

## 참고문헌

- 강종옥(2006), 『보험 서비스품질, 고객만족 및 브랜드 선호가 보험 소비자의 재구매 의도에 미치는 영향: 자동차보험을 중심으로』, 충북대학교 대학원 석사학위논문
- 권영준(2017), 「보험금청구권과 소멸시효」, 『연구보고서』, 보험연구원
- 김대환·이기형(2010), 「장기손해보험 보험사기 방지를 위한 보험금지급심사제도 개선」, 『CEO Report』, 보험연구원
- 김민정·곽민주(2019), 「IPA 기법을 이용한 보험금지급서비스 품질에 관한 연구」, 『금융소비자연구』, 9(3), 한국소비자학회
- 김성완(2013), 「사기적 보험금청구에 관한 연구」, 『저스티스』, 제 137호, pp. 202~246, 한국법학원
- 김용광(2005), 『생명보험 서비스 품질평가 모형개발 연구: SERVPERF에 의한 측정변수 개발』, 성균관대학교 박사학위논문
- 송윤아·정인영(2011), 「사기성클레임에 대한 최적조사방안」, 『경영보고서』, 보험연구원
- 송윤아·홍민지(2021), 「손해사정제도 개선방안 연구」, 『연구보고서』, 보험연구원
- 윤성승·김성수(2018), 「보험금청구권의 소멸시효기간 연장」, 『비교사법』, 25(4), pp. 1311~1360, 한국비교사법학회
- 조용운·김세환(2005), 「민영건강보험의 의료비 지급·심사제도 개선방안」, 『연구보고서』, 2005-8, 보험개발원 보험연구소
- 조용운(2020), 「실손의료보험 청구간소화 방안」, 『CEO Report』, 보험연구원
- 전한덕(2020), 「실손의료보험 청구체계 개선방안에 관한 연구: 보험업법 개정안을 중심으로」, 『소비자문제연구』, 51(2), 한국소비자원
- 정성희·문혜정(2021), 「실손의료보험 보험금 청구 전산화 필요성」, 『CEO Brief』, 보험연구원
- Athey, S. and G. W. Imbens(2017), “The Econometrics of Randomized Experiments”, in

- Edited by Banerjee, A. and A. Duflo(2017), *Handbook of Economic Field Experiments*, Vol. 1
- Berger, J.(2020), *The Catalyst: How to Change Anyone's Mind*, Simon & Schuster
- Bond, A. and M. Stone(2004), "How the Automotive Insurance Claims Experience Affects Customer Retention", *Journal of Financial Services Marketing*, 9(2), pp. 160~171
- Cialdini, R., S. Martin and N. Goldstein(2015), "Small Behavioral Science-informed Changes Can Produce Large Policy-relevant Effects", *Behavioral Science and Policy*, 1(1), pp. 21~27
- Dionne, G., F. Giuliano and P. Picard(2009), "Optimal Auditing with Scoring Theory and Application to Insurance Fraud", *Management Science*, 55(1), pp. 58~70
- Dumper, K., J. William, A. Lacombe, M. Lovett, and M. Perlmutter(2019), *Openstax Psychology*, PressBooks(licensed under CC BY v4.0. <https://openstax.org/details/books/psychology>)
- Fehr, E. and S. Gächter(2000), "Fairness and Retaliation: The Economics of Reciprocity", *Journal of Economic Perspectives*, 14(3), pp. 159~181
- Jhangiani, R., H. Tarry and C. Stangor(2022), *Principles of Social Psychology*(1st International H5P Edition), BCcampus
- Mason, M., A. Lee, E. Wiley and D. Ames(2013), "Precise Offers Are Potent Anchors: Conciliatory Counteroffers and Attributions of Knowledge in Negotiations", *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(4), pp. 759~763
- Megehee, C., K. Dobie and J. Grant(2003), "Time versus Pause Manipulation in Communications Directed to the Young Adult Population: Does It Matter?" *Journal of Advertising Research*, 43(3), pp. 281~292
- Miller, M. and T. Levine(2008), Persuasion, In D. Stacks and M. Salwen(Eds.), "An Integrated Approach to Communication Theory and Research", Routledge, New York(<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203887011-25/persuasi>)

on-michael-miller-timothy-levine)

Mitchell, T. and B. Cheung(2020), “Using Behavioural Science to Reduce Opportunistic Insurance Fraud”, *Applied Marketing Analytics*, 5(4), pp. 294~303

Petty, R., J. Cacioppo and R. Goldman(1981), “Personal Involvement as as Determinant of Argument-based Persuasion”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 41(5), pp. 847~855

Schultz, P., J. Nolan, R. Cialdini, N. Goldstein, and V. Griskevicius(2007), “The Constructive, Destructive, and Reconstructive Power of Social Norms”, *Psychological Science*, 18(5), pp. 429~434

금융감독원 파인(<https://fine.fss.or.kr/main/prc/is/sub/is017.jsp>)