی از نهادهای سرمایه‌گذاری، می‌تواند مشارکت آحاد جامعه در اقتصاد را افزایش، فرایند تشکیل سرمایه را تسریع و رشد اقتصادی را بهبود بخشد. بنابراین، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه صنعت بیمه جهت افزایش رشد اقتصادی و تأمین رفاه اجتماعی در کشور در صنعت بیمه ضروری به نظر می‌رسد. در این راستا، تحقیق حاضر با هدف ارائه مدل آموزش و توسعه منابع انسانی کارکنان بیمه سامان مبتنی بر بهره‌گیری از اصول اقتصاد دانش‌بنیان انجام شد. این تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و به روش توصیفی - پیمایشی از نوع اکتشافی با رویکرد کیفی بود. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند بود. جامعه آماری تحقیق، کلیه خبرگان سازمان مرکزی شرکت بیمه سامان بود که تعداد آنها بالغ بر ۳۵ نفر از خبرگان بیمه سامان (۵ سال سابقه کاری در شرکت بیمه سامان و حداقل دارای مدرک کارشناسی به بالا) بود که به روش هدفمند انتخاب و مصاحبه‌ها تا زمان دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت. در تحقیق کنونی از پایایی بازآزمون (شاخص ثبات) و روش توافق درون موضوعی برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام گرفته استفاده شده است. شایان ذکر است که از روش تحلیل تم برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده گردید. یافته‌های تحقیق نشان داد که به منظور توسعه صنعت بیمه بر اساس اقتصاد دانش‌بنیان باید به مقوله آموزش و توسعه و منابع انسانی توجهی ویژه داشت. به نحوی که سه بعد توسعه سرمایه انسانی، توسعه سازمانی و

۱. رئیس اداره نظارت بر عوامل فروش بیمه سامان، تهران، Mosadegh_hamed@yahoo.com

۲. کارشناس اداره وصول مطالبات بیمه سامان، تهران، Nazarimohsen1986@gmail.com



توسعه محیطی باید مورد توجه قرار گیرد. با توجه به نتایج تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که هرگونه تغییر با یک فرد (کارمند)، تمایل او به رشد حرفه‌ای آغاز می‌شود، بنابراین، مرکز مکانیسم پیشنهادی برای اجرای اصول آموزشی بر مبنای بهره‌گیری از اصول اقتصاد دانش‌بنیان در بیمه سامان، عملی است و استفاده از آن باعث رشد حرفه‌ای کارکنان و توسعه بیمه سامان می‌شود.

واژگان کلیدی: اقتصاد دانش‌بنیان، آموزش و توسعه منابع انسانی، سرمایه انسانی، توسعه سازمانی و توسعه محیطی



تأثیر مؤلفه‌های دانش‌بنیان بر عملکرد بازاریابی صنعت بیمه (مطالعه موردی بیمه پارس‌یان)

محمد امیدوار^۱

چکیده

دانش معمولاً به عنوان یک ورودی نامشهود در تولید شناخته می‌شود که در اقتصاد دانش‌بنیان باعث بالا رفتن توان رقابتی شرکت‌ها می‌شود. بر این اساس، هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر مؤلفه‌های دانش‌بنیان بر عملکرد بازاریابی صنعت بیمه (مطالعه موردی بیمه پارس‌یان) می‌باشد. روش این تحقیق توصیفی از نوع آزمون همبستگی، که جامعه آماری پژوهش را کارکنان شرکت بیمه پارس‌یان تشکیل دادند. به دلیل کم بودن جامعه آماری از روش تمام شمارشی استفاده شده و از ۱۰۶ نفر نظرخواهی گردید. برای گردآوری داده‌های پژوهش از پرسشنامه محقق‌ساخته تولید دانش‌بنیان بر عملکرد بازاریابی بیمه استفاده شد. روایی و پایایی پرسشنامه‌ها نیز تأیید شد. نتایج تحقیق نشان داد تولید دانش‌بنیان بر بازاریابی بیمه تأثیر دارد همچنین ابعاد تولید دانش‌بنیان بر بازاریابی بیمه تأثیر مثبتی دارد.

واژگان کلیدی: مؤلفه‌های دانش‌بنیان، عملکرد بازاریابی بیمه، رگرسیون

۱. ستاد مرکزی بیمه پارس‌یان تهران، omidvar_mohammad64@yahoo.com



نقش مدیریت دانش بنیان بر رضایت شغلی با نقش تعدیلگر مشوق‌های مالی در صنعت بیمه

سارا منشاری^۱، فریا صابری^۲

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر مدیریت تحول آفرین منطبق با مفاهیم دانش بنیان جهت تأثیر بر رضایت شغلی با نقش تعدیلگر پاداش مشروط در صنعت بیمه بوده است، در این راستا در مدل پژوهش، مدیریت تحول آفرین به عنوان بعد مستقل، رضایت شغلی بعد وابسته و پاداش مشروط بعد تعدیلگر تعیین شدند. پرسشنامه‌ای طراحی و با تایید روایی و پایایی آن در بین نمونه آماری شامل ۲۱۷ نفر از کارکنان صنعت بیمه به شیوه تصادفی ساده توزیع شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار آموس و روش مدل معادلات ساختاری انجام شد که با توجه به تحلیل نتایج، نشان از تایید تاثیر مدیریت تحول آفرین در مولفه‌های نفوذ ایده آل، تحریک فکری، انگیزه الهام بخش و تمرکز فردی بر رضایت شغلی با نقش تعدیلگر پاداش مشروط در صنعت بیمه را دارد به طوری که استفاده از روش‌های نوین دانش بنیان بر رضایت شغلی موثر می‌باشند. پیشنهاداتی از قبیل توجه نوع به پاداش نیروی انسانی، منابع مالی ویژه، ایجاد سازمان یادگیرنده مستمر، تشویق نیروی خلاق و نوآور و سایر موارد از جمله اقداماتی است که یک مدیر دانش بنیان می‌تواند در سازمان خود اجرا نماید.

واژگان کلیدی: مدیریت تحول آفرین، رضایت شغلی، دانش بنیان، پاداش مشروط

۱. کارشناسی ارشد مدیریت بیمه، کارشناس مسئول بیمه‌های زندگی، بیمه سامان، تهران، Menshari.s@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، کارشناس مسئول بیمه‌های اتومبیل، بیمه سامان، تهران، Saberif29@gmail.com



بررسی تأثیر ضریب نفوذ بیمه و اقتصاد دانش‌بنیان بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب منا (MENA)

طاهر زمان‌وندی^۱، رحیم ظهوری کهنمویی^۲

چکیده

این مطالعه به بررسی تأثیر ضریب نفوذ بیمه و اقتصاد دانش‌بنیان بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب مناطقی دوره زمانی ۲۰۲۰-۲۰۰۰ پرداخته است. بدین منظور، از ضرایب نفوذ بیمه‌های زندگی و غیرزندگی به عنوان شاخصی برای سنجش بخش بیمه استفاده شده است. برای سنجش اقتصاد دانش‌بنیان از شاخص‌های چهار بخش مختلف، شامل نوآوری، سرمایه انسانی، نهادها و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بهره گرفته شده است. برآورد داده‌های مطالعه توسط تکنیک پانل همجمعی و FMOLS صورت گرفت. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که در حالت کلی ضریب نفوذ بیمه‌های غیرزندگی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب داشته و در مقابل ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی اثر منفی و معنی‌داری بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب دارد. نتایج به دست آمده برای متغیرهای اقتصاد دانش‌بنیان نیز نشان می‌دهد که در حالت کلی بهبود شاخص‌های مختلف اقتصاد دانش‌بنیان، افزایش رشد اقتصادی را در پی دارد و تنها عوامل بازدارنده رشد اقتصادی، وجود فساد و نقض قوانین می‌باشد.

واژگان کلیدی: اقتصاد دانش‌بنیان، بیمه‌های زندگی، بیمه‌های غیرزندگی، ضریب نفوذ بیمه،

رشد اقتصادی

۱. کارشناس ارشد اقتصاد اسلامی، دانشگاه تبریز، کارشناس مالی شرکت بیمه البرز، تبریز

taherzamanvandi@gmail.com

۲. کارشناس ارشد اقتصاد کشاورزی، دانشگاه تبریز، Rahimzohory@gmail.com



ارزیابی ابعاد نهاد تنظیم‌گر مطلوب بیمه با رویکردی تطبیقی

میلاد حاجی اسماعیلی^۱

چکیده

تنظیم‌گری مطلوب، راه رسیدن به اهداف منفعت عمومی را هموارتر می‌کند؛ از همین رو برای به نتیجه رساندن نمودهایی از منفعت عمومی مانند حقوق رقابت، مسئله انحصار و به طور اختصاصی پشتیبانی از حقوق بیمه‌گر، بایستی سازوکارهای تنظیم‌گری ابتدا با مراجعه به کشورهای موفق در این زمینه شناسایی گردد و سپس با حفظ شرایط و قوانین کشور ایران و طبق اصول دقیق تطبیقی منتج به ارائه راهکار شود. یکی از مهم‌ترین بخش‌های تنظیم‌گری مرتبط با نهاد تنظیم‌گر یا رگولاتور میباشد، به همین دلیل مقاله حاضر در پی پاسخگویی به این پرسش است که چه نهاد(ها)یی وظیفه تنظیم مقررات بخش بیمه را بر عهده دارند و چه وظایف رگولاتوری برای آن‌ها مقرر شده است و در چه جایگاهی قرار گرفته‌اند؛ آیا تنظیم مقررات در بخش بیمه کشورها در زیر مجموعه دولت قرار دارند یا از آن مستقل هستند؛ به منظور یافتن پاسخ، ابتدا نهادهای تنظیم مقررات بخش بیمه دیگر کشورها را مطالعه کردیم و با توجه به نتایج و مطابق با فرضیه وجود بسترهای قانونی لازم برای ابقا یا ایجاد نهادهای تنظیم مقررات بخش بیمه در کشور سناریوهایی برای تعیین جایگاه مطلوب نهادهای تنظیم مقررات بخش بیمه پیشنهاد خواهد شد.

واژگان کلیدی: مقررات‌گذاری، نظارت، تنظیم‌گری، بیمه مرکزی

۱. دانشجوی دکتری حقوق نفت و گاز، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، Miladhsml@gmail.com



تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه

فاطمه آقاملایی^۱، زهره حسنی^۲

چکیده

توسعه صنعت بیمه به عنوان نهاد مرکزی کاهش ریسک مالی و یکی از نهادهای سرمایه‌گذاری می‌تواند باعث افزایش مشارکت جامعه در اقتصاد، تسریع روند تشکیل سرمایه و بهبود رشد اقتصادی شود. بنابراین بررسی عوامل مؤثر بر توسعه صنعت بیمه به منظور افزایش رشد اقتصادی و ارتقای رفاه اجتماعی در کشورهای در حال توسعه ناموفق در توسعه صنعت بیمه ضروری به نظر می‌رسد. در این راستا، پژوهش حاضر سعی در بررسی تأثیر انگیزه اقتصادی و نظام‌های نهادی، نظام‌های نوآوری، آموزش و منابع انسانی و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر ضریب نفوذ بیمه به عنوان شاخص جایگزین توسعه صنعت بیمه دارد. روش تحقیق پژوهش حاضر در مرحله گردآوری داده‌ها از روش مطالعه کتابخانه‌ای اسناد و مدارک استفاده می‌کند و در مرحله اجرایی با استفاده از داده‌های تابلویی برای سنجش تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر ضریب نفوذ بیمه استفاده می‌کند. نتایج نشان داد که تأثیر مشوق‌های اقتصادی و رژیم‌های نهادی، سیستم‌های ابداعات و نوآوری، آموزش و منابع انسانی و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بر ضریب نفوذ بیمه معنادار است.

واژگان کلیدی: صنعت بیمه، ضریب نفوذ بیمه، اقتصاد دانش‌بنیان

۱. دانشگاه علامه طباطبائی، شرکت بیمه پاسارگاد، تهران، Fatemeh.aghamolaeii@gmail.com

۲. دانشگاه الزهرا (س)، شرکت بیمه ملت، تهران، Zohreh.hasani1997@gmail.com



تحلیل تأثیر هوش تجاری بر بازاریابی با تأکید بر یادگیری مشارکتی: مطالعه موردی شرکت‌های بیمه

زاهد احمدزاده^۱، محمد نظری پور^۲، مجتبی قنبرزاده^۳

چکیده

هوش تجاری از جمله الزامات مورد نیاز برای استفاده هرچه بهتر از داده‌های مشتری جهت دستیابی به ابتکارات بازاریابی می‌باشد. براین اساس پژوهش حاضر تلاش دارد تا اثرات هوش تجاری بر بازاریابی آن هم با تأکید بر یادگیری مشارکتی را در شرکت‌های بیمه‌ای مورد مطالعه و بررسی قرار دهد. این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش گردآوری داده‌ها توصیفی - پیمایشی، از نوع همبستگی است. داده‌های پژوهش از طریق توزیع پرسشنامه استاندارد هوانگ و همکاران (۲۰۲۲) بین کارکنان شرکت‌های بیمه‌ای جمع‌آوری شده است. برای آزمون فرضیات پژوهش از مدلسازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم افزار SmartPLS3 بهره گرفته شده است. طبق نتایج پژوهش حاضر هوش تجاری بر بازاریابی، عملکرد مالی شرکت و عملکرد رفتاری مشتری تأثیر مثبت و معناداری دارد. اما یادگیری مشارکتی بر رابطه میان هوش تجاری و بازاریابی دارای اثر تعدیلی نیست. همچنین تیم‌های هوش تجاری بر عملکرد مالی شرکت و عملکرد رفتاری مشتریان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی: هوش تجاری، تیم‌های هوش تجاری، بازاریابی، عملکرد مالی، یادگیری مشارکتی

۱. دانش آموخته دکتری حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران (نویسنده مسول)

۲. استاد یار گروه حسابداری، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران

۳. دانش آموخته دکتری حسابداری دانشگاه تهران، تهران، ایران



بررسی تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه

محسن گرانشایه^۱

چکیده

پیشرفت یک اقتصاد خدمات محور به دانش‌محور، چیزی است که بسیاری از کشورهای توسعه یافته از آن استقبال می‌کنند و کشورهای در حال توسعه نیز آرزوی دستیابی به آن را دارند. جهانی شدن بازارها و افزایش رقابت در همه صنایع، شرکت‌ها را ملزم به گسترش عملیات و رقابت در تمام بخش‌های اقتصادی می‌کند. هدف پژوهش بررسی تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه می‌باشد. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی می‌باشد. جامعه آماری شامل مدیران میانی شرکت‌های بیمه به تعداد ۴۰ نفر بوده که حجم نمونه مطابق جدول مورگان (۳۶) نفر و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده و برای سنجش پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده و روایی پرسشنامه از روش محتوایی سنجیده شده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از آزمودنی‌ها، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و هم چنین رگرسیون استفاده می‌شود. نتایج تحقیق نشان دادند، مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان شامل زیر ساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات، نوآوری باز، آموزش، مدیریت دانش، خلاقیت بر توسعه صنعت بیمه تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: اقتصاد، دانش‌بنیان، توسعه، صنعت بیمه

۱. کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، Geransayeh.mohsen@gmail.com



چگونگی محاسبه بازگشت سرمایه (ROI) دوره‌های آموزشی بیمه‌ای از طریق تکنیک FMEA

مجتبی مصلح آبادی^۱، علی سلیمان ملک‌ان^۲، مریم بختیار^۳

چکیده

در این مطالعه آموزش‌های شرکت‌های بیمه‌ای که در حوزه نمایندگان مورد ارزیابی قرار گرفته است، رویکرد پژوهش به صورت آمیخته بوده و برای بخش کیفی از نمایندگان و خبرگان حرفه‌ای به صورت هدفمند بهره گرفته شده است. همچنین برای تعیین سهم خالص تاثیرات آموزش از سایر مولفه‌ها از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی استفاده خواهد شد. در نهایت نرخ بازگشت سرمایه محاسبه خواهد شد. در این مقاله ما سعی کرده ایم الگوی ارزیابی اثربخشی ROI را به عنوان یکی از الگوهای مطرح در این زمینه با بهره‌گیری از تکنیک FMEA معرفی کنیم. ابتدا به ضرورت ارزیابی اثربخشی آموزش می‌پردازیم، سپس مراحل و نحوه انجام ارزیابی اثربخشی بازگشت سرمایه به صورت مرحله‌ای اشاره خواهیم کرد و سپس به نحوه و نتایج به کارگیری آن پرداخته شده است.

واژگان کلیدی: بازگشت سرمایه، شرکت‌های بیمه، دوره‌های آموزشی، تکنیک FMEA

۱. کارشناس آموزش شرکت بیمه سامان، m.moslehabadi@samaninsurance.ir

۲. کارشناس مسئول پشتیبانی نمایندگان سامان، a.malekan@samaninsurance.ir

۳. دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی، Maryambakhtiar66@gmail.com



تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر ارتقای توانگری مالی در صنعت بیمه

فاطمه باباخانیان^۱، رقیه شجری قاسم خیلی^۲، زهرا باباخانیان^۳

چکیده

اقتصاد دانش‌بنیان اقتصادی است که مبتنی بر استفاده از دانش باشد از آنجا که صنعت بیمه دانش‌محور است و شرکت‌های بیمه از کارکردی حیاتی در اقتصاد برخوردارند موفقیت در کارکردهای مذکور وابسته به توانگری مالی آنهاست؛ از این رو، این پژوهش با هدف بررسی تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر ارتقای توانگری مالی صنعت بیمه انجام شد. بدین منظور، از مقالات و پژوهش‌های مختلف بهره گرفته شد. نتایج پژوهش نشان داد: دولت‌ها در اقتصاد دانش‌محور نقش کلیدی دارند و مشوق‌های اقتصادی و رژیم نهادی سبب تعامل آسان بین آحاد جامعه و شرکت‌های بیمه می‌شود. امروزه، سرمایه انسانی، پیش‌نیاز توسعه در صنعت بیمه است زیرا سرعت رشد و تحول به نیروهای کارآمد بستگی دارد و آموزش کارکنان صنعت بیمه می‌تواند در افزایش بهبود عملکرد مؤثر باشد. پیشرفت نوآوری در بیمه، توسعه مالی را به دنبال دارد و توسعه مالی در سطح نوآوری بیمه مؤثر است. شرکت‌های بیمه برای ارتقای پرتفوی خود نیازمند بکارگیری فناوری‌های نوین هستند زیرا این فناوری‌ها، از لحاظ اقتصادی، موجب کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری می‌شود از این رو مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان شامل مؤلفه مشوق‌های اقتصادی و رژیم نهادی، مؤلفه آموزش کارکنان، مؤلفه نوآوری و مؤلفه زیرساخت‌های فناوری می‌تواند موجب ارتقای توانگری مالی شرکت‌های بیمه گردد.

واژگان کلیدی: اقتصاد دانش‌بنیان، توانگری مالی، صنعت بیمه

۱. شرکت سهامی بیمه ایران، دامغان، f.babakhanian@iraninsurance.ir

۲. شرکت سهامی بیمه ایران، تهران، r.shajari@iraninsurance.ir

۳. موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی فضیلت، سمنان، sbabakhanian68@gmail.com



ارزیابی کارایی و رتبه‌بندی شرکت‌های بیمه با استفاده از توابع مفصل ارشمیدسی

امیرمسعود کاظمی راد^۱

چکیده

در این مقاله به مطالعه روی ۲۲ شرکت بیمه که حوزه فعالیت آنها در تمام رشته‌های بیمه‌ای در سطح کشور و بر اساس سالنامه آماری بیمه مرکزی در سال ۱۳۹۹، و بررسی کارایی آنها و نیز رتبه‌بندی بر اساس عملکرد آنها به کمک تحلیل پوششی داده‌ها و فرآیندهای مرزی تصادفی است، می‌پردازیم. مزیت مقاله حاضر به کارگیری تکنیک توابع مفصل در فرآیندهای مرزی تصادفی است که آن را در مقایسه با مقالات مشابه مجزا می‌کند. برای ارزیابی عملکرد و رتبه‌بندی این شرکت‌ها از نرم افزارهای EMS و Matlab استفاده می‌کنیم. در نهایت برای رتبه‌بندی بر اساس عملکرد شرکت‌ها، میانگین کارایی حاصل از چهار روش محاسبه می‌شود. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد رتبه اول به شرکت بیمه پاسارگاد و رتبه آخر به شرکت بیمه ایران تعلق دارد.

واژگان کلیدی: تحلیل پوششی داده‌ها، فرآیندهای مرزی تصادفی، توابع مفصل، کارایی

۱. واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، kazemierad@yahoo.com

بیست و نهمین همایش ملی و
دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه

ISC SID



پنل سندیکای بیمه‌گران ایران

(چالش‌ها و فرصت‌های بیمه‌گری هوشمند با رویکرد دانش بنیان)

رئیس: دکتر سید محمد کریمی

اعضا:

دکتر ابراهیم کاردگر

دکتر یعقوب رشنوادی

دکتر مجید قلی‌پور

دکتر وحید ماجد

پنل سندیکای بیمه‌گران ایران
(چالش‌ها و فرصت‌های بیمه‌گری هوشمند با رویکرد دانش‌بنیان)

مقالات ارائه



بررسی تأثیر قابلیت‌های پویای دانش‌بنیان بر کسب مزیت رقابتی و بهبود عملکرد نوآوری در صنعت بیمه

الناز جهانگیرزاده سوره^۱، یاسمین احمدیان^۲، مهتاب تدین^۳، حمید ملکی^۴

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی تأثیر قابلیت‌های پویای دانش‌بنیان بر کسب مزیت رقابتی و بهبود عملکرد نوآوری در صنعت بیمه می‌باشد. این تحقیق از نظر پارادایم، اثبات‌گرا، از نظر رویکرد کمی و از نظر استراتژی توصیفی و از نوع پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های فعال در صنعت بیمه هستند که ۶۳ نفر از مدیران و معاونین آنها به نمایندگی از شرکت با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. در این مطالعه جهت گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از تکنیک مدل معادلات ساختاری و نرم افزار Smart PLS بهره گرفته شده است. نتایج تحقیق نشان داده است که قابلیت‌های پویای دانش‌بنیان بر مزیت رقابتی و عملکرد نوآوری تأثیر داشته و تأثیر عملکرد نوآوری بر مزیت رقابتی نیز تایید شده است. همچنین نقش میانجی عملکرد نوآوری در رابطه میان قابلیت‌های پویای دانش‌بنیان و مزیت رقابتی نیز مورد تایید قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: قابلیت‌های پویا، اقتصاد دانش‌بنیان، عملکرد نوآوری

۱. مدیریت بیمه‌های مهندسی، شرکت بیمه سامان، تهران، jahangirzadeelnaz@gmail.com

۲. مدیریت اتکایی، شرکت بیمه سامان، تهران، Yasamin.ahm92@gmail.com

۳. مدیریت اتکایی، شرکت بیمه سامان، تهران، mahtab.tadayon@gmail.com

۴. مدیریت اتکایی، شرکت بیمه تجارت نو، تهران، Maleki.hamid92@gmail.com



ارائه الگوی توانمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان نوپای صنعت بیمه (اینشورتک)

ایمان ارسطو^۱، پدرام سعادت^۲

چکیده

در دهه گذشته نقش و اهمیت کسب و کارهای فناورانه مبتنی بر دانش، در صنعت بیمه به شدت افزایش یافته است و با توجه به ضعف مطالعات پیشین، پژوهش حاضر به طراحی مدل توانمندسازی کسب و کارهای دانش‌بنیان نوپا فعال در صنعت بیمه (اینشورتک) می‌پردازد. برای احصاء مدل مفهومی پژوهش، از چارچوب آمیخته ترکیبی استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی، خبرگان و در بخش کمی، فعالین اینشورتک بودند. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی، مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته و ماتریس خود تعاملی ساختاری و در بخش کمی، پرسشنامه محقق ساخته بوده است. در بخش کیفی، به روش تحلیل محتوا، ۵۵ شاخص، ۲۰ مولفه و ۸ مفهوم (بعد) بدست آمد، سپس روابط مفاهیم با یکدیگر و سطوح مؤلفه‌ها بررسی گردیدند. در بخش کمی، اطلاعات با استفاده از روش توصیفی تحلیلی به شیوه تحلیل مسیر و تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار گرفت. مدل پیشنهادی متشکل از هشت بعد توانمندی حمایتگر، ناظر اکوسیستم نوآوری بیمه، توانمندی‌های مدیریتی، مالی، فناورانه، بازاریابی، شناسایی فرصت‌ها، نوآورانه اینشورتک است. نتایج آزمونهای آماری در شناسایی روابط مفاهیم با یکدیگر به تفصیل مورد بررسی قرار گرفته و پیشنهاداتی در بخش نتیجه‌گیری ارائه گردیده است.

واژگان کلیدی: اینشورتک، دانش‌بنیان، الگوی توانمندسازی، مدل‌سازی، تحلیل عاملی، بیمه

۱. مدیر عامل مرکز نوآوری بیمه پلنت، متور بین المللی اینشورتک، تهران، imanarastoo@gmail.com

۲. رئیس شعبه شرکت بیمه سامان، خوزستان، pedramsaadati.insu@gmail.com



شناسایی و ارزیابی چالش‌های توسعه همکاری شرکت‌های دانش‌بنیان با صنعت بیمه

محمود امراللهی^۱، بهروز آرمان‌مهر^۲، محسن قنواتی‌نژاد^۳

چکیده

صنعت بیمه در حال گذار از دنیای سنتی بیمه‌گری به دنیای اکوسیستمی و دیجیتال است. یکی از مهم‌ترین بازیگران این اکوسیستم شرکت‌های دانش‌بنیان هستند که همواره نقش بسزایی در توسعه اقتصادی کشور داشته‌اند. صنعت بیمه نیز به عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای اقتصادی کشور، اهداف بلندی را در برنامه چشم انداز پیش روی خود دارد. بدون شک استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند روند رسیدن به اهداف تعیین شده را تسریع نماید اما شکل‌گیری همکاری بین صنعت بیمه و شرکت‌های دانش‌بنیان به علت ماهیت متفاوت کسب‌وکارها با چالش‌هایی همراه است که در این مقاله به این موضوع پرداخته شده است. این مطالعه، از نوع هدف یک پژوهش کاربردی بوده و از جنبه روش تحقیق از دسته مطالعات توصیفی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش، خبرگانی از صنعت بیمه می‌باشند که سابقه بیش از ۵ سال فعالیت در حوزه‌های ایشورتی و حکمرانی صنعت بیمه را دارند. ابزار جمع‌آوری داده در این مطالعه، رویکردهای مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسشنامه می‌باشد. در این مطالعه، از نظر ۱۵ خبره جهت تکمیل پرسشنامه استفاده گردید و روایی پرسشنامه نیز به اثبات رسید. جهت وزن‌دهی چالش‌های توسعه همکاری شرکت‌های دانش‌بنیان با صنعت بیمه از رویکرد ترکیبی دیمتل و بهترین-بدترین فازی و داده‌های پرسشنامه‌ای استفاده است. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد مهم‌ترین چالش‌های همکاری به ترتیب شامل عدم شناخت صنعت بیمه و پیچیدگی‌های حاکم بر آن، ضعف زیرساخت فناوری اطلاعات برای برقراری ارتباط با سیستم‌های بیرونی و ضعف در نظارت سیستماتیک بر دانش‌بنیان‌ها و وضع قوانین و مقررات دست و پاگیر برای آنها می‌باشد.

واژگان کلیدی: دانش‌بنیان، ارزیابی چالش‌ها، صنعت بیمه، دیمتل، بهترین بدترین فازی

۱. مدیرعامل، بیمه هوشمند فردا، تهران، m.amrolahi@fardains.ir

۲. معاون فناوری، توسعه و بازار، بیمه هوشمند فردا، تهران، b.armanmehr@fardains.ir

۳. دانشجوی دکتری مهندسی صنایع، دانشگاه تهران، تهران، mohssen.ghanavati@ut.ac.ir



بررسی تأثیر ابزارهای دانش‌بنیان در مدیریت ریسک صنعت بیمه

فرزان خامسیان^۱، فرید خانی‌زاده^۲، ناهید خیرالدین^۳، امیر بهرامی^۴

چکیده

ارزیابی صحیح و علمی ریسک صدور بیمه‌نامه یکی از حساس‌ترین و مهمترین مراحل ارزیابی ریسک می‌باشد و انجام آن باعث شناسایی مشتریان پرریسک و تعیین نرخ بیمه‌نامه، متناسب با ریسک مشتریان و در نتیجه پوشش مناسب خسارت‌های مالی ادعا شده به وسیله حق بیمه‌های دریافتی می‌گردد. در این تحقیق روشی جدید برای تبیین دقیق‌تر و کاربردی‌تر از ریسک فاکتور ارائه شده است. در این روش که مبتنی بر الگوریتم بدون نظارت خوشه‌بندی می‌باشد، ریسک فاکتورها با توجه به سطوح مقادیرشان به متغیرهای کوچکتر و جدا از هم تقسیم می‌شوند. سپس هر کدام از سطوح مختلف ریسک فاکتورهای اصلی که هم خوشه هستند، تشکیل ریسک فاکتور جدیدی را می‌دهند و به این ترتیب ریسک فاکتورهای جدید و پویا در اندازه‌های مختلف ریسک فاکتورهای مورد بررسی ایجاد می‌شود که از آنها عامل ریسک یا همان ریسک فاکتور در بازه‌های مختلف ایجاد می‌شود.

با استفاده از روش خوشه‌بندی کا میانگین بیمه‌گذاران با ریسک همگن و در واقع ریسک فاکتور به روش دانش‌بنیان‌ها متناظر شناسایی شده‌اند. بر اساس ساختار الگوریتم کا میانگین تعداد خوشه‌های مورد نظر می‌بایست از پیش تعیین گردد. این موضوع چالش اصلی استفاده از الگوریتم مزبور می‌باشد. در همین راستا دو رویکرد اصلی اعتبارسنجی سایه‌نما (ضریب سیلوئت) و روش آرنج برای حل این مشکل ارائه گردیده است.

۱. نویسنده مسئول: استادیار پژوهشکده بیمه، دکتری اقتصاد Farzan.kha@gmail.com

۲. نویسنده همکار: استادیار پژوهشکده بیمه، دکتری ریاضی farbod.khanizadeh@gmail.com

۳. نویسنده همکار: کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، پژوهشکده بیمه nahidkheiroddin@gmail.com

۴. نویسنده همکار: دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد

ابهر، پژوهشکده بیمه amir57phd@gmail.com



با توجه به نتایجی که به دست آمد افرادی با چهار کلاستر تشکیل شد که دو کلاستر دوم و سوم قابل تجمع در یک کلاستر بودند که در نتیجه سه کلاستر مجزا با درجه تمایز بالا به عنوان نتیجه نهایی طبقه بندی ریسک معرفی شدند. نتایج نشان‌دهنده این بود که سن بالا همیشه به عنوان ریسک فاکتور نیست. بلکه با توجه به نوع خودرو می‌تواند ریسک فاکتور باشد. به عنوان نمونه افرادی با سن بالا و خودروی با کیفیت‌تر، پایین‌ترین سطح ریسک را داشتند و بالعکس افراد با سن بالا که خودروی بی‌کیفیتی داشتند، بالاترین سطح ریسک را داشتند.

با توجه به یافته‌های مقاله، روش‌های دانش‌بنیان باعث شده ارزیابی بهتری از ریسک فاکتور داشته باشیم و به جای اینکه سن و ریسک فاکتورهای دیگر را به تنهایی به عنوان عامل افزایش ریسک در نظر بگیریم، ریسک فاکتورهای جدیدی تولید کنیم که از ترکیب بازه‌های مختلف ریسک فاکتورهای مورد بررسی نتایج دقیق‌تری را در ارزیابی ریسک به دست می‌دهد.

واژگان کلیدی: بدون نظارت، خوشه بندی، ریسک فاکتور به روش دانش‌بنیان، شخص ثالث



واکاوی کارکردهای صنعت بیمه مبتنی بر نیازهای شرکت‌های دانش‌بنیان

زهره سلیمانی^۱

چکیده

درک صحیح نیازهای بیمه‌ای شرکت‌های دانش‌بنیان در حالیکه در معرض ریسک‌های متفاوت هستند و به شدت نیازمند حمایت صنعت بیمه می‌باشند، یکی از مهمترین عوامل در تحقق اهداف و رشد و توسعه آنها بشمار می‌رود.

از این رو هدف پژوهش حاضر شناسایی پوشش‌های بیمه‌ای مورد نیاز شرکت‌های دانش‌بنیان بود و با استفاده از رویکرد پژوهش کیفی داده بنیاد انجام شد.

جامعه آماری تحقیق شامل، ۱۵ نفر از مدیران عامل شرکت‌های دانش‌بنیان تولیدی نوع دو در حوزه‌های مختلف فناوری بوده که از طریق روش نمونه گلوله برفی انتخاب شده اند. داده‌ها با استفاده از رویکرد ویرایش کردن، کدگذاری و مقوله بندی شد و با تحلیل مصاحبه‌های انجام شده، در نهایت مدل نظری نیازهای بیمه‌ای شرکت‌های دانش‌بنیان در سه مقوله؛ حوزه مالی و سرمایه‌گذاری، عملیاتی و کسب و کار شکل گرفت.

مطابق یافته‌ها علاوه بر پوشش‌های بیمه‌ای سنتی و موجود در صنعت بیمه کشور، بازار بکر و دست نخورده شرکت‌های دانش‌بنیان نیازمند پوشش‌های بیمه‌ای جامع‌تر، متنوع‌تر و متناسب با عملکرد و ساختار این نوع شرکت‌ها می‌باشد و بی تردید برای پوشش تعدادی از ریسک‌های شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توان از ظرفیت‌های صنعت بیمه استفاده نمود.

واژگان کلیدی: صنعت بیمه، پوشش‌های بیمه، شرکت‌های دانش‌بنیان و اقتصاد دانش‌بنیان

۱. نماینده تیم اداره پژوهش شرکت بیمه آسیا، تهران، Hemat.311@gmail.com

پنل سندیکای بیمه‌گران ایران
(چالش‌ها و فرصت‌های بیمه‌گری هوشمند با رویکرد دانش‌بنیان)

مقالات پذیرش شده به
صورت صرفاً چاپ



انتخاب سبد بیمه‌ای مناسب برای یک شرکت دانش‌بنیان

رضا ایمانی^۱

چکیده

امروزه، شرکت‌های دانش‌بنیان در حال تبدیل شدن به یک دارایی با ارزش برای اکثر جوامع هستند و تلاش برای توجه به مدیریت این شرکت‌ها در بین محققان و مدیران افزایش پیدا کرده است. هدف اصلی این شرکت‌ها، اطمینان از استفاده مؤثر و کارآمد از منابع متنوع مانند نیروی کار، سرمایه، مواد، انرژی و اطلاعات در تلاش برای دستیابی به رقابت‌پذیری و افزایش بهره‌وری است. از اهداف قانون جهش تولید دانش‌بنیان می‌توان به رفع موانع توسعه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و خلاق و تزریق توانمندی دانشی و تخصصی نخبگان، سرآمدان علمی، فناوران و کارآفرینان به صنایع مختلف و شتاب دادن به روند توسعه علمی و اقتصادی کشور اشاره کرد. یکی از ارکان توجه به شرکت‌های دانش‌بنیان موضوع بیمه است که با توجه به توانمندی‌های شرکت‌ها و دارابودن ظرفیت‌های خلاق می‌توان از طریق اختصاص پوشش‌های بیمه‌ای مناسب، چتر حمایتی برای این قوه محرکه علمی اقتصادی جامعه ایجاد کرد. در پژوهش جاری، رویکردی برای مدیریت پوشش‌های بیمه‌ای در توسعه خوشه‌های صنعتی ارائه شده است. به این منظور، یک مدل برنامه ریزی ریاضی باینری عدد صحیح برای انتخاب برنامه‌هایی که بیشترین تأثیر در حمایت افزایش پوشش بیمه را دارند، ارائه شده است. مدل پیشنهادی مهم‌ترین برنامه‌ها را در سبدهای تخصصی خود تخصیص می‌دهد. به منظور اعتبار سنجی مدل ریاضی پیشنهادی، پنج سبد برنامه شامل: بیمه مسئولیت، درمان تکمیلی، بیمه سرمایه‌گذاری، آتش‌سوزی و سایر بیمه‌های انفرادی برای ده شرکت دانش‌بنیان در نظر گرفته شده است. هر یک از برنامه‌ها، متناسب با شش نوع حیطه شغلی کارکنان شرکت دانش‌بنیان در زمینه‌های: طراحی، تولید، خرید مالی، بازاریابان و اداری را در سه سطح مهارت (کم، متوسط و زیاد) مورد بررسی قرار می‌گیرند و در نهایت ارزش اجرای سبد بیمه‌ای منتخب برای یک شرکت دانش‌بنیان به صورت یکجا و یا تخصیص جداگانه پوشش‌ها مقایسه می‌گردد.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، خوشه‌های صنعتی، دانش گروهی، عملکرد نوآورانه، بهره‌وری، شرکت دانش‌بنیان

۱. دانشجوی دکتری بیمه، دانشکده اقتصاد دانشگاه آزاد تهران جنوب، شرکت بیمه پارسیان، St_r_imani@azad.ac.ir



فناوری دانش بنیان برنامه‌ریزی مالی شخصی^۱ و پذیرش آن در صنعت بیمه

پدرام سعادت^۲، ایمان ارسطو^۳

چکیده

در دهه گذشته نقش و اهمیت کسب و کارهای فناورانه مبتنی بر دانش، در صنعت بیمه به شدت افزایش یافته است. در سالیان اخیر، شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه‌دهنده خدمات فناورانه مالی (فین تک)، به حوزه مدیریت ثروت شخصی روی آورده‌اند و با ارائه نرم‌افزارها و رباتهای مشاوره مالی مبتنی بر دانش، نیازسنجی مالی مشتریان را تسهیل و با پیشنهاد خدمات متنوع بانکی، بیمه‌ای، بورسی و سرمایه‌گذاری، تحول فناورانه مالی را رقم زده‌اند. با توجه به ضعف مطالعات پیشین، پژوهش حاضر ابتدا به معرفی دانش و شغل برنامه‌ریزی مالی شخصی، پرداخته و سپس به بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش این فناوری در صنعت بیمه می‌پردازد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد مدل پذیرش فناوری دیویس (TAM) است. برای بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش فناوری، از آمار توصیفی تی مستقل و همبستگی پیرسون، و برای رتبه‌بندی عوامل مؤثر، از آزمون فریدمن استفاده گردید. نتایج حاکی از ذهنیت بسیار مثبت فعالان صنعت بیمه به سودمند بودن مشاوران ربات است. همچنین ذهنیت مثبت به سهولت استفاده این ابزارها، تاثیر مثبت بر نگرش به این فناوری دارد و در نهایت نمونه مورد مطالعه، قصد استفاده از این ابزار را مورد تائید قرار دادند.

واژگان کلیدی: ایشورتک، ربات مشاور، برنامه‌ریزی مالی شخصی، مدیریت ثروت، بیمه

1. Personal Financial Robo-Advisory

۲. رئیس شعبه شرکت بیمه سامان، خوزستان، pedramsaadati.insu@gmail.com

۳. مدیر عامل مرکز نوآفرینی پلنت، متور بین‌المللی ایشورتک، تهران، imanarastoo@gmail.com

پنل سندیکای بیمه‌گران ایران
(چالش‌ها و فرصت‌های بیمه‌گری هوشمند با رویکرد دانش‌بنیان)

مقالات پوستری



بررسی دلایل عدم استقبال از بیمه زندگی در ایران و معرفی راهکار برای بهبود

جلال علیپور^۱، حامد درخشان^۲، کامبیز شاهرودی^۳

چکیده

در این مقاله درمورد این واقعیت که چرا ایرانیان تمایل زیادی برای خرید بیمه نامه عمر ندارند بحث کرده ایم. اولین فرضیه ما این است که مهمترین دلیل عدم رغبت ایرانیان به بیمه عمر اثرات منفی تورم است. برای دانستن اینکه این فرضیه صحیح است یا خیر، پرسشنامه مناسبی را طراحی کردیم. سپس با استفاده از آزمون نسبت، فرضیه خود را آزمون کردیم. در نتیجه، دیدیم که فرضیه ما درست بوده است. بعد از آن، برای حذف اثر تورم از بیمه نامه‌های عمر راهکاری ارائه کردیم. در این تحقیق، بیمه نامه عمر جدیدی را معرفی کرده ایم که براساس تعهد مسکن است. مطالعات ما نشان داد که در صورت استفاده از این نوع بیمه نامه، تمایل ایرانیان برای خرید بیمه عمر بیشتر خواهد شد.

واژگان کلیدی: بیمه نامه عمر جامع، تورم، تعهد مسکن، عدم تمایل، آزمون نسبت

۱. دانشجوی دکترای مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد رشت، دانشکده مدیریت jalal_alipour_1363@yahoo.com

۲. دانشجوی دکترای مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد رشت، دانشکده مدیریت hamed.derakhshan@yahoo.com

۳. هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی رشت، دانشکده مدیریت k_shahroodi@yahoo.com



چارچوب موفقیت دانش‌بنیان استارت‌آپ‌های بیمه‌ای در کشور

محمدصادق زارع^۱، سیدمحسن حسینی^۲

چکیده

در این مقاله با استفاده از نظریات موجود و همچنین داده‌های گردآوری شده از استارت‌آپ‌های بیمه‌ای از طریق مصاحبه و اسناد و مدارک، چارچوب جدیدی جهت آفرینش و موفقیت دانش‌بنیان استارت‌آپ‌های بیمه‌ای ارائه شده است. این چارچوب بر مبنای چند دیدگاه متفاوت شکل گرفته است. اول اینکه، این چارچوب شامل تمام منظرهای تئوریک همچون؛ منظر توسعه محصول، بازاریابی و برندسازی می‌باشد. ثانیاً، چارچوب بر آنچه که استارت‌آپ‌های امروزه انجام می‌دهند و آنچه نیاز است تا انجام دهند، متکی است. از طریق ترکیب این منظرها، یک چارچوب با کاربردی ساده ارائه شده که صاحبان استارت‌آپ‌های بیمه‌ای نه تنها قادرند آن را درک کنند، بلکه می‌توانند براحتی آن را برای کسب و کار خود به کار می‌برند.

واژگان کلیدی: دانش‌بنیان، استارت‌آپ بیمه‌ای، بازاریابی، برندسازی، توسعه محصول

۱. دکتری مدیریت بازاریابی، Sadegh80@gmail.com

۲. کارشناس ارشد بیمه، hosseinimohsen1401@gmail.com



شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه محصولات جدید بیمه‌ای برای شرکت‌های دانش‌بنیان با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری-تفسیری

حمید ملکی^۱، یاسمین احمدیان^۲، مهتاب تدین^۳، الناز جهانگیرزاده سوره^۴

چکیده

این تحقیق با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه محصولات جدید بیمه‌ای برای شرکت‌های دانش‌بنیان با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری طراحی و به مرحله اجرا گذاشته شد. جامعه آماری این پژوهش ۱۱ نفر از خبرگان صنعت بیمه هستند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. در این تحقیق به منظور گردآوری داده‌ها و اطلاعات از دو روش مطالعات کتابخانه‌ای (جهت شناسایی عوامل) و روش میدانی (پرسشنامه جهت تعیین روابط میان عوامل) استفاده شده و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک مدل‌سازی ساختاری-تفسیری بهره گرفته شده است. بر اساس نتایج بدست آمده ۱۷ عامل مؤثر بر توسعه محصولات جدید بیمه‌ای برای شرکت‌های دانش‌بنیان در تحقیق حاضر شناسایی شده و در چهار دسته عوامل مستقل، پیوندی، وابسته و خودمختار طبقه‌بندی گردید.

واژگان کلیدی: توسعه محصول جدید، شرکت‌های دانش‌بنیان، مدل‌سازی ساختاری-تفسیری.

۱. مدیریت اتکایی، شرکت بیمه تجارت نو، تهران، Maleki.hamid92@gmail.com

۲. مدیریت اتکایی، شرکت بیمه سامان، تهران، Yasamin.ahm92@gmail.com

۳. مدیریت اتکایی، شرکت بیمه سامان، تهران، mahtab.tadayon@gmail.com

۴. مدیریت بیمه‌های مهندسی، شرکت بیمه سامان، تهران، jahangirzadeelnaz@gmail.com



بررسی تأثیر ابعاد انسانی و مدیریتی به عنوان زیر مجموعه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بر ضریب نفوذ بیمه و مدیریت ارتباط با مشتری (CMR) در شرکت‌های دانش‌بنیان

علیرضا آقاچانی منجیلی^۱، محسن صادقی تیرآبادی^۲، علیرضا باقری قمی^۳، محمد قنبری جلفایی^۴

چکیده

هدف اصلی از انجام این تحقیق بررسی تأثیر ابعاد انسانی و مدیریتی به عنوان زیرمجموعه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بر ضریب نفوذ بیمه عمر و مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در شرکت‌های دانش‌بنیان (مطالعه موردی: شرکت‌های دانش‌بنیان شهر تهران) بوده است. تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی-همبستگی و از انواع تحقیقات پیمایشی با رویکردی کمی می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته شامل: ۳۰ سوال بود که با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بین افراد نمونه توزیع شد. جامعه آماری این پژوهش «کلیه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان در سال ۱۴۰۱» بوده و با توجه به جدول مورگان حجم نمونه باید حداقل برابر با ۳۸۴ نفر باشد که به جهت اطمینان از بازگشت این تعداد پرسشنامه، تعداد ۴۰۰ پرسشنامه در جامعه توزیع شد. ۳۸۴ پرسشنامه عودت داده شد که از این بین ۳۸۴ پرسشنامه بطور کامل صحیح پر شده و قابل استفاده بود. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه در بخش آمار استنباطی از آزمون‌های کلموگروف-اسمیرنوف و آزمون پارامتریک رگرسیون خطی گام به گام در نرم‌افزار SPSS 22 استفاده شد. نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام نشان داد که ارتباط معناداری بین ابعاد انسانی و مدیریتی به عنوان زیرمجموعه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بر ضریب نفوذ بیمه در شرکت‌های دانش‌بنیان در سطح $p=0/000$ مشاهده می‌شود. همچنین ادامه نتایج نیز حاکی از آن بود که ارتباط معناداری بین ابعاد انسانی و مدیریتی به عنوان زیرمجموعه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بر مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در شرکت‌های دانش‌بنیان در سطح $p=0/000$ مشاهده می‌شود.

واژگان کلیدی: ابعاد انسانی و مدیریتی، مدیریت ارتباط، دانش‌بنیان

۱. شرکت بیمه آسیا

۲. شرکت بیمه آسیا

۳. شرکت بیمه آسیا

۴. شرکت بیمه آسیا



نیازسنجی خدمات بیمه‌ای شرکت‌های دانش‌بنیان

زهرا نباتی^۱

چکیده

نقش علم و فناوری در رشد ملی، به دلیل ایجاد تخصص و ارتقای بهره‌وری کلی سایر عوامل تولید، همواره مورد توجه است. شرکت‌هایی که اساساً کالا تولید نمی‌کنند بلکه به تولید محصولاتی با ارزش افزوده بیشتر مبتنی بر ایده نو و دانشی جدید می‌پردازند دانش‌بنیان نامیده می‌شوند.

طبق ماده ۳ آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه نیز مکلف به تهیه برنامه‌های حمایتی در خصوص ارائه خدمت به این شرکت‌ها شده‌اند. اما متأسفانه به دلیل عدم شناخت دقیق طرفین از ماهیت بیمه‌های بازرگانی و قوانین حاکم بر آنها و ریسک‌های بالقوه دانش‌بنیان‌ها، این مهم محقق نگردیده است.

در این مقاله به دنبال چگونگی ارائه بهترین خدمات بیمه‌ای به شرکت‌های دانش‌بنیان هستیم. لازمه تحقق این امر شناخت ریسک‌های پیش رو شرکت‌های دانش‌بنیان و بیان نیازهای بیمه‌ای از زبان خود شرکت‌های فعال است که از طریق مصاحبه با ۱۲ مدیر فعال این حوزه از شرکت‌های دانش‌بنیان عضو پارک علم و فناوری پردیس به طور نمونه تصادفی انجام پذیرفته است و ضمن آشنایی با مهمترین دغدغه‌های کسب و کارشان و طبقه‌بندی آنها بررسی می‌کنیم که آیا راه حل بیمه‌ای برای آن وجود دارد یا خیر؟

و اگر مشکلی بر سر ارائه خدمات بیمه‌ای برای آنها وجود دارد با ارائه پیشنهاداتی امکان بهره‌مندی متقابل شرکت‌های بیمه‌ای و شرکت‌های دانش‌بنیان را از بازار بزرگ و رو به رشد دانش‌بنیان‌ها فراهم سازیم.

پیشنهادهای همچون: تشکیل اتاق خدمت بیمه‌ای در محل صندوق فن‌آوری و شکوفایی، تشکیل گروه‌های بزرگتر بیمه‌شدگان از طریق عضویت در پارک‌های علم و فن‌آوری، خرید بسته‌های بیمه‌ای متشکل از چندین رشته و امکان اعطای نرخ تخفیفی و نهایتاً استقرار سیستم اعتبار سنجی شرکت‌های دانش‌بنیان توسط ارزیابان صندوق نوآوری به عنوان شاخصی جهت مدیریت ریسک شرکت‌های بیمه

واژگان کلیدی: دانش‌بنیان، بیمه‌نامه، مدیریت ریسک دانش‌بنیان

۱. شرکت سهامی بیمه ایران، z.nabati@iraninsurance.ir



پوشش‌ها و خدمات بیمه‌ای مورد نیاز در شرکت‌های دانش‌بنیان

مینا عسکری^۱، ساناز علی‌پور^۲

چکیده

امروزه شرکت‌های دانش‌بنیان نقش بسیار مهمی در توسعه، رونق اقتصادی و خودکفایی کشور بر عهده دارند. از طرف دیگر باتوجه به نو بودن فعالیت این شرکت‌ها، این کسب‌وکارها همواره در معرض خطرات جدی قرار دارند که حیات و موفقیت آن‌ها را تهدید می‌کند. از این رو صنعت بیمه می‌تواند با ایجاد فضای امن برای فعالان اقتصادی، تأمین آرامش بازارهای مالی و پولی علاوه بر پشتیبانی دولت، از این شرکت‌ها حمایت نماید. لذا در این پژوهش تلاش شده است، انواع پوشش‌های بیمه‌ای کاربردی برای این شرکت‌ها معرفی و ارائه گردد. علاوه بر پوشش‌های بیمه‌ای رایج، محصولات بیمه‌ای دیگری (مانند بیمه مسئولیت تصمیم‌گیری مدیران، بیمه تداوم فعالیت، بیمه حقوقی، بیمه سرمایه‌گذاری، بیمه گارانتی محصول، و ...) نیز در این پژوهش عنوان شده است. همچنین از سوی دیگر علل همکاری شرکت‌های بیمه به عنوان یک بنگاه اقتصادی بابت حضور در شرکت‌های دانش‌بنیان (مانند سود مشارکت در منافع، تبلیغات، حمایت دولت از شرکت‌های بیمه و استفاده از ابزارها و محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان در صنعت بیمه) مورد ارزیابی قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌های بیمه، پوشش‌های بیمه‌ای، نوآوری،

ریسک

۱. واحد مالی، شعبه مرکزی تهران، شرکت بیمه سامان، m.asgari@samaninsurance.ir

۲. واحد مالی، شعبه مرکزی تهران، شرکت بیمه سامان، s.alipour@samaninsurance.ir



ارزیابی تأثیر کیفیت خدمات بر نیت رفتاری با توجه به اثر میانجی رضایت مشتری و تصویر صنعت بیمه

مونا پرستش^۱، بهنام نانکلی^۲

چکیده

هدف این پژوهش ارزیابی تأثیر کیفیت خدمات بر نیت رفتاری با توجه به اثر میانجی رضایت مشتری و تصویر صنعت بیمه است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و روش آن توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه مشتریان صنعت بیمه بوده، که از شعب بیمه‌های مختلف در شهر تهران انتخاب گردیده است. با توجه به فرمول کوکران نامحدود، تعداد نمونه مورد نیاز ۳۸۴ نفر برآورد گردید. جهت نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه استاندارد چین و چی (۲۰۱۹) است که شامل ۳۴ پرسش بوده است. گویه‌ها براساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت است. که روایی صوری مورد تایید تعدادی از پاسخگویان قرار گرفت و روایی محتوایی آن به تایید و جمعی از صاحب‌نظران رسید. هم چنین جهت بررسی روایی سازه از سه شاخص پایایی مرکب، متوسط واریانس استخراج شده و بار عاملی استفاده گردید و جهت سنجش پایایی و قابل اعتماد از ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SmartPLS، که بیش تر از ۰,۷ محاسبه گردید، استفاده شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که بین کیفیت خدمات و رضایت مشتری با توجه به واسطه تصویر شرکت در صنعت بیمه رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین تصویر شرکتی و کیفیت خدمات با رضایت مشتری رابطه مثبت وجود دارد. بین کیفیت خدمات و تصویر شرکتی رابطه مثبت وجود دارد. بین رضایت مشتری و نیت رفتاری رابطه مثبت وجود دارد.

واژگان کلیدی: کیفیت خدمات، رضایت مشتری، تصویر شرکت، نیت رفتار

۱. کارشناس ارشد مکترونیک- ارتباط انسان و کامپیوتر دانشگاه آزاد تهران جنوب- مسئول هوش تجاری

شرکت بیمه البرز، Monaparastesh@gmail.com

۲. کارشناس ارشد حسابداری- دانشگاه مهد علم کاشان- کارشناس مالی شرکت پارس سداد

Behnamnankali@gmail.com

بیست و نهمین همایش ملی و
دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه



SID



پنل طراحی محصولات و ابزارهای دانش بنیان بیمه‌ای

رئیس: دکتر علی بنیادی نائینی

اعضا:

آقای غلامعلی جهانگیری
دکتر علیرضا دقیقی اصلی
دکتر محمدصادق خیاطیان
دکتر روح الله ابوجعفری

پنل طراحی محصولات و ابزارهای دانش بنیان بیمه‌ای

مقالات ارائه



تأثیر نوآوری در پایداری شرکت‌های بیمه در ایران با توجه به نقش تعدیل‌گر جهت‌گیری استراتژیک؛ با استفاده از تحلیل مدل ساختاری PLS

دکتر مجتبی کریمی^۱، آزاده بهادر^۲، آذین سادات استاد رمضان^۳

چکیده

امروزه موفقیت شرکت‌ها بستگی به توانمندی آنها در واکنش انعطاف‌پذیر و سریع به تغییرات محیطی دارد، لذا نوآوری برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار در آنها ضروری است. از طرفی در قرن بیست و یکم نیز پایداری مسئله اصلی سازمان‌ها به عنوان یکی از عوامل اصلی موفقیت بلندمدت آنها محسوب شده است. در همین راستا در این مقاله برآنیم تا به بررسی ماهیت رابطه بین ابعاد نوآوری و پایداری شرکت‌های بیمه کشور و اثرات تعدیل‌کننده جهت‌گیری استراتژیک بر این رابطه پردازیم. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌های استاندارد و جامعه آماری تحقیق از بین کارکنان شرکت‌های بیمه در سطوح مختلف می‌باشد. ارزیابی مدل ساختاری با ۵۰۰ نمونه بوت استرپینگ و ۱۰۵ نمونه با استفاده از نرم‌افزار SMART PLS 4 و با روش حداقل مربعات جزئی انجام شد. نتایج نشان می‌دهد که نوآوری فرآیند و محصول تأثیر قابل‌توجهی بر پایداری شرکت‌های بیمه دارد. رابطه نوآوری اداری با پایداری در شرکت‌های بیمه بی‌معنی برآورد گردید. جهت‌گیری استراتژیک رابطه بین نوآوری فرآیند و نوآوری محصول را با پایداری در شرکت‌های بیمه تعدیل می‌کند. این یافته‌ها شامل پیامدهای نظری مهمی برای مدیران صنعت بیمه کشور که در تلاش برای شناسایی عوامل مؤثر بر پایداری در شرکت‌های بیمه در این صنعت‌اند، می‌باشد.

واژگان کلیدی: پایداری کسب‌وکار، شرکت‌های بیمه، نوآوری، جهت‌گیری استراتژیک

۱. استادیار گروه مالی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، tabakarimi622@gmail.com

۲. پژوهشگر، پژوهشکده بیمه، تهران، bahador@irc.ac.ir

۳. کارشناس پژوهشی، شرکت بیمه کوثر، تهران، A.sadat@kins.ir



شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر طراحی محصولات و ابزارهای دانش‌بنیان در صنعت بیمه

سعید داداشی و نجانی^۱، مهدی فدایی^۲، سعید محمدی^۳، مصطفی ضیائی برار^۴

چکیده

امروزه استفاده از فناوری‌های بیمه و طراحی محصولات و ابزارهای دانش‌بنیان برای افزایش ارزش و بهبود کسب‌وکار می‌تواند برای شرکت‌های بیمه مزیت رقابتی محسوب شود. با توجه به اهمیت و نقش این فناوری‌ها در رشد و توسعه بیمه، هدف این مقاله شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر طراحی محصولات و ابزارهای دانش‌بنیان در صنعت بیمه است. روش این پژوهش، از نوع تحلیل آمیخته است. در مرحله کیفی با استفاده از تحلیل محتوا و کدگذاری باز و محوری به شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌ها پرداخته شده و در ادامه با کدگذاری گزینشی روابط میان مفهوم، ابعاد و مؤلفه‌های مشخص شده است. در مرحله کمی با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی فازی مؤلفه‌های شناسایی شده رتبه‌بندی شده است. در این پژوهش ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی شده در تحلیل کیفی شامل عوامل توسعه‌دهنده، عوامل بازدارنده، بازدارنده‌های محیطی و محرک‌های محیطی و اولویت آنها نیز مشخص شد. با توجه به نتایج ارائه شده، عوامل بازدارنده بیشترین وزن و محرک‌های محیطی کمترین وزن را داشت. و از بین عوامل بازدارنده شاخص محدودیت مالی برای برنامه‌های نو و خلاقانه بیشترین وزن و شاخص سوء مدیریت برای استراتژی‌ها، کمترین وزن را دارد.

واژگان کلیدی: محصولات و ابزارهای دانش‌بنیان، بازاریابی، بیمه

۱. شعبه تخصصی عمر مناطق، شرکت بیمه سامان، تهران، sdvanjani@gmail.com

۲. شعبه تخصصی عمر مناطق، شرکت بیمه سامان، تهران، mehdifadaei02@gmail.com

۳. شعبه تخصصی عمر مناطق، شرکت بیمه سامان، تهران، saeid_m1982@yahoo.com

۴. شعبه تخصصی عمر مناطق، شرکت بیمه سامان، تهران، m.ziaei@samaninsurance.ir



هوش مصنوعی ابزاری برای ارتقاء و توسعه علم بیم‌سنجی (اکچوثری)

امیر تیمور پاینده نجف‌آبادی^۱، فاطمه عطا طلب^۲، آیدا علایگی^۳

چکیده

پیشرفت‌های سریع در یادگیری ماشین و هوش مصنوعی (AI)، منجر به تولید محصولات و خدماتی می‌شود که نه تنها محیطی که بیم‌سنج‌ها در آن فعالیت می‌کنند را تغییر می‌دهد، بلکه فرصت‌های جدیدی در علم بیم‌سنجی فراهم می‌کند که به کمک آن بیم‌سنج‌ها با دقت و سرعت بیشتری می‌توانند به فعالیت حرفه‌ای خود بپردازند. پیشرفت‌های مبتنی بر یادگیری ماشین و هوش مصنوعی مبتنی بر رویکردی مدرن برای طراحی، تطبیق و بکارگیری شبکه‌های عصبی است که عموماً از آن با عنوان «یادگیری عمیق» یاد می‌شود. در این مقاله پس از مروری اجمالی بر مفاهیم یادگیری ماشین و یادگیری عمیق، برخی از کاربردهای این ابزارها در علم بیم‌سنجی مورد بررسی قرار می‌گیرند. سرانجام دو نرم‌افزار مبتنی بر هوش مصنوعی که به صورت خودکار فرآیند بیم‌سنجی را انجام می‌دهند، معرفی می‌شوند. توانایی‌های نسخه اولیه نرم‌افزار اول (Nonlife) عبارتند از: (۱) کشف مناسب‌ترین روش ذخیره‌گیری خسارت‌های معوق بر اساس داده‌های تاریخی شرکت، (۲) ارائه الگویی خودکار برای ارزیابی، دسته‌بندی بیمه‌گذاران در چند طبقه ریسکی و ارائه ماتریس ارزیابی ریسک برای بیمه‌گذاران و (۳) ارائه ابزار «تحلیل مالی پویا» (DFA) برای تحلیل سناریوهای مورد علاقه مدیر ریسک یک شرکت. توانایی‌های نسخه اولیه نرم‌افزار دوم (Life) عبارتند از: (۱) ارائه یک مدل خودکار مرگ‌ومیر پویای ملی (مدل بر اساس داده‌های دموگرافی ۱۰ ساله ایران توسعه یافته است) به تفکیک

۱. گروه بیم‌سنجی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، amirtpayandeh@sbu.ac.ir

۲. گروه بیم‌سنجی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، f_atatab@yaho.co.uk

۳. گروه بیم‌سنجی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، aidaaalabeygi@gmail.com



استان و جنسیت، (۲) محاسبه و ارائه خودکار نرخ تعدیل مدل مرگ‌ومیر ملی برای بیمه‌گذاران بیمه‌های زندگی (مدل بر اساس داده‌های مرگ‌ومیر ۶ ساله این بیمه‌نامه‌ها توسعه یافته است)، (۳) ارائه یک مدل پویا برای ارزیابی ریسک (underwriting) بیمه‌گذاران جدید، (۴) محاسبه حق‌بیمه، اندوخته و ذخایر ریاضی برای بیمه‌نامه «عمر و مستمری» بر اساس مدل مرگ‌ومیر پویا، جدول TD و ILT1400 و (۵) محاسبه و گزارش معیارهای ارزیابی سود و زیان بیمه‌گری (در این نسخه تنها معیارهای Asset_Sharing و Profit_Testing محاسبه می‌شوند) که به کمک اطلاعات تاریخی و ارائه پیشنهادها برای تعدیل و تصحیح مفروضات بیم‌سنجی اتخاذ شده‌اند.

واژگان کلیدی: هوش مصنوعی، یادگیری عمیق، ارزیابی ریسک، ذخایر خسارت‌های معوق، مدل مرگ‌ومیر، ارزیابی سود و زیان بیمه‌گری



طراحی الگو تأثیر تعاملی دیجیتالی شدن (هوشمندسازی) و خدمات‌دهی بر عملکرد مالی شرکت‌های بیمه (مورد مطالعه: بیمه سامان)

سحر پورکاویان^۱، مهدیه السادات بزرگی^۲

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی اثر برهمکنش بین دیجیتالی شدن (هوشمندسازی) و خدمات‌دهی بر عملکرد مالی شرکت‌های بیمه می‌پردازد. این پژوهش از لحاظ هدف بنیادی، از نظر نحوه به‌دست آوردن داده‌ها کیفی و از نوع نظریه داده‌بنیاد است. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۸ نفر از گروه‌های مطلعان کلیدی، اعضای هیئت‌علمی و دانش‌آموختگان دکتری بیمه و فناوری اطلاعات که دارای تخصص علمی و تجربه کاری در حوزه بیمه و فناوری اطلاعات بود که با روش نمونه‌گیری هدفمند انجام شد. همچنین تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از کُدگذاری اولیه و ثانویه توسط نرم‌افزار مکس کیودا ۱۲ انجام گرفت که در نهایت تعداد ۲۰۱۷ گزاره معنادار در قالب ۳۰۹ مفهوم شناسایی و کدگذاری شد. طبق نتایج؛ چهار بعد توسعه‌ای، ساختاری، رفتاری و فرایندی تحت تأثیر مسائل اقتصادی، مدیریتی و فرهنگی است.

واژگان کلیدی: دیجیتالی شدن (هوشمندسازی)، خدمات‌دهی، عملکرد مالی

۱. کارشناسی مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط‌زیست، بیمه سامان، تهران، ایران، Kavianisahar72@gmail.com

۲. کارشناسی مدیریت بیمه، بیمه سامان، تهران، ایران، Mah_bgj94@yahoo.com



بازاریابی دیجیتال و نقش آن در فروش محصولات بیمه‌ای (مطالعه موردی: شرکت بیمه پارسیان)

داود مقدم^۱

چکیده

بکارگیری بازاریابی دیجیتال در صنعت بیمه مزایای مثبت زیادی دارد و می‌تواند منجر به سهولت فرایند جذب مشتری و حتی ورود به بازارهای جدید شود. به همین دلیل این پژوهش به بررسی اهمیت بازاریابی دیجیتال و نقش آن در صنعت بیمه به‌عنوان کلیدی برای افزایش فروش محصولات بیمه و افزایش کارایی شرکت بیمه پارسیان می‌پردازد. تحقیق حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی است و از نظر نوع هدف، کاربردی-بنیادی می‌باشد. در این پژوهش برای دستیابی به داده‌های اولیه مورد نیاز جهت آزمون فرضیه از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی نظیر پرسشنامه و مصاحبه با خبرگان بیمه‌های بازرگانی در واحدهای شرکت بیمه در سطح شهر تهران استفاده گردید. برای اعتبارسنجی این پرسشنامه از ملاک آزمون کننده آلفای کرونباخ استفاده می‌شود و تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده در نرم افزار SPSS انجام خواهد شد. جهت تست نرمال بودن داده‌ها از آزمون کالموگروف اسمیرنوف استفاده شد. برای بررسی کفایت نمونه‌برداری، معادلات ساختاری لیزرل و رگرسیون تک متغیره برای بررسی فرضیه‌های تحقیق استفاده شده‌است. یافته‌ها حاکی از آن است که بازاریابی دیجیتال بر فروش محصولات بیمه‌ای، بر کارایی شرکت، بر عملکرد و رضایتمندی مشتری از منابع شرکت و بر فرهنگ استفاده از خدمات بیمه‌ای تأثیر مثبت دارد.

واژگان کلیدی: شرکت بیمه، بازاریابی دیجیتال، اینترنت، کارایی

۱. مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران بیمه، Davoud.moghaddam@gmail.com

پنل طراحی محصولات و ابزارهای دانش بنیان بیمه‌ای

مقالات پذیرش شده به
صورت صرفاً چاپ



بررسی ظرفیت فناوری‌های دانش‌بنیان برای ورود به صنعت بیمه

منا میلانی^۱، فاطمه مزدارانی^۲

چکیده

امروزه فناوری‌های دانش‌بنیان برای بیمه به ابزاری حیاتی تبدیل شده است که به تنظیم سیاست‌های قیمت، تعیین ریسک‌ها، بهبود خدمات مشتری و کنترل هزینه‌ها کمک می‌کند. در واقع، استفاده از خدمات شرکت‌های دانش‌بنیان برای بیمه هم برای شرکت‌های بیمه خط‌مقدم و هم برای شرکای بیمه اتکایی آن‌ها بسیار مهم است. سودآوری یک شرکت بیمه به توانایی آن برای پیش‌بینی دقیق زیان‌ها، قیمت‌گذاری محصولات بیمه‌ای خود برای ریسک و تعیین قیمت‌های صحیح حق بیمه برای پوشش خسارت و در عین حال ارائه سود متکی است. این باید در حالی انجام شود که منجر به ایجاد مزایای رقابتی برای شرکت‌ها شود. در این خصوص شرکت‌های دانش‌بنیان، راه‌حلهایی را در زمینه بکارگیری انواع فناوری‌های نوین از قبیل اینترنت اشیا، هوش مصنوعی، بلاک‌چین و گیمیفیکیشن در جهت بهبود فرآیندهای بیمه ارائه نموده است. بطور کلی تأثیر بکارگیری انواع فناوری‌های دانش‌بنیان در صنعت بیمه، در تمام جنبه‌های عملکرد بازار بیمه اعم از صدور و قیمت‌گذاری، فرآیند خسارت، بازاریابی و فروش، ارتباط با مشتریان و غیره قابل مشاهده است. این تحقیق از لحاظ طرح تحقیق در زمره تحقیقات مروری و از لحاظ هدف تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی دسته‌بندی می‌گردد، و هدف از انجام آن، شناسایی و بررسی انواع فناوری‌های دانش‌بنیان و جنبه‌های کاربردی آن‌ها در صنعت بیمه است که بامطالعه و بررسی کتب و نشریات و پژوهش‌های به‌عمل‌آمده در این زمینه صورت گرفته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بکارگیری فناوری‌های دانش‌بنیان با توجه به بهبود فرآیندهای بیمه‌گری و در نهایت بهبود تجربه مشتری، افزایش سرعت رشد ضریب نفوذ بیمه کشور را به دنبال دارد، که صنعت بیمه و بیمه‌گران می‌توانند از آن در جهت کسب مزیت رقابتی بهره‌گیرند.

واژگان کلیدی: شرکت دانش‌بنیان، هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، بلاک‌چین، گیمیفیکیشن

۱. ستاد مرکزی شرکت بیمه پارسیان، تهران، milani.mona@gmail.com

۲. ستاد مرکزی شرکت بیمه پارسیان، تهران. mazdaranifateme@gmail.com



تعیین عوامل مؤثر بر همکاری شرکت‌های بیمه‌ای با ایشورتک‌ها

زهره هنرمند شاه ذیله^۱، محمد اقدسی^۲، امیر البدوی^۳

چکیده

در سال‌های اخیر ایشورتک‌های زیادی در اکوسیستم صنعت بیمه ایران ظهور کرده‌اند و شرکت‌های بیمه‌ای بسیار علاقه‌مند هستند تا با آنها وارد همکاری شوند. تا کنون تحقیق بر روی همکاری شرکت‌های بیمه‌ای با ایشورتک‌ها به صورت پراکنده و تکه تکه انجام شده، بنابراین عوامل مؤثر بر این همکاری به روشنی شناخته نشده است. در این مقاله به منظور شناخت این عوامل، فرایند همکاری در شرکت‌های بیمه بررسی شده است. شرکت‌های بیمه‌ای مورد تحقیق در اینجا، سه شرکت بیمه‌ای در ایران می‌باشد. نویسندگان از مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختار یافته با کارکنان شرکت بیمه‌ای و بررسی وب سایت آنها به جهت اعمال چند جانبه‌گرایی در روش تحقیق استفاده کرده‌اند. آنها با بکارگیری نرم افزار اطلس تی، روایت‌ها، کدها، مقوله‌ها و بعدها‌های مربوط به فرایند همکاری با ایشورتک‌ها را شناسایی کرده‌اند. این مقاله به شرکت‌های بیمه‌ای و ایشورتک‌ها که تمایل به همکاری با یکدیگر دارند، کمک می‌کند تا شناخت بهتری نسبت به مسیری که قرار است طی کنند، داشته باشند و از اشتباهات پرهزینه پرهیز کنند.

واژگان کلیدی: بیمه، ایشورتک، نوآوری، همکاری

۱. دانشکده مهندسی صنایع و سیستمها، دانشگاه تربیت مدرس، تهران. zahra.honarmand@modares.ac.ir

۲. دانشکده مهندسی صنایع و سیستمها، دانشگاه تربیت مدرس، تهران. aghdasim@modares.ac.ir

۳. دانشکده مهندسی صنایع و سیستمها، دانشگاه تربیت مدرس، تهران. albadvi@modares.ac.ir



The Impact of Digital Transformation on the Development of Micro-Insurance Business in Iran (Case Study: Saman Insurance)

F. Naghipoor¹, M. Heidarimanesh², E. Najafi Vayqan³

Abstract

Low-income households are vulnerable to economic risks and shocks. Insurance is one of the available means for the poor to protect themselves. Microinsurance can assist low-income households to maintain a sense of financial confidence even in the midst of severe vulnerability by helping them manage risk. Micro-insurance is one of the fastest-growing new markets among people at the bottom of the financial pyramid. This study examined the influence of digitalization on the growth of micro-insurance business in Iran. A survey of a commercial insurance company was conducted to provide an understanding of the effect of digitalization as a driver of microinsurance growth. The methodology used in this paper was based on statistical primary data analysis procedure that was gathered through one structured questionnaire, and a group of 384 insurance experts and agents at Saman Insurance Company participated in this study. The Results of analysis showed that the positive effect of digital transformation on the growth of microinsurance. The implication is that sustainable growth of micro insurance business among the population can be greatly enhanced by using the benefits of digital technologies. Therefore, micro-insurance service providers should consider digital transformation as a strategic action in order to expansion of insurance coverage in low-income markets.

Keywords: Microsurance, Digital Transformation, Insurance Market

1. M.A. in Administrative Management, f.naghipour@samaninsurance.ir

2. M.A. in Marketing Management, M.heidarimanesh@gmail.com

3. M.A. in TEFL, Elhamnv@yahoo.com



بررسی مفاهیم فرآیند کاوی دانش‌بنیان در فرآیندهای بیمه‌ای

مطالعه موردی: فرآیند پرداخت خسارت

عباس راد^۱، محمدرضا جوکار مشتانی^۲، علی استاد هاشمی^۳

چکیده

یکی از نشانه‌های رشد و توسعه یافتگی اقتصاد کشورها، توسعه صنعت بیمه است. این صنعت از چندین دهه پیش همانند سایر صنایع جهت رشد و بقا خود، از رویکرد وظیفه محوری به سمت رویکرد فرآیندمحوری حرکت نمود تا بتواند با مدیریت صحیح فرآیندهای سازمان به کسب مزیت رقابتی دست یابد. در صنعت بیمه ابتدا از رویکردهای سنتی بهبود فرآیندها از جمله کایزن، شش سیگما، بازمهندسی فرآیندها استفاده شده است. این رویکردها علیرغم ایجاد بهبود نسبی، به دلیل وابستگی به ابزارهای مصاحبه و مشاهده جهت تحلیل فرآیند، منجر به صرف زمان زیاد و تحلیل‌هایی انتزاعی و ناقص شده است. لذا به کارگیری رویکردهای فوق با شکست مواجه شده است. در دهه اخیر در برخی از صنایع، رویکرد جدید فرآیند کاوی مورد استفاده قرار گرفته است. این رویکرد فاقد محدودیت‌ها و نقاط ضعف ذکر شده است و بر مبنای داده‌های ثبت شده فرآیند در سیستم‌های اطلاعاتی عمل می‌کند. در این پژوهش به دلیل اهمیت موضوع فرایند کاوی و کاربرد گسترده آن در صنعت بیمه، به بررسی مفاهیم فرآیند کاوی دانش‌بنیان در فرآیند پرداخت خسارت بیمه پرداخته می‌شود که می‌تواند برای پژوهشگران بسیار مفید باشد.

واژگان کلیدی: فرآیند کاوی، دانش‌بنیان، بیمه، الگوریتم آلفا، پرداخت خسارت

۱. استادیار گروه مدیریت صنعتی و فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی

تهران، a-raad@sbu.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی گرایش تحقیق در عملیات، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، m_jokarmoshtani@sbu.ac.ir

۳. استادیار گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور واحد شاهرود، شاهرود، ایران، Ostad1976@yahoo.com



شناسایی موانع و عوامل مؤثر پذیرش بیمه سایبری در ایران

علی رضاوندی^۱

چکیده

انفجار ارتباطات فناوری بستری را برای هکرها و مجرمان دنیای مجازی فراهم کرده است که مدام حقوق قربانیان خود را نقض می‌کنند. به این ترتیب شکل جدیدی از خطرات سایبری شکل گرفته است. هدف از انجام این پژوهش شناسایی موانع و عوامل مؤثر بر پذیرش بیمه سایبری در ایران می‌باشد. روش انجام تحقیق از منظر هدف کاربردی از نوع اکتشافی است و از نظر کمک به عوامل مؤثر بر پذیرش بیمه سایبری نیز توسعه‌ای می‌باشد؛ که با استفاده از روش گراندد تئوری (نظریه مبنایی) چالش‌ها و موانع پذیرش بیمه سایبری با رویکرد عوامل توانمندساز مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با 10 نفر از خبرگان اساتید و اعضای هیئت علمی فناوری اطلاعات (IT) در صنعت بیمه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در گام اول (کدگذاری باز)، مؤلفه‌ها بر پایه داده‌های به دست آمده از مقالات علمی معتبر و مصاحبه‌های عمیق، پردازش و مقوله‌بندی آن‌ها به دست آمد و در گام دوم (کدگذاری محوری)، برای طراحی و نهادینه‌سازی پذیرش بیمه سایبری و عوامل توانمندساز در شرکت‌های ایرانی، بر اساس مدل پارادایم انجام گرفت؛ و در نهایت برای ذینفعان بیمه سایبری (مانند دولت، مقامات نظارتی، ارائه‌دهندگان بیمه و بیمه‌گذاران) در مورد عوامل توانمندسازی برای غلبه بر موانع به منظور پذیرش بیمه سایبری در شرکت‌های ایرانی راهکارهایی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: بیمه سایبری، امنیت سایبری، موانع، توانمندسازها، پذیرش بیمه سایبری

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، شرکت بیمه البرز، تهران، Ali.rezavandi1984@gmail.com



تأثیر تحول دیجیتال بر توسعه بیمه‌های زندگی و غیر زندگی مطالعه تطبیقی بازارهای نوظهور و پیشرفته با بهره‌گیری از رهیافت گشتاورهای تعمیم‌یافته سعید اسدی قراگوز^۱، سelda نواح^۲

چکیده

صنعت بیمه در بازارهای نوظهور (اکثراً کشورهای در حال توسعه) به صورت سنتی اقدام به عرضه خدمات بیمه‌ای می‌نماید و مطابق تجربه بازارهای پیشرفته در آینده‌ای نزدیک با توسعه شبکه جهانی اینترنت به شبکه دیجیتال خواهد پیوست. استفاده از فناوری در صنعت بیمه به‌منظور دسترسی بیشتر افراد به خدمات مالی، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته، به‌گونه‌ای که کسب‌وکارهای نوپای بیمه یا همان اینشورتک‌ها با خلق ارزش پیشنهادی یکتا و بهبود مدل کسب‌وکار وارد عرصه رقابت با شرکت‌های سنتی بیمه‌ای شده‌اند. اینشورتک‌ها با استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی، اینترنت اشیا، بلاک‌چین، تکنولوژی رایانش ابری و سایر فناوری‌های نوین منجر به کاهش هزینه، بهبود تجربه مشتری، ارائه محصولات جدید و مدیریت ریسک موثر می‌شوند. لذا بنا به اهمیت موضوع مطالعه حاضر به بررسی تأثیر تحول دیجیتال از کانال توسعه اینترنت بر توسعه صنعت بیمه (زندگی، غیرزندگی و به صورت کلی) به صورت مطالعه مقایسه‌ای بین بازارهای پیشرفته (۳۱ کشور منتخب توسعه یافته) و نوظهور (۳۷ کشور منتخب در حال توسعه) در طول دوره ۳۰ ساله (۱۹۹۰ تا ۲۰۲۰) با بهره‌گیری از رهیافت داده‌های تابلویی، می‌پردازد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که اثر توسعه اینترنت بر توسعه صنعت بیمه در بازارهای پیشرفته بیشتر از بازارهای نوظهور می‌باشد و از سوئی دیگر اثرگذاری توسعه اینترنت بر بیمه‌های غیرزندگی بیشتر از بیمه‌های زندگی در هر دو گروه از بازارهای مورد مطالعه بوده است. پیرو نتایج پژوهش، در بازارهای پیشرفته به ترتیب متغیرهای سطح تحصیلات، تحول دیجیتال، درآمدسرانه، تورم و امید به زندگی و در بازارهای نوظهور به ترتیب امید به زندگی و تحول دیجیتال بیشترین تأثیر را بر توسعه صنعت بیمه گذاشته‌اند.

واژگان کلیدی: تحول دیجیتال، صنعت بیمه، بازارهای نوظهور، بازارهای پیشرفته

۱. دکتری علوم اقتصادی، مدیریت بیمه کارآفرین شعبه شرق تهران، کارشناس رسمی دادگستری در رشته بیمه، S.Asadi9800@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، واحد ری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

Seldanavvah@Gmial.com



شناسایی چالش‌ها و موانع تحقق تحول دیجیتال در صنعت بیمه مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد، مورد مطالعه شرکت بیمه تجارت نو

فریده عاشوری^۱، بهروز بیات^۲

چکیده

این مقاله با هدف شناسایی چالش‌ها و موانع تحقق تحول دیجیتال در صنعت بیمه مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد تدوین شده است. پژوهش حاضر کیفی و از نوع مطالعات کتابخانه‌ای بوده که در بخش کیفی از روش نظریه داده‌بنیاد استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش را صاحب‌نظران، اعضای هیئت علمی و مدیران حوزه تحول دیجیتال، کارکنان سطوح مختلف و شبکه فروش، فناوری اطلاعات و وب تشکیل می‌دادند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات، از مصاحبه نیمه ساختار یافته تا زمانی رسیدن به نقطه اشباع استفاده شد. بعد از نسخه‌برداری مصاحبه، انجام مراحل کدگذاری (باز، محوری و گزینشی) مفهوم پردازی، مقوله‌بندی و براساس مشابهت، ارتباط مفهومی و خصوصیات مشترک بین کدهای باز، مفاهیم و مقولات مشخص شدند. نتایج نشان می‌دهد برای تحقق تحول دیجیتال در صنعت بیمه، لازم است نواندیشی عملگرایانه در مرکز تدوین و اجرای راهبردهای مدیران و سیاستگذاران صنعت بیمه مدنظر قرار گیرد و بر ارزش فناوری دیجیتال و ساختار حکمرانی سبک، ریسک‌پذیری و انعطاف‌پذیری، نهادینه کردن تمرکز بر مشتری در فرایندهای تصمیم‌گیری، تمرکز بر تجربه کارکنان و مشتریان و تطبیق خود با تغییر و تحول دنیای اطراف تأکید نمایند.

واژگان کلیدی: چالش‌ها و موانع، تحول دیجیتال، بیمه، بیمه تجارت نو

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان

Farideh.ashouri1399@gmail.com

۲. استادیار و عضو هیات علمی دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان

Behrooz.bayat@gmail.com



اثر بازاریابی محتوایی دیجیتال بر تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی: نقش تئوری اثرات اجتماعی بازاریابی محتوایی (مطالعه موردی: شرکت‌های بیمه)

امیر احسانی^۱

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر بازاریابی محتوایی دیجیتال بر تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی مشتریان شرکت‌های بیمه از طریق نقش میانجی اثرات اجتماعی بازاریابی محتوایی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل مشتریان برخی از شرکت‌های بیمه‌ای در شهر تهران که از خدمات دیجیتال بیمه‌ای بهره برده‌اند، می‌باشند. نمونه آماری به روش در دسترس اتفاقی و مبتنی بر قواعد حجم نمونه در روش مدلسازی معادلات ساختاری به تعداد ۱۵۸ نفر انتخاب گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه ۲۱ سؤالی برای اعتبارسنجی روابط بین متغیرهای پژوهش می‌باشد که روایی آن به دو روش همگرایی و تشخیصی و پایایی پرسشنامه به روش پایایی مرکب و آلفای کرونباخ تأیید گردیده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش مدلسازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار Smart-Pls 3 انجام شده است. نتایج پژوهش نشان داد که اثرات اجتماعی بازاریابی محتوایی (اعم از اثرات اجتماعی هنجاری و اطلاعاتی) در رابطه بین بازاریابی محتوایی دیجیتال و تبلیغات دهان‌به‌دهان الکترونیکی مشتریان شرکت‌های بیمه‌ای اثر میانجی‌گری مثبت معناداری داشته است. همچنین بازاریابی محتوایی دیجیتال بر اثرات اجتماعی و تبلیغات دهان‌به‌دهان الکترونیکی مشتریان اثر مستقیم مثبت معناداری داشته است.

واژگان کلیدی: بازاریابی محتوایی دیجیتال، تئوری اثرات اجتماعی، پیران‌های تبلیغات دهان‌به‌دهان الکترونیکی، شرکت‌های بیمه‌ای

۱. کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه سمنان، Amirehsani.ins@yahoo.com



بررسی تأثیر ارتباط صنعت بیمه و فناوری‌های بیمه‌ای (اینشورتک‌ها) بر عملکرد شرکت‌های بیمه با تبیین نقش میانجی ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی

هادی حسین پناهی^۱

چکیده

امروزه شرکت‌های بیمه شاهد رسوخ فناوری‌های نوین بیمه‌ای و اعمال تغییرات وسیع در این صنعت به سبب وجود شرکت‌های فناوری‌های بیمه (اینشورتک) هستند. این شرکت‌ها در مقایسه با شرکت‌های بیمه سعی در ارائه خدمات بیمه‌ای نوین، در کوتاه‌ترین زمان و با کاهش حداکثری بوروکراسی‌ها و هزینه‌ها و مطابق با نیازهای روز به مشتریان دارند لذا پژوهش حاضر به بررسی تأثیر ارتباط شرکت‌های بیمه و فناوری‌های بیمه (اینشورتک) بر عملکرد شرکت‌های بیمه با در نظر گرفتن نقش میانجی ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی می‌پردازد جامعه آماری این پژوهش مدیران، معاونین و کارشناسان شرکت‌های بیمه کشور بوده و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد. برای بررسی روایی از روایی سازه و برای پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. پژوهش حاضر بر اساس هدف یک پژوهش کاربردی و بر اساس داده، از نوع پژوهش‌های توصیفی و همبستگی می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های فی کرامر و همبستگی جزئی استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد ارتباط شرکت‌های بیمه با فناوری‌های بیمه (اینشورتک)، تأثیر مستقیم و معناداری بر عملکرد شرکت‌های بیمه دارد. همچنین به طور غیرمستقیم و از طریق ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی نیز تأثیر مثبت معناداری بر عملکرد شرکت‌های بیمه دارد.

واژگان کلیدی: فناوری‌های بیمه‌ای (اینشورتک)، عملکرد، ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی

۱. دانشجوی دکتری حرفه‌ای مدیریت کسب و کار و کارشناس بیمه، hadip3375@gmail.com



طراحی محصولات و خدمات بیمه‌ای و تولید دانش‌بنیان شرکت بیمه سامان

فرزاد فرزادی فرد^۱، سیف اله امیدی^۲، علی ابراهیمی کنگورابی^۳

چکیده

این تحقیق به بررسی طراحی محصولات و خدمات بیمه‌ای و تولید دانش‌بنیان شرکت بیمه سامان پرداخته است. جامعه آماری مدیران، معاونین و کلیه کارشناسان فروش و توسعه بازار شرکت بیمه سامان هستند که از طریق فرمول کوکران محاسبه گردید و تعداد ۹۵ پرسشنامه پخش و جمع‌آوری گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد که از طریق طیف لیکرت نمره دهی شده است و پایایی آن از طریق آلفا کرونباخ سنجیده شد. روش پژوهش حاضر، آمار توصیفی از وضعیت و ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان و جهت بررسی چگونگی توزیع متغیرهای پژوهش؛ از آزمون‌های تی استیودنت تک نمونه‌ای به کمک نرم افزار SPSS22، مورد سنجش قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که طراحی محصولات و خدمات بیمه‌ای براساس تولید دانش‌بنیان تأثیرگذار است. همچنین، بازارپذیری محصولات رتبه اول و امکان‌پذیری تجاری محصولات رتبه دوم را در این تأثیرگذاری دارند.

واژگان کلیدی: محصولات و خدمات بیمه، تولید دانش‌بنیان، صنعت بیمه

۱. معاون اداره فنی در مان منطقه یک، بیمه سامان، f.farzadifard@gmail.com

۲. معاون مالی، بیمه سامان، رشت، sayfi_omidi@yahoo.com

۳. کارشناس مسئول بیمه‌های اندوخته ساز، بیمه سامان، رشت، ebrahimi2451@gmail.com

پنل طراحی محصولات و ابزارهای دانش بنیان بیمه‌ای

مقالات پوستری



مدیریت تغییر در دوران تحول دیجیتال: مطالعه موردی شرکت بیمه سامان

علی سوری^۱، پری قلی پناه^۲

چکیده

"امروزه همه پذیرفته‌اند که تغییر، اجتناب‌ناپذیر است. با این حال، تغییر هنوز هم مانند مرگ و مالیات می‌ماند: باید تا حد امکان آن را به تأخیر انداخت و عدم تغییر ارجحیت دارد. از این رو، در دوران متلاطم کنونی، تغییر به یک هنجار تبدیل شده است." همانطور که پیترو دراکر (۱۹۹۹) بیان می‌کند، تغییر از عناصر مورد انتظار مدیریت امروزی است؛ با این حال، بسیاری از سازمان‌ها همچنان در تقلا برای برانگیختن و مدیریت مؤثر تغییر هستند. با اینکه چند مدل مختلف برای مدیریت مؤثر تغییر وجود دارد، ولی بسیاری از سازمان‌ها همچنان از ناتوانی برای تطبیق دادن خود با تغییر رنج می‌برند. این مسئله از موانع اصلی موفقیت است و پیامدهای آن می‌تواند قابل توجه باشد. تغییر عظیمی که صنعت بیمه اکنون با آن روبه روست تحول دیجیتال است. در این مقاله تلاش شده ضمن تشریح دلایل اهمیت مدیریت تغییر و معرفی برخی مدل‌های موجود، تجارب شرکت بیمه سامان در این زمینه را مرور نماییم. رویکردهای اصلی بیمه سامان را می‌توان در چهار طبقه اصلی ایجاد اصلاحات ساختاری، آموزش و مشارکت دادن حداکثری پرسنل سازمان در تحول دیجیتال، استفاده از رویکرد چابک و بهره‌گیری از نظام اهداف و نتایج کلیدی خلاصه کرد که در این مقاله به تشریح آن می‌پردازیم.

واژگان کلیدی: مدیریت تغییر، ساختار سازمانی، چارچوب SAFe، رویکرد چابک، OKR

۱. مدیریت حسابرسی داخلی، شرکت بیمه سامان، تهران، souri.ali@ut.ac.ir

۲. مدیریت حسابرسی داخلی، شرکت بیمه سامان، تهران، p.gholipanah@ut.ac.ir



نقش تحول دیجیتال در مدیریت عملکرد کارکنان در شرکت بیمه سامان

نازیلا آزادبر^۱، مریم آقاسیان^۲، علی شایان^۳

چکیده

با توجه به اهمیت ویژه منابع انسانی سازمان‌ها از یک سو و رشد روزافزون فناوری از سوی دیگر، در سال‌های اخیر تحول دیجیتال تغییرات مهمی را برای افراد و سازمان‌ها به وجود آورده است. حجم عظیمی از داده‌های دیجیتالی که در اختیار شرکت‌ها قرار می‌گیرد، می‌تواند منبع جدیدی برای خلق ارزش باشد. با این حال، مکانیسم‌هایی که از طریق آن شرکت‌ها می‌توانند از فناوری‌های دیجیتال برای افزایش عملکرد افراد در سازمان بهره ببرند، به وضوح تعریف نشده است. پژوهش حاضر با هدف نقش تحول دیجیتال در مدیریت عملکرد منابع انسانی در سازمان بیمه سامان انجام شد که با استفاده از ۲ روش تحقیق مرور نظام‌مند ادبیات و مصاحبه با رویکرد تحلیل محتوا صورت گرفت. جامعه آماری این پژوهش خبرگان سازمان با سابقه حداقل ۵ سال و مرتبط با موضوع بودند که با استفاده از نمونه‌گیری گلوله برفی و با توجه به اشباع نظری، در مجموع ۱۱ نفر انتخاب و داده‌ها با استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته جمع‌آوری و در پایان با کدگذاری بر روی مصاحبه‌ها و نتایج به دست آمده، به تعداد ۳۰ مفهوم اولیه، ۶ مقوله فرعی و ۳ مقوله اصلی شامل رفتاری، ساختاری و فناوری بود. این مطالعه به سازمان‌ها کمک می‌کند تا استراتژی‌های خود را در چارچوب مدیریت عملکرد کارکنان با توجه به توسعه مهارت‌ها برای پاسخگویی در عصر تحول دیجیتال تجدیدنظر کنند.

واژگان کلیدی: تحول دیجیتال، مدیریت عملکرد، عملکرد کارکنان، سازمان دیجیتال

۱. کارشناس ارشد مدیریت منابع انسانی، اداره توسعه استعدادها، شرکت بیمه سامان، تهران

nazi.azadbar@gmail.com

۲. مدیر توسعه سرمایه‌های انسانی، شرکت بیمه سامان، تهران Maryam.aghasian@gmail.com

۳. استادیار دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران ashayan@modares.ac.ir



نقش بازاریابی رسانه‌های اجتماعی بر توسعه خدمات دانش‌بنیان در صنعت بیمه

نگار نیکوی سمیعی^۱، زهرا ایطاء^۲

چکیده

بازاریابی در رسانه‌های اجتماعی از جمله کارهایی است که با ورود اینترنت و ظهور شبکه‌های اجتماعی در دنیای امروز رونق گرفته است و طرفداران زیادی هم دارد. تحقیق حاضر توصیفی با روشی پیمایشی است که هدف اصلی آن بررسی نقش بازاریابی رسانه‌های اجتماعی بر توسعه خدمات دانش‌بنیان در صنعت بیمه بوده است، در این راستا با مرور ادبیات و پیشینه تحقیق مدل تحقیق در دو بخش مستقل و وابسته طراحی و به تبع آن پرسشنامه تحقیق تنظیم شد و در بین نمونه آماری به شیوه تصادفی ساده توزیع شد. با گردآوری پرسشنامه‌های توزیع شده، اقدام به تحلیل داده‌ها در راستای بررسی فرضیات تحقیق در راستای تأثیر بازاریابی رسانه‌های اجتماعی در مؤلفه‌های تنوع، پاسخگویی و ارتباطات بر توسعه خدمات دانش‌بنیان در صنعت بیمه اقدام شد که با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل در نرم افزار آموس کلیه فرضیات مورد تأیید قرار گرفتند. همچنین با توجه به نتایج به دست آمده بیشترین تأثیر در ارتباط با بعد اطلاعات ارتباطی بر توسعه خدمات دانش‌بنیان صنعت بیمه با ۰,۵۷ به دست آمد. در انتهای تحقیق نیز با توجه به نتایج به دست آمده به ارایه پیشنهادات و محدودیت‌ها پرداخته شد.

واژگان کلیدی: بازاریابی رسانه‌های اجتماعی، توسعه خدمات دانش‌بنیان، صنعت بیمه

۱. مدیریت فنی بیمه‌های مهندسی و رشته‌های خاص، شرکت بیمه سامان، تهران، n.samiei@samaninsurance.ir

۲. اداره مناقصات، شرکت بیمه سامان، تهران، z.ita@samaninsurance.ir



بررسی عوامل مؤثر بر تحقق بیمه الکترونیک در شرکت‌های بیمه استان اردبیل

علیرضا روشنی اصل^۱

چکیده

هدف این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر تحقق بیمه الکترونیک در شرکت‌های بیمه استان اردبیل می‌باشد. روش انجام آن، از لحاظ ماهیت، توصیفی و بر مبنای هدف از نوع کاربردی است. جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه مشتریان شرکت‌های بیمه استان اردبیل بود که تعداد آنها نامحدود است. طبق فرمول کوکران، تعداد ۳۹۲ نفر از آنها به عنوان نمونه انتخاب شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد تحقق و توسعه بیمه‌های الکترونیک (امیرخانی و متقی ثابت، ۱۳۸۹) استفاده گردید که روایی آن را استادان متخصص، تأیید کردند. پایایی آن نیز با استفاده از آلفای کرونباخ، ۰/۸۹ به دست آمد که نشانگر تأیید پایایی آن است. عوامل ساختاری، رفتاری، زمینه‌ای و ماهیتی ۴ متغیر اثرگذار بر بیمه الکترونیک هستند که با استفاده از تکنیک معادلات ساختاریافته و به کمک نرم افزار LISREL مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج پژوهش نشان داد که عوامل رفتاری (۱۳/۰۲)، ماهیتی (۱۲/۴۵)، زمینه‌ای (۱۱/۸۴) و ساختاری (۱۰/۲۷) بر تحقق بیمه الکترونیکی شرکت‌های بیمه استان اردبیل و گرایش مشتریان به آن، تأثیر معناداری دارند.

واژگان کلیدی: بیمه الکترونیک، فناوری اطلاعات و ارتباطات، مشتری

۱. رئیس شعبه، شرکت بیمه سینا، دانشجوی دکتری مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل
Ar.roshaniasl@yahoo.com



ارائه فرایند و راهکارهای مؤثر برای مهاجرت به ابر در صنعت بیمه

شبنم محمدحسینی^۱

چکیده

در دنیای فن‌آوری اطلاعات، محاسبات ابری به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که با کاهش هزینه‌ها و استفاده ساده‌تر از زیرساخت‌های ابری، کارایی خود را افزایش دهند. مهاجرت به ابر موضوع پیچیده‌ای است و شرکت‌ها باید راهکار امن و کارآمدی را منطبق بر استراتژی‌های خود انتخاب نمایند. مهاجرت به ابر، فقط یک تغییر در حوزه فن‌آوری نیست در حقیقت یک تغییر فرهنگی است که بر کل کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد. به دلیل مزایای ابر از جمله انعطاف‌پذیری، توسعه‌پذیری، امنیت و تداوم سرویس‌های کسب‌وکار، بارهای کاری از زیرساخت‌های موجود در سازمان‌ها به سمت ابر مهاجرت می‌کنند. این مقاله مزایا و چالش‌های فن‌آوری محاسبات ابری را بررسی و فرایند و راهکارهایی را برای مهاجرت برنامه‌ها و زیرساخت‌های صنعت بیمه به ابر ارائه می‌نماید.

واژگان کلیدی: محاسبات ابری، مهاجرت ابری، صنعت بیمه، سرویس‌های ابری

۱. کارشناس ارشد مهندسی نرم افزار، بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، Shabnam.mhasani@gmail.com



بررسی تأثیر بازاریابی و پروسی بر جذب و حفظ مشتریان شرکت‌های بیمه استان اردبیل

علیرضا روشنی اصل^۱

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر تبلیغات و پروسی^۲ در جذب و حفظ مشتریان شرکت‌های بیمه استان اردبیل انجام گردید. هدف تحقیق از نوع کاربردی و روش تحقیق، توصیفی است. جامعه آماری تمامی مشتریان شرکت‌های بیمه در استان اردبیل می‌باشد. روش نمونه‌گیری، تصادفی در دسترس می‌باشد. حجم نمونه با فرمول کوکران تعیین و تعداد آن ۳۸۴ نفر است. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد بازاریابی و پروسی (خلید سلیمان و همکاران^۳، ۲۰۱۱) و جذب مشتری (مگنوس^۴، ۲۰۰۸) استفاده گردید. برای محاسبه پایایی از ضریب آماری آلفای کرونباخ استفاده شد. با آزمون کولموگروف اسمیرنف نرمال بودن متغیرها آزمون و سپس داده‌های گردآوری شده با نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان داد بازاریابی و پروسی بر جذب و حفظ مشتریان شرکت‌های بیمه استان اردبیل تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

واژگان کلیدی: بازاریابی و پروسی، جذب و حفظ مشتری، بیمه

۱. رئیس شعبه، شرکت بیمه سینا، دانشجوی دکتری مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

Ar.roshaniasl@yahoo.com

2. Viral Advertising

3. Khalid suleiman et al

4. Magnus



بررسی پلتفرم‌های تجارت الکترونیک با محوریت معرفی پلتفرم‌های اتکایی

تینا فرهادیان منفرد^۱، محسن قره‌خانی^۲، فریال فراکش^۳

چکیده

در این مقاله، تلاش شده است همراه با ذکر تاریخچه سیستم‌های تجارت الکترونیک، به معرفی پلتفرم‌ها در این حوزه پرداخته و ضرورت استفاده از این فناوری و عوامل مؤثر در پیشبرد رشد در استفاده از این پلتفرم‌ها به صورت کلی و در صنعت بیمه اتکایی توضیح داده شود. پلتفرم‌های موجود در حوزه واگذاری اتکایی و نقش آن‌ها در بخش‌های مختلف فرآیند اعم از واگذاری، قیمت‌گذاری و غیره، بررسی شده و دورنمای استفاده از این پلتفرم‌ها به اختصار ترسیم گردد.

واژگان کلیدی: پلتفرم، تجارت الکترونیک، دفتر کل توزیع شده، بیمه اتکایی، داده استاندارد

۱. بیمه اتکایی تهران، تهران، tina.farhadian@gmail.com

۲. بیمه اتکایی تهران، تهران، gharahkhani@gmail.com

۳. بیمه اتکایی تهران، تهران، f.farakesh88@gmail.com



مروری بر مبحث هوش مصنوعی و کارکردهای آن در مدیریت منابع انسانی

سعید صحت^۱، منا میلانی^۲

چکیده

از میانه قرن بیستم که پیشرفت تکنولوژی مسیر پرشتابی را در پیش‌روی خود تجربه کرد، حوزه اطلاعات مدیریت و به خصوص حوزه سیستم‌های خبره و از این میان هوش مصنوعی مورد توجه بسیاری واقع شده‌اند. سیستم‌های هوش مصنوعی ابتدا در ارتش و سپس در صنایع دیگر بکار گرفته شد و توانست به سرعت جایگاهی ویژه در بین ابعاد مختلف علم و دانش، صنعت و کسب‌وکار برای خود باز نماید. از این میان رشته مدیریت نیز از این مزایای نصیب نبوده است و سیستم‌های هوش مصنوعی دستاوردهای شایانی را در کارایی و اثربخشی در این حوزه ایجاد نموده‌اند. شایان ذکر است که از میان حوزه‌های مدیریت، مدیریت منابع انسانی نیز به شدت تحت تأثیر این سیستم‌ها قرار گرفته و هر روز سیستم‌های جدیدتری در دسترس مدیران برای بهینه‌سازی مدیریت منابع انسانی قرار می‌گیرند. در تحقیق حاضر سعی شده است در چهارچوب مرور ادبیات نظری، تعاریف هوش مصنوعی و کارکردهای مختلف آن در مدیریت منابع انسانی سازمان معرفی و شرح داده شود. نتایج یافته‌ها حاکی از این است که روند رو به افزایشی در استفاده از سیستم‌های هوش مصنوعی به خصوص شبکه‌های عصبی مصنوعی در کارکردهای مدیریت منابع انسانی به منظور افزایش کارایی، بهبود تصمیم‌گیری و خلق مزیت رقابتی پایدار در سازمان‌ها در حال شکل‌گیری روزافزون است.

واژگان کلیدی: هوش مصنوعی، سیستم‌های هوش مصنوعی، مدیریت منابع انسانی

۱. دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، sehhat@yahoo.com

۲. دانشجوی دکترای مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، milani.mona@gmail.com



روش‌های نوین اتکایی و کاربرد آن‌ها در طراحی برنامه بهینه اتکایی

محسن قره‌خانی^۱، فریال فراکش^۲، سید احمد میری چیمه^۳

چکیده

بازارهای بیمه اتکایی و بیمه مستقیم به سرعت در حال تغییر هستند. شرکت‌های بیمه در سراسر جهان به طور فزاینده‌ای در مدیریت سرمایه و ریسک‌های خود پیچیدگی دارند. راه‌حل‌های استراتژیک بیمه اتکایی می‌توانند انتقال ریسک را بهینه، کارایی سرمایه را افزایش و از استراتژی شرکت حمایت کند. همچنین این راه‌حل‌ها می‌توانند کارآمدتر، هدفمندتر و انعطاف‌پذیرتر از ظرفیت‌های سنتی باشند. بهترین استراتژی‌ها برای موفقیت، مبتنی بر همسویی بلندمدت بین همه ذی‌نفعان است. در این مقاله، راه‌حل‌های استراتژیک بیمه‌های پارامتریک، حوادث فاجعه‌آمیز و اوراق بهادار بیمه‌ای، حمایت از کارایی سرمایه، پوشش‌های گذشته‌نگر، راه‌حل‌های حمایت‌کننده از برنامه‌های ارتقای بررسی شده است.

واژگان کلیدی: برنامه بهینه اتکایی، بیمه پارامتریک، اوراق بهادار بیمه‌ای، حوادث فاجعه‌آمیز، پوشش‌های گذشته‌نگر

۱. بیمه اتکایی تهران، تهران، mgh@tehran.re

۲. بیمه اتکایی تهران، تهران، f.farakesh@tehran.re

۳. بیمه اتکایی تهران، تهران، a.miri@tehran.re



نقش اینترنت اشیا در توسعه دانش بنیان صنعت بیمه

ایمان ارسطو^۱، مهری دهقانی^۲

چکیده

اینترنت اشیا به عنوان یکی از فناوری‌های دانش بنیان نوظهور چند سالی است که رواج چشمگیری داشته است. ثبت و انتقال داده‌های مختلف وجوه زندگی انسانی بواسطه اتصال به اینترنت، مطلوبیت‌های جدیدی ایجاد کرده است. رواج اینترنت اشیا در سه محور ابزارک‌های پوشیدنی متصل به افراد، خودروهای متصل و همچنین ساختمان‌های هوشمند، ملموس‌تر بوده است. این موضوع سبب شده تا دریچه‌های تازه‌ای بر روی صنعت بیمه گشوده شود. شرکت‌های بیمه، در شناسایی ریسک‌ها و شرایط خطرزا، دقت بالاتر در ارزیابی ریسک‌ها، کنترل و مدیریت بهتر خسارت‌ها و ارایه محصولات جذاب‌تر بیمه‌ای، از اینترنت اشیا بهره‌مند شده است. ترکیب داده‌ها و دانش حاصل از فناوری اینترنت اشیا با خدمات و فرایندهای بیمه‌ای، می‌تواند از جنبه‌های مختلفی در توسعه دانش بنیان صنعت بیمه، ایفای نقش کند. در این مقاله تلاش شده تا با معرفی این فناوری، نقش آن در توسعه صنعت بیمه تشریح گردیده و نمونه‌های موفق ترکیب این فناوری با خدمات بیمه‌ای، برشمرده شده‌اند.

واژگان کلیدی: اینترنت اشیا، صنعت بیمه، دانش بنیان، ابزارک‌های پوشیدنی، خودرو متصل، ساختمان هوشمند

۱. مدیر عامل شبکه نوآفرینی بیمه و مالی پلنت و منتور بین الملل اینشورتک، تهران، iman@insurtechplanet.com

۲. کارشناس مسئول مالی مدیریت توسعه کانال‌های جدید، بیمه سامان، تهران، Mehri.dehghani@gmail.com



به کارگیری روش‌های یادگیری ماشین در تعیین صندوق

سرمایه‌گذاری بیمه‌نامه‌های متصل به واحد

شیما آراء^۱، حدیثه ناطقی^۲، فاطمه آهنگر سریزدی^۳، زهرا برزگر^۴

چکیده

هدف این مطالعه ارائه مدل‌های یادگیری ماشین جهت پیش‌بینی بازدهی صندوق سرمایه‌گذاری در یک محصول یونیت لینک است.

نظر به وابستگی کامل سودآوری محصولات یونیت لینک به بازده صندوق سرمایه‌گذاری مربوطه، انتخاب صندوق مناسب از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از این رو روش‌های ارائه شده در این مقاله در فاز طراحی محصول یونیت لینک راهگشا خواهند بود.

از آنجا که پیش‌بینی بازدهی هر صندوق از طریق پیش‌بینی قیمت صدور و ابطال آن میسر خواهد بود؛ از مدل‌های سری زمانی در این مطالعه استفاده شده است. مدل‌های آماری کلاسیک مانند میانگین متحرک یکپارچه خود هم‌بسته نیازمند برقراری مفروضات مشخصی هستند؛ علاوه بر این، استفاده از این روش‌ها در مدل کردن نوسانات قیمت سهام کارایی مناسبی ندارد. امروزه مدل‌های یادگیری ماشین رقبای جدی مدل‌های آماری کلاسیک در مسائل پیش‌بینی سری زمانی هستند. این مدل‌ها که مدل‌های مبتنی بر جعبه سیاه نیز نامیده می‌شوند، نمونه‌هایی از مدل‌های غیرخطی ناپارامتری هستند که فقط از داده‌های تاریخی برای یادگیری وابستگی تصادفی بین گذشته و آینده استفاده می‌کنند. از میان الگوریتم‌های متعدد یادگیری ماشین برای پیش‌بینی سری زمانی در این مطالعه از مدل‌های PROPHET/XG Boost، Glmnet، Random forest، PROPHET استفاده شده است. براساس مدل‌های نامبرده در سناریو بدبینانه صندوق ۲ و تحت سناریو حفظ روند کنونی و خوشبینانه صندوق ۱ بالاترین اندوخته را در ۵ سال آتی پیش‌بینی می‌کنند.

واژگان کلیدی: یونیت لینک، مدل یادگیری ماشین، سری زمانی، پیش‌بینی، صندوق سرمایه‌گذاری در سهام

۱. مدیریت اکچوثری، بیمه سامان، تهران، Sh.ara@samaninsurance.ir

۲. مدیریت اکچوثری، بیمه سامان، تهران، h.nateghi@samaninsurance.ir

۳. مدیریت اکچوثری، بیمه سامان، تهران، f.saryazdi@samaninsurance.ir

۴. مدیریت اکچوثری، بیمه سامان، تهران، z.barzegar@samaninsurance.ir



بررسی راهکارهای ارائه بیمه خرد دیجیتال به عنوان یک محصول دانش بنیان بیمه

شادان مهران^۱، محمد صدیقی گیلانی^۲، رهام فیض آبادی^۳

چکیده

تحولات مبتنی بر فناوری‌های مدرن جوامع مختلف را تحت تأثیر خود قرار داده است و رقابت‌های جدیدی بر اساس دانش ایجاد شده است که از پایه‌های اقتصاد دانش بنیان است. از همین رو، در کشور ما نیز تاکیدات زیادی برای برای نوآوری مبتنی بر دانش در حوزه‌های مختلف انجام شده است. در صنعت بیمه نیز به عنوان یکی از ارکان اقتصادی کشور، ارائه محصولات و ابزارهای دانش بنیان اهمیت پیدا کرده است. در این مقاله که با روش‌شناسی توصیفی و کاربردی و بهره‌گیری از مرور سیستماتیک و مقایسه‌ای ادبیات تدوین شده است، مقوله بیمه خرد دیجیتال به عنوان یک محصول دانش بنیان بیمه که می‌تواند شکاف بیمه‌ای در کشور را پوشش دهد و راهکارها و تجربیات ارائه آن مورد بررسی قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: دانش، فناوری، بیمه خرد، دیجیتال، اقشار کم آسیب‌پذیر

۱. مشاور کمیته راهبردی، شرکت بیمه سامان، تهران، shadan.mehran@gmail.com

۲. مشاور کمیته راهبردی، شرکت بیمه سامان، تهران، msadighi413@gmail.com

۳. مشاور کمیته راهبردی، شرکت بیمه سامان، تهران، roham.feizabadi@gmail.com



Estimation of Premium in the Presence of Outliers

R. Mollaie ¹, M. Jabbari Nooghabi ²

Abstract

We consider the estimation of the Bayesian Premium under squared error loss function (symmetric), linear exponential, and entropy loss function (asymmetric), using informative and non-informative priors. We use the Markov Chain Monte Carlo methods such as the importance sampling procedure. The results are analyzed by using simulation studies.

KeyWords: Bayesian Premium, Pareto Distribution, Outliers

1. Department of Statistics, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad-Iran, ra.mollaye@mail.um.ac.ir

2. Department of Statistics, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad-Iran, jabbarinm@um.ac.ir; jabbarinm@yahoo.com

بیست و نهمین همایش ملی و
دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه

ISC SID



پنل مدیریت ریسک دانش بنیان حوادث سایبری، طبیعی و تغییرات اقلیمی

رئیس: دکتر سعید صحت

اعضا:

دکتر علی استاد هاشمی

دکتر بهنام شهریار

دکتر اسماء حمزه

دکتر مجید مشعلچی

پنل مدیریت ریسک دانش بنیان حوادث سایبری،
طبیعی و تغییرات اقلیمی

مقالات ارائه



ارزیابی ریسک دانش‌بنیان در خسارت بیمه‌های زندگی با استفاده از داده‌کاوی (مورد مطالعه بیمه سامان)

سارا سهرابی^۱، فاطمه بیانی^۲

چکیده

باتوجه به پیشرفت سریع فناوری اطلاعات، حجم اطلاعات ذخیره شده در پایگاه‌های داده شرکت‌های بیمه به سرعت در حال افزایش بوده و در این مقاله به بررسی نقش داده‌کاوی در کشف دانش موجود در پایگاه داده‌ها در صنعت بیمه پرداخته شده است. نتایج به دست آمده نشان داد که اهمیت اصلی داده‌کاوی در صنعت بیمه تنها در پایگاه داده بزرگ و شناسایی پایگاه داده‌های مشتریان است و اگر به درستی مدیریت، تحلیل و به کار گرفته شوند دارای‌های منحصر به فرد و با ارزش هستند. هدف این تحقیق دانش‌بنیان اعتبار و پیش‌بینی احتمالی خسارت در بیمه‌نامه‌های عمر و تشکیل سرمایه است، که یکی از اساسی‌ترین و ضروری‌ترین اصول مدیریت در شرکت‌های بیمه است، که تحت عنوان اصول مدیریت ریسک بیمه‌نامه در سطح بین‌المللی مورد توجه قرار گرفته است. مدل فوق توسط الگوریتم‌های داده‌کاوی مدل‌سازی و قواعدی برای پیش‌بینی ریسک خسارت مشتریان ارائه می‌کند. روش انجام تحقیق براساس روش‌شناسی استاندارد CRISP-DM و با استفاده از تکنیک‌های داده‌کاوی همچون الگوریتم k-means دسته‌بندی و درخت تصمیم همچون C5 و CHAID انجام شده است.

واژگان کلیدی: داده‌کاوی، ریسک، خوشه‌بندی، درخت تصمیم، کشف دانش، دانش‌بنیان

۱. کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، Sara0sohrabi@gmail.com

۲. کارشناسی مهندسی کامپیوتر سخت افزار، دانشگاه آزاد اسلامی، دانشگاه تهران مرکز، f.bayaani@gmail.com



بایستگی بازنگری نگاره‌های پهنه‌بندی خطر زمین‌لرزه و کارایی آن‌ها در ساماندهی بهای بیمه

محمد آریامنش^۱، مریم اثنی‌عشری^۲

چکیده

نبود داده‌های به روزشده، نمای نادرستی از چگونگی لرزه‌خیزی پهنه‌های گوناگون را به نمایش گذاشته است. این نکته، زمینه‌ای را پدید آورده تا پهنه‌هایی که شاید لرزه‌خیزی بالایی داشته باشند، با انگیزه‌ی نبود آمار درستی از رخداد‌های لرزه‌ای، در گستره‌ای با گزند(خطر) کم یا میانه، جای داده شوند. از آن‌میان، می‌توان شهرهای بم و طبس را نام برد که در نگاره‌های پذیرفته شده و هم‌رسانی گردیده در جایگاه با گزند(خطر) کم پنگاشته شده بودند، ولی رخداد زمین‌لرزه‌های مهیب در این دو شهر نشان داد که دسته‌بندی‌های انجام شده، پشتوانه‌ی دانشورانه و راستینگی نداشته‌اند. یکی از شایان‌ترین لغزش‌های پیش‌آمده در این باره؛ به‌کارگیری روش‌های آماری بوده است. این‌گونه کژی‌های پژوهشی، مایه‌ی کاستی‌های بسیاری در ساخت‌وسازهایی شد که توان و پایداری بسنده‌ای در برابر زمین‌لرزه را نداشته باشند و از سوی دیگر همین دسته‌بندی پایه‌ای برای نرخ‌گذاری بیمه در این پهنه‌ها بوده است. بیگمان این‌گونه ارزیابی‌ها و یا بررسی‌های موشکافی نشده می‌تواند افزون بر پایه‌گذاری‌های نادرست در سازندگی و گسترش شهری، زیان‌های جانی و مالی بسیاری را به دنبال داشته باشد. در این پژوهش کوشش شد تا با واکاوی گستردگی زیان‌های ناشی از شیوه‌های آماری در نرخ‌گذاری بیمه‌ی زمین‌لرزه، بایستگی به‌کارگیری شیوه‌های نوین و روشن‌تری، پیشنهاد شود.

واژگان کلیدی: زمین‌لرزه، لرزه‌خیزی، بیمه، نرخ‌گذاری، پهنه‌بندی

۱. گروه زمین‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، aryamanesh@pnu.ac.ir

۲. گروه بیمه‌های ثالث و اشخاص، پژوهشکده بیمه، تهران، esnaashari@irc.ac.ir



بیمه هوشمند تغییرات اقلیمی برای محصولات کشاورزی بر پایه فناوری دفتر کل توزیع شده

نیره نظر^۱، مهرانوش ساوه دربندسر^۲، المیرا سلیمی^۳

چکیده

بیمه‌نامه تغییرات اقلیمی به دلیل افزایش تعداد حوادث فاجعه‌بار مرتبط با آب و هوا و خسارات ناشی از آن به طور کل برای اقتصاد و به طور خاص برای شرکت‌های بیمه به یک موضوع مهم تبدیل شده است. تابستان‌های بسیار گرم و خشک سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ و ماه‌ها انتظار کشاورزان برای دریافت خسارت، ضعف‌های موجود در ساز و کار بیمه کشاورزی در اروپا را برجسته ساخت. در این مقاله ویژگی‌های بیمه بازده گرا و بیمه شاخص گرا (IBI) در حوزه کشاورزی با توجه به پیشرفت‌ها و روندهای جدید در فناوری اطلاعات مورد مقایسه قرار گرفته است. همچنین مزایا و چالش‌های استفاده از فناوری دفتر کل توزیع شده در استفاده از بیمه‌های کشاورزی مبتنی بر شاخص مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهند استفاده از فناوری‌های دفتر کل توزیع شده در ترکیب با بیمه‌های شاخص گرا نه تنها قادر به حل مشکلات موجود است بلکه روند توسعه ابزارهای نوآورانه مدیریت ریسک جهت صدور و ارائه خدمات بیمه هوشمند را تسهیل می‌کند.

واژگان کلیدی: بیمه شاخص گرا، فناوری دفتر کل توزیع شده، بیمه تغییرات اقلیمی، قراردادهای هوشمند، کشاورزی الکترونیکی

۱. کارشناس بیمه‌های مهندسی، شرکت بیمه ملت، تهران، Nayerenazar@gmail.com

۲. کارشناس ارزیاب خسارت کشتی، شرکت بیمه متقابل اطمینان متحد قشم، تهران، M.sdarbandsari@gmail.com

۳. کارشناس بیمه، تهران، Elmirasalimi@gmail.com



ارائه الگوی مالی مدیریت ریسک زمین‌لرزه و جایگاه آن در اقتصاد دانش‌بنیان منطقه‌ی مورد مطالعه، شهرستان گلپایگان، شمال باختری استان اصفهان

منصوره فرزانه^۱، سید محمد عباس‌نیا^۲

چکیده

در این پژوهش نخست، زمینه‌ی لرزه‌خیزی در شهرستان گلپایگان بر پایه‌های داده‌های دستگاهی، تاریخی و بازدیدهای میدانی انجام شد. سپس بر نمودار لرزه‌خیزی و شایمندی بازگشت زمین‌لرزه برای یک دوره‌ی ۴۵۷ سال به‌دست آمد. پس از آن با بهره‌برداری از آمار و نمودارهای به‌دست آمده بیشترین شتاب زمین‌لرزه در دوره‌ی یاد شده تهیه و نگاره‌ی پهنه‌بندی خطر زمین‌لرزه برای این شهرستان پنگاشته شد. در گام دیگر تلاش شد تا با بررسی‌های میدانی، گسترش خطرپذیری در بخش‌های گوناگون شهرستان ارزیابی شود. پاسخ‌های به دست آمده نشان می‌دهد که چنانچه زمین‌لرزه‌ای با بزرگای بیش از ۶ در این شهرستان روی دهد بیش از ۸۲ درصد از ساختمان‌های بازرگانی، ۷۸ درصد از ساختمان‌های نشیمنگاهی (مسکونی)، نزدیک به ۷۳ درصد از ساختمان‌های آموزشی، ۶۷ درصد ساختمان‌های پیشه‌وری (صنعتی) و کشاورزی و ۵۹ درصد از ساختمان‌های بهداشتی و بیمارستانی ویران خواهند شد یا آسیب‌های بنیادی خواهند دید. در گام پایانی برای آگاهی از توانمندی مردم بر پایه‌ی پرسشنامه‌های ویژه، گفتگوهای میدانی شد. در بین روشن نمودن سه گونه بیمه، بیمه آزاد، بیمه‌های پارامتریک و برکه‌های قرضه، بیش از ۸۷ درصد از مردم از برکه‌های قرضه پیشوازی نمودند.

واژگان کلیدی: ریسک زمین‌لرزه، برکه‌های قرضه و بهادار، اقتصاد دانش‌بنیان، الگوی مالی، گلپایگان

۱. گروه زمین‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، Farzaneh.mansureh@gmail.com

۲. گروه مدیریت مالی، دانشگاه پیام نور، سمنان، Sm.abbasnia@pnu.ac.ir



نقشه راه عملی برای ارزیابی ریسک سایبری

شیما آراء^۱، زهرا برزگر^۲، حدیثه ناطقی^۳، فاطمه آهنگر سریزدی^۴

چکیده

افزایش ارتباطات داخلی و پیشرفت در فناوری سبب شده است که امنیت سایبری به یک نگرانی جهانی تبدیل شود. این مقاله به خطرات تحولات ریسک سایبری، چالش‌های کمی‌سازی تأثیر حملات سایبری و امکان‌سنجی روش‌های اکچوئری سنتی برای کمی‌سازی زیان‌های سایبری می‌پردازد و یک نقشه راه عملی برای ارزیابی ریسک سایبری ارائه می‌کند؛ نقشه راهی که بر اهمیت توسعه یک شرکت، مدل ریسک و تاب‌آوری خاص فرهنگ سازمان تأکید دارد. این مقاله ساختاری برای شبکه‌بیزی ایجاد می‌کند تا زیان مالی را به عنوان تابعی از محرک‌های اصلی ریسک و تاب‌آوری مدل‌سازی کند. بعلاوه از ارزیابی کارت امتیازی کیفی برای تعیین سطح قرار گرفتن در معرض ریسک سایبری و ارزیابی اثربخشی تلاش‌های تاب‌آوری در سازمان استفاده می‌کند. همچنین بر اهمیت سرمایه‌گذاری بر دانش متخصصان درون سازمان تأکید می‌کند و روش‌های جمع‌آوری ارزیابی‌های چندگانه را مورد بحث قرار می‌دهد. از دیدگاه مدیریت ریسک سازمانی، تأثیر بر ارزش باید دغدغه اصلی مدیران باشد لذا این مقاله از یک رویکرد ارزش‌محور/شهرت برای مدیریت ریسک به جای رویکرد نظارتی/سرمایه‌محور استفاده می‌کند.

واژگان کلیدی: ریسک سایبری، شبکه‌بیزی، ارزیابی کارت امتیازی، مدیریت ریسک، تاب‌آوری

۱. شرکت بیمه سامان، تهران

۲. شرکت بیمه سامان، تهران

۳. شرکت بیمه سامان، تهران

۴. شرکت بیمه سامان، تهران

پنل مدیریت ریسک دانش بنیان حوادث سایبری،
طبیعی و تغییرات اقلیمی

مقالات پذیرش شده به
صورت صرفاً چاپ



نقش بیمه‌های سایبری در رشد شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه تجارت الکترونیک

علیرضا دقیقی اصلی^۱، مهدیه چوپانی^۲، عباس امامی محرم^۳

چکیده

شرکت‌های دانش‌بنیان، از منابع مهم درآمدی و به‌عنوان عامل اثرگذار بر توسعه اقتصادی کشور شناخته می‌شوند. هم‌چنان که سازمان‌ها بیش از پیش به دارایی‌های دیجیتالی خود وابسته می‌شوند، در برابر حملات مکرر و آسیب‌زننده ناشی از اتصال، آسیب‌پذیرتر می‌گردند. اهمیت این موضوع به خصوص در شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه تجارت الکترونیک دو چندان می‌شود؛ چرا که فعالیت و حیات این شرکت‌ها به اینترنت و فناوری وب بسیار وابسته است و وقوع ریسک‌های سایبری ضرر و زیان جبران‌ناپذیری را بر این کسب‌وکارها وارد می‌آورد.

گرچه بیش از دو دهه از ارائه راه‌حل بیمه سایبری به‌منظور انتقال ریسک وقوع حملات سایبری در جهان می‌گذرد، سوالات بی‌پاسخ بسیاری در عمل و تحقیق وجود دارد و این مهم به خصوص در کشور ما آن‌طور که باید مورد توجه پژوهشگران و متخصصان قرار نگرفته است. در پژوهش پیش‌رو به بررسی نقش بیمه‌های سایبری در رشد شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه تجارت الکترونیک پرداخته شده است.

بدین منظور پس از مرور نظام‌مند، مصاحبه کیفی نیمه ساختار یافته به روش فوکوس گروپ دو مرحله‌ای با خبرگان انجام شد. نتایج پژوهش بیانگر آن است که بیمه سایبری از طرق مختلف بر رشد شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه تجارت الکترونیک اثرگذار است که در سه دسته کلی بهبود در منابع مالی، مزیت رقابتی و افزایش مشتریان دسته‌بندی شده است.

واژگان کلیدی: بیمه سایبری، دانش‌بنیان، تجارت الکترونیک، استارت‌آپ، اینشورتک

۱. بیمه مرکزی ایران، معاونت نظارت، اداره کل نظارت بر شرکت‌های بیمه و هماهنگی امور استان‌ها، تهران،

Daghighiasli@gmail.com

۲. مدیرعامل، استارت‌آپ ایمنتا، تهران، Mahdiyechoopani@gmail.com

۳. مدیرعامل، استارت‌آپ سایبرنس، تهران، Abbas.emami1014@gmail.com



تأثیر ریسک ماهیت صنعت، ریسک درون سازمانی و ریسک فرآیندهای داخلی بر عملکرد مالی شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در صنعت بیمه؛ نقش‌های تعدیل‌گر نوآوری دیجیتال و آمادگی برای تغییر دیجیتال

زهرا عباسی^۱، دنیا السادات فرحبخش^۲، علی گرایلی^۳

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر ریسک‌های شرکتی شامل ریسک ماهیت صنعت، ریسک درون سازمانی و ریسک فرآیندهای داخلی بر عملکرد مالی در شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در صنعت بیمه با در نظرگیری نقش‌های تعدیل‌گری نوآوری دیجیتال و آمادگی برای تغییر دیجیتال انجام شده است. بدین منظور پژوهشی پیمایشی طراحی شده که در آن جامعه آماری، مدیران و کارکنان امور مالی شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در صنعت بیمه مستقر در استان تهران شامل ۴۴۲ نفر بوده که با مراجعه به پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و مراکز نوآوری فعال در استان تهران، براساس جدول مورگان به روش نمونه‌گیری در دسترس، ۲۰۵ نفر از ایشان انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها نیز پرسشنامه استاندارد با مجموع ۲۸ گویه برگرفته از پژوهش‌های چن و همکارانش (۲۰۱۸) و ژن و همکارانش (۲۰۲۱) بوده است. یافته‌های آمار توصیفی نشان دهنده وضعیت نامطلوب عملکرد مالی و ریسک ماهیت صنعت، ریسک درون سازمانی و ریسک فرآیندهای داخلی و وضعیت مطلوب نوآوری دیجیتال و آمادگی برای تغییر دیجیتال در این شرکت‌ها بوده است. یافته‌های آمار استنباطی نیز نشان دهنده تأثیر منفی ریسک‌های ماهیت صنعت، درون سازمانی و فرآیندهای داخلی بر عملکرد مالی این شرکت‌ها بوده و در این میان، نوآوری دیجیتال و آمادگی برای تغییر دیجیتال، تعدیل‌گر منفی هستند. به نظر می‌رسد شرکت‌های دانش‌بنیان به منظور کاهش تأثیرات منفی انواع ریسک‌ها بر عملکرد مالی‌شان، می‌بایست بر نوآوری دیجیتال و آمادگی برای تغییر دیجیتال تمرکز نمایند.

واژگان کلیدی: ریسک ماهیت صنعت، ریسک درون سازمانی، ریسک فرآیندهای داخلی، عملکرد مالی، نوآوری دیجیتال، آمادگی برای تغییر دیجیتال، شرکت‌های دانش‌بنیان، صنعت بیمه

۱. کارشناس منابع انسانی، تجارت نو، تهران، z.abbasi70@gmail.com

۲. کارشناس بیمه‌های مسئولیت، تجارت نو، تهران Farahbakhsh.2131@gmail.com

۳. مدیرعامل صندوق تامین آتیه کارکنان، تجارت نو، تهران، Ali.gerayliag@gmail.com

پنل مدیریت ریسک دانش بنیان حوادث سایبری،
طبیعی و تغییرات اقلیمی

مقالات پوستری



رابطه اقتصاد دانش‌بنیان و رفتارهای نوآورانه با در نظر گرفته نقش ساختار سازمانی بر توسعه صنعت بیمه

حاتم نعمتی^۱

چکیده

این مطالعه به بررسی رابطه اقتصاد دانش‌بنیان و رفتارهای نوآورانه با در نظر گرفته نقش ساختار سازمانی بر توسعه صنعت بیمه پرداخت. هدف این مطالعه تبیین رابطه اقتصاد دانش‌بنیان و رفتارهای نوآورانه برای توسعه صنعت بیمه می‌باشد. این تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی و از منظر هدف از نوع کاربردی است زیرا با هدف ارائه پیشنهاداتی به کارکنان شرکت بیمه انجام می‌شود. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه کارکنان شرکت بیمه پاسارگاد در غرب تهران می‌باشد و تعداد آنها ۲۷۰ نفر؛ محدود و معین است؛ جهت تعیین حداقل حجم نمونه لازم، از جدول مورگان استفاده می‌گردد که براساس این جدول تعداد ۱۵۸ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب می‌شوند. روش نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده می‌باشد. یافته‌های مطالعه نشان داد که اقتصاد دانش‌بنیان و رفتارهای نوآورانه با توجه به نقش ساختار سازمانی بر توسعه صنعت بیمه اثرگذار هستند و با توجه به نقش میانجی رابطه اقتصاد دانش‌بنیان و رفتارهای نوآورانه با ساختار سازمانی برابر با ۰,۶۹ می‌باشد.

واژگان کلیدی: اقتصاد دانش‌بنیان، رفتارهای نوآورانه، ساختار سازمانی، توسعه صنعت بیمه

۱. کارشناسی ارشد در رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی



درآمدی بر وجوه نظری اقتصاد تطوری و روش‌های تکاملی در تبیین اقتصاد دانش‌بنیان

علی پارسامنش^۱، مهدی احراری^۲، عبدالله (امید) نجار فیروزجائی^۳

چکیده

مهمترین مسئله‌ای که جریان‌ها و مکاتب بدیل^۴ در علم اقتصاد را در مسیر اصلاح و تکامل اقتصاد متعارف و جریان اصلی^۵ بسط داد، توجه به واقعیات و ریشه‌های موجد پدیده‌های اقتصادی در سطح خرد و کلان بود که به تمامی متأثر از محور اصلی آن یعنی انسان می‌باشند و به طریق اولی بر محیط‌های اجتماعی و اقتصادی و نیز نهادها و ترتیبات نهادی مرتبط اثر معناداری را به جا می‌گذارند. نکته مهمی که در اکثر مطالعات مغفول مانده و اساساً به آن پرداخته نمی‌شود، توجه به بنیان‌های معرفت‌شناسی و روش‌شناسی مدل‌سازی در حوزه علوم انسانی به طور عام و اقتصاد و بیمه به طور خاص می‌باشد که عملاً مجموعه مطالعات صورت گرفته را در یک مدار مرسوم سامان داده و نوآوری‌هایی را در سطح همان جریان‌های متعارف دست به دست می‌کنند. به عبارت بهتر وجوه ممیزه ناشی از به کارگیری روش‌های جدید فقط در سطح جایگزینی روش‌ها و نه عمق دادن به بنیان‌های شناختی در حوزه‌های معرفت‌شناسی و روش‌شناسی صورت گرفته که عملاً هیچ‌طور و تکاملی را در این مسیر ایجاد ننموده است. این مقاله درصدد است با طرح اجمالی ادبیات تکاملی و تطوری در اقتصاد، با تبیین وجوه نظری آن، نوعی بینش بنیادی و عمیق از حوزه اقتصاد دانش‌بنیان را ارائه نماید.

واژگان کلیدی: اقتصاد دانش‌بنیان، اقتصاد تکاملی، تطوری، روش‌های تکاملی

۱. دکتری مدیریت، مدیر آموزش، پژوهش و توسعه بیمه دانا، A_Parsaa@yahoo.com

۲. دکتری اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی، مشاور معاون برنامه ریزی و توسعه بیمه دانا، meahrari@gmail.com

۳. دکتری اقتصاد، معاون پژوهش‌های اقتصادی و راهبردی بیمه دانا، omid.najar@yahoo.com

4. Heterodox

5. Main Stream



ریسک تغییرات اقلیمی و رویکرد دانش‌بنیان صنعت بیمه در پارادایم حقوق محیط‌زیست

فرزانه محمدحسین^۱، رضا جعفری^۲، مسعود رستم‌پور^۳

چکیده

اهمیت توجه به مقوله‌های مرتبط با خطر تغییرات اقلیمی برای صنعت بیمه در اقتصاد و توسعه‌ی پایدار، لزوم تحلیل رابطه‌ی دانش با صنعت بیمه را نشان می‌دهد. چارچوب‌های حقوق بین‌الملل محیط‌زیست که در قالب حقوق نرم و معاهدات بین‌المللی نمود می‌یابد یکی از بسترهای مهم حفاظت از محیط‌زیست است. در این مقاله با روش تحلیلی-توصیفی، ارتباط میان ریسک پیش‌روی صنعت بیمه در مواجهه با تغییرات اقلیمی و رویکردهای دانش‌بنیان این صنعت در مقابل خطرات زیست‌محیطی بررسی شد. از مهم‌ترین اصول مطرح در حقوق بین‌الملل محیط‌زیست، اصل همکاری است که تأکید بر همکاری همه‌ی دولت‌ها در اجرای تعهدات زیست‌محیطی دارد. تحقق این اصل در حقوق داخلی وابسته به سیاست‌گذاری‌های کلان کشورهاست از این‌رو سیاست‌های اقتصادی در مسیر توسعه‌ی پایدار، از مهم‌ترین همکاری‌های جهانی محسوب می‌شود. صنعت بیمه به‌عنوان یک بنگاه مهم اقتصادی با اتخاذ رویکردهای مناسب در تحقق اهداف هزاره نقش مؤثری دارد. نگاه مبتنی بر دانش، با کم‌ترین میزان خطا و بیش‌ترین میزان اثربخشی، راهکاری مناسب است یکی از گزینه‌های پیش‌روی صنعت بیمه، همکاری‌های مشترک با شرکت‌های دانش‌بنیان است. این همکاری‌ها می‌تواند هم در قالب بیمه‌نامه‌های خاص برای پوشش ریسک بالقوه‌ی این شرکت‌ها باشد که مهم‌ترین آن‌ها ریسک بازار است و هم حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیانی که در حوزه‌های زیست‌محیطی فعالند.

واژگان کلیدی: ریسک تغییرات اقلیمی، دانش‌بنیان، بیمه، حقوق محیط‌زیست

۱. دانشجوی دکترای حقوق محیط‌زیست، معاون گروه مطالعات میان‌رشته‌ای بیمه دانا (نویسنده مسئول)

far_mhosein@yahoo.com

۲. دکترای مدیریت مالی، مدیرعامل شرکت بیمه دانا، Rjafari212@yahoo.com

۳. کارشناسی ارشد حقوق بین‌الملل، سرپرست معاون توسعه و برنامه‌ریزی بیمه دانا

Masoud.rostampour.f@gmail.com



کاربرد فناوری‌های نوین در فرایندهای بیمه‌گری تغییر اقلیم

مریم ثنائی^۱

چکیده

پدیده تغییر اقلیم و تحول فناوری دو روند مهم در قرن اخیر هستند که افزایش تعاملات صورت گرفته در آن‌ها، نقش مهم و مؤثری در بهبود عملکرد صنعت بیمه در مقابله با تغییر اقلیم ایفا می‌کند. شواهد موجود در سراسر جهان از یک سو حاکی از افزایش اثرات ویرانگر پدیده تغییر اقلیم شامل افزایش دفعات وقوع و شدت حوادث طبیعی مانند خشکسالی، گرمای شدید، طوفان و... است و از سوی دیگر تضعیف ظرفیت تاب‌آوری جوامع و ایجاد اثرات منفی بر وضعیت اجتماعی و اقتصادی کشورها به ویژه جوامع آسیب‌پذیر را به همراه دارد که سبب ایجاد چالش‌هایی نیز در زمینه بیمه‌گری، قیمت‌گذاری و مدیریت ریسک اقلیمی شده است. از طرفی مطالعات صورت گرفته نشان می‌دهند که تحول دیجیتال موجب افزایش در دسترس بودن و مقرون به صرفه بودن ابزار حفاظت مالی و کمک به ارزیابی جامع‌تر ریسک‌ها و اثرات حوادث فاجعه‌آمیز ناشی از تغییر اقلیم، برنامه‌ریزی سرمایه‌گذاری مؤثر در راهکارهای کاهش و انتقال ریسک می‌شود. گسترش سریع زیرساخت‌ها و دستگاه‌های دیجیتالی نیز پتانسیل عظیمی برای بکارگیری فناوری‌های نوین در فرایند بیمه‌گری تغییر اقلیم فراهم آورده است. لذا شرکت‌های بیمه با بکارگیری فناوری‌های سبب تحول در اندازه‌گیری و نظارت بر اثرات ریسک‌های اقلیمی و همچنین تجزیه و تحلیل به موقع، جامع و دقیق موجب بهبود مدیریت ریسک، پرداخت خسارت و فرایندهای بیمه‌گری تغییر اقلیم و در نتیجه کمک به تاب‌آوری هر چه بیشتر جوامع آسیب‌پذیر و کسب و کارهای کوچک می‌شوند.

واژگان کلیدی: تغییر اقلیم، بیمه‌گری، فناوری نوین، مدیریت ریسک

۱. دانش آموخته دکتری رشته اقلیم‌شناسی سینوپتیک، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، Sanaei.qei@gmail.com



ارائه چارچوب پیشنهادی مدیریت ریسک دانش‌بنیان در شرکت‌های بیمه

فائزه موسوی^۱، زینب حمیدی فر^۲

چکیده

مدیریت ریسک دانش‌بنیان (KBRM^۳) برای حفظ رقابت شرکت‌های بیمه در محیط کسب‌وکار امری ضروری محسوب می‌شود. با وجود شدت رقابت روز افزونی که میان شرکت‌های بیمه وجود دارد، شرکت‌ها نمی‌توانند، تنها با اتکا به فرایندهای داخلی موفق شوند و در عرصه رقابت باقی بمانند. بنابراین، شرکت‌های بیمه با بکارگیری فرایندهای مدیریت دانش در فرایند مدیریت ریسک سازمانی، می‌توانند ریسک‌های خود را کاهش داده و به اهداف خود دست یابند.

هدف این مقاله ارائه چارچوب مدیریت ریسک (RM^۴) مبتنی بر مدیریت دانش (KM^۵) برای شرکت‌های بیمه است. این مقاله تلاش می‌کند تا یک چارچوب مفهومی تحت عنوان مدیریت ریسک دانش‌بنیان با استفاده از فرایندهای مدیریت دانش در جهت بهبود اثربخشی و افزایش احتمال موفقیت در فرایندهای بیمه‌ای و همچنین بهبود کارایی فرآیند برنامه‌ریزی پاسخ به ریسک (RRP^۶) ارائه دهد. در این راستا، به فرایند مدیریت ریسک سازمانی پیشنهادی برای شرکت‌های بیمه بر اساس استاندارد بین‌المللی، فرایند مدیریت دانش، و همچنین، فرایندهای ناشی از ادغام فرایندهای مدیریت ریسک و مدیریت دانش و نحوه‌ی ارتباط بین آنها بر اساس مطالعات بین‌المللی پرداخته شد. سپس چارچوب مدیریت ریسک دانش‌بنیان در شرکت‌های بیمه، با بکارگیری فرایندهای ناشی از ادغام فرایندهای مدیریت ریسک و مدیریت دانش در نمودار زمینه‌ای ارائه شده، طراحی شده است. این مدل به تایید ۵ تن از خبرگان صنعت بیمه نیز رسیده است.

واژگان کلیدی: چارچوب، مدیریت ریسک، دانش‌بنیان، شرکت‌های بیمه

۱. کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، واحد مدیریت ریسک، شرکت بیمه کوثر،

تهران، (نویسنده مسئول)، f.1992@moosavi.com

۲. دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی، دانشگاه تهران، واحد مدیریت ریسک، شرکت بیمه کوثر، تهران،

z.hamidifar@kns.ir

3. Knowledge Based Risk Management

4. Risk Management

5. Knowledge Mangement

6. Risk Response Planning



نقش بازاریابی مبتنی بر مشارکت مشتری به عنوان یک مفهوم دانش بنیان در مدیریت ریسک‌های سازمانی در صنعت بیمه

نیما نوراللهی^۱، فرزانه سلیمانی^۲، سعید ابراهیم‌زاده^۳

چکیده

در کسب‌وکارهای پر چالش و پر تلاطم امروزی، مواجهه سازمان‌ها با ریسک‌های محیطی و داخلی اجتناب‌ناپذیر است. ریسک‌های سازمانی می‌تواند مهمترین تهدیدات برای بقا سازمان به حساب آید و از طرفی همزمان مهمترین عامل رشد و استفاده از فرصت‌ها برای سازمان باشد و به نوعی مزیت رقابتی محسوب گردد. از این رو مدیریت ریسک سازمانی (ERM)^۴ هم اکنون به عنوان یکی از موضوعات اصلی تحلیل کسب‌وکار، توجه شرکت‌ها را به خود جلب نموده است. در این میان نمی‌توان از نقش مشتریان به عنوان سرمایه، اعتبار، آینده یک بنگاه اقتصادی غافل ماند یکی از مفاهیم روز بازاریابی مبحث مشارکت مشتریان می‌باشد که در این تحقیق سعی گردیده نقش آن در مدیریت ریسک‌های صنعت بیمه تحلیل گردد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند با توجه به ماهیت دانشی، نوآوری و فناورمحور بودن مشارکت مشتری به عنوان یک مفهوم دانش بنیان و تلفیق آن با نقش شاخص‌های کیفی مدیریت ریسک در ارزیابی ریسک‌های سازمانی در صنعت بیمه، می‌توان، علاوه بر مدیریت ریسک‌های سازمانی بالاخص ریسک‌های بیمه‌گری و عملیاتی، در بلندمدت با خلق ارزش مشترک به توسعه فرهنگ بیمه و به تبع آن ضریب نفوذ بیمه کمک نمود.

واژگان کلیدی: مشارکت مشتری، دانش بنیان، ریسک‌های سازمانی

۱. دکتری مدیریت منابع انسانی، مدیر عامل و نائب رئیس هیأت مدیره بیمه تجارت نو، Npm.nourollahi@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی بازاریابی، مدیر ریسک و اکچوئری بیمه تجارت نو، f.soleimani984@gmail.com

۳. دکتری حقوق بین الملل عمومی، مشاور مدیر عامل در امور حقوقی و قراردادهای بیمه تجارت نو

Saeide58@gmail.com

4. Enterprise risk management



بررسی نحوه حمایت صنعت بیمه از شرکت‌های زایشی دانشگاهی

مرضیه جعفریان دیوکلایی^۱، محمد اصغری اعلائی^۲، حمید قنبروند^۳، علی دهره صبح^۴

چکیده

اهمیت تولید و انتشار دانش در خلق ثروت نقش مورد انتظار از دانشگاه‌ها را دگرگون کرده است. امروزه از دانشگاه‌ها انتظار می‌رود نقش فعالی در تجاری سازی و انتقال دانش و فناوری به صنعت ایفا کنند. شرکت‌های زایشی دانشگاهی که براساس نتایج تحقیقات موسسات دانشگاهی و پژوهشی و با مشارکت این موسسات و محققین ذیربط آنها تأسیس می‌شود، یکی از مهمترین سازوکارهای تجاری سازی نتایج تحقیقات محسوب می‌شود که بیشترین منافع مالی را عاید این مؤسسات کرده و تاثیر قابل توجهی نیز در رشد اقتصادی دارد. اهمیت ایجاد شرکت‌های زایشی دانشگاهی به عنوان ملموس‌ترین روش تجاری سازی دستاوردهای دانشگاهی به طور روزافزونی مورد تاکید قرار گرفته است. اما این روش پیچیده‌ترین روش تجاری نیز بوده و با ریسک‌های متعددی مواجه است. در این مقاله تلاش شده تا با استفاده از روش تحقیق کتابخانه‌ای و مبتنی بر مطالعه منابع اطلاعاتی ضمن بررسی نحوه ایجاد شرکت‌های زایشی دانشگاهی، به ریسک‌های موجود در این زمینه پرداخته و نحوه حمایت صنعت بیمه از این نوع شرکت‌ها روشن گردد. در این راستا ضمن مطالعه مفهوم و بیان تعاریف موجود در خصوص شرکت‌های زایشی پرداخته و ضمن بررسی ریسک‌های موجود در راه رشد و موفقیت این نوع شرکت‌ها، نحوه حمایت صنعت بیمه را از این شرکت‌ها مورد مذاقه قرار دهد. در نهایت پیشنهاداتی برای سیاستگذاران و دست‌اندرکاران صنعت بیمه برای ارائه بیمه‌نامه‌هایی جهت حمایت از شرکت‌های زایشی و نیز افزایش ضریب نفوذ بیمه از این طریق ارائه می‌شود.

واژگان کلیدی: شرکت‌های زایشی دانشگاهی، صنعت بیمه، مالکیت فکری، اعتبار تجاری

۱. کارشناس تحقیقات بازار بیمه پارسیان و کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بیمه دانشگاه علامه

طباطبائی، jafariyanmaryam6397@gmail.com

۲. کارشناس بیمه‌های مهندسی و خاص شرکت بیمه سامان، m.asghari@samaninsurance.ir

۳. کارشناس بیمه‌های اموال بیمه مرکزی ghanbarvand@gmail.com

۴. کارشناس بیمه‌های مهندسی و خاص شرکت بیمه سامان



مدل‌سازی و ارزیابی اثر ابعاد کنترل ریسک‌های سایبری بر عملکرد کسب‌وکارهای دانش‌بنیان

فریبا صابری^۱، سید علی سیدی اندی^۲

چکیده

هدف از این پژوهش مدل‌سازی و ارزیابی اثر ابعاد کنترل ریسک‌های سایبری بر عملکرد کسب‌وکارهای نوپا می‌باشد. این پژوهش از نوع توصیفی بوده که داده‌های آن از طریق پرسشنامه و نمونه‌ای متشکل از ۲۳۷ نفر کارکنان فعال در صنعت بیمه، به روش تصادفی ساده گردآوری شده است. پایایی سوالات پژوهش به وسیله آزمون آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. به منظور بررسی متغیرها و تأثیرپذیری هریک از این ابعاد بر عملکرد کسب‌وکارهای دانش‌بنیان نرم افزار SPSS25 استفاده گردید. همچنین آزمون نرمالیت، آزمون همبستگی و آزمون رگرسیون جهت بررسی تأثیرگذاری و یافتن ارتباط معنادار بین متغیرهای مستقل و وابسته نیز صورت پذیرفت.

نتایج نشان داد که زوایای مختلفی از ابعاد اقتصادی و شناختی، همبستگی مثبت معنادار با عملکرد کسب‌وکارهای دانش‌بنیان دارند و نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که ابعاد فوق‌الذکر وارد معادله رگرسیون نیز شدند.

بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که تعریف رمز عبور چند لایه، تست نفوذی جهت پیش‌بینی بدافزارهای سایبری، اجرای صحیح قوانین وضع شده و سایر موارد اشاره شده تأثیر مثبت در کنترل ریسک‌های سایبری و بهبود عملکرد کسب‌وکارهای دانش‌بنیان خواهد شد.

واژگان کلیدی: کنترل، عملکرد، ریسک سایبری، دانش‌بنیان، کسب و کار

۱. کارشناس مسئول اداره نظارت بر صدور بیمه‌های اتومبیل، بیمه سامان، f.saberi86@ut.ac.ir

۲. مسئول دفتر مدیریت بیمه آتش سوزی، بیمه سامان، a.seyed@samansurance.ir



بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بیمه و راهبردهای مدیریت ریسک در شرکت‌های دانش‌بنیان

لیلا رحمانی^۱، فرهوده نوزاری جدید^۲

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بیمه و راهبردهای مدیریت ریسک در شرکت‌های دانش‌بنیان می‌باشد. این پژوهش کاربردی و از نوع توصیفی-همبستگی بوده و جامعه آماری پژوهش را شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان تشکیل داده است. با استفاده از از جدول کرجسی و مورگان نمونه‌ای به حجم ۲۳۴ و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. به منظور گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شده است که روایی آن توسط اساتید و متخصصین مورد تایید قرار گرفته و اندازه‌گیری ضریب آلفای کرونباخ نشان‌دهنده پایایی مناسب ابزار سنجش می‌باشد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات در بخش توصیفی از پارامترهایی همچون میانگین، انحراف معیار، ضریب تغییرات میانه و در بخش آمار استنباطی از تحلیل همبستگی برای تعیین روابط متغیرها استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار Spss و Excel انجام پذیرفت. نتایج پژوهش بیانگر وجود سه منبع ریسک به ترتیب اولویت ریسک مالی، عملیاتی و استراتژیک است. سرمایه‌گذاری اولیه در ریسک‌های مالی، توسعه خط تولید در ریسک‌های عملیاتی و بازار در ریسک‌های استراتژیک دارای اولویت می‌باشند. همچنین در بررسی راهبردهای به کار گرفته شده در مدیریت ریسک شرکت‌های دانش‌بنیان، تولید محصولات دارای تقاضا و قیمت مناسب بازاری دارای اولویت است. پرداخت نشدن غرامت و عدم پاسخگویی از سوی صندوق بیمه در مورد برخی حوادث به عنوان عامل اولویت‌دار در عدم پذیرش پوشش بیمه شناسایی شده است. نتایج همبستگی عوامل عدم پذیرش پوشش بیمه عنوان شده با متغیرهای سطح تحصیلات مدیر، تعداد سابقه خطر و تعداد سال‌های عقد قرارداد شرکت اغلب نشان دهنده رابطه منفی و معنادار است.

واژگان کلیدی: عدم پذیرش بیمه، بیمه محصولات، مدیریت ریسک، شرکت‌های دانش‌بنیان

۱. کارشناسی ارشد، مدیریت، گرایش مدیریت شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران. rahmanileila@yahoo.com

۲. فوق لیسانس مدیریت بازرگانی- بیمه، دانشگاه نراق، اراک، ایران. Farhoudehnozarie@yahoo.com



نقش فناوری‌های نوین در کاهش میزان تقلبات در صنعت بیمه (مطالعه موردی زنجیره بلوکی)

هلن بهره‌ور^۱، هستی بهره‌ور^۲

چکیده

پژوهش حاضر به روش اسنادی، به تأثیر فناوری‌های نوین (زنجیره بلوکی) بر کنترل و کاهش تقلبات بیمه‌ای می‌پردازد. آشکار است پیاده سازی سیستم‌های مبتنی بر فناوری بلاک‌چین که یک شبکه غیرمتمرکز رمزنگاری شده است، می‌تواند سبب افزایش اثربخشی در خرید بیمه‌نامه، روند اداری جبران خسارت، رهگیری بهتر مدارک خسارت و کاهش چشمگیر میزان تقلبات بیمه‌ای شود. با توجه به اینکه خروج سالانه هزاران میلیارد تومان پول از شرکت‌های بیمه به علت خسارات ساختگی، سودآوری بیمه‌گران را در معرض خطر قرار می‌دهد، اهمیت و لزوم استفاده از اینشتورتک به جهت شناسایی سریع و به موقع خسارت و ایجاد سامانه جامع الکترونیکی کشف و کنترل تقلب در صنعت بیمه را مشخص می‌نماید. این فناوری به کاربران امکان ذخیره‌سازی اطلاعات شخصی در محیطی امن را فراهم می‌سازد. شرکت‌های بیمه در سراسر دنیا می‌کوشند از اینشتورتک‌ها به عنوان مزیت رقابتی و راهکارهای نوآورانه مبتنی بر زنجیره بلوکی به منظور جلوگیری از بروز تقلب در این حوزه جهت افزایش بهره‌وری الگوهای کنونی، تحول و رشد مناسب و مدیریت ریسک با دقت بالاتر استفاده نمایند. در این مقاله به بررسی این معضل در صنعت بیمه و ارائه راهکارهای پیشگیری و کاهش آن از طریق زنجیره بلوکی و ایجاد سامانه جامع کنترل تقلب و موانع زیر ساخت‌های فناورانه پرداخته شده است.

واژگان کلیدی: زنجیره بلوکی، بلاک‌چین، تقلب در صنعت بیمه، قرارداد هوشمند، اینشتورتک، سامانه الکترونیکی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان - کارشناس صدور شرکت بیمه

کارآفرین شعبه زنجان - helen.bahrevar@gmail.com

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان - کارشناس شبکه و

انفورماتیک شرکت گلستان - hasti.bahrevar@gmail.com



بررسی نقش تعدیلگر ریسک‌پذیری سازمانی بر رابطه بین قابلیت‌های مدیریت دانش با نوآوری کسب‌وکارهای فعال در صنعت بیمه ایران

محسن فلاح^۱، مهدی روحی خلیلی^۲، اعظم غریبی^۳

چکیده

تحقیق حاضر به بررسی نقش تعدیلگر ریسک‌پذیری سازمانی بر رابطه بین قابلیت‌های مدیریت دانش با نوآوری کسب‌وکارهای فعال در صنعت بیمه ایران پرداخته است. نوع تحقیق حاضر توصیفی پیمایشی است و جامعه آماری این تحقیق کلیه مدیران، معاونان و کارشناسان شرکت بیمه ایران در شهر تهران می‌باشد؛ که تعداد آنها ۱۹۰۰ نفر می‌باشد؛ جهت تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید که حجم نمونه ۳۲۰ نفر محاسبه شد. بدین منظور با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی پرسشنامه‌ها بین تمام اعضای جامعه آماری توزیع و جمع‌آوری شد. ابزار گردآوری داده‌های تحقیق حاضر پرسشنامه است که پایایی پرسشنامه تحقیق حاضر با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت که برای تمامی متغیرهای پژوهش از مقدار ۰٫۷ بالاتر بود. روایی ابزار تحقیق نیز با انجام تکنیک تحلیل عاملی تاییدی مورد تایید قرار گرفته است. همچنین جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش مدلیابی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار SmartPLS استفاده گردیده است. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که قابلیت‌های مدیریت دانش درون سازمانی و برون سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر نوآوری در مدل کسب‌وکار دارد. همچنین ریسک‌پذیری سازمانی رابطه بین قابلیت‌های مدیریت دانش برون سازمانی و نوآوری در مدل کسب و کار را تقویت می‌کند.

واژگان کلیدی: قابلیت‌های مدیریت دانش، نوآوری در مدل کسب و کار، ریسک‌پذیری

سازمانی، شرکت بیمه ایران

۱. دانشجوی دکتری رشته مدیریت بازرگانی، گرایش رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی، دانشگاه تهران

۲. دانشجوی دکتری رشته مدیریت بازرگانی، گرایش رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی، دانشگاه تهران

۳. دانشجوی دکتری رشته حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

بیست و نهمین همایش ملی و
دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه



پنل نقش تکافل و ابزارهای مالی اسلامی در تحقق توسعه دانش بنیان صنعت بیمه

رئیس: دکتر سیدعلی حسینی

اعضا:

دکتر مهدی ریاحی فر

دکتر محمد مهدی عزیزاللهی

دکتر عزیز احمدزاده

دکتر احسان جلالی لواسانی

پنل نقش تکافل و ابزارهای مالی اسلامی در تحقق
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه

مقالات ارائه



ارائه الگوی تقسیم مازاد در تکافل عمومی

عباس راد^۱، ایوب کرمی^۲، پرویز مرادی^۳

چکیده

در تکافل، مازاد در صندوق تکافل زمانی به وجود می‌آید، که عملیات کلی صندوق تکافل بهتر از مقدار مورد انتظار عمل کند؛ یعنی زمانی که عملیات‌های بیمه‌گری، سرمایه‌گذاری و مدیریت هزینه، به نتایج مطلوب منجر شود. مازاد، به صورت کلی، به مقدار اضافی مانده صندوق تکافل پس از کسر خسارتهای پرداختی، ذخایر (خسارت معوق، حق اشتراک عاید نشده و...)، تکافل اتکایی و سایر هزینه‌ها گفته می‌شود که می‌بایست بین تکافل‌گذاران صندوق تکافل تحت یک الگوی منصفانه تقسیم شود. در این پژوهش به بررسی اثربخشی عملیات موجود برای ارتقاء صندوق تکافل به یک صندوق قوی و پایدار، حفظ جایگاه تکافل‌گذاران تکافل به عنوان صاحبان صندوق تکافل و جذب مشتریان برای مشارکت در تکافل پرداخته می‌شود. همچنین مراحل که در این عملیات از طریق ویژگی‌ها و ارزش‌های پیش‌بینی شده مازاد تکافل، قابلیت بهبود دارند مورد بررسی قرار می‌گیرند. این پژوهش یک الگوی تقسیم مازاد را به صورت منصفانه براساس حق اشتراک عایدشده، ضریب خسارت و مدت زمان حضور تکافل‌گذار در صندوق را با ارائه یک مثال کاربردی نشان داده است.

واژگان کلیدی: تقسیم مازاد، بیمه، تکافل، ضریب خسارت، حق اشتراک عاید شده

۱. گروه مدیریت صنعتی و فناوری اطلاعات دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، a-raad@sbu.ac.ir

۲. رئیس اداره قراردادهای اتکای و اکچوئری داخلی، شرکت بیمه اتکایی امین، تهران، Ayob.13690@yahoo.com

۳. معاون مدیر بیمه‌های زندگی و اکچوئری رسمی بیمه مرکزی، بیمه سامان، تهران، P.moradi90@yahoo.com



استقرار تکافل در صنعت بیمه با بهره‌گیری از قراردادهای هوشمند مبتنی بر اصول شریعت اسلامی

نیما نوراللهی^۱، سعید ابراهیم‌زاده^۲، فرزانه سلیمانی^۳

چکیده

بهره‌گیری از تکنولوژی‌های مدرن و موضوعات علمی نوظهور و تطابق آن با احکام و اصول شرعی - اسلامی، همیشه مورد توجه و تردید اهل اسلام بوده است. یکی از دغدغه‌های آنها این است که پایبند به احکام و شریعت اسلامی هستند این است که، مبدا در پذیرش علوم جدید و بهره‌مندی از تکنولوژی‌های روز دنیا از اصول اعتقادی یا اصول شرعی عدول نمایند. این مقاله با ذکر نمونه‌هایی از عقود فقه اسلامی، تشابهاتی را همراه با تحلیل اشکالات فقهی با مروری سیستماتیک بر کاربردهای قراردادهای هوشمند از دیدگاه اسلام بیان می‌دارد. این مقاله به این سوال پاسخ می‌دهد که نخست: اصول شکل‌پذیری قراردادهای هوشمند تا چه حد با اصول شریعت اسلامی منطبق است؟ دوم، آیا بیمه‌های اسلامی (تکافل) را می‌توان در بستر قراردادهای هوشمند در صنعت بیمه امروزی پیاده‌سازی کرد؟ و در آخر، عوامل بسترساز تکافل و قراردادهای هوشمند در صنعت بیمه کدامند؟ با پاسخ دهی به سوالات فوق، امید است، عدم اطمینان مسلمانان اهل سنت در استفاده از بیمه ریشه کن شده و بستر جدیدی برای کاربرد قراردادهای هوشمند در صنعت بیمه که مطابق با اصول شریعت اسلامی در چارچوب بیمه‌های اسلامی (تکافل) تنظیم می‌گردد، فراهم آید.

واژگان کلیدی: قراردادهای هوشمند، تکافل، شریعت

۱. دکتری مدیریت منابع انسانی، مدیر عامل و نائب رئیس هیأت مدیره بیمه تجارت نو، Npm.nourollahi@gmail.com

۲. دکتری حقوق بین‌الملل عمومی، مشاور مدیر عامل در امور حقوقی و قراردادها بیمه تجارت نو، Saeide58@gmail.com

۳. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی بازاریابی، مدیر ریسک و اکچوئری بیمه تجارت نو
f.soleimani984@gmail.com



عوامل مؤثر بر انتخاب بیمه تکافل در ایران

رزیتا صالحی^۱، وحیده مجتهد^۲، احسان سرگلزایی^۳

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر انتخاب بیمه اسلامی در ایران می‌باشد. برای دستیابی به این هدف، مدلی را مبتنی بر بررسی متغیرهای مستقل مانند هنجارهای ذهنی، نگرش، کنترل رفتاری و همچنین متغیرهای وابسته مانند مذهب و اصول رفتاری ارائه دادیم. در ابتدا ما مسائل مهمی که در زمینه بیمه اسلامی از اهمیت بیشتری برخوردار بودند، برای ارزیابی انتخاب و از پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده کردیم. پرسشنامه از ۲۶ گویه با مقیاس لیکرت پنج‌درجه‌ای از کاملاً مخالف تا کاملاً موافقم، تشکیل شده است. شرکت‌کنندگان با توجه به روش ارائه‌شده در پرسشنامه پاسخ دادند. ۲۵۰ پرسشنامه بین شرکت‌کنندگان توزیع شد، از این میان ۲۲۳ پاسخ دریافت کردیم. این موارد با استفاده از ابزار spss، قابلیت اعتماد پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، آزمون کروییت بارتلت، شاخص KMO و همچنین صحت درستی نتایج به‌دست‌آمده، توسط آزمون T مورد بررسی قرار گرفت. برای رتبه‌بندی شاخص‌ها نیز از آزمون فریدمن استفاده شد. این مطالعه نشان داد که نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری تأثیر مثبت بر انتخاب بیمه اسلامی دارند. در نهایت مجموعه راهکارهایی برای انتخاب بیمه اسلامی ارائه شد، به صورتی که چالش‌های مربوط به آن کاهش یابند.

واژگان کلیدی: بیمه، تکافل، ایران، اسلام، دین

۱. شرکت بیمه سامان، تهران، r.salehi@samaninsurance.ir

۲. شرکت بیمه سامان، تهران، v.mojtahedi@samaninsurance.ir

۳. شرکت بیمه سامان، تهران، a.sargolzaei@samaninsurance.ir



بررسی تأثیر ابعاد نوآوری بر پذیرش تکافل با توجه به نقش میانجی اعتماد ادراک شده: مورد مطالعه ایران

زهرای عالی پور^۱

چکیده

هدف این مقاله تعیین اهداف برای پذیرش تکافل با توجه به نقش میانجی اعتماد ادراک شده در مورد ایران است.

روش شناسی تحقیق - این مطالعه از مزیت نسبی، سازگاری و ساختارهای پیچیدگی به عنوان عوامل اصلی نظریه ابعاد نوآوری (DOI) استفاده می‌کند. علاوه بر این، سه ساختار خارجی آگاهی، فرهنگ و اعتماد به ساختارهای DOI اضافه گردید. محقق ۴۱۹ پرسشنامه را بین مشارکت کنندگان مطالعه توزیع نمود. این نظرسنجی با استفاده از روش نمونه‌گیری آسان در استان هرمزگان انجام شد و پاسخ‌دهندگان ما کاربران بالقوه محصول تکافل بودند. مدل نظری DOI از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) مورد آزمایش قرار گرفت.

یافته‌ها نشان می‌دهد که مزیت نسبی، سازگاری، فرهنگ با واسطه‌گری اعتماد ادراک شده بر پذیرش تکافل تأثیر مثبت و معناداری دارد. از سوی دیگر پیچیدگی و آگاهی درک شده رابطه مثبتی با پذیرش تکافل دارد و اعتماد درک شده در رابطه بین ابعاد نوآوری بر پذیرش تکافل نقش میانجی دارد.

این تحقیق تلاشی اصیل برای بررسی عواملی است که با تغییر نظریه DOI، پذیرش محصولات تکافل را در مورد مشتریان با واسطه اعتماد در ایران تعیین می‌کند. بنابراین، کمک منحصر به فردی به میدان تکافل در زمینه ایران ارائه می‌دهد.

واژگان کلیدی: نوآوری، پذیرش تکافل، اعتماد ادراک شده، ابعاد نوآوری (DOI)

۱. کارشناسی ارشد آکچوئری، دانشگاه علامه طباطبایی (موسسه اکو)، مدیر ریسک و آکچوئری شرکت بیمه امید

تهران، ایران، alipour.zahra@gmail.com



الگوی تکافل با رویکرد استفاده از فناوری بلاک‌چین

ناصر فعلی^۱، عادل محبی‌نژاد^۲، علی بنکدار طهرانی^۳

چکیده

تکافل و بلاک‌چین هر دو از موضوعات روز ادبیات بیمه‌ی کشور محسوب می‌شوند. اگرچه بیمه متعارف در ایران پذیرفته شده است، ولی توسعه تکافل به‌عنوان یک بازاری مهم اقتصاد اسلامی ضرورت دارد. از طرف دیگر فناوری بلاک‌چین با توجه به ماهیت غیرمتمرکز، شفاف و امن خود با اهداف تکافل ارتباط داشته و می‌تواند به‌عنوان ابزاری سودمند برای توسعه آن به کار رود. در این مقاله ابتدا مفهوم تکافل در کشور بررسی شده و سپس وضعیت این صنعت در ایران و جهان مرور شده است. پس از آن مفهوم بلاک‌چین به‌عنوان یک فناوری تسهیل‌گر و کاربردهای عملی آن در صنعت تکافل، تشریح شده است. نتایج حاصل نشان می‌دهد که بلاک‌چین می‌تواند در حذف واسطه‌ها، فرایند صدور بیمه‌نامه، فرایند اعلام خسارت، بهبود دقت و سرعت جمع‌آوری داده‌ها، یکپارچه‌سازی محصولات تکافل، افزایش شفافیت در تکافل خانواده، غیرمتمرکزسازی هویت دیجیتال بیمه‌گذاران و طراحی بیمه‌گر خودگردان غیرمتمرکز (DAI) به صنعت تکافل کمک کند. اگرچه بلاک‌چین کاربردهای متنوعی در صنعت تکافل دارد، اما به علت نوظهور بودن این فناوری، نیروی انسانی ماهر در این زمینه اندک است و برای توسعه پلتفرم‌های مبتنی بر بلاک‌چین به سرمایه‌گذاری زیادی از طرف شرکت‌های بیمه نیاز است.

واژگان کلیدی: بیمه، تکافل، بلاک‌چین، قراردادهای هوشمند

۱. اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، Naserfeli96@gmail.com

۲. مدیریت امور بین‌الملل، شرکت بیمه کوثر، تهران، a.mohebinezhad@kins.ir

۳. رئیس اداره بیمه‌های گردشگری، شرکت بیمه کوثر، تهران، a.bonakdar@kins.ir

پنل نقش تکافل و ابزارهای مالی اسلامی در تحقق
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه

مقالات پذیرش شده به
صورت صرفاً چاپ



پیامدهای انقلاب چهارم صنعتی در صنعت بیمه

محمد وفایی یگانه^۱، موسی رضائی میرفائذ^۲، صفی‌ارامینی^۳، بهروز میرزایی^۴

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی علمی و مستند پیامدهای مثبت و منفی انقلاب چهارم صنعتی (هوشمندسازی و فناوری اطلاعات و ارتباطات) در صنعت بیمه است.

این پژوهش بر اساس هدف پژوهش، از انواع تحقیقات کاربردی و از منظر رویکردی، جزء پژوهش‌های کیفی و تحلیل مضمون است. جامعه آماری تحقیق حاضر خبرگان و متخصصان حوزه صنعت بیمه هستند که با روش در دسترس و گلوله برفی، تعداد ۱۲ نفر متخصص برای نمونه تحقیق، برگزیده شده‌اند. همچنین این تحقیق از ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته جهت گردآوری داده‌ها و اطلاعات موردنیاز پژوهش حاضر، بهره گرفته است.

بعد از تحلیل داده‌ها، ۷۵ پیامد (شاخص) انقلاب چهارم صنعتی در صنعت بیمه شناسایی گردید که در ۹ مولفه و دو بعد طبقه‌بندی شدند. ۹ مولفه سازمان‌دهنده (شش مولفه بعد نرم‌افزاری و سه مولفه بعد سخت‌افزاری) عبارتند از: ۱- تحول مهارت‌ها (۱۱ شاخص) ۲- امنیت سایبری و تقلبات و تخلفات مدیریتی و بیمه‌ای (۱۰ شاخص) ۳- مدیریت کارآمد صنعت بیمه (۱۲ شاخص) ۴- جهانی شدن صنعت بیمه (۷ شاخص) ۵- کاهش انواع ریسک‌ها (۸ شاخص) ۶- افزایش ضریب نفوذ بیمه (۹ شاخص) ۷- تحول محصولات بیمه‌ای (۴ شاخص) ۸- تغییر کمیت و کیفیت مشاغل و امکانات فیزیکی (۵ شاخص) ۹- توسعه زیرساخت‌ها (۹ شاخص).

واژگان کلیدی: انقلاب چهارم صنعتی، صنعت بیمه، فناوری‌های نوین، هوشمندسازی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، مهارت‌های نیروی انسانی

۱. استادیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایران، m.v.academic@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد مدیریت، مدیر عامل بیمه اتکائی امین

۳. استادیار، گروه علوم اقتصادی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، سنندج،

ایران، aminisafyar@gmail.com

۴. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، اصفهان ایران



ضرورت توجه به فین تک و تحولات دانش‌بنیان در اجرای عملیات تکافل در صنعت بیمه ج.ا.ایران

احسان جلالی لواسانی^۱، حامد صفی آریان^۲، امیررضا رمضانی^۳

چکیده

علیرغم نقش فزاینده مهمی که فین تک در صنعت تکافل ایفا می‌کند، مطالعات پژوهشی در این زمینه بسیار محدود است. در این زمینه بسیار محدود است. بنابراین هدف کلی این مقاله بررسی کاربرد بالقوه فین تک در صنعت بیمه با تأکید بر اجرای تکافل، به ویژه مزایا و معایب آن است. تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ و مشاوره ربائیک به عنوان فرایندهای دانش‌بنیان در این مقاله مورد بررسی و پاسخ به این سوال که چگونه اپراتورهای تکافل می‌توانند آنها را برای شناسایی مشترکان بهتر و جمع‌آوری هوش رقابتی ترکیب کنند ارائه شده است. برای رقابتی ماندن در یک محیط تجاری در حال تغییر سریع، اپراتورهای تکافل باید فین تک را شناسایی کرده و به کار گیرند که می‌تواند بر تجربه مشتری تأثیر مثبت بگذارد و کارایی هزینه را بهینه کند. در این مقاله به بررسی ادبیات تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ و مشاوره ربائیک و نقش بلاک چین در این خصوص پرداخته و با هدف روشن کردن موانع و مزایای استفاده از این پیشرفت‌های تکنولوژیکی و دانش‌بنیان و با توجه به نو پا بودن عملیات تکافل در کشور ایران چه در قالب شرکت تکافل و یا بصورت محصول تکافلی در قالب پنجره تکافل برای اپراتورهای تکافل به اهمیت و ضرورت و ابعاد این موضوع پرداخته شده است.

واژگان کلیدی: فین تک، تکافل، بیمه، مشاوره ربائیک، هوش مصنوعی، بلاک چین

۱. بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، دکتری اقتصاد، تهران، Dr.Jalalilavasani@gmail.com

۲. دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات، کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، تهران، Hamedarian1401@gmail.com

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد، علوم اقتصادی، تهران، Amiramirrezay@gmail.com



بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای بیمه تکافل در ایران و اولویت‌بندی آن

اسماء حمزه^۱، میترا قنبرزاده^۲

چکیده

نظام مالی اسلامی متشکل از سه حوزه کارکردی بانکداری اسلامی، بیمه اسلامی و بازار سرمایه اسلامی است که با توسعه و پیشرفت خود، به بخش مهم و اساسی در بازار مالی جهانی تبدیل شده و به عنوان الگوی مالی جایگزین، کارا و اجرایی در مقابل نظام مالی متعارف، مورد توجه بسیار قرار گرفته و در دهه‌های اخیر، رشد چشمگیری داشته است. با توسعه روزافزون نظام مالی اسلامی، محصولات تکافل نیز رشد و تغییرات گسترده‌ای را تجربه کرده‌اند. بیمه تکافل یک بخش نسبتاً جدید اما در حال رشد بخش صنعت مالی اسلامی است. این بیمه امروزه مورد توجه بسیاری از محققان و مدیران اجرایی قرار گرفته است. باین وجود، این نوع از بیمه در بین عامه مردم از پذیرش کمی برخوردار است. به منظور ارتقای بیشتر آن، شناسایی عوامل کلیدی بر حسب تقاضا و همچنین ارزیابی اهمیت آنها حائز اهمیت است. در صنعت بیمه ایران هنوز محصول تکافلی عرضه نشده است و اخیراً بیمه‌گران وارد این عرصه شده‌اند. بنابراین، نتایج این تحقیق می‌تواند برای سیاست‌گذاران و ارائه‌دهندگان تکافل در تدوین استراتژی‌های مناسب برای افزایش تقاضا برای بیمه تکافل مفید باشد.

در این راستا، در این تحقیق ابتدا مفاهیم کلی بیمه تکافل توضیح داده شده است. سپس با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد مکتوب، شاخص‌های مؤثر بر تقاضا شناسایی و این شاخص‌ها در پنج بخش اقتصادی، اجتماعی، دموگرافیک، بازاریابی و فروش و همچنین ویژگی‌های محصول دسته‌بندی شدند. پس از آن، با استفاده از مطالعه میدانی و توزیع پرسشنامه بین خبرگان حوزه پژوهش، میزان اهمیت شاخص‌ها نسبت به یکدیگر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و شاخص‌ها بر اساس اهمیت رتبه‌بندی شدند.

واژگان کلیدی: بیمه تکافل، تقاضای بیمه، اولویت‌بندی

۱. عضو هیئت علمی گروه پژوهشی بیمه الکترونیک، پژوهشکده بیمه، تهران

hamze2006@yahoo.com, hamzeh@irc.ac.ir

۲. عضو هیئت علمی گروه پژوهشی بیمه اشخاص، پژوهشکده بیمه، تهران، ghanbarzadeh@irc.ac.ir



ارزیابی سطح آگاهی و میزان پذیرش محصولات تکافل در ایران

میترا قنبرزاده^۱، اسماء حمزه^۲، نسرين حضارمقدم^۳

چکیده

تکافل نوعی بیمه اسلامی است که در آن اعضاء در یک سیستم انباشت پولی مشارکت و کمک می‌کنند تا یکدیگر را در برابر ضرر و زیان ناشی از حوادث، تضمین کنند. با وجود اینکه اکثریت جمعیت ایران را مسلمانان تشکیل می‌دهند، تا کنون محصول تکافل توسط صنعت بیمه ایران عرضه نشده است و اخیراً شرکت‌های بیمه اقداماتی را برای ارائه این محصولات انجام داده‌اند. بنابراین، با توجه به ورود بیمه‌گران ایرانی به این حوزه برای توسعه این محصولات در ایران، بررسی میزان پذیرش و آگاهی مشتریان از محصولات تکافل در ایران ضروری است. لذا، هدف اصلی این پژوهش، تعیین و تحلیل عوامل پذیرش تکافل (بیمه اسلامی) مصرف‌کنندگان در ایران است. برای ارزیابی میزان آگاهی یا پذیرش بیمه تکافل و اصول اصلی آن، باید عوامل موثر بر انتخاب محصول تکافل توسط مردم نسبت به بیمه متعارف را شناسایی کنیم. برخی از عوامل موثر بر پذیرش محصولات تکافل در ایران عبارتند از: متغیرهای جمعیت‌شناختی (مانند سن، جنسیت، وضعیت تاهل، مذهب، درآمد، تحصیلات، شغل، استان یا محله)، متغیرهای کلان اقتصادی (مانند به عنوان نرخ تورم، بازدهی سایر بازارهای مالی، ...)، قیمت، کیفیت خدمات، دیدگاه شرعی، متغیرهای بازاریابی و تبلیغات و ویژگی‌های محصول. برای بررسی میزان پذیرش و آگاهی از تکافل در ایران، در این مقاله، از رویکرد تحقیق کیفی استفاده شده و پرسشنامه بین مشتریان توزیع شده است. براساس نتایج تحقیق، بیمه‌گران ایرانی می‌توانند با تولید محصول مناسبی که تجربه خوبی را برای مصرف‌کنندگان به همراه داشته باشد، محصول خوبی برای مصرف‌کنندگان به دست آورند.

واژگان کلیدی: تکافل، میزان پذیرش، بیمه اسلامی، غرر، ربا

۱. عضو هیئت علمی گروه پژوهشی بیمه‌های اشخاص، پژوهشکده بیمه، تهران، ghanbarzadeh@irc.ac.ir

۲. عضو هیئت علمی گروه پژوهشی بیمه‌های اشخاص، پژوهشکده بیمه، تهران، hozarmoghadam@irc.ac.ir

۳. عضو هیئت علمی گروه پژوهشی بیمه‌های الکترونیک، پژوهشکده بیمه، تهران، hamzeh@irc.ac.ir

پنل نقش تکافل و ابزارهای مالی اسلامی در تحقق
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه

مقالات پوستری



ارائه الگوی حکمرانی برای سرمایه‌گذاری منابع شرکت‌های تکافل

ابراهیم کاردگر^۱، مهدی منصوری بیدکانی^۲

چکیده

در این مقاله، با توجه به اهمیت و جایگاه تکافل در ارائه خدمات مالی و بیمه‌ای و براساس تأثیری که این نظام مالی بر روند توسعه سرمایه‌گذاری و ایجاد زمینه‌های نوین مالی و سرمایه‌گذاری دارد، ابتدا به بررسی انواع الگوهای ارائه بیمه‌های تکافل پرداخته شده است تا بتوان الگوی مناسب برای پیاده‌سازی این نظم مالی اسلامی را بررسی و انتخاب کرد، سپس متناسب با الگوی برگزیده شده، راهکارهای سرمایه‌گذاری و افزون نمودن سهم‌المشارکت مشارکت‌کنندگان را با اتخاذ روش‌های نوآورانه برگزید. یکی از مشکلات و دغدغه‌های اصلی در مسیر پیاده‌سازی این نظم مالی، استفاده از تکنیک‌های سرمایه‌گذاری است که حداکثر آورده و منفعت را برای مشارکت‌کنندگان در صندوق تکافل فراهم آورد. در این مسیر استفاده از الگوهای سرمایه‌گذاری منابع در صنایع دانش‌بنیان اهمیت می‌یابد. چرا که زمینه را برای حداکثرسازی سود حاصل از منابع ذخیره شده فراهم نموده و بدین ترتیب ریسک کسری بودجه صندوق‌ها را در زمان بروز خسارت‌های سنگین بخوبی پوشش می‌دهد. مسئله مدیریت منابع در بحث تکافل بسیار حایز اهمیت است و از عمده دلایل توفیق یا شکست طرح بیمه‌های تکافل محسوب می‌شود. در نتیجه در این مقاله به بررسی روش‌های نوآورانه در سرمایه‌گذاری منابع حاصل از صندوق‌های تکافل پرداخته شد.

واژگان کلیدی: الگوهای تکافل، دانش‌بنیان، سرمایه‌گذاری نوآورانه

۱. مدیرعامل و نائب رئیس هیئت مدیره شرکت بیمه ما، تهران، Kardgar49@yahoo.com

۲. معاون برنامه‌ریزی و فناوری شرکت بیمه ما، تهران، Mansourieconomic.ir@gmail.com



مدلی ریاضی برای یک محصول تکافل خانواده

محمد ریحانی^۱، سامان وهابی^۲، پرویز مرادی^۳

چکیده

در این پژوهش با کمک مدل ریاضی یک بیمه تکافل خانواده طراحی شده است. برای این منظور با دو مدل مضاربه و وکاله این نتایج با هم مقایسه شده برای هر مدل ارزش بازخریدی، ارزش سررسید و سرمایه فوت محاسبه شده و در قسمت نتایج عددی گزارش شده است. نتایج حاکی از آن است مدل مضاربه در مقایسه با وکاله آورده و سود بیشتری برای مشتریان داشته است. از طرفی مدل وکاله برای شرکت بیمه تکافل به صرفه‌تر بوده و شرکت‌ها تمایل دارند که به سمت مدل وکاله روی بیاورند.

واژگان کلیدی: بیمه تکافل، مدل مضاربه، مدل وکاله

۱. کارشناسی ارشد آمار، کارشناس مسئول نظارت بر صدور بیمه نامه‌های عمر و اندوخته ساز، شرکت بیمه

سامان، تهران، m.reyhani@samaninsurance.ir

۲. دانشجوی دکتری اکچوئری، کارشناس نظارت بر قراردادهای گروهی، شرکت بیمه سامان، تهران

s.vahabi@samaninsurance.ir

۳. کارشناسی ارشد اکچوئری، معاون مدیر بیمه‌های زندگی، شرکت بیمه سامان، تهران

p.moradi90@yahoo.com



بررسی الگوهای تکافل و ابزارهای مالی اسلامی در توسعه دانش‌بنیان صنعت بیمه

رضا جعفری^۱، علی پارسامتش^۲، عبدالله (امید) نجار فیروزجائی^۳

چکیده

در بازار مالی، صنعت بیمه یکی از مهمترین بخش‌های آن به‌شمار می‌رود. نظام بیمه تکافل به منظور ایجاد تنوع در نهادهای مالی و جلب نظر مسلمانان در جهت رفع شبهات مطروحه از جانب فقهای مسلمان و همچنین جذب سرمایه ارائه گردید. بیمه اسلامی نه تنها در کشورهای اسلامی بلکه در آمریکای شمالی، استرالیا، چین، روسیه و چند کشور اروپایی و مجموعاً در بیش از ۲۲ کشور جهان فعالیت می‌کند. بنابراین، دو نوع بیمه متعارف و تکافل، به عنوان دو مقوله بدیل و جایگزین مطرح شده است. ایران بیش از دو دهه است که از بانکداری اسلامی بهره‌مند است ولی در صنعت بیمه هنوز از مدل متعارف بیمه‌ای در جهان استفاده می‌کند. بنابراین ضروری است که در مورد کارایی اجرای نظام بیمه تکافلی در ایران تحقیقاتی صورت گیرد. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که نظام بیمه تکافلی می‌تواند به عنوان مکمل و نه جایگزین بیمه متعارف مورد استفاده قرار گیرد و در فضایی رقابتی و سالم با بیمه متعارف به افزایش ظریب نفوذ بیمه کشور کمک کند.

واژگان کلیدی: تکافل، دانش‌بنیان، بیمه، اسلام

۱. دکتری مدیریت مالی، مدیرعامل شرکت بیمه دانا rjafari212@yahoo.com

۲. دکتری مدیریت مالی، مدیر آموزش پژوهش و توسعه شرکت بیمه دانا - A_Parsaa@yahoo.com

۳. دکتری اقتصاد، معاون گروه پژوهش‌های اقتصادی و راهبردی شرکت بیمه دانا - Omid.najar@yahoo.com



سیاست‌گذاری تکافل بر اساس توسعه منطقه‌ای و تدبیر امور

مهدی احراری^۱، حسین ثنائی نامقی^۲، علی پارسامنش^۳

چکیده

مفهوم تدبیر امور، با بهره‌گیری از سه گانه «تضاد»، «اشتراک منافع» و «نظم» کامونز اینگونه به کار می‌رود که حکمرانی یا تدبیر، ابزاری است که امور را نظم می‌بخشد، تضاد را کم می‌کند و منافع مشترک را محقق می‌سازد. مشارکت فعالانه و حداکثری مردم در سطح ملی و به ویژه منطقه‌ای، بنیان‌های رشد درون‌زا و توسعه پایدار را با بیشترین منافع مشترک را تثبیت و ماندگار خواهد نمود و ضامن نظم اجتماعی و توسعه محلی و حداقل شدن تضادها و تعارض‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خواهد شد. با عنایت به جوامع و گروه‌های هدف در حوزه بیمه اسلامی تکافل، در این مقاله ضمن تبیین وجوه نظری موارد فوق، پیشنهادهایی برای عمق بخشیدن به توسعه هدفمند و باثبات این نظام نوپا در صنعت بیمه ارائه خواهد گردید.

واژگان کلیدی: توسعه منطقه‌ای، بیمه اسلامی تکافل، نوآوری، سیاست‌گذاری، تدبیر امور

۱. مشاور معاون برنامه ریزی و توسعه بیمه دانا، meahrari@gmail.com

۲. معاون مدیر آموزش بیمه دانا، sanaei.econ@gmail.com

۳. مدیر آموزش، پژوهش و توسعه شرکت بیمه دانا، A_parsaa@yahoo.com



بررسی عوامل تأثیرگذار بر رونق بیمه تکافل در ایران

شیمای آراء^۱، غزاله سادات فخارزاده^۲، پرویز مرادی^۳، محمد مظلوم^۴، سامان وهابی^۵

چکیده

بیمه تکافل، جایگزین اسلامی برای بیمه متعارف مبتنی بر اندیشه همبستگی اجتماعی، همکاری و جبران خسارت مشترک اعضا است. به عبارت دیگر توافقی است بین گروهی از افراد بوده و همه اعضا مشترکاً ضرر یا خسارتی را که ممکن است به هر یک از آنها وارد شود را تقسیم می‌کنند. بیمه تکافل در ایران یکی از مباحث نوین است که با توجه به ساختار اسلامی آن، پتانسیل زیادی برای رشد و توسعه خواهد داشت. در این پژوهش به بررسی تفاوت بین محصولات بیمه‌ای رایج و تکافل، ترجیح جامعه در انتخاب محصولات تکافل و بیمه، اولویت‌بندی شاخص‌های انتخاب شرکت تکافل و شرکت بیمه پرداخته شده است. داده‌ها با استفاده از تکمیل ۱۲۲ پرسشنامه گردآوری شده و نتایج آن تحلیل و تفسیر شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که مردم ایران اطلاعات کمی درخصوص تکافل دارند و در بین رشته‌های زندگی، سلامت (درمان و حوادث)، آتش‌سوزی، سفر انتخاب آنها استفاده از محصولات بیمه‌ای متداول است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که هزینه‌های بیمه‌نامه و سهولت در ارائه خدمات مهمترین اولویت افراد در انتخاب شرکت تکافل یا شرکت بیمه‌ای جهت پوشش ریسک هستند. **واژگان کلیدی:** بیمه، تکافل، اولویت‌بندی، پوشش ریسک

۱. معاون فنی بیمه‌های زندگی، شرکت بیمه سامان، تهران، sh.ara@samaninsurance.ir

۲. مدیر بیمه‌های زندگی، شرکت بیمه سامان، تهران، gh.fakharzadeh@samaninsurance.ir

۳. معاون مدیر بیمه‌های زندگی، شرکت بیمه سامان، تهران، p.moradi90@yahoo.com

۴. معاون اداره نظارت بر قراردادهای گروهی، شرکت بیمه سامان، تهران، m.mazloom@samaninsurance.ir

۵. کارشناس نظارت بر قراردادهای گروهی، شرکت بیمه سامان، تهران، s.vahabi@samaninsurance.ir



ارائه مدل پنجره تکافل اتکایی مبتنی بر فناوری زنجیره بلوکی

محسن قره خانی^۱، فریال فراکش^۲، غزل حقیقت^۳

چکیده

با توجه به رشد بازار تکافل در کشورهای اسلامی و لزوم بررسی گسترده‌تر این موضوع و نیز نظر به رشد روزافزون فناوری‌های روز و ضرورت استفاده از این فناوری‌ها به منظور شفاف‌سازی و سرعت بخشی به عملیات‌های بیمه‌ای، در این مقاله سعی شده است تا با معرفی بیمه تکافل و منظرهای مرتبط با اتکایی تکافل، پنجره‌ای در خصوص بیمه‌های اتکایی تکافل به اختصار معرفی و نحوه استفاده از زنجیره بلوکی و فناوری‌های روز در این بخش بررسی گردد.

واژگان کلیدی: تکافل، تکافل اتکایی، زنجیره بلوکی، قراردادهای هوشمند

۱. اتکایی تهران، تهران، mgh@tehran.re

۲. اتکایی تهران، تهران، f.farakesh@tehran.re

۳. اتکایی تهران، تهران، ghazalhaghighat@yahoo.com



توسعه بیمه تکافل در جهان و ایران: مدل‌ها، چالش‌ها، چشم‌اندازها

احسان سرگلزایی^۱، سمیرا فاضل مراغه^۲

چکیده

بیمه به دلیل حمایت مالی که از مردم می‌کند یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصاد هر کشور محسوب می‌شود. بیمه اسلامی تکافل یک محصول مالی اسلامی و بر اساس مفهوم کمک متقابل است. علاوه بر این، کلیه وظایف یک شرکت تکافل باید توسط کمیته شرعی کنترل شود. پژوهش حاضر ابتدا مختصری از پیشینه تکافل، مبانی و اصول آن و نیز نقش شورای فقهی در تطبیق عملیات مالی مؤسسات اسلامی با احکام شریعت و همچنین ضرورت تحقیق را شرح خواهد داد. سپس با واکاوی اجمالی بحث قرارداد تکافل و اجزای آن، محصولات و مدل‌های آن، مقررات حسابداری تکافل، بر روی عملکرد تکافل متمرکز خواهیم شد. با توجه به این که بیمه متعارف و تکافل، از اهمیت خاصی برخوردار هستند، مقایسه‌ای بین این دو مورد خواهیم داشت. همچنین علی‌رغم استفاده از بانکداری اسلامی، اما ایران در صنعت بیمه هنوز از مدل متعارف بیمه‌ای در جهان استفاده می‌کند، بنابراین لازم است که در مورد کارایی اجرای نظام بیمه تکافل در ایران تحقیقاتی صورت گیرد. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که نظام بیمه تکافلی می‌تواند به‌عنوان مکمل و نه جایگزین بیمه متعارف مورد استفاده قرار گیرد. در پایان این پژوهش نیز به مروری بر پیدایش تکافل در جهان و برخی از کشورهای اسلامی خواهیم پرداخت.

واژگان کلیدی: بیمه، تکافل، بیمه اسلامی، بیمه تکافل، بیمه متعارف

۱. شرکت بیمه سامان، تهران، a.sargolzaei@samaninsurance.ir

۲. شرکت بیمه سامان، تهران، s.fazel@samaninsurance.ir



نقش تکافل و ابزارهای مالی اسلامی در تحقق توسعه صنعت بیمه

هدیه ولی زاده^۱، علیرضا شمس^۲، مهران حسنجانی^۳

چکیده

امروزه اهمیت بخش بیمه در بطن مجموع واسطه‌گری‌های مالی در گذر زمان افزایش یافته است و شدت و حجم روابط بین بیمه، بانکداری و بازارهای سرمایه نیز رو به فزونی می‌باشد، در نتیجه، تأثیر احتمالی بیمه بر اقتصاد باید افزایش یافته باشد. اصطلاح صنعت تکافل شامل همه‌ی متصدیان کسب و کار ارائه خدمات و محصولات تکافل می‌باشد. این صنعت شرکت‌های بیمه مستقیم که برای ارائه طیف گسترده‌ای از محصولات تکافل پذیرهنویسی می‌کنند، شرکت‌های بیمه رایج که تعداد محدودی از محصولات تکافل را ارائه می‌کنند و شرکت‌های بیمه تکافلی و تکافل اتکائی را در بر می‌گیرد. هم‌اکنون این صنعت محصولات خود را بر پایه تعاون و ضمانت متقابل و در قالب دو طرح تکافل عمومی و تکافل خانواده ارائه می‌دهد. این مقاله بعد از بررسی مختصر بیمه‌های مرسوم و صنعت تکافل اهمیت حضور این صنعت را در کشور مورد بررسی قرار می‌دهد. اهمیت آشنایی و توسعه چنین کسب و کاری در ایران را می‌توان از سه منظر ذیل مورد بررسی قرار داد: ۱. تکافل به عنوان یک فعالیت اقتصادی جدید؛ ۲. تکافل محصولی اسلامی؛ ۳. تکافل رقیبی برای بیمه مرسوم در صنعت بیمه ایران. در پایان به این نتیجه رسیدیم، که حضور و فعالیت شرکت‌های تکافل در کنار شرکت‌های بیمه مرسوم می‌تواند هم برای اقتصاد کشور و هم برای صنعت بیمه مفید و اثرگذار باشد.

واژگان کلیدی: بیمه، ریسک، تکافل، توسعه صنعت بیمه

۱. مدیر بیمه‌های عمر و تامین آتیه شرکت بیمه پاسارگاد، h.valizadeh@pasargadinsurance.ir

۲. کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه آزاد اسلامی، alirezashamsorginal69@gmail.com

۳. دانشجوی دکتری حرفه‌ای مدیریت بیمه، Me_ha20@yahoo.com

بیست و نهمین همایش ملی و
دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه

ISC SID



پنل کاربرد رویکردهای دانش بنیان بر توسعه رشته‌های بیمه‌ای

رئیس: دکتر فرزانه خامسیان

اعضا:

مهندس احمد رضا ضرابیه

دکتر یونس مظلومی

آقای معصوم ضمیری

آقای رحیم مصدق

پنل کاربرد رویکردهای دانش بنیان
بر توسعه رشته های بیمه ای

مقالات ارائه



ارائه یک سیستم دانش‌بنیان خبره فازی برای ارزیابی ریسک مرگ بیمه عمر

غدير مهدوی کلیشمی^۱، رضا حاجی‌پور فرسنگی^۲

چکیده

اهمیت مدیریت ریسک در صنعت بیمه خصوصاً بیمه‌های زندگی و رابطه انکارناپذیر آن با ایجاد ارزش، ایجاد سیستمی نوین جهت ارزیابی ریسک‌های مختلف را ضروری می‌نماید. سیستم‌های دانش‌بنیان قابلیت ارزیابی مؤثر و نظام‌مند ریسک‌های پیچیده این صنعت را دارند و برای سازمان‌هایی که به دنبال خدمات بهتر برای مشتریان و همچنین ارتقاء، نگهداری و استفاده دوباره از دانش موجود هستند، کارایی دارد. هدف این پژوهش بهبود فرایند ارزیابی ریسک مرگ بیمه عمر با به‌کارگیری یک سیستم دانش‌بنیان خبره می‌باشد. ابتدا متغیرهای ورودی که شامل عوامل مؤثر بر ریسک مرگ بیمه عمر بوده با نظر کارشناسان جمع‌آوری شده و سپس با ایجاد پایگاه دانش سیستم با استفاده از اصول قاعده بنیان، خروجی ریسک ارزیابی شده ارائه می‌گردد. سپس با ارتقا سیستم به سیستم دانش‌بنیان خبره فازی به بهبود عملکرد ارزیابی ریسک با کمی‌سازی خروجی مدل پرداخته می‌شود. نتایج تولیدشده به‌منظور عملکرد سیستم تشریح شده و نشان از کارایی قابل قبول سیستم جهت ارائه سطح ریسک افراد متقاضی بیمه عمر می‌باشند.

واژگان کلیدی: سیستم دانش‌بنیان خبره فازی، ارزیابی ریسک، پایگاه دانش، سطح ریسک

۱. دانشیار، موسسه بیمه اکو، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، mahdavi@atu.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری، موسسه بیمه اکو، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، reza_hajipour@atu.ac.ir



Identity Car Insurance Fraud Using Data Mining

Sara. Dadras¹, Jafar. Soltani²

Abstract

This paper aims to compare three models of fraud detection in bodily injury of car insurance to select the best method with the least error.

Initially, properties were defined as fraud files, and then 120 files were selected from the insurance company such that 20 of them were fraud cases. After knowing the dataset, fraud files were predicted using the decision tree, support vector machine (SVM), and the k-nearest neighbors (KNN) algorithm.

Comparing the results shows that in terms of total accuracy, KNN provides the best result with $k = 10$. Therefore, it can detect fraudulent car insurance files with 100% accuracy and without error in any class.

Keywords: Car insurance; Bodily injury; Fraud; Data mining

1. Sara_dadras@yahoo.com.

2. J-Soltani@parsianinsurance.com.



پیش‌بینی وقوع تقلب در بیمه‌های بدنه اتومبیل با استفاده از الگوریتم ماشین یادگیری (مطالعه موردی: بیمه ملت)

مهرناز حکیم هاشمی^۱، حمید کشمیری^۲

چکیده

تقلب در بیمه یک فعالیت غیراخلاقی است که به طور سیستماتیک برای به دست آوردن مقداری سود مالی انجام می‌شود. چنین مطالبات متقلبانه‌ای مشکلاتی برای شرکت‌های بیمه ایجاد می‌کند که منجر به هزینه‌های بی‌مورد و گراف می‌شود. به دلیل وجود برخی ایرادات در فرآیند سنتی، اکثر شرکت‌ها در جستجوی تکنیک‌های جدیدی برای یافتن ادعاهای متقلبانه به ویژه در بیمه‌های اتومبیل هستند. یکی از این روش‌ها به کارگیری از الگوریتم‌های ماشین یادگیری است. این شیوه جهت آشکار نمودن حقایق پنهان در ورای حجم انبوهی از داده‌ها به کار گرفته می‌شود. از اینرو در این مطالعه جهت پیش‌بینی وقوع یا عدم وقوع تقلب در بیمه‌های بدنه از یکی از الگوریتم‌های ماشین یادگیری به نام رگرسیون لجستیک با به کارگیری از نرم‌افزار پایتون استفاده شده است. تعداد ۴۹۴۹ رکورد بیمه‌گذاران دارای بیمه بدنه اتومبیل شرکت بیمه ملت با ۴ ویژگی فاصله وقوع تا اعلام خسارت، نوع پرونده خسارت (عادی و ریکآوری)، مبلغ خسارت و تعداد بیمه‌نامه‌های صادر شده برای هر کد بیمه‌گذار به عنوان متغیره ورودی و وضعیت پرداخت خسارت به عنوان متغیر خروجی مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌های مدل بیانگر آن است که مدل رگرسیون لجستیک با دقت تخمین ۹۶ درصد ادعاهای دارای تقلب را شناسایی کرده است.

واژگان کلیدی: الگوریتم ماشین یادگیری، شناسایی تقلب، رگرسیون لجستیک، پایتون

۱. واحد توسعه و نوآوری، بیمه ملت، تهران، m.hakimhashemi@gmail.com

۲. واحد مدیریت ریسک، بیمه ملت، تهران، H.keshmiri13@yahoo.com



برآورد میزان اثرپذیری شاخص ضریب نفوذ از مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان (مطالعه موردی استان‌های منتخب)

محمدسعید حقیقت^۱

چکیده

اقتصاد دانش‌بنیان به عنوان یک مفهوم نوین در دنیای امروز، محوریت دانش در سیاست‌گذاری‌های اقتصادی را نظریه‌پردازی می‌نماید. صنعت بیمه نیز به عنوان جزیی اساسی از اقتصاد کلان، علاوه بر ایفای نقش در این اکوسیستم، از تحولات آن نیز تأثیرات متعددی می‌پذیرد. در این پژوهش با استفاده از داده‌های سری زمانی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۹ استان‌های تهران، اصفهان، خراسان رضوی، فارس و خوزستان و با بهره‌گیری از الگوی اقتصادسنجی Panel Data، اثرپذیری شاخص ضریب نفوذ از مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان برآورد شده است. مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان در این مقاله «سهولت کسب‌وکار»، «توسعه‌ی آموزش»، «توسعه‌ی منابع انسانی» و «توسعه‌ی فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات» در نظر گرفته شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که اولاً داده‌های تابلویی مؤلفه‌ها در سطح و یا یکبار تفاضل پایا بوده و ثانیاً طبق آزمون همجمعی پدرونی - کائو، رابطه بلندمدت بین مؤلفه‌های یادشده با شاخص ضریب نفوذ وجود دارد. در ادامه و پس از انجام آزمون‌های F لیمر و هاسمن به ترتیب مشخص گردید که مدل رگرسیونی این تابع از نوع غیرمقید و دارای اثرات ثابت است. ضرایب حاصل‌شده برای مؤلفه‌ها نیز تماماً معنادار و به ترتیب فوق برابر ۰,۴، ۷,۱، ۲,۲۴ و ۰,۲۳ درصد بوده است. گفتنی است آزمون‌های بررسی صحت برازش مدل، صادق بودن نتایج رگرسیون را تایید نموده‌اند.

واژگان کلیدی: ضریب نفوذ، اقتصاد دانش‌بنیان، Panel Data



شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های اینشورتک برای استارت‌آپ‌های بیمه با رویکرد دانش‌بنیان

امیر بهرامی^۱، ناهید خیرالدین^۲، مهشید آل‌حبیب^۳، نوریه سادات ذوقی^۴

چکیده

استفاده از فناوری‌های بیمه جهت افزایش ارزش و بهبود کسب‌وکار می‌تواند برای شرکت‌های بیمه به عنوان یک مزیت رقابتی محسوب شود با توجه به اهمیت و نقش این فناوری‌ها در رشد و توسعه بیمه این پژوهش با هدف، شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های اینشورتک برای استارت‌آپ‌های بیمه با رویکرد دانش‌بنیان می‌باشد.

روش تحقیق این پژوهش، از نوع تحلیل آمیخته می‌باشد. در مرحله کیفی با استفاده از تحلیل محتوا و کدگذاری باز و محوری به شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌ها پرداخته شده و در ادامه با کدگذاری گزینشی روابط میان مفهوم، ابعاد و مؤلفه‌های مشخص شده است. در مرحله کمی نیز با استفاده از روش فریدمن به رتبه‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های اینشورتک برای استارت‌آپ‌های بیمه پرداخته شده است.

یافته‌های حاصل از پژوهش حکایت از آن دارد که مؤلفه‌های شناسایی شده شامل؛ شناسایی فرصت‌های موجود، بازارشناسی، فضای رقابتی، تبادل اطلاعات، تنوع و نوآوری، دانش مشتری، مدیریت ریسک، استراتژی قیمت‌گذاری، مشارکت در سرمایه‌گذاری، تبلیغات، منابع فناوری سازمانی و فناوری اطلاعات بوده و در کنار مشخص شدن مؤلفه‌های مرتبط و مؤثر، نحوه ارتباط آنها نیز مشخص و همچنین ۷۹ شاخص شناسایی و مورد تایید خبرگان قرار گرفته

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر، پژوهشکده

بیمه، amir57phd@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، پژوهشکده بیمه، nahidkheiroddin@gmail.com

۳. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت بیمه، پژوهشکده بیمه mahshid.280@gmail.com

۴. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت بیمه، پژوهشکده بیمه، zoghi@gmail.com



است. براساس نتایج پژوهش مؤلفه‌های شناسایی فرصت‌ها و مشارکت در سرمایه‌گذاری و تبلیغات بر تنوع و نوآوری و مدیریت ریسک و استراتژی‌های قیمت‌گذاری و دانش مشتری تأثیر خواهد داشت و از این طریق بر تبادل اطلاعات و بازارشناسی و فضای رقابتی تأثیرگذار می‌باشند. از سویی دیگر مؤلفه‌های تبادل اطلاعات و بازارشناسی و فضای رقابتی بر فناوری‌سازمانی و فناوری اطلاعات تأثیرگذار است. در خصوص شاخص‌های به دست آمده، شاخص‌های خطوط کسب‌وکار جدید، رعایت مقررات دست‌وپاگیر، استفاده از قدرت فناوری، بازارشناسی بر اساس مشتری، رقبا و وضعیت رقابت، امنیت تبادل اطلاعات، شبکه‌های اجتماعی، شفافیت تجربیات مرتبط با مشتری، ارزیابی ریسک، طراحی سایت و تولید محتوا، شناسایی فرصت‌ها از طریق فناوری تلفن همراه هوشمند، توانستند بیشترین وزن را به خود اختصاص دهند.

واژگان کلیدی: اینشورتک، استارت آپ‌ها، صنعت بیمه

پنل کاربرد رویکردهای دانش بنیان
بر توسعه رشته های بیمه ای

مقالات پذیرش شده به
صورت صرفاً چاپ



طراحی بیمه درمان بلندمدت مبتنی بر مکانیزم شاخص‌گذاری رتبه‌بندی شده

عاطفه کنعانی دیزجی^۱، امیر تیمور پاینده نجف‌آبادی^۲

چکیده

برای بیمه‌گران قیمت‌گذاری محصولات بیمه درمان بلندمدت به علت وجود شوک‌های اقتصادی، تغییر در نرخ تورم و تغییر در نرخ بیماری کار بسیار دشواری است. مکانیسم شاخص‌گذاری یکی از راهکارهایی است که توسط برخی محققان برای غلبه بر این مشکلات معرفی شده است. مکانیسم شاخص‌گذاری هر سال حق بیمه را بر اساس شاخص قیمت پزشکی مشاهده‌شده محاسبه و به‌روزرسانی می‌کند. ایده مشترک برای همه مکانیسم‌های شاخص‌گذاری این است که مکانیسم شاخص‌گذاری فقط حق بیمه/ذخایر هر بیمه‌گذار را با استفاده از یک شاخص بیرونی، مانند نرخ تورم، به جای یک شاخص داخلی، به‌روزرسانی می‌کند. به عبارت دقیق‌تر، چنین مکانیسم‌های شاخص‌گذاری، هیچ شاخص درونی مانند میزان استفاده بیمه‌گذار از خدمات درمانی در سال گذشته و غیره را در نظر نمی‌گیرند. این مشاهدات در کنار این که بخش‌های مختلف خدمات درمانی، نرخ تورم متفاوتی را تجربه می‌کنند و بیمه‌شدگان خدمات درمانی متفاوتی در طول قرارداد دریافت می‌کنند مشکل را دشوارتر می‌کند. در این مقاله، ما ایده مکانیسم شاخص‌گذاری را با یک سیستم اشتراک ریسک ترکیب می‌کنیم تا مکانیزم شاخص‌گذاری پاداش - جریمه را معرفی کنیم. عملکرد این رویکرد در قالب محصول معرفی شده با استفاده از مطالعات شبیه‌سازی ارزیابی شده است.

واژگان کلیدی: بیمه درمان بلندمدت، مکانیزم شاخص‌گذاری، سیستم پاداش - جریمه

۱. گروه بیم‌سنجی، دانشکده علوم ریاضی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، atefehkanani6@gmail.com

۲. گروه بیم‌سنجی، دانشکده علوم ریاضی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، amirtpayandeh@gmail.com



کاربرد فناوری دانش‌بنیان خودروی متصل در صنعت بیمه

محمدجواد حیدری^۱

چکیده

صنعت بیمه به سمت توسعه یک زیست‌بوم دیجیتالی پیش می‌رود که در آن انواع فناوری‌های نوین نقش اساسی ایفا می‌کنند. اینترنت اشیا به عنوان یکی از عناصر اصلی این زیست‌بوم دیجیتالی شناخته می‌شود که بکارگیری آن موجب توسعه مفهومی به نام بیمه متصل شده است. این فناوری از پتانسیل بالایی در صنعت برخوردار است و در صورت بکارگیری آن، منافع متعددی برای این صنعت متصور است. این منافع هم در پذیره‌نویسی و هم در بررسی ادعاهای احتمالی مؤثر بوده و تأثیر بسزایی را در توسعه محصولات و ایجاد فرصت‌های بیشتر درآمدی برای شرکت‌های بیمه خواهد داشت. کاهش تقلبات، اکچوئری و تخمین ریسک دقیق‌تر و افزایش بهره‌وری اقتصادی از دیگر مزایای استفاده از این فناوری است. خودروی متصل یکی از پیشروترین بخش‌های فناوری بیمه متصل است که در بین سایر زمینه‌های کاربردی این فناوری، مرسوم‌تر بوده و نمونه‌هایی متعددی از آن در سراسر دنیا اجرایی شده‌اند. در این مقاله نگاهی اجمالی به این فناوری خواهیم داشت و پیشنهاداتی در جهت اجرایی‌سازی بومی آن طرح خواهند شد. سامانه پیشنهادی متشکل از سه عنصر اصلی خودرو، انسان و معبر است؛ که در صورت اجرایی شدن آن، از اطلاعات حاصله می‌توان در بسیاری کاربردها اعم از پلیسی و مدیریت ترافیک، کاربردهای امدادی و اورژانس، بیمه و استفاده کرد.

واژگان کلیدی: خودروی متصل، اینترنت اشیا، خودرویی، بیمه مصرف‌محور، بیمه مبتنی بر رفتار رانندگان

۱. گروه پژوهشی فناوری‌های نوین بیمه‌ای، پژوهشکده بیمه، تهران، Mj.Heydari@Irc.ac.ir



شناسایی ابعاد فرهنگی تأثیرگذار بر تحول دیجیتال در پذیرش بیمه‌های آتش‌سوزی

فریبا نقی پور^۱، شیماسادات میرعمادیان^۲، رحمان اسفندانی^۳

چکیده

هدف این پژوهش شناسایی ابعاد فرهنگی تأثیرگذار بر تحول دیجیتال در پذیرش بیمه‌های آتش‌سوزی با استفاده از رویکرد کیفی می‌باشد. به همین منظور در این تحقیق توسعه‌ای - کاربردی، مفاهیم مذکور استخراج و سپس پرسشنامه‌ها با اظهار نظر خبرگان و مدیران شرکت‌های بیمه اصلاح گردید. از طریق روش دلفی و با حضور ۲۰ از اساتید نخبه دانشگاهی و مدیران شرکت‌های بیمه به اجماع گذاشته شد. سیزده بُعد فرهنگی تأثیرگذار بر تحول دیجیتال در پذیرش بیمه‌های آتش‌سوزی از ادبیات موضوع استخراج شده بود، با دو دور نظر سنجی به اجماع اعضای پانل دلفی رسید. یافته‌ها نشان داد در مرحله اول دلفی بالاترین رتبه مربوط به بُعد «شه‌رنشینی» بیش‌ترین مقدار (۱۴/۲۶) و بُعد «رفاه طلبی» کمترین مقدار (۱۱/۸۲) را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین در مرحله دوم دلفی مهمترین ابعاد فرهنگی تأثیرگذار بر تحول دیجیتال «شه‌رنشینی»، «نوآوری» و «تورم» بودند و بُعد «ذهنیت دیجیتال» کمترین میانگین را در مرحله دوم به خود اختصاص داده‌اند.

واژگان کلیدی: فرهنگ، تحول دیجیتال، بیمه‌های آتش‌سوزی، دلفی

۱. مدیربیمه‌های آتش‌سوزی، شرکت بیمه سامان، تهران، f.naghipour@samaninsurance.ir

۲. مدیریت بیمه‌های آتش‌سوزی، شرکت بیمه سامان، تهران، Sh.miremadian@gmail.com

۳. مدیریت بیمه‌های آتش‌سوزی، شرکت بیمه سامان، تهران، Rahman108051367@gmail.com



بررسی عوامل مؤثر بر نرخ گذاری فنی بیمه‌نامه شخص ثالث (راننده محور)

سعید اسدی قراگوز^۱، سینا شریفی آذر^۲، سلدانواح^۳

چکیده

فلسفه اجباری بودن بیمه نامه شخص ثالث وسایل نقلیه، اجرای نوعی تأمین اجتماعی برای حمایت از زیان‌دیدگان حوادث وسایل نقلیه است و دور از انتظار نیست که بخواهد بیش-ترین پوشش را با کمترین قیمت برای همگان فراهم آورد اما مشکل این است که تحقق این هدف بر عهده شرکت‌های بیمه بازرگانی می‌باشد که بنگاه اقتصادی هستند (نه سازمان دولتی) و بطور بدیهی در پی سودآوری از محل فعالیت بیمه‌ای هستند. یکی از راه حل‌های کاهش زیان این رشته بیمه ای، ارائه نرخ واقعی حق بیمه برای بیمه گذاران براساس درجه ریسک آنان می‌باشد که باعث تعادل در دوطرفه عرضه و تقاضا می‌گردد و پژوهشکده بیمه در راستای این هدف اقدام به ارائه آئین نامه پیشنهادی صدور بیمه نامه شخص ثالث راننده محور نموده است لذا بنا به اهمیت موضوع در پژوهش حاضر، فاکتورهای مؤثر بر زیانده بودن بیمه گذار در یکی از شرکت‌های بیمه ی خصوصی، در طی ۱۰ سال با بهره گیری از روش علیت گرانش و حداقل مربعات معمولی مورد بررسی قرار می‌گیرد. نتایج نشان می‌دهد که جنسیت تاثیر معنی داری بر افزایش خسارت بیمه نامه شخص ثالث ندارد. بیمه گذاران با سن زیر ۳۰ سال بیشترین تاثیر را در افزایش خسارت و بیمه گذاران با سن بالاتر از ۵۰ سال کمترین خسارت را داشته اند. خودروهای صفر کیلومتر و بیمه گذاران با تجربه حداقل یکبار خسارت نیز کمترین خسارت در این دوره را داشته اند. خودروهای بارکش زیر ۱۰ تن بیشترین تاثیر را در افزایش تعداد حواله‌های خسارتی داشته است.

واژگان کلیدی: بیمه شخص ثالث، راننده محور، علیت گرانش

-
۱. دکتری علوم اقتصادی، مدیریت بیمه کارآفرین شعبه شرق تهران، کارشناس رسمی دادگستری در رشته بیمه
S.Asadi9800@gmail.com
 ۲. کارشناسی نرم افزار، گروه علوم کامپیوتر، واحد ارومیه، دانشگاه آزاد اسلامی، آذربایجان غربی
Sina.sharifiazar1988@Gmail.com
 ۳. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، واحد ری، دانشگاه پیام نور، تهران
Seldanavvah@Gmial.com

پنل کاربرد رویکردهای دانش بنیان
بر توسعه رشته های بیمه ای

مقالات پوستری



تأثیر ایشورتک بر مدل کسب و کار صنعت بیمه ایران (شناسایی عوامل)

نیکی اتابکی نیا^۱، امید مهدی عبادتی^۲، اسماء حمزه^۳

چکیده

انقلاب صنعتی چهارم با ظهور فناوری‌های نوین در حال وقوع است. این تحول مسیر و سرعت همه صنایع را دگرگون خواهد کرد و کشور ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست و ناگزیر از انطباق با این تحولات است. صنعت بیمه در ایران، مانند همه دنیا در حال تغییر است و این تغییر فرصت‌ها و چالش‌هایی را ایجاد خواهد کرد. برای همگام بودن با تحولات، نیاز است که مدل کسب و کار شرکت‌های بیمه در قالب تعریف، عرضه و استمرار ارزش‌های دیجیتال بیمه‌ای تغییر کند و اینچنین می‌توان شاهد افزایش ضریب نفوذ بیمه در کشور بود. در این پژوهش سعی شده است نحوه تأثیر ایشورتک، بر بلوک‌های بوم کسب و کار ارائه و همچنین چالش‌ها و فرصت‌های ایشورتک برای صنعت بیمه تبیین گردد. برای تحقق اهداف پژوهش و بررسی تأثیر ایشورتک بر بوم کسب و کار صنعت بیمه از طریق مرور ادبیات و مطالعه کتابخانه‌ای، عوامل شناسایی و به صورت پرسشنامه در اختیار خبرگان این حوزه قرار گرفت و در نهایت در قالب بوم کسب و کار ارائه گردید.

واژگان کلیدی: بیمه، ایشورتک، مدل کسب و کار، بوم کسب و کار

۱. کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشگاه خوارزمی، تهران، Niki.atabaki@gmail.com

۲. دانشیار گروه مدیریت عملیات و فناوری اطلاعات، دانشگاه خوارزمی، تهران، Ebadati@khu.ac.ir

۳. استادیار و مدیر گروه بیمه‌های الکترونیک، پژوهشکده بیمه، تهران، Hamze2006@yahoo.com

Hamzeh@irc.ac.ir



خوشه‌بندی شرکت‌های دانش‌بنیان و ارائه محصولات براساس هوش مصنوعی

بهار خام فروش^۱، غزاله سادات فخارزاده^۲

چکیده

شرکت‌های استارت‌آپی دانش‌بنیان عملاً از ریسک بالایی برای موفقیت برخوردارند. علی‌رغم وجود محصولات بیمه‌ای متنوع، پکیج‌هایی که به صورت استاتیک به فروش می‌رسد نمی‌تواند برای شرکت‌های دانش‌بنیان با تنوع زیادی از نیازها استفاده شود. در چنین شرایطی معمولاً انعطاف شرکت‌های بیمه‌گر با ارائه محصولات منطبق با نیاز این شرکت‌ها می‌تواند در استقبال از بیمه‌گذار نقش به‌سزایی داشته باشد. برای همین استفاده از داده‌های گذشته شرکت‌های بیمه‌گر برای ایجاد یک سیستم‌های توصیه‌گر اینشورتک هوش مصنوعی که بر اساس ماهیت شرکت‌های استارت‌آپی دانش‌بنیان، محصولات منعطف با نیاز آنها ارائه دهد لازم است. این پژوهش با استخراج و ترکیب برخی از ویژگی‌های محصولات بیمه‌ای و نگاشت این ترکیب‌ها به مراکز خوشه‌ای با الگوریتم هوش مصنوعی کامینز و افزایش میزان شباهت درون خوشه‌ای، کیفیت خوشه‌ها را بهبود می‌دهد. برای جداسازی شرکت‌هایی که نیاز به محصولات بیمه‌ای مشابه باهم دارند از شرکت‌هایی که نیاز یونیک دارند الگوریتم دسته‌بندی هوش مصنوعی کامینز استفاده می‌شود. نتایج تحلیل‌ها برحسب میانگین امتیاز داده شده در استفاده از محصولات نشان می‌دهد نگاشت ترکیب‌های جدید به مرکز خوشه‌ای الگوریتم هوش مصنوعی کامینز، کیفیت ارائه پیشنهاد برای هر دو دسته از شرکت‌ها را بهبود می‌دهد.

واژگان کلیدی: شرکت‌های استارت‌آپی، هوش مصنوعی، خوشه‌بندی کامینز، اینشورتک

۱. مدیریت بیمه‌های زندگی، بیمه سامان، تهران، Bahar.khamfroush@gmail.com

۲. مدیریت بیمه‌های زندگی، بیمه سامان، تهران، Gh.fakharzadeh@gmail.com



ایجاد محرمانگی در تحلیل داده‌های بیمه‌ای برای ایجاد بیمه‌های سفارشی

بهار خام فروش^۱، فاطمه توسلی^۲

چکیده

اولین مرحله برای ایجاد بیمه‌نامه‌های سفارشی، انتشار آن برای تحلیل‌گران داده جهت کشف الگوهای مفید و ناشناخته آن است. با تحلیل داده‌های قبلی و متناظر کردن نمونه جدید با آن، می‌توان پیشنهادات متناظر قبلی را برای این حالت هم ارائه کرد. انتشار داده برای تحلیل و ایجاد بیمه‌های سفارشی الزامی بوده اما ممکن است، باعث افشای ناخواسته اطلاعات افراد شود و مشکل محرمانگی ایجاد کند. گمنام‌سازی در هر رکورد داده‌ای، ارتباط بین داده و صاحب داده را از بین می‌برد و مانع از شناسایی مجدد صاحب داده می‌شود. گمنام‌سازی داده یعنی یکسان کردن بعضی از فیلدهای رکورد برای جلوگیری از شناسایی رکوردها، که از کنار هم قراردادن این فیلدها بتوان به هویت افراد پی برده و اطلاعات محرمانه آنها را افشا نمود. در این مقاله برای حفظ حریم خصوصی روشی توسعه داده می‌شود. این روش مدل محرمانگی l-diversity را در داده‌های انتشاری محقق می‌کند. از آنجا که یکی از چالش‌های اساسی در محرمانگی داده‌ها مصالحه بین محرمانگی و سودمندی داده است، انتخاب نقاط برش به صورت پویا منجر به کم شدن اتلاف اطلاعات و بهبود معیارهای ارزیابی کارایی می‌شود.

واژگان کلیدی: گمنام‌سازی، مدل محرمانگی k-anonymity، مدل محرمانگی l-diversity

۱. مدیریت بیمه‌های زندگی، بیمه سامان، تهران، bahar.khamfroush@gmail.com

۲. مدیریت بیمه‌های زندگی، بیمه سامان، تهران، Ft632008@gmail.com



بیمه سایبری برای شرکت‌های دانش‌بنیان: یک مطالعه فراترکیب

آسیه بختیار^۱

چکیده

تحول دیجیتال و استفاده روزافزون از فناوری‌های دیجیتال در فعالیتهای اقتصادی درحالی‌که مزایای قابل توجهی ازجمله افزایش سهولت انجام کارها، فراهم شدن زمینه نوآوری و بالارفتن کارایی و بهره‌وری برای شرکت‌های دانش‌بنیان ایجاد می‌کند، اما، خطرات قابل توجهی به دنبال دارد و می‌توان گفت که وابستگی فزاینده به فناوری‌های دیجیتال با امنیت دیجیتال همراه است. این مقاله با هدف شناسایی ظرفیتهای بیمه سایبری برا شرکت‌های دانش‌بنیان، مروری نظام‌مند بر ادبیات بیمه سایبری ارائه می‌کند. مقالات موجود در این مطالعه از نتایج جستجو در پایگاه داده‌های Springer Link، Research gate، ScienceDirect، IEEE Xplore، googlescholar در سال‌های 2011-2022 منتشر شده‌اند، جمع‌آوری شده‌اند. از مجموع 273 مقاله، 20 مقاله به عنوان مقالات واجد بررسی شناسایی شدند. نتایج مقاله حاکی از شناسایی ابعاد بیمه سایبری برای شرکت‌هایی دانش‌بنیان است. این ابعاد شامل: حوادث سایبری در شرکت‌های دانش‌بنیان، پوشش‌های بیمه سایبری برای شرکت‌های دانش‌بنیان، موانع پذیرش بیمه سایبری توسط شرکت‌های دانش‌بنیان، پیشران‌های پذیرش بیمه سایبری در شرکت‌های دانش‌بنیان، فرآیند تصمیم‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان برای استفاده از بیمه سایبری، چالش‌های بیمه سایبری برای شرکت‌های دانش‌بنیان است.

واژگان کلیدی: بیمه سایبری، ریسک سایبری، امنیت سایبری. شرکت دانش‌بنیان

۱. مدیریت کسب و کارهای نوین، بیمه تجارت نو، تهران، azadenasrabadi@yahoo.com

بیست و نهمین همایش ملی و
دهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه
توسعه دانش بنیان صنعت بیمه



پنل توسعه مدیریت دانش بنیان در فرآیندهای بیمه‌گری

رئیس: دکتر یعقوب محمودیان

اعضا:

دکتر علی جباری

دکتر علیرضا هادی

آقای هادی اویارحسین

دکتر مسعود بادین

**پنل توسعه مدیریت دانش بنیان
در فرآیندهای بیمه‌گری**

مقالات ارائه



بیمه‌نامه هوشمند جهت مدیریت یکپارچه بلایا با استفاده از فضای ابری و اینترنت اشیاء

محسن صابری^۱

چکیده

طی دهه‌های متمادی به علت بحران‌های طبیعی، انسانی و فناوری، به طور قابل ملاحظه‌ای مسائل و مشکلات بسیار در حال اثرگذاری بر جامعه، محیط زیست و اقتصاد می‌باشند. از این رو تعریف مدیریت یکپارچه بحران از طریق ادغام انواع مختلف بلایا به منظور آمادگی برای رویارویی با بحران‌های بوجود آمده، در زمان واقعی در بازه زمانی بسیار کوتاه، حائز اهمیت می‌باشد. در این مقاله، چهارچوبی برای مدیریت بحران براساس فضای ابری و اینترنت اشیاء، تعریف شده است. در واقع یک کیس کاربردی مدیریت بلایا بر مبنای چهارچوب تعریف شده بر اساس یکپارچه‌سازی بحران‌های طبیعی و انسانی مطرح شده است. حوادث فاجعه بار طبیعی جهت استخراج اطلاعات خسارات احتمالی بیمه، بر مبنای سوابق تاریخی و به منظور آمادگی شرکت‌های بیمه در زمان حوادث، یکپارچه شده‌اند. رویدادهای فاجعه‌بار انسانی نیز در زمان وقوع، کاربران را مطلع می‌سازند. در اینجا تجهیزات و اطلاعات نا همگن جهت نظارت بر حوادث بحرانی مختلف به طور دقیق در یک راستا یکپارچه شده‌اند.

واژگان کلیدی: مدیریت فجایع، بیمه‌های هوشمند، اینترنت اشیاء، فضای ابری

۱. سرپرست اداره پشتیبانی زیرساخت شرکت بیمه ملت، تهران، Saberim28@gmail.com



اثر مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه؛ رهیافت رگرسیون پانل کوانتایل (مقایسه‌ای بین کشورهای منطقه و پیشرو)

آذین سادات استادرمضان^۱، زهرا بردال^۲، محمدسجاد میرزاخانی^۳، میلاد کرمی^۴

چکیده

وقوع انقلاب دانایی و طرح الگوی اقتصاد دانش‌بنیان به واسطه دستاوردهای چشمگیر خود، نگاه جوامع و سیاستگذاران را معطوف به خود ساخته است. این موضوع در اسناد فرادست قانونی ج.ا.ایران نیز مورد توجه خاص واقع شده است. در این راستا صنعت بیمه به جهت تأثیر بر توسعه پایدار اقتصادی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. برای این منظور، تحقق مؤلفه‌های اساسی اقتصاد دانش‌بنیان در صنعت بیمه موضوعی اساسی و قابل بررسی است. این پژوهش بر آن است تا با بررسی مقایسه‌ای، تأثیر مشوق‌های اقتصادی و رژیم نهادی، آموزش و مهارت منابع انسانی، سیستم نوآوری و فناوری، زیرساخت اطلاعاتی و فناوری ارتباطی به عنوان مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان بر توسعه صنعت بیمه دو گروه کشورهای منتخب پیشرو و منطقه در بازه زمانی ۲۰۲۰-۲۰۱۱ پردازد. به منظور تحقق این هدف از روش رگرسیون پانل کوانتایل با بهره‌گیری از نرم‌افزار Stata 17 استفاده شده است. نتایج مدل‌ها بیانگر تأثیر مثبت و معنادار تمام مؤلفه‌ها در اکثر کوانتایل‌های تعریف شده بر ضریب نفوذ بیمه در دو گروه کشورهای منتخب است. با مقایسه بین دو گروه کشورهای منتخب درمی‌یابیم این افزایش به‌طور قابل توجهی در کشورهای منتخب پیشرو بیشتر است؛ به این معنا که کشورهای مزبور از افزایش مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان به میزان بیشتری در جهت افزایش ضریب نفوذ بیمه منتفع خواهند شد.

واژگان کلیدی: مؤلفه‌های اقتصاد دانش‌بنیان، ضریب نفوذ بیمه، رگرسیون پانل کوانتایل

۱. کارشناس پژوهشی، شرکت بیمه کوثر، تهران، A.sadat@kins.ir

۲. کارشناس پژوهشی، شرکت بیمه کوثر، تهران، Z.bardal@kins.ir

۳. مدیر آموزش و پژوهش، شرکت بیمه کوثر، تهران، Ms.Mirzakhani@kins.ir

۴. رئیس اداره پژوهش، شرکت بیمه کوثر، تهران، M.Karami@kins.ir



ابعاد و الزامات تحقق بیمه‌گری دیجیتال با تأکید بر فناوری‌های نوین

سید جمال موسی کاظمی^۱، لیلا کریمیان^۲، یونس وکیل‌الرعا^۳

چکیده

امروز تحول دیجیتال یکی از مهمترین چالش‌های پیش روی صنعت بیمه کشور و خصوصاً شرکت‌های بیمه تبدیل شده و بر خلاف دوران سنتی که فناوری اطلاعات، صرفاً موجودی پشتیبان بود، فناوری دیجیتال به عنوان هسته کسب و کارهای نوین شناخته می‌شود. این پژوهش با بهره‌مندی از روش تحلیل تم که یک روش کیفی است، در پی یافتن مدلی است تا شرکت‌های بیمه‌ب‌دور از سعی و خطا و با تکیه بر ابعاد آن با سرعت بیشتری روند دیجیتالی شدن را طی نمایند. در این روش، شیوه فرایند تحلیل از توصیف (description) شروع می‌شود و تا مرحله تفسیر (که محقق تلاش به تئوریزه کردن اهمیت الگوها و معانی وسیع‌تر الگوها می‌کند)، پیش می‌رود. در این روش به سبب اکتشافی بودن، از سوال به جای فرضیه استفاده شده است. با توجه به نتایج حاصله، مدل توسعه بیمه‌های دیجیتال در شرکت‌های بیمه در برگیرنده سه عامل اصلی شامل عوامل مرتبط با تدوین، عوامل مرتبط با اجرا و عوامل فراسازمانی می‌باشد. هر یک از عوامل مذکور نیز دارای ابعادی است که در مرحله ششم تحقیق مذکور به آنها پرداخته شده است.

واژگان کلیدی: بیمه دیجیتال، تحول دیجیتال، فناوری‌های نوین

۱. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سمنان، سمنان، Mosakazemi739@gmail.com

۲. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، Leilalarimian1396@gmail.com

۳. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سمنان، سمنان، y.vaki@semnaniau.ac.ir



بررسی مزایا و کاربردهای فناوری بلاک‌چین در صنعت تکافل

فاطمه آزادبخت^۱، عزیز احمدزاده^۲

چکیده

امروزه، از یک سو تکافل به سرعت در حال تبدیل شدن به یکی از مهم‌ترین اجزای بازار مالی مدرن اسلامی است و از سوی دیگر بسیاری از بخش‌های اصلی بازار مالی اسلامی در حال تغییر به سمت فناوری بلاک‌چین هستند، زیرا در حال حاضر، این فناوری تنها راه حل قابل اجرا برای ارائه امنیت، شفافیت، یکپارچگی منابع و اطمینان از اعتماد در میان مشتریان است.

مطالعات متعددی دشواری شرکت‌های تکافل را در محدود کردن هزینه‌های عملیاتی و داشتن مرزهای کارآمد نشان داده‌اند. برای کاهش چنین هزینه‌های عملیاتی و دستیابی به صرفه جویی در مقیاس، این مقاله پذیرش فناوری بلاک‌چین را به عنوان یک ارزش حیاتی برای صنعت تکافل ارزیابی می‌کند. در چنین پلتفرمی تمام تراکنش‌های تکافل از طریق بلاک‌چین فراهم می‌شود و بدین ترتیب اعتماد و شفافیت را برای جامعه درگیر در فرآیند تکافل به ارمغان می‌آورد. بر اساس بررسی ادبیات و استفاده از چارچوب SWOT، نقاط قوت و ضعف داخلی و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی را تشریح می‌کند. تجزیه و تحلیل ما نشان می‌دهد که فناوری بلاک‌چین می‌تواند به کاهش تقلب، افزایش به موقع اقدامات برای مشتریان، امکان مدیریت سریع تر و کارآمدتر ادعاهای خسارت و بهبود مدیریت ریسک در تکافل کمک کند.

واژگان کلیدی: مالی اسلامی، تکافل، بلاک‌چین، دفتر کل توزیع شده

۱. عضو هیئت علمی گروه پژوهشی مطالعات اسلامی بیمه، پژوهشکده بیمه، azadbakht_f53@yahoo.com

۲. عضو هیئت علمی و مدیر گروه پژوهشی مطالعات اسلامی بیمه، پژوهشکده بیمه، Ahmadzadeh@irc.ac.ir



بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر تمایل مشتری به استفاده از خدمات هوشمندسازی شده (مورد مطالعه: بیمه سامان)

مجید جعفری^۱، سعید داداشی ونجانی^۲

چکیده

تحولات دیجیتال تأثیر بسیار شدیدی بر فعالیتهای تجاری گذاشته است. با این نگاه و با توجه به هدف اصلی تحقیق که «بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر تمایل مشتری به استفاده از خدمات هوشمندسازی شده در میان مشتریان بیمه سامان» می‌باشد، تحقیق حاضر انجام شده است. روش تحقیق پژوهش حاضر از نظر هدف، توصیفی و از نوع مطالعه پیمایشی می‌باشد. از ابزار پرسشنامه و طیف لیکرت برای اندازه‌گیری شاخص‌های تحقیق استفاده شده است. این ابزار با استفاده از روایی صوری و همگرا و پایایی ضریب آلفای کرونباخ و ترکیبی مورد بررسی قرار و تایید گردید. جامعه آماری تحقیق مشتریان بیمه سامان بوده است که ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه پرسشنامه تحقیق را تکمیل کردند.

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد اعتماد، راحتی در استفاده از خدمات هوشمندسازی شده، خدمات آنلاین به مشتری بر نگرش مشتری به خرید آنلاین تأثیر دارد. همچنین؛ اعتماد، راحتی در استفاده از خدمات هوشمندسازی شده، خدمات آنلاین به مشتری، نگرش به خدمات هوشمندسازی شده و بایدها و نبایدهای ذهنی نسبت به خدمات هوشمندسازی شده بر تمایل مشتری به استفاده از خدمات هوشمندسازی شده تأثیر دارد.

با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهاى اصلی تحقیق ایجاد بستری برای افزایش اعتماد، راحتی در استفاده از خدمات هوشمندسازی شده، خدمات آنلاین به مشتری و ارتباطات تعاملی با مصرف‌کنندگان آنلاین است. همچنین شرکت‌های بیمه نه تنها باید محصولات و خدمات آنلاین را ارائه دهند بلکه باید پلتفرم‌های تجارت الکترونیک که شامل یک مرکز مراقبت آنلاین برای اطمینان از سلامت و امنیت مشتریان است را فراهم آوردند.

واژگان کلیدی: خدمات آنلاین شرکت‌های بیمه (تحولات دیجیتال)، هوشمندسازی، نگرش مشتریان.

۱. کارشناس بیمه، شعبه تخصصی عمرو مناطق، بیمه سامان، تهران، m.jafari@samaninsurance.ir

۲. کارشناس اقتصاد بازرگانی، شعبه تخصصی عمرو مناطق، بیمه سامان، تهران، sdvanjani@gmail.com

پنل توسعه مدیریت دانش بنیان
در فرآیندهای بیمه‌گری

مقالات پذیرش شده به
صورت صرفاً چاپ



اتحاد استراتژیک صنعت بیمه و شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه اینترنت اشیاء (با روش تصمیم‌گیری چند معیاره بهترین - بدترین)

کیارش ثنایی نامقی^۱، زهرا سلیمانی^۲، فاطمه حسن زاده^۳

چکیده

در حال حاضر تعداد زیادی از شرکت‌های مبتنی بر فناوری در کشورهای مختلف جهان وارد صنعت بیمه شده‌اند و سهم بازار متصدیان صنعت بیمه سنتی در معرض خطر است. ابزارهای پوشیدنی، سنسورهای از راه دور و ابزارهایی که نظارت و انتقال اطلاعات را به صورت الکترونیکی انجام می‌دهند، تفاسیر بهتری از اطلاعات و تشخیص عیوب و ارائه راه‌حل را برای فرایندهای شرکت‌های بیمه فراهم می‌نمایند. هدف پژوهش حاضر بررسی امکان‌سنجی اتحاد استراتژیک شرکت‌های بیمه و شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه اینترنت اشیاء به عنوان قدرتمندترین ابزار شرکت‌های بیمه در ارائه نرخ‌های حق بیمه، ارزیابی رفتار بیمه‌گذاران، ارائه خدمات متمایز و بازاریابی هوشمند است. روش تحقیق این مقاله بر مبنای مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی تجربیات سایر شرکت‌های بیمه دنیا در زمینه استفاده از اینترنت اشیاء و اتحاد استراتژیک و موفقیت‌های کسب شده توسط آنها و شناسایی شرکت‌های دانش‌بنیان و توانمند بر اساس شاخص‌های تعریف شده با روش بهترین - بدترین که یکی از روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره است. در ابتدا با کمک خبرگان صنعت هر یک از این شاخص‌ها وزن دهی شده، سپس با نظر برخی از متخصصین هر کدام شرکت‌های معرفی شده، رتبه‌بندی می‌گردد لازم به ذکر است که این رتبه‌بندی بر اساس نظر جامعه محدودی از نخبگان صورت گرفته و به تنهایی نمی‌تواند مبنای انتخاب نهایی شرکت‌های بیمه باشد و اهمیت آن در روش شناسی آن می‌باشد. نتایج تحقیق موید ضرورت پایه‌گذاری اتحاد استراتژیک شرکت‌های بیمه با شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه اینترنت اشیاء و ساخت تجهیزات و سنسورهای مورد نیاز صنعت بیمه توسط متحدان استراتژیک و بازاریابی و فروش محصولات برای متحدین است.

واژگان کلیدی: اینترنت اشیاء، صنعت بیمه، تصمیم‌گیری چندمعیاره، روش بهترین و بدترین، دانش‌بنیان، اتحاد استراتژیک

۱. دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران) دانشکده مدیریت و صنایع، kiarashsan@aut.ac.ir

۲. اداره پژوهش شرکت بیمه آسیا، تهران، Hemat.311@gmail.com

۳. اداره پژوهش شرکت بیمه آسیا، تهران، iraninternet@yahoo.com



تأثیر قابلیت‌های خلق نوآوری و انواع مختلف نوآوری بر عملکرد مالی شرکت‌های بیمه مطالعه موردی شرکت‌های بیمه در ایران

مه گل بهبودی^۱، اشکان سپهری^۲

چکیده

توانایی خلق نوآوری برای دستیابی به یک موقعیت رقابتی ضروری است و نوآوری‌های دیجیتال به یکی از محرک‌های اصلی مزیت رقابتی تبدیل شده‌اند. عوامل مؤثر بر درجه نوآوری (تلاش‌های نوآورانه، اولویت‌های رقابتی، استراتژی بازار، فضای داخلی سازمانی) بر عملکرد مالی شرکت‌های بیمه با توجه به شرایط بازار تأثیر می‌گذارد. به منظور روشن کردن این شکاف تحقیقاتی در کشورهای در حال توسعه یافته، تحقیقات پیمایشی بر روی نمونه‌ای از جامعه شرکت‌های بیمه در کشور ایران انجام شده است. نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل مدل‌سازی معادلات گزاره‌ای که به دنبال تعیین رابطه گزاره‌ای بین متغیرهای اندازه‌گیری شده و گزاره‌های نهفته است، تأثیرات مثبت عملکرد نوآوری را بر سودآوری شرکت‌های بیمه نشان می‌دهد.

واژگان کلیدی: نوآوری‌های دیجیتال، تحول دیجیتال، عملکرد مالی، قابلیت‌های خلق نوآوری، شرکت‌های بیمه، جمهوری اسلامی ایران

۱. کمیته راهبردی، شرکت بیمه سامان، تهران، m.behboudi@samaninsurance.ir

۲. کمیته راهبردی، شرکت بیمه سامان، تهران، a.sepohri@samaninsurance.ir



توسعه دانش بنیان صنعت بیمه از طریق ارتباط صنعت و دانشگاه

یعقوب محمودیان^۱، میلاد بخشش^۲، معصومه آینه^۳

چکیده

در اسناد بالادستی تحول در نظام آموزش عالی و پژوهشی کشور، بر ارتباط موثر بین دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی با مرکز دانش بنیان در صنعت و بخش‌های مربوط جامعه و دستیابی به فناوری‌های پیشرفته مورد نیاز تاکید شده است. زنجیره ارتباطی دولت، دانشگاه و صنعت سه عامل تسهیل‌کننده، تولیدکننده و کاربر نهایی پژوهش و دانش، شناخته می‌شود. ارتباط نهادهای دانشگاه و صنعت و دولت از ضروری‌ترین مناسبات هر جامع ای است که به رشد و شکوفایی این نهادها و نیز ارتقاء و بهبود شرایط جامعه یاری می‌رساند. تجربه کشورهای مختلف حاکی از آن است که ایجاد و باروری چنین رابطه‌ای عاملی مهم در رشد و توسعه اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی آنها بوده است. افزایش مشارکت در نوآوری و توسعه صنعت بیمه در کنار ماموریت‌های آموزشی و پژوهشی، هویت جدیدی است که دانشگاه‌ها در جامعه دانش محور اتخاذ می‌کنند. براین اساس دانشگاه‌ها به مثابه نهاد مولد دانش و همچنین به عنوان کارآفرین نقشی اساسی در نوآوری ایفاء می‌کنند. این دو نهاد (دانشگاه و صنعت بیمه) باید به گونه‌ای با هم ارتباط داشته باشند که از نیازها، طرح‌ها و خواسته‌های متقابل هم آگاه باشند و در راه رسیدن به توسعه یکدیگر را یاری دهند. در این راستا ۶ عامل اصلی و اثرگذار شناسایی و از نظر اهمیت با استفاده از روش AHP رتبه‌بندی شدند.

واژگان کلیدی: صنعت، دانشگاه، مراکز دانش بنیان، صنعت بیمه.

۱. استادیار گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، mahmodian@pnu.ac.ir

۲. دانشجوی دکترای کارآفرینی، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی،

کرمانشاه، ایران، Da.miladbakhsham@gmail.com

۳. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه پیام نور، کرمانشاه، ایران،

masomehayneh@gmail.com



توسعه کسب و کار دیجیتال در صنعت بیمه ایران؛ بررسی تجارب

موفقیت، شکست و چالش‌ها

حمیدرضا پروازی^۱، آسیه بختیار^۲

چکیده

تحول کسب و کار، مفهومی است که همواره برای رشد و ارتقای جایگاه، موردنظر صاحبان و فعالان صنایع مختلف بوده است؛ اما در سال‌های اخیر و با توسعه زیرساخت‌ها و ابزارهای فناورانه در نتیجه انقلاب صنعتی چهارم، این مفهوم با عنوان تحول دیجیتال موردتوجه واقع شده است. لذا برای ایجاد مدل‌های کسب و کار نوآورانه، تولید مزیت رقابتی، افزایش کارایی و در نتیجه افزایش درآمد، توجه به چالش‌ها و موفقیت‌های تحول دیجیتال یک ضرورت خواهد بود.

هدف از این مطالعه بررسی وضعیت تحول دیجیتال در صنعت بیمه ایران و تجارب موفقیت، شکست و چالش‌های موجود در مسیر توسعه کسب و کار با استفاده از پنج مطالعه موردی می‌باشد. با روش تحلیل محتوای کیفی و مصاحبه با مدیران این شرکت‌ها، موارد موفقیت، شکست و همچنین چالش‌های آنها در مسیر تحول دیجیتال شناسایی شد. پس از سه مرحله کدگذاری، ۱۶ چالش توسعه کسب و کار دیجیتال در شش بعد: چالش قانون‌گذاری، چالش توسعه فروش دیجیتال، چالش سازمانی و عدم حمایت مدیران، چالش دانش دیجیتال، چالش فرهنگ‌سازی و چالش فناوری و همچنین ۱۸ مورد موفقیت توسعه کسب و کار در چهار بعد محصول، خدمات، بازاریابی و توزیع استخراج گردید. تحلیل موارد موفق در حوزه تحول دیجیتال در این شرکت‌ها، نشان می‌دهد که بیشترین موارد موفقیت در حوزه ارائه خدمات به مشتریان بوده است و شرکت‌ها از دو حوزه قیمت‌گذاری که بیانگر طراحی محصولات نوآورانه و قیمت‌گذاری رقابتی است و همچنین توجه به شکایات و خسارت‌ها غافل مانده‌اند.

واژگان کلیدی: تحول دیجیتال، چالش‌های تحول دیجیتال، زنجیره ارزش مکتزی، توسعه

کسب و کار دیجیتال، صنعت بیمه

۱. مدیر کسب و کارهای نوین، بیمه تجارت نو، تهران، hamidp.1366@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری علم و فناوری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، azadenasrabadi@yahoo.com



طراحی مدل ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه بیمه‌گری هوشمند در صنعت بیمه

محمود امراللهی^۱، بهروز آرمان‌مهر^۲، محسن قنواتی‌نژاد^۳

چکیده

هم‌زمان با افزایش رقابت در صنعت بیمه و ورود بازیگران نوآور و جدید در صنعت بیمه، شرکت‌های بیمه برای حفظ مزیت رقابتی و توسعه عملکرد و تداوم رضایت مشتریان در بلندمدت، نیازمند هستند که از هرگونه اطلاعاتی که در اختیار دارند، تا حد امکان و بهینه استفاده کنند تا بتوانند با تجزیه و تحلیل داده‌ها در کوتاه‌ترین زمان و گرفتن تصمیمات مناسب، جواب‌گوی نیازهای شرکت و مشتریان باشند. تحقق این هدف مستلزم حرکت در مسیر بیمه‌گری هوشمند است. در این مقاله به ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه بیمه‌گری هوشمند در صنعت بیمه پرداخته شده است. مطالعه حاضر، یک پژوهش توصیفی-اکتشافی است و از جنبه هدف یک مطالعه کاربردی است. هم‌چنین از جنبه روش جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، یک مطالعه آمیخته کمی-کیفی است. بنابراین، در گام نخست جهت شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد مدل، از بررسی مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان استفاده گردید. سپس جهت اعتبارسنجی مدل پژوهش، از رویکرد معادلات ساختاری و داده‌های مورد نیاز از پرسشنامه به دست آمده است. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد توسعه فرهنگ دیجیتال و زیرساخت‌های بیمه‌گری جز مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه بیمه‌گری هوشمند می‌باشند.

واژگان کلیدی: تحول دیجیتال، بیمه‌گری هوشمند، مدل ارزیابی، معادلات ساختاری

۱. مدیرعامل، بیمه هوشمند فردا، تهران، m.amrolahi@fardains.ir

۲. معاون فناوری، توسعه و بازار، بیمه هوشمند فردا، تهران، b.armanmehr@fardains.ir

۳. دانشجوی دکتری مهندسی صنایع، دانشگاه تهران، تهران، mohssen.ghanavati@ut.ac.ir

پنل توسعه مدیریت دانش بنیان
در فرآیندهای بیمه‌گری

مقالات پوستری



نرخ‌دهی و محاسبه حق بیمه برخط بیمه‌های گروهی درمان و نتایج آن

محمد رضا براتی آبگرمی^۱، عباس دیدار^۲، مجتبی عابد^۳

چکیده

استفاده از فناوری‌های جدید در صنعت بیمه در جهت توسعه دسترسی آسان افراد به خدمات مالی، بیش از هر زمانی مورد توجه قرار گرفته است. در کشور ما بیشتر تمرکز بر فروش محصول و ارائه خدمات به مشتریان انفرادی با استفاده از این فناوری‌ها بوده است. این در حالی است که در حوزه مشتریان گروهی نیاز به دیجیتالی شدن فرآیندهای داخلی سازمان به خصوص در ارتباط ستاد با صف به وضوح احساس می‌گردد. یکی از مهم‌ترین حوزه‌ها، فرآیند نرخ‌دهی دیجیتال و محاسبه حق بیمه به صورت برخط می‌باشد. در این پژوهش براساس مطالعه موردی یک شرکت بیمه داخلی قبل و بعد از دیجیتالی شدن فرآیند نرخ‌دهی بیمه‌نامه‌های گروهی درمان، با استفاده از روش کمی و کیفی به بررسی نتایج حاصل از این اقدام می‌پردازیم. یافته‌های پژوهش در بخش کمی نشان می‌دهد که طول مدت نرخ‌دهی و محاسبه حق بیمه پس از برخط شدن فرآیند، از نظر آماری کاهش معناداری داشته است. در بخش کیفی بررسی‌ها حاکی از آن است که مدیران میانی مرتبط، براساس تجربه خویش بر این باورند که پس از برخط شدن فرآیند نرخ‌دهی، میزان رضایت‌مندی و دقت محاسبات افزایش یافته و در زمان و نیروی انسانی صرفه‌جویی شده است. همچنین در بخش پایانی پژوهش، به طراحی و معرفی یک بستر رایگان و در دسترس جهت محاسبات برخط حق بیمه برای شرکت‌هایی که دارای توان مالی کافی در این زمینه نیستند پرداخته‌ایم.

واژگان کلیدی: محاسبه حق بیمه، نرخ‌دهی برخط، بیمه‌های گروهی درمان، نرم‌افزار R، بسته

شاینی

۱. دانشجوی دکتری بیم‌سنجی، سرپرست اداره نظارت بر صدور بیمه‌های گروهی درمان، دانشگاه شهید بهشتی،

شرکت بیمه دی، baratiactuary@gmail.com

۲. فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد بیم‌سنجی، کارشناس فناوری اطلاعات، دانشگاه شهید بهشتی، شرکت بیمه دی

abbasdidar11@gmail.com

۳. دانشجوی دکتری بیم‌سنجی، مدیر بیمه‌های درمان، دانشگاه شهید بهشتی، شرکت بیمه دی، actuarabed@gmail.com



فرصت‌های کاهش هزینه‌ها از طریق نوآوری دیجیتال شرکت مورد مطالعه بیمه سامان

اشکان سپهری^۱، مه‌گل بهبودی^۲

چکیده

ناکارآمدی‌های عملیاتی نه تنها بر کیفیت پیشنهادات قیمتی شرکت‌های بیمه تأثیر می‌گذارد بلکه هزینه‌های سربار آن را نیز افزایش می‌دهد. شرکت‌های بیمه برخی از بالاترین هزینه‌های سربار را دارند که اغلب در قالب حق‌بیمه محصولات بیمه به مشتریان منتقل می‌شود. در حالی که شرکت‌ها در حال اتخاذ نوآوری دیجیتال برای کاهش هزینه‌ها از طریق بهینه‌سازی عملکردهای عملیاتی خود هستند، اما همه شرکت‌ها برای سفر تحول دیجیتال آماده نیستند. با وجود شواهدی مبنی بر اینکه نوآوری دیجیتال مزایای بالقوه زیادی برای شرکت‌ها دارد، عدم آمادگی نیز وجود دارد. ۱۰ مصاحبه‌کننده از ۶ بخش سازمان برای این مطالعه مصاحبه شدند. این تحقیق یک مطالعه موردی در شرکت بیمه سامان می‌باشد تا نشان دهد چگونه ناکارآمدی‌های عملیاتی بر هزینه‌های مشتریان تأثیر می‌گذارد و چگونه استفاده از نوآوری دیجیتال می‌تواند این هزینه‌ها را کاهش دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد که بیمه‌گران هنوز به روش‌های سنتی برای انجام کارها متکی هستند. این تحقیق اهمیت استفاده از فناوری‌های دیجیتال مانند هوش مصنوعی، چت‌بات، اتوماسیون فرآیند رباتیک، بلاک‌چین و اینترنت اشیاء را در فرآیندهای شرکت‌های بیمه نشان می‌دهد که این امر منجر به کاهش هزینه‌های عملیاتی و خدمات مقرون‌به‌صرفه‌تر برای مشتریان خواهد شد.

واژگان کلیدی: نوآوری دیجیتال در بیمه، زنجیره ارزش بیمه، ساختار محصول بیمه، فرآیندها و هزینه‌های فروش بیمه، بیمه سامان

۱. کمیته راهبردی، شرکت بیمه سامان، تهران، a.sepehri@samaninsurance.ir

۲. کمیته راهبردی، شرکت بیمه سامان، تهران، m.behboudi@samaninsurance.ir



Promoting CSR in Natural Disaster Claim Assessment through Drone Usage in Iranian Insurance Companies

Fatemeh Shariati Rad¹, Mohammad Shariati Rad², Mehran Hassankhani³

Abstract

The present study investigates the utilization of drones by Iranian insurance companies in association with rescue teams and the governmental entities during natural disasters which leave numerous casualties and property lesion. This is important as most of the insurance companies in Iran are operating within the private sector and are not included in the body of the government or rescue operators. The insurance companies have the potentials to be a vital area of the risk management chain as the compensation payer party. Hosting more than twenty active drone- related corporations under the supervision of the civil aviation organization masters in construct, design, assembly and maintenance as well as other knowledge-based organizations, actuary professionals, central bank representatives the field has shown a strong potential for swift claim assessment and identification of the victims.

Keywords: CSR, Drone, Claim Assessment, Natural Disaster

1. CRM at Saman Insurance Co. Rad_f22@yahoo.com

2. Property Insurance Management at Sina Insurance Co. Mahan_Rad2718@yahoo.com

3. Insurance Specialist at Pasargad Insurance Co. Me_Ha20@yahoo.com



فرآیند بیمه‌گری هوشمند در شرکت‌های بیمه (روندها، چالش‌ها، راه‌حل‌ها)

زهرا ابطاء^۱، نگار نیکوی سمیعی^۲

چکیده

ایده اصلی این مقاله توصیف فرآیند بیمه‌گری هوشمند در شرکت‌های بیمه از طریق پیاده‌سازی فناوری اطلاعات و ارتباطات بوده است. این تحقیق به بررسی فرآیند بیمه‌گری هوشمند در شرکت‌های بیمه و افزایش سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات شرکت‌های بیمه در ایران و نتایج فعالیت آنها می‌پردازد. پژوهش ماهیت تحلیل داشته و بر اساس تحلیل مطالعات گذشته در مورد شاخص دیجیتالی شدن و سرمایه‌گذاری صنعت بیمه در بخش فناوری اطلاعات صورت گرفته است و به این سوال مهم در صنعت بیمه می‌پردازد که آیا سرمایه‌گذاری بیشتر در فناوری‌ها می‌تواند عاملی برای اثربخشی بیمه‌گری هوشمند در کشور باشد؟. نتایج تحقیق نشان داد که روند متفاوتی در افزایش سرمایه‌گذاری‌های فناوری اطلاعات و ارزش حق بیمه، و هزینه‌های مربوطه وجود دارد. مهم‌ترین چالش‌های حال حاضر مربوط به فقدان داده‌های کامل در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در شرکت‌های بیمه است. این کمبود اطلاعات ارتباط نزدیکی با برخی از ابهامات در تعریف فناوری اطلاعات مدرن دارد. نتایج تحقیق می‌تواند در روند تصمیم‌گیری در عمل یا تحقیقات آتی مورد استفاده قرار گیرد. در پژوهش‌های آتی امکان ترکیب تحلیل و مقایسه‌های منتخب دیجیتالی‌سازی بر اساس صورت‌های مالی شرکت‌های بیمه نیز وجود دارد.

واژگان کلیدی: دیجیتال شدن، بیمه، نرم‌افزار، حق بیمه گر، پرداخت

۱. اداره مناقصات، شرکت بیمه سامان، تهران، z.ita@samaninsurance.ir

۲. مدیریت فنی بیمه‌های مهندسی و رشته‌های خاص، شرکت بیمه سامان، تهران، n.samiei@samaninsurance.ir