

عنوان مقاله:

سقلمه زدن و تاثیر آن بر ضریب نفوذ بیمه

محل انتشار:

بیست و ششمین همایش ملی بیمه و توسعه (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

فرزانه انواری - دکتری اقتصاد، دانشگاه مازندران، مدیرعامل بیمه دانا

مهدی احراری - دانشجوی دکتری اقتصاد نفت و گاز، گرایش بازاریا و مالیه، دانشگاه علامه طباطبایی، مدیر دفتر پژوهش و توسعه بیمه دانا

ابراهیم کاردرگر - دانشجوی دکتری اقتصاد مالی دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

سقلمه از مباحث میان رشته ای در حوزه علم اقتصاد و روانشناسی می باشد. سقلمه زدن عبارت است از: هرجنبه ای از ساختار انتخاب که رفتار افراد را با روشی قابل پیش بینی و بدون ممنوعیت گزینه ها یا تغییر چشمگیر مشوق های اقتصادی تغییر دهد Thaler, R.H., Sunstein.2009 از آنجاییکه اتخاذ تصمیم کاملا درست در دنیای پیچیده امروز، کار بسیار دشواری است و هر عاملی می تواند تصمیم ما را تحت تاثیر قرار دهد، سقلمه زدن به بهبود تصمیم های پیرامون سلامتی، ثروت، شادی و اینکه چگونه انتخاب و زندگی بهتری داشته باشیم، می پردازد. در دنیای امروز برخی از سیاست ها به صورت قانون و ممنوعیت عمل می کنند. به عنوان مثال، قانون، سرعت و حمله را منع می کند و یا بیمه عمر را در بعضی از کشورها، اجباری می کند. از طرف دیگر سیاست هایی وجود دارند که به شکل مشوق های اقتصادی عمل می کنند؛ یارانه برای سوخت های تجدیدپذیر، کمک هزینه برای بعضی از فعالیت های خاص یا مالیات بر بنزین از این دست سیاست ها می باشند ولیکن نظریه سقلمه می تواند در سیاست گذاری عمومی باعث وضع کمتر قوانین و درگیری کم تر دولت شود. در نظریه مذکور ملاحظات اخلاقی به ویژه در حوزه سیاست و اقتصاد نیاز به بررسی و مطالعه بیشتری دارد. از این رو در این مقاله مبحث سقلمه و انواع مهم آن در بازار بیمه مورد بررسی قرار گرفت و تاثیر آن بر ضریب نفوذ بیمه توسط چند نمونه کاربردی تبیین گردید.

کلمات کلیدی:

سقلمه، اقتصاد رفتاری، بیمه، ضریب نفوذ بیمه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/997429>

