



تحول دیجیتال در صنعت بیمه

برگرفته از طرح پژوهشی
(بررسی فرصت‌ها و چالش‌های
دگردیسی دیجیتال صنعت بیمه کشور)

مجری طرح: دکتر علی شایان (عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس)

همکاران اصلی: دکتر طاهره صاحب، وحیده نورانی (راهنمای پژوهشی نوآوری پژوهشگاه بیمه)،

سیدمهدی فاطمی و سوگل جلالی

بخش اول

👉 در دنیای کنونی، تکامل فناوری یکی از قدرتمندترین عوامل تغییر است و با سرعت سرسام‌آور خود و تحولی که در پی آن می‌آفریند، نقطه شروع انقلابی جدید به نام انقلاب صنعتی چهارم می‌باشد که مشخصه اصلی آن، کمرنگ شدن مرزهای میان محیط‌های فیزیکی و دیجیتال در پی تلفیق فناوری‌های متفاوت است.

✓ ظهور فناوری اطلاعات و فناوری‌های دیجیتال، رشد فزاینده آن، پذیرش، سازگاری و نهایتاً استفاده از این فناوری‌ها، سرانجام باعث شکل‌گیری نوع جدیدی از تحول به نام تحول دیجیتال می‌شود.

✓ فناوری دیجیتال، مهم‌ترین نیروی محرک انقلاب صنعتی چهارم است. تقریباً تمام نوآوری‌ها و پیشرفت‌های حاصل از موج انقلاب صنعتی چهارم قدرت گرفته از فناوری دیجیتال است.

• از اساسی‌ترین مشکلات تحول دیجیتال، فهم نادرست از سه مفهوم **رقمی‌سازی، دیجیتالی‌سازی و تحول دیجیتال** در فضای کسب‌وکار است.

۱. رقمی‌سازی: تحول فناورانه اطلاعات آنالوگ به قالب دیجیتال است که این تحول فناورانه و تبدیل آنالوگ به دیجیتال منجر به توسعه زیرساخت‌های دیجیتال می‌گردد.

۲. دیجیتالی‌سازی: یک وضعیت است که در سازمان یا جامعه غالب می‌شود و به توسعه دیجیتالی در سازمان و جامعه و همچنین استفاده از نوآوری‌های حاصل از فناوری اطلاعات و ارتباطات اشاره می‌کند. دیجیتالی‌سازی هم بر عناصر فنی و هم عناصر

اجتماعی سازمان و جامعه تأثیر می‌گذارد و آن‌ها را در برمی‌گیرد.

۳. تحول دیجیتال: یک فرایند است که مدام در حال تکامل یافتن است. در این فرآیند، قابلیت‌ها و فناوری‌های دیجیتال بر تمام ابعاد مدل‌های کسب‌وکار، فرایندهای عملیاتی و تجربه مشتری در سازمان اثر می‌گذارند و نهایتاً در سازمان، ارزشی قابل ملاحظه و ملموس خلق می‌شود.

نیروی محرکه تحول دیجیتال:

فناوری‌های دیجیتال، قابلیت‌های دیجیتال، استراتژی‌ها، مدل‌های کسب‌وکار و زنجیره ارزش

اثرات تحول دیجیتال:

ایجاد ارزش، کارایی عملیاتی، ایجاد مزیت رقابتی، بهبود و توسعه ارتباطات، بهبود تجربه مشتری و جلب مشارکت مشتاقانه

حوزه‌هایی که با تحول دیجیتال متحول می‌شوند:

مدل‌های کسب‌وکار، فرایندهای عملیاتی، تجربه مشتری، کارکنان، فرهنگ و زیرساخت‌ها



تهیه شده در روابط عمومی پژوهشکده بیمه

دسترسی به لینک‌های پرکاربرد پژوهشکده بیمه

<https://redl.ink/ircacir>

www.irc.ac.ir