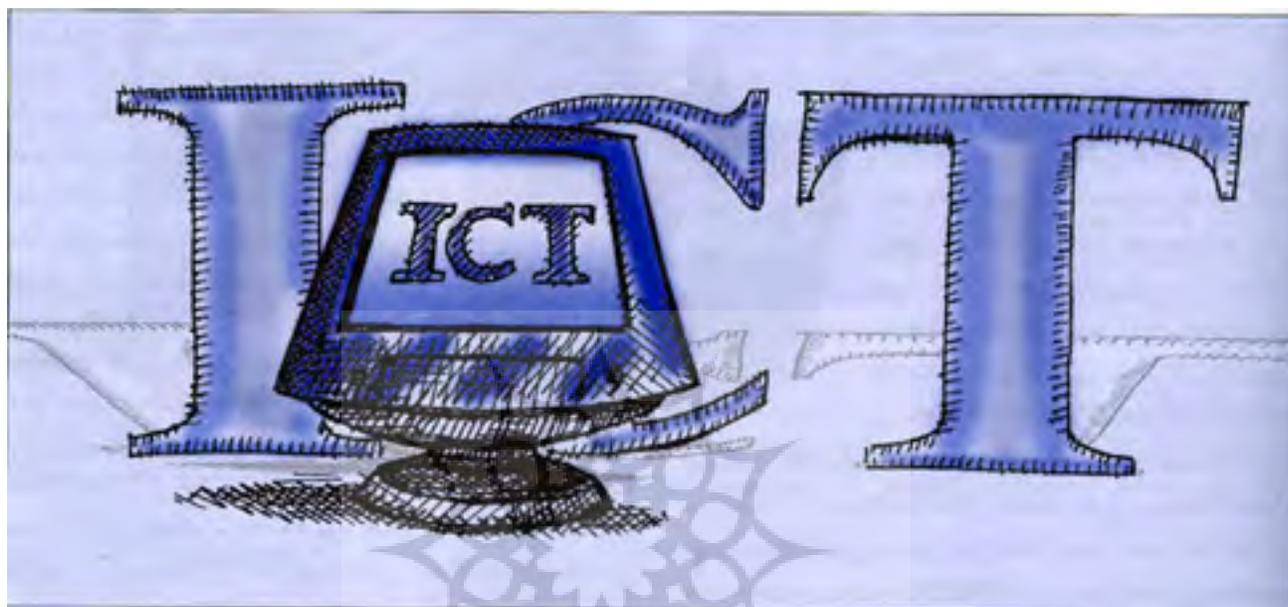




نقش فن آوری اطلاعات

در صنعت بیمه



بکارگیری فن آوری اطلاعات در صنعت بیمه، تغییرات اساسی را در بخش‌های مختلف ایجاد می‌کند. البته دستیابی به این هدف نیازمند استفاده از بسترهای مناسب، جهت ارتقاء سطوح سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است.

اثرات استفاده از فن آوری اطلاعات در صنعت بیمه

در جهان امروز، فن آوری اطلاعات به عنوان یک ابزار مهم و کلیدی، امکان بهره‌گیری مفید و کارآمد اطلاعات را در سطح یک سازمان ممکن ساخته است. بکارگیری فن آوری اطلاعات، تحول گسترده‌ای را در امور اداری و سیستم‌های اطلاعاتی صنعت بیمه ایجاد می‌کند به طوری که امکان انتقال الکترونیکی داده‌ها، مدارک، اسناد و مکاتبات مختلف از طریق کامپیوتر و خطوط ارتباطات مخابراتی فراهم می‌شود. بین سرمایه‌گذاری در فن آوری اطلاعات و بازدهی شرکت‌های بیمه و بهره‌وری نیروی انسانی ارتباط دو سویه و مثبتی وجود دارد. همچنین فن آوری اطلاعات توانایی

پیاده‌سازی فن آوری اطلاعات در صنعت بیمه

فن آوری اطلاعات (Information Technology) با محوریت دانش و خردگرایی انسان و با هدف بهره‌برداری از اندیشه و سپردن امور تکراری و غیر خلاق به رایانه و همچنین افزایش کارایی و آزادسازی مهارت‌های انسانی در دهه‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است. از آنجا که فن آوری اطلاعات (IT) به عنوان محور توسعه جوامع مطرح شده است، بنابراین طراحی ساختار آن نیازمند ژرفاندیشی و تأمل، همراه با ارائه مدل مناسب و بررسی مدل‌های موجود در سازمان‌های داخلی و خارجی است. فن آوری اطلاعات که از تلاقی الکترونیک، پردازش داده‌ها، ارتباطات و مخابرات حاصل شده است، باعث می‌شود تا فاصله‌ها از بین رفته و کامپیوترها و کاربران به راحتی در کنار یکدیگر قرار گیرند. این تمرکززدایی و ایجاد بزرگراه‌های اطلاعاتی، سبب افزایش سرعت و کیفیت تصمیم‌گیری و مدیریت می‌گردد.

شرکت‌های بیمه را افزایش می‌دهد. این کارکرد در نتیجه افزایش تنوع محصولات و بهبود کیفیت و جلب رضایت مشتری است. علاوه بر این، توسعه فن‌آوری اطلاعات سبب تسهیل روند اداری و افزایش بازده نیروی انسانی و مدیریت می‌شود.

یکی از نتایج عمده فن‌آوری اطلاعات، تمرکززدایی در عین تمرکزگرایی است. بدین معنی که می‌توان بدون حضور در محل، کارها را از راه دور انجام داد. این ویژگی بر کوتاه شدن فواصل زمانی و مکانی به عنوان یک ابر شاهره تاکید دارد.

فن‌آوری اطلاعات، دیگر سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت صنعت بیمه از جمله MIS را تحت تاثیر قرار می‌دهد و بدین ترتیب قطب اطلاعاتی مستقر در مرکز را قادر می‌سازد تا به افزایش کنترل خود بر مناطق و انجام عملیات تمرکزی اقدام نماید. بنابراین، امکان افزایش سرعت و کیفیت تصمیم‌گیری و مدیریت را در صنعت بیمه فراهم می‌نماید. فن‌آوری اطلاعات یکی از مهمترین ابزارهای صنعت بیمه برای مشارکت در بازار جهانی است. فن‌آوری اطلاعات توانایی صنعت بیمه را افزایش داده و موجب بهبود عملکرد مالی این صنعت می‌شود. برای دستیابی به اهداف اساسی فن‌آوری اطلاعات در صنعت بیمه به ساز و کار و برنامه‌های استراتژیکی خاصی نیاز است.

محورهای بکارگیری فن‌آوری اطلاعات در صنعت بیمه

سه محور زیر در بکارگیری فن‌آوری اطلاعات در صنعت بیمه مورد توجه است:

۱ - محور مردمی: آموزش، افزایش مهارت و فرهنگ‌سازی

۲ - محور زیر ساخت‌های فنی: شبکه، تجهیزات فنی، مقررات و قوانین

۳ - محور کاربردی: آموزش الکترونیک، سیستم بدون کاغذ، کنفرانس از راه دور، فروش بیمه‌نامه و بیمه الکترونیکی

پیاده‌سازی فن‌آوری اطلاعات در صنعت بیمه

همانطور که بیان شد، فن‌آوری اطلاعات به عنوان محور و محرک توسعه صنعت بیمه مطرح است. مطالعات نشان می‌دهد که

فن‌آوری اطلاعات باید در دو حوزه تحقیق و اجرا در صنعت بیمه مورد توجه قرار گیرد.

- بخش تحقیق وظیفه شبیه‌سازی محیطی، تجربه مجازی و فرضیات با هزینه کم همراه با برنامه‌ریزی، مدل‌های تصمیم‌گیری و ایجاد خلاقیت در کارکنان را بر عهده دارد.

- در بحث اجرای فن‌آوری اطلاعات در صنعت بیمه دو دیدگاه اساسی و لازم و ملزوم هم که مدیران صنعت بیمه و مدیران فناوری اطلاعات باید بدان توجه کنند، وجود دارد:

۱ - دیدگاه فنی و مهندسی

۲ - دیدگاه مدیریتی

- در دیدگاه فنی و مهندسی عوامل چهارگانه‌ای وجود دارد که می‌بایست مورد توجه قرار گیرد: نرم‌افزار (برنامه‌های کامپیوتری جهت دریافت، پردازش و تولید اطلاعات)، سخت‌افزار (سخت‌افزارهای پردازش، ذخیره و بازیابی اطلاعات)، آموزش نیروی انسانی (آموزش نیروهای درگیر و مصرف‌کنندگان محصولات



فن‌آوری اطلاعات و داده‌های خام (از جمله داده، ماده اولیه فن‌آوری اطلاعات که باید قابل اعتماد، دقیق و جدید باشد). و سیستم‌های ارتباطی (برقراری ارتباط میان کامپیوترها). در این بخش، مهم‌ترین عنصر بکارگیری در ساختار فن‌آوری اطلاعات، اولویت‌بندی اجزای فوق از نظر زمان اجرا و انتخاب موارد است. در دیدگاه مدیریتی، طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌های اطلاعاتی مطرح است که امروزه باید در صنعت بیمه پیاده‌سازی و اجرا شوند. بکارگیری و اجرای فن‌آوری اطلاعات در صنعت بیمه از پیچیدگی خاصی برخوردار است و نمی‌توان با یک برنامه جامع فن‌آوری اطلاعات برای کلیه شرکت‌های بیمه، ساختار فن‌آوری اطلاعات را پیاده‌سازی و اجرا نمود. مهم‌ترین عواملی که در پیاده‌سازی فن‌آوری اطلاعات که در هر شرکت بیمه باید مورد توجه قرار گیرند، عبارتند از:

۱ - فرهنگ‌سازی

بسترسازی فرهنگی نقش مهمی را در پیاده نمودن فن‌آوری اطلاعات در صنعت بیمه ایفا می‌نماید و موجب می‌شود تا بکارگیری آن سریع‌تر و با موفقیت انجام شود. مؤثرترین عامل در

موفقیت بکارگیری فن‌آوری اطلاعات اعتقاد و اطمینان مدیران به آینده است.

۲- آفت‌شناسی

باید مشکلات و موانع بکارگیری و پیاده‌سازی فن‌آوری اطلاعات در صنعت بیمه به شکل علمی و دقیق بررسی و برای رفع آن برنامه‌ریزی شود.

۳- جهت‌دهی به سمت ساختار فرآیندی

ساختار سازمانی شرکت‌های بیمه و بیمه مرکزی ایران مرتبط با فن‌آوری اطلاعات، باید از ساختار وظایفی خارج و به سمت ساختار فرآیندی جهت داده شود.

۴- درگیری کلیه افراد صنعت بیمه با امور فن‌آوری اطلاعات

کلیه اعضای صنعت بیمه از مدیران ارشد تا کارمندان سطح عملیاتی باید به عنوان کارشناسان فن‌آوری اطلاعات شناخته شده و از تجارب و مهارت‌های آنها برای پیاده‌سازی فن‌آوری اطلاعات استفاده شود.

۵- کوچک‌سازی ساختار سازمانی

خارج کردن فعالیت‌های غیر ضروری از محیط صنعت بیمه (کوچک‌سازی) یکی از اصول ضروری این فرآیند محسوب می‌شود.

زیر ساخت لازم فن‌آوری اطلاعات در صنعت بیمه

زیر ساخت فن‌آوری اطلاعات شامل سخت‌افزار و محیط توسعه، بانک‌های اطلاعاتی خاص، بانک‌های اطلاعاتی مشترک، کاربردهای مشترک و مهارت‌ها و تخصص‌های منابع انسانی است. زیر ساخت‌های فن‌آوری اطلاعات در صنعت بیمه شامل موارد زیر می‌باشد:

- ۱- دامنه تجهیزات سخت‌افزار و نرم‌افزار که در بکارگیری فن‌آوری اطلاعات در صنعت بیمه مورد استفاده قرار می‌گیرند.
- ۲- امنیت و قابلیت دسترسی به شبکه جهت حفاظت از اطلاعات
- ۳- بهبود وضعیت موجود و بازیافت موانع و مخاطرات آینده
- ۴- ایجاد شبکه ارتباطی و مخابراتی سریع و مطمئن بین سطوح مختلف صنعت بیمه
- ۵- فرهنگ‌سازی مناسب
- ۶- پیش‌بینی نیازهای آتی و شناسایی سیستم مورد نیاز صنعت بیمه
- ۷- گسترش سیستم‌های ارتباطی مطمئن و سریع با استفاده از قابلیت‌های سایر سازمان‌های ذیربط
- ۸- ایجاد بستر ارتباطی مناسب در سطوح مختلف صنعت بیمه



در سال‌های اخیر، کاربرد فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان محور بسیاری از تحولات جهانی امری انکار ناپذیر است. این امر موجب تسریع در انجام امور گردیده است. در عصر حاضر یکی از مهمترین آثار رشد و توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، پدیده تجارت الکترونیکی است. بیمه الکترونیکی با کاربری اینترنت و فن‌آوری اطلاعات در تولید و توزیع خدمات بیمه‌ای به عنوان یکی از زیر مجموعه‌های تجارت الکترونیک، همگام و همپای توسعه اینترنت، بسط و گسترش یافته و استفاده از آن در سال‌های اخیر در کشورهای مختلف جهان مرسوم شده است. در هر حال ارایه خدمات، در تمامی ۳۶۵ روز از سال و در تمامی ۲۴ ساعت شبانه روز، با پدیدار شدن بیمه الکترونیکی جامه عمل خواهد پوشید. به همین دلیل استفاده از آن نیازمند بستر سازی مناسب در صنعت بیمه و همچنین جامعه است و طراحی ساختار آن نیازمند دقت و تأمل همراه با فراهم نمودن ابزارها و زیرساخت‌های فنی و تکنولوژی است. به دلیل تأثیر سرنوشت‌ساز فن‌آوری اطلاعات در فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و بین‌المللی، این فن‌آوری لازمه توسعه ملی کشورها و از ضرورت‌های اجتناب‌ناپذیر عصر حاضر است. علاوه بر کشورها، بسیاری از سازمان‌های بین‌المللی اقدامات و فعالیت‌های گسترده‌ای را در زمینه توسعه و تعمیم فن‌آوری اطلاعات انجام داده‌اند. برخی از اهداف راهبردی سازمان‌های بین‌المللی در زمینه فن‌آوری اطلاعات عبارتند از:

- ۱- توسعه شبکه‌های اطلاعاتی از طریق نوآوری در خدمات، کاربردها و فن‌آوری‌ها

- ۲ - توسعه منابع انسانی و همکاری با متخصصان فن آوری اطلاعات در بخش‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی
- ۳ - انجام اصلاحات ساختاری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
- ۴ - مدیریت و راهبری اقتصاد کلان با توجه به فن آوری جدید اطلاعاتی و ارتباطی
- برخی از سازمان‌های بین‌المللی که اقدامات قابل توجهی در زمینه توسعه و تعمیم فن آوری اطلاعات انجام داده‌اند عبارتند از:
- سازمان تجارت جهانی
 - بانک جهانی
 - اتحادیه اروپا
 - جامعه مخابراتی آسیا و اقیانوس آرام
 - سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو)
 - سازمان ملل متحد
 - اتحادیه ارتباطات بین‌المللی
 - اتحادیه جهانی پست

بیمه الکترونیک

بیمه الکترونیک به معنای کاربرد فن آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی برای تحول در بیمه و فرآیند بیمه‌گری از طریق دسترسی آسان‌تر و کارآمدتر است. به عبارت دیگر، بیمه الکترونیک، بهره‌گیری از فن آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی برای ایجاد فرآیند جدیدی از بیمه است که با جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای همخوانی دارد. از این رو بیمه الکترونیک شامل توسعه و بکارگیری زیر ساخت‌های اطلاعاتی و همچنین تهیه و تدوین و اجرای سیاست‌ها، قوانین و مقررات لازم برای عملکرد جامعه اطلاعاتی یا دیجیتالی در صنعت بیمه است. استفاده از فن آوری اطلاعات در صنعت بیمه باعث ایجاد تعامل اطلاعاتی مردم با بیمه و شرکت‌های بیمه با یکدیگر خواهد شد.

بیمه در تجارت الکترونیکی

بیمه الکترونیکی در معنای عام به کاربرد اینترنت و فن آوری اطلاعات در تولید و توزیع خدمات بیمه‌ای اطلاق می‌شود و در معنای خاص می‌توان آن را به عنوان تأمین یک پوشش بیمه‌ای از طریق بیمه‌نامه‌ای دانست که به صورت آن لاین (online) درخواست، پیشنهاد، مذاکره و قرارداد آن منعقد می‌شود. در برخی از کشورها با وجود پرداخت حق بیمه، دریافت بیمه‌نامه و فرآیند پرداخت خسارت، ممکن است محدودیت‌های نظارتی و فنی اجازه انجام کامل عملیات الکترونیکی را ندهد. در سطح جهان برای حمایت از تحقق پرداخت حق بیمه و توزیع بیمه‌نامه به صورت آن لاین online، مقررات به طور مداوم در حال تغییر

است و روز به روز تمهیدات جدیدی برای انجام آن به وجود می‌آید.

نقش بیمه الکترونیکی در افزایش کارایی

- ۱ - بیمه الکترونیکی، هزینه‌های مدیریتی و امور اداری را کاهش داده و باعث افزایش سطح دسترسی به اطلاعات می‌شود.
- ۲ - از طریق بیمه الکترونیکی، کارمزد پرداختی به واسطه‌ها (نمایندگان بیمه، کارگزاران بیمه، بازاریان بیمه‌ای و...) از طریق فروش مستقیم بیمه‌نامه به مشتری کاهش می‌یابد.
- در مقابل، اینترنت به شرکت‌های بیمه تازه وارد به بازار امکان می‌دهد که از فرآیند پرهزینه و طولانی راه‌اندازی شبکه‌های سنتی فروش پرهیز کنند و شرکت‌های موجود نیز از حضور اینترنت برای افزایش کالاهای بیمه‌ای به مجموعه کالاهای موجود خود بهره می‌برند.

محصولاتی برای بازاریابی و توزیع آن لاین (online) روی محیط اینترنت مناسب هستند که بتوان آنها را به صورت استاندارد تعریف و با تعداد محدودی از پارامترها، تشریح و نرخ‌گذاری کرد. از جمله این رشته‌های بیمه‌ای می‌توان به بیمه عمر، اتومبیل و مسئولیت اشاره نمود؛ هر چند که اقدامات، تمهیدات و استانداردهای لازم برای ارائه الکترونیکی سایر محصولات در دست انجام است.

فروش بیمه از طریق اینترنت قابلیت لازم را برای جذب مشتری ندارد؛ زیرا شعار «بیمه فروختنی است نه خریدنی» نشان داده که بدون فشار فیزیکی نماینده یا بازاریاب، این امکان وجود دارد که مصرف کنندگان، بیمه‌نامه‌ای با ارزش پایین‌تر خریداری کنند. بنابراین وجود برخی از شرایط ممکن است فروش آن لاین (online) بیمه را دچار مشکل نماید.

برخی از این شرایط عبارتند از

- امضای الکترونیکی قانونی نباشد.
- طبق مقررات، اسناد فیزیکی (بیمه‌نامه‌ها) بایستی به مشتریان تحویل شود و کپی آن نیز نزد بیمه‌گر و نماینده او نگهداری شود.
- بیمه‌گران و نمایندگان بیمه موظف به ارائه فیزیکی مجوز صدور بیمه‌نامه باشند.
- از آنجا که انعقاد قرارداد بیمه از طریق اینترنت نیازمند به مبادله اطلاعات بویژه اطلاعات شخصی افراد است، اغلب مصرف کنندگان از اینکه اطلاعات شخصی آنها فاش شود نگرانند. در حالت سنتی فروش، بیمه‌گذار، اطلاعات شخصی خود را در اختیار بیمه‌گر یا نماینده او قرار می‌دهد و در صورت تخلف می‌تواند آن را پیگیری نماید؛ اما وقتی اطلاعات از طریق اینترنت رد و بدل شود، ممکن است کسی مسئولیت فاش شدن اطلاعات شخصی افراد را بر عهده نگیرد. همچنین اغلب شرکت‌های بیمه، نمایندگان را مشتری خود می‌دانند؛ بنابراین پیش‌بینی اینکه خرید مستقیم بیمه



در تدوین استراتژی بیمه الکترونیک باید مراحل زیر را مورد توجه قرار داد

۱ - استفاده از فن آوری اطلاعات برای توسعه سطح دسترسی به اطلاعات مورد نیاز در صنعت بیمه:

از آنجا که اطلاعات مختلفی توسط شرکت‌های بیمه تولید می‌شود، بنابراین بکارگیری فن آوری اطلاعات و ارتباطات زمینه‌های مناسبی را برای انتقال سریع و مستقیم این اطلاعات میان شرکت‌های بیمه و مردم را فراهم می‌کند. شرکت‌های بیمه از این طریق می‌توانند محصولات و خدمات خود را به مشتری ارائه دهند.

۲ - توسعه مشارکت عمومی در صنعت بیمه:

این قابلیت در بیمه الکترونیک وجود دارد تا از طریق مشارکت مردم در تعامل با سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در تمام سطوح صنعت بیمه، زمینه‌های مناسبی را برای بهبود خدمات و فعالیت‌های مختلف بیمه‌ای فراهم نماید. تقویت مشارکت عمومی سبب بهبود میزان اعتماد مردم نسبت به صنعت بیمه می‌شود. برای دستیابی به این هدف لازم است تا از فن آوری اطلاعات برای ایجاد کانال‌های ارتباطی دو سویه و چند سویه از طریق پست الکترونیکی، فهرست پستی و... - که به کاربران اجازه می‌دهد تا نظرات خود را در مورد طرح‌ها و برنامه‌های مختلف بیمه اعلام کنند - استفاده نمود.

۳ - فراهم نمودن قابلیت دسترسی به خدمات بیمه از طریق شبکه‌های ارتباطی:

هر شرکت بیمه‌ای با ایجاد وب سایت‌های مختلف، امکان تبادل اطلاعات و ارائه خدمات و فروش بیمه‌نامه را فراهم می‌نماید. این امر صرفه‌جویی در زمان، هزینه و بهبود پاسخگویی و افزایش بهره‌وری را به دنبال دارد.

شرایط اجرای موفق استراتژی بیمه الکترونیک

۱ - رهبری الکترونیک: وجود رهبری و اندیشه استراتژیک

تهیه، تدوین و اجرای طرح‌های بیمه الکترونیک نیازمند سرمایه‌گذاری و نوآوری است. در جهت توسعه و گسترش این امر باید با نگرش و دیدگاه خاصی، نسبت به کارایی و اثرات آن توجه و برنامه ریزی نمود تا بتوان بخش‌های مختلف صنعت بیمه را اصلاح کرد.

۲ - ایجاد زیر ساخت تکنولوژیکی:

برای گسترش بیمه الکترونیک، وجود یک زیر ساخت ارتباطات راه دور و اطلاعات ملی (National Information Infrastructure) در صنعت بیمه ضروری و حیاتی است. این امر شامل فراهم نمودن سرویس‌های ارتباطات راه دور و ایجاد

از طریق اینترنت جایگزین نمایندگان شود، مشکل است. لذا بسیاری از بیمه‌گران پذیرفته‌اند که صرفاً اطلاعات بیمه‌نامه و آموزش بیمه‌ای را در وب سایت خود آورده و فروش واقعی بیمه را بر عهده واسطه‌ها بگذارند. بیمه الکترونیک به‌عنوان کانال جدید توزیع محصولات بیمه‌ای ایجاد می‌کند که پروسه مبادلات با شتاب بیشتری انجام شود؛ لذا فرصت‌های بسیاری را برای کلاهبرداری و تقلب ایجاد می‌کند. بنابراین نهادهای نظارتی با نظارت و کنترل فرآیند بیمه‌گری می‌توانند در جهت منافع مصرف کنندگان واکنش نشان دهند. از سوی دیگر ارتباط اینترنتی ابزار مهمی برای توسعه همکاری‌های بین‌المللی میان نهادهای نظارتی و بهبود امنیت بازارهای بیمه‌ای است. در کشورهای رو به توسعه، عمده نگرانی نهادهای نظارتی مربوط به فعالیت‌های خارج از مرز و نحوه حفاظت از منابع مصرف‌کنندگان است. البته بسیاری از کشورها، جهت ارائه خدمات در داخل کشور اخذ مجوز را ضروری کرده‌اند و از این رو فعالیت خارج از مرز در بیمه‌های اشخاص و محصولات بیمه‌ای انبوه توسعه نیافته است. از آنجا که فروش بیمه از طریق اینترنت زمینه کلاهبرداری بیمه‌ای را افزایش می‌دهد، لذا وضع مقررات و نظارت از اهمیت خاصی برخوردار است. بنابراین، بکارگیری تدریجی اینترنت در ابتدا برای معرفی محصولات بیمه‌ای، نرخ، شرایط آن و آموزش بیمه‌ای مصرف کنندگان و سپس با رفع مشکلات مذکور، فروش بیمه‌های استاندارد شده می‌تواند ابزار مناسبی برای عرضه بیمه با خدمات بهتر و قیمت پایین‌تر باشد.



بستر مناسب ارتباطی و مخابراتی برای دسترسی سریع و راحت کاربران به شبکه مطمئن است.

۳- آمادگی زیر ساخت سازمانی:

موفقیت بیمه الکترونیکی در صنعت بیمه مستلزم حمایت یک چارچوب سازمانی مناسب از توسعه الکترونیکی بیمه است؛ چرا که عوامل مهمی همچون سیاست‌ها و برنامه‌های مالی و ضمانت اجرایی آن بر اجرای مناسب بیمه الکترونیکی اثر گذار است.

۴- وجود نیروی انسانی آگاه و متخصص در زمینه فن‌آوری اطلاعات و آموزش و ارتقاء سطح آگاهی مردم:

یکی از عوامل اساسی در موفقیت طرح بیمه الکترونیک، وجود نیروی انسانی متخصص در فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات است. در مقابل مردم نیز باید قابلیت و توانایی استفاده از خدمات الکترونیکی بیمه‌ای را داشته باشند. به عبارت دیگر می‌بایست تمهیدات لازم برای آموزش و ارتقاء سطح دانش مردم به منظور آشنایی و استفاده از بیمه الکترونیکی فراهم شود.

۵- وجود زیرساخت حقوقی:

۱- اعتماد، امنیت اطلاعات و حریم خصوصی

بیمه الکترونیک بدون ایجاد امنیت و اعتماد برای مردم و شرکت‌های بیمه نمی‌تواند به اهداف خود دست یابد. مردم باید به امنیت انتقال، پردازش و ذخیره‌سازی اطلاعات از طریق شبکه اعتماد داشته باشند. بنابراین، هر طرح بیمه الکترونیک نیازمند تدوین یک چارچوب حقوقی در زمینه حفاظت از حریم خصوصی افراد، تعقیب جرایم رایانه‌ای، ایجاد و تقویت مراجع سنجش اعتبار و سندیت و قانونی کردن امضاها و دیجیتالی است. به عبارت دیگر زیرساخت حقوقی لازم برای حمایت و اجرای بیمه الکترونیک عبارت است از:

۲- قانون بیمه الکترونیک

توانمند کردن صنعت بیمه برای انجام رویه‌های اداری، کارکردها و خدمات آن به شکل الکترونیکی و دیجیتال

۳- قانون حفاظت از داده‌ها

حفاظت و حفظ حریم خصوصی اطلاعات شخصی افراد

۴- قانون آزادی اطلاعات در صنعت بیمه

اجازه دسترسی وسیع به اطلاعات عمومی و مشخص در صنعت بیمه.

۵- قانون امضای دیجیتال

شناسایی امضاها و اسناد دیجیتال و تشخیص هویت الکترونیکی و ارتباط و تعامل با شبکه بانکی در موارد نیاز.

● قانون جرم شبکه‌ای و سوء استفاده از شبکه:

حفاظت از حقوق مالکیت معنوی دیجیتال به منظور ایجاد محیط امن و جلوگیری از دسترسی غیر مجاز بعضی از کاربران جهت سوء استفاده از شبکه دست‌یابی به یک چهارچوب هماهنگ و جامع از اطلاعات دقیق و بهنگام، نیازمند آن است که ابزارهای لازم برای طی جریان تولید تا مبادله اطلاعات در اختیار کاربران آن قرار گیرد. از این رو باید با شناخت کامل از اجزا و ساختارهای تشکیل دهنده فن‌آوری اطلاعات نسبت به ایجاد یا تقویت پایه‌های لازم در جهت گسترش این فناوری در صنعت بیمه اقدام کرد.

۱- اقدامات انجام شده فن‌آوری اطلاعات در صنعت بیمه:

در حال حاضر صنعت بیمه کشور با دو مقوله مکانیزاسیون عملیات و بیمه الکترونیکی مواجه است. در بخش مکانیزاسیون و انجام مکانیزه عملیات به عنوان جایگزین حالت سنتی و دستی، حرکت‌هایی طی چند دهه اخیر در صنعت بیمه انجام شده است. هر یک از شرکت‌های بیمه بطور مستقل تلاش‌هایی در این زمینه انجام داده‌اند که در بیشتر موارد این امر بدون استفاده از تجربه سایر شرکت‌های بیمه انجام شده است.

به دلیل عدم وجود شرکت‌های کامپیوتری آشنا به امور بیمه‌ای تاکنون هیچ از شرکت‌های موجود در کشور کار موفق‌تری در زمینه بیمه و مکانیزه نمودن آن انجام نداده‌اند.

- تهیه سیستم در داخل صنعت بیمه مشکلات خاص خود را دارد.
- تشکیل شورای فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات به منظور انجام و سیاست‌گذاری یکسان در زمینه فن‌آوری اطلاعات در کل صنعت بیمه.
- برنامه‌ریزی برای یکسان‌سازی معماری اطلاعات در صنعت بیمه.
- به دلیل اهمیت بیمه خودرو و به منظور تهیه سیستم جامع اطلاعات خودرو با یکی از شرکت‌های داخلی قراردادی از سال گذشته منعقد گردیده که تهیه سیستم مذکور مراحل نهایی خود را می‌گذرانند.

- به دلیل عدم وجود زیرساخت مناسب ارتباطی و اطلاعاتی در سطح کشور، عقب‌ماندگی‌هایی در زمینه فن‌آوری اطلاعات در بخش دولتی نسبت به بخش خصوصی ملاحظه می‌شود؛ چرا که استفاده از فن‌آوری اطلاعات مستلزم صرف هزینه‌های هنگفتی است که در بخش دولتی محدودیت‌های خاصی وجود دارد.

یکی از مشکلات اساسی در توسعه و گسترش فن‌آوری اطلاعات فقدان باور مدیران است. هرچه به میزان آگاهی و اعتقاد مدیران به فن‌آوری اطلاعات افزوده شود، توسعه و گسترش آن به راحتی انجام می‌پذیرد.

