

توسعه صنعت بیمه به کمک هوش مصنوعی و اینترنت اشیا

آزاده بخشایش^۱

چکیده

دنیای تکنولوژی به سرعت در حال پیشرفت و نوآوری می‌باشد، ورود آن در حوزه فعالیت‌های بشر موجب رخ دادن انقلاباتی بزرگ و شگرف می‌گردد. راهکارهای متفاوت که از دل تکنولوژی بیرون می‌آید موجب راحتی و آسایش بیشتر انسان امروزی گردیده و در وقت و هزینه‌های موجود صرفه‌جویی می‌شود.

اکنون در شاخه بیمه نیز ورود هیولای تکنولوژی با عنوان (اینشورتک) INSURE TECH یا INSUR TECH به سرعت در حال شکل گرفتن، رشد و توسعه می‌باشد. این نوآوری با سرعت هرچه تمامتر در حال وقوع است و انتظار می‌رود شاهد پیشرفت چشمگیرتر آن باشیم. علاوه بر اینها، اینشورتک کمک می‌کند مشتریان خارج از محدودیت‌های زمان و مکان، با کمک ابزارهایی مثل تلفن همراه هوشمند از خدمات بیمه‌ای استفاده کنند.

به وسیله اینترنت اشیا می‌توان اطلاعات باارزشی از دستگاه‌هایی که به دارایی‌های بیمه شده متصل است، دریافت کرد. به کمک اینترنت اشیا، دوران کاغذبازی‌ها به پایان می‌رسد و پرداخت خسارت بیمه با بازدهی بالایی انجام می‌گیرد.

واژگان کلیدی: اینشورتک، هوش مصنوعی، اینترنت اشیا

مقدمه

صنعت بیمه، یکی از قدیمی‌ترین صنایع در سطح جهان است. بیمه در سال ۲۰۳۰ دستخوش تحولات بسیار گسترده‌ای خواهد شد. تمرکز بر روی چهار حوزه، می‌تواند دست‌اندرکاران صنعت را برای رویارویی با این تغییرات آماده کند. همانند فناوری‌های حقوقی، فناوری بیمه نیز برادر کوچک فین‌تک است ولی توجه زیادی به این بخش نشده. صنعت بیمه بسیار کمتر از بخش مالی دستخوش نوآوری و تحول شده است. اما هم اکنون استارت‌آپ‌های زیادی در حال مقابله با بخش سرسخت بیمه هستند.

از آنجایی که به‌طور کلی، کار بیمه در تمام دنیا مدیریت ریسک بوده است، مدیران این حوزه نسبت به ورود نوآوری‌های فناورانه تحت عنوان اینشورتک نیز محتاط‌تر عمل کرده‌اند و همین دلیل باعث شده است ارائه خدمات تکنولوژیک نوآورانه در حوزه بیمه نسبت به دیگر حوزه‌های فین‌تک رشد چشمگیری نداشته باشد. برای مثال در سال ۹۶ صنعت بانکداری ۴۰۰ میلیارد تومان هزینه فناوری اطلاعات کرده است در صورتی که در همین بازه، صنعت بیمه ۲۰۰ میلیارد تومان هزینه فناوری اطلاعات کرده است در دنیا نیز در سال ۲۰۱۷ بیش از ۴۰ میلیارد دلار روی استارت‌آپ‌های فین‌تک سرمایه‌گذاری شده است در صورتی که فقط ۲ میلیارد دلار آن مربوط به اینشورتک بوده است.

اما حالا این صنعت می‌تواند با کمک اینترنت اشیا و هوش مصنوعی، راننده پرخطر را از راننده محتاط شناسایی کند و مبلغ بیمه سالانه متفاوتی برای هر راننده در نظر بگیرد. اینشورتک اثر بلندمدتی روی چشم‌انداز رقابتی صنعت بیمه خواهد داشت. رقابت استارت‌آپ‌های بیمه‌ای می‌تواند منجر به فشار قیمت‌گذاری برای مشتریان با ریسک پایین در یک سری خدمات مانند بیمه اتومبیل شود. در این میان برنده واقعی اینشورتک مشتریان خواهند بود که از تجربه کاربری بهتر، راه‌حل‌های بیمه‌ای شخصی بیشتر و قیمت‌گذاری بهتر از طریق حق بیمه ارزان‌تر، نفع خواهند برد.

اینشورتک چیست؟

اینشورتک یا همان فناوری‌های بیمه که معادل عبارت InsurTech است، یعنی کاربرد نوآورانه فناوری برای ارائه خدمات بیمه و یکی از ۹ حوزه زیرمجموعه فین‌تک^۱ است، به‌طور کلی، اینشورتک به کاربرد نوآورانه تکنولوژی برای ارائه، توزیع و مدیریت خدمات بیمه‌ای گفته می‌شود. این صنعت با کمک داده‌های بزرگ، هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، به جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات مشتریان برای ارائه خدمات بهتر بیمه‌ای متناسب با هر مشتری به‌طور جداگانه می‌پردازد.

تعریف واژه اینشورتک می‌تواند شامل مفاهیم مختلفی شود که بسیار فراتر از یک ترکیب بین بیمه و فناوری باشد و می‌تواند رویکرد مشتری محور بومی و همچنین پتانسیل توانمندسازی زنجیره ارزش کارفرمایان یا متحول کردن الگوهای کسب‌وکاری جاافتاده را دربرگیرد. این تعریف باید باز و فراگیر باشد تا بتواند میزبان فناوری‌های جدید و نوآورانه‌ای باشد که هم در حال حاضر و هم در آینده مرتبط هستند، بنابراین، تمام فناوری‌های خط اول نوآوری‌های بیمه مانند هوش مصنوعی، چت‌بات‌های انسان به مشتری^۲ در توزیع و همچنین ابزارهای پیشرفته تحلیل که به دنبال پیدا کردن موارد کاربرد مناسب در کسب‌وکار داده‌محور بیمه هستند، همگی باید در جای مناسب خود در تعریف و مفهوم اینشورتک قرار گیرند.

1. Financial technology

2. H2C

اینشورتک اکوسیستمی از شرکت‌های متمرکز و مبتنی بر نوآوری (اغلب استارت‌آپ‌ها) است که برای مشتریان یا برای کارفرمایان بیمه‌ای، با ایجاد تحول یا حل مسائل در طول زنجیره ارزش از طریق به‌کارگیری فناوری و توسط رویکردی کارآمد و کاربرمحور ایجاد ارزش می‌کند.

در حال حاضر کمتر از ۱۰ استارت‌آپ اینشورتکی در اکوسیستم فین تک ایران فعالیت می‌کنند. اینشورتک فقط صدور آنلاین بیمه نیست، ایجاد یک تحول ارزش‌ساز در صنعت بیمه است.

از آنجایی که یک تعریف مشترک از اینشورتک وجود ندارد، ذی‌نفعان بیشتر به این ترغیب شده‌اند که هر کدام بر اساس درک خود از اینشورتک به تعریفی از آن برسند. این موضوع اغلب منجر به تعاریف ناکامل یا تعاریفی می‌شود که توسط جامعه نوآور اینشورتک مورد قبول و کاربرد قرار نمی‌گیرد. این موضوع اکنون باعث ایجاد «نویز» شده و کمکی در رسیدن به یک درک روشن از پدیده اینشورتک نکرده است.

هوش مصنوعی (AI) و یادگیری ماشین‌ها و ربات‌های آن

امروزه با پیشرفت قابل ملاحظه هوش مصنوعی و ورود آن به چرخه خدمات مشتریان بخش عمده‌ای از تحلیل‌ها و انجام اموراداری به این حوزه سپرده شده است در تکنولوژی‌های امروزه بیمه نیز این ماشین‌ها نقشی بسیار مهم و حیاتی ایفا می‌نمایند. این ماشین‌ها امکان استفاده از مجموعه داده‌های جدید و غیرساختاری را فراهم آورده‌اند. به‌عنوان مثال ژانگ آن اولین مجموعه بیمه‌گر اینترنتی آنلاین درکشورچین، با برنامه‌ریزی و آموزش بر ماشین‌های هوش مصنوعی و میزان یادگیری آنها برای سفارشی کردن قیمت‌گذاری بر روی محصولات خرده فروشان آنلاین کلیه تاریخچه این محصولات و ارزیابی ریسک‌های موجود در گذشته و ضمانت‌نامه‌های موجود را مورد بررسی قرار می‌دهد. این تاریخچه‌ها به‌عنوان منابع لازم مورد بررسی قرار می‌گیرد و با مواردی مانند منابع اعتباری، تاریخ اعتبار، استفاده آنلاین و حتی بازارهای بین‌المللی به توسعه سیستم‌های شناسایی موجود کمک نموده و در قالب گزارشات جامع و کاربردی شرایط لازم برای ایجاد یک پروژه مالی و بیمه‌ای را فراهم می‌سازند. نکته مهم در این قسمت ارائه این گزارشات در کلیه رسانه‌های اجتماعی و تلفن همراه می‌باشد و تمام مشتریان و یا مصرف‌کنندگان این امر را که قبلاً از این چرخه خارج شده‌اند را به مجموعه خود باز خواهد گرداند. همچنین هوش مصنوعی می‌تواند با امکانات و آموزش‌های دیده‌شده مورد استفاده برای بهبود پردازش‌های اطلاعاتی و یکدست‌سازی آنان گردد. فناوری هوش مصنوعی و یادگیری خودکار، روزبه‌روز به طرق مختلف، صنعت بیمه را دچار دگرگونی و تغییر می‌کنند. دنیای داده‌ها و اطلاعات همواره در دل صنعت بیمه ممزوج بوده است. آنچه در واقعیت دنیای حال حاضر ما تغییر ایجاد کرده تا یک تغییر کلان را به ارمغان آورد، همانا مقدار اطلاعاتی است که روزانه جمع‌آوری می‌شود و سرعتی که به‌وسیله آن ماشین‌ها و روبات‌ها می‌توانند اطلاعات را پردازش و آن‌ها را رمزگشایی کنند. در دنیای حال حاضر، از آنجاکه صنعت بیمه رو به فناوری و تغییر و رشد گذاشته است، دیگر قادر نیستیم صنعت بیمه را به‌عنوان صنعتی کاهل و راکد توصیف و تشریح کنیم.

هوش مصنوعی^۱ و یادگیری خودکار صنعت بیمه را تغییر می‌دهند!

اگرچه با رشد و بلوغ تکنولوژی، مفهوم و تعریف هوش مصنوعی همچنان ذهنی است و تعریف کاملی از آن شکل نگرفته است. عموماً آن را می‌توان اندیشه ساخت ماشین‌ها و روبات‌هایی دانست که می‌توانند مثل انسان‌ها فکر کنند.

اصطلاح یادگیری خودکار ماشین‌ها تا پیش از این به ایده آموزش روبات‌ها و ماشین‌های خودکار گفته می‌شد. به این صورت که آنها به همان روش و طریقی که انسان‌ها فکر می‌کنند، بتوانند فکر کنند. این موضوع، نفوذ مرزهای هوش مصنوعی را نشان می‌دهد.

از آنجاکه بیمه همواره شبکه داده‌ای سنگینی بوده است، به خوبی توانسته با هوش مصنوعی ترکیب شود و این ترکیب را در حالت موازنه و ثابت نگه دارد. یکی دیگر از شیوه‌های جدید ورود تکنولوژی به صنعت بیمه که به همراهی هوش مصنوعی در جهت ارائه خدمات به بیمه‌گرها و مشتریان فعالیت می‌نماید چت بات‌ها هستند در واقع چت بات‌ها به عنوان پلی در جهت بررسی وضعیت ریسک مشتریان و انتقال آن به ماشین‌های هوش مصنوعی عمل می‌نمایند. آنان این قابلیت را دارند تا براساس میزان اطلاعات مشتریان، میزان سواد و درک آنها از تکنولوژی، نوع درخواست و تاریخچه عملیات انجام شده برای آن مشتری با آنها وارد تعامل گردیده و با گرفتن اطلاعات موجود این موارد را انتقال دهند.

این امر باعث به وجود آمدن فضایی جالب و یکدست در صنعت بیمه گردیده و امکان مناسبی را برای بیمه‌گران فراهم می‌نماید تا از میزان محبوبیت مشتریان و راهکارهای مناسب برای برخورد با مخاطبین و مراجعه‌کنندگان خود اطلاعات کافی داشته و تصمیمات لازم را در این خصوص بگیرند. همین‌طور فرصت صرفه‌جویی در وقت و زمان را به هردو طرف یعنی بیمه‌گران و مشتریان خواهد داد. تعامل هوش مصنوعی با مشتریان و فرایند رسیدگی به نیازها در خدمات مشتریان به عنوان یک صنعت سازمان‌یافته و تنظیم‌شده، صنعت بیمه، هزاران فرایند مربوط به درخواست را بررسی می‌کند و به هزاران نیاز و پرسش مشتریان پاسخ می‌گوید. فناوری هوش مصنوعی در صنعت بیمه به کار گرفته می‌شود تا این فرایند را سرعت بخشد و توسعه دهد. به این صورت که این فناوری، درخواست‌ها را به سیستمی از گزارش‌های داخلی منتقل می‌کند تا از این مسیر با مشتری تعامل صورت گیرد. در بعضی موارد، این درخواست‌ها اساساً نیاز به توجه نیروی انسانی ندارند و با روبات‌ها می‌توان آنها را بررسی و پاسخ داد. شرکت‌هایی که در حال حاضر فرایند پاسخ‌دهی به درخواست‌ها را خودکار کرده‌اند، اهمیت «زمان» و «افزایش کیفیت خدمات‌دهی» را دریافته‌اند.

تاثیر هوش مصنوعی در آینده‌ی صنعت بیمه

صنعت بیمه در سال ۲۰۳۰ دستخوش تحولات بسیار گسترده‌ای خواهد شد. تمرکز بر روی چهار حوزه، می‌تواند دست‌اندرکاران صنعت را برای رویارویی با این تغییرات آماده کند.

۴ روند مرتبط با هوش مصنوعی که صنعت بیمه را شکل خواهند داد

۱- فراوانی داده‌های قابل دسترس از دستگاه‌های متصل

مدتی است که تجهیزات دارای حسگر، در همه‌جای تنظیمات صنعتی به کار می‌روند؛ ولی در سال‌های آینده شاهد یک رشد کلان در تعداد دستگاه‌های متصل به لوازم مصرف‌کننده خواهیم بود. میزان رواج دستگاه‌های موجود (مانند اتومبیل‌ها، ردیاب‌های تناسب‌اندام، دستیاران خانگی، گوشی‌های هوشمند و ساعت‌های هوشمند) به افزایش روزافزون خود ادامه خواهد داد و گزینه‌های جدیدی از قبیل لباس، عینک و لنز، لوازم خانگی، وسایل پزشکی و کفش نیز به این عرصه ملحق خواهند شد. انبوه اطلاعات جدید ایجادشده توسط این دستگاه‌ها، بیمه‌گران را در شناخت عمیق‌تر مشتری‌هایشان کمک می‌کنند. نتیجه‌ی این امر، ارائه‌ی محصولات جدیدتر، قیمت‌گذاری‌های شخصی‌تر و افزایش دامنه‌ی خدمات آنی خواهد

بود. به عنوان مثال، یک وسیله پوشیدنی که به پایگاه داده متصل است، می تواند فعالیت های روزانه ی هر فرد را ثبت کرده و میزان ریسک پذیری شخص، احتمال بروز حوادث احتمالی و شدت آن را از طریق این داده ها محاسبه کند.

۲- گسترش استفاده از ربات های فیزیکی

در سال های اخیر، شاهد دستاوردهای درخشانی در دانش رباتیک بوده ایم. این نوآوری، بر نحوه ی تعامل انسان با جهان اطرافش تأثیر می گذارد. تولید افزایشی که با عنوان چاپ سه بعدی نیز شناخته می شود، در آینده، عامل بروز تغییراتی بنیادین در عرصه ی تولید و محصولات تجاری بیمه ای خواهد بود. وقتی به سال ۲۰۲۵ برسیم، خواهیم دید که ساخت خانه هایی با تکنولوژی چاپ سه بعدی، بسیار رونق یافته اند؛ بیمه گران باید بدانند که این پدیده، چه تأثیری بر ارزیابی ریسک خواهد داشت. علاوه بر آن، در دهه ی آینده، هواپیماهای بدون سرنشین و قابل برنامه ریزی، خودروهای بدون راننده، تجهیزات کشاورزی خودگردان و ربات های جراح، پیشرفت چشم گیری خواهند داشت و به جزوی از زندگی روزمره تبدیل خواهند شد. تا سال ۲۰۳۰، نسبت وسایل نقلیه ی خودگردان در جاده ها، بالغ بر ۲۵ درصد خواهد بود. بیمه گران باید از افزایش حضور ربات ها در زندگی روزمره ی افراد و صنایع مختلف اطلاع داشته باشند و بر روی چگونگی تأثیر آن بر مخازن ریسک، سطح انتظارات مشتری و کانال ها و محصولات جدید مطالعه کنند.

۳- اکوسیستم متن باز و داده باز

هم زمان با فراگیر شدن داده ها، پروتکل های متن باز نیز گسترش خواهند یافت و داده ها در میان صنایع مختلف به اشتراک گذاشته خواهند شد. نهادهای دولتی و خصوصی متنوع، گرد هم خواهند آمد و اکوسیستمی را به وجود خواهند آورد که در آن، داده ها، برای کاربردهای چندگانه، به اشتراک گذاشته می شوند. لازم به ذکر است که این به اشتراک گذاری داده، تحت چارچوب های نظارتی و امنیتی صورت خواهد گرفت. به عنوان مثال، داده های لوازم پوشیدنی مستقیماً به بیمه گران ارسال می شود و داده های مربوط به خانه و خودرو، از طریق آمازون، اپل، گوگل و تعدادی از تولیدکنندگان دستگاه های مصرفی قابل دسترسی خواهند بود.

۴- پیشروی در تکنولوژی های شناختی

شبکه های عصبی پیچشی و سایر تکنولوژی های یادگیری عمیق که در حال حاضر با هدف پردازش عکس، صدا و متن های غیرسازمان یافته مورد استفاده قرار می گیرند، توسعه یافته و گستره ی وسیعی از کاربردها را شامل خواهند شد. این تکنولوژی های شناختی که برای تجزیه و تحلیل و یادگیری، تا حدودی از قابلیت ذهن انسان الگو می گیرند، تبدیل به روشی استاندارد در پردازش جریان داده های بزرگ و پیچیده خواهند شد. این جریان های داده، توسط محصولات فعال بیمه ای که با فعالیت ها و رفتار اشخاص مرتبط هستند، تولید خواهند شد. با افزایش تجاری سازی این نوع از تکنولوژی ها، بیمه گران به مدل هایی دسترسی خواهند یافت که به طور پیوسته در حال یادگیری و تطابق با دنیای اطرافشان هستند.

هوش مصنوعی در جنگ علیه تقلب

یادگیری ماشین به صنعت بیمه برای یافتن ادعاهای مشکوک و حتی جست و جو در میان اکانت های شبکه های اجتماعی برای یافتن تقلب کمک می کند. استفاده از فناوری هوش مصنوعی برای یافتن روندهای غیرمنطقی و الگوهای غیرعادی به سرعت به استاندارد برای شرکت های بیمه تبدیل شده است، چه آنها به دنبال سر درآوردن از کار حلقه های پیچیده کلاهبرداری باشند که تصادفات رانندگی ساختگی را ایجاد می کنند و چه در حد مشتریان خرد که در میزان ارزش اموال صدمه دیده شان مبالغه می کنند.

اگر صنعت پرداخت بتواند به صورت کارآمد با تخلف برخورد نماید این امر تأثیر به سزایی در سوددهی شرکت‌های فعال در این حوزه خواهد داشت. در ایالات متحده ادعاهای غیرصادقانه و همراه با تقلب سالانه نزدیک به ۴۰ میلیارد دلار هزینه دارد این در حالی است که در انگلیس روزانه ۳۵۰ مورد تخلف در حوزه بیمه کشف می‌شود. الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌توانند این نوع تخلف‌ها را تشخیص داده و آن را برای تحقیقات بیشتر برای انسان در صورت نیاز تفکیک کنند. این امکان به شرکت‌های بیمه این امکان را می‌دهد تا بسیار سریعتر با این نوع مشکلات برخورد نمایند. هوش مصنوعی در صنعت بیمه تنها در صورتی قادر به شفاف‌سازی و شخصی‌سازی خواهد بود که اصول اخلاقی مرتبط با آن، درست و مستحکم بنا شوند.

طرح یک سناریو در رابطه با تأثیر هوش مصنوعی در آینده صنعت بیمه

علی، مشتری یکی از شرکت‌های بیمه هست. دستیار دیجیتالی شخصی او، یک خودروی خودگردان را برای گشت زدن در شهر، کرایه می‌کند. علی پس از سوارشدن تنظیمات خودرو را به حالت «فعال» تغییر می‌دهد. دستیار دیجیتالی علی، یک مسیر را بر روی نقشه مشخص کرده و آن را با بیمه‌گر حمل و نقل وی به اشتراک می‌گذارد. بیمه‌گر به سرعت فاکتورهایی مثل احتمال وقوع تصادف، صدمه به خودرو و مقدار حق بیمه‌ی ماهیانه را بررسی کرده و یک مسیر جایگزین را پیشنهاد می‌دهد. دستیار علی، او را از حجم و پراکندگی خودروهای دیگر در جاده مطلع می‌کند و به او اعلام می‌کند که در صورت انتخاب مسیر اول، حق بیمه‌ی حمل و نقل وی به میزان ۴ تا ۸ درصد افزایش پیدا کرده و بیمه‌نامه‌ی زندگی وی که بر پایه‌ی قانون «پرداخت بر اساس سبک زندگی» بنا شده، در سه ماه جاری با افزایش ۲ درصدی مواجه خواهد شد و مبلغ اضافی به صورت خودکار از حساب بانکی او برداشت خواهد شد.

هنگامی که علی به پارکینگ مقصد می‌رسد، خودروی وی با یکی از تابلوهای علامت پارک تصادف می‌کند. به محض توقف خودرو، تجهیزات مربوطه، میزان آسیب را تعیین می‌کنند. دستیار شخصی به علی می‌گوید که از ماشین پیاده شده و سه عکس از روبروی محل برخورد و دو عکس از طرفین بگیرد. زمانی که علی، عکس‌ها را گرفته و به صندلی راننده برمی‌گردد، صفحه‌نمایش جلویی خودرو، او را از میزان آسیب و تأیید ادعای ارسال شده به بیمه مطلع می‌کند. یک پهباد سیار نیز به منظور بازرسی فیزیکی، به محل تصادف فرستاده می‌شود. در صورتی که خودرو قابل رانندگی باشد، برای تعمیر به نزدیک‌ترین گاراژ موجود در شبکه ارسال می‌شود و در عوض، یک خودروی جایگزین برای علی در نظر گرفته می‌شود.

احتمال دارد فکر کنید که این یک داستان خیالی است، ولی در طی یک دهه‌ی آینده، تمام این رویاها به وقوع خواهند پیوست. تمامی تکنولوژی‌هایی که در سناریوی بالا به آن اشاره شد، در حال حاضر در مقیاس بسیار کوچک وجود دارند و اغلب آن‌ها در دسترس مشتری قرار گرفته‌اند.

موج جدید تکنیک‌های یادگیری عمیق، مانند شبکه عصبی پیچشی و هوش مصنوعی، این قابلیت را دارند که احساسات را درک کنند، استدلال انجام دهند، آموزش ببینند و مسائل موجود در ذهن انسان را حل کنند (شکل ۱).

شکل ۱

هوش مصنوعی از طریق دوروش یادگیری ماشین و یادگیری عمیق، می تواند نقش تأثیرگذاری را در صنعت بیمه ایفا کند



میزان ادغام هوش مصنوعی با صنعت بیمه، روز به روز بیشتر می شود و اگر بیمه گران می خواهند که در بازار رقابت باقی بمانند، باید خودشان را با تغییرات وفق دهند. مدیران شرکت های بیمه موظف اند فاکتورهای دخیل در این تحولات را بشناسند و با چگونگی تأثیر هوش مصنوعی بر شیوه ی رسیدگی به شکایات، توزیع، نوشتن بیمه نامه و قیمت گذاری آشنا شوند. کسب اطلاع از این امور، برای موفقیت شرکت های بیمه در سال های آتی، ضروری است و زمینه را برای تربیت استعدادها و مهارت ها، استقبال از تکنولوژی های نوظهور، ایجاد فرهنگ و ترسیم چشم انداز برای آینده، مساعدتر می کند.

اینترنت اشیاء (IoT)

اینترنت اشیا نام جدیدی در دنیای تکنولوژی است که هر روز بیشتر از قبل نام آن بر زبان ها جاری می گردد. درواقع تکنولوژی با ورود به حوزه ساخت لوازم مورد نیاز زندگی انسان امروز از طریق اینترنت و از راه دور آنها را قابل کنترل کرده است. شکی نیست که اینترنت اشیا درجهت سهولت زندگی امروزه طراحی و ایجاد شده است. شما می توانید با در اختیار داشتن اینترنت اشیا از لباس و پوشیدنی ها گرفته تا سیستم های ناوبری خودرو و تسهیل ارتباطات تا ایمنی اشیا محیط زندگی خود را در کنترل داشته باشید. یکی از بزرگترین امکانات اینترنت اشیا در حوزه صنعت بیمه به کار گرفته شده و در حال ارائه خدمات می باشد. بیمه گران دستگاه های اینترنت اشیا^۱ را برای جمع آوری اطلاعات، کاهش خطر، سفارشی کردن ارتباط با مشتریان و بهبود کلی تجربه مشتریان، به کار می گیرند. به عنوان مثال، تعدادی از نمونه ها مانند شبکه آشکارساز دود سیگنال های غیر رسمی، تراشه های شناسایی فرکانس رادیویی برای امودام و دامپرووری و موضوعات بیمه ای مرتبط با آن، و ایستگاه های آب و هوایی در جهت بیمه محصولات کشاورزی برای کشاورزان کوچک از مواردی هستند که اینترنت اشیا در اختیار بیمه گران برای ارائه خدمات مناسب می گذارند.

تمام مواردی را که برایتان بازگو کردیم معرفی کوچکی از ورود تکنولوژی به حوزه صنعت بیمه و موارد مرتبط با آن بود. هدف تمام شرکت های بیمه ای فروش بیشتر و مناسب تر به مشتریان و علاقه مندان می باشد. تکنولوژی امروز با ارائه امکانات تخصصی سهم و حجم بیشتری را برای صاحبان مشاغل بیمه ای به ارمغان آورده و میزان ریسک پذیری آنها را به

نحو چشمگیری کاهش داده است. شکی نیست در آینده و با توسعه این فرآیند شاهد ارائه خدمات بیشتر و مناسب تری از سوی این شرکت‌ها به مشتریان خواهیم بود. از اینکه تا پایان این مقاله با ما همراه بودید از شما سپاسگزاریم. حتما نظرات خود را برای تیم تولید محتوا آیدی پی درج کنید.

به عنوان مثال، استفاده از اینترنت اشیا نیز به این صورت است که می‌توان اطلاعات باارزشی از دستگاه‌هایی که به دارایی‌های بیمه شده متصل است، دریافت کرد. به کمک اینترنت اشیا، دوران کاغذبازی‌ها به پایان می‌رسد و پرداخت خسارت بیمه با بازدهی بالایی انجام می‌گیرد. در این صورت، بیمه‌گذار نیازی به تکمیل فرم‌های بی‌شمار ندارد و تنها کاری که باید برای دریافت خسارت بیمه انجام دهد، این است که عکس گرفته و با استفاده از اپلیکیشن موبایلی، آن را به شرکت بیمه‌گر ارسال کند.

مثلا تاکنون کسی که رانندگی پرخطر می‌کرد با کسی که رانندگی محتاطانه می‌کرد، هر دو یک قیمت را برای بیمه سالانه خودرو پرداخت می‌کردند؛ اما اکنون این صنعت می‌تواند با کمک اینترنت اشیا و هوش مصنوعی، راننده پرخطر را از راننده محتاط شناسایی کند و مبلغ بیمه سالانه متفاوتی برای هر راننده در نظر بگیرد.

همچنین حالتی را تصور کنید که اطلاعات خودرو، منزل، سلامت، مسافرت‌ها و ... خود را به یک بیمه‌گر می‌دهید و او به شما یک پیشنهاد جامع می‌دهد؛ پیشنهادی با قیمت معقول و با پوشش‌هایی انعطاف‌پذیر. برای مثال، یک مدل براساس اشتراک ماهانه، می‌تواند علاوه بر پوشش بیمه‌ای، به مشتریان در مورد خوب یا بد بودن تصمیم‌گیری‌هایشان مشاوره بدهد. این حوزه را می‌توان جزء قلمرو هوش مصنوعی دانست؛ یعنی کارهایی که نسبتاً به سادگی قابل خودکارسازی هستند.

اینترنت اشیا (IoT) قرار است یکی از بزرگترین تحولات تکنولوژیکی در افق باشد و امیدوار است که تغییرات اساسی در نحوه زندگی ما و نحوه انجام کارهای روزمره داشته باشد. صنعت بیمه تا به نقطه عطفی ناشی از همگرایی فن‌آوری‌های جدید و نیاز به سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی هسته‌ای، بهبود مدل‌سازی ریسک و تقاضای رو به رشد برای افزایش سودآوری با استفاده از معیارهای حصول اطمینان رسیده است. (شکل ۲)

شکل ۲

IoT Platform



آینده بیمه با IoT

ما در حال حاضر اثرات مثبت IoT را در خانه‌ها و دفاترمان دیده‌ایم، پس چطور فن‌آوری اینترنت اشیا صنعت بیمه را اصلاح می‌کند؟ برای شروع، نوعی اکوسیستم خودتنظیم‌کننده که IoT در صنعت بیمه ایجاد می‌کند، تأثیرات مثبتی بر تمامی فرآیندهای درگیر، مانند درگیری بهتر مشتریان، بهینه‌سازی فرآیند و همچنین مراقبت‌های پیشگیرانه در صورت وقوع حادثه خواهد داشت. به وسیله سنسورها و ابزارهای بسیار کارآمد که راه خود را به حوزه بیمه باز خواهند کرد، بیمه‌گران می‌توانند خطرات تا قبل از رسیدن به سطح آستانه کاهش دهند. اینترنت اشیا همچنین اطمینان حاصل می‌کند که توسعه محصول، صدور مجوز، فروش،

تحویل، توزیع و همچنین ادعاها و خدمات ارائه شده دقیقاً همان طور که توسط شرکت های بیمه ادعا می شود، وجود دارد. تکنولوژی اینترنت اشیا، مفهوم بیمه و مدیریت ریسک ساده و سریع را برای همه مشتریان ایجاد می کند.

بهبود کسب و کار از طریق اطلاعات دقیق

شرکت های بیمه متوجه شدند که با استفاده از متدولوژی IoT برای چگونگی تعامل با مشتریان آنها می توانند داده های خام مورد نیاز خود را برای کمک به ایجاد افزایش سودآوری کلی جمع آوری کنند. در حالی که مشتریان کم خطرتر خود را با تخفیف و افزایش ارزش پیشنهاد خود به مصرف کننده (کمک اضطراری در راه، بازیابی وسایل نقلیه، هشدار تعمیر و نگهداری وسایل نقلیه و غیره) پاداش می دهند. اما این فقط آغاز است.

ایجاد یک تجربه Omnichannel بدون درز با استفاده از سنسورهای IoT

برای ایجاد یک تجربه بهتر برای مشتری، شرکت ها از سنسورهای اینترنت اشیا^۱ برای جمع آوری و به اشتراک گذاشتن تنظیمات مشتری استفاده می کنند و یک استراتژی بدون درز^۲ ایجاد می کنند. بیمه گران می توانند از راه حل های IoT برای درک بهتر رفتار خرید گروهی و فردی استفاده کنند و تجزیه و تحلیل دقیق تر به آنها اجازه می دهد تا براساس تقاضای مشتریان خدمات و محصولاتی را که می خواهند ارائه دهند.

برای تجربه های شخصی تر، مشتریان می توانند زمانی که با یک بیمه گر ارتباط برقرار می کنند، نمایه تلفن همراه خود را به اشتراک بگذارند. این مشابه برنامه های وفاداری در بازار خرده فروشی است. این استراتژی ۳۶۰ درجه ای از مشتری را ارائه می دهد و آنها را در مورد چرخه خرید بیمه، خدمات سرمایه گذاری، شفافیت در پرونده بیمه و ادعاهای خدماتی آموزش می دهد.

اهمیت تأمین امنیت IoT برای بیمه گران

با افزایش تروریسم سایبری، شرکت های بیمه به دنبال استفاده از داده های IOT برای حمایت از شاخص های کلیدی تهدید جهانی با پیوستن به تجارت و محصولات نقض سایبری هستند. تهدیدات سایبری خرده فروشان را به خطر می اندازند و اطلاعات قابل شناسایی شخصی را در معرض خطر قرار می دهند. بیمه های سازمانی و متوسط به دنبال راه هایی برای تثبیت اطلاعات ریسک سایبری به نمره، شبیه به یک رتبه اعتباری، برای نشان دادن چگونگی بهترین سیاست های نقض سایبر را تضمین می کنند. شرکت های بیمه به دنبال معیارهای خودکار برای نشان دادن تهدید سایبری بیمه گذار هستند و به مدیریت این خطرات در سطح شخصی و تجاری کمک می کنند.

مزایای به کارگیری اینترنت اشیا در صنعت بیمه

روش پرداخت خسارت بیمه در طول چندین دهه، هیچ تغییری را تجربه نکرده. مشتریان از وضع فعلی راضی نیستند. براساس گزارش اکسنجر^۳، ریزش مشتری به دلیل کاهش وفاداری و ارائه ی خدمات رسانی ضعیف، اتفاق می افتد. گسترش پدیده ای به نام اینترنت اشیا، این صنعت را تحت تأثیر قرار داده و شرکت های بیمه وادار به تغییر فرایند پرداخت شده اند.

1. IoT
2. Omnichannel
3. Accenture

مشتریان بیمه، در زندگی روزانه‌شان از فناوری استفاده می‌کنند و انتظار دارند که شرکت‌های بیمه نیز همین کار را انجام دهند. طبق نظرسنجی‌ها، تنها ۱۵ درصد از مشتریان، از خدمات دیجیتال شرکت بیمه‌گرشان ابراز رضایت کرده‌اند. در دنیای سریع و پیشرفته‌ی امروز، مشتریان می‌خواهند که در کوتاه‌ترین زمان ممکن به کارشان رسیدگی شود. روند پرداخت خسارت بیمه، هفته‌ها و ماه‌ها طول می‌کشد و همین امر، نارضایتی عمومی نسبت به صنعت بیمه را افزایش داده است.

به‌کارگیری اینترنت اشیا در صنعت بیمه به کارها سرعت می‌بخشد و عاملی تأثیرگذار در افزایش قدرت شرکت‌های بیمه است. به کمک اینترنت اشیا، دوران کاغذبازی‌ها به پایان می‌رسد و پرداخت خسارت بیمه با بازدهی بالایی انجام می‌گیرد. در این صورت، بیمه‌گذار نیازی به تکمیل فرم‌های بی‌شمار ندارد و تنها کاری که باید برای دریافت خسارت بیمه انجام دهد، این است که عکس گرفته و با استفاده از اپلیکیشن موبایلی، آن را به شرکت بیمه‌گر ارسال کند. تکنولوژی حسگر محیطی و بیومتریک، به کمک صنعت مدرن بیمه آمده است. شرکت بیمه‌گر با استفاده از این تکنولوژی می‌تواند میزان ریسک را محاسبه کرده و سیاست‌گذاری مناسبی را در پیش گیرد.

شرکت بیمه‌گر می‌تواند اطلاعاتی که از طریق اینترنت اشیا به دست آورده را مورد تحلیل و بررسی قرار دهد. این اطلاعات بسیار ارزشمند هستند و امکان ایجاد شناخت عمیق از بیمه‌گذار را فراهم می‌کنند. با استفاده از اطلاعات شخصی افراد، می‌توان به تعامل بیش‌تر با آن‌ها پرداخت و بسته‌های اختصاصی هر شخص را به او پیشنهاد داد. جای خالی چنین اقدامی، سال‌هاست که در صنعت بیمه احساس می‌شود.

نتایج به‌کارگیری اینترنت اشیا در صنعت بیمه، عبارت‌اند از: شناسایی آسان کلاهبرداری، ارائه بسته‌های سفارشی برای بیمه‌گذار و انجام برآوردهای اقتصادی دقیق.

مثال زیر، یکی از مزایای استفاده از اینترنت اشیا در صنعت بیمه را نشان می‌دهد:

وقتی که شخص بیمه‌گذار، خانه‌ی فعلی‌اش را به فروش می‌گذارد، شرکت بیمه‌گر از این موضوع مطلع می‌شود. این شرکت با بررسی علایق مشتری، خانه‌های مدنظر او را پیدا کرده و یک بیمه‌نامه‌ی جدید برای خانه‌ی خریداری‌شده پیشنهاد می‌دهد. همین اقدام، می‌تواند شامل بیمه‌ی خودرو و بیمه‌ی عمر نیز باشد.

مزایای به‌کارگیری اینترنت اشیا در صنعت بیمه، تنها در افزایش سطح رضایت مشتری خلاصه نمی‌شود. اینترنت اشیا به کاهش هزینه‌های شرکت بیمه‌گر نیز کمک می‌کند. اتوماسیون می‌تواند هزینه‌ی روند پرداخت خسارت بیمه را تا ۳۰ درصد کاهش دهد. در بسیاری از مواقع، این کاهش هزینه به نفع بیمه‌گذار تمام می‌شود. استفاده از دستگاه‌های متصل به اینترنت اشیا در صنعت بیمه باعث کاهش ۲۵ درصدی حق بیمه خواهند شد.

بسیاری از بیمه‌گران اعتقاد دارند که به‌کارگیری دستگاه‌های متصل به اینترنت اشیا در صنعت بیمه و جمع‌آوری اطلاعات بیمه‌گذار، از تلفات مالی و جانی بزرگ، ممانعت می‌کند. بیمه‌گذارانی که بتوانند احتمال وقوع حادثه مالی و جانی را کاهش دهند، مشمول تخفیف‌شده و حق بیمه‌ی کمتری را پرداخت خواهند کرد. دستگاه‌های متصل به اینترنت اشیا در بیمه‌ی درمانی، امکان مشاهده‌ی سطح سلامت افراد فراهم کرده‌اند؛ بدین ترتیب می‌توان بسته اختصاصی هر شخص را به او پیشنهاد داد و سیاست مناسبی را در پیش گرفت. بسیاری از شرکت‌های بیمه، برای کسانی که بیمه‌شان را به دستگاه متصل به اینترنت اشیا متصل می‌کنند، تخفیف ویژه‌ای در نظر می‌گیرند.

چالش‌های پیش رو

رشد و توسعه‌ی اینترنت اشیا در صنعت بیمه با چالش‌هایی نیز همراه بوده است. به‌عنوان مثال، مورد زیر را بخوانید: یک زن دانمارکی که به علت مصدومیت، بیمه‌ی ازکارافتادگی دریافت می‌کرده؛ اما اپلیکیشن ورزشی گوشی هوشمندش نشان داد که او بسیار فعال است و حرکات ورزشی سختی را انجام می‌دهد. در نتیجه، میزان پرداختی بیمه او به نصف کاهش یافت. همین نمونه و مثال‌هایی از این قبیل، شک و شبهه‌هایی را در بین مردم سطح جهان ایجاد کرد. مردم از این ناراحت بودند که اطلاعات شخصی‌شان به‌صورت آنلاین به اشتراک گذاشته‌شده و توسط شرکت‌های بیمه، علیه‌شان مورد استفاده قرار گرفته است. برای جلوگیری از بروز این مشکل، شرکت بیمه‌گر باید شفاف عمل کنند و شرایط و ضوابط مربوطه را با بیمه‌گذاران در میان بگذارند.

در کنار چالش‌های موجود، اغلب شرکت‌های بیمه‌گر اعتقاد دارند که اینترنت اشیا^۱، تحولی بزرگ در صنعت بیمه ایجاد خواهد کرد. این تکنولوژی، رویکردی آینده‌نگرانه را برای بیمه‌گذار به ارمغان آورده و سطح رضایتمندی او را افزایش می‌دهد. هم‌اکنون زمان این رسیده که تغییری عظیم در صنعت بیمه رخ دهد و اینترنت اشیا، می‌تواند عامل این تغییر بزرگ باشد.

بیمه‌ی خانه

محبوبیت خانه‌های هوشمند به راحتی افزایش پیدا نکرد چرا که صاحبان خانه‌ها تازه‌ترین دستگاه‌های اینترنت اشیا را تقاضا می‌کنند که دما و مصرف انرژی خانه را تنظیم کنند. سنسورهای خانه و دستگاه‌های متصل اینترنت اشیا نیز به خوبی بر بیمه‌ی صاحب‌خانه تأثیر دارند.

به‌عنوان مثال خانه‌هایی که به مکانیزم نظارت بر آب مجهز شده‌اند می‌توانند یک نشت کوچک آب را پیش از بیشتر شدن آن و دربرگرفتن کل خانه که موجب آسیب‌های چند هزار دلاری است، تشخیص دهند. اعلام احتمال وقوع یک فاجعه به صاحب‌خانه، از طریق ایمیل یا پیام کوتاه از یک درخواست خسارت سنگین جلوگیری می‌کند.

به‌طور مشابه دوربین‌های امنیتی و سنسورهای تشخیص حرکت نیز می‌توانند از ورود غیرمجاز پیش از وقوع یک سرقت جلوگیری کنند. با توجه به Safeguard the World، احتمال سرقت از یک خانه وقتی که خانه دارای هیچ سیستم امنیتی نباشد به میزان ۳۰۰ درصد افزایش می‌یابد.

تشخیص دهنده‌های آتش نیز با مشاهده‌ی یک شعله به صاحب‌خانه و آتش‌نشانی‌های محلی اطلاع می‌دهند، که می‌تواند پیش از اینکه کل خانه از بین برود خاموش شود، در نتیجه موجب کاهش هزینه‌های درخواست خسارت می‌شود. BIIntelligence بخش تحقیقاتی شرکت Business Insider تخمین زده است، یک خانه‌ی مجهز به تشخیص دهنده‌ی دود متصل که به صورت خودکار به آتش‌نشانی هشدار می‌دهد می‌تواند به صورت بالقوه مبلغ پرداخت بیمه را به‌طور متوسط ۳۵۰۰۰ دلار کاهش دهد.

بیمه‌ی عمر

بیمه‌گذاران بیمه‌های عمر به‌طور سنتی حق بیمه‌ی عمر را براساس سن فرد، تاریخچه‌ی پزشکی و عادات‌های مرتبط با سلامت، مانند سیگار کشیدن، که توسط متقاضی ارائه شده است، و ممکن است گاهی اوقات حقیقت را پنهان کند، تعیین می‌کنند. اما با استفاده از دستگاه‌های اینترنت اشیا پوشیدنی امروز، بیمه‌گذاران با جمع‌آوری اطلاعات پزشکی حیاتی مانند سطح قند خون، درجه‌ی حرارت و ضربان قلب می‌توانند دقیقاً میزان سلامت فرد را تعیین کنند.

به جای گروه‌بندی بیمه‌شده در یک گروه سنی که ممکن است سلامت واقعی این فرد را نشان ندهد، داده‌های اینترنت اشیاء یک تصویر دقیق از تناسب کلی فرد را فراهم می‌کنند. این اطلاعات، به نوبه‌ی خود، نشان‌دهنده‌ی میزان واقعی خطرات سلامت فرد و میزان طول عمر او است، که از این اطلاعات برای محاسبه‌ی حق بیمه استفاده می‌شود. مانند رانندگان ایمن، افراد سالم نیز با پرداخت حق بیمه‌ی کمتر پاداش خواهند گرفت.

علاوه‌بر محاسبات حق بیمه، داده‌های ارسال‌شده به ناظر سلامت اینترنت اشیاء به بیمه‌گذاران اجازه می‌دهد تا ایجاد تغییراتی در شیوه‌ی زندگی را پیشنهاد کنند، که سلامت فرد را بهبود می‌بخشد و بنابراین میزان پرداخت افراد سالم را کاهش می‌دهد. بیمه‌گذاران همچنین می‌توانند بر روند سلامت فرد که در طول زمان تغییر می‌کند، نظارت کنند، که این مورد هم می‌تواند بر نرخ‌گذاری بیمه‌های عمر تأثیر بگذارد.

موسسه تحقیقاتی BI Intelligence به تازگی بررسی‌هایی را در این زمینه انجام داده است که نشان می‌دهد این روند رو به رشد است. این گزارش نشان می‌دهد شرکت‌های بیمه‌کننده‌ای مانند Progressi e Allstate و State Farm از اینترنت اشیا بهره می‌گیرند تا عادات رفتاری رانندگان مانند تغییر مداوم سرعت، شیوه رانندگی و زمانی از روز را که بیشتر صرف رانندگی می‌کنند، بررسی کرده و زیر نظر بگیرند. شرکت‌های بیمه‌گر انتظار دارند که استفاده از این تکنولوژی با امکان ارزیابی بهتر میزان خطر ایجاد شده توسط مشتریان، به کاهش هزینه‌های این شرکت‌ها منجر شود. برای مصرف‌کنندگان اما این کار با فرض اینکه رانندگی خوبی داشته باشند، به معنای دریافت پاداش و در نتیجه پرداخت حق بیمه کمتر خواهد بود.

رایج‌ترین راه برای بررسی رفتار رانندگان، استفاده از دانگل‌های تشخیصی^۱ داخل خودرو یا قابل نصب است که تحلیل‌هایی را درباره عادت‌های رانندگان در هنگام رانندگی برای شرکت‌های بیمه‌کننده ارسال می‌کند. این دانگل‌ها به قسمتی در زیر فرمان خودرو نصب می‌شوند. کارشناسان موسسه BI Intelligence تخمین زده‌اند که در حال حاضر حدود ۱۵۵ میلیون خودرو در جاده‌های شمال آمریکا وجود دارند که با دانگل‌های تشخیصی سازگاری دارند و از آنها بهره می‌برند. این کارشناسان انتظار دارند که این تعداد خودرو به سرعت افزایش یافته و مدل‌های جدید خودروهای تولیدی در کارخانه به این دانگل‌ها تجهیز شوند. این گزارش نشان می‌دهد که شرکت‌های بیمه‌کننده خودرو در حال به‌کارگیری پلت‌فرم‌های بیمه مبتنی بر میزان استفاده و خطر رانندگان (UBI) هستند و این روند به سرعت در حال فراگیر شدن است. کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند که تا سال ۲۰۲۰ بیش از ۵۰ میلیون راننده در آمریکا از بیمه‌های مبتنی بر پلت‌فرم‌های UBI استفاده کنند.

شرکت‌های بیمه‌کننده خودرو این فرصت را در اختیار رانندگان قرار می‌دهند که با اجازه به این شرکت‌ها برای کنترل و بررسی رفتار رانندگی آنها، حق بیمه کمتری به آنها پردازند. با این اوصاف تکنولوژی‌های اینترنت اشیا می‌توانند تحول بزرگی در صنعت بیمه خودرو ایجاد کنند. این در حالی است که کارشناسان و تحلیلگران معتقدند که اینترنت اشیا می‌تواند به دیگر انواع بیمه‌ها هم برای کاهش احتمال و در نهایت کاهش هزینه‌ها کمک کند.

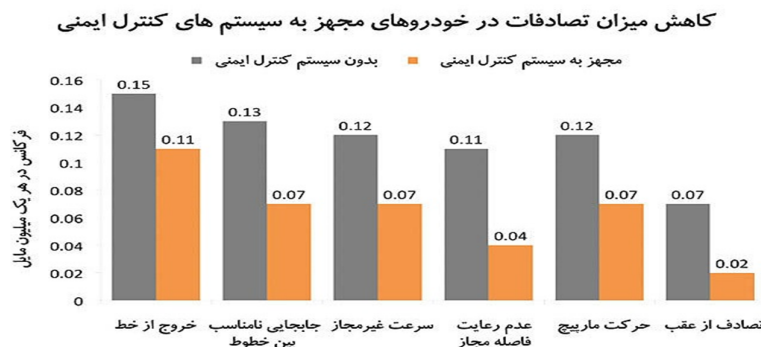
شرکت‌های بیمه‌کننده منازل هم در حال تشویق و ترغیب مشتریان به نصب ابزارهای دیجیتال قابل اتصال به اینترنت هستند تا خطر آسیب رسیدن به اموالشان را به حداقل برسانند. تحلیل‌ها و بررسی‌های مبتنی بر تکنولوژی‌های اینترنت اشیا می‌تواند برای پیش‌بینی اتفاقات آینده مانند الگوهای آب و هوایی خطرناک و بلایای طبیعی هم مورد استفاده قرار بگیرند. این روند به شرکت‌های بیمه‌کننده کمک می‌کند تا بتوانند سیاست‌های قیمت‌گذاری بهتری برای خدمات بیمه‌ای خودشان در نظر گرفته و قدرت پیش‌بینی و آمادگی بیشتری را برای مشتریان فراهم کنند.

کاربرد اینترنت اشیا IOT در بیمه خودرو UBI

مشکل اصلی که در این حوزه وجود دارد، این است که در محاسبه نرخ حق بیمه پایه، فقط ویژگی خودرو در نظر گرفته می شود و عواملی چون رفتار رانندگی، شرایط آب و هوایی و نوع جاده نادیده گرفته می شود. به عبارت دیگر، این نوع روش در تعیین حق بیمه ناعادلانه است از آن جهت که طیف وسیعی از رانندگان در سطح یکسانی قرار می گیرند که باعث می شود در حق رانندگان کم ریسک اجحاف شود و رانندگان پر ریسک را منتفع سازد. (شکل ۳)

شرکت های بیمه ای در حال حرکت به سوی هوشمندسازی بیمه ها و یا بیمه های مبتنی بر نوع کاربری (UBI) هستند که مزایای بسیاری را هم برای آنان و هم برای مشتریان به همراه دارد. مهم ترین منبع هزینه و درآمد شرکت های بیمه از بخش حمل و نقل تامین می گردد. بنابراین، بهینه کردن روش های سنجش رفتار رانندگان در ارزیابی بهتر ریسک ها و تعیین دقیق تر حق بیمه ها می تواند بسیار مؤثر باشد. از سوی دیگر، به دلیل مزیت هایی که هوشمندسازی بیمه برای مشتریان به همراه دارد، می تواند سبب استقبال بیش از پیش آنها به سمت بیمه های غیر اجباری شود. بر این اساس، نمره رفتار رانندگی باید بر مبنای سابقه و رفتار رانندگی او و نیز فاکتورهای محیطی چون آب و هوا تعیین شود. حق بیمه در این نوع بیمه ها براساس داده های ارسالی از تجهیزات هوشمند قرار گرفته شده در وسیله نقلیه تعیین می گردد. این مدل براساس یک منطق بسیار ساده استوار است، هر چه رانندگان الگوی رفتاری بهتری داشته باشند، حق بیمه کمتری پرداخت می کنند.

شکل ۳



منافع شرکت های بیمه با ارائه خدمات UBI عبارت اند از:

قیمت گذاری دقیق و عادلانه حق بیمه ها: نصب تجهیزاتی درون خودرو و ارسال نتایج تحلیل داده ها به شرکت بیمه در جهت ارزیابی بهتر رفتار مشتری و تعیین قیمت های حق بیمه متناسب با رفتار راننده

ارایه محصولات و خدمات متمایز و شناساندن بهتر برند در میان مشتریان

افزایش رضایت و وفاداری مشتریان

دریافت اطلاعات دقیق تر طی مراحل اولیه صدور بیمه نامه

افزایش احتمال ارتقاء رفتارهای رانندگی

منافع مشتریان عبارت اند از:

امکان استفاده از یک بیمه هوشمند جدید متناسب با نیاز و رفتار مشتری

تعیین عادلانه تر حق بیمه ها مبتنی بر روش UBI نسبت به بیمه های سنتی

افزایش تعداد گزینه ها و انواع مختلف بیمه ها با قیمت های متفاوت

افزایش توجه پذیری ردیابی شدن از طریق تجهیزات شرکت های مخابراتی یا OEM ها برای مشتریان

مسیر پیش رو

بخش بیمه تا کنون یک رویکرد سازگار با دگرگون سازی ایجاد نکرده است. اکنون وقت آن رسیده است که مدیران به آینده فکر کنند، نوآوری را مرکز توجه استراتژی شان قرار دهند و مشخص کنند که می خواهند تا چه اندازه در اکو سیستم اینشورتک مشارکت کنند. در انبوه رویه های در حال تغییر، شرکت های بیمه باید آماده باشند تا این تحول را بپذیرند و با جدیت به تحولات ناشی ناشی از ظهور اینشورتک بپردازند عادات مشتریان به سرعت توسعه می یابد و مشتریان هر چه بیشتر انتظار دارند پیشنهادهای بیمه ای مطابق با نیازهای ویژه آنها باشد.

امنیت سایبری^۱، حریم خصوصی، قانون گذاری، استانداردها، آدرس های اینترنتی، اینترنت پرسرعت، بی طرفی شبکه و ریزساخت های فنی از مهم ترین چالش های فراوری توسعه اینترنت اشیا هستند که برای بهره گیری بهتر از این فناوری باید راهکارهای لازم برای رفع آنها اتخاذ شود.

نتیجه

شرکت های بیمه گر و اینشورتک ها، یک وظیفه ی مشترک دارند و آن، ترویج اعتماد به تکنولوژی جدید، هوش مصنوعی و یادگیری ماشین است. اگر ما واقع می خواهیم که بال های صنعت بیمه را به جنبش درآوریم و تجربه ی دیجیتال را به مشتری عرضه کنیم، اولین گام این است که تأثیر تکنولوژی را با دقت مورد ارزیابی قرار داده و از شفاف بودن همه چیز اطمینان حاصل کنیم.

شرکت های بیمه برای پذیرش اینشورتک باید گام های پیوسته زیر را بردارند:

- اکتشاف
- شراکت استراتژیک
- درگیر شدن در اینشورتک
- توسعه محصول جدید

پیشرفت های سریعی که در تکنولوژی آینده رخ خواهند داد، تغییراتی انقلابی را در صنعت بیمه رقم خواهند زد. آن دسته از شرکت های بیمه ای که تکنولوژی جدید را با هدف تولید محصولات جدید، یادگیری شناختی از منابع داده ی جدید، ساده سازی فرآیندها و کاهش هزینه ها به کار بگیرند و انتظارات مبتنی بر شخصی سازی و انطباق پذیری پویای مشتری را برآورد کنند، پیروز میدان خواهند بود. مهم تر از همه، ذکر این نکته است که تمرکز بر تولید فرصت از تکنولوژی و عدم موضع گیری برابر آن، امکان درخشش در صنعت بیمه در سال ۲۰۳۰ میلادی را مهیا خواهد ساخت.

اینترنت اشیا کمک خواهد کرد تا با دنیا معاشرت کنیم و در جهتی گام برداریم که شاید در حال حاضر برایمان به سختی قابل تصور باشد. امروزه، همه مردم از طریق اینترنت با هم در تماس هستند، اما با این فناوری، اشیا نیز به این حلقه اتصال خواهند پیوست.

سه مشکل اساسی ایده اینترنت اشیا را تهدید می کند؛ نقض حریم شخصی، اتکای بیش از اندازه بر فناوری و فقدان شغل. اینها مشکلاتی هستند که همیشه وقتی همه چیز بر عهده اینترنت گذاشته می شود، وجود دارند.

دیگر مشکل اینترنت اشیا، اتکای بیش از اندازه بر فناوری است. با پیشرفت زمان، نسل کنونی با دسترسی آسان به اینترنت و فناوری رشد یافته است. هرچند، تکیه بر اینترنت و گرفتن تصمیم بر مبنای اطلاعاتی که در آن وجود دارد، می‌تواند دردسر بیافریند، زیرا هیچ سیستمی بی‌اشکال نیست. همیشه اشکالاتی وجود دارد که به‌طور مداوم در ارتباط با فناوری رخ می‌دهد، مخصوصاً وقتی پای اینترنت هم در میان باشد.

منابع

۱. قیصری، م و خوشوقت، ع (اینترنت اشیا)
۲. نیلفروشان، امیرحسین، ۱۳۹۵، کاربرد اینترنت اشیا در صنعت بیمه با رویکرد عملیاتی ماینیتورینگ، کنگره بین‌المللی توانمندسازی جامعه در حوزه مدیریت، اقتصاد، کارآفرینی و مهندسی فرهنگی، تهران، مرکز توانمندسازی مهارت‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه، https://www.civilica.com/Paper-SPCONF01-SPCONF01_045.html
۳. اندرسون، ن، ۱۳۹۶ (اینشور تک) راه پرداخت
۴. جهانگیری، محمد؛ محمدرضا احمدی ورزنده و محمد نادری دهکردی، ۱۳۹۳، کاربرد داده کاوی در صنعت بیمه و دسته‌بندی مشتریان، همایش ملی مهندسی رایانه و مدیریت فناوری اطلاعات، تهران، شرکت علم و صنعت طلوع فرزین، https://www.civilica.com/Paper-CSITM01-CSITM01_026.html
5. M. Guizani, M. Mohammadi, M. Aledhari, M. Ayyash A. AlFuqaha, "Internet of Things: A Survey on Enabling Technologies, Protocols and Applications ," IEEE, 2015.
6. The financial brand, 2016, Top 5 Insurtech Trends for 2017. Available through <https://thefinancialbrand.com/62732/insurance-technology-insurtech-trends/>
7. Banham, Russ. 2017. Investing in the Insurtech Toolbox. Available through <http://www.rmmagazine.com/2017/06/01/investing-in-the-insurtech-toolbox/>
8. Jeff Zurschmeide, "Auto insurers desperately want your driving data, but should you give it to them?", Digital Trends, January 19, 2016, www.digitaltrends.com/cars/how-elmatics-may-affect-your-auto-insurance-rates/.
9. Dan Worth, "Business IoT uptake will see 38 billion devices deployed by 2020," July 28, 2015, www.v3.co.uk/v3-uk/news/2419541/business-iot-uptake-will-see-38-billion-devices-eployed-by-2020
10. Supriya Porwal, "How Internet of Things is modernizing agriculture landscape?", Credencys, December 2015, www.credencys.com/blog/how-internet-of-things-is-modernizing-agriculture-landscape.html.
11. Ernst & Young, 2016. Insurtech: assembled for takeoff? The German Insurtech universe and its disruptive potential, [e-book]. available through: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-the-disruptive-potential-of-german-insurtech/\\$FILE/ey-the-disruptive-potential-of-german-insurtech.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-the-disruptive-potential-of-german-insurtech/$FILE/ey-the-disruptive-potential-of-german-insurtech.pdf)
12. Oliver Wyman, 2016. InsurTech in Deutschland: InsurTech Radar