

ISSN:2588-5820 - فصلنامه اقتصادی - Financial News

Website: www.ifnn.ir

شماره ۳۳، آذر ۱۴۰۱

پارسی - English

بها: ۲۰۰۰۰۰۰ ریال - 2Euro

فصلنامه اخبار مالی

دیجیتال تغییرات پیوند

۵ عنصر کلیدی یک تحول دیجیتال موفق
بیمه های سایبری، چالش ها و پیامدها
ریسک های بزرگ در صنعت بیمه
سالها در خلاء حرکت کرده ایم!
چگونه بیمه ها سبز می شوند؟

همیشه بیمه سینا در دسترس

تمدید و صدور آنلاین بیمه نامه

مشاهده مراکز طرف قرارداد

معرفی انواع بیمه نامه




بیمه سینا

ارتباط مشتری: ۰۲۱ ۲۸۰۷

چون شما مهم هستيد!

گامی مهم در حوزه ارائه خدمات آنلاین بیمه البرز

صدور آنلاین بیمه نامه

پرداخت آنلاین حق بیمه

ارزیابی آنلاین خسارت

خدمات آنلاین پزشکی

خدمات آنلاین مشاوره بیمه ای

استعلام اصالت بیمه نامه

ارتباط با باشگاه مشتریان



و سایر خدمات آنلاین دیگر در

آپ "یاقوت البرز"



بیمه البرز

۱۳ آذر ماه روز بیمه گرامی باد

www.alborzinsurance.ir
alborzinsuranceco

امور مشتریان: ۱۵۷۴



بیمه تعاون

بیمه باربری، کشتی و هواپیما



■ ارائه دهنده کلیه خدمات بیمه ای در رشته های باربری، دریایی و هوایی در اسرع وقت ■ ارائه مشاوره رایگان جهت انتخاب بهترین پوشش ها ■ امکان ارائه انواع پوشش های بیمه ای در خارج از مرز های جمهوری اسلامی ایران برای بیمه گذاران خارجی و ایرانی ■ فعالیت به عنوان بیمه گر خوشنام در عرصه های بین المللی ■

مرکز ارتباط | ۱۶۰۲
بیمه تعاون | بدون پیش شماره





بیمه مستمري نوین
راهی به سوی سود مستمر

بیمه عمر و تشکیل سرمایه روی زندگی سرمایه گذاری کن



با اسکن QR Code بیمه نامه خود را دریافت کنید.

گل گهر

رویش باورها در دل کویر



شرکت آهن و فولاد گل گهر

GOLESTAN IRON & STEEL COMPANY

روابط عمومی و امور بین الملل

www.geg.ir

به نام خداوند جان و خرد



فصلنامه اخبار مالی

شماره سی و سوم ♦ آذرماه ۱۴۰۱

www.ifnn.ir

www.akhbaremaili.ir

Email: iranpo@gmail.com

Instagram: polimalinevs

Aparat: POLIMALI

مدیر مسئول و سردبیر: جاوید رنجبر فرد شیرازی
همکاران تحریریه: الهام حدادی، مریم شیرازی، مریم حسینی،
ایمان ایزدی مقدم
صفحه آرا: فرزین جم
نماینده مجله در اصفهان یزد و کرمان: افشین سلیمانی سالار
چاپ و صحافی: آویژه هنر
مدیر بازرگانی: کبری صدقی

نشانی دفتر مجله: تهران، خیابان فاطمی،
خیابان باباطاهر، کوچه کیوان، پلاک ۲۱، طبقه سوم، واحد ۹
کد پستی: ۱۴۱۴۶۵۳۴۵۵
تلفن: ۸۸۸۵۴۵۲۲ و ۸۸۸۵۴۵۲۳

حامیان این شماره



فهرست

- ۹..... سرسختن، صنعت بیمه نیازمند پایداری و تاب‌آوری بالاست.
- ۱۰..... پنج عنصر کلیدی یک تحول دیجیتال موفق.....
- ۱۴..... چگونه بیمه‌ها سبز می‌شوند؟.....
- ۱۸..... بیمه‌های سایبری، چالش‌ها و پیامدها.....
- ۲۰..... خیز بلند ایران معین در ایفای رسالت و نقش جدید.....
- ۲۱..... ریسک‌های بزرگ در صنعت بیمه.....
- ۲۳..... هوشمندسازی لازمه توسعه بیمه‌های زندگی.....
- ۲۴..... جدیدترین محصولات و خدمات دانش‌بنیان و نوآورانه بیمه پارسیان.....
- ۲۶..... سه چالش و سه راه‌حل پیش روی صنعت بیمه.....
- ۲۸..... سال‌ها در خلأ حرکت کرده‌ایم.....
- ۲۹..... مرور فعالیت‌های زیست‌محیطی پتروشیمی بوعلی سینا.....
- ۳۰..... حضور پتروشیمی خلیج فارس در بیستمین نمایشگاه بین‌المللی محیط زیست.....
- ۳۵..... Corporate Social Responsibility in Corporate Strategies of SDGs
- ۳۶..... The Global Prospects and Policies

استفاده از مطالب فصلنامه اخبار مالی با ذکر منبع آزاد است.



سرخن



جاويد رنجبر فرد شیرازی >

صنعت بیمه نیازمند پایداری و تاب‌آوری بالاست

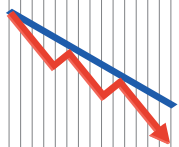
صنعت بیمه در برابر سرعت بالای تغییرات در جهان قرار گرفته است. بروز بیماری همه‌گیر، افزایش نرخ تورم، بروز خشکسالی گسترده در سطح وسیعی از کشور و همزمان بروز سیل‌های ویرانگر در بخش‌هایی دیگر و دگرگونی در فناوری‌های زنجیره تامین صنعت همراه با افزایش رقابت و همزمان مقاومت بازارها در ارائه فرصت جهت بازار بانی محصولات و... باعث ایجاد چابگی‌هایی در اولویت بندی شاخص‌ها در راهبرد فعالیت شرکت‌های بیمه شده است. رویکرد اقتصاد پایدار نسخ‌ای است که کارشناسان برای حضور در این فضای در حال تحول پیچیده‌اند. در اقتصاد پایدار شرکت‌ها به‌گونه‌ای عمل می‌کنند که فعالیت آنها کمترین ضرر و زیان را نسبت به محیط زیست داشته و دسترسی نسل‌های آتی را به منابع مورد نیاز جهت تحقق یک زندگی سالم تضمین نماید. در این راستا اعمال شاخص‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی ESG در عین شفافیت به‌عنوان رویکرد فراگیر در حال رشد و توسعه بوده است.

در شرایط جدید، صنعت بیمه به‌عنوان بخش خدماتی بالادستی نقش تعیین‌کننده را در تمامی بخش‌های اقتصاد کشور از مرحله طراحی تا تولید و عرضه بازی می‌کند از این رو لازم است تا هر چه سریع‌تر خود را با وضعیت موجود وفق داده ابزارها و بستر مناسب را برای هدایت دیگر شرکت‌ها جهت اعمال و به‌کارگیری شاخص‌های پایداری در راهبردهای خود فراهم آورند. شرکت‌های بیمه برای تحقق این امر نخست لازم است در راهبردهای خود مردم و کره زمین را در قلب ارزش آفرینی خود در نظر بگیرند تا شرایط را برای انتقال به موقعیت جدید مهیا سازند. کاهش ردپای کربن یکی از مهم‌ترین اهدافی است که صنعت بیمه می‌تواند در راستای تحقق آن بازسازی مانده‌ی شود. شرکت‌ها در قالب این صنعت و با کمک به انتقال زنجیره تامین سنتی به زنجیره تامین سبز در مسیر درست

قرار خواهند گرفت. شرکت‌های بیمه می‌توانند با تعیین اهدافی معنا دار در راستای تحقق هدف خالص صفر کربن، مشتری‌های خود را تشویق به حرکت در این مسیر کنند. توجه به‌میزان تولید کربن و تحقق اهداف پایداری از جمله کاهش مصرف مواد اولیه، افزایش بهره‌وری و اجرای اقتصاد چرخشی از طریق اعمال مشوق‌هایی برای کاهش ردپای کربن و یا مجازات‌هایی برای بی‌توجهی به انتشار گازهای گلخانه‌ای، در بیمه نامه‌ها و یا تولید بیمه نامه‌های جدید از جمله فعالیت‌هایی هستند که می‌توانند از سوی شرکت‌های بیمه مورد توجه جدی قرار گیرند. در رویکردی دیگر شرکت‌های بیمه لازم است حساسیت خود را نسبت به ریسک‌های فزاینده ناشی از تغییرات آب و هوایی افزایش دهند. ریسک‌های اقلیمی به سرعت و با قدرت در حال افزایش هستند و همه ساله خسارت‌های بسیار بزرگی را روی دست میلیون‌ها نفر می‌گذارد. برای مقابله با این تغییرات هولناک، شرکت‌های بیمه نه‌تنها می‌توانند با اعمال رویکردهای محدود همچون کار اداری بدون کاغذ و یا کاهش مصرف انرژی اداره‌ها و یا دفترهای وابسته به مدیریت بهتر ریسک‌های اقلیمی مدد برسانند بلکه همچنین با جهت‌دهی سرمایه‌گذاری‌های خود و دیگر فعالان اقتصادی در قالب فناوری‌های سبز، از جمله در بخش تولید انرژی پاک و یا بخش حمل‌ونقل پاک، نقش مؤثری را در کاهش تغییرات اقلیمی و در نتیجه کاهش ریسک پوشش‌های بیمه بازی کنند.

در راستای اهداف مزبور، می‌تواند فهرستی از محصولات و خدمات پایدار تهیه و منتشر شود تا از طریق آنها راه‌حل‌های بیمه‌ای گسترده و نوآورانه ارائه گردد. محصولات ارائه شده لازم است از نوآوری سبز در بخش‌ها و مناطق مختلف حمایت کنند. صنعت بیمه به‌ویژه در بخش اتکایی به‌صورت فردی و جمعی در هدایت و سرعت بخشیدن به‌گذار به سمت یک اقتصاد تاب آور و صفر خالص از طریق تعهد عمیق در کاهش ریسک، انعطاف‌پذیری در برابر بلایا و رخدادهای ناگوار نقش محوری ایفا می‌کند. برای تحقق بهتر این مهم افزایش جدی توانگری شرکت‌های بیمه امری ضروری است. همچنین در راستای کمک به محافظت از شرکت‌های کوچک و متوسط در برابر تأثیرات اقتصادی و اجتماعی در حال تحول تغییرات اقلیمی، از جمله تأثیرات رویدادهای جوی مکرر و شدید، ایجاد یک چارچوب از توانایی منحصر به‌فرد صنعت بیمه برای ترکیب یک محصول بیمه با خدمات مدیریت ریسک و پرداخت خسارت، به‌منظور افزایش آمادگی و محدود کردن اثرات این رویدادها می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. یکی دیگر از کنش‌هایی که صنعت بیمه در مقابل ریسک‌های سیستمی جدید می‌تواند مورد توجه دهد استفاده بیشتر از ابزارهای قابل استفاده در فضای مجازی هم در بخش فروش و هم در بخش پرداخت خسارت و هم در بخش‌های اداری در همراهی با فناوری واقعیت افزوده و هوش مصنوعی برای کاهش هزینه‌ها، کاهش اتلاف وقت و گسترش بازار است. شرکت‌های بیمه برای تحقق هر چه بیشتر این مهم نیازمند زیرساخته‌های قدرتمند نرم افزاری و سخت‌افزاری هستند. سرمایه‌گذاری در این بخش مقیاس‌های رقابت‌پذیری و ارائه خدمات شرکت‌ها را به‌شدت افزایش می‌دهد و آنها را برای اعمال واکنش در مقابل ریسک‌های فعال شده، سنسجش دقیق خسارت و البته حضور قوی در بازار آینده یاری خواهد کرد. □

تی
—
ب
Ω
ب
O
—
Ω
—
Z
O
Σ
S



Financia

آذرماه ۱۴۰۱

شماره ۳۲

IFNN.IR

اخبار مالی



پنج عنصر کلیدی یک تحول دیجیتال موفق

< ترجمه: کبری صدقی | منبع: <https://www.getsmarter.com>

داده‌های بزرگ و اتوماسیون متمرکز نیست. بلکه در مورد باز کردن قفل نوآوری و انعطاف پذیری با برافروختن و توانمندسازی سرمایه انسانی نیز مرتبط است. هر چند که متأسفانه، بیشتر شرکت‌ها به این امر دست پیدا نمی‌کنند: ۷۴ درصد از پروژه‌های تحول به دلیل عدم تجهیز افراد برای تغییر، به اهداف کامل خود دست پیدا نمی‌کنند.

پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۵ هزینه جهانی برای تحول دیجیتال به ۲.۸ تریلیون دلار برسد، اما تاکنون، تنها ۳۵ درصد از شرکت‌ها گزارش داده‌اند که به اهداف تحول خود دست یافته‌اند و بازدهی کامل از سرمایه‌گذاری کسب کرده‌اند. این اقلیت موفق توانستند با بهبود تجربه کارکنان خود، کاهش هزینه‌ها و افزایش درآمد از جریان‌های درآمدی موجود و جدید برای بهره‌مندی واقعی از تحول دیجیتال بهره‌مند شوند برای تحقق این مهم یک چارچوب دیجیتال راهبردی مورد نیاز است. این چارچوب باید شامل مراحل عملی باشد که با توجه به صنعت و نیازهای منحصر به فرد سازمان سفارشی‌سازی شده باشد. با درست کردن این موضوع، کسب‌وکارها می‌توانند ایده‌های خود را به‌طور انتقادی بررسی کنند و هرگونه مانع آینده را بهتر پیش‌بینی کنند. با تحقق این تحول کسب‌وکار و کارمندان از آن منتفع خواهند شد.

جهان در سال‌های اخیر شماره‌گیر دیجیتال را روشن کرده است. ما اغلب و برای مدت طولانی‌تری به اینترنت متصل می‌شویم، و این انقلابی در نحوه کار، خرید و گذراندن زمان استراحت ما ایجاد کرده است. از هر ۱۰ نفر، ۹ نفر فعالیت‌های آنلاین خود را افزایش داده‌اند، و این عادات رو به رشد دیجیتال، حیاتی‌ترین انطباق تجاری مورد نیاز برای موفقیت در آینده را برجسته کرده است: تحول دیجیتال. حتی در دوره‌های کاهش فعالیت اقتصادی جهانی در دوران یک‌ه تازی کووید-۱۹ منجر به افزایش تجارت الکترونیک و سرعت بخشیدن به تحول دیجیتال شد. بسیاری از فعالان بازار دیجیتال فعالیت‌های خود را ۲۰ تا ۲۵ برابر سریع‌تر کردند، در حالی برخی دیگر در یکپارچه‌سازی کار از راه دور ۴۲ برابر سریع‌تر حرکت کردند.

برای درک این خواسته‌ها، GetSmarter اخیراً ۵۸۰۸ متخصص از ۱۲۸ کشور را مورد بررسی قرار داده است. یافته‌های این نظر سنجی نشان داد که از درک متفاوت از تحول دیجیتال در همه صنایع و نقش‌های شغلی شروع شده است. این تحول تنها روی یکپارچه‌سازی و استفاده از آخرین فناوری‌ها، مانند یادگیری ماشین (ML)، هوش مصنوعی (AI)،



فاقد فرهنگ تحول فراگیر باشد یا کارکنان در برابر تغییر مقاوم باشند، دستیابی به تهیه فرایندهای جدید چالش برانگیز خواهد بود. پس از اینکه فناوری و تفسیر منحصر به فرد و مشخص تحول دیجیتال تعریف و برای کسب و کار روشن شد، گام بعدی ایجاد یک راهبرد بلندمدت و خاص صنعت با ذهنیت دیجیتال است. این احساس هدفی روشن و پر انرژی به کل سازمان می‌بخشد و دست اندرکاران را همسو می‌کند و هر کارمندی را تشویق می‌کند تا با هم در جهت اهداف عملی و دست یافتنی فعالیت کنند.

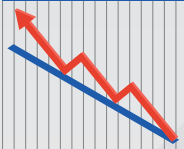
۲- یک راهبرد یکپارچه ایجاد کنید

اهمیت این دو مرحله اول را نمی‌توان نادیده گرفت: تنها ۵۹ درصد از کسب و کارها برای ایجاد یک راهبرد دیجیتال واقعا یکپارچه بر همه موانع غلبه می‌کنند. این یک چشم‌انداز روشن است که توسط مجموعه‌ای از اهداف راهبردی و اهداف با تحول پایدار پشتیبانی می‌شود. پس موفقیت به کاربرد عملی راهبرد و راهبری یکپارچه‌سازی متکی است. نتایج حاصل از تحقیقات نشان می‌دهد که بیشترین فشاری که سازمان‌ها در جریان فرایند تحول با آن برخورد می‌کنند از ادغام در سیستم‌ها و فرایندها ناشی می‌شود.

در اینجا پنج عنصر کلیدی مورد نیاز برای ساختن یک چارچوب دیجیتال موفق را مرور می‌کنیم.

۱- اهداف روشن را تعریف کنید

برای ایجاد یک چارچوب سفارشی، براساس اهداف و راهبرد بلندمدت، باید دقیقا تعریف کنید که تحول دیجیتال برای شرکت و کارمندان خود چه معنایی دارد. تحقیقات GetSmarter نشان داد که هیچ درک مشترک یا استاندارد پذیرفته شده جهانی در این باره وجود ندارد: نتایج بررسی ۱۹ تفسیر مختلف را نشان می‌دهد. برای افزودن به این عدم قطعیت، این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که تحول دیجیتال به‌طور مرتب با دیجیتال‌سازی و دیجیتال شدن اشتباه گرفته می‌شود، که اولی انتقال از سیستم آنالوگ به دیجیتال است و دومی جمع‌آوری داده‌ها، فرایندسازی و تصمیم‌گیری براساس نظام دیجیتال است که درون یک سیستم عمل می‌کنند. این تفاسیر مختلف منجر به اهداف متفاوتی در بین رهبران و مدیران می‌شود و باعث ناهماهنگی در اقدامات و نتایج می‌شود. اگر اهداف تحول دیجیتال مبهم باشد یا به‌درستی ابلاغ نشود، نتیجه نهایی عدم همسویی و شکست در چشم‌دینفعان خواهد بود. همچنین، اگر سازمان

S
M
W
T
F
S
S
S
S
S
S
S
S
S
S

یکی از اشتباهاتی که به طور معمول شرکت‌ها در این حوزه مرتکب می‌شوند این است که به جای ایجاد یک راهبرد کل نگر با هدف تبدیل کامل کسب و کار خود در تمام سیستم‌ها و فرایندها، بر فناوری‌های خاص برای بهبود عملیات کلی تمرکز می‌کنند.

به طور مشابه، شکست دگرگونی‌های دیجیتال اغلب از سوی شرکت‌ها به دلیل لایه‌بندی فناوری‌ها روی فرایندهای شکست خورده و نیمه کاره و همچنین سرمایه‌گذاری روی تیم‌هایی که در برابر تغییر مقاوم هستند رخ می‌دهد. رهبران می‌توانند نتایج تحول کسب و کار را با توسعه راهبردهای یکپارچه‌ای که با یک فرایند هدف محور و مدیریت تغییر طراحی سازمانی شروع می‌شود، بهبود بخشند. میسایک پیسکورسکی، Misiek Piskorski، استاد راهبرد دیجیتال، تجزیه و تحلیل و نوآوری در مؤسسه توسعه مدیریت (IMD) می‌گوید: «در تحول دیجیتال همه چیز برای افزایش مشتری محوری از طریق فناوری صورت می‌پذیرد.»

در زمینه تحول دیجیتال، یکپارچه‌سازی سیستم (SI) حیاتی است، زیرا پاسخ گرفتن از فرایند نهایی مستلزم اتصال همه سیستم‌های فناوری اطلاعات، فناوری‌ها، برنامه‌ها و نرم‌افزارهای یک شرکت است به طوری که آنها به عنوان یک سیستم واحد عمل کنند. یکپارچه‌سازی سیستم، کل زیرساخت کسب و کار را به هم متصل می‌کند و قابلیت همکاری بین ابزارهای مختلف را امکان پذیر می‌کند. این فرایند می‌تواند سرعت جریان انتقال اطلاعات را افزایش دهد، هزینه‌های عملیاتی را کاهش دهد، بهره‌وری را بهبود بخشد، ارتباطات منسجمی را ارائه دهد، در هزینه‌ها صرفه‌جویی کند و حتی فروش را افزایش دهد.

افزایش پروژه‌های تحول دیجیتال باعث شده است که صنعت یکپارچه‌سازی دیجیتال بسیار سریع رشد کند به ترتیبی که کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند ارزش بازار در سال ۲۰۲۵ به ۵۳۰ میلیارد دلار خواهد رسید که دو برابر ارزش سال ۲۰۱۵ است. هنگامی که چشم‌انداز، اهداف و نقشه راه خود را مشخص کردید، شش نقطه بازرسی وجود دارد که می‌توانید برای سنجش اثربخشی یک راهبرد از آنها استفاده کنید - نشان داده شده است که آنها شانس موفقیت را از ۳۰ درصد به ۶۰ درصد افزایش می‌دهند:

با درک توسعه راهبردک، برنامه کاربردی و مدیریت تغییر در این دوره کوتاه آنلاین از دانشکده مدیریت آموزش اجرایی بیبل، تحول دیجیتال موفق را دنبال کنید.

۳- الهام‌بخشی تغییر فرهنگ از طریق رهبری

رهبری دیجیتال تاکنون هرگز به این اندازه حیاتی نبوده است. تصمیم‌گیرندگان باید تکنیک‌های جدیدی را برای رهبری و حمایت از نیروی کاری متشکل از کارمندان تمام وقت، ابزارهای هوش مصنوعی، فریلنسرها و کارگران از راه دور بیابند. رهبران باید با سبک رهبری

خود خلاق و چابک باشند و در عین حال راه‌هایی را بیابند که برای یک محل کار در حال تحول بهترین فعالیت را انجام دهند.

نظرسنجی GetSmarter نشان می‌دهد که دو عنصر اساسی برای موفقیت در تحول دیجیتال، رهبری قوی و مدیریت تغییر مؤثر است. در مجموع، آنها اطمینان حاصل می‌کنند که همه کارمندان الهام گرفته، انگیزه دارند و با برنامه کسب و کارشان برای تحول دیجیتال هماهنگ هستند. رهبری حوزه‌ای است که برای چنین پروژه‌هایی مورد بررسی قرار می‌گیرد: تحقیقات نشان می‌دهد که راهبرد و رهبری دومین حوزه فشار بالا برای پاسخ‌دهندگانی است که در تلاش برای اجرای طرح‌های تحول هستند.

یکی از بزرگ‌ترین اهداف برای رهبران یک سازمان این است که بفهمند تحول دیجیتال در کارمندان نه تنها در مورد استفاده از فناوری جدید، بلکه در مورد الهام‌بخشیدن و ایجاد انگیزه در آنها تا چه حد مؤثر بوده است. از تخصصانی که در تحقیق GetSmarter مورد بررسی قرار گرفتند، ۳۵ درصد معتقدند تحول دیجیتال یک تغییر مردم محور است و ۳۲ درصد فکر می‌کنند که یک تغییر مبتنی بر فناوری است.

موفقیت دیجیتال متکی به غلبه بر موانع انسانی جهت تغییر است. این تغییر شامل ایجاد انگیزه در کارمندان برای تجسم مجدد روش‌های کاری است که مدت‌هاست بر آنها تکیه کرده‌اند و به آنها نشان می‌دهد که فناوری می‌تواند به شغل آنها کمک کند، نه اینکه مانع آنها شود. جورج وسترن، دانشمند پژوهشی اصلی برای یادگیری نیروی کار در MIT، توضیح می‌دهد که چرا رهبری و مدیریت تغییر بسیار حیاتی هستند:

او معتقد است که هم‌اکنون دگرگونی دیجیتال کمتر یک مشکل دیجیتال و بیشتر یک مشکل رهبری است.

حل این چالش‌های مبتنی بر افراد مسئولیت رهبری است و به توانایی ایجاد تغییر در مقیاس نیاز دارد. رهبری باید با کمک استعدادها در موقعیت‌های حساس ترکیب شود، زیرا هرگز فردی وجود ندارد که همه دانش و توانایی لازم را داشته باشد.

تحقیقات GetSmarter نشان می‌دهد که مهارت‌هایی که انتظار می‌رود در سه سال آینده بیشترین تغییر مثبت را داشته باشند، برنامه‌ریزی راهبردی، هوش فرهنگی و مدیریت تغییر هستند. این حوزه‌ها نشان می‌دهند که تحول دیجیتال نه تنها تغییر در فناوری، بلکه تغییر در فرهنگ سازمان است و برای موفقیت هر نوع انتقال، رهبران باید یک برنامه تحول قوی داشته باشند. با این حال، رهبران باید اکوسیستم دیجیتال و امکانات آن را نیز درک کنند. با درک مؤثر پیچیدگی‌های تحول دیجیتال، آنها می‌توانند اعتماد به نفس لازم را برای سرمایه‌گذاری در راهبردها و قابلیت‌های تحول دیجیتال ایجاد کنند که عملکرد مستمر را ممکن می‌سازد.

۴- سازگاری و چابکی را بپذیرید

نتایج حاصل از تحقیق تحول دیجیتال نشان می‌دهد که ۶۶ درصد از پاسخ‌دهندگان در شش تا دوازده ماه پیش از پرسشگری مقدار قابل توجهی اختلال را تجربه کرده‌اند. تغییرات اجباری ناشی از همه‌گیری سال‌های اخیر همه را به هم به صورت فردی و هم درباره محل کار تحت‌تأثیر قرار داده است و به‌نظر نمی‌رسد روند تغییر الگوهای کاری و فناوری‌های نوظهور به این زودی‌ها کند شود. همچنین تحول دیجیتال از یک هدف عالی و خوب به یک ضرورت عملیاتی تبدیل شده است.

ساتیا نادلا، مدیرعامل مایکروسافت در این باره می‌گوید: «در طول سال گذشته، هیچ حوزه‌ای به اندازه روش کار ما دچار تحول نشده است. ما باید بهره‌وری را بسیار گسترده‌تر تعریف کنیم که شامل همکاری، یادگیری و رفاه برای پیشبرد پیشرفت شغلی برای همه کارکنان، از جمله کارکنان خط مقدم و تازه کارها، و همچنین برای فارغ‌التحصیلان جدید و کسانی که امروز به‌عنوان نیروی کار شمرده می‌شوند. همه اینها باید با انعطاف پذیری در زمان، مکان و نحوه کار افراد انجام شود.» پژوهش GetSmarter این را تأیید می‌کند زیرا پاسخ‌دهندگان تأکید کردند که سازگاری و چابکی مهارت‌های بین فردی ارزشمندی برای آینده فوری و بلندمدت هستند.

چابکی یادگیری یکی از اجزای دیجیتالی‌شدن است - کارکنان می‌توانند از تجربیات بیاموزند و دانش جدید خود را در موقعیت‌های منحصر به فرد و چالش برانگیز به کار گیرند. مدیرانی که سطح بالایی از چابکی یادگیری دارند، پنج برابر بیشتر احتمال دارد که به‌شدت درگیر بمانند، و شرکت‌هایی با افراد به‌خصوص چابک ۲۵ درصد حاشیه سود بیشتری دارند. آمادگی برای یادگیری و تغییر به این معنی است که فرصت‌های جدید سریع‌تر پذیرفته می‌شوند. جین راس، محقق اصلی در مرکز تحقیقات سیستم‌های اطلاعاتی MIT، می‌گوید: «دیجیتال شدن، جریان‌های درآمدی جدیدی را با بدتر شدن جریان‌های درآمد قدیمی معرفی می‌کند.»

یادگیرندگان چابک همچنین می‌توانند عادت‌های غیرمولد را کنار بگذارند و خارج از چارچوب فکر کنند. این مهارتی است که همه کارمندان به آن نیاز دارند، به‌خصوص اگر در موقعیت رهبری باشند. تحقیقات نشان می‌دهد که توانایی اتخاذ تصمیمات رهبری سریع و چابک، محرک شماره یک تحولات دیجیتال است.

برای اتخاذ یک طرز فکر چابک از راهکارهای زیر پیروی کنید: الف- افراد و تعاملات را بر فرایندها و ابزارها اولویت دهید. این شامل تعامل با همسالان و رهبران فکری نیز می‌شود. ب- ایجاد نرم‌افزاری را که بر تولید مستندات جامع کار می‌کند، اولویت دهید، عدم اجرای این مهم می‌تواند باعث تأخیرهای غیرضروری شود.

پ- به جای تمرکز بر قراردادهای و اعداد، با مشتریان

همکاری کنید و به آنها اجازه دهید توسعه و بازاریابی محصول را هم‌رسانی کنند.

ت- پاسخ به تغییر، در مقابل صرفاً دنبال کردن یک برنامه، با سازگاری مداوم. این مستلزم یک فرایند مستمر بهینه‌سازی، تعدیل و گشودگی در برابر تغییرات است. طرز فکر چابک در مقابله با شرایط به سرعت در حال تغییر به‌عنوان بخشی از رشد شغلی به موقعیت یک فرد کمک می‌کند. این مزیت رقابتی به‌خصوص در زمان‌های بحرانی بسیار مؤثر است.

۵- در ارتقا مهارت سرمایه‌گذاری کنید

همانطور که تحقیقات نشان داده است، موفقیت یک تحول دیجیتال به‌شدت به استفاده از فناوری‌های نوآورانه و کارکنان چابک و توانمند با مهارت‌های مناسب بستگی دارد. تغییر آنقدر سریع اتفاق می‌افتد که مهارت‌های موجود در حال کاهش است و مهارت‌های جدید مورد نیاز همه کارکنان است - نه فقط متخصصان فناوری اطلاعات و چهره‌های رهبری. تحقیقات حاصل از نظرسنجی این را تأیید می‌کند، زیرا ۵۸ درصد از پاسخ‌دهندگان GetSmarter انتظار دارند که در شش ماه پیش‌رو باید مهارت‌های جدیدی را برای شغل فعلی خود بیاموزند.

پیش‌رو بودن در این دوره از رویکرد تنظیم و فراموش کردن آن حاصل نمی‌شود. رشد و نوآوری متکی بر پایه و اساس ارتقا مهارت‌های منظم در مهارت‌های سخت و نرم است.

تحقیقات نشان می‌دهد که مهارت‌های نرم کلیدی مورد نیاز برای آینده عبارتند از:

* سازگاری / چابکی

* تفکر انتقادی

* هوش هیجانی

* برنامه‌ریزی راهبرد

* رهبری

* مدیریت تغییر

و مهارت‌های کلیدی سخت مورد نیاز عبارتند از:

* تجزیه و تحلیل پیشرفته

* هوش تجاری

* مدیریت داده / حاکمیت داده AI/ML

* امنیت سایبری AR/MR/VR

یک چارچوب تحول دیجیتال موفق براساس این پنج مرحله شکل می‌پذیرد: تعریف اهداف روشن، ایجاد یک راهبرد یکپارچه، رهبری که باعث تغییر، سازگاری و ارتقا مهارت می‌شود. این باید توسط همه کارکنان پشتیبانی و هدایت شود، و باید یک فرایند تکراری باشد. چارچوب باید متناسب با صنعت، اهداف کسب‌وکار، و مهم‌تر از همه، نیازهای منحصر به فرد هر کارمند تعریف شود. بدین ترتیب پاداش صاحبان و رهبران کسب در تحول دیجیتال، بازگشت سرمایه و نیروی کار ماهر و چابک خواهد بود. □

TI

—

3

Q

3

0

—

Q

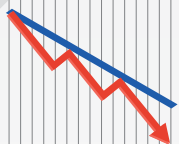
—

Z

0

W

S



Financia

آذرماه ۱۴۰۱

شماره ۳۲

IFNN.IR

اخبار مالی



چگونه بیمه‌ها سبز می‌شوند؟

ترجمه: جاوید رنجبر فرد شیرازی | منبع: <https://www.actuaries.digital>

در صنعت بیمه، علاقه فزاینده‌ای به مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی وجود داشته است. نحوه رسیدگی بیمه‌گران به این مسائل در حال تبدیل شدن به بخشی جدایی‌ناپذیر از مقررات و رتبه‌بندی اعتباری آژانس است به‌ترتیبی که برخی شرکت‌های اعتبار سنجی خطرات مرتبط با مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی را در تجزیه و تحلیل خود از قدرت مالی شرکت‌های بیمه و بیمه اتکایی در نظر می‌گیرد.

نکته اینکه سازمان مقررات احتیاطی بریتانیا (PRA) و سازمان بیمه اروپا و سازمان بازنشستگی شغلی اتحادیه اروپا (EIOPA) به صراحت اعلام کرده‌اند که شرکت‌های بیمه موظفند تأثیر عوامل محیطی و اجتماعی، به‌ویژه تغییرات آب و هوایی، را در پرداخت خسارت‌ها مدل‌سازی و کمی کنند.

مقدمه: نگرانی‌های زیست‌محیطی به یکی از دغدغه‌های عمومی و در نتیجه تأثیرگذار در فعالیت شرکت‌های بیمه بدل شده است. در اینجا سعی می‌شود تا چگونگی ترکیب ویژگی‌های «سبز» با محصولات بیمه سنتی را که می‌تواند به تحقق انتشار کربن صفر کمک کند و پاسخی باشد به دغدغه‌های عمومی پیرامون اقتصاد پایدار و زیست‌محیطی مورد توجه قرار دهیم.

پیشرفت اقتصادی، همراه با گسترش سریع جمعیت جهان، برای محیط‌زیست گران تمام‌شده است. در حالی که تولید ناخالص داخلی سرانه جهانی از سال ۱۹۶۰ تقریباً سه‌برابر شده است، انتشار کربن در جهان در همان دوره چهار برابر شده است و گرمایش جهانی و تغییرات آب و هوایی را تسریع می‌کند.

الف - انگیزه برای سبز شدن

صنعت بیمه می‌تواند با پرداختن به مسائل زیست‌محیطی نقش مهمی در حمایت از تاب‌آوری آب و هوا ایفا کند. افزودن ویژگی‌های سبز به محصولات بیمه سنتی می‌تواند در رسیدگی به برخی از خطرات مرتبط با مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی کمک کند و در عین حال با اندازه‌گیری و مدیریت بهتر ریسک‌ها به بیمه‌گران از لحاظ تجاری یاری رساند.

● افزایش فراوانی و شدت رویدادها و فجایع طبیعی همراه با تغییرات اقلیمی ناشی از انتشار گازهای گلخانه‌ای، باعث افزایش خطرهای فیزیکی شده است. به‌عنوان مثال، نیروگاه‌های حرارتی بیشترین سهم را در رشد انتشار کربن نشان داده‌اند که ناشی از افزایش مصرف انرژی همراه با رشد اقتصادی بوده است. با ویژگی‌های سبز، بیمه‌گران می‌توانند مصرف انرژی کارآمد را در بین مشتریان ترویج کنند و به کاهش تقاضا و اتکا به منابع انرژی با انتشار بالای کربن مانند مازوت و زغال سنگ کمک کنند.

● شرکت‌های بیمه با کمک به مصرف‌کنندگان در راستای کاهش ردپای کربن از طریق اعمال متغیرهای سبز در بیمه‌نامه‌ها و یا محاسبات بیمه‌گری می‌توانند به‌گذار به اقتصاد کم‌کربن کمک کنند.

● آگاهی مصرف‌کنندگان به‌گونه‌ای فزاینده نسبت به مسائل زیست‌محیطی در حال رشد است و به همین دلیل است که به‌سمت ترجیحات سبز روی می‌آورند. بسیاری از مصرف‌کنندگان هم‌اکنون پایداری را به‌عنوان عامل اصلی تمایز برند مورد علاقه خود اعلام می‌کنند و ممکن است برای حمایت پایداری اقتصادی حاضر باشند، حق بیمه نیز بپردازند.

● کمک به کاهش ریسک مسئولیت برای بیمه‌گران؛ صنعت بیمه در سال‌های اخیر شاهد افزایش دعاوی حقوقی مرتبط با اقلیم از سوی ذینفعان مختلف به‌دلیل عدم کاهش، انطباق یا افشای کافی خطرات ESG بوده است. به همین دلیل بسیاری از شرکت‌های بیمه در سراسر جهان سیاست‌های پذیره‌نویسی و سرمایه‌گذاری خود را سخت‌تر کرده‌اند تا برخی از صنایع آلاینده را کنار بگذارند.

ب- سبز کردن محصولات بیمه سنتی

هم‌اکنون تمرکز روی دو محصول بیمه سنتی قرار گرفته است، بیمه خانه و محتویات و بیمه خودرو، که اغلب بخش بزرگی از سبد یک بیمه‌گر را تشکیل می‌دهند. در این بخش، بررسی می‌کنیم که چگونه این محصولات بیمه می‌توانند ویژگی‌های سبز را برای رسیدگی به انتشار کربن و بهبود عملکرد پرتغوی‌هایی که آنها را پوشش می‌دهند، به‌دست آورند.

پ- بیمه خانه و حوادث

با بیمه خانه و حوادث، بیمه‌گذاران می‌توانند از اطلاعات مصرف آب و برق بیمه‌گذاران برای کمک به مصرف آب و برق کارآمدتر استفاده کنند. نظارت بر مصرف برق می‌تواند

بینش‌هایی را در مورد مصرف بالای غیرمعمول برق به‌ویژه در ماه‌های زمستان یا تابستان ارائه دهد که نشان می‌دهد سیستم‌های گرمایش یا تهویه مطبوع در تنظیمات کمتر بهینه کار نمی‌کنند. به‌طور مشابه، مصرف زیاد آب غیرمعمول می‌تواند نشان‌دهنده کارایی کمتر سیستم‌های لوله‌کشی باشد.

بسیاری از خانوارها دارای دستگاه‌های نظارت بر سیستم‌های شهری هوشمند نیستند. در مقایسه، اطلاعات مربوط به مصرف آب و برق تقریباً برای هر خانواری در دسترس است که آنها را منبعی گسترده و دقیق برای نظارت تبدیل می‌کند. با چنین بینش‌هایی، یک بیمه‌گر می‌تواند به بیمه‌گذاران هشدار دهد که به‌طور منظم سیستم‌های گرمایشی، تهویه مطبوع و لوله‌کشی را نگهداری و به روز کنند و بدین تئیریب انگیزه بیشتری را برای بیمه‌گذاران جهت استفاده از سیستم‌های جدیدتر و به روزتر، با هدف مصرف کارآمدتر جهت کاهش هزینه‌های آب و برق خود، ایجاد کنند.

سیستم‌های گرمایشی یا تهویه مطبوع که با تنظیمات کمتر بهینه کار می‌کنند می‌توانند خطر آتش‌سوزی را افزایش دهند. به‌طور مشابه، سیستم‌های لوله‌کشی که کارایی کمتری دارند می‌توانند خطر ترک، نشت یا کیفیت پایین آب را افزایش دهند. نظارت بر مصرف آب و برق و هشدار به بیمه‌شدگان برای نگهداری و به روز رسانی منظم سیستم‌های گرمایشی، تهویه مطبوع و لوله‌کشی می‌تواند به کاهش ریسک بروز خسارات کمک کند. بیمه‌گران می‌توانند با حمایت از سیستم‌های به‌روزشده‌تر که ریسک کمتری در بروز خسارت دارد با کاهش حق بیمه، مورد حمایت قراردهند. البته که راه‌های مختلفی وجود دارد که بیمه‌گر می‌تواند اطلاعات مصرف آب و برق را در فرایند پذیره‌نویسی خود بگنجانند. این می‌تواند یک مشارکت توزیع باشد که از طریق آن یک ارائه‌دهنده خدمات آب و برق اطلاعات را با بیمه‌گر به اشتراک می‌گذارد تا اینکه تنها بیمه‌گذاران جزئیات مصرف آب و برق را برای بیمه‌گر ارسال کنند. از طرف دیگر، می‌توان این اطلاعات را از طریق فناوری‌های اینشورتک نیز کسب کرد. بیمه‌گران می‌توانند از طریق یک API با استفاده از فناوری‌های اینشورتک مانند بلاک چین به جزئیات مصرف ابزار یک بیمه‌گذار دسترسی داشته باشند. آدرس دارایی یا شماره شناسایی بیمه‌گذار می‌تواند به‌عنوان کلید نگاشت بیمه‌گذار به اطلاعات مصرف آب و برق استفاده شود.

■ تشویق مصرف کمتر آب و برق

بیمه‌گران همچنین می‌توانند مشوق بیمه‌گذاران برای مصرف کمتر خدمات شهری باشند. به‌عنوان مثال، در سنگاپور، قبوض آب و برق جزئیاتی را در مورد مصرف آب، گاز و برق ارائه می‌دهد و میزان مصرف یک خانوار را با میانگین ملی و محله مقایسه می‌کند. اگر میزان استفاده

TI

—

3

Q

3

Q

—

Q

—

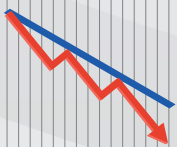
Q

Z

Q

≈

Q



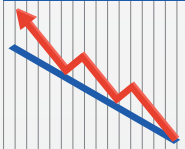
Financia News

آذرماه ۱۴۰۱

شماره ۳۲

IFNN.IR

اخبار مالی



از آب و برق کمتر از معیار انتخاب شده باشد، بیمه‌گران می‌توانند برای تشویق بیمه‌گذاران تخفیف‌هایی را در نظر بگیرند. به‌عنوان مثال، در سنگاپور، معیار می‌تواند میانگین مصرف ملی یا محله‌ای باشد، در حالی که در استرالیا می‌تواند میانگین سطح ایالت یا حومه باشد. چنین مشوق‌هایی می‌توانند تغییرات رفتاری را تشویق کنند تا مصرف آب و برق را کاهش دهند و بدین ترتیب منجر به کاهش ردپای کربن شوند. در واقع، آگاهی بیشتری در میان مشتریان برای کاهش ردپای کربن در خانوارها وجود دارد، که به خوبی با انگیزه‌های مصرف انرژی کمتر همسو است.

الف- مصرف آب و برق به‌عنوان یک فاکتور رتبه‌بندی

مصرف آب و برق در یک خانوار می‌تواند نشان‌دهنده مصرف خانگی باشد که تحت پوشش بیمه خانه و محتویات است. به‌عنوان مثال، در خانواری با تعداد اقلام خانگی زیاد، می‌توان انتظار داشت که مصرف آب و برق بیشتر از خانواری با تعداد اقلام خانگی کمتر باشد. بنابراین، بیمه‌گران می‌توانند مصرف آب و برق را به‌عنوان یک عامل رتبه‌بندی برای تصمیم‌گیری بهتر بیمه‌نامه نویسی در نظر بگیرند.

ب- بیمه خودرو

تله ماتیک یک فناوری شناخته شده و رایج است که توسط بیمه‌گذاران برای بیمه خودرو استفاده می‌شود. تله‌ماتیک روشی برای نظارت بر خودروها، کامیون‌ها، تجهیزات و سایر دارایی‌ها با استفاده از فناوری GPS و حسگرهای داخلی برای جمع‌آوری اطلاعات است. بیمه خودرو می‌تواند از تله ماتیک برای جمع‌آوری اطلاعات در مورد الگوهای رانندگی، مسافت پیموده شده و غیره استفاده کند. بنابراین، با بیمه خودرو، تلماتیک می‌تواند به کاهش انتشار کربن از وسایل نقلیه در مناطق مختلف کمک کند.

• ترویج رانندگی مسئولانه

رفتارهای تهاجمی رانندگی مانند سرعت بالا، شتاب‌های شدید و سبقت‌های ناگهانی از ویژگی‌های افزایش مصرف سوخت است. تله ماتیک می‌تواند به نظارت بر رفتار رانندگان کمک کند و آنها را نسبت به فعالیت‌های مخاطره‌آمیز آگاه

سازد. بنابراین، نظارت و هشدار نه تنها به کاهش مصرف سوخت کمک می‌کند، بلکه به کاهش خطر تصادفات نیز منجر می‌شود زیرا رانندگان از رفتارهای تهاجمی رانندگی خود آگاه شده و اقدامات اصلاحی برای ممانعت از آن انجام می‌دهند.

• توصیه مسیره‌های بهینه شده و کاهش بی‌کاری غیرضروری

تلماتیک می‌تواند با کاهش کیلومترهای غیرضروری و اجتناب از مسیره‌های پر ازدحام تا حد امکان به یافتن مسیره‌های بهینه برای رانندگان کمک کند. به‌خصوص برای ناوگان تجاری، مسیره‌های بهینه به کاهش مصرف سوخت و استفاده بهینه از منابع ناوگان کمک می‌کند.

• یکی از عوامل اصلی انتشار کربن، بی‌کار بودن وسایل نقلیه است

طبق گفته دولت کانادا، اگر هر کانادایی بخواهد سه دقیقه از کار روزانه خود را کاهش دهد، انتشار کربن می‌تواند سالانه ۱,۴ میلیون تن کاهش یابد، که معادل خروج ۳۲۰۰۰۰ وسیله نقلیه از جاده است. تعجب آور نخواهد بود اگر چنین آمارهای خیره‌کننده‌ای به همان اندازه برای استرالیا و سایر نقاط جهان قابل اجرا باشد. با بهینه‌سازی مسیره، رانندگان می‌توانند از مسیره‌های شلوغی که احتمال استفاده اضافی از وسایل نقلیه را افزایش می‌دهند، اجتناب کنند.

• تعمیر و نگهداری منظم خودرو

تعمیر و نگهداری منظم وسایل نقلیه به صرفه‌جویی در مصرف سوخت و کاهش انتشار کربن غیرضروری کمک می‌کند. به‌عنوان مثال، عدم نگهداری صحیح لاستیک‌ها و می‌تواند باعث مصرف سوخت بالا شود. طبق گفته وزارت انرژی ایالات متحده، به ازای هر psi که لاستیک‌ها کم باد می‌شوند، سوخت ۰,۲ درصد کاهش می‌یابد. خراب شدن ترمزها، خودروها را مجبور می‌کند برای شتاب گرفتن بیشتر کار کنند زیرا ترمزها به‌درستی رها نمی‌شوند و بدین ترتیب باعث افزایش مصرف سوخت می‌شود. تلماتیک می‌تواند به رانندگان هشدار دهد که وسایل نقلیه را به‌طور منظم



براساس مسافت پیموده شده نگهداری کنند و در نتیجه به کاهش مصرف سوخت کمک کنند.

پ- مزایا و چالش‌ها

در این بخش، با بررسی از مزایایی که بیمه‌گران و بیمه‌گذاران می‌توانند از آن بهره‌مند شوند و چالش‌هایی که بیمه‌گران با ویژگی‌های سبز مورد بحث در بالا با آن مواجه خواهند شد، آشنا می‌شویم.

■ مزایا

- کمک به کاهش خطر وقوع حوادث با نظارت و مکانیسم‌های هشدار برای نگهداری منظم سیستم‌های شهری و با استفاده از تله‌ماتیک برای بهبود رفتارهای رانندگی و در نتیجه بهبود عملکرد خودرو.
- استفاده احتمالی از مصرف آب و برق به‌عنوان یک عامل رتبه‌بندی برای تصمیم‌گیری در مورد نوشتن بیمه‌نامه و ارائه‌دهندگان خدمات شهری به‌عنوان کانال توزیع.
- نظارت و هشدارهای تله‌ماتیک می‌تواند خطر تصادفات را کاهش داده و رفتارهای رانندگی را اصلاح نماید و در نتیجه عملکرد نمونه کار خودرو را بهبود بخشد.
- ارتقاء وجهه بیمه‌گذاران با افزایش آگاهی از مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی نه‌تنها در صنعت بیمه، بلکه در کل جامعه.

از دیدگاه بیمه‌گذار:

- با تعمیر و نگهداری منظم و به‌روز رسانی سیستم‌های تاسیساتی، حق بیمه را با خطر کمتر وقوع خسارت کاهش دهید.
- مصرف کارآمدتر آب و برق می‌تواند باعث صرفه‌جویی در هزینه در قبوض آب و برق شود.
- به بیمه‌شدگان کمک کنید تا با خطر فزاینده خطر آب و هوا سازگار شوند.
- مسیرهای بهینه و تعمیر و نگهداری منظم مصرف سوخت کمتر که منجر به صرفه‌جویی در هزینه می‌شود.
- تشویق به تغییرات رفتاری برای رهبری سبک زندگی پایدارتر.

■ چالش‌ها

- حفظ حریم خصوصی یکی از نگرانی‌های اصلی بیمه‌گذارانی است که از تله‌ماتیک استفاده می‌کنند، زیرا اطلاعات جمع‌آوری شده ممکن است مورد سوءاستفاده قرار گیرد، نادرست باشد و به‌گونه‌ای مورد استفاده قرار گیرد که برخلاف منافع بیمه‌گذار باشد. براساس یک نظرسنجی انجام شده در بریتانیا، بیش از ۵۰ درصد از رانندگان نگرانی در مورد دریافت اطلاعات شخصی بیمه‌گر از دستگاه تله‌ماتیک برای محاسبه حق بیمه براساس رفتار راننده داشتند.

- نگرانی‌های مشابهی در مورد حفظ حریم خصوصی می‌تواند با استفاده از داده‌های مصرف ابزار ایجاد شود. برای رسیدگی به این نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی، بیمه‌گران باید با بیمه‌گذاران در مورد اینکه چه داده‌هایی

استفاده می‌شوند و یا چه داده‌هایی مورد استفاده قرار نمی‌گیرند و اینکه چگونه بیمه‌گران از داده‌ها مراقبت می‌کنند، دلایل قانع‌کننده‌ای برای پیوستن مشتریان به چنین برنامه‌ای داشته باشند، آنها باید شفاف باشند.

- چالش دیگر تفسیر داده‌های جمع‌آوری شده است. به‌طور کلی، ارائه‌دهندگان خدمات تله‌ماتیک در جمع‌آوری داده‌های تله‌ماتیک در حوزه تخصص خود حرفه‌ای هستند، اما فاقد دانش خاص مورد نیاز برای تفسیر جامع عملکرد خودرو و نیازهای تعمیر و نگهداری هستند. همکاری نزدیک‌تر با کارشناسان می‌تواند به رفع این مشکل کمک کند.

- بیمه‌گران همچنین باید به نگرانی‌های مربوط به هزینه‌های مرتبط با اجرای ویژگی‌های سبز رسیدگی کنند. برای مثال، با استفاده از تله‌ماتیک، به‌جای استفاده از دستگاه‌های پرهزینه برای ردیابی رفتار راننده، بیمه‌گذاران می‌توانند امکان استفاده از برنامه‌های تلفن هوشمند را برای ارائه چنین اطلاعاتی و در نتیجه کاهش هزینه‌ها بررسی کنند. در واقع، اشخاص ثالثی برای ارائه چنین خدماتی با بیمه‌گران همکاری می‌کنند. با این حال، همیشه عاقلانه است که قبل از اضافه کردن ویژگی‌های سبز مورد بحث در بالا، در یک تجزیه و تحلیل مناسب، هزینه و فایده مورد توجه قرار گیرد. به‌عنوان نخستین قدم، بیمه‌گران می‌توانند موارد زیر را در نظر بگیرند:

۱- به‌دنبال بازخورد از بازارهایی باشند که تله‌ماتیک در همکاری با خدمات شهری در آنها با موفقیت کار کرده است (مثلاً بازارهای خارج از کشور).

- ۲- تست مفهومی با گروه کوچکی از بیمه‌گذاران و سپس بررسی و ارزیابی نتایج.
- ۳- پیگیری بازخورد از مشتریان در مورد تمایل آنها به مشارکت و واسطه‌ها در ارائه فناوری‌های عملی و مقرون به صرفه و سایر چالش‌هایی که ممکن است پیش بیاید.
- ۴- جمع‌آوری داده‌ها در مورد کمپین‌های راه‌اندازی شده در گذشته در طرح‌های سبز یا مشابه دیگر و یافتن محرک‌های کلیدی برای موفقیت آنها.

ت- نتیجه‌گیری

مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی در حال تبدیل شدن به بخشی جدایی‌ناپذیر از تجارت در صنعت بیمه هستند و رگولاتورها و آژانس‌های رتبه‌بندی به توجه بر آنها تأکید دارند. در این مقاله، بحث بر سر این موضوع است که چگونه محصولات بیمه سنتی مانند بیمه خانه و لوازم خانگی و بیمه خودرو می‌توانند ویژگی‌های سبز را برای رفع نگرانی‌های مربوط به انتشار کربن به‌خود ماحق سازند. با وجود چالش‌ها، هم بیمه‌گذاران و هم بیمه‌گذاران می‌توانند از اجرای چنین ویژگی‌های سبزی بهره‌مند شوند. در اصل، این باور وجود دارد که سبزی کردن محصولات بیمه سنتی گامی در جهت درست برای بیمه‌گران جهت رسیدگی به مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی است. □

TI
—
D
Q
D
O
—
Q
—
Z
O
Σ
S





CYBER INSURANCE

بیمه‌های سایبری، چالش‌ها و پیامدها

◀ تهیه و تدوین: رضا اسدی و سعید طلوعی، کارگزاری رسمی بیمه هزاره سوم

دست نیاز به سمت شرکت‌های بیمه دراز می‌نماید. بسیاری از شرکت‌های بیمه در جهان در راستای رسالت و مأموریت خود جهت پاسخگویی به این نیاز نوظهور اقدام به طراحی و عرضه انواع بیمه‌های سایبری کرده‌اند. به‌طوریکه هم‌اکنون این رشته بیمه‌ای یکی از پرمتقاضی‌ترین رشته‌های بیمه‌ای در کشورهای پیشرفته است و این تقاضا در دوران همه‌گیری کرونا بدلیل مهاجرت بسیاری از کسب‌وکارها از فضای سنتی به فضای مجازی و دیجیتال رشد فوق‌العاده‌ای پیدا کرده‌اند به‌طوری‌که طبق گزارش (اینشورنس تایمز، شرکت‌های بیمه از محل فروش بیمه نامه‌های سایبری تا سال ۲۰۲۵ بیش از بیست میلیارد دلار حق بیمه خالص تولید خواهند نمود. اما با وجود وجود این بازار بکر و بالقوه جهانی، خیلی از شرکت‌های بیمه از جمله شرکت‌های بیمه کشورمان جسارت کافی را جهت ورود به این بازار پیدا نکرده‌اند، زیرا ریسک‌های سایبری برخلاف سایر ریسک‌های شغلی از پیچیدگی وسیعی برخوردار بوده و با چالش‌های متعددی همراه است که در ادامه به برخی از آنها اشاره خواهیم کرد. ریسک‌های سایبری صرفاً یک ریسک دیجیتال نیست بلکه در صورت تحقق، به‌دنیای فیزیکی و دارانهای ملموس هم سرایت می‌کند و سازمانها و مراکز را در معرض آسیبهای بسیار گسترده قرار می‌دهد که نمونه‌های آن را هراز گاهی در کشورمان شاهد هستیم. لذا عرضه بیمه‌های سایبری مستلزم شناخت دقیق ریسک‌های سایبری و تفکیک ریسک‌های بیمه‌پذیر از سایر ریسک‌هاست و شرکت‌های بیمه پیشرفته جهان هم بر همین اساس اقدام به عرضه بیمه‌های سایبری می‌نمایند. بیمه‌های سایبری یکی از خدمات بیمه‌ای کاربردی و مفید است که در جهت بهبود امنیت سایبری عرضه می‌گردد.

پیشرفت و توسعه بی‌سابقه دنیای مجازی و فضای دیجیتال در جهان باعث شده است تمامی ابعاد زندگی انسان‌ها مخصوصاً اکوسیستم کسب‌وکارها به شدت تحت تأثیر این پدیده قرار گرفته و دستاوردهای بسیار باارزشی برای همگان فراهم گردد. اما همواره با این دستاوردهای باارزش، شرایط جدیدی هم برای سوءاستفاده مجرمان رایانه‌ای و سایبری مهیا شده است تا با استفاده از گستردگی بیش از حد دنیای مجازی با انجام حملات سایبری به اهداف شوم خود دست پیدا کنند.

حمله سایبری، یک اقدام مخرب و آگاهانه توسط یک شخص حقیقی و حقوقی برای نقض سیستم اطلاعاتی شخص یا سازمان دیگر است. این نوع حملات، در لیست خطرات جهانی، رتبه پنجم را به خود اختصاص داده است و می‌تواند از بسیاری جهات بر سازمانها تأثیر بگذارد و خسارت مادی و غیرمادی سنگینی را به قربانیان وارد آورد. از انواع متداول حملات سایبری می‌توانیم به بدافزارها (نرم افزارهای مخرب)، فیشینگ (ارسال پیامهای جعلی) حمله مرد میانی (حملات استراق سمع)، تزریق SQL (وارد کردن کد مخرب به سرور) و امثالهم اشاره نماییم. متأسفانه این حملات که توسط مجرمان سایبری به پایگاه‌های اطلاعات و شبکه‌های دیجیتال کسب‌وکارها صورت می‌گیرد، یکی از ریسک‌های نوظهوری است که با وجود تدابیر امنیتی بسیار قوی سایبری، از دژ محکم امنیتی سایبری عبور می‌کنند و خسارت بسیار سنگینی را برای کسب‌وکارها وارد می‌آورد.

این حملات و خسارات ناشی از آن همواره یکی از دغدغه‌های اصلی سازمانهای بزرگ و کوچک است. که برای جلوگیری و جبران خسارت احتمالی ناشی از آن ضمن اتخاذ تدابیر امنیتی سایبری،

به طور معمول پوشش‌های بیمه نامه سایبری به چهار دسته اصلی تقسیم می‌شوند: دسته اول تحت عنوان پوشش‌های بیمه‌ای شخص اول است که جبران خساراتی را که مستقیماً به یک کسب و کار وارد می‌شود بر عهده دارد. دسته دوم به عنوان پوشش‌های بیمه‌ای شخص ثالث شناخته می‌شود که خسارات وارده به افرادی که بدلیل داشتن ارتباط تجاری با یک کسب و کار بر اثر حمله سایبری متحمل می‌شوند جبران می‌نماید، دسته سوم شامل آن دسته از پوشش‌های بیمه سایبری می‌گردد که مسئولیت کسب و کار را در قبال افرادی که با آنها، ارتباط تجاری دارند تحت پوشش قرار می‌دهد، در توضیح این مورد باید متذکر شویم که در بسیاری از کشورهای پیشرفته، کسب و کارها در مقابل داده‌ها و اطلاعات افرادی که با آنها روابط تجاری دارند مسئول هستند و در صورت بروز هر گونه اتفاق که منجر به افشای اطلاعات کاربران و یا ضرر زبانی مالی آنها گردد، طبق قوانین و مقررات مکلف به پرداخت جرایم و غرامات سنگین هستند، این بخش از پوشش‌های بیمه سایبری مسئولیت کسب و کارها را در صورت تحقق خطرات فوق بر عهده می‌گیرد. دسته چهارم پوشش‌های استثنائات بیمه‌های سایبری است، همانگونه که میدانیم هر بیمه‌نامه‌ای دارای یک سری استثنائات است که برخی از آنها با پرداخت حق بیمه اضافی قابلیت پوشش بیمه‌ای دارد.

برخی از استثنائات روتین بیمه‌های سایبری عبارت از: حوادث قابل پیشگیری ناشی از ضعف یا سوء مدیریت و یا استفاده ناصحیح از دارائیهایی دیجیتال کسب و کار، حملاتی که پیش از خرید بیمه سایبری رخ داده باشد، حملاتی که کارمندان یا سایر افراد سازمان در آن دخیل باشند، خرابیهای زیرساختی ناشی از حملات سایبری هدفمند، هزینه‌های بهبود سیستم‌های فناوری اعم از افزایش امنیت در سیستم‌ها با برنامه و قصور بیمه‌گذار در اصاح و رفع آسیبها شناسایی شده است، برخی از شرکت‌های در جهت تامین پوشش بیمه‌ای برخی این استثنائات بیمه اقدام به طراحی و عرضه نوع خاصی از بیمه‌نامه‌های سایبری نموده‌اند که برخی از استثنائات روتین بیمه‌نامه‌های سایبری را تحت پوشش قرار می‌دهد.

با وجود تنوع پوشش‌های بیمه‌های سایبری، امکان جبران تمامی خطرات ناشی از حملات سایبری برای شرکت‌های بیمه میسر نیست و سطح پوشش و حد غرامت انواع بیمه‌های سایبری براساس شرایط خصوصی و حق بیمه آنها متفاوت است. ولی به طور کلی جبران هزینه‌های مشروحه ذیل در تعهد انواع بیمه‌های سایبری است.

- جبران هزینه‌های اخاذی ناشی از حمله باج افزارها
- جبران هزینه‌های اطلاع‌رسانی به مشتریان در صورت وقوع حمله سایبری به داده‌های مشتریان
- پرداخت هزینه‌های قانونی به افرادی که حریم خصوصی آنها نقض شده باشد:
- پرداخت هزینه‌های استخدام کارشناسان متخصص جهت بازاریابی اطلاعات در معرض خطر.
- جبران هزینه‌های بازاریابی هویت مشتریانی که مورد حمله سایبری واقع شده‌اند.

- جبران خسارات مالی ناشی از وقفه در کسب و کار بدلیل حمله سایبری
- جبران هزینه‌های کلاهبرداری سایبری
- جبران هزینه‌های سرقت الکترونیکی ناشی از حملات سایبری
- جبران هزینه‌های ناشی از بیزاری مشتریان از برند بدلیل حوادث سایبری (آسیب به اعتبار)
- جبران هزینه‌های ناشی از محرومیت از سیستم‌های ارتباطی راه دور مثل ماهواره‌ها و پست‌های ارتباطی.
- جبران هزینه‌های تحقیقات جرم‌شناسی بعد از حوادث سایبری
- جبران هزینه‌های مدیریت بحران
- جبران هزینه‌های پایش کارت‌های اعتباری و صدور مجدد آنها
- جبران هزینه‌های ناشی از آسیبهای وارده به شبکه‌های فناوری اطلاعات
- جبران هزینه‌های ناشی از آسیبهای وارده به برنامه‌ها و داده‌های ذخیره شده در سخت افزار.
- و...

خوشبختانه ورود بیمه‌های نوپا و نوظهور سایبری به بازار کسب و کار دیجیتال پیامدهای بسیار مثبتی را در پی داشته است. این بیمه‌ها باعث گردیده‌اند بسیاری از نهادهای پولی و مالی و بنگاه‌های اقتصادی و تجاری با خیال آسوده به فعالیت خود ادامه دهند. این آرامش باعث افزایش حس امنیت و هموارسازی مسیر کاربران می‌شود. از سوی دیگر شرکت‌های بیمه به منظور کاهش هزینه‌های احتمالی خود با ارائه زمینه استفاده از بهترین و بروزترین امکانات فناوری اطلاعات را برای بیمه‌گذاران فراهم می‌آورند، در نتیجه امنیت فضای مجازی جامعه افزایش می‌یابد.

مطالعه مطالب فوق شاید این سؤال را در ذهن فعال نماید که مخاطبین بیمه‌های سایبری عمدتاً چه کسانی هستند، در پاسخ به این باید گفت که کلیه کسب و کارهایی که داده‌های الکترونیکی را به صورت آنلاین ایجاد، ذخیره و مدیریت می‌کنند و همچنین کلیه مشاغلی که تجارت الکترونیک و یا پرداختهای دیجیتال الکترونیک انجام می‌دهند می‌توانند از انواع بیمه‌های سایبری بهره‌مند شوند. اما با وجود اهمیت روزافزون بیمه‌های سایبری همانگونه که قبلاً اشاره گردید، متأسفانه شرکت‌های بیمه گر کشورمان تاکنون به دلیل چالش‌های پیش روی این نوع بیمه‌ها جدی در جهت عرضه بیمه‌های سایبری اقدام نموده‌اند.

بزرگ‌ترین چالش پیش روی این رشته بیمه‌ای، عدم دستیابی به داده‌های واقعی در مورد تعداد و میزان خسارت وارده به کسب و کارها در حوادث امنیت سایبری است زیرا بسیاری از کسب و کارها به منظور جلوگیری از بروز بی‌اعتمادی مشتریان، اطلاعات مربوط به حملات سایبری را افشای نمی‌نمایند و این موضوع شرکت‌های بیمه را در نحوه آنالیز و تحلیل ریسک و محاسبه حق بیمه دچار مشکل می‌نماید. علاوه بر این، مخاطرات اخلاقی فقدان استانداردهای لازم، نبود قوانین و مقررات، عدم قابلیت بیمه‌پذیری بسیاری از ریسک‌های سایبری، عدم آگاهی از تواتر، دامنه و عمق ریسک‌های سایبری و همچنین فقدان روند مناسب امنیت فناوری اطلاعات از چالش‌های دیگر پیش روی صنعت بیمه در ورود بازار بیمه ریسک‌های سایبری است. □



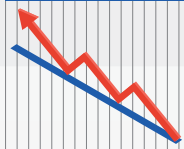
Financial News

آذرماه ۱۴۰۱

شماره ۳۳

IFNN.IR

اخبار مالی



مجتبی حیدری در پیام تبریک روز بیمه اعلام کرد:

خیز بلند ایران معین در ایفای رسالت و نقش جدید

توزیع ریسک‌های بزرگ در سطح گسترده جهانی به‌عنوان یکی از اصول اساسی بیمه به‌دلیل مشکلات ناشی از تحریم در کشور با محدودیت‌هایی مواجه شده است، لذا رفع این مانع عظیم ضرورت ایجاد شرکت‌های تخصصی اتکایی و توجه به اهمیت و نقش شرکت‌های بیمه اتکایی در ایجاد اطمینان و امنیت خاطر شرکت‌های بیمه‌ای، فعالان اقتصادی و آحاد مردم جامعه را برجسته‌تر کرده است.

شرکت بیمه اتکایی ایران معین با رصد وضعیت عملکردی و ترسیم چالش‌های موجود در صنعت بیمه و به‌دنبال آن ارائه راهکارهای متناسب به‌عنوان شرکتی پیشرو در حوزه اتکایی با تکیه بر پتانسیل‌ها و تجارب ارزنده نزدیک به دو دهه تجربه بیمه‌گری مستقیم و بهره‌گیری از دانش کارکنان صدیق و پر تلاش اینک به‌عنوان پشتوانه‌ای برای بیمه‌گذاران و بیمه‌گران در دوران تحمیل تحریم‌های ظالمانه در کشور خدمتگزاری می‌کند تا بتواند در راستای تحقق اهداف عالی صنعت بیمه با حضور اثرگذار، ماندگار و با دوام گامی مؤثر بردارد. حال که با یاری خداوند متعال مجوز موضوع فعالیت نوین خود را اخذ نموده‌ایم برآنیم تا برای تحقق اهداف و گشودن چتر حمایتی بر سر آحاد ملت شریف ایران رشد کنیم و قوی‌تر شویم که در این اندک بازه زمانی در مسیر گذار از تغییر ماهیت فعالیت شرکت دستاوردها و اقدامات راهبردی ارزنده‌ای بنام درخشان ایران معین رقم زده‌ایم. در گام نخست در مسیر تحقق اهداف، رشد چشمگیر بیش از صد در صد داشته‌ایم، در مدار قدرت و ایفای تعهدات، در سطح یک و توانگرترین بوده‌ایم، با برنامه‌ریزی و مدیریت بهینه منابع مالی و سود انباشته به بزرگ‌ترین شرکت بیمه اتکایی از منظر سرمایه و ظرفیت نگهداری ریسک مبدل شده‌ایم. همچنین خیزهای بلندی برای بزرگ‌تر و قوی‌تر شدن برداشته‌ایم از جمله با مدیریت و بهره‌گیری از ظرفیت‌های علمی و توانمندی سرمایه انسانی، شرکت در آستانه اخذ مجوز تکافل عمومی، خانواده و اتکایی است که با این رویداد نخستین شرکت فعال این عرصه در ایران خواهیم بود البته بنا داریم در حوزه اتکایی تکافل در سطح بین‌المللی نیز زبان زد باشیم.

با علم به مزیت‌های پذیرش شرکت در سازمان بورس و اوراق بهادار خود را متعهد به افزایش شفافیت، کارایی و همچنین بهبود عملکرد جاری و بالندگی می‌دانیم لذا برای ایجاد اطمینان در سهامداران و کلیه ذینفعان شرکت در مرحله ثبت نزد سازمان بورس و اوراق بهادار هستیم تا با شفاف‌سازی بر گسترش فعالیت‌های خود جامعه عمل بپوشانیم. به‌بهانه ۱۳ آذر روز بیمه و در آغاز تغییر ماهیت فعالیت شرکت و تخصصی شدن بر خود لازم می‌دانم از همراهی سهامداران محترم و تلاش شبکه فروش که در ایفای تعهدات شرکت کم نگذاشته‌اند و همکاران سخت کوشم که همدلانه و ایثارگرانه تلاش کردند نهایت قدردانی را به جا آورده و سعادت، کامیابی و سلامتی این عزیزان را از خداوند متعال آرزو مندم. ضمن تبریک صمیمانه این روز که نوید امید و اطمینان است از تمامی بزرگان و زحمت‌کشان این صنعت که با عزمی راسخ با وجود تمامی محدودیت‌ها در راستای حفظ کرامت هم‌وطنانمان در روزهای سخت حادثه و اطمینان‌آفرینی و امنیت خاطر در کشور عزیزمان تلاش می‌کنند شادباش عرض کرده و با افتخار اعلام می‌دارم با تکیه بر لطف حضرت حق و پشتکار و توانمندی مجموعه ارزنده شرکت بیمه اتکایی ایران معین بیش از پیش بر رسالت خود استوار و به آینده امیدوار هستیم. □



مجتبی حیدری مدیرعامل شرکت بیمه اتکایی ایران معین، همزمان با فرارسیدن سیزدهم آذر روز مزین به نام بیمه در تقویم رسمی کشور، در پیامی با اشاره به اقدامات و دستاوردهای ارزشمند بیمه اتکایی ایران معین در سال پر تکاپوی گذار از تغییر ماهیت فعالیت شرکت و تخصصی شدن، از همراهی تمامی ذینفعان اعم از نهادهای نظارتی، سهامداران، شبکه فروش و همکاران خود قدردانی کرد.

متن پیام وی با مطلع «برآنیم که برای حمایت از جامعه رشد کنیم و قدرتمند شویم» به این شرح است: براساس برنامه چشم‌انداز ۲۰ساله، صنعت بیمه ایران در افق ۱۴۰۴ صنعتی است اقتصادی، عدالت‌محور، پایدار، سالم و قابل اعتماد، برخوردار از اخلاق حرفه‌ای و عجبین شده با جامعه که اطمینان را برای روند طبیعی زندگی آحاد مردم کشور و چرخه فعالیت‌های اقتصادی به‌شيوه‌ای آسان، سریع، مشتری‌مدار و با کمترین هزینه و به شکلی همه‌جانبه تامین کرده و ضمن تعامل سازنده و مؤثر در سطح بین‌الملل، باید در جایگاه اول صنعت بیمه بین بیمه‌گران منطقه آسیای جنوب غربی قرار گیرد.

باتوجه به اینکه شرایط اقتصاد کشور پس از ابلاغ این سند، همواره با تنش‌های بسیار و تحریم‌های ظالمانه و نیز حوادث غیرمترقبه طبیعی بسیاری مواجه بوده، لذا شرایط تحقق آن براساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته با چالش‌های متعددی روبه‌رو است.

تغییرات شدید و پیچیده محیط اقتصادی که متأثر از متغیرهای سیاسی، اقتصادی، تغییرات اقلیم و محیط طبیعی، عوامل جمعیت‌شناختی، فرهنگی و اجتماعی است در کنار رخداد همه‌گیری بیماری کووید-۱۹ ترسیم‌گر شرایطی شده که به‌ویژه در صنعت بیمه، عدم اطمینان‌های گسترده و در عین حال فرصت‌های جدیدی را به‌وجود آورده است. اکنون در شرایطی قرار گرفته‌ایم که به‌سرعت ماهیت سبک زندگی و جریان عادی فعالیت کسب‌وکارها دچار دگرگونی و تحول به‌سوی فعالیت در دنیای مجازی است و اینها طبیعتاً ماهیت ریسک‌های متوجه زندگی انسان‌ها را در تمامی ابعاد دچار تغییر و تحول می‌سازد. بنابراین نیاز است در راستای اهداف عالی این صنعت حامی، بازنگری اساسی در ماهیت کسب‌وکار بیمه و روندهای کنونی فعالیت‌های بیمه‌گری رخ دهد. پیشرفت و اشاعه صنعت بیمه در جامعه در بهبود وضع معیشت افراد جامعه و توسعه اقتصادی انکارناپذیر است. اگر اقتصاد یک کشور متکی به پشتوانه صنعت بیمه و تامین ناشی از آن نباشد بدون شک در معرض تهدید خطرهای بی‌شماری قرار خواهد گرفت.



ریسک‌های بزرگ در صنعت بیمه

ترجمه: مریم شیرازی | منبع: <https://www.ca-assurances.com>

سرطان) بر میزان مرگ‌ومیر انسان و امید به زندگی تأثیر می‌گذارد. مردم عمر طولانی‌تری دارند و همچنین از سلامت بهتری برخوردارند. این تحولات جمعیتی چندین پرسش را ایجاد می‌کند. اول از همه، چگونه می‌توانیم تعادل بین مراقبت‌های دولتی و خصوصی را در بحبوحه افزایش هزینه‌های مراقبت‌های بهداشتی و ظهور خدمات مراقبت شخصی جدید تنظیم کنیم؟ ثانیاً، چگونه می‌توانیم ثروت (حقوق بازنشستگی و مزایا) را به‌صورت متعادل و پایدار تخصیص دهیم؟

۴- افزایش امنیت سایبری در دنیای «کار از راه دور»

همه بیمه‌گران انتظار دارند که جرایم سایبری خطر اصلی در پنج سال آینده باشد حتی پیش از خطرات زیست‌محیطی. افزایش حملات سایبری در طول قرن‌نیمه‌های همه‌گیر، چالشی را برای کسب‌وکارها در هنگام ایمن‌سازی فعالیت‌های خود در محیط‌های کاری از راه دور ایجاد کرد. آنها باید به سرعت برای کشف راه‌حل‌ها و فرایندهای فناوری قابل اعتماد حرکت کنند، اما مهم‌تر از همه، باید آگاهی کارکنان خود را افزایش دهند.

۵- ادغام فناوری‌های جدید... و بازیگران بخش جدید!

این چالشی است که به‌ویژه بیمه‌گذاران سنتی را نگران می‌کند. براساس این پیش‌بینی بلاک چین و هوش مصنوعی به‌عنوان دو فناوری انقلابی در این بخش معرفی می‌شوند.

بیمه‌گران اگر بخواهند سهم بازار خود را از تصاحب اپراتورهای جدید حفظ کنند، لازم است این ابتکارات را در فعالیت‌ها ادغام کرده و در مدل‌های خود تغییراتی ایجاد کنند: بهره‌مندی از پروژه‌های جدید، آموزش ضمن خدمت برای کارکنان، اتحاد راهبردی با رهبران فناوری راهکارهای مدیریت ریسک در این باره است.

در گزارش به دو نگرانی اساسی اشاره شده است: ریسک فناوری و ریسک زیست‌محیطی، که اکنون ریسک‌های غالب در طبقه‌بندی France Assureurs محسوب می‌شوند. در مقابل، همه‌گیری کرونا و پیامدهای دیگر آن در هیچ کجا قابل مشاهده نیست.

در نهایت، اگر بزرگ‌ترین چالش صنعت بیمه غیرقابل پیش‌بینی بودن باشد، چه می‌شود؟ از قبل می‌توانیم فرض کنیم که با توجه به شرایط فعلی، درک ریسک سیاسی پس از ثابت ماندن بین سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ تغییر خواهد کرد. این موضوع در حال به‌سوخ در ذهن مردم است، باید دانست که تا چه مقدار پیش‌بینی آن دشوار خواهد بود است. □

نهاد بیمه‌گران فرانسه همه ساله فهرستی از ریسک‌های شناسایی شده را در قالب ریسک‌ها اقتصادی، محیط‌زیستی، جامعه، فناوری، سیاسی و مسائل نظارتی منتشر می‌کند. براساس اعلام این نهاد، بیمه‌گران در میان‌مدت با ۵ چالش عمده به شرح زیر مواجه خواهند بود، در این بررسی تأکید شده است که برخی از این ریسک‌ها در به‌رغم اینکه در سال‌های گذشته نیز مورد توجه قرار داشته‌اند اما هم‌اکنون از درجه اهمیت بیشتری برخوردار شده‌اند.

۱- ریسک مدیریت داده‌های مجازی و امنیت داده

این ریسک در چند سال گذشته در حال رشد بوده است. این ریسک اصلی‌ترین ریسک فناورانه مرتبط با تغییرات در مشاغل بیمه است. جهت مدیریت این ریسک، بیمه‌گران باید در کنترل و حفاظت از داده‌های بیمه‌گذاران خود کاملاً تخصص بی‌عیب و نقص عمل کنند. سوء مدیریت در این حوزه آنها را در معرض سه خطر قرار می‌دهد: خطرات اعتباری، عملیاتی (خطای قیمت‌گذاری) و خطرات قضایی. با توجه به چگونگی کانال‌های ارتباطی بین بیمه‌گران و بیمه‌گذاران (برنامه‌های ویژه، خدمات چت یا پیام‌رسانی از طریق مشاوران، اعلام خسارت آنلاین و غیره) در حال تحول هستند، این یک چالش بزرگ است.

۲- آمادگی برای رویارویی با تغییرات اقلیمی

همانطور که در تازه‌ترین گزارش شورای بین‌دولتی تغییرات اقلیمی IPCC آمده است، از این پس کاهش به‌تنهایی تأثیر فعالیت‌های انسانی بر محیط‌زیست کافی نخواهد بود. بلکه از این پس برای مدیریت ریسک تغییرات اقلیمی باید برای زندگی با پیامدهای این تغییرات، به‌ویژه اثرات نامطلوب روی زیستگاه‌ها آماده شویم. ریسک زیست‌محیطی به‌عنوان موضوع بسیار مهم و رشد‌یابنده مورد توجه قرار دارد به‌ترتیبی که در یک سال از رتبه پنجم به رتبه دوم صعود کرده است. پیامدهای اصلی، به‌گفته بیمه‌گران، مربوط به سلامت انسان، زیرساخت‌ها و عدم تعادل در سیستم‌های اقتصادی است.

۳- تغییر به سمت مدل‌های جدید بازنشستگی و

مراقبت‌های بهداشتی برای رسیدگی به جمعیت سالخورده

این ریسک در یک روند طولانی مدت فعالیت می‌کند: پیشرفت‌های فنی در زمینه سلامت (مراقبت‌های ویژه، درمان



Financia

آذرماه ۱۴۰۱

شماره ۳۲

IFNN.IR

اخبار مالی



متصور است که یکی از مهم‌ترین آن راهکارها، استفاده از فناوری‌های نوین و هوشمندسازی است که، ارائه خدمات را در همه عرصه‌ها دچار تحول اساسی ساخته است. هوشمندسازی فرایندهای فروش صدور و نگهداری بیمه‌نامه‌های زندگی در صنعت بیمه می‌تواند سرآغاز تحول بنیادی در این رشته بیمه‌ای و رشد و بالندگی آن باشد.

■ هوشمندسازی چیست؟

هوشمندسازی را اینگونه تعریف کرده‌اند: «هوشمندسازی به معنای بهره‌گیری از ابزارها و تکنیک‌های فنی و اطلاعاتی جهت مدیریت صحیح امور، تسهیل فعالیت‌ها، ارتقا و اصلاح سبک زندگی، شتاب بخشیدن به اجرای دقیق و حرفه‌ای تر امور، کاهش مصرف انرژی و بهره‌برداری حداکثری از خدمات حوزه فناوری اطلاعات در راستای ارتقا شاخص‌های زندگی فردی و اجتماعی است.» منظور از هوشمندسازی بیمه‌های زندگی نیز به طور اجمالی عبارت است از: به کارگیری جامع و یکپارچه همه ابزارها و فناوری‌های نوینی است که به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر فرایندهای معرفی، فروش، صدور، نگهداری بیمه‌نامه‌های زندگی، تغییرات احتمالی آن‌ها، دریافت‌ها و

توسعه بیمه‌های زندگی در کشور عزیزمان، ایران، با وجود تلاش‌های سده گذشته و تحولات چشمگیر دهه‌های اخیر در این باره، هنوز با استانداردها و میانگین‌های جهانی فاصله بسیار زیادی دارد. اما از سوی دیگر



◀ عباس رنجبر کلهرودی، کارشناس بیمه

با توجه ماهیت، کارکرد، نقش و اهمیت بیمه‌های زندگی در خانواده، جامعه و اقتصاد کلان کشور، عدم توسعه و اشباع بازار بیمه‌های زندگی، فرصت بی نظیری برای کسانی است که در این حوزه و با چشم به آینده به دنبال فعالیت‌های خلاقانه در بازار بیمه‌های زندگی و کسب و کارهای مرتبط با آن هستند. عدم توسعه بیمه‌های زندگی در کشور دلایل بسیاری دارد که صاحب‌نظران در جاهای دیگری به آن پرداخته‌اند و ضرورتی به ذکر مجدد آن نیست. همچنین برای توسعه بیمه‌های زندگی نیز راهکارهای زیادی

هوشمندسازی لازمه توسعه بیمه‌های زندگی

پرداخت‌های بیمه‌نامه، سرمایه‌گذاری و... اثرگذار هستند. استفاده از سیستم هوشمندسازی موجب می‌گردد تا در کمترین زمان ممکن، همه اشخاص دخیل در بیمه‌نامه‌های زندگی، اعم از بیمه‌گذار، بیمه‌شده، بیمه‌گر، نمایندگان بیمه و ذینفعان و... بتوانند فرایند مربوط به حوزه خود را به‌صورت خودکار و برخط و با کمترین هزینه اجرا و آن را با دقت کنترل و مدیریت نمایند.

الزامات هوشمندسازی

اکثر خدمات بیمه‌ای، پیچیدگی‌های فنی و حقوقی ویژه‌ای دارد که این پیچیدگی در رشته بیمه‌های زندگی نسبت به سایر رشته‌ها بیشتر و مراحل صدور بیمه‌نامه آن نیز طولانی‌تر است. در صورت تصمیم بر هوشمندسازی فروش و صدور بیمه‌نامه‌های زندگی، به‌نظر می‌رسد که باید زیرساخت‌های متنوع و اثرگذار بر فرایند هوشمندسازی بیمه‌های زندگی، قبل یا همزمان با فرایند هوشمندسازی مورد اصلاح، بازنگری و تجدید نظر اساسی قرار گیرند. مهم‌ترین زیرساخت‌های مورد اشاره در فوق به شرح ذیل است:

- متناسب‌سازی نرم‌افزارهای بیمه‌ای،
- تغییر ساختار فرم پیشنهاد و کمینه‌سازی سؤالات آن،
- حذف انجام معاینه و آزمایش‌های پزشکی برای صدور برخی بیمه‌نامه‌ها،
- تعیین تکلیف امضای فرم توسط بیمه‌گذار و بیمه‌شده و امضای دیجیتال،
- بازنگری در قانون و مقررات جاری و اصول حقوقی حاکم بر بیمه‌های زندگی،
- بازنگری در شیوه‌های دریافت و پرداخت حق بیمه و سرمایه و غرامت در شرکت بیمه و نیز برخی تعاملات پولی و مالی با مؤسسات بانکی و اعتباری و سرمایه‌گذاری،

- امکان استفاده از بانک‌های اطلاعاتی موجود در کشور و اتصال به آن،
- بازنگری در مقررات سنتی مربوط نمایندگان بیمه،
- بازنگری در شیوه‌های نظارتی و تدوین مقررات نظارت الکترونیک و هوشمند
- تدوین مقررات فروش و صدور آنلاین
- بازنگری در هزینه‌های فروش و صدور بیمه‌نامه

فرایندهای موردنظر در هوشمندسازی

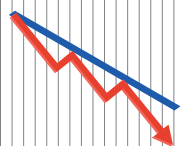
ارائه خدمات بیمه زندگی به بیمه‌گذاران، از آغاز نخستین فرایند ذی‌ربط تا خاتمه بیمه‌نامه در سررسیدهای تعیین شده، مشمول فرایندهای متعددی می‌شود که نقطه آغاز معرفتی بیمه‌نامه و فروش آن از طریق نماینده بیمه، و آخرین آن نیز خاتمه بیمه‌نامه به دلیل انقضا، انجام تعهدات، بازخرید و یا ابطال و... است. قطعاً در فرایند هوشمندسازی باید کلیه عملیات مرتبط با بیمه‌نامه‌های زندگی، با لحاظ آلترناتیوهای احتمالی قابل انتخاب، به‌دقت ترسیم، طراحی و اجرایی گردد. علی‌الحد مهم‌ترین فرایندهای فروش و صدور بیمه‌نامه‌های زندگی به شرح زیر است:

- بازاربایی و معرفتی بیمه‌های زندگی و راهنمایی جهت خرید
- تکمیل فرم پیشنهاد و برگه‌های ضمیمه احتمالی توسط بیمه‌گذار و بیمه‌شده

- بررسی‌های مقدماتی توسط نماینده بیمه و یا واحد صدور
- راهنمایی بیمه‌شده جهت انجام معاینه پزشکی در صورت ضرورت
- هدایت بیمه‌شده جهت انجام آزمایش‌ها پزشکی در صورت ضرورت
- تأیید پزشک و واحد صدور
- صدور بیمه‌نامه و تحویل آن
- انجام تغییرات در بیمه‌نامه برحسب درخواست بیمه‌گذار
- محاسبه وام و پرداخت آن
- بازخرید بیمه‌نامه، برداشت از اندوخته و...
- پرداخت خسارت بابت پوشش‌های بیمه‌ای
- پرداخت مستمری تا مدت تعیین شده
- پرداخت سرمایه بیمه‌نامه در پایان بیمه و یا در صورت فوت
- محاسبه و پرداخت کارمزد نماینده و سازمان فروش
- و...

هریک از فرایندهای فوق نیز خود شامل فرایندهای فرعی و الزامات تکمیلی هستند. به‌عنوان نمونه برای فروش آنلاین بیمه‌های زندگی، علاوه بر وجود اینترنت پرسرعت، نیازمند وجود پلتفرم‌هایی اختصاصی در شبکه‌های اجتماعی مطمئن است که تحت شرایط گوناگون قطع، مختل و یا مسدود نگردد. بی‌تردید شرکت‌های بیمه پیش‌تاز در آینده، شرکت‌هایی هستند که خلاقانه از فناوری‌های نو و هوش مصنوعی و فرایند هوشمندسازی یکپارچه استفاده می‌کنند و خود را با دنیای فناوری همگام می‌سازند و با استفاده از فناوری مدرن، چابکی سازمانی و کارایی خود را به‌صورت فزاینده‌ای افزایش می‌دهند و ضمن توسعه کمی و کیفی خدمات بیمه‌ای، هزینه‌های عملیاتی را کاهش و رضایت مشتریان خود را بیش از پیش نیز ارتقا می‌دهند. □

۳۳
۳۲
۳۱
۳۰
۲۹
۲۸
۲۷
۲۶
۲۵
۲۴
۲۳
۲۲
۲۱
۲۰
۱۹
۱۸
۱۷
۱۶
۱۵
۱۴
۱۳
۱۲
۱۱
۱۰
۹
۸
۷
۶
۵
۴
۳
۲
۱
۰



Financia News

آذرماه ۱۴۰۱

شماره ۳۲

IFNN.IR

اخبار مالی



بیمه پارسیان

جدیدترین محصولات و خدمات دانش بنیان و نوآورانه بیمه پارسیان

امراض خاص اضافه شده است که تمامی اطلاعات آن در وبسایت تخصصی بیمه‌های زندگی بیمه پارسیان به‌نشانی Lifeportal.parsianinsurance.com قابل مشاهده و مقایسه است. در بخشی دیگر و در حوزه پرمخاطب یعنی بیمه‌ها خودرو نیز شرکت بیمه پارسیان امکان صدور و تمدید اینترنتی بیمه شخص ثالث را روی وبسایت این شرکت فراهم کرد تا بیمه‌گذاران بتوانند با دسترسی آسان‌تر در هر لحظه نسبت به صدور بیمه‌نامه شخص ثالث و یا تمدید بیمه‌نامه قبلی خود اقدام نمایند. همچنین کلیه تمهیدات لازم جهت استعلام بیمه‌نامه و اعمال تخفیفات متعلقه در این سیستم در نظر گرفته شده است. همچنین در حوزه اعلام خسارت خودرو در زمان تصادف، سازوکار اعلام خسارت به‌صورت کاملا آنلاین و تا مرحله تشکیل پرونده کارشناسی و حتی پرداخت خسارت طراحی و در اپلیکیشن چتر همراه بیمه پارسیان راه‌اندازی شده است تا بیمه‌گذاران بتوانند حتی الامکان بدون مراجعه به شعب از طریق این سازوکار ضمن اعلام خسارت کارهای مربوط به تشکیل پرونده را نیز انجام دهند.

خدمت دیگر بیمه پارسیان امکان بیمه کردن صندوق امانات بانک‌ها است که در سال جاری و در راستای حفاظت از اموال سپرده شده به صندوق امانات بانک‌ها طراحی و پیاده‌سازی

بیمه پارسیان همواره در تلاش است تا با تلاش و همت سرمایه‌های انسانی خود هر ساله در جهت ارائه محصولات جدید و نوآورانه در صنعت بیمه کشور گام بردارد و در سال جاری نیز فعالیت‌های مهمی را در برنامه‌های خود قرارداد و با فراهم نمودن بسته مناسب برای افزایش رضایت مشتری و ایجاد منافع حداکثری برای بیمه‌گذاران و ذینفعان سعی بر آن داشت تا در این مسیر مثمر ثمر باشد. بر همین اساس تمامی محصولات و خدمات این شرکت برپایه تکنولوژی روز دنیا طراحی و به مرحله اجرا درآمده‌اند و همچنین سعی شده که این محصولات و خدمات در جهت پیشرفت‌های تکنولوژی دنیا به ارائه خدمت و رفاه حال بیمه‌گذاران طراحی و اجرا گردد.

براساس این گزارش، در راستای ارائه خدمات نوین و با هدف ایجاد منافع و ترغیب مشتریان در بخش بیمه‌های زندگی، بیمه‌نامه‌ای با پوشش‌های جدید، متنوع و متفاوت تحت عنوان بیمه جامع آرامش زندگی روانه بازار شد که علاوه بر دارار بودن مزایای فعلی بیمه‌های زندگی، مزایایی همچون، تعلق سود روزشمار، ارائه پوشش‌هایی برای بیمه‌گذار در صورتی که بیمه‌گذار و بیمه شده دو شخص متفاوت باشند، افزایش سقف پوشش فوت به هر علت و افزایش سقف و تعداد پوشش‌های



Parsian Insurance

بیمه پارسین همواره در فعالیت بیمه‌گری خود با اتکا به برنامه‌ریزی مدون، سعی دارد با تاکید بر حرکت هرچه بیشتر به سمت ارائه خدمات و محصولات بر پایه دیجیتال و الکترونیک گام بردارد که در این دوران نوظهور و فعالیت‌های آنلاین یک ضرورت در زندگی تمامی آحاد جامعه محسوب می‌شود

و پوشش‌های بیمه عمر و سرمایه‌گذاری از مزایای اختصاصی آن از جمله تخفیفات ویژه در هزینه‌های صدور بیمه‌نامه، امکان برداشت مستقیم حق بیمه از حساب مشتری نزد بانک، امکان استفاده از مبالغ خرد مانده حساب مشتری نزد بانک برای تشکیل اندوخته بیشتر، امکان پرداخت خودکار حق بیمه بدون نیاز به بانک و درگاه‌های پرداخت بانکی برخوردار خواهند شد. در آخر بیمه پارسین با تکیه بر اصل مشتری‌مداری و احترام به حقوق بیمه‌گذاران خود و ارتباط مؤثر و گسترش و تمرکز فعالیت آنها و همچنین هدایت و تشویق مشتریان به استفاده بیشتر از خدمات بیمه، اقدام به راه‌اندازی باشگاه مشتریان نمود.

در این فضای تعاملی، بیمه‌گذاران می‌توانند ضمن ایجاد ارتباطات دوسویه، با توجه به امتیاز و سطوح کسب شده از پاداش‌های متنوع که برای بیمه‌گذاران در نظر گرفته شده استفاده نمایند. بیمه پارسین همواره در فعالیت بیمه‌گری خود با اتکا به برنامه‌ریزی مدون، سعی دارد با تأکید بر حرکت هرچه بیشتر به سمت ارائه خدمات و محصولات بر پایه دیجیتال و الکترونیک گام بردارد که در این دوران نوظهور و فعالیت‌های آنلاین یک ضرورت در زندگی تمامی آحاد جامعه محسوب می‌شود. □

شد. این بیمه‌نامه با توجه به ماهیت صندوق امانات بانک‌ها، که محل امنی برای نگهداری اشیای با ارزش اعم از پول، انواع سکه، اوراق بهادار، جواهرات، انواع چک‌های بانکی تضمین شده، تمبرها، سفته و غیره متعلق به مشتریان بانک است کلید زده شد و در هنگام خرید این بیمه‌نامه، نیازی به اعلام اظهار محتویات صندوق نیست و در صورت بروز هرگونه حادثه، مطابق قوانین مربوطه گرامت تا سقف میزان سرمایه بیمه‌شده پرداخت می‌شود.

در ادامه اهداف این شرکت در توسعه بیمه‌های زندگی و ایجاد منافع مشتریان جدیدترین محصول مشترک بانک و بیمه پارسین با عنوان نهال زندگی پارسین طراحی و به بازار عرضه شده است.

این محصول و خدمت بیمه‌ای برای مشتریان بیمه‌نامه‌های زندگی ارائه گردیده است و آن دسته از مشتریان که دارنده حساب‌های بانکی (در مرحله اول اجرا) در بانک پارسین باشند می‌توانند با بهره‌گیری از مبالغ خرد مانده حساب خود به صورت روزانه و تخصیص آن به عنوان حق بیمه، ضمن خرید بیمه عمر و سرمایه‌گذاری، از مزایای ویژه این طرح (تخفیف از محل هزینه‌های بیمه‌نامه) بهره‌مند شوند.

بر همین اساس طرح نهال زندگی پارسین علاوه بر مزایا



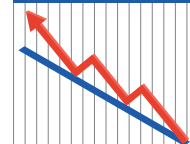
Financia
News

آذرماه ۱۴۰۱

شماره ۳۲

IFNN.IR

اخبار مالی



S

W

E

N

I

O

U

C

C

O

C

I

L

۱..... بحران منابع ۲..... افزایش هزینه‌ها ۳..... سیستم‌های قدیمی

سه چالش و سه راه حل پیش روی صنعت بیمه

< ترجمه: ایمان ایزدی مقدم | منبع: <https://www.flatworldsolutions.com>

ارائه دهند. با این حال، یک نقطه ضعف در این راه حل وجود دارد. روش‌های ترفیع باید مستمر باشد زیرا میانگین دوره تصدی تازه واردان در این بخش بیش از ۲ سال نیست. این باعث می‌شود آموزش، جایگزینی پرهزینه و کم ثمر باشد. راه دیگر برای مقابله با این مشکل، برون‌سپاری وظایف دفتر پشتیبان به ارائه‌دهندگان BPO بیمه است. شرکای شخص ثالث منابع کافی را در هر زمانی از سال برای کمک به ارائه‌دهندگان بیمه برای رفع نیازهای متغیر خود خواهند داشت.

۲- افزایش هزینه‌ها

در عصر پس از همه‌گیری، تورم یکی از دلایل نگرانی برای صنعت است. شرکت‌های حمل‌ونقل لازم است تا مسافت بیشتری را طی کنند تا هزینه‌ها را تحت کنترل داشته باشند. در عین حال، آنها باید برای باقی ماندن در بازار هزینه‌هایی را متحمل شوند. دو مورد از محرک‌های اصلی هزینه در صنعت، رعایت الزام‌های نظارتی و بازاریابی محصولات است. به‌عنوان مثال، شرکت‌های بیمه برای پیشرو بودن مانند، باید محصولات بیشتری تولید کنند و در نتیجه هزینه‌های بیشتری را به عمل آورند. کاهش خطوط تولید منجر به کاهش حاشیه سود خواهد شد.

■ راه حل

شرکت‌های بیمه از دو طریق می‌توانند هزینه‌ها را تحت کنترل داشته باشند. یک راه اثبات شده برای صرفه‌جویی در

صنعت بیمه در سال‌های پیش‌رو با چالش‌های متعددی مواجه خواهد شد. این صنعت برای مقابله با چالش‌های پیش روی خود لازم است تا نوآوری، سرعت و چابکی را سنگ بنای راهبردی خود قرار دهد. چالش‌های عمده عبارتند از جبران کمبود منابع، برآوردن نیازهای و انطباق با شرایط در حال تغییر، توسعه محصولات با توان رقابتی بالا و کاهش روند افزایش هزینه‌ها.

۱- بحران منابع

یکی از چالش‌های مهم که شرکت‌های بیمه در سال‌های پیش رو با آن مواجه خواهند شد، کمبود منابع است. در بخش ویژه‌ای مانند بیمه، فرسایش آثار خود را در طول همه‌گیری کووید-۱۹ بر صنعت وارد کرده است. این مشکل با این واقعیت تشدید می‌شود که اکثر کارکنان این صنعت در سن متوسط هستند و یافتن جایگزین مناسب برای آنها کار دشواری خواهد بود. علاوه بر این، برای جذب استعدادها، تازه، ارائه‌دهندگان بیمه باید بر چالش‌هایی مانند کار بیش از حد، کمبود انگیزه، فرصت‌های رشد و دستمزد ناکافی غلبه کنند.

■ راه حل

مشکل کمبود منابع از دو طریق قابل حل است. در سطوح داخلی، شرکت‌های بیمه باید راه‌های بهبود یافته‌ای را برای ارتقای مهارت‌های پیشین و استفاده از مهارت‌های جدید



را در مقابل چالش مشاهده می‌کنند و بدین ترتیب نمی‌توانند از صرفه‌جویی‌های مقیاس ارائه شده توسط دیجیتال‌سازی حداکثر استفاده را ببرند.

■ راه‌حل

نیروی کار از راه دور و فناوری رایانش ابری. ارائه‌دهندگان BPO بیمه در اتخاذ مدل‌های جدید دیجیتال جهت اجرای فرایندها، جلوتر از بیمه‌گران بیمه عمل می‌کنند. شرکت‌های بیمه که توسط سیستم‌های قدیمی محدود شده‌اند، می‌توانند از موفقیت BPOهای بیمه برای استفاده حداکثری از دیجیتال شدن استفاده کنند. این امر مزیت دوگانه دیجیتال شدن و کاهش هزینه‌ها را به همراه دارد.

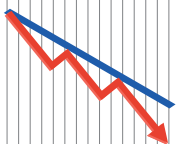
■ نتیجه‌گیری

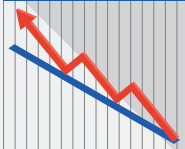
صنعت بیمه می‌تواند با مشارکت با یک ارائه‌دهنده خدمات پشتیبان توانا بر این چالش‌های بزرگ پیش رو غلبه کند. ارائه‌دهندگان BPO تجربه خود را برای مقابله با این چالش‌ها به منصفه ظهور خواهند رساند. این مشارکت به شرکت‌های مخابراتی کمک می‌کند تا با نیمی از هزینه‌ها، سطوح کارایی مورد نیاز و در حال تغییر را برآورده کنند. با این حال، بیمه‌گران باید در انتخاب شریک مراقب باشند. تنها یک شرکت بیمه BPO با ترکیبی از تجربه، تخصص و فناوری می‌تواند ارزش افزوده‌ای را که برای رویارویی با چالش‌های امروزی لازم است به ارمغان بیاورد. □

هزینه‌ها، داشتن یک مکان متمرکز برای کارهای پشتیبان است. این مکان می‌تواند در هر جایی باشد. گزینه موجود دیگر این است که کار دفتر پشتیبانی که به صورت مستقیم با مشتری در ارتباط نیست را در مکان‌های مختلف براساس مزیت منطقه زمانی غیرمتمرکز حفظ کنند. در هر صورت این شرایط به شرکت‌های بیمه کمک می‌کند تا هزینه‌های عملیاتی نگهداری مؤسسه خود را کاهش دهند.

۳- سیستم‌های قدیمی

دیجیتال شدن صنعت بیمه را با توفانی سهمگین مواجه کرده است. این در درجه اول به این دلیل است که دیجیتال کردن راه‌هایی را ایجاد کرده که از طریق آن بیمه‌گران می‌توانند هزینه‌های عملیاتی خود را کاهش دهند. آنها می‌توانند این کار را انجام دهند در حالی که به طور همزمان مطابق با الزامات نظارتی و افزایش خدمات مشتری هستند. با این حال، برای انتقال به یک پلت فرم دیجیتال، مهم است که گردش کار و فرایندها به صورت بهینه و به روز نگهداری شوند. با این حال، چالش بیشتر مربوط به سیستم‌های قدیمی است. اکثر شرکت‌های بیمه عملیات خود را روی سیستم‌های قدیمی اجرا می‌کنند. این سیستم‌ها تکه تکه هستند که ساده‌سازی را به یک کار چالش برانگیز تبدیل می‌کند. اتکای بیش از حد به این سیستم انتقال به پلتفرم دیجیتال را دشوارتر می‌کند. در نتیجه، شرکت‌های بیمه خود





سال‌ها در خلأ حرکت کرده‌ایم

انتقادات بسیاری از استادان و تحلیل‌گران اقتصادی حاکی از عدم‌بی‌برنامگی است و همین امر موجب ایجاد مشکلات عمومی جامعه گردیده که هنجارهای جاری دستگاه‌های اداره کشور را از ریل خود خارج و هنوز برنامه روشنی برای مدیریت فرای کشور در دست ندارد برنامه و بودجه سال ۱۴۰۲ که هم‌اکنون کارشناسان در بخش‌های مختلف استانی و مرکز می‌بایست برای آن نشست‌های تخصصی تشکیل دهند گویا به‌دست فراموشی سپرده شده است و در انتظار هستند که سال آتی را هم با یک دوازدهم شروع کنند. برنامه توسعه هفتم که در شرایط امروز باید نشست‌های کارشناسی در زمینه‌های مختلف برای تهیه آن برگزار گردد و یا محافل دانشگاهی و نهادهای مختلف مالی و پولی می‌بایستی برای آن سمینارهای تخصصی داشته باشند صرفاً در حد نشست چند تن از مسئولین بلندپایه برگزار می‌گردد. گروه‌های مختلف کارشناسی را می‌شناسم که در حوزه‌های ملی خصوصاً مدیریت شهری از خبرنگاران برنامه‌ریزی کشور هستند اما هیچ‌یک اطلاعات روشنی از استراتژی مدیریت کلان کشور و برنامه‌های آن ندارند در حالی که این افراد سربازانی هستند که همیشه برای کار از جان مایه گذاشتند واقعا مشخص نیست چرا دستی برای درخواست و حرکت دراز نمی‌شود، گروه‌های متخصص بسیاری هستند که قادرند برای اشتغال کشور برنامه‌های اجرایی با اهمیت ارائه دهند و یا در جلب و جذب سرمایه‌های خارجی در این زمینه فعالیت‌های قابل توجهی صورت دهند که هم موجب توسعه برنامه‌های عمرانی گردد و هم موجب توسعه اشتغال، برنامه‌هایی که در شرایط امروز که سرمایه سنگین‌ترین بخش ایجاد یک فرصت شغلی است کمتر درگیر مسائل مالی باشد، گروه‌هایی که می‌توانند در برنامه‌ریزی توسعه خصوصاً موتور محرکه بسیاری از برنامه‌ها باشند، نقطه مقابل شعار، واژه برنامه است حلقه مفقوده‌ای که قریب نیم قرن به دلایل مختلف یا مقفول مانده یا معلول، اگر نتوانیم این حلقه را به بهترین شکل ایجاد نماییم باور داشته باشیم که در باورهایمان شکست خواهیم خورد. در سال‌هایی که گذشت متأسفانه برنامه همواره یک عنوان بیش نبوده و اگر دولتی هم دارای برنامه‌ای بوده حلقه در برنامه‌ای از دولت‌های قبلی نداشته و یا با برنامه دولت‌های بعدی گره نخورده است و به همین جهت می‌توان گفت که سال‌ها در خلأ حرکت کرده‌ایم. به خروجی برنامه‌های توسعه اول تا ششم نگاه کوتاهی بیندازید تا عرایض روشن شود، در پایان برای تحقق برنامه نیازمند برنامه منطبق بر واقعیت و شناخت داشته‌ها هستیم و بهترین برنامه‌ها اعم از برنامه‌های کوتاه‌مدت و یا برنامه‌های توسعه از درون هسته‌های تخصصی مردمی و دانشگاهی و یا ستادی متشکل از این ستادها و دولت بیرون خواهد آمد. □

برنامه‌ریزی حلقه مفقوده در مدیریت اندیشمندان و عالمان مکاتب مختلف، تفکر و اندیشه را از ارکان تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری برشمرده‌اند. برای رسیدن به هر هدفی بر مبنای عقلانیت ابتدا نیاز است ضرورت‌ها، اولویت‌ها، میزان امکانات و لوازم و الزامات مورد نیاز



◀ سیدحسین قاسمی، کارشناس ارشد اقتصادی

اعم از منابع مادی و نیروی انسانی ارزیابی و با توان‌ها مورد توجه قرار گرفته و با توجه به سرعت و زمان مورد نیاز برای کسب دستاوردها، مراحل رسیدن به این اهداف را عملیاتی ساخت. در قرن نوزدهم و بیستم علاوه بر این الزامات مبحث جدیدی نیز تحت عنوان تحقیق در عملیات به مراحل مختلف برنامه‌ریزی افزوده شد تا حین انجام عملیات و در خاتمه آن، میزان دستیابی به اهداف برنامه، توسط کارشناسان مورد مطالعه کارشناسان صورت گرفته تا ضمن جلوگیری از هزینه‌های اضافی و رفع مشکلات حین اجرا در بهره‌برداری مطلوب و توجیه پذیر کردن بخش‌های غیرمفید و یا هزینه‌زا، با بازنگری نتیجه طرح‌های توسعه برنامه و اقدامات اجرایی آن در آینده مراحل به بهترین نحو اهداف را محقق سازد.

کشورها اقدامات مربوط به برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی را در سازمان متمرکز پیش‌بینی می‌نمایند تا مطالعه، طراحی، ارزیابی و بررسی‌های کمی و کیفی برنامه‌ها در این سازمان متمرکز صورت گیرد که به‌صورت معمول همان برنامه و بودجه و ارزیابی عملکردها را شامل می‌گردد و کلان این عملیات را برای دولت‌ها مدیریت می‌نماید. در کشور ما از زمان تأسیس این سازمان مدیران با کفایت و توانمندی قرار داشتند که با وجود تمایلات حاکمان همواره سعی بر کنترل تراز مالی و تناسب آن با نیازهای عمرانی و جاری کشور را صورت میدادند هر چند پس از مدتی روش‌های این سازمان نتوانست بهینه شود و خود نیز دچار شیوه‌های سنتی فاقد کارایی گردید اما امارها و تحلیل‌ها عموماً هشدارهای مهم را در افزایش هزینه‌ها، کاهش و یا افزایش درآمدهای ملی، نرخ تورم، نرخ رشد نقدینگی، نرخ فاصله طبقاتی، نرخ اشتغال یا ضریب نرخ بیکاری، نرخ رشد سرمایه‌گذاری و در مقاطع مختلف داده است.

اکنون پس از گذشت قریب به یک‌سال و نیم از عمر دولت آقای رئیسی، شاهد هستیم که هنوز دولت ایشان و تیم اقتصادی وی موتور خود را نه تنها روشن نکرده‌اند بلکه نتیجه امار و ارقام و

مرور فعالیت‌های زیست محیطی پتروشیمی بوعلی سینا

کرده است و بدین ترتیب موفق شده با کاهش فلرینگ از ۶,۱۱ در سال ۱۳۹۶ به ۴,۱۱ در پایان سال ۱۴۰۰ برسد. این شرکت هم‌اکنون ۵ پروژه دیگر را نیز در راستای کنترل آلاینده‌های هوا با مبلغی ریالی بیش از ۲۶۲ میلیارد ریال و ارزی بیش از ۶۰۰ هزار یورو در دست اجرا دارد.

۲- کنترل کیفیت آب و پساب

شرکت پتروشیمی بوعلی سینا با هدف کاهش آلودگی ناشی از پسماندها و هم‌راستا با ضوابط قانون مدیریت پسماندها، ضمن به حد اقل رساندن زمان متند پسماندهای فرایندی، میزان بازیافت پسماندهای فرایندی خود را از ۹۰ درصد در سال ۱۳۹۶ به ۹۹,۹ درصد در پایان سال ۱۴۰۰ رسانده است.

۳- مدیریت پسماندها

مجتمع کلیه پساب‌های بهداشتی و صنعتی خود را در جهت تصفیه به تصفیه خانه شرکت فجر انرژی خلیج فارس ارسال می‌کند. به منظور حفاظت از خوریات، این مجتمع هیچ‌گونه تخلیه پساب آلوده به محیط‌های پذیرنده نداشته است.

۴- مدیریت منابع انرژی

مجتمع پتروپالایشی بوعلی سینا ضمن استقرار واحد مدیریت انرژی، موفق به دریافت گواهینامه ISO50001 شده است. همچنین پروژه‌های گوناگونی نیز در زمینه کاهش یوتیلیتی (گاز، سوخت، نیتروژن، برق، بخار و هوای ابزار دقیق) انجام داده است از جمله در سرویس قراردادن خازن‌های فشار ضعیف جهت اصلاح ضریب قدرت، رفع نشتی‌ها و افزایش تولید بخار، BFW از MPS افزایش تولید، تعویض مبدل E-7001 و...

۵- مسئولیت‌های اجتماعی

شرکت پتروشیمی بوعلی سینا در راستای عمل به مسئولیت‌های اجتماعی خود فعالیت‌های بسیاری را به انجام رسانده است از جمله مدیریت انجمن مردم نهاد دیده بان انرژی پاک، اهدا خطوط لوله منابع طبیعی جهت آبرسانی به طرح‌های مقابله با ریزگردها، اهدای ۳۰۰۰ تنهال مثمر و گلدان به شهرستان بندر ماهشهر، کاشت ۱۲ هزار نهال حرا در خور غزاله، برگزاری وبینار عکاسی زیست محیطی، پاکسازی خور و حاشیه دریاچه نمک در روز زمین پاک، پروژه کاشت ۱۰۰۰۰ تنهال حرا در پهنه معرفی شده سازمان محیط زیست و...

شرکت پتروشیمی بوعلی سینا هم‌راستا با تولید محصولات، توجه به حفظ محیط زیست را در فهرست برنامه‌های خود قرار داده است. این شرکت تاکنون هزینه‌های قابل توجهی را در این حوزه متقبل شده و فعالیت خود را در راستای تولید پایدار ادامه می‌دهد.

پتروشیمی بوعلی از جمله شرکت‌های پتروپالایشی طرح آروماتیک سوم به حساب می‌آید که عملیات اجرایی آن سال ۱۳۸۰ در زمینی به مساحت ۳۶ هکتار در شمال غربی خلیج فارس و منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی آغاز و در سال ۱۳۸۳ مورد بهره‌برداری قرار گرفت. هم‌اکنون ۷۰ درصد سهام این شرکت متعلق به شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس و ۳۰ درصد دیگر متعلق به کانون شرکت‌های سرمایه‌گذاری سهام عدالت است. همچنین ۷ واحد فرایندی این مجتمع تحت لیسانس AXENS فرانسه، KRUPP UHDE آلمان و SINOPEC چین در حال بهره‌برداری است. شرکت پتروشیمی بوعلی سینا سومین طرح آروماتیک کشور و بزرگ‌ترین تولیدکننده محصولات آروماتیک، حلقه اصلی زنجیره تامین صنایع پایین دستی در تولید پلیمرها و شوینده‌ها است که با دسترسی به آب‌های آزاد بین‌المللی و دارا بودن مخازن ساحلی و قابلیت انتقال محصولات از امکانات صادراتی مناسبی توسط کشتی با ظرفیت بالا برخوردار است. مهم‌ترین خوراک مصرفی شرکت پتروشیمی بوعلی سینا نفتا و میعانات گازی است که هم‌اکنون سالانه ۱۷۱۸۰۰۰ تن دریافت می‌کند و محصولات تولیدی آن عبارتند از بنزن ۱۸۰۰۰۰ تن در سال، برش سبک نفتا ۳۵۰ هزار تن در سال، ریفرمیت با اکتان ۹۵ به میزان ۷۰۰۰۰۰ تن در سال، اورتوزالین، گاز مایع با ظرفیت ۴۰۰۰۰ تن در سال، برش سنگین نفتا با ظرفیت ۴۹۹۰۰۰ تن در سالو پارازایلین است. علاوه بر تلاش جهت ارتقای جایگاه اقتصادی، شرکت پتروشیمی بوعلی سینا فعالیت‌های بسیاری را در راستای حفظ محیط زیست و عمل به مسئولیت‌های اجتماعی به عمل آورده است که در ادامه به برخی از مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود:

۱- کنترل آلاینده‌های هوا

شرکت پتروشیمی بوعلی سینا در راستای کنترل آلاینده‌های هوا اقدام به اجرای ۲۰ پروژه در واحدهای عملیاتی



S
W
E
N
O
C
C
O
L

حضور پتروشیمی خلیج فارس در بیستمین نمایشگاه بین المللی محیط زیست

CO2 عمل کرده است، تصریح کرد: اقدامات زیست محیطی این شرکت بر دو محور شناسایی و رفع مشکلات زیست محیطی مجتمع های در حال بهره برداری و دارای تکنولوژی های قدیمی و نیز طراحی پروژه های کلان و در سطح ملی برای کاهش آلودگی صنعت پتروشیمی متمرکز شده است.

در جریان برپایی بیستمین نمایشگاه بین المللی محیط زیست، مروت، مدیر راهبرد و زیرساخت توسعه محصول فناوری و نوآوری هلدینگ خلیج فارس نیز حضور پیدا کرده بود، گفت: با رصد کردن کلان روندهای فناوری جهانی، برنامه های راهبردی مقابله با مخاطرات انتشارات گازهای گلخانه ای تدوین و پیاده سازی می شود. وی افزود: یکی از جنبه های مهم آسیب پذیری در سال های پیش رو، کاهش حاشیه سود شرکت های تولیدکننده محصولات صنایع انرژی بر مانند صنایع پتروشیمی، به واسطه برنامه های جهانی کاهش انتشارات گازهای گلخانه ای و مقابله با تغییر اقلیم است. شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس با استفاده از پتانسیل و ظرفیت شرکت های دانش بنیان در این مسیر گام برداشته و با توجه به محدودیت های کربنی تدوین شده، آماده حضور در بازارهای بین المللی می شود.

در بخش دیگری از برپایی بیستمین نمایشگاه بین المللی محیط زیست، محمود ساده، مدیر سلامت بهداشت و ایمنی محیط پتروشیمی نوری نیز از اجرای دو پروژه جدید زیست محیطی این مجتمع خبر داد و گفت: شیرین سازی گازهای ارسال و حذف فلرینگ با استفاده از تکنولوژی آمین با عنوان ۲۸۰، جدیدترین پروژه پتروشیمی نوری است که برای نخستین بار در این مجتمع انجام می شود.

به گفته وی، با اجرای پروژه مزبور حدود ۶۵۰۰۰ تن LPG، کود سولفات آمونیوم ۶۰۰۰۰ تن و ۱۸۳۰۰ تن گاز طبیعی شیرین تولید می شود. از جمله دیگر از فعالیت های شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس در بیستمین نمایشگاه بین المللی محیط زیست، امضای تفاهنامه با مراکز تحقیقاتی و شرکت های

شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس به عنوان شرکت پیشرو در صیانت از محیط زیست، در بیستمین نمایشگاه بین المللی محیط زیست حضور پررنگ را به نمایش در آورد.

در بیستمین نمایشگاه بین المللی محیط زیست، ۱۹ شرکت تابعه گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس، آخرین دستاوردهای خود در حفاظت از محیط زیست، کاهش آلودگی و همچنین حفاظت از گونه های نادر جانوری و آبزیان ارائه کردند.

برگزاری پنل های تخصصی با «موضوع توسعه پایدار، چالش های زیست محیطی طرح ها»، «بازبایی فلرها»، «مدیریت آب و پساب»، «مسئولیت اجتماعی و مطالبات جوامع محلی»، «مدیریت کربن» و «پایش بیولوژیک کارکنان»، از مهم ترین برنامه های شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس در بیستمین نمایشگاه بین المللی محیط زیست بود.

همچنین در کنار دیدارها و برنامه های متنوع دیگر، به منظور تداوم اقدامات مؤثر در عرصه صیانت از زیست بوم کشور و استفاده از اصول دانش بنیان در این زمینه، تفاهنامه همکاری بین شرکت های تابعه با دانشگاه ها و شرکت ها منعقد گردید.

در حاشیه بیستمین نمایشگاه بین المللی محیط زیست، خادیمان مدیر بهداشت، ایمنی، محیط زیست و پدافند غیرعامل (HSE) شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس با اشاره به اقدامات متعدد زیست محیطی این شرکت از جمله اجرای طرح جمع آوری گازهای فلر تأکید کرد: توانایی تحقق تمام تعهدات زیست محیطی بین المللی وزارت نفت طبق کنوانسیون های موجود در خصوص کاهش CO2 را داریم. وی با تشریح نقش و جایگاه هلدینگ خلیج فارس در صنعت پتروشیمی و بازار سرمایه گفت: این مجموعه نقش و مسئولیت خطیری در کاهش آلودگی محیط زیستی از طریق استفاده از خوراک فلرهای مناطق خوزستان و بوشهر دارد.

خادیمان با اعلام اینکه شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس به همه مفاد و تعهدات کنوانسیون پاریس در خصوص کاهش

پیشرو بود. تفاهمنامه با دانشگاه صنعتی شریف، شرکت آب و فاضلاب خوزستان از جمله این فعالیت‌ها بود.

امضای تفاهمنامه‌های مرتبط با محیط‌زیست با مراکز علمی، پژوهشی و شرکت‌های پیشرو و توانمند در ارتباط با محیط‌زیست از جمله دیگر فعالیت‌های شرکت صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس در بیستمین نمایشگاه بین‌المللی محیط‌زیست بود. از جمله این تفاهمنامه‌ها، تفاهمنامه حضور در بازارهای بین‌المللی با توجه به محدودیت‌های کربنی تدوین شده بود که بین دانشگاه صنعتی شریف و شرکت صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس به امضا رسید.

محاسبه ردپای کربن به استناد استانداردها و دستورالعمل‌ها و تدوین چرخه حیات (مطالعه خوراک بالادستی و مطالعه پایین دست) و انتشارات در چرخه عمر از چرخ تا چاه در بالادست و پایین دست فرایند، شناسایی رقبا و مطالعه بازارهای هدف و ارزیابی اثر اقتصادی و سناریوهای قیمت کربن در بازارهای هدف با شناسایی هزینه‌های مالیات بر ردپای کربن در سناریوهای مختلف و ارزیابی کاهش حاشیه سود نسبت به رقبا در لاین تفاهمنامه پیش‌بینی شده است. همچنین شناسایی استانداردهای داخلی و استانداردها در بازارهای هدف، شناسایی و ارزیابی راهکارهای کاهش ردپای کربن با شناسایی بهترین فناوری‌های موجود، کاهش‌های کوتاه‌مدت و شناسایی فناوری‌های سبز آینده (هیدروژن، انرژی زیستی، جذب و کاربرد کربن و...) کاهش‌های آینده، شناسایی پتانسیل‌های کاهش در زنجیره انتشارات، شناسایی فرصت‌های حمایت بین‌المللی در قالب گواهی کاهش انتشار و حمایت‌های دوجانبه و حمایت‌های بین‌المللی و مکانیزم‌های داخلی و تدوین برنامه راهبردی حضور در بازار بین‌المللی با توجه به محدودیت‌های کربنی از دیگر مفاد این تفاهمنامه است.

تفاهمنامه دیگری نیز با همت پالایش‌گاز بیدبلند خلیج‌فارس با هدف پایان آلودگی رودخانه مارون با شرکت آب و فاضلاب خوزستان منعقد گردید که براساس آن واحد تصفیه فاضلاب و پساب شهرستان بهبهان به ظرفیت ۲۸ هزار مترمکعب در روز به‌منظور تأمین آب مصرفی مورد نیاز پالایشگاه گاز بیدبلند خلیج‌فارس احداث می‌شود.

تفاهمنامه مذکور در راستای رویکرد مسئولیت‌های اجتماعی، ارتقاء فرهنگ زیست‌محیطی و کمک به بالانس آب کشور و با عنایت به سیاست سازمان آب و فاضلاب کشور در خصوص عدم اختصاص آب شرب برای صنایع کشور، منعقد شد.

به موجب این تفاهمنامه، سرمایه‌گذاری و تأمین بودجه عملیات مهندسی، پایه مهندسی، تفصیلی خرید و تدارکات اجرا و راه‌اندازی واحد تصفیه پساب شهرستان بهبهان با ظرفیت اسمی ۲۸۰۰۰ مترمکعب با مدل قراردادی بیع متقابل از سوی شرکت آب و فاضلاب خوزستان به شرکت پالایش‌گاز بیدبلند خلیج‌فارس واگذار شد. پیش‌بینی می‌شود این طرح با سرمایه‌گذاری پنج هزار میلیارد ریال و طی مدت ۲۴ ماه به بهره‌برداری برسد.

برگزاری پنل‌های تخصصی از دیگر فعالیت‌های قابل ذکر گروه صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس در بیستمین نمایشگاه

بین‌المللی محیط‌زیست بود. در دومین روز از برگزاری نمایشگاه بین‌المللی «پنل تخصصی مدیریت آب و پساب» در غرفه گروه صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس برگزار شد. در این پنل علی‌پناه رئیس مجتمع فجر انرژی خلیج‌فارس و خلیلی معاون مطالعات راهبردی شرکت مبین انرژی خلیج‌فارس درباره تصفیه High TDS و استفاده مجدد از پساب صنعتی تصفیه شده سخن گفتند. بنا بر آنچه در این پنل اعلام شد، پروژه RO با سرمایه‌گذاری ارزی ۳,۷ میلیون یورو ارزی و ۱۶۰ میلیارد ریالی اجرا شده است. پروژه‌ای که تیرماه امسال توسط آقای دکتر علی عسکری مدیرعامل شرکت صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس به بهره‌برداری رسید و باعث شده هرگونه تخلیه پساب به محیط خروجی تصفیه خانه که دریافت‌کننده پساب‌های صنعتی شرکت‌های فازهای ۱ و ۲ پتروشیمی عسلویه هستند، به صفر برسد.

در دومین روز از بیستمین نمایشگاه بین‌المللی محیط‌زیست، پنل تخصصی دیگری تحت عنوان «مسئولیت اجتماعی و مطالبات سازمان‌ها، نهادهای محلی و مردمی» در غرفه شرکت صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس برگزار شد. در این نشست تخصصی، سپهدار انصاری نیک مدیرعامل پتروشیمی بندر امام، با اشاره به اهمیت مسئولیت اجتماعی، گفت: حذف جیوه از چرخه تولید، حادث بزرگ‌ترین تصفیه خانه صنعتی فاضلاب کشور با ظرفیت ۴۰ هزار مترمکعب در روز و بازیافت ۷۰ درصد از پساب خروجی و نیز کاشت هشت میلیون نهال در خوربات بندر ماهشهر، از مهم‌ترین اقدامات این شرکت در زمینه مسئولیت اجتماعی است.

در بخش دیگری از این پنل، حجت نظری مدیرعامل شرکت عملیات غیرصنعتی بازارگاد با تشریح اقدامات انجام شده در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی توسط شورای راهبردی و کمیته مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تابعه هلدینگ خلیج‌فارس در عسلویه گفت: ساخت ۲۳۰ واحد مسکونی برای مددجویان تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) در چهار شهرستان منطقه، کمک به توسعه صنایع دستی استان بوشهر، کمک به تجهیز بیمارستان‌ها، تأمین اقلام ورزشی، تحکیم بنیاد خانواده، ارتقا دانش تحصیلی و کمک به بیماران صعب‌العلاج از جمله اقدامات انجام در این حوزه بوده است. گفتنی است: در مراسم اختتامیه بیستمین نمایشگاه بین‌المللی محیط‌زیست، با اهدای لوحی از سوی دو معاون رئیس‌جمهور، از حضور شرکت صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس در این نمایشگاه تقدیر به عمل آمد. این لوح تقدیر از سوی روح‌الله دهقانی فیروزآبادی معاون علمی و فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رئیس‌جمهور و علی سلاجقه معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان حفاظت محیط‌زیست به مهدی قربانی، معاون حاکمیت، خدمات مشترک و سامانه‌های گروه صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس و محمد علی خادمیان، مدیر HSE این شرکت اعطا شد. همچنین به پاس حضور گروه صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس در این نمایشگاه «نهال ون» به شماره ۷۲۵۹۹ به زمین اهدا شد. گفتنی است، مراسم اختتامیه این نمایشگاه به میزبانی غرفه گروه صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس و با حضور نمایندگان ۷۴ شرکت حاضر در نمایشگاه برگزار شد. □



Financial News

آذرماه ۱۴۰۱

شماره ۳۲

IFNN.IR

اخبار مالی

Table 2. Detailed characteristics of the integration of the SDGs into corporate strategies during the alternative approaches

Direction of CSR	Indicator of the UN (2021)	Symbol	Supported SDGs—UN Standards	CSR Measures to Support the SDGs
Responsible HRM *	Gender gap in time spent doing unpaid work (minutes/day)	SR ₅₀₀₍₁₎	SDG5, SDG8	Provision of gender-neutral jobs and fair wages
	Unemployment rate (% of the total labour force)	SR ₅₀₀₍₂₎	SDG8	Keeping a stable number of jobs or increasing it to support employment
	Fundamental labour rights are effectively guaranteed (worst 0–1 best)	SR ₅₀₀₍₃₎	SDG8	Guarantee of labour rights (official employment)
	Fatal work-related accidents embodied in imports (per 100,000 population)	SR ₅₀₀₍₄₎	SDG8	Provision of occupational safety and health
Responsible production (corporate environmental responsibility)	Production-based SO ₂ emissions (kg/capita)	SR ₅₀₀₍₅₎	SDG13	Improvement of treatment systems to reduce environmental pollution
	Production-based nitrogen emissions (kg/capita)	SR ₅₀₀₍₆₎	SDG13	
	Carbon Pricing Score at EUR60/CO ₂ (% worst 0–100 best)	SR ₅₀₀₍₇₎	SDG13	Refusal to include environmental costs in the price
Responsible finance	Corruption Perception Index (worst 0–100 best)	SR ₅₀₀₍₈₎	SDG16	Business's fight against corruption
	Corporate Tax Haven Score (best 0–100 worst)	SR ₅₀₀₍₉₎	SDG16	Full-scale payment of taxes (official business)

* HRM—human resources management. Source: contributors.

dictated by the labour law.

Provision of production safety. Using this measure, the CSR practices in support of the SDGs imply accelerated automatised of the types of labour activities that are potentially dangerous for life and health and employees, with the preservation of jobs (employees perform the function of remote control over automatised business processes).

From the position of responsible production (corporate environmental responsibility):

Improving treatment systems for reducing environmental pollution. Using this measure, the CSR practices in support of the SDGs imply a voluntary transition of companies to higher environmental standards of their activities and issued products (for example, automobile manufacturing) and implementation of ecological innovations.

Refusal to include ecological costs in the price. Using this measure, the CSR practices in support of the SDGs imply a voluntary refusal of companies of a part of the profit in favour of an increase in environmental friendliness of their activities.

From the position of responsible finance:

Business's fight against corruption. Using this measure, the CSR practices in support of the SDGs imply the companies' refusal to participate in corruption schemes and disclosure of these schemes.

Full-scale payment of taxes (official business). Using this measure, the CSR practices in support of the SDGs imply companies' refusal to participate in the schemes of tax evasion.

Despite the in-depth elaboration of the issues of the support of the SDGs with the help of corporate social responsibility, the following aspects remain poorly studied and unclear:

- (1) Which SDGs (UN standards) are supported by companies in different regions of the world (research gap No. 1)?
- (2) Which (of the list given in Table 2) measures of corporate social responsibility to support the SDGs are implemented in the practice of companies in different regions of the world (research gap No. 2)?
- (3) Which approach is used? What are the risks of support of the SDGs (UN standards) with the help of corporate social responsibility for profit (research gap No. 3)?



is very different due to the low risks of support of the SDGs for profit. This is illustrated by the bi-directional vector scale of the integration of the SDGs into corporate strategies from the standpoint of financial risks in various distinguished approaches (Figure 1).

The scale in Figure 1 shows that the non-commercial approach to CSR and the regulatory approach stimulate the movement from point A to point B. In section BA, business suffers losses from the support of the SDGs, the size of which grows in the course of approach to point A.

The commercial approach to corporate social responsibility opens a perspective for the movement to the right (to point C) along the stretch BC. It is noted that the risks of integrating the SDGs (UN standards) into corporate strategies are rather high for the risks on the whole.

The detailed characteristics of the integration of the SDGs into corporate strategies in alternative approaches (based on the existing one) are presented in Table 2.

As shown in Table 2, though CSR can support all SDGs at once, it is mostly focused on the following SDGs: SDG 5, SDG 8, SDG 13, and SDG 16. These SDGs have the potential for commercialisation.

Other SDGs belong to the sphere of charity (and the potential contribution of business to their practical implementation is less vivid), so they are not considered. The performed systematisation allowed distinguishing three key directions of corporate social responsibility to support the SDGs: responsible

human resource management (HRM), responsible production (corporate environmental responsibility), and responsible finance.

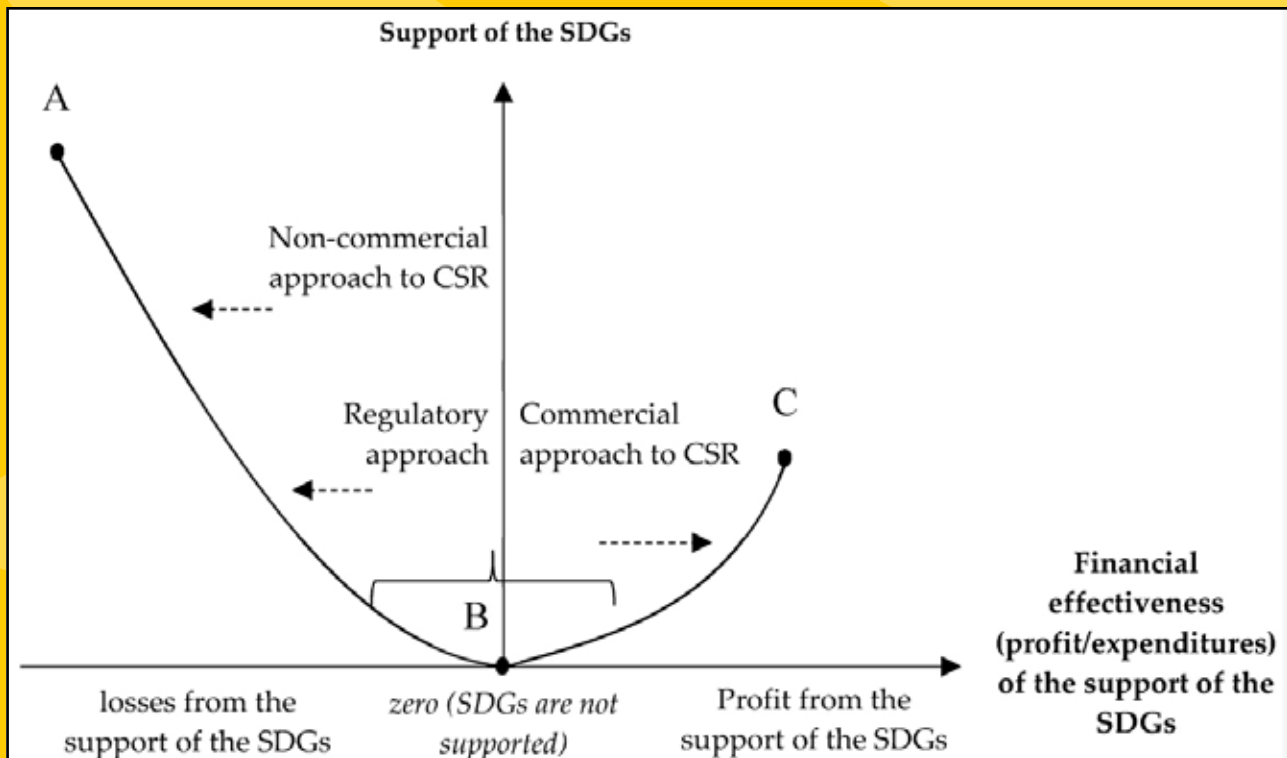
Let's present specific measures that are implemented in the above directions and provide a more detailed description of the CSR practices and their support for the SDGs. The measures of corporate social responsibility to support the SDGs (UN standards—on the stretch BC in Figure 1) include the following (from the positions of responsible human resources management (HRM)):

Provision of gender-neutral jobs and fair wages. Using this measure, the CSR practices in support of the SDGs imply the creation of equal conditions for the professional activities of all employees, regardless of their gender. Additionally, a transparent and flexible approach to wages, which takes into account the individual results of each employee's work, is used:

Stability or increase in jobs to support employment. Using this measure, the CSR practices in support of the SDGs imply the refusal of personnel cuts even amid a crisis, the formation of a personnel reserve for continuous filling of jobs, and the creation of additional jobs, apart from the satisfaction of the company's main needs for personnel in the striving for the growth of the intensity of business processes in the connection to human resources.

Guarantee of labour rights (official employment). Using this measure, the CSR practices in support of the SDGs imply providing employees with an expanded spectrum of social labour guarantees, which covers the basic obligations of employers,

Figure 1. Bi-directional vector scale of the integration of the SDGs into corporate strategies from the positions of risk for profit in various distinguished approaches. Source: contributors



the existing one, the following two approaches are differentiated by the criterion of the risks of corporate social responsibility for profit.

The 2nd—non-commercial—approach to corporate social responsibility implies that companies have to voluntarily refuse their financial interests in favour of implementing the SDGs and accept high risks for profit. According to this approach, corporate social responsibility is associated with charity. As a matter of act, charity events, volunteering, and companies' donations allow accelerating the progress in the achievement of the SDGs.

Many are (in particular provided with arguments in favour of the idea that companies can “do well by doing good”). In other words, a company must experience a loss when it contributes to CSR, especially when stakeholders in the company appreciate the CSR practices.

However, in the background of non-profit activities lie commercial profits, while the widespread deprivation of companies of the principal opportunity to make a profit would lead to their bankruptcy. Only the most successful and stable companies can accept large risks for profit. That is why the non-commercial approach to corporate social responsibility cannot be extended to entrepreneurship, on the whole, i.e., it has limited capabilities for scaling the practices of integrating the SDGs into corporate strategies.

The 3rd—commercial—approach to corporate social responsibility means that, during its implementation, companies are guided by their main goal, which is connected to making a profit, and the achievement of the SDGs is the priority. This ensures low risks of corporate social responsibility for companies' profit. This approach fits the nature of entrepreneurship in the market economy in the best way and thus has

potential for wide practical use since it ensures the largest systemic profit for all interested parties in the long term.

2. Corporate Social Responsibility Based on Integrating the SDGs into Corporate Strategies

The theory of integration of the SDGs into corporate strategies, which describes and characterises in detail all three existing approaches to this integration. Their comparative analysis is given in Table 1.

As shown in Table 1, the regulatory approach uses the mechanism of state regulation during the integration of the SDGs into corporate strategies. With that, support for the SDGs is forced. Market implications of the integration of the SDGs into corporate strategies are linked to the slowdown of economic growth and development of the shadow economy, and the risks of support of the SDGs for profit are high.

The other two approaches use the mechanism of CSR during the integration of the SDGs into corporate strategies. According to the non-commercial approach to CSR, support of the SDGs is voluntary. The market implications of integrating the SDGs into corporate strategies are linked to the slowdown of economic growth and dysfunction of the market mechanism (but the risks of support of the SDGs for profit are also high).

The commercial approach to corporate social responsibility implies the voluntary support of the SDGs, which becomes a new form of “healthy” competition in the market (in addition to price competition and quality competition). A serious drawback of the first two (regulatory and non-commercial) approaches is the high risks of support of the SDGs for profit. The commercial approach

Table 1. Comparative analysis of the existing approaches to the integration of the SDGs into corporate strategies

Criterion of Comparison	Approach to Integrating the SDGs into Corporate Strategies		
	Regulatory Approach	Non-Commercial Approach to CSR *	Commercial Approach to CSR *
Mechanism of Integrating the SDGs into corporate strategies	State regulation	Corporate social responsibility	
Support of the SDGs	Yes, forced	Yes, voluntary	
Market consequences of integrating the SDGs into corporate strategies	Slowdown of economic growth, development of the shadow economy	Slowdown of economic growth, interruption of the market mechanism	Support of the SDGs becomes a new form of “healthy” competition
Risks of support of the SDGs for profit		High	Low
Existing literature in which the approach is presented	(Plizzi et al. 2021; Rahman 2021; Raithatha and Show 2021).	(Akopova et al. 2020; Mochales and Bianchi 2022; Shayan et al. 2022; Sinkovics et al. 2021; Wsheed and Zhang 2022; Wang et al. 2022).	(Medontseva 2017; Muhamad and Muhamad 2021; Petrovskaya et al. 2022; Roy et al. 2022; Vagin et al. 2022).

* CSR—CSR. Source: contributors.



Corporate Social Responsibility in Corporate Strategies of SDGs

<https://encyclopedia.pub/entry/24304>

The Sustainable Development Goals (SDGs) are a unique collective agreement of the modern time, which was concluded between government, society, and business at a global scale and which ensures outstanding progress in sustainable development. Society is the direct beneficiary of the SDGs, but bears the lowest expenditures for their implementation and, thus, supports them. The government protects society's interests, and implementation of the SDGs is among its main responsibilities. Participation of business in the achievement of the SDGs is complex and contradictory, deserving special attention. It is no coincidence that the necessity for the integration of the SDGs into corporate strategies is a part of the agenda in the Decade of Action.

corporate social responsibility (CSR) integration of the SDGs into corporate strategies

1. Introduction

In most situations, support of the Sustainable Development Goals (SDGs) means losses for business (including a shortfall in profits—alternative costs), i.e., contradicts its financial interests. The existing scientific research distinguishes three approaches to the integration of the SDGs into corporate

strategies. The 1st—regulatory—approach is based on companies' unpreparedness for voluntary losses, so the implementation of the SDGs is a "market gap". That is the reason why the government does not provide companies with the choice and opportunity to voluntarily support the SDGs (expecting that this will not take place at the required scale). Instead of this, the government adopts and controls the observation of labour and ecological standards, as well as standards of corporate financial reporting). On the one hand, this ensures wide support of the SDGs by entrepreneurship, but, on the other hand, government interference with the natural processes distorts the effect of the market mechanism and decreases the effectiveness of entrepreneurship.

The other two approaches are based on corporate social responsibility and are widely studied. A lot of scientific publications are devoted to the research of the interconnection between corporate social responsibility and the indicators of a company's activity.

A lot of researches are undertaken to test the interconnection between corporate social responsibility and the indicators of a company's activity, including profitability, firm risk, stock liquidity and so on.. Using

The Global Prospects and Policies

The slowdown in global economic activity is broad-based and sharper-than-expected, with inflation higher than seen in decades. The economic outlook depends on a successful calibration of monetary and fiscal policies, the course of the war in Ukraine, and growth prospects in China. Risks remain unusually large: monetary policy could miscalculate the right stance to reduce inflation; diverging policy paths in the largest economies could exacerbate the US dollar's appreciation; tightening global financing could trigger emerging market debt distress; and a worsening of China's property sector crisis could undermine growth. Policymakers should focus on restoring price stability and alleviating cost-of-living pressures. Multilateral cooperation remains necessary to fast-track the green energy transition and prevent fragmentation.

Wage Dynamics Post-COVID-19 and Wage-Price Spiral Risks

Inflation has reached a 40-year high in some economies. Although wage growth has generally stayed below inflation so far, some observers warn that prices and wages could start feeding off each other, with wage and price inflation ratcheting up in a sustained wage-price spiral.

Near-Term Macroeconomic Impact of Decarbonization Policies

Decades of procrastination have transformed what could have been a smooth transition to a more carbon-neutral society into what will likely be a more challenging one. By the end of the decade, the global economy needs to emit 25 percent less greenhouse gases than in 2022 to have a fighting chance to reach the goals set in Paris in 2015 and avert catastrophic climate disruptions. ▣

Latest World Economic Outlook Growth Projections

(real GDP, annual percent change)	PROJECTIONS		
	2021	2022	2023
World Output	6.1	3.2	2.9
Advanced Economies	5.2	2.5	1.4
United States	5.7	2.3	1.0
Euro Area	5.4	2.6	1.2
Germany	2.9	1.2	0.8
France	6.8	2.3	1.0
Italy	6.6	3.0	0.7
Spain	5.1	4.0	2.0
Japan	1.7	1.7	1.7
United Kingdom	7.4	3.2	0.5
Canada	4.5	3.4	1.8
Other Advanced Economies	5.1	2.9	2.7
Emerging Market and Developing Economies	6.8	3.6	3.9
Emerging and Developing Asia	7.3	4.6	5.0
China	8.1	3.3	4.6
India	8.7	7.4	6.1
ASEAN-5	3.4	5.3	5.1
Emerging and Developing Europe	6.7	-1.4	0.9
Russia	4.7	-6.0	-3.5
Latin America and the Caribbean	6.9	3.0	2.0
Brazil	4.6	1.7	1.1
Mexico	4.8	2.4	1.2
Middle East and Central Asia	5.8	4.8	3.5
Saudi Arabia	3.2	7.6	3.7
Sub-Saharan Africa	4.6	3.8	4.0
Nigeria	3.6	3.4	3.2
South Africa	4.9	2.3	1.4
Memorandum			
Emerging Market and Middle-Income Economies	7.0	3.5	3.8
Low-Income Developing Countries	4.5	5.0	5.2

Source: IMF, World Economic Outlook Update, July 2022

Note: For India, data and forecasts are presented on a fiscal year basis, with FY 2021/2022 starting in April 2021. For the July 2022 WEO Update, India's growth projections are 7.4 percent in 2022 and 5.3 percent in 2023 based on calendar year.

سامانه بیمه ایران من my.iraninsurance.ir را ببینید پرداخت خسارت در محل



۰۹۶۶۸
مرکز پاسخگویی

بیمه ایران
iran insurance



بزرگترین شرکت بیمه اتکایی
دافلی از لحاظ سرمایه



بیش از ۱۰ سال سابقه
بیمه گری اتکایی



بالاترین ظرفیت مجاز قبولی در
بین شرکت های بیمه اتکایی



بهره مندی از کادر فنی
مرفه ای و باتجربه



پاسفگویی سریع و چابک با رویکرد
فنی و مدیریت ریسک



افزایش سرمایه شرکت
به ۱۲۵۰۰ میلیارد ریال



کرامت
۱۳
آذر روز





شرکت ساهمی ذوب آهن اصفهان



تیر آهن های بال پهن (H)

سایزهای ۱۴، ۱۶، ۱۸، ۲۰ و ۳۰



تیر آهن های بال نیم پهن (I)

سایزهای ۱۲، ۱۴، ۱۶، ۱۸، ۲۰، ۲۲

۲۷ و ۳۰

ذوب آهن اصفهان

بیش از نیم قرن همت،
وبالندگے در صنعت فولاد و
تولید بیش از پنجاه نوع محصول
منطبق با استاندارد های
ملی و بین المللی



انواع میلگرد در سایزهای:

۸، ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۱۶، ۱۸، ۲۰، ۲۲، ۲۵

۲۸، ۳۲، ۳۶ و ۴۰

www.esfahansteel.ir



جدیدترین خدمات و محصولات دیجیتال بیمه پارسیان

- ✓ اپلیکیشن چتر همراه پارسیان با تمامی خدمات بیمه ای
- ✓ تعیین نرخ مقرر حادثه در بیمه های خودرو
- ✓ صدور آنلاین بیمه نامه شخص ثالث
- ✓ ... و چندین محصول و خدمت دیگر برای بیمه گزاران



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان

مرکز ارتباطات: ۰۲۱-۸۷۵۱-۰۴۱

باشگاه مشتریان بیمه پارسیان: club.parsianinsurance.com