

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر دیجیتالی شدن عناصر مدل کسب و کار در صنعت بیمه با رویکرد توسعه کسب و کار

محل انتشار:

دهمین همایش مدیریت ریسک و بیمه؛ نقش صنعت بیمه در رشد اقتصادی با رویکرد تحول دیجیتال (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

زهرا جافری - کارمند شرکت بیمه کوثر، مدیرعامل کارگزاری بیمه نماد غدیر، کارمند شرکت بیمه کوثر

سعید نعمتی - کارمند شرکت بیمه کوثر، مدیرعامل کارگزاری بیمه نماد غدیر، کارمند شرکت بیمه کوثر

شیرین اسکندری - کارمند شرکت بیمه کوثر، مدیرعامل کارگزاری بیمه نماد غدیر، کارمند شرکت بیمه کوثر

خلاصه مقاله:

تحول دیجیتال در حال تبدیل شدن به موضوع اصلی سازمان ها در سراسر جهان می باشد و پیش بینی می شود که شرکت هایی که قادر به تطبیق با تغییرات عصر دیجیتال نباشند قربانی دارونیم دیجیتال خواهند شد. بنابراین بسیاری از کسب و کارها در حال محو شدن می باشند و شرکت های سازگار که خود را با فناوری تطبیق می دهند، باقی خواهند ماند. هدف این پژوهش بررسی تاثیر دیجیتالی شدن عناصر مدل کسب و کار در صنعت بیمه بر توسعه فضای کسب و کار می باشد لذا پژوهش انجام شده بر حسب هدف، کاربردی و بر حسب نحوه گردآوری داده ها، از نوع توصیفی پیمایشی است. در این پژوهش، از ضریب همبستگی ANOVA برای بررسی سوالات استفاده شده و برای رتبه بندی عوامل اثرگذار از آزمون فریدمن استفاده شده است. عوامل موثر در دیجیتالی شدن صنعت بیمه در قالب ۳ عامل کلی عبارتند از: پیشنهاد محصول/ خدمت، زنجیره ارزش (فعالیت ها) و منابع و زیرساخت ها که شاخص های اثرگذار بر دیجیتالی شده این عوامل عبارتند از: ذهنیت دیجیتال، اپلیکیشن موبایل، هوش مصنوعی، رباتیک و اتوماسیون هوشمند، اینترنت، بلاکچین ها، رسانه های اجتماعی، تجربه مشتری، رایانش ابری، جنبه های مالی می باشند. نتایج آزمون فریدمن نشان می دهد که از بین ۱۰ دسته عامل های اصلی، عامل «اینترنت» بیشترین تاثیر و عامل «جنبه های مالی» کمترین تاثیر را در دیجیتالی شدن مدل کسب و کار صنعت بیمه دارند.

کلمات کلیدی:

بیمه، دیجیتال، مدل کسب و کار، زنجیره ارزش، منابع و زیرساخت ها، پیشنهاد محصول، توسعه کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1862059>

