

بیمه نهفته و تغییر بازی آینده در صنعت بیمه



فرهنگ فرزان
معاون فروش
و امور مشتریان
داتین



«خدمات مالی نهفته» (Embedded Finance) یکی از جدیدترین روندهای صنعت مالی دنیاست که به دنبال فراتر بردن امکان طراحی و تعریف خدمات مالی از مرزهای مؤسسات مالی است. در حقیقت در دنیای «خدمات مالی نهفته»، هر کسب و کار و سازمانی می تواند یک ارائه دهنده خدمات مالی باشد؛ یعنی مرز میان محصولات مالی و محصولات غیرمالی از بین می رود و محصولات مالی به صورت کاملاً یکپارچه و ساده، به عنوان بخشی از یک محصول غیرمالی به مشتریان و ذی نفعان کسب و کارها و سازمانها ارائه می شوند. به عنوان مثال یک شرکت تاکسی اینترنتی می تواند در هر سفر درون شهری به مسافران خود بیمه حوادثی بفروشد که حق بیمه آن بر حسب مسافت طی شده به هزینه سفر افزوده می شود و اعتبار بیمه نامه هم با پایان سفر، خاتمه می یابد.

به صورت بالقوه هر محصول و خدمت دیجیتالی می تواند دربرگیرنده انواع خدمات مالی، مانند پرداخت و انتقال وجه، بیمه، سرمایه گذاری و... باشد؛ در نتیجه فرصت های موجود در بازار خدمات مالی نهفته، بی نهایت و به اندازه تمامی محصولات و خدمات دیجیتالی موجود در دنیا هستند. در مقاله حاضر در مورد کاربرد مفهوم خدمات مالی نهفته در صنعت بیمه، توضیحاتی ارائه می شود. صنعت بیمه در مقایسه با دیگر حوزه های صنعت مالی، به ویژه بانکداری و بازار سرمایه، کمتر پذیرای تحول دیجیتالی بوده است. علت اصلی این امر، ماهیت وجودی صنعت بیمه است. کارکرد اصلی صنعت بیمه، «تضمین تأمین خسارات احتمالی در صورت وقوع ریسک» است؛ بنابراین صنعت بیمه مجبور به شناسایی ریسک ها و ارزیابی میزان احتمال وقوع هر ریسک و شدت ریسک در صورت وقوع است تا بدین ترتیب بتواند برآوردی از میزان تأثیرات مالی ریسک ها در صورت وقوع آنها داشته باشد. سپس نرخ بیمه نامه ها، شرایط پرداخت خسارت و جزئیات تعهدات تأمین خسارت خود را برای هر بیمه نامه تعیین می کند.

بنابراین هر تغییری در یک کسب و کار بیمه ای که پیامدهای آن مشخص نباشد، می تواند باعث ایجاد ریسک هایی ناشناخته و محاسبه نشده برای آن کسب و کار بیمه ای شود؛ ریسک هایی که پیامدهای آنها ممکن است فراتر از میزان تاب آوری عملیاتی و مالی کسب و کار بیمه ای باشد. در نتیجه صنعت بیمه به دلیل ریسک گریزی ذاتی خود، به تحولات فناورانه، به ویژه تحولاتی که آنها را به عنوان «نوآوری برهم زننده» می شناسیم، کمتر تن داده است. با این حال صنعت بیمه هم نمی تواند از تحولات فناوری در بخش های مختلف زنجیره ارزش خود، دور باشد و ارزش آفرینی فناورانه در این صنعت هم در سال های اخیر با ابداع مفهوم «اینشورتک» مورد توجه قرار گرفته است. حال آنکه در طول سال های اخیر شرایط به گونه ای پیش رفته که خود دوری از فناوری اطلاعات و تحولات آن رفته رفته می تواند به یکی از بزرگ ترین ریسک های درآمدی و حتی تداوم کسب و کار بیمه ها بدل شود. اینشورتک، ترکیب فناوری با محصولات و خدمات بیمه ای، هنوز یک مفهوم در حال تکوین است و شامل دامنه وسیعی از کاربردهای فناوری در صنعت بیمه می شود. یکی از حوزه های اصلی اینشورتک «خدمات بیمه نهفته» است که موضوع مقاله حاضر است.

«خدمات بیمه نهفته» (Embedded Insurance) را این گونه تعریف کرده اند: «فراهم آوردن امکان تعریف و ارائه خدمات محافظت در برابر ریسک در درون هر محصول یا خدمات دیجیتال ارائه شده توسط کسب و کارها و سازمان های غیربیمه ای از طریق فناوری و بدون توجه به حوزه فعالیت آنها، به گونه ای که کسب و کار/سازمان بتواند راهکارهای نوآورانه بیمه ای را با ارزش های پیشنهادی خود به مشتریان، ترکیب کند. چه به عنوان افزونه ای بر ارزش های کسب و کاری اصلی خود و چه به عنوان تعریف کارکردی جدید در درون آن محصول یا خدمت دیجیتالی.»

با توجه به تعریف فوق می توان گفت در هر جایی ریسکی موجود باشد که قابل شناسایی و اندازه گیری از طریق فناوری باشد، امکان تعریف بیمه نامه ای جدید و نوآورانه وجود خواهد داشت. از آنجا که یکی از مهم ترین مزیت های فناوری دیجیتال، داده محور بودن آن است،

به صورت بالقوه شناسایی و سنجش میزان وقوع ریسک در دنیای دیجیتال نسبت به جهان حقیقی بسیار ساده تر است. ضمناً فناوری های پیشرفته ای چون بیگ دیتا، اینترنت اشیا، هوش مصنوعی، یادگیری ماشین، بلاکچین و مانند آنها، قابلیت های داده محوری را در فضای دیجیتال به شدت تقویت کرده اند.

«نهفته سازی بیمه» در انواع و اقسام محصولات و خدمات دیجیتالی، فرصت اقتصادی بسیار عظیمی را پیش روی کسب و کارهای بیمه ای قرار داده است. یک پژوهش آینده نگارانه پیش بینی کرده ارزش بازار «خدمات بیمه نهفته» فقط در حوزه «بیمه اموال منقول و حوادث» برای یک دهه آینده به بیش از ۷۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید.

بر اساس همین پژوهش، در صورتی که دو حوزه «بیمه عمر» و «بیمه درمان» را هم به حوزه «بیمه اموال منقول و حوادث» بیفزاییم، بازار بیمه نهفته در سال ۲۰۳۰ ارزشی بالغ بر سه تریلیون دلار خواهد داشت.

مدل کسب و کار بیمه نهفته بیشتر از نوع «B2B2C» است؛ یعنی شرکت بیمه از طریق راهکارهای فناورانه، به ویژه رابط های نرم افزاری ای پی آی محور، خدمات بیمه ای سفارشی سازی شده را به عنوان بخشی از یک محصول یا خدمت دیجیتالی دیگر ارائه می دهد و سپس کسب و کار مالک آن محصول / خدمت دیجیتالی، خدمات بیمه را به عنوان بخشی از ارزش پیشنهادی کسب و کار خود به مشتریان عرضه می کند.

بدین ترتیب در این دنیای جدید می توان از ظهور روندی جدید تحت عنوان «بیمه به عنوان سرویس» سخن گفت. این مدل کسب و کار جدید نه تنها نیازمند تحول زیرساخت های فناورانه صنعت بیمه، بلکه نیازمند «شستن چشم ها و جور دیگر دیدن» مدل های کسب و کاری صنعت بیمه است. در این حالت شرکت بیمه به جای آنکه خودش رأسأ دست به طراحی و فروش بیمه نامه بزند، با به اشتراک گذاشتن منابع اصلی کسب و کار خود، شامل مجوز، برند، دانش تخصصی بیمه، سرمایه انسانی متخصص، نرم افزار گُر بیمه و مانند آن با «اکوسیستم شرکای تجاری» خود، به آنها اجازه می دهد تا هر یک، با شناخت عمیقی که از نیازهای خاص مشتریان خود دارند، به طراحی و فروش بیمه نامه های نوآورانه ای اقدام کنند. بیمه نامه هایی که دیگر صرفاً با شرایط، مبلغ و تعهدات ثابت صادر نمی شوند، بلکه به صورت انعطاف پذیر و بر اساس نیازها، اولویت ها و رفتار مشتری برای هر مشتری به صورت اختصاصی تعریف و ارائه می شوند. نباید فراموش کنیم که بیمه نامه فروخته می شود، نه اینکه خریده شود! ♦

مهرتراکتس



۲۰

ASAE.TARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی
فناوری های مالی ایران