



The Impact of Insurtech Components on Insurance Startups Using a Grounded Theory Approach

Mehdi Haghighikafash^{1*} , Amir Bahrami², Babak Hajikarimi³ 

¹Associate Professor of Business Management, Department of Management & Accounting, Allameh Tabatabaie University, Tehran, Iran

²PhD Student Business Management- Marketing Management, Department of Business Management, Abhar branch, Islamic Azad University, Abhar, Iran

³Assistant Professor, Department of Business Management, Abhar Branch, Islamic Azad University, Abhar, Iran.

ARTICLE INFO

Article Type:

Original Research

Received: 04.16.2023

Revised: 09.12.2023

Accepted: 11.13.2023

Keyword:

Insurtech
Fintech
Startups
New technologies
Insurance industry

*Corresponding Author:

Mehdi Haghighikafash

Email: m.haghighi@atu.ac.ir

ABSTRACT

The insurance industry is one of the main indicators of development. This research was conducted with the aim of investigating the impact of Insurtech components on insurance startups using a grounded theory approach. The research method was based on qualitative approach and data method, focusing on interviews. Therefore, it was considered part of exploratory research. In this research, the systematic design of Corbin and Strauss was used, and based on this design, three stages of open coding, axial coding, and selective coding were performed to analyze the collected qualitative data. The data collection method was through interviews and library study. The participants in the qualitative stage included 15 experts, including senior and executive managers and middle startups active in the insurance industry, with an average of 10 years of work experience and a master's degree or a doctorate in the field of information technology, as well as senior managers and senior experts of information technology units of Central Insurance and insurance companies with an average of 15 years of work experience in the fields of insurance and information technology. The selection of the research sample was non-probable and purposeful. The results of the research showed that the experts confirmed 12 influential variables including identification of existing opportunities, market knowledge, competitive environment, information exchange, diversity and innovation, customer knowledge, risk management, pricing strategy, investment participation, advertising, information technology and organizational technology resources.



EXTENDED ABSTRACT

Introduction

The insurance industry as one of the main indicators of development is considered one of the main economic institutions; therefore, the use of modern technologies in this industry can be effective in the economic development of the country. The rapid use of superior technologies such as Insurtech and start-ups and the optimal use of this type of technology can increase the value and improve businesses, and be considered a competitive advantage for insurance companies. Therefore, in considering the importance and the role of these technologies in the growth and development of insurance, the purpose of this research was to identify the influencing variables of Insurtech on startups active in the insurance industry using the foundational data theory approach.

Methodology

This research was conducted with a qualitative approach and data-based method, focusing on in-depth and semi-structured interviews. Therefore, it is considered a part of exploratory research. The selection of the research sample was non-probable and purposeful. The participants in this research included 15 experts in this field, including senior and executive managers and middle managers of startups active in the insurance industry, as well as senior managers and senior experts of information technology units of the Central Insurance Organization and insurance companies with an average of 10 to 15 years of experience in the insurance field. Information technology in senior and doctorate degrees are in this field.

In this research, by using the foundational data theory and carrying out its steps, including open and axial coding, the components and indicators were identified, and the relationships between concepts, dimensions and components were determined by selective coding. After compiling the conceptual model of the research based on the concepts extracted from in-depth and semi-structured interviews, the model designed using the Delphi method was carried out in 3 rounds with the participation of experts who had executive or managerial experience and had sufficient knowledge and awareness in this field.

Results and discussion

In this research, the dimensions and components identified in the qualitative analysis included the identification of existing opportunities, market knowledge, competitive environment, information exchange, diversity and innovation, customer knowledge, risk management, pricing strategy, participation in investment, advertising, organizational technology resources, and information technology in addition to identifying the relevant and effective components and their relationships. To identify the influencing variables of Insurtech on start-ups active in the insurance industry, 12 components and 79 indicators were identified and approved by experts with the foundation data theory approach. According to the relationships presented in the selective coding, the components of identifying opportunities and participation in

investment and advertising will have an impact on diversity and innovation, risk management, pricing strategies, and customer knowledge, and consequently will have an impact on information exchange, market science, and the competitive environment. The results demonstrated that the components of information exchange and marketing and the competitive environment have an impact on organizational technology and information technology.

Conclusion

Considering the important and unique role of Insurtechs in the prosperity of the insurance industry, insurance startups should seek to provide distinctive products according to the needs and demands of customers and the current issues of society. Today, insurance companies are searching more to develop their portfolio and provide suitable services to their customers. Thus, providing products by creating attractive and distinctive solutions to improve this path for insurers should be one of the main goals of startups. Focusing on new technologies such as data analysis, artificial intelligence, and the Internet of Things can be useful in analyzing customer information and providing insurance services tailored to their needs and can be a transformative measure for the insurance industry and Insurtechs.

The results of the research indicated that the components of identifying opportunities and participation in investment and advertising will have an impact on diversity, innovation, risk management, pricing strategies, and customer knowledge, and therefore will have an impact on the exchange of information and market knowledge and the competitive environment. The components of information exchange, market science, and competitive environment have an impact on organizational technology and information technology. Considering the components identified to develop the innovation process and facilitate the use of technological tools in the insurance industry, with the vision of reaching the maturity of digital transformation and the convergence and mutual interaction of insurance startups and insurance companies, practical solutions were presented to the Central Insurance Organization as the main trustee of the insurance industry and the supervisory body as well as insurance companies as follows:

- The insurance supervisor should make an effort to reduce entrepreneurship and play a role as an accelerator by setting up innovation centers and creating appropriate technological platforms. Compiling the digital transformation document of the insurance industry as an important solution can be very helpful.
- Insurance startups should consider entering other layers of the insurance value chain other than selling insurance services. There are different layers in the insurance industry, but the most important part that affects the movement of insurance companies is the sales layer; that is, if a company wants to make significant income in the insurance industry, it should probably focus on the sales layer.
- Investing in human resources with the approach of combining "core skills" and "digital skills" in individuals who have found a special place in the world's digital

transformation under the title of up-scaling, should be the immediate and main priority of insurance companies.

- Special attention should be given to the use of Insurtech technologies and startups in the field of providing services to customers as a category of competitive advantage among insurance companies.



تأثیر مولفه‌های اینشورتک بر استارت‌آپ‌های بیمه‌ای با رویکرد تئوری داده‌بنیاد

مهدی حقیقی کفاش^{۱*}، امیر بهرامی^۲، بابک حاجی کریمی^۳

- ۱- دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
- ۲- دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی - مدیریت بازاریابی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری واحد ابهر، دانشگاه آزاد اسلامی ابهر، ایران.
- ۳- استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد ابهر، دانشگاه آزاد اسلامی ابهر، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

صنعت بیمه به عنوان یکی از شاخص‌های اصلی توسعه یافتگی به عنوان یکی از نهادهای اصلی اقتصادی مطرح است، پژوهش حاضر با هدف تأثیر مولفه‌های اینشورتک بر استارت‌آپ‌های بیمه‌ای با رویکرد تئوری داده‌بنیاد انجام شده است. روش تحقیق این پژوهش از نوع کیفی و روش داده بنیاد و با تمرکز بر مصاحبه انجام شده است. از این رو جزء تحقیقات اکتشافی محسوب می‌گردد. در این پژوهش از طرح نظام مند کوربین و استراوس استفاده شده و جهت تحلیل داده‌های کیفی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام شده است. روش گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه و روش کتابخانه‌ای است. مشارکت‌کنندگان شامل ۱۵ نفر از خبرگان اعم از مدیران ارشد و اجرایی استارت‌آپ‌های فعال در صنعت بیمه و همچنین مدیران عالی و کارشناسان ارشد واحدهای فناوری اطلاعات بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه بوده‌اند. انتخاب نمونه تحقیق از نوع غیراحتمالی و هدفمند می‌باشد. در پژوهش حاضر ۱۲ متغیر تاثیرگذار شامل، شناسایی فرصت‌های موجود، بازاریابی، فضای رقابتی، تبادل اطلاعات، تنوع و نوآوری، دانش مشتری، مدیریت ریسک، استراتژی قیمت‌گذاری، مشارکت در سرمایه‌گذاری، تبلیغات، فناوری اطلاعات و منابع فناوری سازمانی که مورد تایید خبرگان قرار گرفته است. براساس نتایج پژوهش، با توجه به وزن به دست آمده شاخص‌های خطوط کسب‌وکار جدید، رعایت مقررات دست و پاگیر، استفاده از قدرت فناوری، بازاریابی براساس مشتری، رقبا و وضعیت رقابت، امنیت تبادل اطلاعات، شبکه‌های اجتماعی، شفافیت تجربیات مرتبط با مشتری، ارزیابی ریسک، طراحی سایت و تولید محتوا، شناسایی فرصت‌ها از طریق فناوری تلفن همراه هوشمند، توانستند بیشترین وزن را به خود اختصاص دهند.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۱/۲۷

بازنگری مقاله: ۱۴۰۲/۰۶/۲۱

پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۸/۲۲

کلید واژگان:

اینشورتک
فین تک
استارت‌آپ‌ها
فناوری‌های نوین
صنعت بیمه

*نویسنده مسئول: مهدی حقیقی کفاش
پست الکترونیکی:
m.haghighi@atu.ac.ir



مقدمه

توسعه فناوری بر حوزه‌های مختلف کسب و کار زندگی جاری بشر امروزی تأثیرات ویژه‌ای داشته و زمینه تحول، تسریع و تسهیل امور را فراهم و یکی از عوامل استراتژیکی است که می‌تواند به بهبود بهره‌وری و عملکرد کسب و کار کمک کند و در افزایش عملکرد یک شرکت و منابع انسانی آن نیز مفید باشد (رمضان‌پور و روشنی، ۲۰۲۳). تکامل روزافزون کسب و کار باعث شده است تا رویکردهای مختلف کسب و کار از طریق توانایی ایجاد ابزارهای مشارکتی جدید تقویت شوند. چنین فناوری‌های رو به رشدی به ارائه خدمات برند و حتی برخی از انواع جدید تعاملات شرکتی با مشتریان و کارکنان کمک می‌کنند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۲)^۱. با گسترش استفاده از چنین فناوری‌هایی، تغییرات در صنعت با سرعت بیشتری مواجه می‌باشد. بر این اساس صنعت بیمه باید مزایا و معایب بالقوه فناوری جدید مورد استفاده برای افزایش کارایی اعلام حق بیمه را تجزیه و تحلیل نماید (رمضان‌پور و روشنی، ۲۰۲۳).

پدیده در حال ظهور اینشورتک در جهت رسیدگی به ناکارآمدی‌ها یا فرصت‌ها در زنجیره ارزش بیمه است، که شامل فناوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل با ایجاد تعامل بین بیمه‌گران و مشتریان، پردازش فرآیندها، اصلاح محصولات قدیمی و ایجاد محصولات جدید با توجه به نیازهای جوامع و مشتریان می‌باشد. فناوری بیمه امروزه اغلب در زمینه استارت‌آپ‌های مرتبط با این فناوری و صنعت بیمه می‌باشند، اما در افق بلندمدت به عنوان اکوسیستمی از شرکت‌های متمرکز و مبتنی بر نوآوری ایفای نقش خواهد نمود. استارت‌آپ‌ها در قالب نوآوری باز در دنیای امروز به عنوان یک مزیت رقابتی برای شرکت‌ها به خصوص شرکت‌هایی که به ارائه خدمات می‌پردازند، محسوب می‌شود. نوآوری باز به عنوان یک ضرورت با هدف ترکیب کردن ایده‌های داخلی و خارجی و همچنین مسیرهای داخلی و خارجی رسیدن به بازار، برای پیشبرد توسعه فناوری‌های جدید بشمار می‌آید (کلی و وانگ، ۲۰۲۱)^۲.

چرایی استفاده از فناوری‌های بروز در صنعت بیمه به خصوص اینشورتک‌ها و استارت‌آپ‌ها، به علت رشد سریع بیمه در جامعه و نیاز به ایجاد فناوری‌های مدرن در ساختار بیمه برای حفظ تعادل با تقاضاهای موجود، می‌باشد. فناوری پیشرفته تقاضاهای زیاد امروز دنیای بیمه را پاسخ می‌دهد به مانند پرداخت به ازای شکایت، انعطاف‌پذیری در سیاست و غیره (بیات و طاهری قدس، ۲۰۲۳). اینشورتک‌ها با به کارگیری فناوری‌های نوین در سال‌های اخیر، هم در کشورهای توسعه یافته و هم در کشورهای در حال توسعه توانسته‌اند منجر به بهبود تجربه مشتری و ارائه محصولات و خدمات بیمه‌ای شوند. مشتریان با فناوری بیمه با آرمش، صرفه جویی زمانی و سهولت بسیار می‌توانند بسیاری از عملیات‌های زمان‌صودر و خسارت به مانند ارائه عکس‌های بازدید اولیه و حادثه، کپی مدارک و پر نمودن فرم‌ها، مقایسه خدمات، پوشش‌ها و قیمت‌ها و غیره را بدون نیاز به حضور فیزیکی انجام دهند (چناری و همکاران، ۲۰۲۱).

به نظر می‌رسد به دلیل گسترش فناوری‌های تلفن‌های همراه و فضای ابری لازم است شرکت‌های بیمه به دستگاه‌هایی با رابط کاربری مناسب مجهز شوند تا بتوانند در هر موقعیت و هر زمانی با کاربران و نیازشان روبرو شوند (بیات و طاهری قدس، ۲۰۲۳).

اینشورتک‌ها با به کارگیری فناوری‌های نوین در سال‌های اخیر، هم در کشورهای توسعه یافته و هم در کشورهای در حال توسعه توانسته‌اند منجر به بهبود تجربه مشتری و ارائه محصولات و خدمات بیمه‌ای شوند. مشتریان با فناوری بیمه با آرمش، صرفه جویی زمانی و سهولت بسیار می‌توانند بسیاری از عملیات‌های زمان‌صودر و خسارت به مانند ارائه عکس‌های بازدید اولیه و حادثه، کپی مدارک و پر نمودن فرم‌ها، مقایسه خدمات، پوشش‌ها و قیمت‌ها و غیره را بدون نیاز به حضور فیزیکی انجام دهند (چناری و همکاران، ۲۰۲۱).

^۱ Wang^۲ Kelley & Wang

ضرورت تحرک بیشتر در صنعت بیمه در دنیای امروز فناوری اطلاعات از یکسو و همچنین تکامل روزافزون کسب و کارهی نوپا از طریق توانایی ایجاد ابزارهای مشارکتی جدید، از درجه اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد (وانگ و همکاران، ۲۰۲۲). از این رو استفاده از فناوری اطلاعات در قالب فناوری بیمه و بحث نوآوری و خلاقیت در ارائه خدمات بیمه به مشتریان با استفاده از شرکت‌های دانش بنیان و کسب و کارهای نوپا می‌تواند منجر به معرفی هرچه بیشتر خدمات بیمه‌ای و به طبع آن موجب رشد و توسعه بیمه، در جامعه گردد. ورود این بازیگران جدید در عرصه صنعت بیمه با استفاده از نوآوری‌های موجود می‌تواند منجر به تغییرات اساسی در زنجیره بیمه و مدل کسب و کار گردد. از جمله مزیت‌های استفاده از خدمات بیمه‌ای از طریق استارت‌آپ‌ها نسبت به روش‌های سنتی مانند خرید آنلاین و عدم مراجعه به شبکه‌های فروش، استفاده از خدمات شرکت‌های بیمه در طول مدت شبانه‌روز، مقایسه حق بیمه‌ها و انتخاب بهترین‌ها، استعلام قیمت، پرداخت خسارت آنلاین، کاهش هزینه‌های شرکت‌های بیمه و... می‌باشد، که این تغییرات مثبت انتظار مشتریان را از صنعت بیمه افزایش داده و حرکت این صنعت را به سمت استفاده از فناوری‌های نوین بیمه به یک الزام تبدیل می‌نماید.

استفاده از روش‌های استقرایی و اکتشافی در پژوهش حاضر و همچنین ارائه مدل محقق ساخته در مرحله کدگذاری گزینشی و نیز ارائه پرسشنامه کمی حاصل از روش دلفی، نوآوری و مزیت این پژوهش در مقایسه با سایر پژوهش‌های انجام شده در حوزه‌های مرتبط با فناوری اطلاعات و فین‌تک‌ها می‌باشد.

صنعت بیمه در سوار شدن بر موج پدیده فین‌تک، به سرعت در حال گسترش است و تعداد زیادی از شرکت‌ها برای ارائه خدمات به اصطلاح اینشورتک (فناوری بیمه) ظهور کرده‌اند. این خدمات مفاهیمی مانند بلاک‌چین، هوش مصنوعی، دیجیتالی شدن و اقتصاد اشتراک‌گذاری را در جنبه‌های مختلف صنعت بیمه در بر می‌گیرد. استفاده از این خدمات در افزایش کارایی و کاهش هزینه‌ها نه تنها برای بیمه‌گران و واسطه‌ها، بلکه برای کسب‌وکارها یا مصرف‌کنندگان به‌عنوان استفاده‌کنندگان نهایی بیمه نیز موثر است (لین و چن، ۲۰۲۰)^۱. از این رو با توجه به اهمیت و ضرورت بکارگیری اینشورتک از طریق استارت‌آپ‌های بیمه و با هدف شناسایی مولفه‌ها و شاخص‌های تأثیرگذار اینشورتک بروی استارت‌آپ‌ها بیمه‌ای پژوهش حاضر به تأثیر مولفه‌های اینشورتک بر استارت‌آپ‌های بیمه‌ای با رویکرد تئوری داده‌بنیاد می‌پردازد. در مقاله حاضر پس از بیان مقدمه با رویکرد ارائه بیان مسئله و اهمیت و ضرورت انجام پژوهش، مبانی نظری، روش‌شناسی پژوهش، تجزیه و تحلیل داده‌ها، یافته‌ها، بحث و نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات کاربردی بیان شده است.

مبانی نظری

توسعه فناوری بر حوزه‌های مختلف کسب و کار زندگی جاری بشر امروزی تأثیرات ویژه‌ای داشته و زمینه تحول، تسریع و تسهیل امور را فراهم و یکی از عوامل استراتژیکی است که می‌تواند به بهبود بهره‌وری و عملکرد کسب و کار کمک نماید (رمضان‌پور و روشنی، ۲۰۲۳). شرکت‌های سنتی به مانند شرکت‌های بیمه به طور معمول دارای زیرساخت‌های ضعیف‌تری نسبت به کسب و کارهای الکترونیکی می‌باشند، لذا این شرکت‌ها ممکن است در کشف فرصت‌های کسب و کار با مشکل روبرو شوند، پس بنابراین قابلیت‌های شرکت به عنوان اصلی‌ترین بعد برای کشف فرصت‌های تجارت الکترونیکی و استفاده بهینه از فناوری اطلاعات در کسب و کارهای سنتی می‌باشد (بخشی و همکاران، ۲۰۲۲). اینشورتک‌ها با به کارگیری فناوری‌های نوین از جمله بکارگیری استارت‌آپ‌ها به عنوان یک کسب و کار نوپا به عنوان یک مزیت رقابتی در سال‌های اخیر، هم در کشورهای توسعه یافته و هم در کشورهای در حال توسعه توانسته‌اند منجر به بهبود تجربه مشتری و ارائه محصولات و خدمات بیمه‌ای شوند (بیات و طاهری قدس، ۲۰۲۳).

^۱ Lin & Chen

فناوری بیمه، به عنوان پدیده‌ای که هرروز بیش از گذشته خود را بر صنعت بیمه در جهان و ایران تحمیل می‌کند، نویدبخش تغییرات عمده‌ای در خدمات بیمه‌ای، قیمت تمام شده آن‌ها و همچنین طراحی خدمات بیمه‌ای جدید به مشتریان می‌باشد. فناوری بیمه از طریق مکانیزم‌های بکارگیری استارت‌آپ‌ها رفتار و فرهنگ مصرف‌کننده را در یک جامعه تحت تاثیر قرار داده و از طریق آن بتواند محصولات بیمه‌ای مختلف را در سبد خانوارهای جامعه ایرانی جای دهد.

اینشورتک

اینشورتک، زیرمجموعه‌ای از حوزه‌های فعالیت فین‌تک^۱ یا فناوری‌های مالی که هدف آن کاربرد نوآورانه فناوری در خدمات بیمه‌ای و نحوه ارائه آن به مشتریان می‌باشد. اینشورتک با استفاده از تکنولوژی‌هایی مانند؛ بزرگ داده‌ها، هوش مصنوعی و اینترنت اشیا به جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات مشتریان پرداخته تا از این طریق بتواند خدمات بهتری را به آن‌ها ارائه کند (کپیولو، ۲۰۱۸)^۲. اینشورتک‌ها مجموعه‌ای از شرکت‌های تکنولوژی محور هستند، که با بهره‌گیری از نوآوری‌های جدید وارد صنعت بیمه شده‌اند و به ارائه پوشش‌های بیمه‌ای به مشتریانی که بیشتر علاقمند به کاربرد تکنولوژی در نحوه استفاده خود از خدمات بیمه هستند، می‌پردازد (استوکلی و همکاران، ۲۰۱۸)^۳. اینشورتک گروهی از شرکت‌های به اصطلاح فین‌تک، که به‌طور خاص در صنعت بیمه فعال هستند و سعی دارند تا از طریق فرآیندهای دیجیتال و ایجاد مزیت رقابتی جایگاه خود را در بازار به دست آورند. از آنجا که این کار را بدون متصل بودن به محصولات (خدمات)، ساختارها، سیستم‌ها و نیروی انسانی موجود انجام می‌دهند، می‌توانند نسبت به ارائه‌دهندگان فعلی خدمات به شکلی کارآمدتر عمل نمایند (تیکلند و همکاران، ۲۰۱۸)^۴.

از این رو می‌توان بیان نمود که اینشورتک راهی است که شرکت‌های بیمه به وسیله آن‌ها می‌توانند به مشتریان جدید دسترسی و خدمات و محصولات مناسب‌تری و شخصی‌سازی شده‌تری را به مشتریان فعلی و جدید خود عرضه نمایند.

استارت‌آپ‌ها

استارت‌آپ‌های فناوری بیمه، علاوه بر این که دنبال جست و جوی مدل‌های بهتر قیمت‌گذاری هستند، قصد دارند به کمک ابزارهایی همچون هوش مصنوعی، بزرگ داده‌ها و اینترنت اشیا با جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات مشتریان؛ خدمات بهتر بیمه‌ای متناسب با نیاز هر مشتری ارائه نمایند (وندرلیندن و همکاران، ۲۰۱۸)^۵. استارت‌آپ‌ها به استفاده از برنامه‌هایی جهت تجمیع تمام خط مشی‌های مجزا در یک پلت فرم واحد گرایش یافته‌اند تا امکان مدیریت و نظارت، ارائه بیمه برای اتفاقات خرد مثل قرض گرفتن ماشین یک دوست و اتخاذ مدل هم‌تا به هم‌تا برای تامین پوشش سفارش گروهی و هم ایجاد انگیزه‌ی انتخاب‌های مثبت از طریق تخفیف‌های گروهی فراهم شود (بیات و طاهری قدس، ۲۰۲۳).

از این رو می‌توان بیان نمود که، استارت‌آپ‌های بیمه‌ای به عنوان یک نوآوری در چرخه ارائه محصولات و خدمات بیمه‌ای به بیمه‌گذاران این امکان را می‌دهند که بتوانند محصولات را مقایسه نمایند، استعلام قیمت از شرکت‌های مختلف، خرید آنلاین و استفاده از تخفیفات خرید آنلاین بهره‌مند شوند.

^۱ FinTech

^۲ Cappiello

^۳ Stoeckli

^۴ Teigland

^۵ VanderLinden

رابطه فناوری بیمه و استارت‌آپ‌ها بیمه‌ای

فناوری بیمه از طریق استارت‌آپ‌ها، صنعت بیمه را ترغیب می‌کند تا، محصولات و خدمات بیمه‌ای خود را در سطح بالاتری به مشتریان ارائه نمایند. آنچه که در فناوری بیمه و استارت‌آپ‌ها دارای اهمیت است، توجه به این مقوله می‌باشد که رویه‌های سنتی بیمه‌گری را کنار گذاشته شود و با استفاده از ابزارهای جدید و نوآورانه، خدمات بیمه‌ای خود را خرید و از مزایای ویژه‌ی آن بهره‌مند گردند. بیشترین و مهمترین تاثیر فناوری بیمه و استارت‌آپ‌ها در بخش زنجیره ارزش بیمه می‌باشد. از جمله بخش‌های مختلف در زنجیره ارزش که فناوری بیمه می‌تواند بر آن تاثیرگذار باشد، مواردی همچون کانال‌های توزیع، قیمت‌گذاری و صدور بیمه‌نامه، استفاده از داده‌های بزرگ برای دستیابی به الگوهای بهتر ریسک‌پذیری، مدیریت درخواست‌های پرداخت خسارت و بیمه مجدد می‌باشد (وندرلیندن و همکاران، ۲۰۱۸).

از دیگر نتایج تاثیر فناوری و بهره‌گیری از استارت‌آپ‌ها برای مشتریان، داشتن انتخاب‌های بیشتر محصولات و خدمات بیمه‌ای یا محصولات سفارشی، رقابت و تنوع در بازار، در دسترس بودن ابزارهای دقیق‌تر ارزیابی ریسک و... که این امر به مشتریان کمک می‌کند تا محصولات مناسب و براساس نیاز خود را راحت‌تر انتخاب نمایند (لین و چن، ۲۰۲۰).

از این استفاده از فناوری بیمه و استارت‌آپ‌ها بیمه‌ای باعث صرفه‌جویی در زمان، هزینه و همچنین افزایش قدرت انتخاب بیشتر بیمه‌گذار در خرید محصولات بیمه‌ای با توجه به نیاز مشتری می‌شود.

پیشینه پژوهش

الف. پیشینه داخلی

ردیف	عنوان	سال	پژوهشگران	روش‌شناسی	نتیجه
۱	بررسی نقش فناوری مالی و اینشورتک و مزایای استفاده از آنها	۱۴۰۲	(رمضان پور و روشنی)	توصیفی پیمایشی	با توجه به مزایای بسیار زیادی که فین‌تک‌ها برای مشتریان خود فراهم نموده‌اند، موفق به جذب سهم درخور توجهی از مشتریان صنعت بانکی، به ویژه نسل جوان شده‌اند. در مقابل، هنوز مشتریانی هستند که تمایلی به استفاده از کسب و کارهای نوپا ندارند یا با تردید از آن‌ها استفاده می‌کنند. دو علت اصلی استفاده نکردن کاربران از فین‌تک‌ها، آگاه نبودن از وجود فین‌تک‌ها و نیاز نداشتن به استفاده از آن‌ها مطرح شده است؛ البته مواردی مانند ناآگاهی از نحوه عملکرد و اطمینان نداشتن به آن‌ها از علت‌های دیگر است که مشتریان مطرح کرده‌اند.
۲	طراحی مدل پوشش بیمه استارت‌آپ‌های فین‌تک: رویکردی جدید به ضرورت مسیر تحول دیجیتال در بیمه	۱۴۰۱	(پورهادی پشتری و همکاران)	روش آمیخته (کیفی-کمی)	شرایط علی، الزامات تدوین مقوله محوری را فراهم می‌آورند. راهبردهای بیمه‌گری زمانی تحت تاثیر قرار می‌گیرند که شرایط زمینه‌ای فراهم باشند، بحران کووید-۱۹ نیز به عنوان شرایط مداخله‌گر در پژوهش شناخته می‌شود. بکارگیری راهبردها نیز در نهایت پیامدهایی را به دنبال خواهند داشت.
۳	بررسی اهمیت بهره‌مندی از اینشورتک در ساختار بیمه‌ای	۱۴۰۱	(علیپور گنجی و همکاران)	توصیفی پیمایشی	ضرورت آموزش به مدیران و مسئولان مدارس و بیمه‌ها، ارتقاء سیستم‌های اتوماسیون و ضرورت اتصال برخط نهادهای سازمان‌ها به هم، ارائه خدمات اینشورتک بیمه‌ها

ردیف	عنوان	سال	پژوهشگران	روش‌شناسی	نتیجه
	سازمان‌ها (مطالعه موردی آموزش و پرورش)				با مراکز درمانی و ضرورت فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی بکارگیری خدمات اینشورتک بسیار حائز اهمیت می‌باشد و سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان می‌بایست در تبیین و تدوین ساختار حقوقی و فنی- اجتماعی به آن‌ها توجه داشته باشند.
۴	فرآیند پرداخت خسارت بیمه شخص ثالث مبتنی بر فناوری بیمه (اینشورتک)	۱۴۰۱	(بیات و طاهری قدس)	توصیفی تحلیلی	مساله، قانون بیمه اجباری خسارات وارد شده به شخص ثالث صراحتاً و به دور از هرگونه ابهام، وظایف بیمه‌گذار، بیمه‌گر و شخص ثالث زیان دیده مشخص شده است. به منظور افزایش کارایی؛ سودآوری و رضایتمندی ذینفعان و بهبود شرایط و امکانات تحلیلی، تصمیم‌گیری و خدماتی، بهره‌وری فرایندها و رضایت مشتریان در بخش پرداخت خسارت؛ بر اهمیت کاربرد فناوری‌های نوین ارائه خدمات و محصولات در صنعت بیمه، تاکید شده است.

ب. پیشینه خارجی

ردیف	عنوان	سال	پژوهشگران	روش‌شناسی	نتیجه
۱	حسابداری و حسابداری با فناوری بلاکچین و هوش مصنوعی: مرور ادبیات	۲۰۲۳	(هان و همکاران) ^۱	توصیفی تحلیلی	برای غنی‌کردن ادبیات بلاکچین محققان آینده می‌توانند از این مطالعه به دو روش استفاده کنند: اول، بکارگیری چارچوب‌ها و پاسخ به سؤالات مشخص شده در این مطالعه برای بهبود روش‌های کسب و کار متخصصان و سیاست‌گذاران و دوم، تشویق ذینفعان مانند متخصصان، طراحان/ توسعه‌دهندگان سیستم و سیاست‌گذاران برای همکاری در طراحی اکوسیستم‌های بلاکچین در راستای تحول دیجیتال و متناسب با حسابداری و حسابداری، می‌تواند راهگشا باشد.
۲	تأثیر هوش تجاری بر روی عملکرد مالی استارت‌آپ‌ها	۲۰۲۲	(هوانگ و همکاران) ^۲	توصیفی پیمایشی	هوش تجاری روی یادگیری شبکه‌ای در استارت‌آپ‌ها تأثیرگذار نیست اما با این حال هوش تجاری، ابتکار در استارت‌آپ‌ها را ۰٫۹۹ واحد افزایش می‌دهد و ابتکار نیز به نوبه خود عملکرد مالی استارت‌آپ‌ها را ۰٫۳۱۱ واحد، یادگیری شبکه برای افزایش ابتکار در استارت‌آپ‌ها را ۰٫۶۳۲ واحد و یادگیری شبکه درباره افزایش عملکرد مالی در استارت‌آپ‌ها را ۰٫۳۹۷ واحد افزایش می‌دهد. تأثیر هوش تجاری بر روی ابتکار و همچنین یادگیری شبکه نیز تأثیر ابتکار و یادگیری شبکه بر روی عملکرد مالی را تأیید می‌نماید.

^۱ Han^۲ Huang

ردیف	عنوان	سال	پژوهشگران	روش‌شناسی	نتیجه
۳	نوآوری کسب و کار مبتنی بر هوش مصنوعی و فناوری بلاکچین	۲۰۲۲	(وانگ و همکاران)	روش آمیخته (کیفی - کمی)	تحول دیجیتال معمولاً ضروری در نظر گرفته می‌شود و استراتژی‌های نوآوری کسب‌وکار را بهبود می‌بخشد. نتیجه عددی BI-AIBT پیشنهادی، نرخ پیش‌بینی تقاضا (۹۷،۱٪)، نرخ کیفیت محصول (۹۸،۳٪)، نرخ توسعه کسب‌وکار (۹۸،۹٪)، نرخ تحلیل رفتار مشتری (۹۶،۳٪) و نرخ رضایت مشتری (۹۷،۲٪) را بهبود می‌بخشد.
۴	تاثیر هوش تجاری بر بازاریابی با تاکید بر یادگیری مشارکتی: مطالعه موردی بروی شرکت‌های بیمه	۲۰۲۲	(هوانگ و همکاران) ^۱	توصیفی پیمایشی	هوش تجاری از طریق یادگیری مشارکتی (مقدار آماری بیشتر از ۱،۹۶)، عملکرد مالی بیشتر از (۲،۵۷) و رفتار مشتری بیشتر از (۲،۵۷) تأثیر معناداری بر بازاریابی دارد. همچنین، تیم‌های هوش تجاری تأثیر معناداری بر عملکرد مالی بیشتر از (۲،۵۷) و رفتار مشتری بیشتر از (۲،۵۷) دارند. با این حال، هوش تجاری تأثیر معناداری بر بازاریابی ندارد کمتر از ۱،۶۴ بوده است.

روش‌شناسی

روش تحقیق این پژوهش، از نوع کیفی می‌باشد. این پژوهش براساس نظریه داده‌بنیاد^۲ و با تمرکز بر مصاحبه انجام شده است و با توجه به این موضوع، جزء پژوهش‌های اکتشافی به شمار می‌آید.

چگونگی انتخاب نمونه در این تحقیق و مشارکت‌کنندگان برای مصاحبه‌های عمیق، از نوع غیراحتمالی و روش هدفمند می‌باشد. مشارکت‌کنندگان در مرحله کیفی شامل ۱۵ نفر از خبرگان این حوزه شامل مدیران ارشد و اجرایی و میانی استارت‌آپ‌های فعال در صنعت بیمه و همچنین مدیران عالی و کارشناسان ارشد واحدهای فناوری اطلاعات بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه با میانگین تجربه کاری ۱۰ تا ۱۵ سال در حوزه بیمه، فناوری اطلاعات در مقاطع ارشد و دکتری، در این حوزه می‌باشند.

روش گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر از طریق مصاحبه و روش کتابخانه‌ای انجام شده است. در این مرحله ابتدا مصاحبه انجام شده است و سپس در روش کتابخانه‌ای، ادبیات و سوابق موضوع از طریق فیش‌برداری از اسناد و مدارک موجود بررسی شده است محقق جهت پیشبرد تحقیق خود از نظرات مدیران عالی، طراحی پرسشنامه و تعیین روایی آن و نیز تحلیل نتایج استفاده نموده است. در رابطه با پایایی پژوهش حاضر در نمونه‌گیری کیفی بر مبنای روش گلوله برفی و اشباع نظری داده‌ها انجام شده است.

براساس چارچوب نظری موجود و بررسی پیشینه تحقیق، سوالات مصاحبه مربوط به خبرگان عبارتند از:

- صنعت بیمه چگونه و با چه روشی به شناسایی فرصت‌های موجود و نقاط قوت در ارائه فناوری‌های بیمه می‌پردازد؟
- در صنعت بیمه بازار شناسی بر چه اساس انجام شده و بازار هدف بر چه اساسی تقسیم‌بندی می‌گردد؟
- در صنعت بیمه چگونه و با چه روشی به شناسایی مزیت‌رقابتی و ایجاد فضای رقابتی می‌پردازد؟

^۱ Huang

^۲ Grounded Theory

- در صنعت بیمه چگونه و با چه معیارهایی تبادل اطلاعات صورت می‌پذیرد؟
- در صنعت بیمه تنوع و نوآوری در ارائه خدمات چگونه و با چه روشی انجام می‌شود؟
- در صنعت بیمه جهت افزایش عملکرد در راستای ارتقا دانش مشتری چه اقداماتی لحاظ می‌نماید؟
- در صنعت بیمه جهت جلب اعتماد مشتریان در راستای مدیریت ریسک چه اقداماتی لحاظ می‌نماید؟
- در صنعت بیمه در چه سطحی از منابع سازمانی در زمینه ارائه فناوری استفاده می‌شود؟
- صنعت بیمه به عنوان یک صنعت تخصصی مالی از چه استراتژی‌های قیمت‌گذاری استفاده می‌کند؟
- مشارکت در سرمایه‌گذاری با استفاده از فناوری توسط صنعت بیمه در چه سطحی انجام می‌شود؟
- در صنعت بیمه فرایند تبلیغات، با چه روش‌هایی انجام می‌شود؟
- فناوری اطلاعات در صنعت بیمه در حال حاضر دارای چه نقاط ضعف و تهدیدهایی می‌باشد؟

در پژوهش حاضر با استفاده از نظریه داده‌بنیاد و انجام مراحل آن از جمله کدگذاری باز و محوری به شناسایی مولفه‌ها و شاخص‌ها پرداخته شده و در ادامه با کدگذاری گزینشی روابط میان مفهوم، ابعاد و مؤلفه‌های مشخص شده است. پس از تدوین الگوی مفهومی پژوهش بر مبنای مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختاریافته، الگوی طراحی شده با روش دلفی در ۳ دور و با مشارکت خبرگانی که دارای سابقه اجرایی یا مدیریتی و دانش و آگاهی کافی در این حوزه برخوردار بودند انجام گردید.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

مشارکت‌کنندگان در مرحله کیفی ۱۵ نفر از خبرگان شامل مدیران ارشد و اجرایی و میانی استارت‌آپ‌های فعال در صنعت بیمه با تحصیلات کارشناسی ارشد و دکتری در زمینه فناوری اطلاعات و همچنین مدیران عالی و کارشناسان ارشد واحدهای فناوری اطلاعات بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه در حوزه‌های بیمه و فناوری اطلاعات بوده‌اند. بیشترین فراوانی از نظر جنسیت در بین مشارکت‌کنندگان مربوط به آقایان (۰،۷۳) می‌باشد. همچنین از نظر سن و تحصیلات، بیشترین فراوانی مربوط به افراد ۳۰ الی ۴۰ ساله (۰،۴۷) با تحصیلات ارشد (۰،۶۰) می‌باشد. همچنین تخصص بیمه و سمت مدیر میانی (۰،۴۰) و افراد با سابقه کار ۱۰ الی ۱۵ سال (۰،۶۰) دارای بیشترین فراوانی در جامعه خبرگان می‌باشند. در پژوهش حاضر، نخست با استفاده از روش کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان و پیاده‌سازی آن در نرم‌افزار مکس کیودا و انجام کدگذاری باز و محوری شاخص‌ها و مؤلفه‌ها شناسایی و تلخیص گردید و سپس با استفاده از روش دلفی، شاخص‌ها و مولفه‌ها به تأیید نهایی خبرگان رسیده و در مرحله بعد با استفاده از کدگذاری گزینشی، چارچوب نهایی متغیرها ارائه گردید. در ادامه در این بخش به یافته‌های پژوهش حاصل از روش دلفی و کدگذاری پرداخته شده است.

یافته‌های پژوهش

در مرحله کدگذاری باز، مفاهیم شناسایی و براساس خصائص و ابعادشان بسط داده می‌شوند. مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان به طور کامل به صورت مکتوب در نرم‌افزار مکس کیودا پیاده‌سازی گردید. در این مرحله بعد از آشنایی کافی با اطلاعات بدست آمده کدهای اولیه از داده‌ها استخراج گردید. در این مرحله ۱۳۱ شاخص اولیه استخراج گردید. لازم به ذکر است وزن دهی شاخص‌ها براساس تکرار آن‌ها توسط خبرگان انجام شده است. لذا هر شاخصی که دارای وزن بیشتری است به این معنی می‌باشد که تعداد بیشتری از خبرگان به آن شاخص اشاره کرده‌اند و از اعتبار محتوایی بالاتری برخوردار است.

جدول ۱. شاخص‌های به دست آمده در مرحله کدگذاری باز.

مفهوم	مولفه	شاخص	ردیف	وزن
منابع فناوری سازمانی		استفاده بهینه از فناوری‌های به روز دنیا	۱	۲
		خطوط کسب‌وکار جدید	۲	۴
		فرآیندهای پشتیبانی زنجیره ارزش سازمان	۳	۲
		اقدامات در زمینه‌های مختلف زیرساختی، فنی و مدیریتی	۴	۱
		برنامه‌های نرم‌افزاری	۵	۲
		سخت‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی	۶	۱
		روش‌ها و نظام‌های مدیریت	۷	۲
		توانایی نیروی انسانی در جذب و استفاده موثر از فناوری	۸	۱
		فرهنگ سازمانی	۹	۱
		فناوری اطلاعات		مهاجرت خبرگان فناوری اطلاعات به کسب و کارهای دیگر
عدم وجود الزامات مرتبط با امنیت داده‌ها	۱۱			۱
هزینه‌های بسیار فناوری	۱۲			۱
موانع حقوقی، قانونی، فنی و نهادی	۱۳			۲
فقدان آئین‌نامه‌ها و ضوابط لازم الاجراء	۱۴			۱
حجم زیاد کسب‌وکار بیمه مبتنی بر مدل سنتی	۱۵			۳
عدم وجود شواهد قوی در جهت‌گیری عمده صنعت	۱۶			۱
ظرفیت قابل توجه اشباع‌نشده در زمینه پشتیبانی کسب‌وکار	۱۷			۱
عدم برگزاری همایش‌ها و پروژه‌های تحقیقاتی مشترک	۱۸			۱
فقدان برنامه‌های جامع و راهبردی	۱۹			۱
ضعف در طرح موضوعات صنعت	۲۰			۱
ضعف جایگاه مدیریت فناوری	۲۱			۲
فضای رقابتی		فقدان هماهنگی در زمینه پیش‌بینی‌ها	۲۲	۲
		عدم شفافیت و ناقص بودن راهبردهای اصلی	۲۳	۱
		مشکلات ذاتی پروژه‌ها	۲۴	۳
		رعایت مقررات دست‌وپاگیر	۲۵	۴
		سیستم انبارداری درست و به موقع	۲۶	۱
		صلاحیت داشتن	۲۷	۱
		پشتوانه قوی مالی و تجربی، توان فنی و آزادی در سرمایه‌گذاری	۲۸	۱
		شناسایی ملاک‌ها و معیارهای تقاضا کننده	۲۹	۱
		ورود بیمه‌های خارجی	۳۰	۱
		خصوصی‌سازی و آزاد سازی	۳۱	۱
		قابلیت یکپارچه‌سازی	۳۲	۱

تأثیر مؤلفه‌های انشورنگ بر استراتژی‌های بیمه‌ای

مفهوم	مولفه	شاخص	ردیف	وزن
		ارائه تجهیزات و امکانات زیرساختی	۳۳	۱
		استفاده از راهکارهای نوآورانه و فن‌آورانه‌ای	۳۴	۳
		ارائه الگوی مناسب کسب و کار	۳۵	۲
		آینده پژوهی و تحلیل لایه‌های علت‌ها	۳۶	۱
		رصد محیطی در لایه‌های جهان، کشور، رقبا و شرکت	۳۷	۱
		از طریق عوامل فروش و سامانه‌های مقایسه قیمت	۳۸	۱
		با شرکت در مناقصه‌های سازمانی	۳۹	۱
		استفاده از قدرت فناوری	۴۰	۴
		براساس واسطه‌ها، فروشندگان، کارگزاران و کارکنان	۴۱	۱
		براساس مشتری، رقبا و وضعیت رقابت	۴۲	۴
بازار شناسی		برنامه‌ریزی و امکان‌سنجی برای حضور در بازارهای جدید	۴۳	۱
		بازار شناسی از منظر زنجیره تامین	۴۴	۱
		شناخت و آگاهی از بازار	۴۵	۳
		محصولات استراتژیک	۴۶	۱
		هیات‌عامل شرکت‌ها و یا مدیرعامل	۴۷	۳
		ارزیابی عملکرد فروش قبلی	۴۸	۳
		تجارب گذشته مشتری	۴۹	۲
		امنیت تبادل اطلاعات	۵۰	۴
		کنترل دسترسی‌ها	۵۱	۱
		مدیریت ارتباطات و عملکرد	۵۲	۳
تبادل اطلاعات		نگهداری و پشتیبانی سیستم‌ها	۵۳	۲
		طراحی و پیاده‌سازی فرایندها	۵۴	۳
		اظهارنامه‌ها و سیستم‌های یکپارچه صدور بیمه‌نامه	۵۵	۲
		نرم‌فزارهای رایانه‌ای	۵۶	۳
		سازنده تبلیغات و تیزر	۵۷	۱
		شبکه‌های اجتماعی	۵۸	۴
		شیوه‌های سنتی	۵۹	۳
		اقتصاد مبتنی بر دانایی و دانش	۶۰	۱
		طراحی و ایجاد پایگاه دانش استاندارد	۶۱	۱
		طراحی مفهومی انبار داده‌های شرکت	۶۲	۱
دانش مشتری		امکان‌سنجی اطلاعات مکانی	۶۳	۱
		ساماندهی نظام آماری شرکت	۶۴	۱
		تدوین و اجرای برنامه‌های جدید	۶۵	۲
		انتقال دانش شرکت‌های خارجی موفق	۶۶	۱

مفهوم	مؤلفه	شاخص	ردیف	وزن
استراتژی‌های قیمت‌گذاری		تجربه دانشکده‌های بیمه	۶۷	۱
		اطلاع‌رسانی کتبی و یا آنلاین	۶۸	۲
		ارائه اطلاعات دقیق	۶۹	۳
		ارتباط مستقیم با مشتری	۷۰	۱
		شفافیت تجربیات مرتبط با مشتری	۷۱	۴
		قیمت‌گذاری دسته‌ای	۷۲	۱
		قیمت‌گذاری پایین و یا مجانی	۷۳	۱
		قیمت‌گذاری نام‌کره‌گیری	۷۴	۱
		قیمت‌گذاری توافقی	۷۵	۱
		قیمت‌گذاری منصفانه	۷۶	۲
مدیریت ریسک		رقابت کاذب در نرخ شکنی	۷۷	۱
		فرآیند آزادسازی تعرفه‌ها و نرخ‌گذاری بیمه‌ها	۷۸	۱
		براساس بازاریابی	۷۹	۱
		امکانات و روش‌های جدید ارائه خدمات	۸۰	۱
		قیمت‌گذاری تجربی بر اساس داده‌ها و تجربیات قبلی	۸۱	۱
		قیمت‌گذاری مبتنی بر قیمت رقیب	۸۲	۳
		قیمت‌ترجیحی در ازای چند محصول بیمه‌ای با هم	۸۳	۱
		حفظ ارزش مشتری	۸۴	۱
		تعهد متقابل	۸۵	۱
		نشست مشترک و ایجاد تعامل با مشتریان	۸۶	۲
تنوع و نوآوری		افزایش امید به زندگی و تغییرات در مراحل مختلف زندگی	۸۷	۱
		نوآوری برای مشتریان	۸۸	۱
		مدیریت پرداخت خسارت	۸۹	۲
		ارزیابی مخاطرات سرمایه‌گذاری	۹۰	۲
		کنترل پروتکل‌های ایمنی	۹۱	۱
		ارزیابی ریسک	۹۲	۴
		کم کردن هزینه‌ها	۹۳	۲
		تنوع محصولی و حاشیه سودی	۹۴	۱
		ارائه مستندات	۹۵	۱
		پاسخگویی در اسرع وقت	۹۶	۱
		مهندسی مجدد و نوسازی فرایندها قبل از تولید نرم‌افزار	۹۷	۳
		نوآوری در تجهیزات سخت‌افزاری	۹۸	۱
		طراحی شبکه فراگیر و پرسرعت	۹۹	۱
		پذیرفتن نوآوری در فناوری	۱۰۰	۱

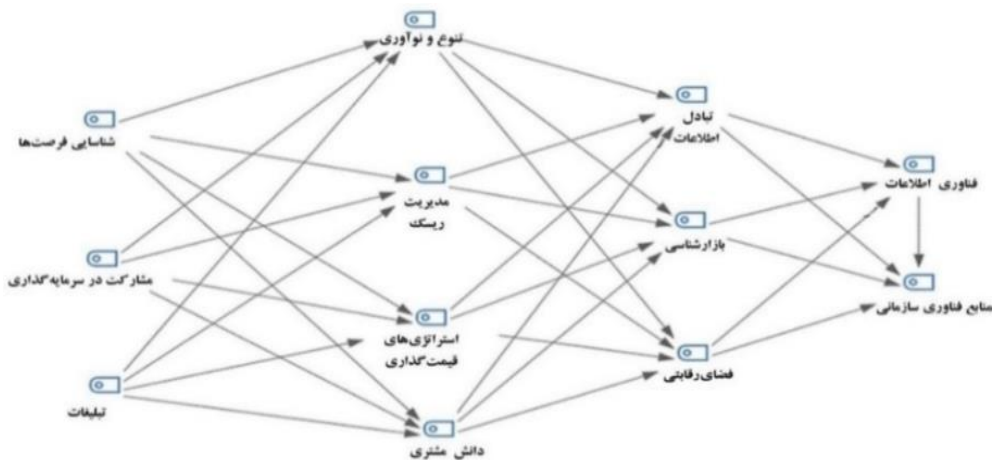
مفهوم	مؤلفه	شاخص	ردیف	وزن
تبلیغات		استارت‌آپ‌های جدید	۱۰۱	۴
		چشم‌انداز دیجیتالی روشن	۱۰۲	۱
		استفاده از نوآوری باز	۱۰۳	۲
		اجرای پروژه‌های فرهنگ سازی از جمله ترویج پست الکترونیکی	۱۰۴	۱
		استفاده از تبلیغات گوگل	۱۰۵	۴
		طراحی سایت و تولید محتوا	۱۰۶	۷
		تبلیغات رقابتی	۱۰۷	۱
		تبلیغات سنتی	۱۰۸	۱
		تبلیغات بر اساس درصدی از فروش	۱۰۹	۱
		مشارکت در سرمایه‌گذاری		حمایت سرمایه‌گذار
جستجو و کنکاش هوشمندانه شرایط و محیط	۱۱۱			۱
استفاده از اینشورتک در سرمایه‌گذاری	۱۱۲			۳
تعامل با مجریان اصلی فرایندهای کسب و کار	۱۱۳			۱
آموزش تحلیل صورت‌های مالی به شبکه فروش	۱۱۴			۱
مشارکت در پروژه‌های سود زا	۱۱۵			۲
تحمل ریسک در مشارکت	۱۱۶			۱
روشهای سنتی سرمایه‌گذاری	۱۱۷			۲
بلوغ نسبی صنعت و افزایش تعداد فعال سرمایه‌گذاران	۱۱۸			۲
مدیریت استراتژیک در برابر رقابت بازار	۱۱۹			۱
شناسایی فرصت‌ها		تمایل به کیفیت خدمات	۱۲۰	۲
		بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی	۱۲۱	۱
		سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی راهبری	۱۲۲	۳
		علم داده برای مراقبت‌های بهداشتی پیشگیرانه	۱۲۳	۱
		پرداخت بیمه تقاضا	۱۲۴	۱
		از طریق حمایت از اشخاص و خانواده‌ها	۱۲۵	۱
		از طریق فناوری تلفن همراه هوشمند	۱۲۶	۴
		ارائه خدمات تخصصی شده به مشتری	۱۲۷	۱
		نوآوری باز	۱۲۸	۲
		شناسایی از طریق شرکت در کنفرانس‌ها و سمینارها	۱۲۹	۱
		شناسایی فرصت‌ها از طریق مذاکره	۱۳۰	۱
		مراجعه اولیه استارت‌آپ یا به یکی از بخش‌های ستاد	۱۳۱	۱

در مرحله کدگذاری محوری، وجه اشتراک مفاهیم مشخص شده و دسته‌بندی صورت گرفته و در نتیجه مقوله و مؤلفه ایجاد می‌گردد. در این مرحله ۱۲ مؤلفه طبق جدول شماره ۲ شناسایی و تایید شدند.

جدول ۲. مولفه‌های شناسایی شده در کدگذاری محوری.

ردیف	مولفه‌ها
۱	شناسایی فرصت‌های موجود
۲	بازارشناسی
۳	فضای رقابتی
۴	تبادل اطلاعات
۵	تنوع و نوآوری
۶	دانش مشتری
۷	مدیریت ریسک
۸	استراتژی‌های قیمت‌گذاری
۹	مشارکت در سرمایه‌گذاری
۱۰	تبلیغات
۱۱	فناوری اطلاعات
۱۲	منابع فناوری سازمانی

از آنجایی که پژوهش حاضر، پژوهشی کیفی می‌باشد، لذا دارای منطق استقرایی (جزء به کل) بوده و به همین دلیل از شواهد به سمت تبیین پیش‌رفته و گام به گام در هر مرحله به مفاهیمی کلی‌تر دست پیدا می‌کنند. در مرحله کدگذاری گزینشی، روابط میان مفهوم، ابعاد و مؤلفه‌های به‌دست آمده است، که در الگو شماره ۱ خروجی نرم‌افزار نشان داده شده است.



پس از تدوین الگوی مفهومی پژوهش بر مبنای مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختاریافته، الگوی طراحی شده با روش دلفی آزمایش شد. فرآیند دلفی در ۳ دور و با مشارکت ۱۵ نفر از خبرگانی که دارای سابقه اجرایی یا مدیریتی و دانش و آگاهی کافی در این حوزه برخوردار بودند انجام گردید.

جدول ۳. جمع‌بندی ادوار سه گانه تحقیق دلفی.

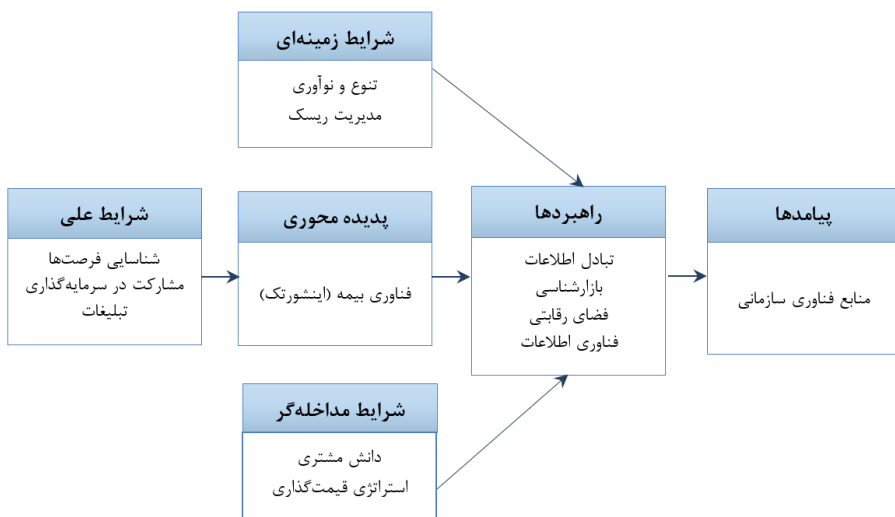
مفهوم	مؤلفه	شاخص	ردیف	فراوانی
منابع فناوری سازمانی		استفاده بهینه از فناوری‌های به روز دنیا	۱	۱۵
		خطوط کسب‌وکار جدید	۲	۱۳
		فرآیندهای پشتیبانی زنجیره ارزش سازمان	۳	۱۱
		برنامه‌های نرم‌افزاری	۴	۱۱
		سخت‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی	۵	۱۲
		روش‌ها و نظام‌های مدیریت	۶	۱۱
فناوری اطلاعات		مهاجرت خبرگان فناوری اطلاعات به و کارهای دیگر	۷	۱۵
		موانع حقوقی، قانونی، فنی و نهادی	۸	۱۵
		حجم زیاد کسب‌وکار بیمه مبتنی بر مدل سنتی	۹	۱۴
		ضعف جایگاه مدیریت فناوری	۱۰	۱۳
		فقدان هماهنگی در زمینه پیش‌بینی‌ها	۱۱	۱۱
		مشکلات ذاتی پروژه‌ها	۱۲	۱۲
		رعایت مقررات دست‌وپاگیر	۱۳	۱۵
		پشتوانه قوی مالی و تجربی، توان فنی و آزادی در سرمایه‌گذاری	۱۴	۱۲
		شناسایی ملاک‌ها و معیارهای تقاضا کننده	۱۵	۱۲
		خصوصی‌سازی و آزادسازی	۱۶	۱۳
فضای رقابتی		استفاده از راهکارهای نوآورانه و فن‌آورانه‌ای	۱۷	۱۵
		ارائه الگوی مناسب کسب و کار	۱۸	۱۴
		آینده‌پژوهی و تحلیل لایه‌های علت‌ها	۱۹	۱۴
		استفاده از قدرت فناوری	۲۰	۱۵
		بر اساس مشتری، رقبا و وضعیت رقابت	۲۱	۱۵
		شناخت و آگاهی از بازار	۲۲	۱۵
بازار شناسی		هیات عامل شرکتها و یا مدیرعامل	۲۳	۱۲
		ارزیابی عملکرد فروش قبلی	۲۴	۱۴
		تجارب گذشته مشتری	۲۵	۱۵
		امنیت تبادل اطلاعات	۲۶	۱۵
تبادل اطلاعات		مدیریت ارتباطات و عملکرد	۲۷	۱۴
		نگهداری و پشتیبانی سیستم‌ها	۲۸	۱۲
		طراحی و پیاده‌سازی فرایندها	۲۹	۱۲
		اظهارنامه‌ها و سیستم‌های یکپارچه صدور بیمه نامه	۳۰	۱۱
		نرم‌فزارهای رایانه‌ای	۳۱	۱۲

تأثیر مولفه‌های اینشورتک بر استارت‌آپ‌های بیمه‌ای

مفهوم	مؤلفه	شاخص	ردیف	فراوانی
دانش مشتری		شبکه‌های اجتماعی	۳۲	۱۳
		شیوه‌های سنتی	۳۳	۱۲
		طراحی و ایجاد پایگاه دانش استاندارد	۳۴	۱۰
		تدوین و اجرای برنامه‌های جدید	۳۵	۱۴
		اطلاع‌رسانی کتبی و یا آنلاین	۳۶	۱۵
		ارائه اطلاعات دقیق	۳۷	۱۵
		ارتباط مستقیم با مشتری	۳۸	۱۵
		شفافیت تجربیات مرتبط با مشتری	۳۹	۱۵
		قیمت‌گذاری دسته‌ای	۴۰	۱۰
		قیمت‌گذاری توافقی	۴۱	۱۰
استراتژی‌های قیمت‌گذاری		قیمت‌گذاری منصفانه	۴۲	۱۵
		فرآیند آزادسازی تعرفه‌ها و نرخ‌گذاری بیمه‌ها	۴۳	۱۰
		قیمت‌گذاری تجربی بر اساس داده‌ها و تجربیات قبلی	۴۴	۱۰
		قیمت‌گذاری مبتنی بر قیمت رقیب	۴۵	۱۵
		قیمت ترجیحی در ازای چند محصول بیمه‌ای با هم	۴۶	۱۳
		حفظ ارزش مشتری	۴۷	۱۵
		تعهد متقابل	۴۸	۱۵
		نشست مشترک و ایجاد تعامل با مشتریان	۴۹	۱۵
		مدیریت پرداخت خسارت	۵۰	۱۵
		ارزیابی مخاطرات سرمایه‌گذاری	۵۱	۱۴
مدیریت ریسک		ارزیابی ریسک	۵۲	۱۳
		کم کردن هزینه‌ها	۵۳	۱۴
		مهندسی مجدد و نوسازی فرایندها قبل از تولید نرم‌فزار	۵۴	۱۲
		نوآوری در تجهیزات سخت افزاری	۵۵	۱۵
		طراحی شبکه فراگیر و پرسرعت	۵۶	۱۳
		پذیرفتن نوآوری در فناوری	۵۷	۱۵
		استارت‌آپ‌های جدید	۵۸	۱۵
		چشم‌انداز دیجیتالی روشن	۵۹	۱۲
		استفاده از نوآوری باز	۶۰	۱۵
		اجرای پروژه‌های فرهنگ سازی از جمله ترویج پست الکترونیکی	۶۱	۱۴
تبلیغات		استفاده از تبلیغات گوگل	۶۲	۱۳
		طراحی سایت و تولید محتوا	۶۳	۱۳
		تبلیغات رقابتی	۶۴	۱۴
		تبلیغات براساس درصدی از فروش	۶۵	۱۰

مفهوم	مولفه	شاخص	ردیف	فراوانی
مشارکت در سرمایه‌گذاری		حمایت سرمایه‌گذار	۶۶	۱۴
		استفاده از اینشورتک در سرمایه‌گذاری	۶۷	۱۴
		مشارکت در پروژه‌های سودزا	۶۸	۱۴
		تحمل ریسک در مشارکت	۶۹	۱۰
		روش‌های سنتی سرمایه‌گذاری	۷۰	۱۱
		بلوغ نسبی صنعت و افزایش تعداد فعال سرمایه‌گذاران	۷۱	۱۱
شناسایی فرصت‌ها		تمایل به کیفیت خدمات	۷۲	۱۵
		بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی	۷۳	۱۲
		سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی راهبری	۷۴	۱۲
		از طریق حمایت از اشخاص و خانواده‌ها	۷۵	۱۴
		از طریق فناوری تلفن همراه هوشمند	۷۶	۱۳
		ارائه خدمات تخصصی شده به مشتری	۷۷	۱۵
		نوآوری باز	۷۸	۱۴
		شناسایی از طریق شرکت در سمینارها و مذاکره	۷۹	۱۳

در پژوهش حاضر، ۱۲ مولفه و ۷۹ شاخص شناسایی و مورد تایید خبرگان قرار گرفت. در جدول شماره ۳ در ستون فراوانی یا تایید خبرگی شاخص‌ها ارائه شده است. در تحقیق حاضر با توجه به روابط ارائه شده در کدگذاری گزینشی به نظر می‌رسد، مولفه‌های شناسایی فرصت‌ها و مشارکت در سرمایه‌گذاری و تبلیغات بر تنوع و نوآوری و مدیریت ریسک و استراتژی‌های قیمت‌گذاری و دانش مشتری تاثیر خواهد داشت و از این طریق بر تبادل اطلاعات و بازارشناسی و فضای رقابتی تاثیرگذار می‌باشند. نتایج همچنان نشان می‌دهد، مولفه‌های تبادل اطلاعات و بازارشناسی و فضای رقابتی بر فناوری‌سازمانی و فناوری اطلاعات تاثیرگذار است.



الگو شماره ۲. الگو نظریه پردازی داده بنیاد.

در خصوص شاخص‌های به دست آمده در پژوهش حاضر با توجه به وزن به دست آمده در مراحل کدگذاری، شاخص‌های خطوط کسب‌وکار جدید، رعایت مقررات دست و پاگیر، استفاده از قدرت فناوری، بازارشناسی بر اساس مشتری، رقبا و وضعیت رقابت، امنیت تبادل اطلاعات، شبکه‌های اجتماعی، شفافیت تجربیات مرتبط با مشتری، ارزیابی ریسک، طراحی سایت و تولید محتوا، شناسایی فرصت‌ها از طریق فناوری تلفن همراه هوشمند، توانستند بیشترین وزن را به خود اختصاص دهند.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش به دنبال شناسایی متغیرهای تاثیرگذار اینشورتک بر استارت‌آپ‌های فعال در صنعت بیمه با رویکرد تئوری داده‌بنیاد است. در نهایت ۵ بعد اصلی از این رویکرد شامل شرایط علی، زمینه‌ای، راهبردی، مداخله‌گر و پیامدها در الگو شماره ۲ نشان داده شده است. در پژوهش حاضر، ۱۲ متغیر و ۷۹ شاخص شناسایی و مورد تایید مشارکت‌کنندگان قرار گرفت. در پژوهش حاضر متغیرهای شناسایی فرصت‌ها، مشارکت در سرمایه‌گذاری و تبلیغات به عنوان عوامل علی محسوب می‌شوند. متغیرهای تنوع و نوآوری و همچنین مدیریت ریسک به عنوان شرایط زمینه‌ای در این پژوهش شناسایی شده‌اند. به طور کلی شرایط زمینه‌ای نشان‌دهنده سلسله خصوصیات ویژه‌ای است که این سلسله خصوصیات یا شرایط خاص معمولاً راهبردهای کلی را تحت تاثیر قرار می‌دهند، یا به عبارتی محل حوادث با وقایع مرتبط با پدیده اصلی است.

دانش مشتری و استراتژی قیمت‌گذاری به عنوان شرایط مداخله‌گر در این پژوهش محسوب می‌شوند. ماهیت این شرایط به گونه‌ای است که، نحوه پاسخگویی و واکنش به آن‌ها بسته به موقعیت و وضعیت صورت می‌پذیرد. این عوامل بیشترین تاثیر را بر راهبردها داشته و ماهیت آن به گونه‌ای است که در طول زمان دچار تغییر می‌شوند. متغیرهای تبادل اطلاعات، بازارشناسی، فضای رقابتی و فناوری اطلاعات در پژوهش حاضر به عنوان راهبردها محسوب می‌شوند. عوامل راهبردی عنصری بسیار مهم و اساسی در بحث فناوری بیمه و یا همان اینشورتک‌ها می‌باشند. در نهایت از دیگر نتایج، پیامد پدیده اصلی است. پیامدها در واقع کنش و واکنش‌هایی هستند که برای اداره یا کنترل کردن پدیده اصلی به وقوع می‌پیوندند. پیامد حاصل در پژوهش حاضر، متغیر منابع فناوری سازمانی می‌باشد. جهت اطمینان از روایی و پایایی پژوهش، یافته‌ها به تایید مشارکت‌کنندگان رسید. با جمع‌بندی نظرات مشارکت‌کنندگان می‌توان این تعریف را از اینشورتک و استارت‌آپ بیمه ارائه نمود. اینشورتک به معنی استفاده از فناوری‌ها و تکنولوژی‌های به روز دنیا در فرآیندهای بیمه اعم از بخش صدور بیمه‌نامه، پرداخت خسارت و... با هدف افزایش میزان رضایتمندی بیشتر در بین مشتریان و بیمه‌گذاران می‌باشد. این تعریف با نظرات (پوشمن، ۲۰۱۷)^۱ و (استوکلی و همکاران، ۲۰۱۸) مشابهت دارد.

استارت‌آپ‌های بیمه کسب و کارهای نوپایی هستند که، شرایطی را برای مشتریان فراهم می‌کنند که از طریق آن بتوانند بصورت آنلاین بیمه را خریداری کنند، قیمت‌ها را مقایسه کنند، از طریق خرید آنلاین از تخفیف‌های شرکت‌های بیمه در خصوص محصولات بیمه‌ای استفاده کنند و... از سویی دیگر استارت‌آپ‌ها در آینده‌ای نه چندان دور تبدیل به بزرگترین کانال توزیع خدمات بیمه و تهدیدی جدی برای نمایندگان و کارگزاران بیمه امروز خواهند بود. این تعریف با نظرات (بلنک و دورف، ۲۰۲۰)^۲ مشابهت دارد.

^۱ Puschmann

^۲ Blank & Dorf

مقایسه نتایج تحقیق با تحقیقات انجام شده پیشین در خصوص متغیرهای شناسایی شده در پژوهش و توجه به این موضوع که کدامیک از تحقیقات پیشین با نتایج پژوهش فوق همراستا و همخوانی داشته‌اند به شرح ذیل ارائه شده است. **(ضرابیه و همکاران، ۲۰۱۸)**؛ در پژوهشی نشان دادند، روندهای تکنولوژیک و بازاری شناسی موجود صنعت بیمه، قطعاً نویدبخش تغییرات عمده‌ای در شخصی‌سازی خدمات بیمه، قیمت تمام‌شده آن‌ها و همچنین طراحی خدمات بیمه‌ای جدید می‌باشد. این پژوهش از نظر مولفه بازاری شناسی با تحقیق حاضر همراستا بوده و همخوانی دارد. **(منصوری، ۲۰۱۸)**؛ در پژوهشی نشان داد، در حالی که بیمه‌گران اهمیت روندهای مرتبط با اینشورتک را تشخیص می‌دهند، بر روندهایی که بیش‌تر پذیرفته شده باشد تمرکز دارند و هنوز واکنش چندانی به دیگر موج‌های نوظهور نوآوری نشان نمی‌دهند. اگرچه اینشورتک در حال حاضر در مراحل اولیه رشد است، مدل‌های کسب و کار نوآورانه جدیدی درون صنعت بیمه پدید آمده است. بیمه‌گران، گذشته از رویکرد استراتژیکی که پیش می‌گیرند، فین‌تک را نادیده نمی‌گیرند. این پژوهش از نظر مولفه‌های نوآوری، فناوری و رویکرد استراتژیکی با تحقیق حاضر همراستا بوده و همخوانی دارد. **(کاردگر و بهشتی، ۲۰۱۷)**؛ در پژوهشی نشان دادند، میزان سرمایه‌گذاری در اینشورتک‌ها در چند سال اخیر رشدی فزاینده را تجربه نموده است. این پژوهش از نظر مولفه مدیریت ریسک با تحقیق حاضر همراستا بوده و همخوانی دارد. **(چناری و همکاران، ۲۰۲۱)**؛ در پژوهشی نشان دادند، اینشورتک به‌عنوان مزیت رقابتی، به استفاده از راهکارهای نوآورانه و فن‌آورانه‌ای اشاره دارد که برای ایجاد بهره‌وری و صرفه‌جویی بیشتر در صنعت بیمه طراحی شده‌اند. این پژوهش از نظر مولفه‌های فناوری اطلاعات، نوآوری و مدیریت ریسک با تحقیق حاضر همراستا بوده و همخوانی دارد.

صنعت بیمه، با به‌کارگیری فناوری‌های نوین از قبیل هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی، کلان داده‌ها و اینترنت اشیا می‌تواند در ارائه خدمات و محصولات کارا، سودآوری بیشتر و رضایت‌مندی ذی‌نفعان گام‌های درستی را بردارد و طبیعتاً با بهبود شرایط و امکانات تحلیلی، تصمیم‌گیری و خدماتی، بهره‌وری فرآیندها و رضایت مشتریان نیز افزایش می‌یابد. با توجه به مولفه‌های شناسایی شده در پژوهش حاضر و در راستای توسعه روند نوآوری و تسهیل استفاده از ابزارهای فناورانه در صنعت بیمه، راهکارهای کاربردی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- **منابع فناوری سازمانی:** ۱. ارتقاء سطح توانایی مهارتی و دانش پرسنل از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی با روش‌های نوین؛ ۲. بکارگیری روش‌های کسب و کار جدید مرتبط با فناوری بیمه؛ ۳. برطرف نمودن موانع حقوقی، قانونی، فنی و نهادی فناوری‌های سازمانی، به فرآیندهای ارتقا پستی‌بانی زنجیره ارزش سازمان.
- **فناوری اطلاعات:** ۱. استفاده بهینه از فناوری‌های روز اینشورتک در دنیا و بکارگیری الزامات مرتبط با امنیت داده‌ها بیمه‌گذاران؛ ۲. برطرف نمودن موانع حقوقی، قانونی و حذف قوانین و مقررات دست‌وپاگیر برای استارت‌آپ‌های بیمه‌ای از سوی نهاد ناظر در بیمه (بیمه مرکزی ج.ا.ا)؛ ۳. برگزاری همایش‌ها و پروژه‌های تحقیقاتی مشترک با محوریت فناوری روز دنیا (مانند فین‌تک، بلاکچین، اینترنت اشیا و...).
- **فضای رقابتی:** ۱. توجه به امر خصوصی‌سازی و آزادسازی و ایجاد صلاحیت در ورود بیمه‌های و استارت‌آپ‌های خارجی؛ ۲. بکارگیری راهکارهای نوآورانه و ارائه الگوی مناسب کسب و کار مرتبط با فناوری بیمه؛ ۳. توجه به مقوله آینده‌پژوهی و تحلیل لایه‌ای علت‌ها، با رصد رقبا از طریق عوامل فروش.
- **بازارشناسی:** ۱. براساس واسطه‌ها، فروشندگان، کارگزاران و کارکنان، برای حضور در بازارهای جدید؛ ۲. بازارشناسی از منظر زنجیره تامین، به شناخت و آگاهی از بازار؛ ۳. ارائه محصولات نوآورانه و استراتژیکی در صنعت بیمه، به نیازهای مشتری و به طبع آن طراحی محصول با توجه به نیاز بیمه‌گذار.
- **تبادل اطلاعات:** ۱. انجام اقدامات لازم در خصوص چگونگی کنترل دسترسی‌ها، برقراری امنیت تبادل اطلاعات از طریق مدیریت ارتباطات؛ ۲. نگهداری و پشتیبانی سیستم‌های اطلاعاتی؛ ۳. طراحی و پیاده‌سازی فرایندها و ارائه اظهارنامه‌ها و سیستم‌های یکپارچه صدور بیمه‌نامه و با استفاده از نرم‌افزارهای رایانه‌ای.

- **دانش مشتری:** ۱. طراحی و ایجاد پایگاه دانش استاندارد، با توجه به خواسته‌های مشتریان بیمه؛ ۲. طراحی مفهومی انبار داده‌های شرکت و امکان‌سنجی اطلاعات مکانی؛ ۳. انتقال تجربه و دانش شرکت‌های خارجی موفق در عرصه اینشورتک و ارتباط مستقیم با مشتری به شناخت نیازهای بیمه‌ای جامعه.
 - **استراتژی قیمت‌گذاری:** ۱. قیمت‌گذاری منصفانه و فرآیند آزادسازی تعرفه‌ها و نرخ گذاری بیمه‌ها؛ ۲. قیمت‌گذاری مبتنی بر قیمت رقیب، قیمت ترجیحی در ازای چند محصول بیمه‌ای با هم؛ ۳. استفاده از استراتژی‌های متنوع مانند قیمت‌گذاری پایین و یا مجانی و با رقابت کاذب در نرخ شکنی.
 - **مدیریت ریسک:** ۱. از طریق حفظ ارزش مشتری و تعهد متقابل و ایجاد تعامل اثربخش با مشتریان؛ ۲. مدیریت پرداخت خسارات بیمه‌ای و ارزیابی مخاطرات سرمایه‌گذاری، ارزیابی صحیح ریسک و کاهش هزینه‌ها عملیاتی؛ ۳. کنترل پروتکل‌های ایمنی، ارائه تنوع محصولی و حاشیه سود، به مدیریت ریسک.
 - **تنوع و نوآوری:** ۱. استفاده از فناوری جدید و اپلیکیشن‌های موجود و مرتبط با ارائه خدمات بیمه‌ای؛ ۲. رصد هوشمندانه شرایط و تغییرات محیطی و پاسخگویی به نیازهای جدید مربوط به صنعت بیمه؛ ۳. بکارگیری فناوری‌های جدید و نوآورانه به توسعه سیستم‌عامل‌های دیجیتال جدید در صنعت بیمه.
 - **تبلیغات:** ۱. ایجاد ساختار ارزشی و توانایی‌های کلیدی جهت تبلیغات؛ ۲. استفاده از پیشرفت‌های مرتبط با اپلیکیشن‌ها و شبکه‌های اجتماعی جهت تبلیغات؛ ۳. بکارگیری سیستم‌های پیام کوتاه در جهت اطلاع‌رسانی به مشتریان در خصوص امور بیمه‌ای.
 - **مشارکت در سرمایه‌گذاری:** ۱. کنکاش هوشمندانه محیط پیرامون و شناسایی بسترهای سرمایه‌گذاری مناسب در عرصه فناوری‌های بیمه؛ ۲. تعامل با مجریان اصلی فرایندهای مرتبط با کسب و کارهای بیمه‌ای؛ ۳. آموزش تحلیل صورت‌های مالی و تعامل با شبکه فروش و مشارکت در پروژه‌های سودزا.
 - **شناسایی فرصت‌ها:** ۱. استفاده از علم داده برای مراقبت‌های پیشگیرانه، به ارتقاء کیفیت خدمات و بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی؛ ۲. ارائه بیمه تقاضا و استفاده از نوآوری باز به عنوان یک فرصت و ضرورت؛ ۳. شناسایی فرصت‌های موجود از طریق شرکت در کنفرانس‌ها و سمینارها (ملی و بین‌المللی).
در پایان، موارد زیر جهت انجام تحقیقات آتی، پیشنهاد می‌شود:
- ۱- مقایسه مدل فناوری بیمه با سایر مدل‌های فناوری در سایر صنایع مشابه؛
 - ۲- شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر فناوری سازمانی استارت‌آپ‌ها در صنعت بیمه؛
 - ۳- شناسایی و اولویت‌بندی مولفه‌های موجود در بازارگرایی استارت‌آپ‌ها در صنعت بیمه؛
 - ۴- ارائه و تدوین مدل فناوری اطلاعات با رویکرد نوآوری سازمانی استارت‌آپ‌ها در صنعت بیمه.

References

- Alipour Ganji, A., Shirazi, B., & Mahdavi, I. (2022, July 21). *Investigating the importance of utilizing InsurTech in the insurance structure of organizations (Case study: Education)* [Conference session]. Third National Conference on Management and Electronic Commerce, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/1518150/>
- Bakhshi, S., Jamshidi, M. J., & Rezaee, B. (2022). Investigating the Impact of Information Technology, Organizational Capabilities and Personal Skills on Discovering Emerging E-business Opportunities. *Quarterly Scientific Journal of National University of Skills*, 19(2), 335-353. <https://doi.org/10.48301/kssa.2021.281810.1485>
- Bayat, A., & Taheri Ghods, F. (2023, February 9). *Third-party insurance claims payment process based on insurance technology (Insurtech) with a customer-centric approach* [Conference

- session]. The 7th International Conference on Jurisprudence and Law, Advocacy and Social Sciences, Hamedan, Iran. <https://civilica.com/doc/1684856/>
- Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company*. Wiley. <https://books.google.com/books?id=eSrfDwAAQBAJ>
- Cappiello, A. (2018). Digital Disruption and InsurTech Start-ups: Risks and Challenges. In A. Cappiello (Ed.), *Technology and the Insurance Industry: Re-configuring the Competitive Landscape* (pp. 29-50). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-74712-5_3
- Chenari, V., Nazarzadeh Danak, M., & Meheravaran, E. (2021, May 5). *The role of accelerators and start-ups in insurtech in the insurance industry* [Conference session]. The Second National Conference on New Management and Start-up Businesses, Fars, Shiraz, Iran. <https://civilica.com/doc/1246273/>
- Han, H., Shiwakoti, R. K., Jarvis, R., Mordi, C., & Botchie, D. (2023). Accounting and auditing with blockchain technology and artificial Intelligence: A literature review. *International Journal of Accounting Information Systems*, 48(3), 100598. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2022.100598>
- Huang, Z-X., Savita, K. S., Dan-yi, L., & Omar, A. H. (2022). The impact of business intelligence on the marketing with emphasis on cooperative learning: Case-study on the insurance companies. *Information Processing & Management*, 59(2), 102824. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102824>
- Huang, Z-X., Savita, K. S., & Zhong-jie, J. (2022). The Business Intelligence impact on the financial performance of start-ups. *Information Processing & Management*, 59(1), 102761. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102761>
- Kardgar, E., & Beheshti, A. (2017, December 4). *Insurtech and its role in risk management in the insurance industry* [Conference session]. 24th National Conference on Insurance and Development, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/825875/>
- Kelley, C., & Wang, K. (2021). *InsurTech: A guide for the actuarial community*. Society of Actuaries. <https://www.soa.org/49bb46/globalassets/assets/files/resources/research-report/2021/insurtech-guide-community.pdf>
- Lin, L., & Chen, C. (2020). The promise and perils of InsurTech. *Singapore Journal of Legal Studies*, 115-142. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3463533>
- Mansouri, F. (2018). Opportunities Await: How Will Insurtech Impact Insurance? *Electronic Magazine of the World of Insurance and Management Knowledge* (44 & 45), 26-29.
- Poorhadi Poshtiri, Z., Gholipour Soleimani, A., Delafrooz, N., & Shahroodi, K. (2023). Designing the Insurance Model for Knowledge-Based Startup Companies in FinTech with the Approach of Achieving the Second Paragraph of the Goals of the Resistive Economy. *Basij Strategic Studies*, 25(97.1), 97-124. https://bsrq.cuir.ac.ir/article_163698.html?lang=en
- Puschmann, T. (2017). Fintech. *Business & Information Systems Engineering*, 59(1), 69-76. <https://doi.org/10.1007/s12599-017-0464-6>
- Ramezanpour, E., & Roushani, M. (2023, May 13). *Exploring the role of financial technology and insurtech and the benefits of using them* [Conference session]. The 9th International Conference on Management Sciences and Accounting, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/1671632/>
- Stoeckli, E., Dremel, C., & Uebernickel, F. (2018). Exploring characteristics and transformational capabilities of InsurTech innovations to understand insurance value creation in a digital world. *Electronic Markets*, 28(3), 287-305. <https://doi.org/10.1007/s12525-018-0304-7>

- Teigland, R., Siri, S., Larsson, A., Puertas, A. M., & Bogusz, C. I. (2018). *The Rise and Development of FinTech: Accounts of Disruption from Sweden and Beyond*. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781351183628>
- VanderLinden, S. L., Millie, S. M., Anderson, N., & Chishti, S. (2018). *The insurtech book: The insurance technology handbook for investors, entrepreneurs and fintech visionaries*. John Wiley & Sons. <https://www.amazon.com/INSURTECH-Book-Technology-Entrepreneurs-Visionaries/dp/1119362210>
- Wang, Z., Li, M., Lu, J., & Cheng, X. (2022). Business Innovation based on artificial intelligence and Blockchain technology. *Information Processing & Management*, 59(1), 102759. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102759>
- Zarrabieh, A., Arasto, A., & Jahadi, A. (2018, December 3). *Insurance startups and transformation in the insurance industry* [Conference session]. 25th National Conference on Insurance and Development, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/825887/>