



گزارش موردی ۶۶

مهر و آبان ۱۴۰۰

ملاحظات مقرراتی مدل‌های
کسب و کار بیمه دیجیتال

گزارش موردی

دوماهنامه آموزشی، پژوهشی، تحلیلی

پژوهشکده بیمه، سال یازدهم، شماره ۴، مهر و آبان ۱۴۰۰، دوره جدید، شماره مسلسل ۶۶

صاحب امتیاز: پژوهشکده بیمه

مدیر مسئول: دکتر لیلی نیاکان

سردبیر: 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 شبنم 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 فاطمی - میدان گلها - خیابان کاج شمالی - پلاک ۱۹۵ - چاپ کارنگ

تلفن: ۸۸۰۲۴۰۱۰

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	ملاحظات مقرراتی مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتال
عنوان لاتین	Regulatory Considerations for Digital Insurance Business Models
مترجم	سحر اسماعیلی شایان
ویراستار علمی	دکتر لیلی نیاکان
شمارگان	مهر و آبان ۱۴۰۰، شماره ۶۶

پیشگفتار



“
 بروز همه‌گیری کرونا،
 بسیاری از بیمه‌گران در
 سراسر جهان را مجبور به
 تسریع در گذار از مدل‌های
 سنتی کسب‌وکار به
 دیجیتالی‌سازی فرایندهای
 خود نموده است.
 ”

تمهیدات لازم برای تعامل و همکاری بین مقررات‌گذار و بخش بیمه و همچنین وضع یک چارچوب مقرراتی متناسب با هر نوع فناوری به عنوان دو عامل مهم در مساعدسازی روند دیجیتالی‌سازی، شناسایی و مورد توجه قرار گیرند.

در اینجا لازم است از سرکار خانم سحر اسماعیلی شایان به عنوان مترجم و سرکار خانم دکتر لیلی نیاکان به عنوان ویراستار علمی این شماره از نشریه و همچنین همکاران اداره کتابخانه، اسناد علمی و نشریات سپاسگزاری نمایم.

حمید کردبچه
 رئیس پژوهشکده بیمه

مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتالی اختصاص یافته است. انجمن ژنو به منظور درک بهتر نقش و تأثیراتی که مقررات‌گذاری بر روی دیجیتالی‌سازی می‌گذارد، یک نظرسنجی از بیمه‌گران شانزده کشور بین ماه‌های جولای تا سپتامبر سال ۲۰۲۰ انجام داد که نتایج حاصل از آن، مبنای این گزارش را تشکیل می‌دهد. گزارش حاضر، موانع مقرراتی بر سر راه دیجیتالی‌سازی مدل‌های کسب‌وکار بیمه و همچنین چگونگی همکاری موثر میان مقررات‌گذاران/ناظران و صنعت بیمه در پاسخ به محدودیت‌های ایجاد شده ناشی از همه‌گیری کرونا را مورد بحث قرار می‌دهد. امید آن می‌رود که

بروز همه‌گیری کرونا، بسیاری از بیمه‌گران در سراسر جهان را مجبور به تسریع در گذار از مدل‌های سنتی کسب‌وکار به دیجیتالی‌سازی فرایندهای خود نموده است. دیجیتالی‌سازی مزایایی را برای بیمه‌گران و مشتریان آن‌ها به ویژه در شرایطی همانند همه‌گیری کرونا، که در آن تعاملات حضوری امکان‌پذیر نیست، به ارمغان می‌آورد. در این راستا، چارچوب‌های مقرراتی و سیاست‌ها می‌توانند به جای آن که به عنوان مانعی بر سر راه دیجیتالی‌سازی شوند، نقش مهمی را در خلق محیطی مساعد برای مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتالی ایفا نمایند. با توجه به اهمیت موضوع، این شماره از گزارش موردی به ملاحظات مقرراتی

فهرست مطالب

۱. خلاصه مدیریتی.....	۶
۲. مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال و منطق حاکم بر آن‌ها.....	۷
۱-۲. زنجیره ارزش بیمه	۸
۲-۲. تحول دیجیتال و دیجیتالی‌سازی	۸
۳-۲. مزایای تحول دیجیتال	۸
۴-۲. مقررات و مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتال	۱۰
۳. نتایج نظرسنجی	۱۱
۱-۳. عوامل مساعد برای مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتال	۱۱
۲-۳. موانع مقرراتی خاص بر سر راه دیجیتالی‌سازی	۱۳
۳-۳. ملاحظات تجاری و عملیاتی	۱۵
۴. مطالعات موردی	۱۶
۱-۴. چین	۱۶
راهبرد دیجیتالی‌سازی چین	۱۷
۲-۴. سنگاپور	۱۷
راهبرد دیجیتالی‌سازی مقام پولی سنگاپور	۱۸
تعامل با صنعت	۱۸
پاسخ اداره پولی سنگاپور به موانع مقرراتی تجربه شده توسط بیمه‌گران	۱۹
۳-۴. ایالات متحده آمریکا	۲۰
مقررات مربوط به اسناد کاغذی	۲۰
معاینات پزشکی / سلامت از راه دور	۲۱
۴-۴. انگلستان	۲۲
۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادات	۲۳
پیشنهادهای برای نهادهای مقررات‌گذار و ناظر	۲۳
توصیه‌هایی برای بیمه‌گران	۲۴
منابع	۲۵

۱. خلاصه مدیریتی^۱

همه گیری کرونا و محدودیت‌هایی که به تبع آن به وجود آمد، بسیاری از بیمه‌گران را برای سرعت بخشیدن به گذار [از مدل‌های سنتی کسب‌وکار] به نوع دیجیتالی آن تحت فشار قرار داد. اگرچه این گذار در بسیاری از کشورها به طرز چشمگیری موفقیت‌آمیز بوده است، با این حال بحران کرونا توانست نقش مهمی را که چارچوب‌های مقرراتی ملی در ایجاد مانع و یا تسهیل فرآیند گذار به سوی دیجیتالی‌سازی صنعت بیمه ایفا می‌کنند، برجسته سازد.

دیجیتالی‌سازی به خودی خود هدف نیست، بلکه اهمیت آن در مزایایی است که برای بیمه‌گران و مشتریان آن‌ها به ویژه در شرایطی همانند همه‌گیری کرونا، که در آن تعاملات حضوری امکان‌پذیر نیست، فراهم می‌آورد. دیجیتالی‌سازی، صرف نظر از محل استقرار مشتری، موجب افزایش سرعت و کارایی ارائه خدمات شده و رضایت مشتری را بهبود می‌بخشد.

با این حال، تنها در صورت تحقق برخی شرایط می‌توان به این منافع دست یافت. چارچوب‌های مقرراتی و سیاست‌ها می‌توانند به جای آن‌که ناخواسته تبدیل به مانعی بر سر راه دیجیتالی‌سازی شوند، فضایی مناسب را برای شکوفایی مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتال ایجاد کنند. در همین راستا، مقاله حاضر به بررسی موانع مقرراتی موجود بر سر راه دیجیتالی‌سازی مدل‌های کسب‌وکار بیمه می‌پردازد. انجمن ژنو به منظور درک بهتر نقش و تأثیراتی که مقررات‌گذاری بر روی دیجیتالی‌سازی می‌گذارد، یک نظرسنجی از بیمه‌گران انجام داد که نتایج حاصل از آن، مبنای این گزارش را تشکیل می‌دهند.

یافته‌های اصلی

یافته‌های اصلی پژوهش صورت گرفته را می‌توان در چند مورد خلاصه کرد:

۱. سودمندی چارچوب‌های مقررات‌گذاری بیمه برای فرآیند دیجیتالی‌سازی، بسیار کم‌تر از عوامل سطح کلانی همانند سیاست‌های دولت، زیرساخت‌های دیجیتال و فرهنگ محلی برآورد و تصور می‌شود.
۲. سه مانع اساسی مقرراتی که معمولاً بر آنها تأکید می‌شود شامل مقررات مربوط به تحویل اسناد فیزیکی و کاغذی، مقررات مرتبط با توزیع بیمه و عدم وجود مقررات مرتبط با سلامت از راه دور^۲ در رویه‌های معاینه پزشکی هستند.
۳. موانع مقرراتی دیجیتالی‌سازی منجر به تحمیل هزینه‌های اضافی برای ۶۰٪ از بیمه‌گران در حین پاندمی کرونا شده و ۵۰٪ بیمه‌گران نیز از دست دادن فروش و یا اثرات عملیاتی را عنوان کرده‌اند.
- ۴- تعامل و همکاری بین مقررات‌گذار و بخش بیمه و همچنین وضع یک چارچوب مقرراتی متناسب با فناوری به عنوان دو عامل مهم در مساعدسازی روند دیجیتالی‌سازی شناسایی گردیدند.

۱. این گزارش ترجمه‌ای است از:

The Geneva Association (2021). Regulatory considerations for digital insurance business models
2. Telehealth



کشورهایی که در آن‌ها موانع کمتری بر سر راه دیجیتالی‌سازی بیمه بوده است، همگی خبر از تعامل و همکاری خوب میان مقررات‌گذاران با بخش بیمه و همچنین وجود یک چارچوب مقرراتی متناسب با فناوری داده‌اند.

یافته‌های نظرسنجی صورت گرفته و همچنین مطالعات موردی تکمیلی ارائه شده در مقاله حاضر، تاییدکننده تلاش مستمر جهت ایجاد محیط مقرراتی و سیاستی است که برای دیجیتالی‌سازی بیمه مساعدتر باشند. مقررات‌گذاران بایستی چارچوبی متناسب با هر نوع فناوری را جهت پذیرش پیشرفت‌های آینده فناوری در این صنعت اتخاذ کنند. به این معنا که تمهید مقرراتی ارائه شده جهت امکان امضای الکترونیکی طی پاندمی کرونا، بایستی دائمی شده و به صورت بالقوه در گروه‌های مختلف محصولات بیمه‌ای گسترش پیدا کند. هویت الکترونیکی نیز موضوعی دیگر است که تلاش بیش‌تری می‌طلبد و از همین‌رو همزمان هم به تلاش مقررات‌گذاران بیمه‌ای و هم به اجتماع وسیع‌تری از سیاست‌گذاران نیاز دارد. انجمن ژنو از مقررات‌گذاران و سیاست‌گذاران این عرصه دعوت می‌کند تا در جهت شناسایی موانع دیجیتالی‌سازی و یافتن راهکارهای رفع موانعی که مرتبط با اهداف مقرراتی هستند، با این صنعت همکاری کنند. این انجمن همچنین مقررات‌گذاران را به تعمیق مبادلات با هم‌تایان خود به ویژه در کشورهایی چون سنگاپور و چین که از زیست‌بوم بیمه دیجیتال پر رونقی برخوردارند، تشویق می‌کند.

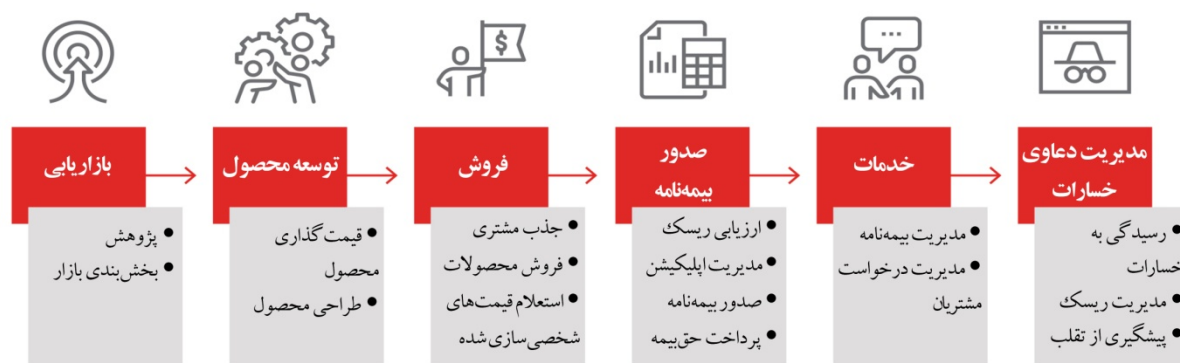
۲. مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال و منطق حاکم بر آن‌ها

بیمه‌گران، با بروز همه‌گیری COVID-۱۹ مجبور به تغییر سریع و انقلابی شیوه کار خود شدند. در این میان، بسیاری از بیمه‌گران با گذار به روش دیجیتالی به ارائه خدمات به مشتری را ادامه دادند، این در حالی است که سهولت و سرعت ارائه دیجیتالی خدمات از کشوری به کشور دیگر متفاوت بود. تحول دیجیتال یکی از مهم‌ترین مفاد در دستور کار اقدامات راهبردی بیمه‌گران است، با این حال نسبت به دیگر بخش‌های مالی روند کندتری دارد و می‌توان مهمترین دلیل این کندی را مقررات و محیط سیاستی خاص بخش دانست.^۱

مطابق نظرسنجی انجام شده توسط ویلیس تاورز واتسون^۲، بسیاری از مدیران بیمه الزامات مقرراتی را از مهمترین موانع دیجیتالی‌سازی ذکر کرده‌اند. تعداد زیادی از موانع ذکر شده طی همه‌گیری کرونا، که کسب‌وکارها در پاسخ به محدودیت‌های ناشی از کرونا مجبور به گذار دیجیتالی بودند، آشکارتر شدند. پژوهش حاضر براساس نتایج حاصل از پیمایش، موانع مقرراتی بر سر راه دیجیتالی‌سازی صنعت بیمه و همچنین چگونگی همکاری موثر میان مقررات‌گذاران/ناظران و صنعت بیمه در پاسخ به محدودیت‌های ایجاد شده ناشی از همه‌گیری کرونا را مورد بحث قرار می‌دهد.

۱-۲. زنجیره ارزش بیمه

بحران کرونا بسیاری از بیمه‌گران را در سراسر جهان مجبور کرده است که فعالیت‌های دیجیتال سازی خود را تسریع کنند. چنانچه دیجیتال سازی از نظر فنی امکان‌پذیر باشد، بر تمامی عناصر زنجیره ارزش بیمه تأثیر خواهد گذاشت (شکل ۱ را ببینید). اگرچه بحران کووید ۱۹ عمدتاً بر شیوه کار و تعامل بیمه‌گران با مشتریان اثر گذاشته است، با این حال، تمرکز مطالعه حاضر بر کارکردهای توزیع و فروش، امضای قرارداد و صدور بیمه‌نامه و همچنین خدمات پس از فروش همانند مدیریت بیمه‌نامه و مدیریت دعاوی خسارت است.



شکل ۱- زنجیره ارزش بیمه

منبع: Swiss Re & Eling and Lehmann

۲-۲. تحول دیجیتال و دیجیتال سازی

امروزه دیجیتال سازی به عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر در دستیابی به افزایش قابل توجه در میزان کارایی و بهبود تجربه مشتری تلقی می‌شود. قبل از تعمق در این موضوع، لازم است که دیجیتال سازی و تحول دیجیتال را به روشنی تبیین کنیم. الینگ و لمان^۱ موضوع دیجیتال سازی در بیمه را طی پژوهشی با عنوان "ادغام دنیای آنالوگ و دیجیتال با فناوری‌های جدیدی که تعاملات مشتری، دسترس‌پذیری داده‌ها و فرایندهای تجاری را بهبود می‌دهد" معرفی کردند. تحول دیجیتال را می‌توان به صورتی عام‌تر به عنوان ترکیبی از تغییرات در راهبرد، مدل کسب و کار، سازمان، فرایندها و فرهنگ سازمانی با استفاده از فناوری‌های دیجیتال و با هدف بهبود رقابت‌پذیری تعریف کرد.^۲

۳-۲. مزایای تحول دیجیتال

دیجیتال سازی مدل‌های کسب و کار بیمه، مزایای قابل توجهی را برای مشتریان و بیمه‌گران به ارمغان می‌آورد که از آن جمله می‌توان به افزایش سرعت و کارایی، تعاملات مستقل از مکان استقرار کاربران^۳ (و در نتیجه افزایش توانایی در دستیابی به مشتریانی که در دنیای آنالوگ خدمت‌رسانی کم‌تری به آن‌ها صورت می‌گیرد)، بهبود خدمات‌رسانی و

1. Eling and Lehmann 2017

2. Back et al. 2016

3. Location-Independent Interaction

افزایش رضایت مشتری و همچنین پرداخت خودکار خسارات و ارائه ابزارهای موثر در کشف تقلب اشاره کرد^۱. لازم به ذکر است که مشتریان در برخی فرهنگ‌های خاص، مشاوره‌های حضوری را، مخصوصاً در خرید محصولات پیچیده‌تر ترجیح می‌دهند. در جدول ۱، تأثیراتی که دیجیتالی‌سازی بر عناصر زنجیره ارزش بیمه می‌گذارد شرح داده شده است.

دیجیتالی‌سازی مدل‌های کسب‌وکار بیمه، مزایای قابل توجهی را هم برای مشتریان و هم برای بیمه‌گران به ارمغان می‌آورد که از آن جمله می‌توان به افزایش سرعت و کارایی، تعاملات مستقل از مکان استقرار مشتریان، بهبود خدمات‌رسانی و افزایش رضایت مشتری اشاره کرد.

جدول ۱- آثار دیجیتالی‌سازی بر عناصر زنجیره ارزش بیمه

عناصر زنجیره ارزش	فرآیندهای درگیر	تأثیر بر زنجیره ارزش
 بازاریابی	- تحقیق در مورد بازارها و مصرف‌کنندگان جهت پشتیبانی از توسعه محصول - تجزیه و تحلیل گروه مشتریان هدف - توسعه قیمت‌گذاری محصول - راهبردهای تبلیغات و ساخت ارتباطات	- داده‌های بیشتر برای بخش‌بندی بهتر مشتریان (کلان داده) - بهبود قابلیت‌های فروش متقاطع
 توسعه محصولات	قیمت‌گذاری محصول (از لحاظ اکچوئری)	- قیمت‌گذاری بهتر و دقیق‌تر متناسب با ریسک - خدمات پیشگیری و محافظت
 فروش	- جذب مشتری - فروش محصول	- فروش خودکار با استفاده از روبات‌های گفتگو - فروش مستقل از مکان (ویدئویی) - کانال‌های اطلاعاتی غنی و بیشتر - صدور بیمه‌نامه‌های الکترونیکی
 صدور بیمه‌نامه	- مدیریت اپلیکیشن - ارزیابی ریسک - ارزیابی جزئیات بیمه‌نامه / قرارداد	- ارزیابی ریسک بهتر و کاراتر با استفاده از هوش مصنوعی / پردازش تصویر - داده‌های بیش‌تر برای ارزیابی ریسک (با پتانسیل حذف اطلاعات نامتقارن) - توسعه تلماتی‌ک که داده‌ها را براساس ریسک مشتریان تولید می‌کند - صدور خودکار بیمه‌نامه - قراردادهای دیجیتالی

1. Ibid

عناصر زنجیره ارزش	فرآیندهای درگیر	تأثیر بر زنجیره ارزش
 ارائه خدمات	پاسخ به درخواست‌های مشتریان	- خدمات کاهش ریسک و پیشگیری - پاسخ خودکار به درخواست‌های مشتریان - تعاملات بیمه‌گر / مشتری، مستقل از مکان با استفاده از تماس تصویری و گفتگوی برخط در درخواست‌های خدمات
 مدیریت دعاوی خسارات	- رسیدگی دعاوی خسارات - بررسی تقلب	- ارزیابی خودکار دعاوی و پرداخت خودکار (هوش مصنوعی) - قابلیت‌های پیشرفته پیشگیری از تقلب (کلان داده)

منبع: برگرفته از مطالعات الینگ و لهمان^۱

همانطور که در این گزارش عنوان شد، باید توجه داشت که مزایای دیجیتالی‌سازی تنها زمانی نمایان می‌شوند که شرایط خاصی وجود داشته باشد. بیمه‌گران بایستی دارای زیرساخت‌های فناوری اطلاعات^۲ باشند و در محیطی که مناسب مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال باشد، فعالیت کنند (به این معنا که هیچ خط‌مشی و یا چارچوبی نباید مانع دیجیتالی‌سازی در سطح کلان باشد و همچنین به ارتباطات اینترنتی سریع و پاسخگو دسترسی وجود داشته باشد). در نهایت، چارچوب مقرراتی و مقررات بیمه بایستی اجازه هدایت الکترونیکی به فرآیندهای بیمه‌ای را بدهد.

۲-۴. مقررات و مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتال

برای دیجیتالی‌سازی مدل‌های کسب‌وکار بیمه‌ای، بایستی فرآیند نمایش داده شده در شکل ۱، به صورت تمام الکترونیکی انجام شود. به طوری که در هیچ یک از بخش‌های فرآیند، نیازی به اسناد و مدارک کاغذی و امضاهای فیزیکی وجود نداشته باشد. همانطور که نتایج نظرسنجی این پژوهش نشان داده است، در بسیاری از حوزه‌های قضایی الزاماتی در نظر گرفته شده که از انجام یک یا چند مرحله از فرآیند به صورت الکترونیکی جلوگیری می‌کند، از آن جمله می‌توان به لزوم درج امضای فیزیکی، ارائه اطلاعات کاغذی و صدور بیمه‌نامه‌های کاغذی اشاره کرد. از جمله موانع بر سر راه دیجیتالی‌سازی می‌توان به دستورالعمل توزیع بیمه اتحادیه اروپا^۳ اشاره کرد که به صورت پیش‌فرض دارای الزامات

1. Eling and Lehmann 2018

۲. هزینه سالانه و جهانی فناوری دیجیتال بخش بیمه در سال ۲۰۱۹ چیزی در حدود ۱۸۵ میلیارد دلار برآورد شده است و این درحالی است که ۱۶۱ بانک بزرگ خرده فروشی و تجاری بیش از ۱ تریلیون دلار را برای فناوری هزینه کرده‌اند.

https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-102/accenture-banking-does-digital-Leadership-matter.pdf.

3. Insurance Distribution Directive (IDD)

کاغذی است.^۱ در همین راستا، مقررات مربوط به محصولات سرمایه‌گذاری دارای بسته‌بندی خرده‌فروشی و بیمه‌محور اروپا^۲ شامل یک ماده مقرراتی در مورد صدور کاغذی اسناد است.

با توجه به توسعه سریع فناوری و تغییر سریع در انتظارات مشتریان، ادامه روند حاضر برای مقررات‌گذاران به مساله‌ای چالش برانگیز تبدیل شده است.^۳ مقررات‌گذاران بایستی تعادلی را میان نوآوری و تحقق اهداف مقرراتی خود برقرار سازند، چرا که هدف مقررات‌گذاری بیمه، از یک سو اطمینان از ثبات مالی^۴ و از سوی دیگر محافظت از منافع بیمه‌گذاران است.^۵ موانع دیجیتالی‌سازی تنها ناشی از مقررات بیمه نیست. برای نمونه، محافظت از داده‌ها و مقررات حریم خصوصی می‌توانند استفاده از داده را محدود کرده و مقررات محلی‌سازی داده‌ها^۶ می‌تواند محدودیت‌هایی بر روی جریان بین‌المللی داده اعمال کند.

موانع دیجیتالی‌سازی تنها ناشی از مقررات بیمه نیست. برای نمونه، محافظت از داده‌ها و مقررات حریم خصوصی می‌توانند استفاده از داده را محدود کرده و مقررات محلی‌سازی داده‌ها می‌تواند محدودیت‌هایی بر روی جریان بین‌المللی داده‌ها اعمال کند.

۳. نتایج نظرسنجی

انجمن ژنو برای فهم بهتر نحوه تاثیر چارچوب‌های سیاستی و مقرراتی بر روی توانایی بیمه‌گران در انتقال به یک مدل کسب‌وکار تمام دیجیتال، یک نظرسنجی در بین بیمه‌گران شانزده کشور بین ماه‌های جولای تا سپتامبر سال ۲۰۲۰ انجام داد. از این میان تعداد ۲۷ پاسخ دریافت شد که در بین آن‌ها کشورهای آرژانتین، کانادا، چین، آلمان، هنگ کنگ، هند، ایرلند، ایتالیا، ژاپن، مالزی، میانمار، سنگاپور، اسپانیا، تایلند، انگلستان و آمریکا حضور داشتند. نحوه مشارکت بیمه‌گران به این صورت بوده است که حدود ۳۱ درصد از آن‌ها بیمه مختلط، ۲۳ درصد بیمه اموال و مسئولیت، ۳۱ درصد بیمه عمر و سلامت و ۱۵ درصد باقی‌مانده نیز بیمه‌های اتکایی بوده‌اند. در حد امکان، مراجع و منابع خاص هر کشور به صورت یکپارچه نمایش داده شده است.

۳-۱. عوامل مساعد برای مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتال

از بیمه‌گران مشارکت‌کننده در نظرسنجی خواسته شد که بر اساس نقش تسهیل‌کننده عوامل مقرراتی بیمه در مقابل دیگر عوامل، به رتبه‌بندی عوامل مساعدساز مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتال بپردازند.^۷ به طور کلی، سیاست‌های دولتی،

۱. بیمه اروپا (سال نامعلوم)

2. European Packaged Retail and Insurancebased Investment Products (PRIIPS)

3. OECD 2017

4. OECD 2018

5. Skipper and Kwon 2007

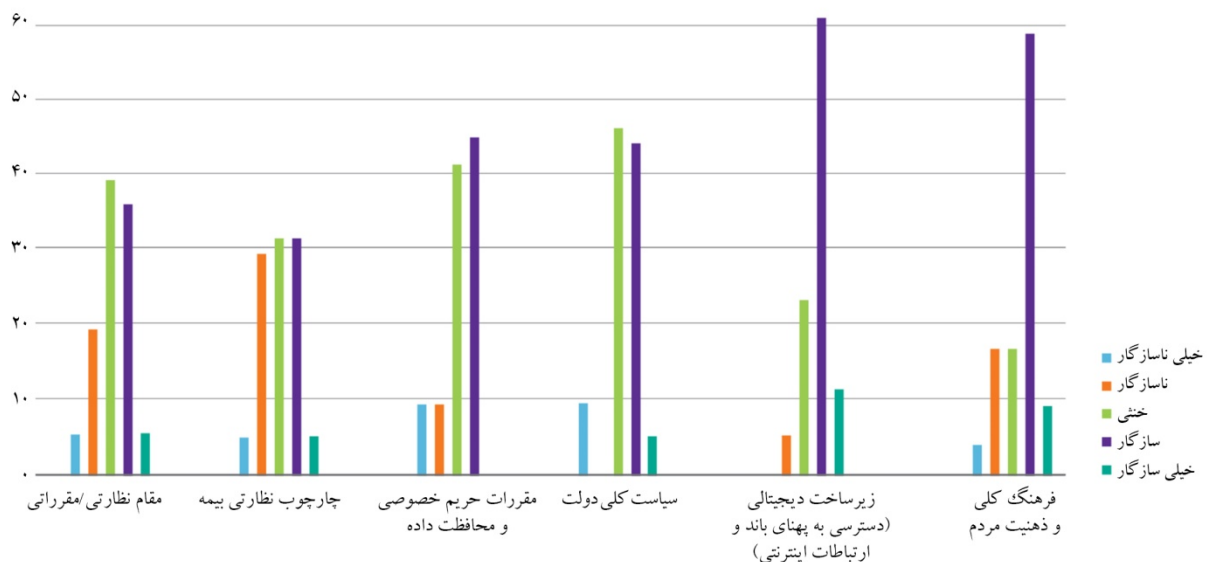
6. Hay 2020

۷. لازم به ذکر است که پاسخ‌های داده شده به سوالات نظرسنجی بر اساس عوامل فرهنگی و نهادی خاص کشورها ارایه شده‌اند.

زیرساخت‌های دیجیتال، حریم خصوصی و حفاظت داده و فرهنگ عمومی و همچنین ذهنیت مردم را نمی‌توان به عنوان موانع مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتال به حساب آورد. اما، یک‌سوم پاسخ‌دهندگان اذعان داشتند که چارچوب مقرراتی بیمه ناسازگاری‌هایی داشته و موانعی را برای دیجیتالی‌سازی ایجاد کرده است و یک‌پنجم پاسخ‌دهندگان نیز نهاد مقررات‌گذار/ ناظر را در تضاد و ناسازگاری با مدل‌های بیمه دیجیتال دانسته‌اند.

یک‌سوم مشارکت‌کنندگان در نظرسنجی اذعان داشتند که چارچوب مقرراتی بیمه ناسازگاری‌هایی داشته و موانعی را برای دیجیتالی‌سازی ایجاد کرده است و یک‌پنجم پاسخ‌دهندگان نیز نهاد مقررات‌گذار/ ناظر را در تضاد و ناسازگاری با مدل‌های بیمه دیجیتال دانسته‌اند.

نگرانی‌ها بیش‌تر معطوف به عدم انعطاف‌پذیری در اعمال مقررات موجود در موارد رضایتمندی (در خصوص تحویل الکترونیکی) و تحویل مدارک بیمه‌ای، اجبار به استفاده از کاغذ و محافظه‌کاری‌های نهاد مقررات‌گذار که برای برخی محصولات خاص (نظیر بیمه‌های متصل به واحد^۱) تنها اجازه فروش حضوری و فیزیکی را می‌دهد، بوده است. برخی از کشورهای آمریکای لاتین که خود را از منظر دیجیتالی پیشرفته تلقی می‌کنند، نسبت به دیگر کشورها چارچوب مقرراتی را مانعی بی‌اهمیت‌تر می‌دانند. شکل ۲، نمای کلی از نحوه درک عناصر مختلف را نمایش می‌دهد.



شکل ۲- سازگاری عناصر مقرراتی و اجتماعی در مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتال

منبع: انجمن ژنو

نهادهای مقررات‌گذار یا چارچوب مقرراتی بیمه در برخی از حوزه‌های قضایی به خصوص در کشورهای برزیل، چین، کانادا، مالزی، سنگاپور، هند، اسپانیا، هنگ کنگ و همچنین ایالات متحده آمریکا شرایط مساعدتری برای دیجیتالی‌سازی دارند.

۲-۳. موانع مقرراتی خاص بر سر راه دیجیتالی‌سازی

در نظرسنجی صورت گرفته، از پاسخ‌دهندگان سوال شده که کدام مقررات و یا سیاست خاص را به عنوان مانعی بر سر راه کسب‌وکار خود می‌بینند و آیا تخفیف‌های موقتی در مقررات، طی موج اول همه‌گیری به اجرا درآمده است یا خیر؟ مقررات تحویل مدارک کاغذی به عنوان پرتکرارترین مانع گزارش شد، تا جایی که حدود ۴۶ درصد از بیمه‌گران مشارکت‌کننده آن را به عنوان یک مشکل مطرح کردند. این مساله در کشورهای آرژانتین، کانادا، چین، آلمان، هند، ژاپن و آمریکا به عنوان مانع مطرح شد. گشایش مقرراتی اعمال شده برای برداشتن این مانع، در دو مورد خاص در برزیل و ژاپن گزارش شد.

دومین مانع اصلی، مرتبط با مقررات توزیع بیمه بوده است. حدود ۴۴ درصد از پاسخ‌دهندگان به سوالات نظرسنجی، این مورد را یک مانع برشمرده‌اند که از آن میان می‌توان به کشورهای آرژانتین، کانادا، آلمان، هنگ کنگ، تایلند، ایالات متحده آمریکا و همچنین انگلستان اشاره کرد. حدود ۲۴ درصد از بیمه‌گرانی که در نظرسنجی حاضر شرکت کرده‌اند (شامل کشورهای کانادا، هنگ کنگ، هند، سنگاپور، آفریقای جنوبی و ایالات متحده آمریکا)، اذعان کرده‌اند که تخفیفات مقرراتی برای حل این مشکل ایجاد شده و این گشایش به صورت گسترده و در مقایسه با سایر موارد، موجب کاهش در دسرهای مرتبط با این مانع شده است.

تحویل مدارک کاغذی، مقررات توزیع بیمه و الزامات معاینات پزشکی اصلی‌ترین موانع بر سر راه دیجیتالی‌سازی است.

حدود ۴۶ درصد از پاسخ‌دهندگان به سوالات نظرسنجی گفته‌اند که الزامات معاینات پزشکی و یا نبود پزشکی از راه دور هم جلوی دیجیتالی‌سازی را گرفته است یا به عنوان مانعی اساسی، بر روی دیجیتالی‌سازی بیمه تاثیر سوء گذاشته است. این مانع در کشورهای آرژانتین، کانادا، چین، آلمان، هند، ژاپن، انگلستان، ایالات متحده آمریکا و همچنین سنگاپور گزارش شده است. مقامات مسئول در برزیل، کانادا، ژاپن، سنگاپور و برخی دیگر از ایالات متحده آمریکا، برخی از تمهیدات گشایش در مقررات را برای حل این مشکل اندیشیده‌اند.

در حدود ۴۰ درصد از پاسخ‌ها به نظرسنجی، مقررات مرتبط با الزامات امضای فیزیکی و یا عدم توانایی در استفاده از امضای الکترونیکی به عنوان مانعی گزارش شده است که از آن میان می‌توان به کشورهای آرژانتین، کانادا، هند، اسپانیا و ایالات متحده آمریکا اشاره کرد. پاسخ‌دهندگان از کشورهای برزیل، کانادا، ژاپن و ایالات متحده آمریکا عنوان داشته‌اند که مقامات مسئول در حوزه‌های قضایی این کشورها برخی گشایش‌ها را در مورد الزام امضای فیزیکی اعمال کرده‌اند.

یک سوم پاسخ دهندگان نظرسنجی گفته اند که برای ورود به قراردادهای الکترونیکی بیمه به مشکل برخورده اند که از آن میان می توان به کشورهای آلمان، هنگ کنگ، ژاپن، هند، اسپانیا، تایلند و ایالات متحده آمریکا اشاره کرد. در سه کشور برزیل، هنگ کنگ و برخی از ایالات متحده آمریکا نیز برخی تخفیفات مقرراتی در این مورد اعمال گردید. موانع پیش روی دیجیتالی سازی و برخی گشایش هایی که برای رفع این موانع در نظر گرفته شده است، در شکل ۳ خلاصه شده اند.

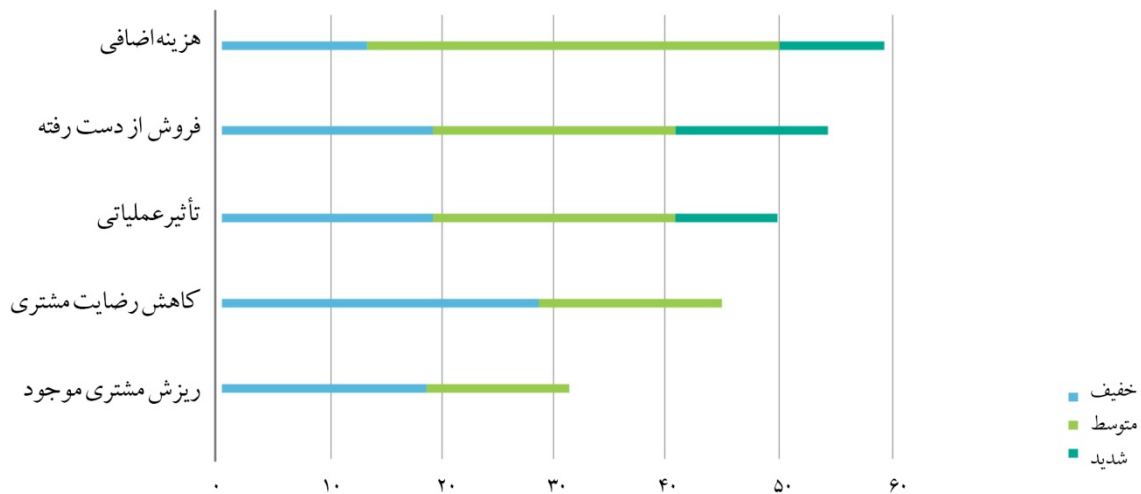


شکل ۳- میزان ممانعت مقرراتی بر سر راه دیجیتالی سازی (% پاسخ دهندگان)

منبع: انجمن ژنو

تخفیفات مقرراتی شامل برخی سنجه ها همانند آسان گیری در مورد الزام امضای فیزیکی، اجازه دادن به بیمه گر برای شناسایی الکترونیکی مشتری^۱ و اجرای الکترونیکی قراردادهای بیمه ای و همچنین پرداخت الکترونیک خسارات می شود.

1. electronic Know Your Customer (eKYC)



شکل ۴- اثرات تجاری و عملیاتی تجربه شده توسط بیمه‌گران

منبع: انجمن ژنو

۳-۳. ملاحظات تجاری و عملیاتی

از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی خواسته شد که ملاحظات تجاری و عملیاتی ناشی از عدم توانایی در دیجیتالی‌سازی کسب‌وکارشان را در بحبوحه همه‌گیری روشن کنند (شکل ۴). ملاحظات تجاری مرتبط با از دست رفتن سود و مشتری است، در حالی که ملاحظات عملیاتی شامل عدم توانایی ادامه برخی کارکردهای عملیاتی خاص در کسب‌وکار همانند مرکز خدمات شرکت است. نزدیک به ۶۰ درصد از بیمه‌گران شرکت‌کننده در نظرسنجی با هزینه‌های اضافی روبرو شده‌اند^۱ و این درحالی است که تنها سهم کوچکی از شرکت‌کنندگان، یعنی چیزی حدود ۱۴ درصد متحمل هزینه اضافی نشده‌اند. هزینه‌های اضافی می‌تواند شامل هزینه ایجاد الزامات گذار دیجیتالی (مانند زیرساخت فناوری اطلاعات) باشد، اما آن‌چه بیش‌تر مدنظر و مربوط به این مطالعه است، هزینه‌های مربوط به الزامات مقرراتی و گزارش‌گری است.

بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان به سوالات نظرسنجی، فروش از دست رفته را گزارش کرده و ۵۰ درصد از آن‌ها پیامدی عملیاتی (حدود ۲۳ درصد پیامدی متوسط و ده درصد هم پیامدی سخت) را تجربه کرده‌اند. حدود یک‌سوم نظردهندگان (۳۲ درصد) ریزش مشتریان موجود را زیاد تا متوسط گزارش کرده‌اند. به هر حال، ملاحظات تجاری و عملیاتی در زمان انجام نظرسنجی هنوز به صورت کامل دیده نشده بود، چراکه بسیاری از این تأثیرات در مدت زمان طولانی‌تر کاملاً تحقق می‌یابند.

حدود ۶۰ درصد از بیمه‌گران، با هزینه اضافی و سربار مواجه شده و بیش از نیمی از آن‌ها فروش از دست رفته را تجربه کرده و ۵۰ درصد هم پیامدی عملیاتی را تجربه کرده‌اند (۲۳ درصد متوسط و ۱۰ درصد تقریباً شدید). با این حال، در

۱. هزینه‌های اضافی مرتبط با موانع سیاست‌گذاری و مقرراتی بر سر راه کسب‌وکار و تجارت دیجیتالی است.

زمان تکمیل پرسشنامه، هنوز اثرات تجاری و عملیاتی به طور کامل مشاهده نشده است؛ زیرا بسیاری از آنها فقط طی مدت زمان طولانی تر تحقق می یابند.

حدود ۶۰ درصد از بیمه گران شرکت کننده، با هزینه های اضافی مواجه شدند، بیش از نیمی از پاسخ دهندگان از دست رفتن فروش را تجربه کردند و ۵۰٪ شاهد تأثیرات عملیاتی بودند.

۴. مطالعات موردی

در این بخش چهار کشور با جزئیات دقیق تر مورد بررسی قرار گرفته اند. در این راستا، چین و سنگاپور به عنوان بیمه گرانی که موانع بسیار کم و یا عدم وجود مانع را بر سر راه دیجیتالی سازی اظهار کرده اند و آمریکا و انگلستان هم به عنوان بازارهای مهم بیمه که شایستگی نگاهی موشکافانه را دارند، انتخاب شده اند.

۴-۱. چین

اگرچه شرکت کنندگانی که از چین در نظرسنجی شرکت کرده بودند، موانع سیاستی و مقرراتی کمی را برای دیجیتالی سازی گزارش کردند، اما عملاً پیامدهای تجاری و عملیاتی وجود نداشت. مهم ترین مانعی که بیمه گران چینی به آن اشاره کرده اند مقررات مربوط به حفاظت داده ها بوده است. برخی دیگر از موانع کم اهمیت تر شامل الزامات معاینات پزشکی، الزامات شناخت مشتریان و بازاریابی و فروش حضوری است. موانع دیجیتالی سازی عمدتاً رشته فعالیت هایی را که شامل جلسات حضوری هستند یا نیاز به معاینات پزشکی دارند، تحت تأثیر قرار می دهد. با این حال، در مورد محصولات غیرسفراری، هیچ مانع مقرراتی یا سیاستی گزارش نشده است. در واقع همانطور که در اطلاعیه همه گیری کرونای کمیسیون مقررات گذاری بانک و بیمه چین^۱ در فوریه ۲۰۲۰ آمده است، جامعه نظارتی کشور چین به عنوان یک نیروی محرک مهم و کمکی برای دیجیتالی شدن در نظر گرفته شده و به بیمه گران دستور می دهد که کسب و کار خود را فعالانه و از طریق کانال های دیجیتال ارتقا دهند.

بر اساس بررسی های انجام شده، مشاهده گردید که پیامدهای حاصله، به (اندکی) افزایش در هزینه و تأثیرات عملیاتی محدود شده اند. چین مقام اول را در زمینه سازگاری با چارچوب های دیجیتالی به دست آورده است، چرا که تمامی مولفه های مقرراتی و سایر عوامل مرتبط با سیاست دولت، در رده بندی "سازگار" و یا "بسیار سازگار" قرار گرفتند. بر آن شدیم که نگاهی نزدیک تر به محیط مقرراتی چین بیندازیم.

1. China Banking and Insurance Regulatory Commission (CBIRC)

راهبرد دیجیتالی‌سازی چین

دیجیتالی‌سازی در مقیاس بزرگ در کسب‌وکار بیمه در چین، بسیار قبل‌تر از ظهور همه‌گیری کرونا آغاز شده بود و ارتباط نزدیکی با راهبرد دیجیتالی‌سازی دولت مرکزی دارد. این راهبردها نیاز به سازگاری ناگهانی ناشی از همه‌گیری را کاهش می‌دهد. کمیسیون مقررات‌گذاری بانک و بیمه چین در برنامه پنج ساله توسعه صنعت بیمه چین که در سال ۲۰۱۷ تنظیم شد، به الزام بهبود قابلیت‌های نوآورانه، ارائه خدمات و افزایش استفاده از اینترنت و کلان‌داده برای تغییر دیجیتالی صنعت در شرکت‌های بیمه اشاره کرده است. رشد اقتصاد دیجیتال چین و همچنین صنعت بیمه آن، به دنبال تصمیم در مورد ارتقا توسعه اقتصاد دیجیتال و تبدیل آن به یک راهبرد ملی در سال ۲۰۱۸، سرعتی فزاینده گرفت. کمیسیون مقررات‌گذاری بانک و بیمه چین، اخیراً و در ماه مه سال ۲۰۲۰، رهنمودی را با هدف ارتقای دیجیتالی‌سازی بیمه اموال صادر کرد. در این رهنمود عنوان شده است که تا سال ۲۰۲۲، ۸۰٪ از فروش بیمه‌های غیر عمر (شامل بیمه اتومبیل، کشاورزی، حوادث، بیمه درمان کوتاه مدت و بیمه منازل مسکونی) باید به صورت آنلاین انجام شود و از طرفی دیگر شرکت‌های بیمه‌گر را به جاری ساختن دیجیتالی‌سازی در سرتاسر زنجیره ارزش‌شان تشویق می‌کند. ابتکارات مشابه دیگری نیز برای سایر انواع بیمه از جمله بیمه عمر در راه است.

دیجیتالی‌سازی بیمه در مقیاس بزرگ، خیلی پیش‌تر از بروز پاندمی کرونا آغاز شده بود و هدف از آن کاهش نیاز به ایجاد سازگاری‌های ناگهانی ناشی از همه‌گیری بوده است.

کمیسیون مقررات‌گذاری بانک و بیمه چین در آگوست سال ۲۰۲۰، برنامه عملیاتی سه ساله‌ای را با هدف تقویت توسعه باکیفیت صنعت بیمه در دوره زمانی بین سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۲ آغاز کرد. افزایش استفاده از فناوری دیجیتال، کلان‌داده‌ها، رایانش ابری، زنجیره بلوکی و هوش مصنوعی شالوده اصلی برنامه سه ساله مزبور را تشکیل می‌دهند. از آنجایی که چین مشغول توسعه شبکه‌های تلفن همراه نسل پنجم (5G)، تجهیزات و عرضه آن است، انتظار می‌رود که استفاده از اینترنت اشیا^۱ تا چند سال آینده به سرعت افزایش یابد و این امر به دیجیتالی‌سازی و خودکارسازی بیشتر فرآیندها و تعاملات با مشتریان کمک شایانی خواهد کرد.

۴-۲. سنگاپور

بیمه‌گران سنگاپوری از کاهش فروش طی موج اول پاندمی کرونا خبر دادند. اگرچه وضعیت اقتصادی را می‌توان دلیل مهمی برای این موضوع به حساب آورد، اما نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد که ترجیحات مشتری برای خرید بیمه از طریق کانال‌های حضوری فروش نیز از دیگر عوامل موثر بوده است. به عنوان مثال، در مورد بیمه عمر، حق بیمه رشته‌های

جدید در نیمه اول سال ۲۰۲۰ نسبت به مدت مشابه در سال ۲۰۱۹ حدود ۱۳٪ کاهش یافت.^۱ با این حال، یافته‌های نظرسنجی، موانع مقرراتی و سیاستی بر سر راه دیجیتالی‌سازی بیمه‌ها را بسیار اندک گزارش کردند و این یافته، با پیامد ناچیز گزارش شده روی بیمه‌گران مطابقت دارد. به طور کلی می‌توان چنین گفت که خط‌مشی، چارچوب مقرراتی و فرهنگ سنگاپور برای ایجاد و توسعه مدل‌های کسب‌وکار دیجیتالی بسیار مناسب است. به همین دلیل سنگاپور در رده‌های بالای کشورهای موفق در اجرای مدل دیجیتالی بیمه قرار دارد و به همین دلیل لازم است که از نزدیک به داستان موفقیت آن توجه کرد.

راهبرد دیجیتالی‌سازی مقام پولی سنگاپور

راهبردهای سنگاپور در تسهیل دیجیتالی‌سازی و نوآوری بسیار قابل توجه هستند. نتایج نظرسنجی نیز موید موضع ابتکاری سنگاپور در زمینه دیجیتالی‌سازی است. اداره پولی سنگاپور^۲ نوآوری را از طریق طرح‌های مختلف و با هدف حمایت از تلاش‌های دیجیتالی‌سازی در موسسات مالی پرورش می‌دهد. طرح نوآوری و فناوری بخش مالی^۳ و پژوهانه‌های شتاب دیجیتال^۴ مثال‌هایی از این طرح‌ها هستند. اقدامات مطروحه به جهت حمایت از شرکت‌ها حین استفاده از راه‌کارهای دیجیتالی و به منظور افزایش بهره‌وری، تقویت تاب‌آوری عملیاتی و بهبود مدیریت ریسک به کار گرفته می‌شوند. یکی دیگر از عناصر مهم، آن است که مقررات و الزامات تحمیل شده توسط اداره پولی سنگاپور همگی فناورانه هستند، به این معنی که بیمه‌گران می‌توانند عملیاتشان را حین بروز قرنطینه‌های سراسری و محدودیت‌های کرونایی ناشی از همه‌گیری و مشروط بر وجود کنترل‌های مناسب برای حفاظت از تاب‌آوری کسب‌وکار و منافع بیمه‌گذاران، به راحتی و با استفاده از فناوری‌های انتخابی خود، به کانال‌های دیجیتالی تغییر دهند.

اداره پولی سنگاپور رویکرد مقرراتی فناورانه را در پیش می‌گیرد. با این شیوه، بیمه‌گران حین همه‌گیری قادرند عملیات خود را مادامی که کنترل‌های مناسبی را برایشان تعبیه کرده باشند، به راحتی به کانال‌های دیجیتال تغییر دهند.

تعامل با صنعت

بخشی از موفقیت سنگاپور ناشی از شناسایی سریع مسائل بالقوه است و این مهم به واسطه وجود فرهنگ گفتگو و تعاملات مداوم بین مقررات‌گذاران و بیمه‌گران تسهیل می‌گردد. اداره پولی سنگاپور از نزدیک با صنعت همکاری کرده و حوزه‌هایی را که پتانسیل سودآوری ناشی از کاربرست بیش‌تر دیجیتالی‌سازی در هر دو بخش تجربه مشتری و کارایی عملیاتی بیمه‌گران را دارند، پایش می‌کند. در مورد سنگاپور نکته دیگری که وجود دارد آن است که نه تنها نهاد

1. Life Insurance Association Singapore 2020
2. The Monetary Authority of Singapore (MAS)
3. Financial Sector Technology and Innovation (FSTI)
4. Digital Acceleration Grants (DAG)

مقررات‌گذار برای درک الزامات و نیازمندی‌های دیجیتالی‌سازی صنعت شروع به تعامل با آن کرد، بلکه اداره پولی سنگاپور نظارت خود را بر روی اقدامات تداوم کسب‌وکار بیمه‌گران، ترتیبات برون‌سپاری و کفایت سرمایه افزایش داد و از طرفی دیگر با استفاده از بخشنامه‌های مقرراتی به خطر افزایش ریسک سایبری موجود در روش‌های جدید واکنش نشان داد. سنگاپور علاوه بر دیجیتالی‌سازی، برخی تخفیفات بیمه‌ای مرتبط با همه‌گیری کرونا را نیز در ارتباط نزدیک با صنعت اعمال کرد.

پاسخ اداره پولی سنگاپور به موانع مقرراتی تجربه شده توسط بیمه‌گران

علیرغم این که در کل انتقال دیجیتال در سنگاپور بی‌دردسر بود، اما تعدادی مانع بر سر راه این گذار گزارش شده است که از آن جمله می‌توان به مقررات توزیع بیمه، الزامات معاینات پزشکی، حفاظت از داده‌ها و حریم خصوصی اشاره کرد. با توجه به مقررات توزیع، برخی گشایش‌های مقرراتی شامل مهلت دادن به نمایندگان بیمه‌ای که هنوز شرایط آزمون (بیمه درمانی و بیمه عمومی) را برآورده نکرده‌اند، فراهم شد. این موضوع، نمایندگان را قادر می‌سازد تا فعالیت‌های خود را در طی دوره مهلتی که داده شده است، انجام دهند. علاوه بر این، الزاماتی که فروش تلفنی انواع خاصی از محصولات بیمه‌ای (عمدتاً محصولات مرتبط با حوادث و سلامت) را منع می‌کردند، به صورت موقتی برداشته شدند.

نتایج نظرسنجی نشان می‌دهند که یکی دیگر از موانع موجود در دوره محدودیت‌های کرونایی، الزامات معاینه پزشکی بیمه‌شوندگان برای صدور بیمه‌نامه بود. پس از تأیید اداره پولی سنگاپور، چارچوب مقرراتی برای بیمه‌گران انعطافی را در زمینه غربال‌گری سلامت فراهم آورد تا بیمه‌نامه را بدون نیاز به تأیید چارچوب‌های مقررات گذاری قبلی صادر کنند. در همین راستا، اداره پولی سنگاپور بیمه‌گران را به یافتن گزینه‌هایی که از دسترس بودن پوشش و خدمات بیمه اطمینان حاصل کرده و در عین حال ریسک‌های صدور بیمه‌نامه را مدیریت کنند، تشویق کرد؛ چرا که ارائه‌دهندگان خدمات درمانی مجبور بودند خدمات درمانی غیرضروری را به دلیل محدودیت‌های تردد ناشی از همه‌گیری به تعویق بیندازند. بیمه‌گران اقدامات مختلفی را بنا بر صلاح‌دید خود و به جای معاینات رسمی پزشکی اتخاذ کردند. به عنوان مثال می‌توان به استفاده از اطلاعات پزشکی که افراد طی خوداظهاری آن‌ها را گزارش داده‌اند و یا صدور بیمه‌نامه‌هایی که با لحاظ کردن موارد استثنا و به شرط دریافت مدارک پزشکی مورد نیاز صادر می‌شدند، اشاره کرد. محافظت از داده‌ها و تنظیم حریم خصوصی آخرین مانعی بود که در این نظرسنجی ذکر شد. کمیسیون حفاظت از اطلاعات شخصی^۱ بر قانون محافظت از اطلاعات شخصی^۲ در سنگاپور نظارت و مدیریت می‌کند. سازمان‌ها بر اساس مفاد قانون محافظت از اطلاعات شخصی، موظف هستند از حفاظت داده‌های تحت کنترل‌شان در برابر دسترسی‌های غیر مجاز و سوءاستفاده‌های احتمالی اطمینان حاصل کنند. این بدان معنی است که بیمه‌گران بایستی از وجود کنترل کافی مطمئن باشند؛ به عنوان مثال با محدود کردن دسترسی به داده‌های حساس و اجرای برخی محدودیت‌های دسترسی از راه دور کارکنان به سیستم،

1. Personal Data Protection Commission (PDPC)
2. Personal Data Protection Act (PDPA)

می‌توان به این مهم دست پیدا کرد. طی همه‌گیری کرونا، کمیسیون حفاظت از اطلاعات شخصی با افزایش مهلت سازگاری و تمدید ضرب‌العجل آن، سعی کرد شرایط آسان‌تری را برای گذار به مدل‌های دیجیتالی ایجاد کند.

۴-۳. ایالات متحده آمریکا

مقررات بیمه در ایالات متحده براساس نهاد مقررات‌گذار بیمه هر ایالت متفاوت است. به طور کلی می‌توان گفت که همه‌گیری کرونا و محدودیت‌های تردد ناشی از آن، اختلالات قابل توجهی را در فعالیت‌های کسب‌وکار بیمه‌ای ایجاد نکرد. دولت‌های ایالتی و فدرال از زمان شروع همه‌گیری، بیمه را به عنوان خدمتی ضروری اعلام کرده و به این ترتیب بیمه‌گران مجوز ادامه عملیات "حضور" مربوطه را دریافت کردند. بیمه‌گران همچنین توانستند با استفاده از دورکاری، بسیاری از عملیات و تعاملات با مشتریان خود را به سرعت و با موفقیت مدیریت کنند. علاوه بر این، بیشتر مقامات بیمه‌ای ایالتی با نیازهای بیمه‌گران سازگار بوده و با تشویق بررسی و آموزش از راه دور برای صدور مجوز محصولات، سعی در ایجاد تخفیف‌های مقرراتی موقتی برای بیمه‌گران داشتند. امکان صدور مجوزهای موقت محصولات، تشویق به استفاده از امضاهای الکترونیکی و تحویل الکترونیکی تا جایی که مقررات اجازه می‌داد، امکان تأخیر در تشکیل پرونده‌های مقرراتی و ارائه معافیت از طریق اسناد رسمی از راه دور آنلاین، از دیگر امکاناتی بودند که در همین راستا به وجود آمدند. با این وجود، لازم است برای بهره‌مندی کامل بیمه‌گران و مشتریان از مزایای دیجیتالی‌سازی کسب‌وکارهای مرتبط با بیمه، کار بیش‌تری انجام شود. همچنین مقامات بیمه و صنعت متعهد گردیدند که برخی اقدامات تخفیفی موقتی در مقررات در رابطه با همه‌گیری کرونا را دائمی کرده و سیاست‌ها و مقررات قدیمی را در صورت لزوم اصلاح کنند تا به نحوی بازتابی از نیازها و انتظارات فعلی مصرف‌کنندگان باشد. اکنون چارچوب خط‌مشی گسترده‌تری را در ایالات متحده و در سطح فدرال و ایالتی در نظر می‌گیریم.

مقررات مربوط به اسناد کاغذی

قوانین فدرال و ایالتی در ایالات متحده بر استفاده از ارتباطات دیجیتال استوار هستند. این قوانین عموماً اجازه ارتباطات آنلاین و انتقال اسناد را مادامی که مشتری رضایت خود را برای دریافت ارتباطات دیجیتال اعلام کند و بتواند نشان دهد که امکان دریافت ارتباطات به صورت آنلاین را داراست، می‌دهد. هرچند که این قوانین در عمل برخی معضلات دست‌وپاگیر را ایجاد کرده‌اند. در ایالات متحده بسیاری از بیمه‌گران کسب‌وکار خود را از طریق پورتال‌های امنی انجام می‌دهند که در آن‌ها به آنلاین شدن مشتری‌ها، ثبت‌نام از طریق پورتالی خاص، تایید هویت و سپس شرکت فعالانه در تحویل الکترونیکی اسناد نیاز است. از آنجاکه هر دو مقررات فدرال و ایالتی بر این پایه استوار بوده و حاکمیت فرآیند ارتباطات الکترونیکی را عهده‌دار هستند، قبل از اینکه بیمه‌گران تغییرات قابل توجهی در روند ارتباطات الکترونیکی فعلی خود ایجاد کنند، بایستی مورد تجدید نظر قرار گیرند. این فرآیند از یک طرف زمان بر و پیچیده است و از طرفی دیگر به حمایت عمده ذینفعان نیاز دارد.

علاوه بر مقررات ارتباطات الکترونیکی، مقررات دیگری نیز وجود دارد که بایستی برای ایجاد امکان ارتباطات الکترونیکی و معاملات کامل و سازگار توسط بیمه‌گران در سراسر ایالات متحده، به روزرسانی و هماهنگ شوند. به عنوان مثال، برخی از ایالت‌ها الزاماتی دارند که بر اساس آن مستندات و مدارک بایستی تنها توسط پست الکترونیکی درجه یک تحویل گردد و برای این کار نباید به کانال‌های ارتباطی جایگزین مراجعه شود. علاوه بر این، چند ایالت و نهاد ایالتی دیگر هم وجود دارند که هنوز برای برخی از محصولات بیمه‌ای و قراردادها درج امضای فیزیکی را الزام می‌کنند. شایان ذکر است که تعدادی از ایالت‌ها پیشرفت‌های قابل توجهی را در این زمینه تجربه کرده‌اند. تا به امروز بیش از ۳۰ ایالت قوانینی را وضع کرده‌اند که تحویل الکترونیکی فرم‌های بیمه‌نامه و اطلاعیه‌ها را امکان‌پذیر می‌کند. علاوه بر این، تقریباً تمامی ایالت‌های آمریکا قوانینی را در راستای تایید بیمه با استفاده از دستگاه‌های الکترونیکی تصویب کرده‌اند.

معاینات پزشکی / سلامت از راه دور

معاینات پزشکی می‌توانند بخشی از روند درخواست بیمه‌های عمر و درمان و همچنین تحقیقات مربوط به دعاوی خسارت بیمه درمان را تشکیل دهند. معاینات پزشکی معمولاً شامل یک جلسه حضوری هستند که توسط موسسات پزشکی و پزشکان طرف قرارداد بیمه‌گر انجام می‌شود. از زمان آغاز شیوع همه‌گیری و در اوایل سال ۲۰۲۰ میلادی، تمایل به انجام معاینات حضوری کاهش یافته و بیمه‌گران و فروشندگان اقدام به تغییر رویه‌های کسب‌وکار خود کردند. بیمه‌گران گاهی اوقات و در برخی موارد از انجام معاینات پزشکی خودداری نموده و در موارد دیگر سعی می‌کنند که معاینات را به صورت مجازی و مثلاً از طریق ویدئوکنفرانس به انجام برسانند.

الزامات مقرراتی مرتبط با قانون انتقال‌پذیری و مسئولیت بیمه سلامت^۱ مانع اصلی بر سر راه بیمه‌گران ایالات متحده در حین تلاش برای مجازی‌سازی معاینات پزشکی بود. HIPAA در مبادله اطلاعات محافظت شده مربوط به سلامت^۲ سخت‌گیر است و تا زمانیکه ضمانت‌ها و تعهدات خاصی رعایت نشوند، مجوز آن را صادر نمی‌کند. HIPAA توسط دپارتمان سلامت و خدمات انسانی ایالات متحده^۳ اداره می‌شود. این دپارتمان رهنمودهایی را جهت مجاز ساختن برخی انحرافات از الزامات استاندارد HIPAA طی شیوع و گسترش همه‌گیری کرونا منتشر ساخت (عدم اجرای برخی جرمه‌های بالقوه) اما نتوانست همه موانع مربوط به مبادله دیجیتال PHI را برطرف کند.

تجربه همه‌گیری کرونا نشان داد که بیمه‌گران ایالات متحده می‌توانند کسب‌وکار خود را بدون قربانی کردن مراقبت‌های محافظت از مشتری و در عین حال بهبود تجربه مشتری، به صورت دیجیتالی به انجام برسانند.

1. Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA)
2. Protected Health Information (PHI)
3. Health and Human Services (HHS)

مقامات و سیاست‌گذاران بیمه‌ای فدرال و ایالتی در ایالات متحده امکاناتی را فراهم نمودند که بیمه‌گران را قادر می‌سازد فعالیت‌ها و ارائه محصولات و خدماتشان را علیرغم کاهش تعاملات حضوری ادامه دهند. همه‌گیری و تخفیف‌های موقتی ناشی از آن نشان داد که بیمه‌گران می‌توانند کسب‌وکار خود را بدون اینکه سطح مراقبت لازم را برای محافظت از مشتری و افزایش تجربه آنان کاهش دهند، به صورت دیجیتالی به انجام برسانند. هم‌اکنون تقاضای مشتریان برای انجام معاملات به صورت دیجیتالی به بالاترین حد خود در تمامی ادوار رسیده است.

سیستم مقرراتی ایالات متحده بسیار پیچیده است و به موجب آن بیمه‌گران بایستی به صورت همزمان تابع مقررات ایالتی و فدرال باشند. صنعت بیمه از همکاری نزدیک با تمامی ذینفعان و با هدف دائمی کردن امکان‌های اضطراری کوتاه مدت و موقتی و همچنین تلاش‌های بیشتر برای مدرن‌سازی قوانین و مقررات فعلی برای پاسخگویی به نیازها و انتظارات فزاینده مصرف‌کنندگان استقبال می‌کند. افزون بر این، صنعت بیمه مصمم است که با هدف آموزش تغییرات مقرراتی لازم به سیاست‌گذاران برای گذار بی‌عیب و نقص به چارچوب بیمه دیجیتال، به همکاری با مقامات بیمه ایالتی ادامه دهد.

۴-۴. انگلستان

بر اساس نظرسنجی صورت گرفته در پژوهش حاضر، صنعت بیمه در انگلیس را می‌توان یکی از موارد موفق دیجیتالی‌سازی در اروپا دانست. با این حال، نتایج نظرسنجی، برخی موانع همانند مقررات توزیع بیمه را آشکار کردند. این موانع در پرتو مصاحبه‌ای با انجمن بیمه‌گران انگلیس^۱ روشن شد.

بیمه‌گران انگلیسی شاهد گذار دیجیتالی بسیار موفق بودند و بسیاری از آنها قصد ادامه مدل‌های کسب‌وکار از راه دور را حتی پس از خاتمه همه‌گیری کرونا دارند. بر اساس نتایج به دست آمده از نظرسنجی، چند مانع شناسایی گردید که ناشی از مقررات حفاظت از داده‌ها (الزامات سازگاری با مقررات حفاظت از داده‌ها حین کار در منزل و دسترسی به داده‌های مشتری) و همچنین مقررات مربوط به صدور اسناد کاغذی-به ویژه در رابطه با تمدیدهای سالیانه، که طبق مقررات توزیع بیمه در انگلیس بایستی حتماً از طریق پست تحویل شوند- بوده‌اند.

در این میان، مقررات‌گذاران و صنعت با هم همکاری نزدیک داشتند تا موانع را رفع کنند و فرصت یافتن راهکارهای بلندمدت از قبیل دسترسی ایمن به اسناد، بهبود امنیت سایبری هنگام استفاده از شبکه‌های ارتباطی خانگی و غیره را برای بیمه‌گران فراهم آورند.

یکی از عوامل موثر در موفقیت انگلیس آن است که بیمه‌گران، نهادهای مقررات‌گذار و مصرف‌کنندگان، قبل از بروز همه‌گیری تقریباً دیجیتالی شده بودند، بنابراین نیازی به تغییرات اساسی نبود. در واقع، بیشتر بیمه‌ها به صورت آنلاین خریداری می‌شوند، بسیاری از تعاملات مشتریان از طریق روبات‌های گفتگو و یا از طریق تلفن اتفاق می‌افتد و دعاوی خسارت نیز به طور فزاینده‌ای در بستر آنلاین ارائه می‌شوند. دیجیتالی‌سازی بیشتر و بیشتر، روندی است که پیش روی

1. Association of British Insurers (ABI)

انگلیس قرار دارد و نهاد نظارت بر رفتار مالی^۱ راهبری سندباکس‌های مقرراتی، بانکداری باز (با پتانسیل بالا برای بیمه‌گران) و اینشورتک را بر عهده دارد.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در بررسی صورت گرفته، تعدادی از موانع مقرراتی و سیاست‌های تجاری مرتبط با مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتال، که در زمان گذار اجباری به مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال حین محدودیت‌هایی کرونایی و قرنطینه‌های سراسری کرونا هزینه‌های اضافی را به بیمه‌گران تحمیل کرده‌اند، ارائه شده است. توصیه‌های زیر با توجه به یافته‌های نظرسنجی و درس‌هایی که طی همه‌گیری کرونا آموخته شده و به جهت هدایت نهادهای مقررات گذار به سمت چارچوب‌های مقررات دیجیتال ارائه شده است. علاوه بر این، بیمه‌گران می‌توانند برخی اقدامات را با هدف کاهش پیامدهای نامطلوب تجاری و برای رفع موانع مقرراتی انجام دهند.

پیشنهادهای مقررات گذار و ناظر

- ۱- برای اطمینان از آن که مقررات قادر به انطباق با پیشرفت‌های آینده فناوری هستند، بایستی یک چارچوب مقرراتی متناسب با هر نوع فناوری اجرا کنید.
- مقررات مرتبط با امضاهای فیزیکی را تغییر داده و مجوز استفاده از امضای الکترونیکی را صادر کنید. در برخی از حوزه‌های قضایی این کار به معنای دائمی‌سازی گشایش‌های مقرراتی ارائه شده طی همه‌گیری کرونا است، در حالی که در موارد دیگر به معنای گسترش احکام و مقررات امضای الکترونیکی موجود از محصولات "ساده" به محصولات است که خرید و فروش آن‌ها نیاز به فروش حضوری دارد.
- تأیید توسط شناسه دیجیتال را فعال کرده و از تسهیل عملکرد دیجیتال مشتریان پشتیبانی کنید.
- امکان معاینات پزشکی دیجیتال را با ارائه خدمات سلامت از راه دور، گسترش دهید.
- الزامات و پیش فرض اسناد و مدارک کاغذی را حذف کرده و تأیید الکترونیکی دریافت سند را معرفی کنید.
- ۲- مقررات حفاظت از اطلاعات و حریم خصوصی را برای برخی از حوزه‌های قضایی تنظیم کنید تا از این طریق موانع دورکاری از بین برود. این اقدام می‌تواند بدون به خطر انداختن حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها انجام شود و کشورهای بسیاری به عنوان شاهدی بر این مدعا وجود دارند.
- ۳- همکاری میان نهادهای مقررات گذار با صنعت بیمه را افزایش دهید.
- همکاری‌های بین‌المللی در زمینه مقررات و هماهنگی در زمینه دیجیتال‌سازی، مانند تبادل بهترین تجربیات که به طور بالقوه توسط انجمن بین‌المللی ناظران بیمه‌ای^۲ تسهیل می‌شود، را افزایش دهید.

1. Financial Conduct Authority (FCA)

2. International Association of Insurance Supervisors

توصیه‌هایی برای بیمه‌گران

- ۱- بهترین بهره‌برداری را از فرصت‌های دیجیتالی‌سازی در چارچوب‌های مقرراتی و سیاستی فعلی انجام دهید. نتایج بررسی حاضر نشان داده است که شرکت‌های بیمه‌گر درک متفاوتی از چارچوب‌های مقرراتی یکسان دارند. بیمه‌گرانی که خود را از نظر دیجیتالی پیشرفته ارزیابی می‌کنند، نسبت به بیمه‌گرانی که خود را دیجیتال نمی‌بینند، برای سیاست و چارچوب مقرراتی موجود محدودیت کم‌تری قایل شدند.
- ۲- در مورد مسائل دیجیتال با هم‌تایان‌تان که دیجیتالی و پیشرفته هستند و همچنین با جامعه مقرراتی و سیاست‌گذار، تبادل دانش و فناوری کنید. افزایش تعامل با هم‌تایان و همچنین با شرکت‌های فناورانه (فین‌تک)^۱، به بیمه‌گران در تسریع تحول دیجیتال در مرزهای چارچوب‌های مقرراتی و سیاست‌های فعلی، کمک می‌کند. تعامل با نهاد مقررات‌گذار و سیاست‌گذاران درباره مسائل دیجیتالی‌سازی، باعث بهبود درک متقابل شده و راه را برای رفع موانع هموار می‌سازد.
- ۳- برای تقویت سازگاری و انطباق فناورانه نوآور باشید. در بسیاری از بازارها توزیع محصولات کمتر پیچیده (محصولات غیر عمر) از طریق کانال‌های دیجیتالی به امری عادی تبدیل شده است. با این حال، فروش محصولات پیچیده‌تر که نیاز به جلسات حضوری دارد، در زمان همه‌گیری مشکلاتی را برای دو طرف معامله به وجود آورده است. همانطور که تغییرات مقرراتی به تسهیل توزیع دیجیتال این نوع از محصولات کمک می‌کند، بیمه‌گران نیز بایستی به مقررات‌گذاران نشان دهند که توزیع محصولات از طریق کانال‌های دیجیتال، باعث اختلال در تحقق اهداف مقرراتی و سازگاری با مقررات نخواهد شد.
- دیجیتالی‌سازی به خودی خود هدف نیست، بلکه اهمیت آن در مزایای کاملی است که برای بیمه‌گران و مشتریان آن‌ها و به ویژه در شرایطی همانند همه‌گیری کرونا که در آن تعاملات غیرحضوری امکان‌پذیر نیست، فراهم می‌آورد. چارچوب‌های مقرراتی و سیاستی، نقش مهمی را در خلق محیطی که برای مدل‌های کسب‌وکار بیمه دیجیتال مساعد است، ایفا می‌کنند.

منابع

- Back, A., S. Berghaus, and B. Kaltenrieder. 2016. Digital Maturity and Transformation Report 2016. IWI-HSG and Crosswalk. <https://www.digitaleschweiz.ch/wpcontent/uploads/06/2016/digital-maturity-transformation-report-2016-mit-bestpractices.pdf>
- Eling, M., and M. Lehmann. 2018. The Impact of Digitalisation on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks. The Geneva Papers on Risk and Insurance— Issues and Practice 43:359-396.
- Hay, L.J. 2020. COVID-19: Customer and Digitization in Insurance. <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/05/2020/covid-19-customer-and-digitization-ininsurance.html>
- Insurance Europe. Year unknown. Examples of Regulatory Obstacles to Digital Innovation in the Insurance Industry.
- Life Insurance Association Singapore. 2020. Press Release: Life Industry Records 13 Percent Decline in Sales Due to COVID-19 Pandemic.
- Merger Market. 2017. New Horizons: How Diverse Growth Strategies Can Advance Digitalisation in the Insurance Industry.
- OECD. 2017. Technology and Innovation in the Insurance Sector. <https://www.oecd.org/pensions/Technology-and-innovation-in-the-insurance-sector.pdf>
- OECD. 2018. The Institutional Structure of Insurance Regulation and Supervision. www.oecd.org/finance/The-Institutional-Structure-of-Insurance-RegulationandSupervision.pdf
- Skipper, H.D., and W.J. Kwon. 2007. Risk Management and Insurance – Perspectives in a Global Economy. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Swiss Re. 2014. Digital Distribution in Insurance: A Quiet Revolution. Sigma No. 2. <https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-02-2014.html>
- Willis Towers Watson. 2017. On a Digital Highway without Speed Limits, how can Insurers Keep Pace?

فراخوان ارسال مقاله

پژوهشکده بیمه وابسته به بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران با هدف ارتقاء، 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 ترجمه شده، نسخه اصلی آنها نیز ارسال شود.
۲. مقالات باید به مطالعه موردی یک موضوع خاص بیمه‌ای پردازند.
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 ارائه شده در مقاله‌ها و صحت و سقم آنها بر عهده مؤلف (ان) / مترجم (ان) است.
۱۰. دریافت مقاله به صورت الکترونیکی امکان‌پذیر است.
۱۱. مقالات دریافت شده به مؤلف (ان) / مترجم (ان) بازگردانده نمی‌شوند.

ب. نحوه نگارش مقاله

۱. مقاله حداقل در ۵۰ صفحه A4 با فاصله خطوط 1.1 multiple 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 به طور 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
تیترهای اصلی	B lotus پررنگ	۱۵
تیترهای 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 انتهایی 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

(نام خانوادگی 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 بهرانی 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 حق‌بیمه 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 حق‌بیمه 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 ۱۳۹۹): 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
- گزارش موردی ۶۳ (فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰): تحول دیجیتال صنعت بیمه در کشورهای منتخب: فناوری‌ها، قوانین و مقررات و نهادسازی
- گزارش موردی ۶۴ (خرداد و تیر ۱۴۰۰): تغییر اقلیم و صنعت بیمه: انجام اقداماتی به عنوان مدیران ریسک و سرمایه‌گذاران از دیدگاه مدیران سطح C در صنعت بیمه
- گزارش موردی ۶۵ (مرداد و شهریور ۱۴۰۰): هوش مصنوعی و کاربردهای آن در صنعت بیمه

Working Paper

Bimonthly Journal of Insurance Research Center (IRC)

New Edition, Vol.11, No.4, October & November, 2021, Serial No. 66

Concessioner: Insurance Research Center (IRC)

Director- in- Charge: Leili Niakan (PhD)

Editor- in- Chief: Hamid Kordbache (PhD)

Translator: Sahar Esmaeili Shayan

Scientific Editor: Leili Niakan (PhD)

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: Karang Printing House, no. 195, North kaj St., Golha Sq., Fatemi St., Tehran.

Tel: (+9821) 88024010

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.

