



گزارش موردی ۶۳

فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰

تحول دیجیتال صنعت بیمه در کشورهای منتخب:
فناوری‌ها، قوانین و مقررات و نهادسازی

گزارش موردی

دوماهنامه آموزشی، پژوهشی، تحلیلی

پژوهشکده بیمه، سال یازدهم، شماره ۱، فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰، دوره جدید، شماره مسلسل ۶۳

صاحب امتیاز: پژوهشکده بیمه

مدیر مسئول: دکتر لیلی نیاکان

سرمدیر: دکتر حمید کردبچه

این نشریه به موجب نامه شماره ۸۹/۲۲۴۸۲ مورخ ۸۹/۹/۲۸ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دارای مجوز نشر به

عنوان دوماهنامه آموزشی، پژوهشی، تحلیلی در زمینه علوم انسانی (مدیریت بیمه) می باشد.

مدیر داخلی: دکتر شبیم رفوا

صفحه آرا و طراح جلد: علی حسین صفری

نشانی نشریه: تهران - سعادت آباد - میدان شهید تهرانی مقدم (کاج) - خیابان سرو غربی - پلاک ۴۳

صندوق پستی: ۴۴۹۹ - ۱۹۳۹۵

تلفن: ۲۲۰۸۴۰۸۴

دورنگار: ۲۲۰۹۲۲۶۵

Workingpaper@IRC.ac.ir

نشانی چاپخانه: تهران، خیابان شهید قدوسی، نبش خیابان سبلان شمالی، چاپ کوثر

تلفن: ۸۸۴۷۳۴۵۷

کلیه حقوق برای ناشر، محفوظ و استفاده از مطالب با ذکر مأخذ، مجاز است. مسئولیت مقالات چاپ شده بر عهده نویسنده و مترجم است و مطالب آن لزوماً بیانگر دیدگاه‌های پژوهشکده بیمه نیست. گزارش موردی در پذیرش و ویرایش مقالات آزاد است.

شناسنامه عمومی گزارش موردی

عنوان گزارش	تحول دیجیتال صنعت بیمه در کشورهای منتخب: فناوری‌ها، قوانین و مقررات و نهادسازی
نگارندگان	وحیده نورانی، زهرا اشرفی
ناظر علمی	دکتر محمدرضا اصغری اسکوئی
شمارگان	فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰ - شماره ۶۳

پیشگفتار



“صنعت بیمه از جمله صنایعی است که در راستای تغییر و تحولات در صنعت مالی، دچار تحول شده است. به طوری که تحول دیجیتال برای شرکت‌های بیمه‌ای دنیا، از یک مفهوم مبهم مربوط به آینده به یک اولویت اصلی تبدیل شده است”

آلمان، به علاوه کشور ترکیه به عنوان یکی از کشورهای منطقه، مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند. مطالعه تجربیات آن‌ها در سه محور استفاده از فناوری‌ها، قوانین و مقررات و نیز نهادسازی می‌تواند برای صنعت بیمه ایران مفید واقع شود. امید آن می‌رود، شرکت‌های بیمه فارغ از اندازه، ساختار و محیط با رویکردی مرحله‌ای یا تصاعدی به سمت تحول دیجیتال پیش روند و با بهره‌گیری از یک استراتژی دیجیتال، به ارزش افزوده‌ای در تمام ابعاد کسب و کار خود دست یابند.

در اینجا لازم است از سرکار خانم‌ها وحیده نورانی و زهرا اشرفی به عنوان نگارندگان و نیز جناب آقای دکتر محمدرضا اصغری اسکویی به عنوان ناظر علمی این شماره از نشریه و همچنین همکاران اداره کتابخانه، اسناد علمی و نشریات سپاسگزاری نمایم.

حمید کردبچه

رئیس پژوهشگاه بیمه

بیمه ظهور پیدا کنند و چالش‌هایی را برای نهادهای قانون‌گذار ایجاد نمایند.

در راستای تحول دیجیتالی که هم‌اکنون صنعت بیمه ایران را هم در می‌نوردد، بررسی تجربه کشورهای پیشگام در این حوزه می‌تواند برای نهاد ناظر، شرکت‌های بیمه و سایر نقش‌آفرینان صنعت بیمه ایران راهگشا باشد. بر این اساس، در این شماره از گزارش موردی، به بررسی روند و وضعیت تحول دیجیتال صنعت بیمه در برخی کشورها پرداخته شده و تا حدی وضعیت آن‌ها با یکدیگر مورد مقایسه قرار گرفته است. در این گزارش که برگرفته از فصل چهارم طرح پژوهشی با عنوان «بررسی فرصت‌ها و چالش‌های دگردیسی دیجیتال در صنعت بیمه ایران» (با سرپرستی دکتر علی شایان و با همکاری سرکار خانم نورانی و جمعی از پژوهشگران) می‌باشد، سه کشور پیشرو در زمینه تحول دیجیتال، یعنی آمریکا، چین و

تحول دیجیتال، عبارت آشنایی است که این روزها در صنایع مختلف اغلب کشورها زیاد شنیده می‌شود و به وفور می‌توان گزارش‌هایی را در زمینه وضعیت دیجیتال صنایع کشورهای مختلف در اینترنت یافت. صنعت بیمه نیز از جمله صنایعی است که در راستای تغییر و تحولات در صنعت مالی، دچار تحول شده است. به طوری که تحول دیجیتال برای شرکت‌های بیمه‌ای دنیا، از یک مفهوم مبهم مربوط به آینده به یک اولویت اصلی تبدیل شده است. شرکت‌های بیمه پیشرو به خوبی توانسته‌اند با بکارگیری قابلیت‌های دیجیتال در مدل‌های کسب و کار خود به خلق ارزش پایدار بپردازند. برنامه‌های تحول دیجیتال در بیمه، مواردی مانند فروش و بازاریابی آنلاین تا ارائه محصولات کاملاً مبتنی بر فناوری را در بر می‌گیرد و موجب شده که بازیگران جدید متعددی در صنعت

فهرست مطالب

۶	مقدمه
۷	۱- ایالات متحده آمریکا
۷	۱-۱- استارت‌آپ‌های مهم و فناوری‌های مورد استفاده
۱۰	۱-۲- تحول در قوانین و مقررات
۱۳	۱-۳- نهادهای تحول دیجیتال
۱۷	۲- چین
۱۹	۲-۱- استارت‌آپ‌های مهم و فناوری‌های مورد استفاده
۲۱	۲-۲- قوانین و مقررات
۲۵	۲-۳- نهادهای تحول دیجیتال
۲۷	۳- آلمان
۲۷	۳-۱- استارت‌آپ‌های مهم و فناوری‌های مورد استفاده
۳۰	۳-۲- تحول در قوانین و مقررات
۳۲	۳-۳- نهادهای تحول دیجیتال
۳۴	۴- ترکیه
۳۵	۴-۱- استارت‌آپ‌های مهم و فناوری‌های مورد استفاده
۳۷	۵- جمع‌بندی وضعیت تحول دیجیتال در کشورهای منتخب
۴۴	فهرست منابع

فهرست جداول

۸	جدول ۱- ده شرکت ایشورتکی برتر ایالات متحده آمریکا
۱۴	جدول ۲- کارگروه‌های ایشورتکی NAIC
۲۸	جدول ۴- ایشورتک‌های معروف حوزه توزیع در آلمان
۴۰	جدول ۵- مقایسه تطبیقی وضعیت تحول دیجیتال در کشورهای منتخب

فهرست اشکال

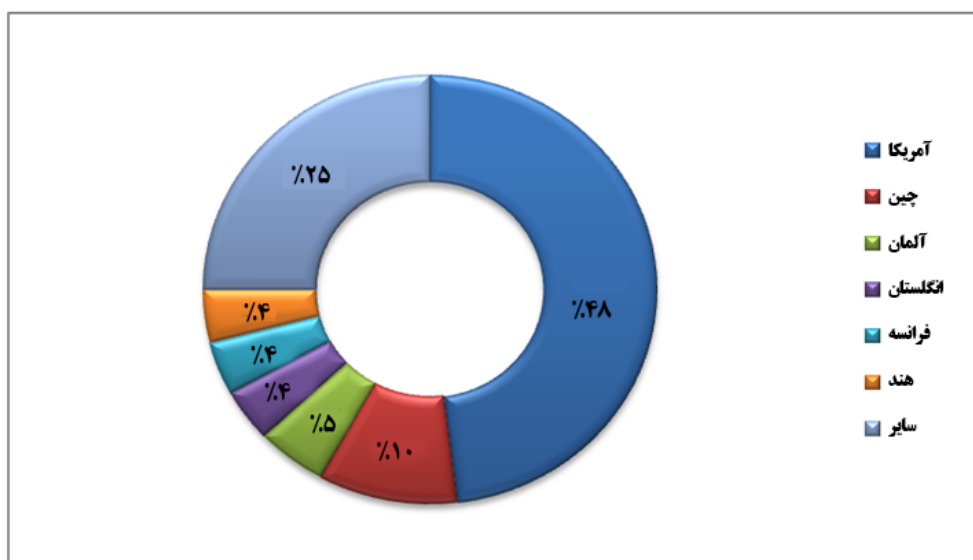
۶	شکل ۱- آمار سه ماهه آخر سال ۲۰۱۹ مبادلات و تراکنش‌های ایشورتک‌ها در کشورهای جهان
---	--

مقدمه

آمارها و گزارش‌های زیادی از طرف مؤسسات معتبر بین‌المللی در زمینه وضعیت کشورهای مختلف در حوزه اینشورتک و تحول دیجیتال، پیش‌بینی روندهای اینشورتک و موارد مرتبط با این حوزه منتشر شده است. اما نکته مشترک در همه گزارش‌ها این است که در کل دنیا آمریکا و در قاره آسیا کشور چین پیشگام توسعه اینشورتک هستند. در اروپا در برخی آمارها از آلمان و در برخی دیگر از انگلستان نام برده شده است.

اما در یکی از جدیدترین آمارهای موجود که مربوط به سه ماهه آخر سال ۲۰۱۹ می‌باشد و توسط سه مؤسسه معتبر سی‌بی‌اینسایتس^۱، ویلیس‌ری^۲ و ویلیس تاورز واتسون^۳ منتشر شده است، از لحاظ تبادلات و تراکنش‌های اینشورتک‌ها، به ترتیب آمریکا، چین و آلمان در رده‌های اول تا سوم قرار دارند. این میزان برای انگلستان، فرانسه و هند که به طور مشترک در رده بعدی قرار دارند، برابر و به میزان ۴٪ است. ضمن این‌که اختلاف آمار مربوط به آمریکا با سایر کشورها، قابل ملاحظه و چشمگیر می‌باشد (شکل ۱). دیگر نکته قابل توجه در این آمار نیز آن است که هند در کنار دو کشور توسعه‌یافته انگلستان و فرانسه قرار گرفته و آماری مانند آن‌ها دارد.

شکل ۱- آمار سه ماهه آخر سال ۲۰۱۹ مبادلات و تراکنش‌های اینشورتک‌ها در کشورهای جهان



منبع: (Fox and Yu, 2020)

بنابراین، در گزارش حاضر، سه کشور یاد شده که در صدر این رتبه‌بندی قرار دارند، برای مطالعه انتخاب شدند. نکته دیگر درباره این کشورها آن است که علاوه بر پیشگامی در حوزه تحول دیجیتال، هر یک در قاره‌ای متفاوت قرار دارند و شاید به نوعی از لحاظ پیشرفت‌های منطقه‌ای هم پیش‌های خوبی حاصل شود.

به جز این‌ها، برای مشخص شدن جایگاه ایران و امکان مقایسه وضعیت کشور در زمینه تحول دیجیتال در صنعت بیمه، بررسی وضعیت کشورهای منطقه نیز می‌تواند راهگشا بوده و اطلاعات خوبی را حاصل کند که برای این کار، کشور ترکیه به عنوان مورد مطالعه انتخاب شده است.

1. CB Insights
2. Willis Re
3. Willis Towers Watson

۱- ایالات متحده آمریکا

تمام آمارهای موجود در زمینه اینشورتک و تحول دیجیتال در صنعت بیمه نشان می‌دهند که ایالات متحده آمریکا، با فاصله از سایر کشورها در این زمینه پیشتاز است. به‌طوری‌که بیشترین سرمایه‌گذاری در این حوزه در کشور آمریکا صورت گرفته است و بسیاری از شرکت‌های پیشگام اینشورتک در این کشور قرار دارند.

در سال ۲۰۱۸، بیش از ۶۰ درصد سرمایه‌گذاری‌ها در حوزه اینشورتک، در ایالات متحده صورت گرفته است (Waves, 2020). بیشتر سرمایه‌گذاری‌هایی که در حوزه اینشورتک این کشور انجام شده است، توسط شتاب‌دهنده‌ها، بانک‌های سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاران خطرپذیر بوده است (Crunchbase, 2020). هم‌چنین، طبق آمار، تا سال ۲۰۱۸ تعداد ۶۴ استارت‌آپ اینشورتک در آمریکا تأسیس شده‌اند و مقایسه این رقم با ۸ استارت‌آپ اینشورتک انگلستان و هند که در رتبه دوم قرار دارند، فاصله بسیار زیاد این کشور را با سایر کشورها نشان می‌دهد (Mueller, 2018). البته ذکر این نکته هم ضروری است که این‌ها به جز شرکت‌های مستقل بازار بیمه این کشور هستند که از فناوری‌های نوین در عملیات بیمه‌گری خود استفاده می‌کنند.

با این مقدمه، در این بخش به بررسی وضعیت تحول دیجیتال صنعت بیمه کشور آمریکا پرداخته می‌شود؛ اما پیش از آن، ذکر این نکته هم ضروری است که ایالات متحده آمریکا، دارای سیستم قانون‌گذاری و بازار بیمه منحصر به فردی است. محیط صنعت بیمه این کشور فاقد یک نهاد ناظر واحد بوده و به صورت ایالتی اداره می‌شود و در واقع شیوه فدرال بر بازار بیمه این کشور هم حاکم است. اما انجمنی با نام NAIC^۱ در صنعت بیمه آن وجود دارد که تنظیم‌کننده استانداردها و پشتیبان مقرراتی صنعت بیمه این کشور است و تحت حاکمیت قانون‌گذاران اصلی بیمه ۵۶ ایالت، ناحیه و منطقه ایالات متحده قرار دارد. قانون‌گذاران ایالتی، از طریق NAIC، استانداردها و بهترین شیوه‌ها را تعیین می‌کنند، بررسی‌های دقیق انجام می‌دهند و نظارت قانونی خود را هماهنگ می‌کنند.

۱-۱- استارت‌آپ‌های مهم و فناوری‌های مورد استفاده

در زمینه ظهور فناوری‌های بیمه، شرکت‌های بیمه سنتی آمریکا، پیشگام هستند. با این حال، این شرکت‌ها اغلب از شراکت با استارت‌آپ‌های اینشورتک سود می‌برند و این کار به آن‌ها اجازه می‌دهد از عهده مدل‌های جدیدتر کسب‌وکار مانند بیمه‌های خرد و تقاضامحور برآیند.

شرکت‌های اینشورتک، بسیاری از بخش‌های باریک بازار را مدیریت می‌کنند که طیف آن از توزیع و تجمیع تا توسعه‌دهندگان واسط برنامه‌نویسی نرم‌افزار کاربردی^۲، فناوری‌های سلامت^۳، اینترنت اشیا و بیمه‌گران آنلاین را پوشش می‌دهد. جدول ۱، ده استارت‌آپ برتر اینشورتک در ایالات متحده بر مبنای سرمایه را نشان می‌دهد.

1. National Association of Insurance Commissioners (NAIC)

2. Application Programming Interface (API)

3. Healthtech

جدول ۱- ده شرکت اینشورتنی برتر ایالات متحده آمریکا

ردیف	نام شرکت	کل وجوه (دلار)	شرح فعالیت شرکت
۱	گوستو (Gusto)	۵۱۶ میلیارد	- قبلاً به عنوان زن پی رول^۱ شناخته می شد. - به بیش از ۱۰۰ هزار کسب و کار در سطح آمریکا خدمات می دهد. - با استفاده از داده های لیست حقوق و دستمزد، طرح های بیمه ای متناسب با کسب و کارها و کارکنان را ایجاد می کند.
۲	اسکار (Oscar)	۱,۳ میلیارد	- از فناوری، داده و طراحی، برای ارائه محصولات بیمه درمان به افراد، خانواده ها و کسب و کارهای کوچک استفاده می کند. - از داده ها برای بهینه سازی رابطه پزشک- بیمار و ارائه طرح های مناسب بیمه درمان استفاده می کند.
۳	برایت هلت (Bright) (Health)	۱,۱ میلیارد	- یک استارت آپ اینشورتنک درمان مصرف کننده محور که دامنه وسیعی از مزایا و خدمات را به مصرف کنندگان و خدمات دهندگان حوزه سلامت ارائه می کند. - طرح های انفرادی، خانوادگی و مدیر این استارت آپ در ۲۲ بازار در ۱۲ ایالت قابل دسترسی هستند.
۴	کلاور هلت (Clover) (Health)	۹۲۵ میلیون	- یک استارت آپ بیمه درمان داده محور است که تلاش دارد وضعیت کلی خدمات سلامت را در آمریکا بهبود دهد. - از تحلیل های بیمار محور استفاده می کند و دارای یک تیم مدیریت مراقبت^۲ است که ریسک های بالقوه ای را که یک عضو ممکن است با آن مواجه شود، شناسایی کرده و مستقیماً مراقبت پیش گیرانه را ارائه می دهد. - تیم داده های آن به متخصصان خدمات سلامت کمک می کند که مستقیماً در تندرستی بیمار مداخله کرده و از شرایط حاد بیماری جلوگیری کنند.
۵	روت اینشورنس (Root) (Insurance)	۵۲۷ میلیون	- پوشش مسئولیت را برای جراحات بدنی و خسارت به اموال ارائه می کند. - پوشش غیرمسئولیت را برای تصادفات ارائه می کند. - پوشش جامع و پرداخت های پزشکی، حمایت در برابر جراحات بدنی، جراحات بدنی رانندگان فاقد بیمه یا پوشش ناکافی بیمه ای، خسارت اموال برای رانندگان فاقد بیمه، اتومبیل های کرایه ای و کمک های کنار جاده ای ارائه می کند.
۶	امریکن ول (American) (Well)	۵۱۷ میلیون	- یک پلتفرم سلامت از راه دور که بیمه گران، خدمات دهندگان سلامت و سرمایه گذاران را به هم متصل کرده و آن ها را قادر می سازد امکان دسترسی بیشتری به خدمات سلامت قابل استطاعت و باکیفیت فراهم کنند. - یک پلتفرم واحد و جامع برای پشتیبانی از همه نیازهای سلامت از راه دور، از اورژانس گرفته تا مراقبت های بیماری های حاد و مزمن و زندگی سالم.

ردیف	نام شرکت	کل وجوه (دلار)	شرح فعالیت شرکت
۷	لیموناد (Lemonade)	۴۸۰ میلیون	- ارائه بیمه به مالکان خانه‌ها و مستاجران با استفاده از هوش مصنوعی و اقتصاد رفتاری. - اختصاص سودهای بیمه‌گری به فعالیت‌های غیرانتفاعی و از این طریق بازسازی بیمه به عنوان یک کالای اقتصادی.
۸	نکست اینشورنس (Next Insurance)	۳۸۱ میلیون	- یک پلتفرم بیمه آنلاین که به شرکت‌های کوچک و متوسط و کارآفرینان این امکان را می‌دهد که کسب‌وکار خود را تأمین کرده و رشد دهند. - فعالیت در صنایع مختلف مانند زیبایی، بهداشت، عمران، سرگرمی، تناسب اندام و ... - پوشش حوزه‌هایی از جمله بیمه کسب‌وکار، بیمه مسئولیت حرفه‌ای کسب‌وکار، بیمه قصور و خطا^۱، بیمه اتومبیل تجاری و بیمه جبران غرامت کارکنان.
۹	مترومایل (Metromile)	۲۹۳ میلیون	- یک شرکت بیمه اتومبیل با پرداخت مبتنی بر مایل طی شده. - بهتر کردن و ساده‌سازی بیمه اتومبیل با استفاده از علم داده و یادگیری ماشین. - انجام خلاقیت‌هایی مانند خلاصه مایل ماهانه، رصدگر سوخت و ...
۱۰	هیپو (Hippo)	۲۰۹ میلیون	- بیمه‌گر منازل با استفاده از فناوری‌های پیشرفته برای ارائه فرایندی ساده‌تر، پوشش هوشمندتر و رویکردی جدید برای مراقبت از منزل افراد. - ارائه ابزارهای خانه هوشمند به بیمه‌گذاران برای شناسایی و حل مشکلات کوچک در منازلشان، پیش از این‌که تبدیل به خسارات بزرگ شوند.

منبع: (Grones, 2020)

از مندرجات جدول ۱ مشاهده می‌شود که تقریباً همه ابزارهای نوین مبتنی بر فناوری اطلاعات در شرکت‌های اینشورتکی برتر آمریکا استفاده می‌شوند. محصولات بیمه مبتنی بر داده‌کاوی، مانند محصولات بیمه اتومبیل استفاده‌محور که مبتنی بر داده‌های حاصل از ابزارهای تلماتیک هستند، فروش و بازاریابی آنلاین، ابزارهای اینترنت اشیا برای منازل مسکونی، محصولات مبتنی بر هوش مصنوعی، بیمه‌های همتا به همتا با استفاده از فناوری زنجیره بلوکی و استفاده از گجت‌های پوشیدنی برای بیمه‌های درمان (یا عمر)، همگی در میان اینشورتک‌های آمریکایی دیده می‌شوند. هم‌چنین، بر اساس آنچه در بخش قوانین و مقررات و نهادهای شرح داده خواهد شد، برخی از این ابزارها مانند هوش مصنوعی و کلان‌داده‌ها از آن‌چنان اهمیتی برای تحول دیجیتال صنعت بیمه آمریکا برخوردار بوده‌اند که NAIC برای هر یک از آن‌ها یک کارگروه تعیین کرده است.

البته با توجه به این‌که این کشور قدرتمندترین کشور جهان در زمینه فناوری‌های پیشرفته محسوب می‌شود و هم‌چنین قطب بزرگ نوآوری جهان، یعنی سیلیکون‌ولی هم در این کشور قرار دارد، به‌کارگیری انواع فناوری‌های اطلاعاتی پیشرفته در صنعت بیمه این کشور عجیب به نظر نمی‌رسد. ضمن این‌که با توجه به توانمندی‌های اقتصادی

آمریکا، ایشورتک‌های این کشور از امکانات خوبی برای جذب سرمایه و تأمین مالی هزینه‌های بالای این فناوری‌ها برخوردار هستند.

۱-۲- تحول در قوانین و مقررات

نظام مقرراتی بیمه آمریکا، منحصربه‌فرد است و می‌تواند برای موجودیت‌های جدیدی که قصد ورود به بازار بیمه این کشور را دارند، ایجاد سردرگمی کند. برخی از نوآوران و کارآفرینانی که ارائه‌دهنده ابتکارات ایشورتکی هستند، از بخش‌های فناوری می‌آیند و با محیط قانونی خاص صنعت بیمه این کشور آشنایی ندارند. با این‌که در دنیا سعی می‌شود بازار بیمه آمریکا به عنوان یک کل منسجم دیده شود، اما نظام ایالتی بیمه این کشور توسط ادارات بیمه هر یک از ۵۶ ایالت و منطقه آن تنظیم می‌شود. بنابراین، قوانین و مقررات نیز ممکن است ایالت به ایالت تغییر کنند که این موضوع می‌تواند برای نوآوران پیچیده باشد. به همین دلیل در این کشور، مقررات همواره به عنوان یکی از موانع نوآوری در صنعت بیمه برشمرده شده‌اند.

با ورود ایشورتک‌ها به صنعت بیمه، درک ماهیت تنظیم‌شده و پرمقررات این صنعت برای آنها اهمیت زیادی پیدا کرد. قانون‌گذاران ایالتی و NAIC، با علم به این موضوع، خیلی زود گفتگوهای را با این نوآوران آغاز کردند تا درک بهتری را از چشم‌انداز مقرراتی این کشور ترویج دهند. این گفتگوها به قانون‌گذاران ایالتی بیمه هم اجازه داد که نوآوری در فناوری و محصولات که در حال توسعه هستند را درک کنند. NAIC رویدادها و گفتگوهای زیادی را با ایشورتک‌ها و نیز شرکت‌های بیمه ترتیب داد که از آن جمله می‌توان به رویداد «پل زدن روی شکاف»^۱ و برگزاری جلساتی در مراکزی چون پلاگ اند پلی^۲ (که در بخش بعدی معرفی خواهد شد) و نیز جلساتی با عنوان «ملاقات با قانون‌گذار»^۳ در کنفرانس ایشورتک سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ اشاره کرد.

در کل، روند تحول در قوانین و مقررات بیمه‌ای ایالات متحده برای انطباق با الزامات و نیازهای نوآوری‌ها و ایشورتک‌ها، از سال ۲۰۱۷ آغاز شده است. اولین بار، کمیته مشاور بیمه اداره خزانه‌داری فدرال، جلسه‌ای را برگزار و در آن پیرامون زنجیره بلوکی در صنعت بیمه صحبت کرده است. در همین سال، کارگروه ویژه نوآوری و فناوری توسط NAIC راه‌اندازی شده است. این کارگروه ویژه بر سه کارگروه کلان‌داده‌ها، امنیت سایبری و سرعت ورود به بازار نظارت می‌کند که البته بعدها کارگروه امنیت سایبری منحل و به جای آن کارگروه هوش مصنوعی راه‌اندازی شده است (این کارگروه‌ها و کارکرد آن‌ها در بخش بعدی مورد بررسی قرار خواهند گرفت). در ادامه، انجمن بیمه آمریکا^۴ قانون مدل جدیدی را رونمایی کرد که به NAIC ارائه شد. این قانون مدل که با نام قانون چشم‌پوشی^۵ هم معرفی شده است، به قانون‌گذاران بیمه ایالتی این آزادی داده است که برخی الزامات قانونی را برای بیمه‌گرانی که

1. Bridge the Gap
2. Plug and Play
3. Meet the Regulator
4. American Insurance Association
5. Waiver Act



می‌خواهند محصولات و فناوری‌های جدیدی را بیازمایند، مستثنی کند (Mueller, 2018). هدف این قانون که به عنوان اصلاحیه قانون بیمه این کشور پیشنهاد شد، ارتقای فناوری‌ها، محصولات و خدمات نوآورانه بیمه است و به رؤسای ادارات بیمه ایالتی این اجازه را می‌دهد که در برخی گزارش‌گری‌های قانونی، تغییراتی هدفمند اعمال نمایند یا نامه‌های عدم نیاز به اقدام ارسال کنند (AIA, 2018).

در سال ۲۰۱۸ این روند با انتشار برنامه استراتژیک سه ساله NAIC ادامه یافت. این برنامه نقشه راهی برای NAIC و قانون‌گذاران بیمه ایالتی در محیط به سرعت در حال تغییر صنعت بیمه است که NAIC را در موقعیت ارائه‌دهنده ابزارها، استعدادها و فناوری‌های مورد نیاز برای قانون‌گذاری اثربخش در چشم‌انداز پویای صنعت بیمه قرار می‌دهد. هدف این برنامه، هم‌گامی با فناوری و انتظارات مصرف‌کنندگان است و بر سرمایه‌گذاری‌های خاصی که این نهاد در سه سال بعدی در زمینه تنظیم مقررات در محیط در حال تحول انجام خواهد داد، تأکید دارد (NAIC, 2018b).

قانون‌گذاران بیمه ایالتی و نیز NAIC، هم‌چنین دریافتند که ممکن است برخی مقررات تاریخ‌گذشته وجود داشته باشند که مانع توسعه محصولات و خدمات ایشورتکی نوآورانه شوند. بسیاری از قوانین و مقررات موجود، فناوری‌هایی مانند تحلیل کلان‌داده و سایر نوآوری‌های اخیر را مدنظر نداشته‌اند، اما هدفشان در صنعت بیمه بسیار مهم و مرتبط است. بر این اساس، برای قانون‌گذاران ایالتی و ایشورتک‌ها مهم بود که از ابتدا با هم کار کنند تا اطمینان یابند که از قوانین و مقررات مرتبط تبعیت می‌شود. این کار می‌توانست کمک کند که محصولات نوآورانه سریع‌تر به بازار بیایند و متوجه شوند که چه زمانی مقررات قدیمی نیاز به مدرن شدن و به‌روزرسانی دارند.

کارگروه نوآوری و فناوری بیمه NAIC اخیراً فهرستی از اطلاعات تماس در حوزه فناوری و نوآوری را در اداره بیمه هر ایالت تهیه کرده است که به استارت‌آپ‌ها، شتاب‌دهنده‌ها و بیمه‌گران قدیمی این امکان را می‌دهد تا برای سؤال درباره مفاهیم و ایده‌های جدید، بتوانند با فردی در اداره بیمه ایالت مربوطه تماس بگیرند. این کارگروه هم‌چنین حوزه‌های مختلف مقرراتی را که ممکن است در آن‌ها نوآوری با موانعی مواجه شود، بررسی نموده و تا سال ۲۰۱۹ سه حوزه خاص را برای مطالعه شناسایی کرده است که شامل قوانین ضد تخفیف^۱، مقررات فسخ و تمدید^۲ و قانون اجرا و تفسیر تراکنش‌های متحدالشکل الکترونیک ایالت‌ها^۳ هستند. این قوانین که در ادامه بررسی می‌شوند، یا مورد بازبینی قرار گرفته‌اند، یا تجدیدنظر و اعمال برخی اصلاحات و تعدیلات در آن‌ها ضروری به نظر می‌رسد.

الف) قوانین ضد تخفیف

تخفیف بیمه‌ای زمانی رخ می‌دهد که یک بیمه‌گر فروشنده بیمه، شیء ارزشمندی را به مشتری پیشنهاد می‌دهد که در بیمه‌نامه قید نشده است، تا خرید بیمه را به نتیجه برساند. تخفیف‌ها می‌توانند شامل تخفیف نقدی، هدایا، خدمات،

1. Anti-rebating Laws
2. Cancellation and Renewal Regulations
3. States' Implementation and Interpretation of Uniform Electronic Transactions Act (UETA)

پرداخت حق بیمه، استخدام یا تقریباً هر مورد ارزشمند دیگری باشند که معمولاً مقدار مشخصی دارد. اگر چه اقلام ترویجی مانند ماگ و خودکار، اغلب از چنین مقرراتی مستثنی هستند، اما به طور خاص شرکت‌ها زمانی که بدون هزینه، پیشنهاد کالاهای گران‌بهرتر یا خدمات ارزش افزوده بدهند، باید بسیار مراقب باشند. مثلاً، اگر یک واردشونده جدید بخواهد یک گجت پوشیدنی یا ابزار خانه هوشمند را به مشتری خود ارائه کند، باید چک کنند که آیا این وسیله، ابزاری برای به نتیجه رسیدن قرارداد بیمه‌ای است و بنابراین از قوانین ضدتخفیف تخطی می‌کند یا خیر. بر این اساس، بسیاری از ایالات، بازبینی‌هایی را در قوانین ضدتخفیف خود تصویب کرده‌اند و برخی خدمات مشخص ارزش افزوده را که مستقیماً به بیمه‌نامه‌ی فروخته‌شده مرتبط است، مجاز می‌دانند.

ب) اطلاعیه‌های فسخ بیمه‌نامه یا عدم تمدید

الزامات فسخ بیمه‌نامه و عدم تمدید آن، پیچیده هستند و در میان ۵۶ منطقه متفاوت می‌باشند. این قوانین می‌توانند مختل‌کننده باشند؛ زیرا بین ایالات مختلف و رشته‌های مختلف بیمه‌ای تفاوت‌های قابل توجهی وجود دارد. حتی اگر الزامات زمان‌بندی اعلام فسخ به بیمه‌گذار به خوبی درک شده و اطمینان حاصل گردد که دلایل فسخ یا خاتمه قرارداد مطابق با مقررات هر منطقه هستند، هزینه‌های اجرایی مرتبط با این موضوع، بسیار بالا هستند. ایجاد یک فناوری برای رصد و پشتیبانی این مسئله، می‌تواند صدها هزار و گاهی میلیون‌ها دلار هزینه در پی داشته باشد که این به اندازه شرکت و تعداد رشته‌هایی که پشتیبانی می‌کند، بستگی خواهد داشت. صدها ساعت هم برای پیکربندی و نگهداری سیستم‌ها برای رصد و پیگیری این مقررات ناهمسان، زمان لازم است. در واقع، چالش‌هایی مانند تفاوت دلایل فسخ، زمان‌بندی اطلاعیه‌ها و روش‌های ارسال اطلاعیه، بر اساس رشته و ایالت، موضوعاتی هستند که می‌توانند برای اینشورتک‌ها بسیار مشکل‌آفرین باشند (Hall and Sherlock, 2019). این الزامات در اصل برای یک بیمه‌نامه کلاسیک یک ساله تدوین شده بودند و مانعی برای محصولات نوآورانه کوتاه‌مدت اپیزودی یا استفاده‌محور محسوب می‌شوند (FIO, 2019).

ج) توزیع الکترونیک و ارتباطات الکترونیکی

تا سال ۲۰۱۹، ۳۸ ایالت در آمریکا اجازه داده بودند که بیمه‌گذاران بتوانند در صورت رضایت، همه اسناد مربوط به تراکنش‌ها و ارتباطات با بیمه‌گر خود را از طریق اینترنت دریافت کنند. در حالی که این کار (حتی اگر از بین نرفتن درختان بابت تولید کاغذ را لحاظ نکنیم)، میلیارد‌ها دلار صرفه‌جویی در پی دارد. چالش دیگر، تحویل بیمه‌نامه است. بسته به ایالت، اعلان‌های خاصی (مانند فسخ یا عدم تمدید که پیش‌تر درباره آن بحث شد)، باید از طریق پست به بیمه‌گذار ارسال شود. در زمانه‌ای که ارتباطات آنلاین تبدیل به یک قاعده شده است و در همه چیز می‌توان یک رد پای دیجیتال را مشاهده کرد، ارسال پستی غیرضروری به نظر می‌رسد، مگر این‌که فردی خودش اعلام کرده باشد.

البته تغییراتی تدریجی هم در حال وقوع هستند و تا پایان سال ۲۰۱۹، ۴۹ ایالت، اثبات الکترونیک بیمه اتومبیل شخصی را برای رانندگان مجاز دانسته‌اند که این وضعیت می‌تواند به مواردی چون ارتباطات و ارسال الکترونیک هم تسری یابد (Hall and Sherlock, 2019).

در کل، اکثر ذینفعان صنعت بیمه در ایالات متحده، در این موضوع توافق دارند که هم‌چنان فضاهای زیادی برای بهبود در اکوسیستم مقرراتی اینشورتک این کشور وجود دارد. آن‌ها بیان کرده‌اند که ناهمسان بودن قوانین ایالتی، مانع قانونی بزرگی بر سر راه اینشورتک‌ها است. تحلیل مقررات ایالت‌های مختلف و انطباق با آن‌ها، می‌تواند برای استارت‌آپ‌های اینشورتکی زمان‌بر و گران‌قیمت باشد. به عنوان راه حلی موقت برای این مشکل، برخی استارت‌آپ‌ها به مشارکت با بیمه‌گران مستقل بازار پرداخته‌اند و برخی مجوز کارگزاری گرفته‌اند و نه بیمه‌گری، تا مجبور نباشند الزامات قانونی بیمه‌گران را رعایت کنند.

۱-۳- نهادسازی در راستای تحول دیجیتال

در رابطه با نهادسازی در حوزه اینشورتک و تحول دیجیتال، NAIC در سال ۲۰۱۶ یک کارگروه ویژه نوآوری و فناوری^۱ را تشکیل داده است تا پیشرفت‌های اینشورتک را پایش کرده و به قانون‌گذاران بیمه هر ایالت کمک کند که درباره فناوری‌های نوظهور آگاهی پیدا کنند. این کارگروه ویژه، در حال حاضر در حال مطالعه و بررسی روش‌های متفاوتی است که در آن، چارچوب مقررات بیمه ایالات متحده بتواند در برابر نوآوری واکنش نشان داده و به رشد آن کمک کند. این کارگروه، یک گروه کوچک از قانون‌گذاران بیمه ایالتی را تشکیل داده تا اطلاعاتی را درباره این‌که ایالت‌ها در زمینه نوآوری در حال انجام چه کارهایی هستند، گردآوری کند (Hall and Sherlock, 2019). مأموریت این کارگروه ویژه تشکیل اجتماعی برای آموزش قانون‌گذار و بحث درباره فناوری و نوآوری در صنعت بیمه، پایش پیشرفت‌های فناورانه مؤثر بر چارچوب مقررات بیمه ایالات و در صورت لزوم تدوین یک رهنمود قانونی است. همان‌طور که در بخش قبلی گفته شد، این کارگروه ویژه بر سه کارگروه کلان‌داده، هوش مصنوعی و سرعت ورود به بازار هم نظارت دارد. در جدول ۲، وظایف این چهار نهاد شرح داده شده‌اند.

جدول ۲- کارگروه‌های اینسورتکی NAIC

کارگروه ویژه نوآوری و فناوری		
وظایف	- فراهم کردن جوامع، منابع و ابزارهای لازم برای بحث درباره پیشرفت‌های نوآوری و فناوری در بخش بیمه از جمله گردآوری و استفاده از داده‌ها توسط بیمه‌گران و قانون‌گذاران ایالتی بیمه و نیز محصولات، خدمات و پلتفرم‌های جدید توزیع به منظور آموزش قانون‌گذاران ایالتی بیمه درباره نحوه تأثیر این پیشرفت‌ها بر حمایت از مصرف‌کننده، حریم خصوصی، نظارت بر بیمه‌گر و تولیدکننده، پویایی‌های بازار و چارچوب قانون‌گذاری بیمه بر مبنای ایالات. - تدوین رهنمودهای مقرراتی، قوانین مدل یا بازبینی قوانین مدل و گزارش‌های رسمی دولتی یا ارائه سایر توصیه‌ها به کمیته اجرایی در صورت لزوم. - پایش و بحث درباره مسائل قانونی که با پیشرفت خودروهای بدون راننده ایجاد می‌شوند. مطالعه و در صورت لزوم ارائه پیشنهاد برای تغییرات مورد نیاز در چارچوب قانونی ایالات‌ها. - بحث درباره مسائل نوظهور مربوط به شرکت‌ها یا دیگر نهادهای بیمه‌ای دارای مجوز که از فناوری‌های جدید برای توسعه محصول بیمه‌های تقاضامحور استفاده می‌کنند و مفاهیم ضمنی آن برای ساختار مقرراتی بیمه ایالات، از جمله بررسی محصولات و فناوری‌های جدید مؤثر بر فضای بیمه و مقررات مربوطه. - پایش پیشرفت‌ها در حوزه‌های امنیت سایبری از جمله اجرای قانون مدل امنیت داده‌های بیمه‌ای و ارائه آن برای NAIC و انتقال آن به سایر نهادهای و گروه‌ها از طریق به اشتراک‌گذاری اطلاعات. - هماهنگی با سایر کمیته‌ها و کارگروه‌های ویژه NAIC در صورت لزوم، درباره فناوری، نوآوری، امنیت سایبری و حریم خصوصی داده‌ها.	
	زیرمجموعه‌ها	
کارگروه کلان‌داده	کارگروه هوش مصنوعی	کارگروه سرعت ورود به بازار
اهم وظایف: - بررسی چارچوب‌های قانونی فعلی مورد استفاده برای نظارت بر استفاده بیمه‌گران از داده‌های مصرف‌کننده و غیربیمه‌ای - ارزیابی نیازهای داده‌ای و ابزارهای مورد نیاز برای قانون‌گذاران بیمه ایالتی برای پایش درست بازار و ارزیابی شیوه‌های بیمه‌گری و خسارت و ...	اهم وظایف: - مطالعه توسعه هوش مصنوعی، کاربردهای آن در بیمه و تأثیر آن بر حمایت از مصرف‌کننده و حریم خصوصی او، پویایی‌های بازار و چارچوب قانونی ایالات‌ها. - تدوین رهنمود قانونی و سایر پیشنهادات به کارگروه ویژه نوآوری و فناوری.	اهم وظایف: - بررسی نظام پیشنهادی برای نرخ‌گذاری الکترونیک. - بحث و نظارت بر اجرا و نگهداری و تقویت مداوم کارایی‌های عملیاتی سرعت ورود به بازار در رابطه با محصولات، کارایی‌ها و حمایت اثربخش از مصرف‌کننده.

منبع: (NAIC, 2018a)

هم‌چنین، در سال ۲۰۱۹، ایالت کنتاکی به عنوان اولین ایالت در آمریکا، جعبه شنی مقررات^۱ را برای محصولات فناوری بیمه راه‌اندازی کرده است. این جعبه شنی که توسط اداره بیمه کنتاکی^۲ راه‌اندازی شده است، امکان انعطاف به بخش خصوصی را داده و در عین حال از حقوق مصرف‌کنندگان حمایت می‌کند. متقاضیانی که می‌خواهند از تسهیلات جعبه شنی استفاده کنند، باید در درخواست خود مشخص کنند که نوآوری آن‌ها چگونه:

- ارزش افزوده‌ای را برای مشتریان خلق می‌کند و در خدمت منافع عموم است.
- از نظر اقتصادی برای مشتری پایداری تجاری دارد.
- محافظت لازم را از مصرف‌کنندگان به عمل می‌آورد.
- ریسک غیرمنطقی برای مصرف‌کننده ایجاد نمی‌کند.

مدیر نوآوری بیمه کنتاکی، مسئول بررسی تقاضاها برای استفاده از جعبه شنی مقررات است (Hanson, 2019). علاوه بر این، نهاد ناظر بیمه کنتاکی در حال حاضر دارای صفحات وب اختصاصی برای نوآوری بیمه‌ای است. ایالت اورگان هم پس از کنتاکی اقدام به تأسیس جعبه شنی مقررات کرده است و دارای یک صفحه وب قطب نوآوری^۳ است که در آن اطلاعاتی پیرامون این جعبه شنی ارائه شده است تا مشوق آزمایش مسئولانه مدل‌های جدید کسب‌وکار، کانال‌های جدید توزیع، تصمیمات خودکارسازی شده و شراکت‌های جدید باشد. به جز این‌ها، سال گذشته در ایالت ورمانت^۴ هم یک جعبه شنی مقررات تأسیس شده است که به مدیران بیمه این ایالت اجازه می‌دهد که تحت شرایط مشخص شده، برخی معافیت‌ها را برای نوآوری اعطا کنند. سایر ایالت‌ها هم در حال انجام مطالعات لازم برای تأسیس جعبه شنی مقررات هستند (FIO, 2019).

نهاد دیگری که در آمریکا برای حمایت از تحول دیجیتال صنعت بیمه ایجاد شده است، قطب اینشورتک هارتفورد^۵ در ایالت کانکتیکت است که در سال ۲۰۱۷ توسط شرکت‌های بیمه این شهر تأسیس شده است (Insurancejournal, 2019). این مرکز، در همکاری با ارائه‌دهندگان خدمات بیمه و ذینفعان صنعت، بر تکامل صنعت بیمه از طریق نوآوری و همکاری تمرکز دارد. قطب اینشورتک هارتفورد، از کارآفرینان پشتیبانی کرده و منابعی را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد که بتوانند علاوه بر رشد قدرتمندانه، ارتباطات و فرصت‌هایی را از طریق سرمایه‌گذاران داشته باشند تا به شرکت‌های موجود بیمه‌ای کمک کنند که هم‌گام با نوآوری تکامل یابند. البته خدمات این مرکز جهانی است و از نوآوران کشورهای دیگر نیز حمایت می‌کند (HartfordInsurTechHub, 2017). از سوی دیگر، در قطب بزرگ نوآوری جهان یعنی سیلیکون‌ولی هم، برخی مراکز برای کمک به توسعه اینشورتک‌ها ایجاد شده‌اند که از آن جمله می‌توان به شتاب‌دهنده بیمه سیلیکون‌ولی^۶ و پلاگ اند پلی اشاره کرد.

1. Regulatory Sandbox
2. Kentucky Department of Insurance (DOI)
3. Innovation Hub
4. Vermont
5. Hartford InsurTech Hub
6. Silicon Valley Insurance Accelerator



مأموریت اصلی شتاب‌دهنده سیلیکون‌ولی، همان‌گونه که از نامش پیداست، شتاب‌بخشی به نوآوری در صنعت بیمه می‌باشد و هدف آن، تسریع گفتمان، ارتباطات و راهکارهایی است که آینده دیجیتال صنعت بیمه را شکل می‌دهند. رویدادهای این مرکز محتوایی بسیار غنی دارند و موجب ایجاد روابطی ماندگار و بلندمدت می‌شوند. کیفیت و کمیت حاضران در سیلیکون‌ولی، این رویدادها را برای گفتگوهای باکیفیت، تبادل ایده و شبکه‌سازی، منحصربه‌فرد و مفید می‌کند (SVIA, 2018).

پلاگ اند پلی، که در اصل یک مرکز فناوری بین‌المللی با شعبی در سایر کشورهای جهان است، به حوزه ایشورتک‌ها هم ورود کرده و صنعت قدیمی بیمه را وارد فضای جدید می‌کند که برای این کار، بهترین استارت‌آپ‌ها و بزرگ‌ترین بیمه‌گران را در یک پلتفرم نوآوری گرد هم می‌آورد. از جمله برنامه‌های این مرکز برگزاری رویدادهای ۱ تا ۲ روزه متعدد و کنفرانس‌های بزرگ در حوزه ایشورتک در سطح آمریکا و بین‌المللی است (PlugandPlayInsurtech, 2019).

سایر مراکز و قطب‌های ایشورتک موجود در کشور آمریکا نیز به شرح زیر هستند:

- ایشورتک هارتفورد (که نباید با قطب ایشورتک هارتفورد اشتباه گرفته شود): هدف این مرکز کمک به شهر هارتفورد برای مطرح شدن این شهر به عنوان یکی از مراکز ایشورتک در ایالات متحده است. این مرکز، میزبان جلسات، هکاتون‌ها^۱ و سایر رویدادهای اجتماعی در زمینه ایشورتک است و بسیاری از بیمه‌گران هم آن‌جا را خانه خود می‌دانند و آن را تبدیل به محلی مناسب برای گفتگوها میان جامعه ایشورتک کرده‌اند.
- ایشورتک لس‌آنجلس^۲: این مرکز، هر دو ماه یک بار، رویدادی را برگزار می‌کند. این رویدادها و گفتگوهای غیررسمی که در آن صورت می‌گیرد، جامعه ایشورتک کالیفرنیا جنوبی را گرد هم می‌آورد تا این فرصت را داشته باشند که دانش خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند و اقدام به همکاری و شبکه‌سازی کنند.
- ایشورتک بوستون: این مرکز هر شش ماه یک‌بار رویدادی را در مرکز شهر بوستون برگزار می‌کند. تمرکز ایشورتک بوستون بر این است که به شرکای صنعت این شانس را بدهد تا با هم شبکه‌سازی کنند و این فرصت برای استارت‌آپ‌های بیمه‌ای، به ویژه آن‌هایی که در بوستون یا اطراف آن تأسیس می‌شوند، به وجود آید که داستان‌ها و مسائل خود را مطرح کنند.

۱. Hackathon: رویدادی است که در آن برنامه‌نویسان و افراد دیگری که درگیر توسعه نرم‌افزار هستند، از جمله طراحان گرافیکی، طراحان واسط کاربری و مدیران پروژه، گرد هم می‌آیند و در توسعه پروژه‌های نرم‌افزاری و گاهی سخت‌افزاری با یکدیگر همکاری می‌کنند. هکاتون‌ها معمولاً بین یک روز تا یک هفته به طول می‌انجامند. برخی از هکاتون‌ها تنها برای اهداف اجتماعی و آموزشی هستند، هر چند که در اکثر موارد، هدف هکاتون‌ها ایجاد نرم‌افزارهای مفید و قابل استفاده است. واژه «هکاتون» یک واژه مرکب است که از تلفیق دو واژه هک و ماراتون حاصل شده است. کلمه «هک» در این واژه به معنای «بازیگوشی»، «ماجراجویی»، برنامه‌نویسی اکتشافی است و با کلمه هک که در امنیت رایانه استفاده می‌شود، متفاوت است.

- شتاب‌دهنده جهانی بیمه^۱: این مرکز در عین این که در وهله اول یک شتاب‌دهنده بیمه است، کار مفیدی که انجام داده این است که در چند سال گذشته یک جامعه اینشورتکی ایجاد کرده و استارت‌آپ‌ها، متورها و شرکت‌های بیمه آمریکا را به هم وصل کرده است. ابتکار دیگر آن هم این است که هر ساله در ماه اکتبر، هفته اینشورتک را برگزار می‌کند که رویدادی بسیار جذاب برای نقش‌آفرینان این حوزه است.

- اینشورنس نردز^۲: این مرکز به ارائه رهبری فکری، پادکست و سایر اطلاعات مفید درباره بیمه در سایت خود می‌پردازد و هم‌چنین میزبان کنفرانس‌هایی در این حوزه در شهر شیکاگو است (Goldstein, 2018).

- میتاپ^۳ (اینشورتک بی‌ایریا^۴): این مرکز که در سانفرانسیسکو ایالت کالیفرنیا قرار دارد، با ۹۸۶ عضو، اولین شبکه ملاقات و جلسات در حوزه اینشورتک در سیلیکون‌ولی است که هدف آن بحث درباره روندها در انقلاب اینشورتک و نیز برجسته کردن فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری در این زمینه است (Meetup, 2015). از سال ۲۰۱۵ تا کنون، این شبکه جلسات مختلفی را در پلتفرم خود تشکیل داده و متخصصان و فعالان حوزه اینشورتک و فناوری توانسته‌اند در این جلسات به بحث پیرامون موضوعات مختلف تعیین‌شده بپردازند.

۲- چین

چین یکی از پیشگامان اینشورتک^۵ جهان است که دارای سریع‌ترین رشد است و به دلیل سرمایه‌گذاری سنگین علی‌بابا^۶، تنسنت^۷ و بایدو^۸، این بخش هم‌اکنون دارای اکوسیستمی است که ۵۰ برابر بزرگ‌تر از اکوسیستم مربوطه در ایالات متحده می‌باشد. مصرف‌کنندگان چینی، به سرعت در حال حرکت از بیمه‌نامه‌های سنتی به سمت بیمه‌نامه‌های دیجیتال هستند و بسیاری از آن‌ها اهداف بزرگی برای بیمه‌نامه‌های خردی هستند که با پشتیبانی کلان‌داده‌های غول‌های تجارت الکترونیک مانند تی‌مال^۹ ارائه می‌شوند (AnJieLawFirm, 2020). در سال ۲۰۱۸، طبق آمارها، ۹۲ درصد از فروش بیمه در این کشور اینترنتی بوده (VanderLinden et al., 2018) که این نشان‌دهنده آغوش باز نقش‌آفرینان صنعت بیمه این کشور به روی توسعه و تحول دیجیتال است.

در واقع، این کشور با پیشرو بودن در فناوری‌های به‌روز و جهانی و استفاده از آن در صنعت بیمه، با سرعت زیادی وارد بازار اینشورتک شده و توانسته در این زمینه وارد رقابت جهانی شود. این امر به دلیل وجود عواملی چون رشد نفوذ اینترنت، رونق پلتفرم‌های تجارت الکترونیک، افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی، رشد روز افزون استفاده از

1. Global Insurance Accelerator (GAI)
2. Insurance Nerds
3. Meetup
4. Insurtech Bay Area
5. Insurtech
6. AliBaba
7. Tencent
8. Baidu
9. Tmall



گوشی‌های هوشمند، افزایش شهرنشینی، حذف برخی مقررات در صنعت بیمه و افزایش نسل جوان در میان مصرف‌کنندگان کشور چین است (Sheng et al., 2016).

بحث در مورد رشد سریع اینشورتک در این کشور، بدون درک نقش ابرقدرت‌های فناوری و تجارت الکترونیک در این اکوسیستم، که معمولاً به آن بی‌ای‌تی‌جی^۱ گفته می‌شود، امکان‌پذیر نیست. بی‌ای‌تی‌جی مخفف نام ۴ شرکت بایدو، علی‌بابا، تنسنت و جینگ‌دانگ^۲ است که هیچ‌کدام از این ۴ شرکت چندملیتی در زمینه بیمه متخصص نیستند، اما مزایای این شرکت‌ها در اختیار داشتن حجم انبوه داده‌ها و توزیع دسترسی برای تسریع در تعامل اجتماعی با مشتریان مختلف محسوب می‌شود (VanderLinden et al., 2018).

تعریف از بازار اینشورتک در چین شامل سه بخش از فرصت‌های مرتبط با فناوری در بازار بیمه است، که این بخش‌ها شامل موارد زیر هستند:

۱. توزیع آنلاین

توزیع یا فروش آنلاین به معنای فروش محصولات سنتی بیمه از طریق کانال‌های آنلاین یا تلفن همراه است. فناوری در این بازار، توانایی بالایی برای دستیابی به مشتری‌های کم‌هزینه، کارآمدتر کردن کارها و بهبود تجربه مشتری دارد. رقابت در این بخش از طرف بازیگران بیمه سنتی مانند پینگ‌آن^۳ و همچنین پلتفرم‌هایی صورت می‌گیرد که توسط اکوسیستم‌های بزرگ، مانند علی‌پی و تاوباو از گروه علی‌بابا و جینگ‌دانگ اداره می‌شوند.

۲. بهبودهای حاصل از فناوری

بهبودهای حاصل از فناوری به معنای استفاده از فناوری‌ها برای هدفمندتر کردن، سفارشی‌سازی و پویاتر شدن محصولات موجود بیمه است. به‌گونه‌ای که از فناوری برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌های انبوه، به منظور مدیریت و کاهش ریسک و بهینه‌سازی عملیات و کارایی استفاده می‌شود. به عنوان مثال، دو شرکت پینگ‌آن و پی‌ای‌سی‌سی^۴ در حال اتخاذ فناوری‌های تلماتیک و آماده راه‌اندازی محصولات استفاده‌محور^۵ هستند و ژونگ‌آن بر اساس داده‌های یک دستگاه پوشیدنی (گجت)، در حال ارائه بیمه برای بیماری‌های حاد می‌باشد. شرکت‌کنندگان در این بخش دارای توانایی تحلیل قوی از داده‌های موجود و تطبیق و به‌کارگیری فناوری‌های جدید برای بهینه‌سازی عملیات خود هستند.

۳. نوآوری اکوسیستم‌گرا

نوآوری اکوسیستم‌گرا به معنای تجزیه و تحلیل داده‌ها برای تأمین نیازهایی در اکوسیستم‌هاست که در حال حاضر برآورده نمی‌شوند. به عنوان مثال، مصرف‌کنندگان در خرید آنلاین نمی‌توانند کالاها را لمس یا آن‌ها را امتحان کنند،

1. BATJ
2. JingDong
3. Ping An
4. PICC
5. UBI: Usage-Based Insurance



بنابراین اغلب نسبت به خرید احساس عدم اطمینان یا خطر می‌کنند. بیمه برای این موارد، هزینه بازگشت کالاهای مرجوعی را پوشش و ترس مصرف‌کننده را از خرید یک کالای ناخواسته کاهش می‌دهد. این مدل کسب‌وکار نیاز به درک کاملی از نیازهای مصرف‌کننده در هر اکوسیستم دارد. همچنین این امکان وجود دارد که مقدار زیادی از داده‌های اکوسیستم را تجزیه و تحلیل کند تا بتواند مدل قیمت‌گذاری مناسبی را ایجاد نماید (Sheng et al., 2016).

۲-۱- استارت‌آپ‌های مهم و فناوری‌های مورد استفاده

الف) ژونگ‌آن^۱

این استارت‌آپ چهار سال پیش به عنوان اولین بیمه‌گر صرفاً آنلاین، راه‌اندازی شده است. این شرکت از یک مدل حق بیمه خرد^۲ از طریق پلتفرم پیام‌رسان اجتماعی چینی شبیه به فیسبوک، به نام وی‌چت^۳ استفاده می‌کند و از زمان تأسیس تاکنون ۶ میلیارد بیمه‌نامه (نزدیک به ۵۰۰ میلیون مشتری) فروخته و سود خالص خود را در سه ماهه اول سال ۲۰۲۰ حدود ۴۶ میلیون دلار گزارش کرده است، که نسبت به مدت مشابه سال گذشته، در مقایسه با صنعت بیمه ۱۵,۶٪ عملکرد بهتری داشته است. با این حال، ژونگ‌آن هنوز تنها ۱ درصد از بازار چین را در اختیار دارد. ژونگ‌آن اخیراً سرمایه‌گذاری مشترکی در هنگ‌کنگ کرده و مجوز بیمه آنلاین خود را در ماه می دریافت کرده است (An Jie Law Firm, 2020).

این شرکت بیش از ۳۰۰ محصول بیمه‌ای را به بازار عرضه می‌کند. محصول خاصی که توسط ژونگ‌آن طراحی شده است، بازدیدکنندگان دیزنی‌لند شانگهای را در صورت مواجهه با باران یا گرمای بیش از حد، تحت پوشش خود قرار می‌دهد. این شرکت از گزارش‌های وضعیت در لحظه آب و هوا برای جبران خسارت بازدیدکنندگان برای یک روز بارانی در پارک استفاده می‌کند. محصول دیگر این شرکت، بیمه تأخیر در پرواز است و به مسافرانی که پرواز به‌موقع ندارند، خسارت پرداخت می‌کند. در بیشتر محصولات، مطالبات بیمه‌شدگان مستقیماً به حساب بانکی آن‌ها پرداخت می‌شود که اصطلاحاً به آن‌ها پرداخت‌های پارامتریک می‌گویند. این شرکت همچنین با پیش‌بینی عوامل خطر احتمالی از طریق آزمایش داوطلبانه DNA، در محصولات بیمه پوشش‌دهنده سرطان زنان پیشگام است (VanderLinden et al., 2018).

ب) پینگ‌آن

پینگ‌آن، یک هلدینگ خدمات مالی چینی است، که در زمینه ارائه انواع خدمات بیمه، بیمه عمر و مدیریت دارایی فعالیت می‌نماید. شرکت پینگ‌آن در سال ۱۹۸۸ راه‌اندازی شد و در حال حاضر با مجموع دارایی‌هایی بالغ بر ۴۶۰ میلیارد دلار، به‌عنوان بزرگترین شرکت بیمه در چین شناخته می‌شود.

پینگ آن ۱٪ از درآمد خود را صرف تحقیق و توسعه می‌کند که منجر به ۱۰٪ سود سالانه برای آن می‌شود. سرمایه‌گذاری‌های اخیر این شرکت برای سه فناوری جدید هوش مصنوعی، زنجیره‌بلوکی و رایانش ابری به مدت ۱۰ سال برای تحول در خدمات مالی و حمایت از ساخت پنج اکوسیستم (خدمات مالی، مراقبت‌های بهداشتی، خدمات خودکار، خدمات املاک و مستغلات و خدمات شهری هوشمند) خود بوده است. بیش از ۵۷۶ میلیون کاربر و ۱۰۰ شهر در چین، حداقل به یکی از این اکوسیستم‌ها متصل هستند.

سایر شرکت‌های اینشورتک در بازار چین که ارزشمند هستند، عبارتند از هایز^۱ و شیائوییوسن^۲ که پلتفرم‌های فروش بیمه آنلاین هستند و تعداد کاربران قابل توجهی دارند (VanderLinden et al., 2018).

در کل در اینشورتک‌های چین از چهار فناوری استفاده می‌شود:

- هوش مصنوعی جهت:
 - ✓ بیمه اعتبار برای تأمین نیازهای مالی مصرف‌کننده
 - ✓ سیستم کنترل ریسک مبتنی بر اکوسیستم
 - ✓ رفع نیازهای مالی به صورت آنلاین و آفلاین
- زنجیره‌بلوکی برای:
 - ✓ کمک به فرآیندهای ادعای خسارت خودکار
 - ✓ تشخیص تقلب بر اساس کلان‌داده‌ها
 - ✓ تشخیص نیازهای مالی مصرف‌کننده
 - ✓ طراحی محصولات
 - ✓ قیمت‌گذاری پویا
 - ✓ جمع‌آوری داده‌های افراد
- رایانش ابری برای:
 - ✓ بیمه عمر مبتنی بر علوم زیستی
 - ✓ انباشت اعتبار با استفاده از فین-لایف^۳
 - ✓ دسترسی به فناوری ژن‌های آینده در قالب مدیریت ثروت
- داده‌ها برای:
 - ✓ قیمت‌گذاری شخصی بر اساس داده‌های سلامت
 - ✓ برنامه‌ریزی و مدیریت سلامت

1. Huize
2. Xiaoyusan
3. Fin-life

✓ امور مالی مصرف‌کننده مرتبط با بهداشت و درمان

✓ قیمت‌گذاری محصولات بیمه خودرو مبتنی بر ریسک

✓ ردیابی رفتار رانندگان وسایل نقلیه (Sheng et al., 2016)

همچنین هر روز مقادیر قابل توجهی از اطلاعات حساس بر روی سرورها و در بستر ابر ذخیره می‌شوند. برای جلوگیری از لو رفتن داده‌ها و کاهش خطرات، بیمه سایبری به عنوان یک پدیده جدید به دستور کار سازمان‌های مختلف افزوده شده است. با این حال، امروزه ارزیابی مناسب از خطرات ناشی از حملات سایبری، پیامدهای مالی آن‌ها و راه‌های تسویه مطالبات از بیمه دشوار است. زیرا قانون‌گذاران نیز در حال رشد هستند. چین در این بخش پیشگام است و تلاش دارد که قوانین بیمه سایبری را در سطح نهاد ناظر تنظیم کند. پیش‌بینی می‌شود در آینده نزدیک کشورهای بیشتری سعی کنند که قوانینی را برای بیمه سایبری وضع نمایند (VanderLinden et al., 2018).

۲-۲- قوانین و مقررات

در سال‌های اخیر، چین در بهبود چارچوب نظارتی فینتک‌ها و اینشورتک‌ها پیشرفت‌هایی داشته است. در سال ۲۰۱۵ وزارت صنعت و فناوری اطلاعات و وزارت امنیت عمومی به طور مشترک ایده‌های هدایت‌کننده جهت توسعه سالم امور مالی اینترنتی را صادر کردند. در دسامبر همان سال، انجمن مالی اینترنت چین تأسیس شد. در آوریل سال ۲۰۱۶ دفتر شورای دولتی برنامه اجرای "اصلاح ویژه خطرات مالی اینترنت" را صادر کرد. در سال ۲۰۱۵ بخش مدیریت مالی مقرراتی مربوط به پرداخت شخص ثالث، وام‌دهی آنلاین و بیمه آنلاین را صادر کرد. در ۵ دسامبر سال ۲۰۱۹ نسخه چینی "سندباکس نظارتی" رسماً راه اندازی شد و صدرنشینی پکن را به دست گرفت (Chang and Hu, 2020).

در کل، نهاد ناظر بیمه چین، نقش مهمی در رشد اینشورتک‌ها در این کشور ایفا کرده است. قبل از این‌که کلمه «جعبه شنی مقررات» تبدیل به یک اصطلاح رایج برای یک نهاد قانونی پشتیبان توسعه اینشورتک شود، کمیسیون قانون‌گذاری بیمه چین، مشوق چنین تجربیاتی در سطح ملی بود.

در سال ۲۰۱۲ که اصطلاح اینشورتک هنوز وجود نداشت، کمیسیون قانون‌گذاری بیمه چین (CIRC^۱)، به عنوان نهاد ناظر آن زمان صنعت بیمه این کشور، قانونی را طراحی کرد تا از توسعه بیمه‌های آنلاین پشتیبانی کند. پس از آن، در اکتبر سال ۲۰۱۵، قانون بیمه اینترنتی^۲ را تصویب نمود و با این اقدامات، بنیانی مستحکم را برای اینشورتک‌ها ایجاد کرد (VanderLinden et al., 2018).

بنابراین، ملاحظه می‌شود که عمده تغییر و تحولات در مقررات بیمه چین برای تشویق به نوآوری و استفاده از فناوری از سال ۲۰۱۵ آغاز شده است و حتی در برخی موارد مقررات‌زدایی صورت گرفته است (Xing, 2018).

1. China Insurance Regulatory Commission (CIRC)

2. Internet Insurance Law

یکی از مشکلاتی که در حوزه نظارتی صنعت مالی چین وجود داشت، این بود که به دلیل عدم وجود برنامه‌های هماهنگ میان نهاد ناظر بانکی و نهاد ناظر بیمه‌ای، رهنمودهای لازم درباره نوآوری‌های حوزه ائشورتک و فیتک و نظارت بر آن با دشواری‌ها و کمبودهایی روبه‌رو بود (McKenzie, 2017). بنابراین، از سال ۲۰۱۸، این نهاد با نهاد ناظر بانکی کشور چین ادغام شده و هر دو صنعت تحت یک نهاد ناظر واحد با نام کمیسیون قانون‌گذاری بانک و بیمه چین^۱ قرار گرفته‌اند.

تا سال ۲۰۱۸، کمیسیون قانون‌گذاری بیمه چین، تنظیم‌کننده بازار بیمه این کشور بود. برخی روندهای مربوط به تنظیم مقررات‌گذاری ائشورتک در چین تا آن زمان شامل موارد زیر بودند:

الف) پیشرو در تقویت نوآوری

- فقط بیمه‌های آنلاین مجوز می‌گرفتند.
- توزیع سراسری برای محصولات بیمه نوآورانه مجاز بود (برخلاف محصولات سنتی بیمه). به عنوان مثال، بیمه بازگشت بازپرداخت و تأخیر در پرواز را می‌شد برای مشتریان سراسر کشور توزیع کرد، در حالی که بیمه‌گذاران هنوز هم برای بیمه اتومبیل نیازمند تأیید قانون‌گذاران استانی هستند.
- تغییرات گسترده در نظام توانگری ریسک‌محور چین^۲ باعث شد تا کسب‌وکارهای بیمه خرده فروشی، سود بیشتری داشته باشند. به عنوان مثال، بیمه کردن ریسک‌های ساده مانند بیمه اتومبیل، نسبت به بیمه تجاری سرمایه کمتری احتیاج دارد.
- اخیراً مجوزهای بیمه بیشتری صادر می‌شود. این امر امکان دستیابی به فرصت‌های متقابل فروش در آینده را آسان‌تر می‌کند؛ زیرا یک بیمه‌گر که از قبل مجوز دارد می‌تواند سریع‌تر و آسان‌تر از گذشته برای مجوز جدید درخواست کند.
- کمیسیون تنظیم مقررات بیمه چین برای تقویت نفوذ بیمه خرده فروشی و نیز نوآوری تلاش زیادی کرده است. در بیمه درمانی تخفیف مالیاتی ارائه داده و نوآوری‌های مبتنی بر فناوری مانند بیمه‌های مرتبط با دستگاه‌های پوشیدنی را ترغیب کرده است.

ب) تفاوت در محدودیت‌های نظارتی بین محصولات جدید و موجود

محصولات جدید مانند بیمه بازگشت محصولات مرجوعی، می‌توانند به سرعت پس از ثبت در کمیسیون تنظیم مقررات بیمه چین راه‌اندازی شوند. قانون‌گذار، طیف گسترده‌ای از شیوه‌های قیمت‌گذاری و کارشناسی بیمه را قبول و نوآوری‌هایی از قبیل قیمت‌گذاری پویا و کارشناسی را امکان‌پذیر می‌کند.

1. China Banking and Insurance Regulatory Commission (CBIRC)
2. C-ROSS: China Risk Oriented Solvency System

محصولات قدیمی‌تر مانند بیمه اتومبیل، توسط قانون‌گذاران استانی و کشوری تنظیم می‌شوند و نوآوری رادیکال در کوتاه‌مدت برای این محصولات دشوار است. با این حال، محدودیت نوآوری در بیمه سلامت نسبت به بیمه اتومبیل کم‌تر است، اکثراً به این دلیل که بیمه درمان حق بیمه تولیدی کمتری دارد و دولت برای افزایش ضریب نفوذ این رشته بیمه‌ای، دستور کار نظارتی دارد.

ج) حکم "بیمه فراگیر"

افزایش سطح تحصیلات و پیشرفت اقتصادی به افراد کمک می‌کند تا مزایای بیمه را درک کنند. چین در حال گسترش بیمه به عنوان یک ابزار کلیدی محافظت و برنامه‌ریزی مالی برای عمده مردم است. با توجه به نقش غالب فناوری و ارتباطات سیار در بازار، "بیمه فراگیر" در چین تا حد زیادی از طریق کانال‌های دیجیتال قابل دسترسی است (Sheng et al., 2016). تنظیم‌کنندگان بیمه چین نقش مهمی در ظهور اینشورتک داشتند. قبل از این که کلمه سندباکس^۱ به عنوان یک اصطلاح برای توصیف یک نهاد نظارتی مطرح شود، تنظیم‌کنندگان از توسعه اینشورتک پشتیبانی می‌کردند و کمیسیون تنظیم مقررات بیمه چین نیز از نوآوری‌های آن‌ها حمایت و آن‌ها را تشویق می‌نمود. در سال ۲۰۱۲، کمیسیون تنظیم مقررات بیمه چین قانونی را برای حمایت از توسعه بیمه آنلاین طراحی و اصطلاح قانون بیمه اینترنتی را در اکتبر سال ۲۰۱۵ تصویب کرد و قوانین قبلی لغو شد (VanderLinden et al., 2018).

علاوه بر این‌ها، کمیسیون قانون‌گذاری بیمه چین در سال ۲۰۱۵، «شاخص‌های موقتی برای نظارت بر کسب‌وکار اینترنتی بیمه^۲» را منتشر و در آن اصول نظارتی خود را در این زمینه بیان کرده است. این شاخص‌ها برای کسب‌وکارهای اینترنتی بیمه، که به معنای انعقاد قرارداد بیمه‌ای و ارائه خدمات بیمه به وسیله مؤسسات بیمه از طریق پلتفرم‌های شبکه‌ای خودکار^۳، پلتفرم‌های شبکه شخص ثالث^۴ و سایر روش‌های متکی بر اینترنت، ارتباطات همراه و سایر فناوری‌ها می‌باشند، قابل استفاده هستند. این شاخص‌ها همچنین برای مدیریت فروش محصولات بیمه‌ای توسط مؤسسات بیمه از طریق کانال‌هایی مانند پیام‌رسان‌ها، نرم‌افزارهای کاربردی و اپلیکیشن‌ها، پلتفرم‌های اجتماعی و کانال‌های دیگر اعمال می‌شوند (نورانی، ۱۳۹۷).

در سال ۲۰۱۶، کمیسیون تنظیم مقررات بیمه چین پس از انتشار یک مجموعه اطلاعیه و با هدف توجه به ریسک‌های مربوط به بیمه اینترنتی، رژیم‌های خودارزیابی^۵ را برای شرکت‌های اینترنتی بیمه عمر و اموال و حوادث راه‌اندازی کرد و به دنبال آن خود اصلاحی^۶ کمبودها انجام شد. پس از آن و با فاصله یک یا دو ماهه، کمیسیون تنظیم مقررات بیمه چین نقاط کنترلی بیشتری را تعیین کرد و دستورالعمل‌های بیشتری را بر مبنای نتایج خودارزیابی و خوداصلاحی شرکت‌ها ارائه نمود. این رژیم خودارزیابی بیشتر بر سه جنبه تمرکز داشت: (۱) صلاحیت و

1. SandBox
2. Interim Measures for the Supervision Over Internet Insurance Business
3. Self-Operated Network Platforms
4. Third-Party Network Platforms
5. Self-Assessment Regime
6. Self-Rectification

مشروعیت شرکت‌های بیمه‌ای که بیمه عمر اینترنتی را پیاده‌سازی می‌کردند و سازمان‌هایی که در این زمینه با آن‌ها همکاری داشتند؛ ۲) بازبینی و بررسی محصولات بیمه عمر اینترنتی کوتاه‌مدت تا میان‌مدت، بیشتر از طریق بررسی طبقات محصول مربوطه، کانال‌های بازاریابی و ساختارها و نیز درآمد حق‌بیمه و ۳) ارزیابی رشته‌فعالیت بیمه عمر اینترنتی که از طریق همکاری با بانک‌ها انجام می‌شد و تمرکز آن بیشتر بر مدل همکاری، مقیاس حق‌بیمه و ساختار خدمات بود. خودارزیابی بیمه‌های اینترنتی اموال و حوادث نیز عمدتاً بر دو موضوع متمرکز شدند: ۱) کیفیت پلتفرم‌های اینترنتی شخص ثالث و ۲) ریسک‌های مرتبط با همکاری میان شرکت‌های بیمه و پلتفرم‌های اعتباری اینترنت برای تضمین رشته بیمه‌ای و ام اینترنتی (HoganLovells, 2016). پس از ادغام دو نهاد ناظر بیمه و بانک، به منظور تنظیم و قانون‌گذاری فروش اینترنتی بیمه و محافظت از حقوق مشروع و منافع مصرف‌کنندگان، CBIRC اخیراً (ژوئن ۲۰۲۰) اطلاعیه‌ای را با عنوان «مدیریت پس‌نگرانه فعالیت‌های فروش اینترنتی بیمه»^۱ منتشر کرده است که حاوی ۲۶ ماده بوده و بیشتر حول پنج محور صحبت کرده است: روشن ساختن تعریف و حوزه مدیریت پس‌نگرانه فروش اینترنتی بیمه، تعیین صفحه وب فروش و مدیریت صفحه وب فروش، پیشنهاد کردن الزاماتی برای مدیریت فرایند فروش اینترنتی مؤسسات بیمه، تصریح کنترل‌های داخلی مدیریت پس‌نگرانه، تعیین الزاماتی روشن درباره مدیریت کسب‌وکار مربوطه و کسب‌وکار ارائه‌شده از طریق پایانه‌های سلف‌سرویس. صدور این بخشنامه به حفظ نظم بازار، جلوگیری از ریسک عملیاتی و حفاظت بیشتر از حقوق اساسی مصرف‌کنندگان خدمات مالی (مانند داشتن اطلاعات، انتخاب مستقل و معامله منصفانه) منجر شد (CBIRC, 2020).

علاوه بر موارد تنظیم شده توسط نهاد ناظر، تسهیلات قانونی دیگری هم برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی از سوی نهادهایی مانند وزارت صنعت و فناوری اطلاعات چین در نظر گرفته شده است. مثلاً، مجوز تولیدکننده محتوای اینترنتی^۲ برای فروش محصولات بیمه در چین، الزاماً ضروری نیست. اگر یک بیمه‌گر خارجی بخواهد محصولات بیمه را از طریق اکوسیستم‌های موجود مانند وی‌چت بفروشد (مانند کاری که ژوانگ‌آن انجام می‌دهد)، می‌تواند به ICP وی‌چت اتکا کند. آن‌ها فقط باید مجوز بیمه را از CBIRC دریافت کنند و تاییدیه فروش آنلاین بیمه را از انجمن بیمه چین^۳ بگیرند. به محض تکمیل این فرایند، بیمه‌گر خارجی می‌تواند از یک حساب تجاری در وی‌چت یا یک اکوسیستم آنلاین دیگر برای فروش آنلاین بیمه استفاده کند تا به‌طور مشروع محصولات بیمه بومی‌سازی‌شده را در چین بفروشد. البته اگر بیمه‌گر خارجی بخواهد که پلتفرم خاص خود را داشته باشد، آن‌گاه باید مجوز ICP را دریافت کند (An Jie Law Firm, 2020).

1. Regulating Retrospective Management of Internet Insurance Sales Activities

۲. منظور از مدیریت پس‌نگرانه این است که مؤسسات بیمه باید فعالیت‌های فروش اینترنتی بیمه را در پلتفرم اینترنتی که خود از آن بهره‌برداری می‌کنند، ذخیره کنند که این کار باید از طریق مدیریت صفحات وب فروش و ثبت فرایند فروش صورت گیرد به نحوی که فعالیت‌های فروش بتوانند ردگیری و کنترل شوند.

3. Commercial Internet content Provider license (ICP)

4. Insurance Association of China



در کل به نظر می‌رسد که هدف نهاد ناظر فعلی و قبلی از تغییر و تحولات در مقررات بیمه چین، محافظت بیشتر از حقوق بیمه‌گذاران و نیز تسهیل نوآوری و ورود فناوری‌های نوین به صنعت بیمه این کشور بوده است و بررسی وبسایت CBIRC نشان می‌دهد که این تغییرات تا تسهیل کامل رشد فناوری‌های مالی تداوم می‌یابد.

۲-۳- نهادسازی در راستای تحول دیجیتال

همان‌گونه که در بخش قوانین و مقررات بیان شد، کشور چین در راستای تقویت تحول دیجیتال در صنعت مالی خود، نهاد ناظر بانک و بیمه را ادغام و نهادی واحد را برای آن‌ها تأسیس کرد. به جز این اقدام در نهادسازی، برای کمک به رشد و توسعه تحول دیجیتال و فعالیت اینشورتک‌ها، نهادهایی از قبیل مراکز نوآوری، آزمایشگاه‌ها و شتاب‌دهنده‌ها هم در این کشور ایجاد شده‌اند که بانی تشکیل این مراکز، هم بخش دولتی و هم بخش خصوصی بوده‌اند.

الف) مرکز رشد بیمه هانگژو^۱

انکوباتور بیمه هانگژو بر اینشورتک‌هایی که روی راهکارهای مدیریت ریسک و B2C^۲ کار می‌کنند، تمرکز دارد. هانگژو یک مرکز رشد است که چندان شبیه یک شتاب‌دهنده اینشورتک نیست، اما یک دفتر فروش دارد که با دفتر مرکزی علی بابا در ارتباط است و یک مجموعه بیمه‌ای^۳ را با یک ای‌پی‌آی^۴ به بیمه‌گذاران شریک ارائه می‌دهد، تا جزئیات خط‌مشی کاربران را تجزیه و تحلیل کنند. این مرکز همچنین دارای یک استارت‌آپ بیمه‌گر همتابه همتا، یک استارت‌آپ بیمه با فناوری تلماتیک و یک استارت‌آپ در حوزه بیمه درمان است.

ب) آزمایشگاه تحقیقاتی دانشگاه سینگهوا^۵

این آزمایشگاه، یک سازمان غیرانتفاعی است که برای تقویت نوآوری در صنعت بازنشستگی و بیمه فعالیت می‌کند و توسط نهاد ناظر بیمه چین پشتیبانی می‌شود.

دانشگاه سینگهوا به عنوان برترین مؤسسه آکادمیک چین در نظر گرفته شده و اخیراً یک آزمایشگاه تحقیقاتی بیمه به نام "مرکز تحقیقات بیمه و بازنشستگی چین" تأسیس کرده است.

اگرچه این سازمان، بیشتر آزمایشگاه تحقیقاتی است تا شتاب‌دهنده، اما همچنان دارای چندین کارگروه برای راه‌اندازی اینشورتک‌هاست، اما این آزمایشگاه متعلق به انستیتوی ملی تحقیقات مالی^۶ است که توسط دانشکده دارایی دانشگاه سینگهوا اداره می‌شود و مورد حمایت کمیسیون تنظیم مقررات بیمه چین قرار دارد.

1. Hangzhou Insurance Incubator
2. B2C: Business to Customer
3. Insurpocket
4. API
5. Tsinghua University Research Lab
6. NIFR



اگرچه این مرکز نوآوری به عنوان یک سازمان غیرانتفاعی فعالیت می‌کند، اما به تیم‌هایی که در مرحله اولیه هستند و در زمینه مدیریت ریسک‌های جدید، زنجیره بلوکی و طرح‌های انتخاب بهینه بازنشستگی فعالیت می‌کنند، کمک می‌نماید.

ج) شتاب‌دهنده آی‌کمپ^۱

شتاب‌دهنده آی‌کمپ، جهت فعالیت در حوزه سلامت تأسیس شده است. این شتاب‌دهنده یک شتاب‌دهنده مدتک^۲ یا فناوری پزشکی است و استارت‌آپ‌های آن در زمینه بیمه سلامت به همراه تکنولوژی‌های جدید، فعالیت می‌کنند و توسط چهار کارآفرین چینی تأسیس شده است.

برنامه‌های موبایلی در حوزه سلامت^۳ در چین، یک فضای رقابتی و رو به افزایش دارد، به طوری که سرمایه‌گذاران این مسیر را برای درآمدزایی و گردش پول و رشد کاربران، روشن پیش‌بینی کرده‌اند. در این میان شتاب‌دهنده آی‌کمپ راه‌اندازی شده است تا مراقبت‌های بهداشتی B2C ارائه دهد، ضمن اینکه مسیر مشخصی را برای ایجاد درآمد از طریق مشارکت‌های استراتژیک با بیمه‌گران سلامت و عمر فراهم می‌کند.

د) جید ولیو^۴

مأموریت جید ولیو، ایجاد فینتک‌ها با تمرکز بر اینشورتک‌ها و هوش مصنوعی است. این مرکز شتاب‌دهنده در منطقه شانگهای واقع شده و بر اینشورتک، بلاک‌چین، کلان‌داده‌ها و روبات‌های مشاور، عارضه‌یابی اعتباری و هوش مصنوعی تمرکز دارد.

در حال حاضر، جید ولیو روی چندین تیم اینشورتک سرمایه‌گذاری کرده است. یکی از این استارت‌آپ‌های نوآور اینس-باکس^۵ است که خطراتی از جمله حوادث آسانسور، کلاهبرداری در بانکداری آنلاین و سرقت تلفن‌های هوشمند را بیمه می‌کند.

در مجموع می‌توان این‌گونه بیان کرد که دوره راه‌اندازی اینشورتک‌ها در چین با بیش از ۱۷۵ استارت‌آپ آغاز شده است که متولی ایجاد مراکز شتاب‌دهنده‌های خاص بیمه در حال تأسیس در سراسر چین هستند (O'Dwyer, 2020).

ه) جعبه شنی مقررات فینتک

جعبه شنی مقررات فینتک، از سال ۲۰۲۰ به صورت آزمایشی در پکن و سپس در شانگهای راه‌اندازی شده است. در این مراکز، کاربرد آزمایشی اینترنت اشیا، واسطه‌های برنامه‌نویسی نرم‌افزار کاربردی، توکن‌های هوشمند و محیط اجرای مورد اعتماد، به کار گرفته می‌شوند (Kapronasia, 2020).

1. iCamp
2. Med-Tech
3. Mobile Health
4. Jade Value
5. Ins-Box



۳- آلمان

کشور آلمان یکی از توسعه‌یافته‌ترین کشورهای صنعتی جهان است و صنعت بیمه این کشور نیز توسعه‌یافته می‌باشد. دو غول بزرگ بیمه اتکایی جهان، یعنی مونیکس‌ری و هانوفرری و شرکت بزرگ بیمه آلیانز، همگی برخاسته از صنعت بیمه آلمان می‌باشند.

در سال ۲۰۱۹، آلمان شروع به موضع‌یابی خود به عنوان قطب اصلی شرکت‌های اینشورتک کرد که عمدتاً به سبب ماهیت منحصربه‌فرد همکارانه استارت‌آپ‌های اینشورتک در این کشور و همچنین تمایل زیاد شرکت‌های سرمایه‌گذاری بین‌المللی است که پتانسیل بسیار تحول‌آفرین اینشورتک‌های نوظهور آلمانی را به خوبی شناخته‌اند. تا اواسط سال ۲۰۱۹، ۱۳۴ شرکت اینشورتک در آلمان فعال بوده‌اند که با افول انفجار استارت‌آپی صنعت بیمه، نرخ رشد آن‌ها به میزان قابل توجهی کاهش یافته است (Kottmann and Dördrechter, 2019). می‌توان گفت که اگرچه بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۷، یک خیز اینشورتکی در این کشور رخ داد، اما اکنون زمان آغاز مجددی برای این روند است؛ چرا که ورود و خروج‌های زیادی در صنعت رخ داده است که نشان می‌دهد صنعت بیمه آلمان در حال حرکت از انفجار استارت‌آپی به مرحله بلوغ است. در واقع، پس از رشد انفجاری در دهه گذشته، که در آن استارت‌آپ‌های بیمه‌ای هم‌چنان مشغول یافتن جایگاه خود در صنعت بودند، اکنون اینشورتک‌های آلمانی شروع به تقویت قابل توجه خود در این فضا کرده‌اند و اغلب شرکت‌های اینشورتک در حال کار کردن بر روی مشکلات مربوط به صنعت بیمه هستند.

آلمان هم‌چنین به دلیل تأسیس قطب اینشورتک مونیکس^۱، که با همکاری بیش از ۲۰ شریک بیمه‌ای و میان‌صنعتی و ۶۵ فارغ‌التحصیل دانشگاهی شکل گرفته است، خود را قطب استعداد‌های اینشورتک هم می‌داند. قطب اینشورتک مونیکس مورد حمایت دولت فدرال آلمان است و اخیراً به عنوان یکی از ۱۲ قطب دیجیتال این کشور معرفی شده است (Moser, 2020).

با این مقدمه و با عنایت به این‌که در برخی رتبه‌بندی‌ها، آلمان پس از آمریکا و چین در رتبه سوم مبادلات و تراکنش‌های اینشورتک‌ها قرار دارد، به بررسی وضعیت تحول دیجیتال در صنعت بیمه کشور آلمان می‌پردازیم.

۳-۱- استارت‌آپ‌های مهم و فناوری‌های مورد استفاده

در آلمان، استارت‌آپ‌های بیمه‌ای و مدل‌های کسب‌وکار و فناوری‌های مورد استفاده آن‌ها، در ۵ گروه قابل دسته‌بندی هستند.

الف) توزیع کنندگان

این استارت‌آپ‌ها که در واقع به نوعی مدل کسب‌وکار B2C و B2B دارند، در فروش یا توزیع محصولات بیمه به صورت دیجیتال یا چندکاناله یکپارچه^۱ مشارکت داشته یا امکان آن را فراهم می‌کنند. حوزه فعالیت توزیع‌کنندگان در آلمان به‌طور روزافزون در حال بلوغ است، اما بیشترین سهم آن در اختیار چند پلتفرم است که بر بازار تسلط دارند. در سال‌های اخیر، مدل‌های پلتفرم توزیع کمتری در بازار این کشور راه‌اندازی شده‌اند. این پلتفرم‌ها در سه دسته توانمندسازهای کارگزاران و نمایندگان^۲، وبسایت‌های مقایسه قیمت و توزیع‌کنندگان محصولات نوظهور بیمه قابل دسته‌بندی هستند که ویژگی این گروه آخری توزیع بیمه نیازهای خاص، موقعیتی و بیمه‌های ارزان قیمت است. در این بخش، مهم‌ترین استارت‌آپ‌ها به شرح جدول ۴ هستند.

جدول ۴- اینشورتک‌های معروف حوزه توزیع در آلمان

نام شرکت	مشخصات	توضیحات
ویفاکس (Wefox)	تأسیس: ۲۰۱۵ محصولات: بیمه‌های زندگی، درمان و اموال و حوادث	- پلتفرم توانمندساز توزیع کاملاً دیجیتال برای کارگزاران و بیمه‌گران متصل به آن - متصل به بیش از ۱۰۰۰ کارگزاری و بیش از ۲۵۰ هزار مشتری نهایی
سیمپلشورنس (Simpleurance)	تأسیس: ۲۰۱۲ محصولات: اموال و حوادث، محصولات ارزان قیمت	- اجرای پلتفرم‌های توزیع B2C برای محصولات بیمه ارزان قیمت در ۹ بازار و نرم‌افزار B2B در ۲۸ بازار

منبع: (Pitzler et al., 2018)

ب) دستیاران شخصی

دستیاران شخصی، اینشورتک‌های B2C هستند که راهکارهای دیجیتالی را ارائه می‌کنند که آسودگی افراد را در مواجهه با جنبه‌های روزمره بیمه افزایش می‌دهند. این پلتفرم‌ها، حداقل محصول قابل عرضه اولیه^۳ یا کاتالوگ‌های خدمات را گسترش می‌دهند تا دسترسی لازم برای تسخیر روابط مشتری را از تولیدکننده و کارگزار/ نماینده به دست آورند و وبسایت‌های مقایسه قیمت را احاطه کنند. نکته کلیدی برای گسترش دستیاران شخصی، هزینه بالای تملک مشتری است. پلتفرم‌های موفق این حوزه، برای بهبود تناوب کاربرانشان، کار خود را به خدمات و مالی و

1. Enabling Digital or Omnichannel Sales

2. Broker / Agent Enablers

۳. Minimum Viable Product: MPV، که «کمینه محصول پذیرفتنی»، «محصول حداقلی» و «محصول کمینه» ترجمه‌های متداول دیگر برای آن هستند، به محصولی گفته می‌شود که دارای حداقل ویژگی‌های لازم و کافی برای عرضه به مشتری‌ها باشد و ابزاری برای آزمودن فرضیه‌ها و یادگیری در فرآیند کارآفرینی است.

حتی فراتر از آن بسط داده‌اند. مثلاً، پوشه‌های دیجیتال بیمه^۱ به مشتریان اجازه می‌دهد که به راحتی همه قراردادهای بیمه خود را در یک جا مدیریت کنند و کارکردهای دیگری مانند مقایسه، مشاوره و بهینه‌سازی هم ارائه می‌شوند تا ارزش را برای مشتری افزایش دهند. در این بخش بازار هم، تعداد بازیگران غالب کمی وجود دارد. در مدلی با نام دارایی‌های شخصی^۲، این امکان برای مشتریان B2C فراهم می‌شود که اموال خود را اداره کنند و در عین حال دسترسی راحتی به بیمه‌های ارزان‌قیمت و موقعیتی داشته باشند. در مدل‌های دیگر این دسته هم، مواردی چون اطلاعات مربوط به محصولی خاص و شرایط لازم برای خرید آن، به مشتری داده می‌شود.

معروف‌ترین شرکت در این دسته، کلارک^۳ است که در سال ۲۰۱۵ تأسیس شده و محصولات بیمه زندگی، درمان و اموال و حوادث را عرضه می‌کند. این شرکت همراه با پوشه‌های دیجیتال بیمه، کارکردهایی چون بهینه‌سازی و برنامه‌ریزی بازنشتگی هم در همکاری با یک کارگزار و شرکای بانکی B2B ارائه می‌کند.

ج) عهده‌داران ریسک

همه ایشورتک‌های عهده‌دار ریسک^۴ در آلمان، بین سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۸ تأسیس شده‌اند. به جز بیمه‌نامه‌های عمر، این ایشورتک‌ها همه محصولات بیمه‌ای را پوشش می‌دهند، اگر چه اکثر آن‌ها بر محصولات اموال و حوادث متمرکز هستند.

برخی از این شرکت‌ها، به عنوان بخشی از موضع‌یابی دقیق استراتژیک، توسط اکوسیستم موجود بنیان‌گذاری شدند و هدفشان اهرم کردن کانال‌های توزیع موجود با محصولاتی متناسب‌سازی شده بود. نمونه‌هایی از این عهده‌داران ریسک که موفق به اخذ مجوز کامل بافین^۵ (نهاد ناظر صنعت بیمه آلمان) شده‌اند، شامل کویا^۶، المنت^۷ و نئودیتال^۸ هستند. به عنوان نمونه، ایشورتک المنت که در سال ۲۰۱۶ تأسیس شده و محصولات اموال و حوادث را ارائه می‌کند، ریسک‌ها را از طریق پورتال‌های آنلاین، پلتفرم‌های تجارت الکترونیک و بیمه‌گران، پوشش بیمه‌ای می‌دهد و بر اساس مشخصات مشتری، محصولات متناسب‌سازی شده را توسعه می‌دهد.

د) توانمندسازان فرایند

توانمندسازان فرایند، اغلب شرکت‌های توسعه نرم‌افزارهای B2B هستند که گستره وسیعی از محصولات را ارائه می‌کنند و هدفشان تسخیر یا دیجیتالی‌سازی بخش‌هایی از زنجیره ارزش فعلی بیمه است. این ایشورتک‌ها، از فناوری‌های نوظهوری مانند زنجیره بلوکی و به ویژه یادگیری ماشین و هوش مصنوعی، برای انجام فعالیت‌هایشان بهره می‌برند. توانمندسازان فرایند، تقریباً به صورت مساوی در زنجیره ارزش بیمه توزیع شده‌اند.

1. Digital insurance folders
2. Personal Inventories
3. CLARK
4. InsurTech Risk Carriers
5. Bafin (Federal Financial Supervisory Authority)
6. Coxa
7. Element
8. Neodigital



مهم‌ترین شرکت فعال در این بخش مس‌آپ^۱ است که در سال ۲۰۱۵ تأسیس شده و محصولات اموال و حوادث و ارزان‌قیمت را ارائه می‌کند.

(ه) سایر مدل‌ها

مدل‌های دیگری که در اینشورتک‌های آلمان متداول هستند، شامل همتابه‌همتا^۲ و تنظیم‌کنندگان دعاوی خسارت^۳.
- اینشورتک‌های همتا به همتا، از سازوکارهای اجتماعی در گروه‌های کوچک استفاده می‌کنند، تا خسارات کوچک‌تر خود را پوشش دهند و ریسک‌های بزرگ‌تر از طریق بیمه‌گران بیمه می‌شود. این مدل، در عین این‌که هزینه‌های عملیاتی و تقلب را برای بیمه‌گران کاهش می‌دهد، قابلیت‌های بیمه‌گری را بدون واسطه اجرایی می‌کند و روابط مشتری را تضعیف می‌نماید. این مدل اولین بار در سال ۲۰۱۰ در آلمان پیاده‌سازی شد و تا چند سال پس از آن اینشورتک همتا به همتا دیگری راه‌اندازی نشد. نمونه این مدل شامل فرندشورنس^۴، گت سیف^۵ و کراودهیروز^۶ هستند.

- اینشورتک‌های تنظیم‌گر دعاوی خسارت، بیشتر در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ تأسیس شدند و هدفشان دیجیتالی‌سازی اعلان‌های خسارت و فرایند اجرا، کمک به مشتریان در مستندسازی خسارات یا اعتراض به تصمیمات بیمه‌گران بود. برخی از آن‌ها هم بر بخش B2B یا بهبود سیستم اداری تمرکز دارند. بیمه‌گران مستقل آلمان هم، با استفاده از فناوری‌های نوپهور، برنامه‌های بهبود سیستم مدیریت خسارات را آغاز کرده‌اند که از آن جمله می‌توان به تحلیل رفتاری و تشخیص الگوها اشاره کرد.

البته طبق آمار، در کشور آلمان هم توزیع آنلاین بیمه بیشترین سهم از اینشورتک‌ها را به خود اختصاص داده و پس از آن دستیاران شخصی، توانمندسازان فرایند، عهده‌داران ریسک، تنظیم‌گران خسارت و در نهایت P2P قرار دارند. (Pitzler et al., 2018).

۲-۳- تحول در قوانین و مقررات

موضوع مقررات مرتبط با تحول دیجیتال در کشور آلمان (و البته همه کشورهای عضو اتحادیه اروپا) از منظر قوانین داخلی این کشور و قوانین اتحادیه اروپا و به ویژه نهاد بیمه و صندوق‌های بازنشستگی شغلی آن^۷ قابل بررسی است. در واقع، کشورهای اتحادیه اروپا، هم تحت مقررات داخلی خود و هم تحت مقررات عمومی اتحادیه اروپا قرار دارند و از این منظر باید هر دو نوع مقررات مورد توجه قرار گیرند.

1. MassUp
2. Peer-to-Peer (P2P)
3. Claims Regulators
4. Friendsurance
5. Get Safe
6. Crowdheroes
7. EIOPA: European Insurance and Occupational Pensions Authority



از منظر قوانین داخلی، بررسی‌ها نشان می‌دهند که اینشورتک و نحوه تعریف، اجرا و قانون‌گذاری آن، بحث‌هایی طولانی را در مجلات مهم حقوقی آلمان برانگیخته است. اگر اینشورتک‌های فعال در صنعت بیمه آلمان را از یک بعد دیگر به دو گروه فعالیت‌های مشابه کارگزاری (یا در سطح کارگزاری یا مرتبط با کارگزاری) و اینشورتک‌های ارائه‌کننده خدمات یا محصولات بیمه‌ای تقسیم کنیم، یکی از مهم‌ترین بحث‌ها در بخش اینشورتک آلمان، درباره الزامات مقرراتی این دو نوع اینشورتک است. زیرا احراز صلاحیت این شرکت‌ها به خدماتی که ارائه می‌کنند بستگی دارد. در این زمینه، یک تمایز مقرراتی میان اینشورتک‌های فاقد قانون‌گذاری، اینشورتک‌های کارگزاری و اینشورتک‌های ارائه‌دهنده محصول می‌توان قائل شد. به صورت کلی، در آلمان وقتی یک نهاد حاضر در بازار از فناوری جدید استفاده می‌کند، تا زمانی ممکن است فاقد مقررات باشد که به عنوان یک کارگزار بیمه یا شرکت بیمه شناخته نشود.

از نظر قوانین و مقررات، فعالیت به عنوان کارگزاری بیمه در کشور آلمان، چندان پرضوابط نیست و به همین دلیل اینشورتک‌های مرتبط با کارگزاری در این کشور بسیار فراوانند. اما اینشورتک‌های ارائه‌دهنده محصول، مقررات و ضوابط بسیار زیادی دارند؛ زیرا در طبقه شرکت‌های بیمه قرار می‌گیرند. طبق قوانین آلمان، این شرکت‌ها باید شکل‌های قانونی مشخص، سرمایه کافی، کارکنان ذیصلاح و ساختار سازمانی مناسبی داشته باشند. ایجاد یک شرکت بیمه در آلمان بسیار پیچیده و زمان‌بر است (CliffordChance, 2020).

در کل، بررسی اطلاعات منتشرشده در وب سایت نهادناظر صنعت بیمه آلمان نشان می‌دهد که مقررات خاصی برای اینشورتک‌ها تدوین نشده و با توجه به دسته‌بندی ارائه‌شده در بندهای قبلی، همان مقررات کارگزاری‌ها و واسطه‌های فروش متعارف برای اینشورتک‌های توزیع‌کننده و مقررات تأسیس شرکت بیمه (شامل مقررات بیمه‌ای و نیز مقررات قانون تجارت) برای اینشورتک‌ها هم به کار می‌روند و نهاد ناظر انعطافی در این زمینه از خود نشان نداده است (Bafin, 2020).

نکته دیگر درباره حوزه مقررات آن‌که رویکرد نهاد ناظر صنعت بیمه آلمان در قوانین و مقررات این است که مقررات باید برای مدل‌های سنتی کسب‌وکار و شکل‌های نوآورانه ارائه خدمات، به‌طور یکسان اجرا شوند. بنابراین، هیچ‌گونه جعبه شنی مقرراتی یا موردی مشابه برای شرکت‌های فینتک آلمان وجود ندارد. در نتیجه، الزامات اعطای مجوز، با شرکت‌های سنتی متفاوت نیستند. طبق این فلسفه بافین و وزارت فدرال مالی، بعید است که رژیم جعبه شنی در آینده نزدیک در این کشور راه‌اندازی شود (Lorenz, 2020).

اما اتحادیه اروپا در این زمینه، فعال‌تر ظاهر شده و اقداماتی را در این رابطه انجام داده است. در زمینه کاربرد فناوری اطلاعات در صنعت بیمه، EIOPA دارای چند دستورالعمل^۱ است و در برخی موارد به مقررات و دستورالعمل‌های دیگر خود ارجاع داده و استناد کرده است. در سال ۲۰۱۵، EIOPA نظر خود را درباره فروش بیمه و محصولات

بازنشستگی از طریق اینترنت^۱ به صورت رسمی منتشر کرده است که این کار بر اساس مسئولیت‌های این نهاد برای پایش فعالیت‌های مالی فعلی و جدید و در رابطه با حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان انجام شده است. هدف از انتشار این سند حصول اطمینان از حمایت کافی از حقوق مصرف‌کنندگان می‌باشد.

طبق اعلام EIOPA، مقررات فعلی اتحادیه اروپا و مقررات تغییر یافته کشورهای این اتحادیه، دغدغه‌های بسیار زیادی درباره فروش بیمه و محصولات بازنشستگی از طریق اینترنت دارند. در این راستا، پارلمان اروپا در سال ۲۰۰۲ اقدام به تدوین دستورالعملی^۲ با عنوان بازاریابی از راه دور خدمات مالی مصرفی^۳ کرده است. این دستورالعمل، مربوط به حقوق اساسی مصرف‌کنندگان در زمینه بازاریابی از راه دور خدمات مالی مصرفی است.

در دستورالعمل 2002/92/EC که مربوط به واسطه‌گری بیمه^۴ است، الزاماتی مشخص شده که برای توزیع آنلاین و آفلاین قابل استفاده هستند. همچنین، طبق اعلام EIOPA، در بازاریابی مستمر دستورالعمل واسطه‌گری بیمه، برای توزیع محصولات بیمه‌ای و بیمه اتکایی باید قواعدی تنظیم شوند تا اطمینان حاصل شود که صرف نظر از نوع کانال فروش، حمایت مناسبی از مصرف‌کننده به عمل می‌آید. EIOPA تصدیق می‌کند که سایر مقررات اتحادیه اروپا و کشورهای آن، فروش را به طور کلی مورد توجه قرار داده‌اند که این مقررات می‌توانند برای همه کانال‌های توزیع و فروش قابل استفاده باشند، حتی اگر در آن‌ها صریحاً به فروش و بازاریابی اینترنتی اشاره‌ای نشده باشد.

علاوه بر این‌ها، در سال ۲۰۱۴، EIOPA اقدام به انتشار گزارشی درباره شیوه‌های مناسب وبسایت‌های مقایسه^۵ کرده است. تأکید این گزارش بر این است که شیوه‌های مناسب اعلام شده، الزام‌آور نیستند و باید به عنوان رهنمودی برای تکمیل مقررات ملی دیده شوند. در این گزارش بیان شده که در وبسایت‌های مقایسه، مصرف‌کنندگان اتکای بیش از حدی بر قیمت محصولات می‌کنند و توجه کمتری به شرایط و مفاد آن دارند. به دلیل تعارض منافع ناشی از ارتباطات نزدیک بیمه‌گران و وبسایت‌های تجاری مقایسه، ممکن است اطلاعات گمراه‌کننده‌ای به مصرف‌کنندگان داده شود. طبق این گزارش، وبسایت‌های مقایسه ممکن است لزوماً برای برخی انواع خاص محصولات بیمه‌ای مناسب نباشند (نورانی، ۱۳۹۷).

۳-۳- نهادسازی در راستای تحول دیجیتال

در زمینه نهادسازی در حوزه تحول دیجیتال صنعت بیمه، کشور آلمان بسیار فعال عمل کرده و دارای چندین مرکز نوآوری اینشورتک در سراسر این کشور است. هر چند که این کشور بر خلاف بسیاری از کشورهای اروپایی، همان‌گونه که در بخش قوانین و مقررات گفته شد، فاقد جعبه شنی مقررات می‌باشد.

1. EIOPA Opinion on sales via the Internet of insurance and pension products
2. Directive 2002/65/EC
3. Distance Marketing of Consumer Financial Services
4. Directive 2002/92/EC on Insurance Mediation
5. Report on Good Practices on Comparison Websites



یکی از مهم‌ترین مراکز نوآوری صنعت بیمه آلمان، قطب اینشورتک مونیخ^۱ می‌باشد. این نهاد، یک سازمان غیرانتفاعی است که توسط دولت فدرال آلمان تأسیس شده است و متشکل از اکوسیستم شرکای بیمه‌ای و میان‌صنعتی، استارت‌آپ‌ها، سرمایه‌گذاران، دانشگاه‌ها، مؤسسات پژوهشی و متخصصان این حوزه و نیز نهادهای حاکمیتی است. مأموریت قطب اینشورتک مونیخ، پرورش پیشرفت نوآوری و خلق ارزش برای شرکای آن می‌باشد. در این مرکز، بنیان‌گذاران شرکت‌های اینشورتکی، از طریق دامنه متنوعی از برنامه‌های سالانه و متصل شدن به متورها و سرمایه‌گذارانی در کلاس جهانی، هدایت می‌شوند. هدف آن هم این است که میان شرکت‌های بیمه و شرکت‌های تحول‌آفرین، پلی ایجاد کند تا صنعت بیمه نسبت به آینده مقاوم شود. در حال حاضر این مرکز دارای بیست شرکتی است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به شرکت‌های آلیانز، مونیخ‌ری، مایکروسافت، پی‌دبلیوسی و جنرالی اشاره کرد. همچنین پنج مؤسسه تحقیقاتی، ده سرمایه‌گذار خطرپذیر و بیش از ۱۵۰ متور و مربی، این مرکز را همراهی می‌کنند (InsurtechHubMunich, 2020).

دیگر نهاد ایجادشده برای کمک به تحول دیجیتال صنعت بیمه آلمان، آزمایشگاه بیمه شهر کلن، با نام اینشورلب جرمنی^۲، ابتکار صنعت بیمه این کشور است که در سال ۲۰۱۷ توسط مدیران شهر کلن، دانشگاه و برخی دیگر از نهادهای این شهر و البته شرکت‌های قدیمی بازار و استارت‌آپ‌ها تأسیس شده است. هدف این آزمایشگاه، ارتقای نوآوری و دیجیتالی‌سازی در صنعت بیمه به منظور این است که با تکانه‌ها و روش‌های جدید کار، آینده صنعت به‌طور فعالانه شکل بگیرد. آزمایشگاه بیمه آلمان، در قطب دیجیتال شهر کلن قرار دارد و توسط وزارت فدرال اقتصاد و انرژی راه‌اندازی شده است. اعضا و همکاران این مرکز شامل بیمه‌گران خوشنام، دانشگاه‌ها، خدمات‌دهندگان رهبر بازار و استارت‌آپ‌ها هستند. از مهم‌ترین شرکای این مرکز می‌توان به شرکت‌های بیمه آکسا و زوریخ، مؤسسه کلاید و شرکا^۳، ویلیس تاورز واتسون، ای‌وای^۴ و اسکور^۵ اشاره کرد (InsurLabGermany, 2017). به جز این‌ها، برخی مراکز نوآوری بین‌المللی نیز دارای مراکزی در آلمان هستند. به طور مثال، پلاگاندپلی که دفتر مرکزی آن در آمریکا است (و در بخش بررسی تحول دیجیتال صنعت بیمه آمریکا به آن پرداخته شد)، دارای مراکزی در فرانکفورت، برلین، مونیخ، هامبورگ و اشتوتگارت است (PlugandPlay, 2020). به علاوه، چند شتاب‌دهنده اختصاصی اینشورتک هم در آلمان تأسیس شده‌اند که مهم‌ترین آن‌ها ورک^۶ است (insur-tech.com, 2020).

1. InsurTech Hub Munich
2. InsurLab Germany
3. Clyde & CO
4. EY
5. SCOR
6. WERK1



۴- ترکیه

بازار بیمه ترکیه چندان توسعه یافته نیست و علی‌رغم تعداد نسبتاً زیاد شرکت‌هایی که در آن فعال هستند (بیش از ۶۰ شرکت)، ضریب نفوذ بیمه در این کشور ۱/۳ است (Staib et al., 2019). بنابراین نمی‌توان انتظار داشت که وضعیت تحول دیجیتال صنعت بیمه این کشور، چندان رو به رشد باشد و به نظر می‌رسد که به همین دلیل گزارش‌های تحلیلی و مستندات چندان هم در این زمینه منتشر نشده است.^۱

دلایل زیادی برای عدم اقبال بیمه‌گران بازار بیمه ترکیه به فناوری و سهم بسیار کم اینشورتک‌ها در بازار فناوری مالی این کشور وجود دارد که بیشتر آن‌ها هم ناشی از ضعف کلی صنعت بیمه این کشور هستند. برخی از مهم‌ترین این چالش‌ها به شرح زیر می‌باشند:

۱- مشتریان بیمه در ترکیه عموماً به شرکت‌های بیمه بدبین و شکاک هستند و اعتماد آن‌ها به بیمه‌گران و آگاهی‌شان از بیمه‌نامه‌ها محدود است. بیشتر مشتریان نمی‌فهمند که چرا به بیمه نیاز دارند، به روشنی نمی‌دانند که چه چیز می‌خرند و شرایط و مفاد بیمه‌نامه را درک نمی‌کنند و فکر می‌کنند که اطلاعات درستی درباره محصول به آن‌ها داده نشده است. حتی در محصولات اجباری هم وضعیت خوبی برقرار نیست و بیمه اجباری اتومبیل ۸۱٪ و اجباری زلزله تنها ۳۱٪ بیمه شده دارد.

۲- محصولات بیمه‌ای از طریق دو کانال توزیع اصلی فروخته می‌شوند که شامل نمایندگان و بانک‌ها هستند و بنابراین بیمه‌نامه‌هایی که از طریق کانال‌های دیجیتال فروخته می‌شوند، بسیار کم هستند. شرکت‌های بیمه هم نه کانال‌های دیجیتال خود را به قدر کافی ارتقا می‌دهند و نه مشتریان را به سمت استفاده از آن‌ها هدایت می‌کنند.

۳- مقررات جاری، دسترسی به سرمایه و دریافت مجوز فعالیت، چالش‌هایی هستند که واردشوندگان جدید به صنعت بیمه با آن‌ها مواجهند.

برخی شرکت‌های بیمه، برنامه‌های نوآوری داخلی را شروع کرده‌اند تا بتوانند با پیشرفت‌های رخ‌دهنده در دنیای دیجیتال همگام شوند. با این حال، زمان می‌برد تا این اقدامات داخلی تبدیل به محصولات و خدماتی ملموس برای مشتریان شوند. هم‌چنین، شرکت‌های بیمه ترکیه سرمایه‌گذاری سنگینی را در شرکت‌های اینشورتک آغاز کرده‌اند و در حال برقراری شراکت‌ها و همکاری‌هایی با آن‌ها هستند که انتظار می‌رود رشد سرمایه‌گذاری‌ها در این حوزه، بیشتر در موارد زیر باشد:

- رشته‌های بازرگانی و بیمه اتکایی؛
- روبات‌های سخن‌گو، سیستم‌های پشتیبانی تصمیم و هوش مصنوعی؛
- اینترنت بیمه؛
- راهکارها و خدمات بیمه سایبری که با فناوری پشتیبانی می‌شوند (Yildirim, 2019).

۱. شایان ذکر است که مشکل دیگر در مسیر بررسی تحول دیجیتال در صنعت بیمه ترکیه این بود که بسیاری از مستندات و مقالات موجود در شبکه اینترنت (حتی گزارش‌هایی که توسط مؤسسات معتبری چون Deloitte تهیه و تدوین شده بودند) به زبان ترکی منتشر شده‌اند و به همین دلیل امکان بررسی آن‌ها توسط پژوهشگران وجود نداشت.

۴-۱- استارت‌آپ‌های مهم و فناوری‌های مورد استفاده

شرکت‌های اینشورتک در صنعت بیمه ترکیه، به دو دسته نسل اول و نسل دوم قابل تقسیم هستند. نسل اول این شرکت‌ها شامل کارآفرینانی است که معتقدند می‌توانند تکه‌ای از کیک فروش آنلاین بیمه‌نامه را برای خود بردارند. برنامه آن‌ها این است که خدماتی را به قیمتی رقابتی ارائه کنند و سودآوری داشته باشند. در این محیط رقابتی، هر کسب‌وکاری که نتواند ارزشی خلق کند، دوام نمی‌آورد.

اما با تعریف جدیدی که از کارآفرینی و نوآوری در جهان ارائه شده، نسل دوم شرکت‌های اینشورتک قابل معرفی هستند که شامل استارت‌آپ‌های اینشورتکی می‌باشند. استارت‌آپ‌ها همه جا هستند و فهمیده‌اند که نمایندگان بیمه دشمن آن‌ها نبوده و می‌توانند فرایند را برای آن‌ها آسان‌تر کنند و بازار در صورتی رشد خواهد کرد که آن‌ها بتوانند ارزش‌هایی را به زندگی مردم بیفزایند. بر این اساس، کارآفرینان نسل اول هم با این ذهنیت در حال مدل‌سازی مجدد طرح کسب‌وکار خود هستند تا بتوانند راهکارهای جدیدی را ارائه دهند.

شرکت‌های بیمه ترکیه هم در ابتدا مانند نسل اول اینشورتک‌ها عمل کرده‌اند، اما در حال حاضر به سرعت در حال تبدیل شدن به نسل دوم هستند (Yıldırım, 2019).

طبق آخرین آماری که از سایت Start-ups.Watch در دسترس پژوهشگران قرار گرفته است، تا پایان سال ۲۰۱۸، دوازده شرکت اینشورتک در صنعت بیمه ترکیه فعالیت داشته‌اند که از دو سال قبل از آن، ۲٫۱ میلیون دلار تولید کرده‌اند که این نشان می‌دهد اینشورتک در بازار بیمه ترکیه یک حوزه بکر است.

بیشتر این شرکت‌های اینشورتک مانند Sigortam.net، Sigortayeri، و Sigorta Dukkanim^۱، تجمیع‌کننده هستند؛ یعنی وبسایت‌های مقایسه قیمتی که از بیمه‌گران مختلف برای مشتریان مظنه می‌گیرند. به جز تجمیع‌کننده‌ها، شرکت‌های اینشورتکی تحلیل داده‌ها و تحلیل ریسک (مانند Reidin و UrbanStat)، مدیریت بیمه‌نامه (مانند PolitaSIS و Polibis) و مدیریت ریسک (مانند Globit و Risklator) هم در بازار این کشور وجود دارند (VanderLinden et al., 2018).

نکته‌ای که در این میان وجود دارد و قبلاً هم به آن اشاره شد، این است که شرکت‌های بیمه ترکیه، برای فروش محصولات خود، اتکای زیادی به نمایندگی‌ها دارند و این مسئله کار را برای همین تجمیع‌کنندگان نیز سخت می‌کند. ۶۰٪ بیمه‌نامه‌ها در این کشور توسط نمایندگی‌ها پردازش می‌شوند. بنابراین، نمایندگان بیمه در ترکیه، دیجیتالی‌سازی را به عنوان رقیب جدید خود می‌بینند (Yıldırım, 2019). به نقل از (Çavuşoğlu, 2018) این موضوع نیز می‌تواند سد راه توسعه و تحول دیجیتال در صنعت بیمه ترکیه شود.

با توجه به این‌که فناوری‌های بیمه در کشور ترکیه بسیار نوظهور هستند، اطلاعات زیادی در این خصوص وجود ندارد. اما همان‌گونه که اشاره شد، طبق برخی پیش‌بینی‌ها به نظر می‌رسد که روبات‌های سخن‌گو، هوش مصنوعی و

۱. Sigorta در زبان ترکی به معنای بیمه می‌باشد.

وبسایت‌های اینترنتی، بیشترین کاربرد را در ادامه راه خواهند داشت و بیشترین سرمایه‌گذاری‌ها جذب این موارد خواهند شد.

طبق اعلام برخی منابع، فرصت‌هایی در فضای اینترنت اشیا هم برای استارت‌آپ‌های بیمه‌ای وجود دارد که از آن جمله می‌توان به سلامت متصل، خودروهای متصل و خانه‌های متصل اشاره کرد (VanderLinden et al., 2018). البته یکی از اقداماتی که در این کشور صورت گرفته است، ایجاد نرم‌افزار شناسایی تقلبات بیمه‌ای است که به نظر می‌رسد بر مبنای داده‌کاوی عمل می‌کند. این سیستم که توسط مرکز اطلاعات و پایش بیمه ترکیه^۱ ایجاد شده است، همه داده‌هایی را که توسط شرکت‌های بیمه در دسترس قرار می‌گیرند، بر اساس مدل‌های تحلیل درونی^۲ تفسیر کرده و بر مبنای روابط بین ذینفعان، یک امتیاز ریسک را تعیین می‌کند (Yildirim, 2019).

۴-۲- تحول در قوانین و مقررات

نهادهای صنعت بیمه، تلاش زیادی برای انطباق با قوانین انجام می‌دهند. اما قوانین بیمه در ترکیه برای فعالیت اینشورتک‌ها متناسب‌سازی نشده و در وبسایت نهاد ناظر صنعت بیمه این کشور، مقرراتی در این خصوص به چشم نمی‌خورد. بنابراین، موضوع قوانین و مقررات، یکی از چالش‌هایی است که اینشورتک‌ها یا حتی شرکت‌های بیمه برای توسعه فناوریانه خود با آن مواجهند. طبق بررسی‌ها، مقررات جاری در صنعت بیمه این کشور، خود یکی از موانع توسعه اینشورتک‌ها در مقایسه با کشورهای اتحادیه اروپا بوده است.

البته در خارج از صنعت بیمه و در مقررات عمومی این کشور، برخی اقدامات برای تدوین مقررات صورت گرفته است. مثلاً در سال ۲۰۱۸، قانون حفاظت از داده‌های شخصی^۳ اجرایی شده است. طبق این قانون، داده‌های شخصی نمی‌توانند بدون رضایت صریح فرد مربوطه به اشتراک گذاشته شوند. بنابراین برای برخی رشته‌های بیمه‌ای، انطباق کامل با مقررات به اشتراک‌گذاری داده‌های شخصی می‌تواند مشکلاتی را ایجاد کند (Yildirim, 2019).

۴-۳- نهادهای راستای تحول دیجیتال

در راستای توسعه اینشورتک در صنعت بیمه ترکیه، در این کشور نهادهای با عنوان قطب اینشورتک^۴ ایجاد شده است. قطب اینشورتک، اکوسیستمی است که ارائه‌دهندگان فناوری را که راهکارها و خدمات فناوریانه و نوآوری‌های را در صنعت بیمه تولید می‌کنند، در کنار ذینفعان صنعت بیمه که به این محصولات و خدمات نیاز دارند، گرد هم می‌آورد. در این مرکز، یک اکوسیستم کارآفرینی برای استارت‌آپ‌های اینشورتک مهیا شده تا مقیاس خود را افزایش داده و جذب صنعت بیمه شوند.

1. Turkish Insurance Information and Monitoring Center
2. Embedded Analytical Models
3. Protection of Personal Data Act
4. InsurTech Hub

هدف اصلی قطب اینشورتک، افزایش ابتکارات نوآورانه اینشورتک در صنعت بیمه و سهم شدن در فرایند تحول دیجیتال این صنعت در ترکیه است. در راستای این هدف، تیمی از متخصصان صنعت، ابتکارات را پشتیبانی می‌کنند و امکان دسترسی به شبکه‌ای بین‌المللی از متورها، شرکا و سرمایه‌گذاران وجود دارد (Turkishinsurtechhub, 2019a).

در قالب اقدامات این نهاد، برنامه‌ای تحت عنوان «برنامه استارت‌آپ‌های اینشورتک»^۱ راه‌اندازی شده است. این برنامه، یک برنامه شتابدهی است که در مرکز رشد پارک فناوری اطلاعات ایلدیز^۲، نقش‌آفرینان مهم صنعت بیمه را گرد هم آورده و استارت‌آپ‌ها را با شبکه بین‌المللی متورها، شرکا و سرمایه‌گذاران پشتیبانی می‌کند (Turkishinsurtechhub, 2019b).

برخی مراکز رشد و پارک‌های فناوری اطلاعات هم اخیراً به این نهادها اضافه شده‌اند که از آن جمله می‌توان به ITU Çekirdek اشاره کرد که در میان خدمات به استارت‌آپ‌های سایر صنایع، به استارت‌آپ‌های بیمه‌ای نیز خدمات و امکانات می‌دهد.

۵- جمع‌بندی وضعیت تحول دیجیتال در کشورهای منتخب

بررسی وضعیت تحول دیجیتال صنعت بیمه در کشورهای مختلف نشان داد که علی‌رغم سطوح متفاوت توسعه‌یافتگی اقتصادی و صنعتی به‌طور عام و صنعت بیمه به‌طور خاص، در برخی موارد اشتراکاتی در میان کشورهای مورد بررسی وجود دارد. در این بخش، ابتدا به تفکیک وضعیت تحول دیجیتال صنعت بیمه چهار کشور مطالعه‌شده، مورد بررسی قرار می‌گیرد و پس از آن با ارائه جدول تطبیقی، برخی خلاءها و پیشنهادات برای ایران ارائه خواهند شد.

الف) وضعیت تحول دیجیتال در آمریکا

صنعت بیمه آمریکا و به ویژه اینشورتک‌های آن، مانند بسیاری دیگر از صنایع این کشور، در جهان پیشتاز هستند. در تمام رتبه‌بندی‌های اعلام‌شده توسط نهادهای معتبر بین‌المللی، آمریکا رتبه نخست اینشورتک‌ها را از آن خود کرده است و بیشترین سرمایه‌گذاری‌های این حوزه و بیشترین تعداد استارت‌آپ‌های اینشورتکی در این کشور قرار دارند. در اغلب گزارش‌های معتبر هم، استارت‌آپ‌های اینشورتکی آمریکایی معمولاً چندین جایگاه را در فهرست استارت‌آپ‌های اینشورتکی برتر دنیا به خود اختصاص داده‌اند.

1. InsurTech Start-up Program

2. Yıldız Teknopark Incubation Center

۳. البته نهاد دیگری با عنوان مرکز فناوری مالی استانبول (FinTech Istanbul) در ترکیه وجود دارد که نوآوری‌های صنعت بیمه را هم به عنوان بخشی از صنعت مالی پوشش می‌دهد، اما به دلیل این که اطلاعات بیمه‌ای آن به زبان ترکی در وب سایت این مرکز درج شده است، امکان بررسی سازوکار آن برای پژوهشگران وجود نداشت.

اغلب فناوری‌های نوین اطلاعاتی در شرکت‌های اینشورتکی این کشور مورد استفاده قرار می‌گیرند که با توجه به نگاه ویژه نهاد ناظر صنعت بیمه آمریکا، کلان‌داده و هوش مصنوعی در صدر توجهات قرار دارند. با همه این تفاسیر و وضعیت خوبی که ایالات متحده از لحاظ سرمایه‌گذاری و اقدامات فنی حوزه اینشورتک دارد، در زمینه قوانین و مقررات چندان چابک عمل نکرده و به نظر می‌رسد که موانع قانونی زیادی بر سر راه توسعه تحول دیجیتال این کشور وجود دارند و در باب شدت این مشکل همین بس که برای فروش و ارسال اینترنتی بیمه هم مشکلات زیادی بر سر راه شرکت‌ها قرار دارد. یکی از مشکلات این کشور در زمینه قوانین و مقررات، ایالتی بودن نظارت و قانون‌گذاری است و همین باعث می‌شود که اینشورتک‌ها برای ورود به هر ایالت مجبور به رعایت قوانین متفاوتی شوند و کار برای آن‌ها دشوار گردد. با این حال، اقدام NAIC برای تشکیل کارگروه ویژه فناوری و نوآوری و سه کارگروه زیرمجموعه آن (یعنی کلان‌داده، هوش مصنوعی و سرعت ورود به بازار) برای هماهنگی مقررات مربوطه و اصلاحات مورد نیاز، اقدام مناسبی به نظر می‌رسد و روند تحول در قوانین و مقررات این کشور را تسریع خواهد کرد.

متناسب با همین مواردی که ذکر شدند، در زمینه نهادسازی مرتبط با تحول دیجیتال در صنعت بیمه، نهادهای فنی‌تری مانند شتاب‌دهنده‌ها و مراکز نوآوری در این کشور رشد بهتری داشته‌اند، اما نهادهایی مانند جعبه شنی‌های مقررات، به تازگی در یکی دو ایالت تأسیس شده‌اند و این روند به تازگی در آمریکا شکل گرفته است.

ب) وضعیت تحول دیجیتال در چین

کشور چین در سال‌های اخیر، پس از آمریکا رتبه دوم تحول دیجیتال صنعت بیمه را به خود اختصاص داده که این موفقیت معلول عوامل مختلفی می‌باشد. مواردی مانند نفوذ بالای اینترنت و تلفن همراه در این کشور که شاید تا حدی ناشی از جمعیت بالای آن باشد، سرمایه‌گذاری‌های کلان در حوزه اینشورتک‌ها و به‌کارگیری فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و مراکز زیادی که برای حمایت و کمک به رشد و توسعه اینشورتک‌ها تأسیس شده‌اند. اخیراً هم راه‌اندازی جعبه‌شنی مقررات، به صورت آزمایشی در دو شهر مهم این کشور آغاز شده است.

اما موضوع دیگری که محرک این رشد بوده، منعطف بودن نهاد ناظر و انجام اقدامات مختلف در راستای بهبود و اصلاح قوانین و مقررات برای رفع موانع قانونی تحول دیجیتال بوده است که به نظر می‌رسد این اقدامات دارای پویایی زیادی بوده و هم‌چنان ادامه دارند. بزرگ‌ترین اقدامات صورت‌گرفته شامل تغییر نهاد ناظر و ادغام دو نهاد نظارتی بانک و بیمه جهت هماهنگی نوآوری‌های حوزه فینتک بوده است.

در چین هم، توزیع و فروش آنلاین بیمه، بخش عمده‌ای از فعالیت‌های اینشورتکی را به خود اختصاص داده است، اما این بدان معنا نیست که از فناوری‌های دیگر غفلت شده و در اسناد و گزارش‌های منتشره، فناوری‌های تحول‌آفرینی چون زنجیره بلوکی و هوش مصنوعی در زمره فناوری‌های پرکاربرد در صنعت بیمه چین محسوب می‌شوند.



ج) وضعیت تحول دیجیتال در آلمان

تحول دیجیتال صنعت بیمه در کشور آلمان، از دو منظر زیرساخت‌های فنی و مالی و زیرساخت‌های مقرراتی قابل بررسی است. در زمینه سرمایه‌گذاری و منابع مالی، زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، امکانات شتابدهی برای فعالیت‌های اینشورتکی و از همه مهم‌تر، بازار و نیز وجود شرکت‌های بیمه بزرگ و توسعه‌یافته، فضای بسیار مناسبی برای تحول دیجیتال و فعالیت‌های اینشورتکی در صنعت بیمه این کشور مهیا کرده است. وجود چند مرکز یا قطب نوآوری در شهرهای مهم آلمان و فراوانی سرمایه‌گذاران خطرپذیر و حتی سرمایه‌گذاران خارجی و بین‌المللی، فضای مساعدی را برای فعالیت این‌چنینی در این کشور فراهم کرده است.

اما در زمینه قوانین و مقررات، نهاد ناظر صنعت بیمه این کشور بسیار خشک و انعطاف‌ناپذیر ظاهر شده است. به‌گونه‌ای که نه قوانین و مقررات موجود را برای فعالیت‌های مرتبط با تحول دیجیتال اصلاح و تعدیل کرده است و نه قوانینی مرتبط با این حوزه وضع کرده است. بلکه همان مقررات واسطه‌های فروش و شرکت‌های بیمه را برای اینشورتک‌ها نیز اعمال می‌کند. حال آن‌که در کشورهای مورد بررسی و در اغلب کشورهای دیگری که در این مطالعه مورد بررسی قرار نگرفته‌اند، تسهیلات مقرراتی زیادی برای فعالیت‌های نوآورانه و فناورانه در صنعت بیمه ایجاد شده که از آن جمله می‌توان به تأسیس نهادی با عنوان جعبه شنی مقرراتی (که محیطی کنترل‌شده از نظر مقرراتی و با مقررات سهل‌تر است) اشاره کرد. البته در این زمینه اتحادیه اروپا بیکار ننشسته و برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و مشتریان صنعت بیمه، مقررات و رهنمودهایی را وضع کرده است که در آلمان هم لازم‌الاجراست که البته بیشتر به شکل رهنمود و تفسیر مقررات فعلی منتشر شده‌اند.

د) وضعیت تحول دیجیتال در ترکیه

توجه به ضریب نفوذ پایین بیمه در کشور ترکیه نشان می‌دهد که هنوز فضای بکر زیادی در صنعت بیمه این کشور وجود دارد. هم‌چنین موقعیت جغرافیایی استراتژیک این کشور که حداثااصل میان آسیا و اتحادیه اروپا قرار دارد، جمعیت جوان و علاقمند به فناوری‌های نوین و حضور شرکت‌های بزرگ بیمه دنیا نظیر آلیانز و آکسا در این کشور، همگی عواملی هستند که می‌توانند برای مراکز رشد و سرمایه‌گذاران حوزه دیجیتال جذاب باشند. دیجیتالی‌سازی و اینشورتک، موضوعات داغی در میان شرکت‌های بیمه ترکیه هستند. طبق بررسی‌ها، آن‌ها علاقه دارند که فناوری‌های جدید را آموخته و درک کنند تا بتوانند روش انجام کار خود را متحول کرده و بهبود دهند. بر این اساس، به نظر می‌رسد که تحول دیجیتال در صنعت بیمه ترکیه به تازگی آغاز شده و در ابتدای راه خود به سر می‌برد و بیمه‌های دیجیتال و فناوری‌های بیمه در این بستر به آهستگی رشد خواهند کرد.

ه) مقایسه تطبیقی

در جدول ۵، مقایسه میان شاخص‌های مختلف بررسی‌شده در کشورهای منتخب، نمایش داده شده است.

جدول ۵- مقایسه تطبیقی وضعیت تحول دیجیتال در کشورهای منتخب

ردیف	نام کشور	نوع استارت‌آپ‌های مهم و فناوری‌های مورد استفاده	تحول در قوانین و مقررات	نهادهای ساز
۱	آمریکا	- توزیع و تجمیع - توسعه‌دهندگان واسط برنامه‌نویسی - نرم‌افزار کاربردی، فناوری‌های سلامت، اینترنت اشیا و بیمه‌گران آنلاین - هم‌تا به هم‌تا - فناوری‌های رایج: تلماتیک، زنجیره بلوکی، گجت‌های پوشیدنی، کلان‌داده‌ها و داده‌کاوی	- تشکیل کارگروه ویژه نوآوری و فناوری - سه کارگروه کلان‌داده‌ها، هوش مصنوعی و سرعت ورود به بازار - جعبه شنی مقررات (در برخی ایالت‌ها) - قطب اینشورتک - شتاب‌دهنده‌های تخصصی	- تشکیل کارگروه ویژه نوآوری و فناوری - سه کارگروه کلان‌داده‌ها، هوش مصنوعی و سرعت ورود به بازار - جعبه شنی مقررات (در برخی ایالت‌ها) - قطب اینشورتک - شتاب‌دهنده‌های تخصصی
۲	چین	- توزیع یا فروش آنلاین - بیمه‌گری آنلاین - محصولات مبتنی بر فناوری‌های دیجیتال - فناوری‌های رایج: هوش مصنوعی، زنجیره‌بلوکی و رایانش ابری و کلان‌داده‌ها	- تصویب قانون بیمه اینترنتی - تأسیس نهاد ناظر مشترک بانک و بیمه - تسهیل صدور مجوز برای بیمه‌های آنلاین - طرح بازار بیمه فراگیر - راه‌اندازی رژیم‌های خودارزیابی برای شرکت‌های اینترنتی بیمه عمر و اموال و حوادث	- انجمن مالی اینترنت چین - شتاب‌دهنده تخصصی - مرکز نوآوری - جعبه شنی مقررات
۳	آلمان	- توزیع‌کنندگان - دستیاران شخصی - عهده‌داران ریسک - توانمندسازان فرایند - هم‌تا به هم‌تا - تنظیم دعاوی خسارت - فناوری‌های رایج: هوش مصنوعی و زنجیره‌بلوکی	- مقررات داخلی: فاقد تغییرات خاص - مقررات اتحادیه اروپا: دستورالعمل بازاریابی از راه دور - خدمات مالی مصرفی - دستورالعمل واسطه‌گری بیمه - شیوه‌های مناسب وبسایت‌های مقایسه	- قطب اینشورتک - آزمایشگاه بیمه - مراکز نوآوری بین‌المللی
۴	ترکیه	- تجمیع‌کنندگان - تحلیل داده‌ها و تحلیل ریسک - مدیریت بیمه‌نامه - مدیریت ریسک - فناوری‌های رایج: روایت‌های سخن‌گو، هوش مصنوعی و وبسایت‌های اینترنتی - داده‌کاوی	- قوانین بیمه در ترکیه برای فعالیست اینشورتک‌ها متناسب‌سازی نشده است.	- قطب اینشورتک - مراکز رشد و پارک‌های فناوری اطلاعات

منبع: یافته‌های تحقیق



در مجموع، مشاهده می‌شود که مهجورترین بخش در تحول دیجیتال، بخش قوانین و مقررات است. با این‌که در این حوزه اقداماتی انجام شده است، اما از چهار کشور مورد مطالعه، سه کشور به شدت با عدم انعطاف مقرراتی مواجهند و تنها در چین است که در نهاد ناظر و قوانین و مقررات، به‌روزرسانی‌ها و انعطاف بیشتری مشاهده می‌شود. آلمان هم که به شدت غیرمنعطف ظاهر شده و تغییری متناسب با فعالیت‌ها و تحول دیجیتال انجام نداده است. این وضعیت در ایران هم کمابیش وجود دارد و پس از مقاومت زیادی که شرکت‌ها و نهاد ناظر در برابر فعالیت‌های اینترنتی بیمه انجام دادند، سرانجام صرفاً مقررات دلالتی بیمه اصلاح و تا حدودی برای فروش اینترنتی بیمه متناسب‌سازی شد. قانون تجارت ایران هم که بخشی را به تجارت الکترونیک اختصاص داده است، سال‌هاست در پیچ و خم تصویب باقی مانده است.

در زمینه مدل‌های رایج فعالیت دیجیتال در صنعت بیمه، در همه کشورهای مورد بررسی، مانند ایران، عمده فعالیت‌ها معطوف به فروش و توزیع اینترنتی بیمه و وبسایت‌های تجمیع‌کننده یا مقایسه قیمت است. اما در اغلب این کشورها، هوش مصنوعی و کلان‌داده بسیار مورد توجه هستند و از مزایا و ویژگی‌های آن‌ها در تحول دیجیتال صنعت بیمه زیاد استفاده می‌شود. مثلاً طراحی و ارائه محصولات جدید مبتنی بر داده‌ها، ارزیابی ریسک‌ها و نرخ‌گذاری پویا با استفاده از هوش مصنوعی و ... از جمله مواردی هستند که در ایران کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. هر چند که نمی‌توان گفت مغفول بوده‌اند و البته با توجه به وضعیت زیرساخت‌های فناوری و سطح توسعه‌یافتگی صنعتی در ایران، این موضوع چندان هم عجیب نیست؛ اما هم‌چنان جای کار زیادی وجود دارد. ضمن این‌که فناوری‌های تلماتیک برای بیمه خودرو مورد توجه قرار گرفته‌اند و برخی شرکت‌ها محصولات جدیدی را با استفاده از این ابزارها ارائه می‌کنند. اخیراً هم موضوع داده‌کاوی برای تحلیل ریسک‌ها یا کشف تقلب مورد توجه قرار گرفته است، ولی با توجه به مشکلاتی که در دسترسی به داده‌های صنعت وجود دارد، اقدامات صورت گرفته چندان مثمرتر نبوده‌اند و کسب نتایج با کندی مواجه است.

در زمینه نهادهای تخصصی، شتاب‌دهنده‌های تخصصی، کارگروه‌های ویژه و اختصاصی، مراکز نوآوری اختصاصی بیمه یا قطب‌های اینشورتک و جعبه شنی‌های مقررات، از جمله نهادهایی هستند که در کشورهای مورد بررسی، جهت تسریع و کمک به تحول دیجیتال صنعت بیمه تأسیس شده‌اند. در ایران شتاب‌دهنده‌های تخصصی برای صنعت بیمه وجود دارند و البته برخی شتاب‌دهنده‌های غیرتخصصی هم به متقاضیان صنعت بیمه خدمات می‌دهند. اما جای خالی نهادهایی مانند مرکز نوآوری صنعت یا جعبه شنی مقررات به شدت احساس می‌شود. جعبه شنی مقررات اخیراً مورد توجه بسیاری از کشورهای جهان قرار گرفته و در جنوب و شرق آسیا، اروپا و آمریکا اقدامات زیادی در خصوص تأسیس این مراکز صورت گرفته است. با توجه به اینکه صنعت بیمه دارای مقررات اختصاصی بوده و صنعتی پرضوابط و مقررات است و نیز به دلیل لزوم محافظت نهاد ناظر از حقوق بیمه‌گذاران، به نظر می‌رسد که

تأسیس جعبه شنی باید مورد توجه نهاد ناظر قرار گیرد تا ابتکارها، محصولات جدید و راهکارهای نوین، در محیط مقرراتی کنترل شده عرضه شوند و شکاف‌ها و خلاءهای قانونی موجب زیان بیمه‌گذاران نگردد.

در نهایت، بر اساس بررسی‌هایی که در این فصل انجام شد و با توجه به تجربیات کشورهای مورد بررسی، موارد زیر به عنوان فرصت‌های تحول دیجیتال صنعت بیمه ایران، پیشنهاد می‌شوند:

- فناوری‌های مورد استفاده

○ استفاده از هوش مصنوعی و داده‌کاوی برای مواردی مانند کشف تقلب، تحلیل و ارزیابی ریسک؛

○ استفاده از ابزارهای اینترنت اشیا و تلماتیک، پهپادها، گجت‌های پوشیدنی و ... برای ارزیابی ریسک، ویژه‌سازی ریسک برای هر مشتری و ارزیابی مکانیزه خسارت بدون نیاز به دخالت انسانی (که موجب کاهش خطا و کاهش برخی هزینه‌ها می‌شود)؛

○ ارائه محصولات نوین بیمه‌ای از جمله محصولات مبتنی بر نیاز و پارامتریک با استفاده از فناوری‌هایی نظیر زنجیره بلوکی و اپلیکیشن‌های تلفن همراه.

- نهادسازی

○ تأسیس مرکز یا قطب نوآوری صنعت بیمه توسط بیمه مرکزی جهت رشد نوآوری و وجود نهادی مشخص برای مراجعه نوآوران، شرکت‌های ایشورتکی و استارت‌آپ‌ها و دریافت مشاوره مقرراتی؛

○ تأسیس محیط آزمون کنترل شده (جعبه شنی مقررات) توسط بیمه مرکزی جهت کمک به توسعه محصولات و فعالیت‌های نوآورانه و در عین حال حمایت از حقوق بیمه‌گذاران که وظیفه اصلی بیمه مرکزی است؛

○ تأسیس شتاب‌دهنده‌ها و مراکز رشد توسط شرکت‌های بیمه، دانشگاه‌ها و پارک‌های فناوری کشور؛

○ سرمایه‌گذاری بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه در زیرساخت‌های فناوری صنعت بیمه.

- قوانین و مقررات

○ کمک به تسهیل مقررات در ارائه داده‌ها به شرکت‌های بیمه و نوآوران جهت به‌کارگیری مزایای کلان داده‌ها و تکنیک‌های داده‌کاوی؛

○ تسهیل مقررات و تمهیدات لازم برای ایجاد امکان ارائه محصولات بیمه‌ای فناورانه مانند بیمه‌های تقاضامحور کوتاه‌مدت یا بیمه‌های خرد^۱ توسط نوآوران و فناوران (در حال حاضر ارائه محصول بیمه‌ای تنها از طریق شرکت‌های بیمه امکان‌پذیر است)؛

○ ایجاد کارگروه‌های تخصصی در بیمه مرکزی برای رفع ابهامات قانونی ایشورتک‌ها و نوآوران و انتقال نیازهای مقرراتی آن‌ها به مسئولان و تصمیم‌گیرندگان بیمه مرکزی.

۱. منظور بیمه‌های خردی نیست که برای کمک به اقشار آسیب‌پذیر و محروم ارائه می‌شوند، بلکه بیمه‌هایی با حق بیمه‌های خرد است که معمولاً به صورت اپیزودیک و کوتاه‌مدت (مثلاً برای پوشش چند ساعته) یا تقاضامحور ارائه می‌شوند.

فهرست منابع

۱. نورانی، و. ۱۳۹۷. بررسی مقررات بازاریابی و فروش آنلاین بیمه در کشورهای منتخب. بیست و پنجمین همایش ملی بیمه و توسعه. تهران: پژوهشکده بیمه.
2. AnJie Law Firm. 2020. *Can Foreign Investors Capitalize on Insurtech's Growth in China?* . Beijing China law vision. Available: <https://www.chinalawvision.com/2020/06/insurance-law/can-foreign-investors-capitalize-on-insurtechs-growth-in-china/> [Accessed 2020].
3. CBIRC. 2020. *CBIRC Releases the Notice on Regulating Retrospective Management of Internet Insurance Sales Activities* [Online]. China: China Banking and Insurance Regulatory Commission. Available: <https://www.cbirc.gov.cn/en/view/pages/ItemDetail.html?docId=913919&itemId=981> [Accessed 2020].
4. Chang, Y. & Hu, J. 2020. Research on Fintech, Regtech and Financial Regulation in China. *Open Journal of Business and Management*, 369-377.
5. HOGANLOVELLS 2016. Changes in insurance regulation: China / Hong Kong / Singapore. Hogan Lovells.
6. MCKENZIE, B. 2017. *Guide to China's Insurtech Regulations* [Online]. China Business Review. Available: <https://www.chinabusinessreview.com/guide-to-chinas-insurtech-regulations/> [Accessed 2020].
7. O'dwyer, M. 2020. *China spotlight: Chinas insurtech incubators* [Online]. digital insurer. Available: <https://www.the-digital-insurer.com/china-spotlight-chinas-insurtech-incubators/> [Accessed 2020].
8. Sheng, C., Leonard, M., Gangu, P., Liu, K., Bi, J., Xu, W. & Ji, K. 2016. China Insurtech-Industry Report. Oliver Wyman & ZhongAn.
9. Vanderlinden, S. L., Millie, S. M., Anderson, N. & Chishti, S. 2018. *The INSURTECH Book: The Insurance Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and FinTech Visionaries*, John Wiley & Sons.
10. Xing, L. 2018. The Chinese Insurance Market. In: RONKE, P. & RYAN, D. (eds.). Switzerland: Swiss Re
11. BAFIN. 2020. *Insurtech Companies* [Online]. German Federal Financial Supervisory Authority Available: https://www.bafin.de/EN/Aufsicht/FinTech/Insurtech/insurtech_node_en.html [Accessed 2020].
12. CLIFFORDCHANCE. 2020. *Current issues in the German insurtech market: How the insurtech markets are developing in Germany* [Online]. Available: <https://talkingtech.cliffordchance.com/en/industries/insurtech/German-insurtech-market.html> [Accessed 2020].
13. INSUR-TECH.COM. 2020. *TechFounders* [Online]. Available: <https://insurtech.com/Accelerator/techfounders/> [Accessed 2020].
14. InsurLabGermany. 2017. *Focus on collaboration and digitization* [Online]. Available: <https://insurlab-germany.com/en/accelerator-2/> [Accessed 2020].
15. INSURTECH HUB MUNICH. 2020. *about us* [Online]. Germany .Available: <https://www.insurtech-munich.com/> [Accessed 2020].

16. Kapronasia. 2020. After Beijing, China Expands Fintech Regulatory Sandbox to Shanghai. Available: <https://www.kapronasia.com/china-banking-research-category/after-beijing-china-expands-fintech-regulatory-sandbox-to-shanghai.html> [Accessed 2020].
17. Kottmann, D. & Dorderchter, N. 2019. The Future Of InsurTech In Germany: The InsurTech-Radar 2019. Oliver Wyman and Policen Direkt.
18. Lorenz, M. 2020. *A Guide to Regulatory Fintech Sandboxes Internationally* . Baker McKenzie.
19. Moser, S. 2020. *Why Germany Is Becoming a Global Hotspot for InsurTech Firms* [Online]. Available: <https://www.entrepreneur.com/article/345377> [Accessed 2020].
20. Pitzler, S., Escobar, E., Jansky, H., Schmitz, C., Rink, C. & Hengstler, B. 2018. InsurTech in Germany. Short history, thriving present bright future? : InsurLab Germany.EY.
21. PLUGANDPLAY. 2020. *Plug and Play Insurtech* [Online]. Available: <https://www.plugandplaytechcenter.com/insurtech/> [Accessed 2020].
22. ÇAVUŞOĞLU, R. 2018. *İkinci Nesil Insurtech Şirketine Dönüşmek İçin Çalışıyoruz* [Online]. Available: <http://m.sigortagundem.com/uploads/documents/akilliyasamdergisicak2018-qnWW.pdf> [Accessed 2020].
23. Staib, D., Puttaiah, M. H. & Tschekassin, O. 2019. World insurance: the great pivot east continues
24. In: Ronke, P. & Haegeli, J. J. (eds.) *Sigma*. Switzerland: SwissRe.
25. TURKISHINSURTECHHUB. 2019a. *What is Insurtech Hub?* [Online]. Available: <https://www.insurtech.org/about-us> [Accessed 2020].
26. TURKISHINSURTECHHUB. 2019b. *What Is Insurtech Start-Up Program?* [Online]. Available: <https://www.insurtech.org/what-is-insurtech-startup-program> [Accessed 2020].
27. AIA 2018. Proposed Model Law: Insurance Innovation Regulatory Variance or Waiver Act. In: ASSOCIATION, A. I. (ed.).
28. CRUNCHBASE. 2020. *List of top United States InsurTech Companies* [Online]. Crunchbase.com. Available: <https://www.crunchbase.com/hub/united-states-insurtech-companies> [Accessed 2020].
29. FIO 2019. Annual Report on the Insurance Industry. USA: Federal Insurance Office, U.S. Department Of The Treasury.
30. GOLDSTEIN, S. 2018. *Insurtech Hubs Around The World And A Recent Fireside Chat at InsurTech LA* [Online]. Available: <https://dailyfintech.com/2018/08/16/insurtechhubs/> [Accessed 2020].
31. Grones, G. 2020. *Top 15 Insurtech Companies In The US* [Online]. Insurance Business Mag. Available: <https://www.insurancebusinessmag.com/us/guides/top-15-insurtech-companies-in-the-us-210710.aspx> [Accessed 2020].

32. Hall, S. & Sherlock, J. 2019. When Innovation Meets Regulation. *CIPR Newsletter*. USA: Center for Insurance Policy and Research Department.
33. Hanson, S. 2019. Insurance Journal. Available: <https://www.insurancejournal.com/news/southeast/2019/06/26/530457.htm> [Accessed 2020].
34. HARTFORDINSURTECHHUB. 2017. *Insurance Success Through Innovation* [Online]. Available: <https://hartfordinsurtechhub.com> [Accessed 2020].
35. INSURANCEJOURNAL. 2019. *Hartford InsurTech Hub Welcomes Top Startups for 2020* [Online]. insurance journal. Available: <https://www.insurancejournal.com/news/east/2019/11/15/548572.htm> [Accessed 2020].
36. MEETUP. 2015. *What We're About* [Online]. Available: <https://www.meetup.com/InsurTech/> [Accessed 2020].
37. Mueller, J. 2018. InsurTech Rising: A Profile of the InsurTech Landscape. MILKEN INSTITUTE.
38. NAIC. 2018a. *Innovation and Technology (EX) Task Force* [Online]. Available: https://content.naic.org/cmte_ex_itf.htm [Accessed 2020].
39. NAIC. 2018b. *NAIC Releases Strategic Plan — State Ahead* [Online]. National Association of Insurance Commissioners. Available: http://live-naic-static.pantheonsite.io/Releases/2018_docs/naic_releases_strategic_plan_state_ahead.htm [Accessed 2020].
40. PLUGANDPLAYINSURTECH. 2019. *Overview of Plug and Play Insurtech* [Online]. Available: <https://www.plugandplaytechcenter.com/insurtech/> [Accessed 2020].
41. SVIA. 2018. *Silicon Valley Insurance Accelerator Mission* [Online]. Available: <https://sviaccelerator.com/> [Accessed 2020].
42. WAVES, I. I. T. U. A. C .T. I. 2020. *Insurtech in the US and China: Transformation in Waves* [Online]. Available: <https://equalocean.com/analysis/2020041213877> [Accessed 2020].
43. Vanderlinden, S. L., Millie, S. M., Anderson, N. & Chishti, S. 2018. *The INSURTECH Book: The Insurance Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and FinTech Visionaries*, John Wiley & Sons.
44. Yıldırım, İ. 2019. Emergence of Insurance Technologies (InsurTech): The Turkish Case. *FinTech as a Disruptive Technology for Financial Institutions*. IGI Global .

فراخوان ارسال مقاله

پژوهشکده بیمه وابسته به بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران با هدف ارتقا، بسط، گسترش و نهادینه کردن علم بیمه با رویکرد مطالعه موردی یک موضوع خاص بیمه‌ای و تحلیل مباحث آن، نشریه «گزارش موردی» را منتشر می‌کند. این نشریه قابل استفاده برای کسانی است که به دنبال مباحث خاص بیمه‌ای به صورت تئوریک هستند که از آن میان می‌توان به دانشجویان بیمه و اقتصاد، مدیران عالی رتبه صنعت بیمه کشور، اساتید دانشگاه‌ها و دست‌اندرکاران صنعت بیمه اشاره کرد؛ لذا از کلیه استادان، پژوهشگران، صاحب‌نظران و کارشناسان محترم برای ارائه مقالات دعوت به عمل می‌آید.

الف. شرایط پذیرش مقاله

۱. مقالات می‌توانند به صورت تألیفی یا ترجمه باشند. باید همراه با مقالات ترجمه‌شده، نسخه اصلی آنها نیز ارسال شود.
۲. مقالات باید به مطالعه موردی یک موضوع خاص بیمه‌ای بپردازند.
۳. حجم مقالات باید با توجه به شرایط مندرج در بند «ب» حداقل ۴۰ صفحه باشد.
۴. مقالات ارسالی نباید قبلاً در نشریه‌های داخلی و خارجی یا مجموعه مقالات سمینارها و مجامع علمی چاپ شده باشند و نباید همچنین برای انتشار به جای دیگر واگذار شده باشند.
۵. مقالات باید دارای فهرست منابع و مأخذ مستند و اطلاعات کتاب‌شناختی معتبر باشند.
۶. مقالات ترجمه‌ای حداکثر در سال ۲۰۱۵ چاپ شده باشند (مگر در موارد خاص و با تأیید داور).
۷. مقالات ارسال شده پس از طی فرایند داوری و تأیید سردبیر نشریه قابل پذیرش و چاپ می‌باشند.
۸. حق ویرایش مقالات برای نشریه محفوظ است.
۹. مسئولیت مطالب، نظریات و اطلاعات ارائه‌شده در مقاله‌ها و صحت و سقم آنها بر عهده مؤلف (ان) / مترجم (ان) است.
۱۰. دریافت مقاله به صورت الکترونیکی امکان‌پذیر است.
۱۱. مقالات دریافت‌شده به مؤلف (ان) / مترجم (ان) بازگردانده نمی‌شوند.

ب. نحوه نگارش مقاله

۱. مقاله حداقل در ۵۰ صفحه A4 با فاصله خطوط multiple 1.1 و حاشیه‌های ۲ سانتی‌متر از هر طرف در نرم‌افزار Word تایپ شود.
۲. نوع قلم و اندازه آن مطابق با شرایط مندرج در جدول (۱) باشد.
۳. اصول نگارش زبان فارسی به‌طور کامل رعایت شود و از به کار بردن اصطلاحات انگلیسی که معادل فارسی آنها در فرهنگستان زبان فارسی تعریف شده است، حتی‌الامکان خودداری شود.

فراخوان ارسال مقاله

جدول (۱). نوع قلم و اندازه

موقعیت استفاده	نام قلم	اندازه قلم
عنوان مقاله	B lotus پررنگ	۱۶
متن مقاله	B lotus	۱۴
تیتراهای اصلی	B lotus پررنگ	۱۵
تیتراهای فرعی	B lotus پررنگ	۱۴
عناوین جدول‌ها و شکل‌ها	B lotus	۱۴
متن جدول‌ها، شکل‌ها و منابع	B lotus	۱۴
پاورقی فارسی	B lotus	۱۱
پاورقی انگلیسی	Times New Roman	۱۰

ج. شیوه تنظیم منابع

در ذکر منابع، سبک Harvard (ویرایش سال ۲۰۱۱) رعایت شود؛ به عنوان مثال:

• منابع انتهای متن

– کتاب

نام خانوادگی، حرف ابتدای نام، سال انتشار. عنوان کتاب (ایتالیک). نام مترجم. ویرایش (اگر کتاب ویرایش اول باشد، نیازی به ذکر نوبت ویرایش نیست). محل نشر (باید نام شهر ذکر شود نه کشور): ناشر. شماره صفحات (در صورت موجود بودن).

- Redman, P., 2008. *Business and the organization*. 3rd ed. Chester: Pearson.

– جهانخانی، ع. و پارسائیان، ع.، ۱۳۷۶. مدیریت سرمایه‌گذاری و ارزیابی اوراق بهادار. تهران: دانشکده مدیریت. صص ۵-۲۰.

توجه: اگر منبعی بیش از یک نویسنده داشته باشد، نام نویسندگان را به ترتیب زیر ذکر می‌کنیم:

- Barker, R., Kirk, J. and Munday, R.J., 1988. *Narrative analysis*. 3rd ed. Bloomington: Indiana University Press.

در صورتی که منبع بیش از سه نویسنده داشته باشد، لزومی به ذکر نام تمام نویسندگان نیست و فقط نام نویسنده اول را ذکر می‌کنیم و به جای نام نویسندگان دیگر از عبارت "et al." / همکاران استفاده می‌کنیم.

- Grace, B. et al., 1988. *A history of the world*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

– اگر در میان منابع مقاله، دو منبع با تاریخ انتشار و نام نویسنده مشابه داشته باشیم برای تفکیک منابع از حروف

فراخوان ارسال مقاله

"a,b" / الف، ب" در کنار تاریخ انتشار استفاده می‌کنیم و در منابع درون‌متنی نیز این حروف را در کنار تاریخ انتشار ذکر می‌کنیم.

- Soros, G., 1966a. *The road to serfdom*. Chicago: University of Chicago Press.

- Soros, B., 1966b. *Beyond the road to serfdom*. Chicago: University of Chicago Press.

و در منابع درون‌متنی، این دو منبع را به این شکل ذکر می‌کنیم:

-(Soros, 1966a)

-(Soros, 1966b)

- منابع الکترونیکی (E-book; pdf; journal online) (...)

نام خانوادگی، حرف ابتدای نام، سال. عنوان (ایتالیک). [نوع منبع الکترونیکی] محل نشر: ناشر. Available through (قابل دسترسی از طریق): نام منبع الکترونیکی (شامل وب‌سایت یا آدرس اینترنتی) [تاریخ دسترسی].

- Fishman, R., 2005. *The rise and Fall of suburbia*. [e-book] Chester: Castle Press. Available through: Anglia Ruskin University Library website <<http://libweb.anglia.ac.uk>> [Accessed 5 June 2005].

- مقاله

نام خانوادگی و حرف ابتدای نام، سال. عنوان مقاله. عنوان نشریه (ایتالیک)، شماره جلد (شماره بخش یا فصل انتشار)، صفحه یا صفحات.

- Boughton, J.M., 2002. The Bretton Woods proposal: a brief look. *Political Science Quarterly*, 42(6), p.564.

• منابع درون‌متنی

(نام‌خانوادگی نویسنده، سال انتشار اثر)

- (کریمی، ۱۳۸۷)؛ (Wang, 2008)

توجه: اگر اثری بیش از چهار نویسنده داشته باشد، فقط نام نویسنده اول را ذکر می‌کنیم و به جای نام دیگر نویسندگان از عبارت "et al." / همکاران" استفاده می‌کنیم.

- (نفیسی و همکاران، ۱۳۸۹)؛ (Soha, et al., 1995)

برای اطلاعات بیشتر در زمینه سبک Harvard به آدرس الکترونیکی زیر مراجعه کنید:

<http://libweb.anglia.ac>.

علاقه‌مندان برای دریافت اطلاعات تکمیلی می‌توانند به نشانی زیر مراجعه فرمایند:

آدرس: تهران - سعادت آباد - میدان شهید تهرانی مقدم (کاج) - خیابان سرو غربی - شماره ۴۳ - دفتر نشریه گزارش موردی - شماره تماس ۲۲۰۸۴۰۸۴. جهت مکاتبه با نشریه به آدرس الکترونیکی workingpaper@irc.ac.ir مراجعه نمایید.

فهرست گزارش‌های منتشرشده در پژوهشکده بیمه

- گزارش موردی ۱ (دی ۱۳۸۹): کلیات اقتصاد برنامه‌های بیمه اجتماعی
- گزارش موردی ۲ (اسفند ۱۳۸۹): آمارهای حوادث جاده‌ای در کشورهای منتخب و تحلیل خسارت‌های پرداختی بیمه شخص ثالث در ایران
- گزارش موردی ۳ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۰): اوراق بهادار بیمه‌ای
- گزارش موردی ۴ (خرداد و تیر ۱۳۹۰): نقش شاخص‌ها در انتقال ریسک در صنعت بیمه
- گزارش موردی ۵ (مرداد و شهریور ۱۳۹۰): شاخص‌های پایه‌ای نرخ بیمه زلزله ساختمان‌های ایران
- گزارش موردی ۶ (مهر و آبان ۱۳۹۰): اصلاح سیستم خدمات درمانی در ژاپن: کنترل هزینه‌ها، ارتقای کیفیت و تضمین برابری
- گزارش موردی ۷ (آذر و دی ۱۳۹۰): بیمه در کشورهای در حال توسعه: بهره‌گیری از فرصت‌های موجود در بیمه‌های خرد
- گزارش موردی ۸ (بهمن و اسفند ۱۳۹۰): پولشویی و روش‌های جلوگیری از آن در صنعت بیمه
- گزارش موردی ۹ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۱): کاربرد ملی مقررات ساختمان در مدیریت ریسک و نرخ‌گذاری بیمه آتش‌سوزی
- گزارش موردی ۱۰ (خرداد و تیر ۱۳۹۱): پیشگیری شناسایی و مقابله با کلاهبرداری در بیمه
- گزارش موردی ۱۱ (مرداد و شهریور ۱۳۹۱): تجربه کشور هندوستان در حذف تعرفه‌های بیمه‌های غیرزندگی
- گزارش موردی ۱۲ (مهر و آبان ۱۳۹۱): تدوین بیمه‌نامه زلزله در بخش مسکن و ارائه مدلی کاربردی جهت بررسی نقش بیمه در بهبود کیفیت ساختمان در ایران
- گزارش موردی ۱۳ (آذر و دی ۱۳۹۱): رابطه بیمه و رشد اقتصادی - تحلیل نظری و تجربی
- گزارش موردی ۱۴ (بهمن و اسفند ۱۳۹۱): ارزیابی و تحلیل ریسک قراردادهای بیمه زندگی: ترکیب رویکردهای اکچوئرال و مالی
- گزارش موردی ۱۵ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۲): دوگزارش بیمه‌ای: ارزیابی عملکرد صنعت بیمه کشور و تبیین چشم‌انداز آینده (مقاله اول) - بررسی و سنجش سطح رضایت‌مندی بیمه‌گذاران (مشتریان) شرکت‌های فعال در صنعت بیمه کشور (مقاله دوم)
- گزارش موردی ۱۶ (خرداد و تیر ۱۳۹۲): بیمه سلامت و بیمه نوین سلامت (مطالعه موردی: کشورهای چین، ژاپن و کره جنوبی)
- گزارش موردی ۱۷ (مرداد و شهریور ۱۳۹۲): راهکارهای عملی افزایش تقاضای بیمه زندگی انفرادی و تدوین چهارچوبی برای ارائه بیمه‌های زندگی جدید
- گزارش موردی ۱۸ (مهر و آبان ۱۳۹۲): چهارچوب نظارتی انجمن بین‌المللی ناظران بیمه
- گزارش موردی ۱۹ (آذر و دی ۱۳۹۲): کاربرد منطق فازی، شبکه عصبی و الگوریتم ژنتیک در صنعت بیمه
- گزارش موردی ۲۰ (بهمن و اسفند ۱۳۹۲): بررسی عملکرد ساختمان‌ها و تأسیسات زیربنایی و عملکرد صنعت بیمه در زلزله
- مرداد ۱۳۹۱ آذربایجان شرقی

گزارش موردی ۲۱ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۳): مطالعه تطبیقی مقررات‌گذاری و نظارت صنعت بیمه در کشورهای منتخب توسعه یافته

گزارش موردی ۲۲ (خرداد و تیر ۱۳۹۳): مطالعه عوامل ریسک و فاکتورهای مؤثر بر محاسبه حق بیمه در بیمه‌های اتومبیل در ایران و جهان

گزارش موردی ۲۳ (مرداد و شهریور ۱۳۹۳): مطالعه روش‌های محاسباتی و ارزیابی ریسک‌های مختلف بیمه‌های زندگی

گزارش موردی ۲۴ (مهر و آبان ۱۳۹۳): مشتری‌مداری در صنعت بیمه

گزارش موردی ۲۵ (آذر و دی ۱۳۹۳): بیمه ریسک در قراردادهای تأمین مالی پروژه.

گزارش موردی ۲۶ (بهمن و اسفند ۱۳۹۳): تعیین روش بهینه محاسبه سیستم پاداش – جریمه در بیمه‌های شخص ثالث

گزارش موردی ۲۷ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۴): حفظ سلامت افراد در بازارهای نوظهور با حمایت بیمه

گزارش موردی ۲۸ (خرداد و تیر ۱۳۹۴): سیری در پیشرفت‌های اخیر بیمه‌های دریایی و هوایی

گزارش موردی ۲۹ (مرداد و شهریور ۱۳۹۴): بیمه‌گری ریسک‌های تجاری دائم‌التغییر

گزارش موردی ۳۰ (مهر و آبان ۱۳۹۴): بررسی وضعیت اتکایی اجباری در ایران و کشورهای منتخب

گزارش موردی ۳۱ (آذر و دی ۱۳۹۴): بررسی ساختار و کارکرد ناظر بیمه‌ای در ایران و کشورهای منتخب

گزارش موردی ۳۲ (بهمن و اسفند ۱۳۹۴): معرفی قراردادهای بیمه زندگی متصل به سهام و روش‌های قیمت‌گذاری

گزارش موردی ۳۳ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۵): بازار بیمه وسایل نقلیه موتوری در اروپا، نوامبر ۲۰۱۵ (قسمت اول)

گزارش موردی ۳۴ (خرداد و تیر ۱۳۹۵): بازار بیمه وسایل نقلیه موتوری در اروپا، نوامبر ۲۰۱۵ (قسمت دوم)

گزارش موردی ۳۵ (مرداد و شهریور ۱۳۹۵): مطالعه تطبیقی شرایط عمومی بیمه‌نامه آتش‌سوزی و ارائه پیشنهادها اصلاحی

گزارش موردی ۳۶ (مهر و آبان ۱۳۹۵): مطالعه تطبیقی طرح‌های مستمری بازنشستگی خصوصی در کشورهای منتخب

گزارش موردی ۳۷ (آذر و دی ۱۳۹۵): مطالعه عوامل ریسک و فاکتورهای مؤثر بر محاسبه حق بیمه در رشته بیمه‌های باربری

گزارش موردی ۳۸ (بهمن و اسفند ۱۳۹۵): حاکمیت شرکتی در مؤسسات بیمه

گزارش موردی ۳۹ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۶): بررسی شرایط عمومی بیمه بدنه اتومبیل در ایران و سایر کشورها

گزارش موردی ۴۰ (خرداد و تیر ۱۳۹۶): بررسی شرایط پوشش حوادث راننده توسط بیمه‌گران خارجی و ارائه شرایط عمومی

پیشنهادی برای ایران

گزارش موردی ۴۱ (مرداد و شهریور ۱۳۹۶): مطالعه شرایط عمومی بیمه‌های باربری و ارائه پیشنهادها اصلاحی

گزارش موردی ۴۲ (مهر و آبان ۱۳۹۶): یافته‌های تجربی در خصوص قیمت‌گذاری بیمه وسایل نقلیه موتوری در آلمان، اتریش و

سوئیس

گزارش موردی ۴۳ (آذر و دی ۱۳۹۶): مدیریت ریسک‌های کلیدی

گزارش موردی ۴۴ (بهمن و اسفند ۱۳۹۶): اصول اساسی بیمه انجمن بین‌المللی ناظران بیمه (اصول ۱ الی ۱۳)



- گزارش موردی ۴۵ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۷): اصول اساسی بیمه انجمن بین‌المللی ناظران بیمه (اصول ۱۴ الی ۱۷)
- گزارش موردی ۴۶ (خرداد و تیر ۱۳۹۷): اصول اساسی بیمه انجمن بین‌المللی ناظران بیمه
- گزارش موردی ۴۷ (مرداد و شهریور ۱۳۹۷): فن‌آوری و نوآوری در بخش بیمه
- گزارش موردی ۴۸ (مهر و آبان ۱۳۹۷): راهنمای نظام نظارت مبتنی بر ریسک برای شرکت‌های بیمه
- گزارش موردی ۴۹ (ویژه‌نامه سمینار توسعه بیمه‌های زندگی): بیمه زندگی: تمرکز بر مصرف‌کننده
- گزارش موردی ۵۰ (ویژه‌نامه بیست و پنجمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه): تحولات فناوری مالی در صنعت بیمه
- گزارش موردی ۵۱ (بهمن و اسفند ۱۳۹۷): شناسایی و مطالعه ضوابط و مقررات نحوه حضور مؤسسات بیمه خارجی در کشور چین
- گزارش موردی ۵۲ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۸): کلان داده و بیمه: پیامدهایی برای نوآوری، رقابت و حریم خصوصی
- گزارش موردی ۵۳ (خرداد و تیر ۱۳۹۸): گزارش توانگری و شرایط مالی شرکت هانوفر ری
- گزارش موردی ۵۴ (مرداد و شهریور ۱۳۹۸): گزارش تحلیل مغایرت با استانداردهای حسابداری در خصوص ذخیره فنی تکمیلی و خطرات طبیعی و ارائه پیشنهاد اصلاحی
- گزارش موردی ۵۵ (مهر و آبان ۱۳۹۸): سیستم شناسایی تقلب بیمه‌ای
- گزارش موردی ۵۶ (آذر و دی ۱۳۹۸): بررسی عملکرد ماده ۳۰ قانون الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۲) و بند الف تبصره ۱۰ قانون بودجه سالیانه (عوارض قانونی بیمه اجباری شخص ثالث)
- گزارش موردی ۵۷ (بهمن و اسفند ۱۳۹۸): بیمه زندگی در عصر دیجیتال؛ تحولات بنیادی پیش‌رو
- گزارش موردی ۵۸ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۸): گزارش ریسک‌های آینده گروه آکسا و اوراسیا
- گزارش موردی ۵۹ (خرداد و تیر ۱۳۹۹): وضعیت حاکمیت شرکتی در کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی در سال ۲۰۱۷
- گزارش موردی ۶۰ (مرداد و شهریور ۱۳۹۹): درک سودآوری در بیمه زندگی
- گزارش موردی ۶۱ (مهر و آبان ۱۳۹۹): بررسی اجمالی شبکه فروش صنعت بیمه و چگونگی نظارت بر آن در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه
- گزارش موردی ۶۲ (آذر و دی ۱۳۹۹): ضرورت بهره‌وری در صنعت بیمه

Working Paper

Bimonthly Journal of Insurance Research Center (IRC)

New Edition, Vol.11, No.1, April & May, 2021, Serial No. 63

Concessioner: Insurance Research Center (IRC)

Director- in- Charge: Leili Niakan (PhD)

Editor- in- Chief: Hamid Kordbache (PhD)

Authors: Vahideh Nourani, Zahra Ashrafi

Internal Manager: Shabnam Refoua (PhD)

Layout & Cover Designer : Ali hossein Safari

Publishing Technical Supervisor: Mohsen Bagherian

Publication Address: No. 43, West Sarv Ave., Saadat Abad, Tehran/ Iran

P.O. Box: 19395 -4499

Tel: (+9821) 22084084

Fax: (+9821) 22092265

Workingpaper@IRC.ac.ir

Printing House Address: Kawthar Printing House, North Sabalan St, Shahid

Ghoddousi St, Tehran.

Tel: (+9821) 88473457

All rights reserved for IRC. Quoting the content is allowed if acknowledged.
The views expressed in this journal are those of the authors and do not necessarily
reflect the views of IRC. Working Paper reserves the right to edit the articles.

