

## عنوان مقاله:

رشد دیجیتالی شدن در بیمه و تاثیر آن بر عملکرد نهادهای بازار بیمه

## محل انتشار:

ششمین همایش ملی فناوریهای نوین در علوم انسانی، مدیریت و بازاریابی ایران (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

ناصر حسن پورشیر - کارشناسی مدیریت بیمه موسسه آموزش عالی غیر انتفاعی فراز

آیت آشوری بنه زمینی - کارشناسی مدیریت بیمه، دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد بیمه ایران

## خلاصه مقاله:

دیجیتالی شدن یکی از موضوعات اصلی همراه با شرکت های مالی، از جمله شرکت های مرتبط با بیمه است و به سرعت در حال دگرگونی شیوه عملکرد بازارهای مالی است. گرایش های دیجیتالی اصلی بیمه عبارتند از: همکاری واسطه با شرکت بیمه، همه کاناله سازی و دیجیتالی کردن اسناد، اتوماسیون فرآیندها، افزایش نقش هوش مصنوعی، افزایش سلف سرویس، استفاده از منابع داده خارجی و اکوسیستم ها. هدف این مقاله بررسی چگونگی تغییر عملکرد شرکت کنندگان در بازار مانند شرکت های بیمه، واسطه های بیمه و مشتریان در نتیجه دیجیتالی سازی است. این هدف از طریق تحقیق در مورد اینکه چه راه حل هایی به عنوان بخشی از روندهای دیجیتالی سازی مشخص شده معرفی می شوند و چگونه بر عملکرد شرکت کنندگان در بازار تاثیر می گذارند، محقق خواهد شد. علاوه بر این، مشخص خواهد شد که چه عواملی بر اجرای راه حل های ذکر شده تاثیر می گذارند، چه مشکلاتی در اجرای آنها ظاهر می شود و تاثیرات آن، از جمله موارد منفی، به ویژه در زمینه امنیت دادهها، از دست دادن حس اجتماعی و غیرانسانی سازی بررسی خواهد شد.

## کلمات کلیدی:

بیمه، مدیریت بیمه، دیجیتال، هوش مصنوعی، InsurTech

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1984422>

