

از مدل اینشورتک تا ایده‌پردازی و طراحی اپلیکیشن بیمه‌ای

سخنران: دکتر امیر بهرامی


بسم الله الرحمن الرحيم

تقدیم به ...

آنان که "اهل یافتن‌اند" و نه " بافتن " و آنان که متواضعانه

معترف‌اند "حقیقتی" را یافته‌اند، نه کل "حقیقت" را ...

مقدمه

- صنعت بیمه به عنوان یکی از **شاخص‌های اصلی توسعه یافتگی** به عنوان یکی از **نهادهای اصلی اقتصادی** مطرح بوده و از طرفی حامی دیگر نهادها نیز می‌باشد از این رو استفاده از تکنولوژی‌های روز دنیا در این صنعت می‌تواند، در **توسعه اقتصادی** تاثیرگذار باشد.

- مسأله اصلی که این روزها صنعت بیمه با آن مواجه است توجه به این مقوله است که، بیمه در ایران نسبت به سایر صنایع مالی که ماهیتاً به ارائه خدمت به مشتریان می‌پردازند، **رشد قابل قبول و مورد انتظار** را نداشته، یکی از مهمترین علل عدم رشد و توسعه کم صنعت بیمه **عدم به‌کارگیری از فناوری‌های به‌روز دنیا و عدم استفاده بهینه از این تکنولوژی‌ها** می‌باشد.

- از سویی دیگر امروزه، ورود فناوری جدید یکی از مهمترین **پایه‌های اساسی رشد و توسعه اقتصادی** جوامع محسوب می‌شود، اگر تا دیروز فناوری بازوی تسهیل‌گر سازوکارهای بیمه‌ای تلقی‌می‌شد و ابزاری برای سهولت در پردازش فرایندهای پیچیده بیمه‌گری بود، اما امروز به عنوان یک **برهم‌زننده** است که در دنیای بیمه نام جدیدی به خود گرفته است؛ **اینشورتک** و به موازات آن ورود **استارت‌آپ‌های بیمه‌ای**.

بیان مسأله

- به کارگیری **فناوری‌های نوین** در شرکت‌های بیمه و به طبع آن **در زنجیره ارزش بیمه** را می‌توان مسیری برای بلوغ و خلق ارزش شرکت‌های بیمه تفسیر نمود. تحول دیجیتال و استفاده از فناوری‌های به روز مانند اینشورتک و استارت آپ‌ها ارزش‌های مشهود و غیرمشهودی را در زنجیره ارزش خدمات بیمه با منافع ویژه‌ی در حوزه‌های کلیدی همچون **کاهش هزینه‌ها، ارتقاء تجربه مشتری، سرعت تجاری‌سازی و ارائه محصولات و خدمات جدید به مشتری، بهره‌وری فروش،کارایی در مدیریت خسارات کلیدی** ارائه می‌نماید.
- 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.
- پژوهش حاضر با توجه به خلاء و نبود مدل فناوری بیمه برای استارت‌آپ‌های بیمه، از طریق شناسایی شاخص‌ها و مولفه‌های مرتبط با فناوری بیمه، به دنبال پاسخ به سوال اصلی و رسیدن به هدف تحقیق که، **ارائه مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه** می‌باشد، می‌پردازد.

اهمیت و ضرورت

- **اهمیت نظری:**

بیمه به عنوان یکی از بازوهای اصلی بازارهای مالی هر اقتصادی محسوب می‌شود، پس به طبع نقش مهمی را در **توسعه و رشد اقتصادی** می‌تواند ایفا نماید. از این رو تغییر رویکرد نوآورانه در آن می‌تواند، آینده‌ی مطلوبی را برای اقتصاد آن جامعه فراهم سازد.

- **اهمیت توسعه‌ای:**

امروزه، **فناوری** یکی از مهمترین پایه‌های اساسی رشد و توسعه اقتصادی جوامع محسوب می‌شود، صنعت بیمه به عنوان یکی از **شاخص‌های اصلی توسعه یافتگی** به عنوان یکی از نهادهای اصلی اقتصادی مطرح بوده و از طرفی حامی دیگر نهادها نیز می‌باشد.

- **اهمیت کاربردی:**

اینشورتک، چهره صنعت بیمه را با با تکنولوژی‌های به روز تغییر داده و از سویی دیگر **استارت‌آپ‌ها** خدماتی متمایز را به مشتریان ارائه می‌نمایند. استفاده از اینشورتک‌ها **هزینه‌های بیمه‌گران را کاهش** و از سویی دیگر باعث **کاهش زمان فرآیندهای بیمه‌ای** می‌شود.ورود اینشورتک می‌تواند نقشی در **رشد ضریب نفوذ** بیمه که یکی از شاخص‌های رفاه اجتماعی و نشان‌دهنده رشد ، پیشرفت و بالندگی بیمه در یک کشور است، داشته باشد.

نوآوری

- **از نظر موضوع:**

با بررسی پایگاه‌های علمی و پژوهشی کشور مانند **پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایران‌داک)، پایگاه ثبت پایان نامه دانشگاه آزاد(سیکا)** و موتورهای جستجو طبق مستندات ارائه شده در هنگام انتخاب موضوع مطالعه‌ای با این عنوان وجود نداشته است.

- **از نظر هدف:**

با بررسی پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی انجام شده مرتبط با فناوری‌های بیمه مشخص گردید که، پژوهش‌های انجام شده منجر به ارائه و شکل‌گیری یک مدل فناوری بیمه جهت استفاده در استارت‌آپ‌های بیمه نبوده است. از این رو پژوهش حاضر به **هدف شناسایی مولفه‌ها، شاخص‌ها و سنجه‌های مرتبط در جهت ارائه مدل فناوری بیمه برای استارت‌آپ‌ها درصنعت بیمه** بوده و همچنین **ارائه پرسشنامه کمی محقق ساخته** از دیگر نوآوری‌های پژوهش حاضر می‌باشد.

- **از نظر روش تحقیق:**

استفاده از **روش‌های استقرائی و اکتشافی** مزیت این پژوهش در مقایسهٔ با سایر پژوهش‌های انجام شده در حوزه های مرتبط مانند فناوری اطلاعات و فین‌تک‌ها آن است که الگوی مفهومی این پژوهش حاصل **نظرات خبرگان علمی و اجرایی صنعت بیمه و مبتنی بر عمل** است.

اهداف

- **هدف اصلی**

– **ارائه مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه.**

- **اهداف کاربردی**

– **شناسایی مؤلفه‌های** مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه.

– **شناسایی شاخص‌های** مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه.

–**رتبه‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های** مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه.

– **بررسی روابط بین مولفه‌های** مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه.

– **اجرا و بررسی وضع موجود و سطح عملکرد** مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه در صنعت بیمه.

– **اعتبارسنجی** مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه در صنعت بیمه.

سؤالات

- **سوال اصلی**

– **مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه** چگونه است؟

- **سوالات فرعی**

– **مؤلفه‌های** مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه کدامند؟

– **شاخص‌های** مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه کدامند؟

– **رتبه‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های** مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه چگونه است؟

– **روابط بین مولفه‌های** مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه چگونه است؟

– **اجرا و بررسی وضع موجود و سطح عملکرد** مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه در صنعت بیمه چگونه است؟

– **اعتبارسنجی** مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه در صنعت بیمه چگونه است؟

مبانی نظری

- **اینشورتک**

اینشورتک (فناوری‌های بیمه) که معادل عبارت Insurtech است، یعنی «**کاربرد نوآورانه فناوری برای ارائه خدمات بیمه**» و یکی از ۹ حوزه زیرمجموعه **فین تک** است؛ به طور کلی، اینشورتک به کاربرد نوآورانه تکنولوژی برای ارائه، توزیع و مدیریت خدمات بیمه‌ای گفته می‌شود. این صنعت با کمک ابزارهایی همچون **بزرگ داده‌ها، هوش مصنوعی و و اینترنت اشیاء** و ... به جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات مشتریان برای **ارائه خدمات بهتر بیمه‌ای متناسب با هر مشتری** به طور جداگانه است.

- **استارت‌آپ(کسب و کارهای نوپا)**

استارتاپ‌های فناوری بیمه به عنوان یکی از **مهمترین کانال‌های توزیع محصول و خدمات بیمه‌ای**، علاوه بر اینکه بدنبال جست و جوی **مدل‌های بهتر قیمت‌گذاری** هستند، قصد دارند به کمک ابزارهای اینشورتک با جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات مشتریان؛ خدمات بهتر بیمه‌ای متناسب با هر مشتری ارائه دهند.

سؤالات خبرگان

۱. صنعت بیمه با چه روشی به **شناسایی فرصت‌ها و نقاط قوت** در ارائه فناوری‌های بیمه می‌پردازد؟

۲. در صنعت بیمه **بازارشناسی** بر چه اساس انجام شده و بازار هدف بر چه اساسی تقسیم می‌گردد؟

۳. در صنعت بیمه چگونه و با چه روشی به شناسایی **مزیت رقابتی** و ایجاد فضای رقابتی می‌پردازد؟

٤. در صنعت بیمه چگونه و با چه معیارهایی **تبادل اطلاعات** صورت می‌پذیرد؟

۵. در صنعت بیمه **تنوع و نوآوری** در ارائه خدمات چگونه و با چه روشی انجام می‌شود؟

٦. در صنعت بیمه جهت افزایش عملکرد در راستای ارتقاء **دانش مشتری** چه اقداماتی لحاظ می‌نماید؟

۷. در صنعت بیمه جهت جلب اعتماد مشتریان در راستای **مدیریت ریسک** چه اقداماتی لحاظ می‌نماید؟

۸. در صنعت بیمه در چه سطحی از **منابع سازمانی** در زمینه ارائه فناوری استفاده می‌شود ؟

۹. صنعت بیمه به عنوان یک صنعت تخصصی مالی از چه **استراتژی‌های قیمت‌گذاری** استفاده می‌کند؟

۱۰. **مشارکت در سرمایه‌گذاری** با استفاده از فناوری توسط صنعت بیمه در چه سطحی انجام می‌شود؟

۱۱. در صنعت بیمه فرایند **تبلیغات**، با چه روش‌هایی انجام می‌شود؟

۱۲. فناوری اطلاعات در صنعت بیمه در حال حاضر چه **نقاط ضعف و تهدیدهایی** دارد؟

روش شناسی

روش‌تحقیق این پژوهش، از نوع تحلیل آمیخته(کیفی- کمی) می‌باشد.

- در **مرحله کیفی** با استفاده از **تحلیل محتوا و کدگذاری باز و محوری به شناسایی مولفه‌ها و شاخص‌ها پرداخته شده و در ادامه با کدگزاری گزینشی روابط میان مفهوم، ابعاد و مؤلفه‌های** مشخص شده است.
- در **مرحله کمی** با استفاده از **روش توصیفی- تحلیلی به شیوه تحلیل و مسیر و تحلیل‌عاملی تاییدی به توصیف مولفه‌های شناسایی شده** پرداخته شده است.
- **روایی و پایایی:**

روایی محتوایی و ظاهری پرسشنامه کیفی، توسط اساتید راهنما، خبرگان و مشاور بررسی و تایید شده و **روایی پرسشنامه کمی از طریق روایی همگرا و فورنل لاکر و پایایی آن با کمک آزمون آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی** سنجیده شده است.

روش کیفی

این تحقیق با رویکردی کیفی و **روش پژوهش داده بنیاد و تمرکز بر مصاحبه** انجام شده است، از این رو از نوع **پژوهش‌های اکتشافی** می‌باشد.

- **مشارکت‌کنندگان(جامعه آماری):**

جامعه مورد مطالعه در این پژوهش شامل ۱۵ نفر از، **مدیرانارشد و اجرایی و میانی استارتاپ‌های فعال در صنعت بیمه و همچنین مدیران عالی و کارشناسان ارشد واحدهای فناوری اطلاعات بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه** می‌باشند.

- **روش نمونه‌گیری:**

بارویکرد **هدفمند** و از روش گلوله‌برفی در شناسایی و انتخاب مطلعین کلیدی استفاده شده است.

روش کیفی

- **حجم نمونه:**

نمونه‌گیری تا رسیدن مقوله‌ها به **اشباع نظری** ادامه پیدا نمود. در این پژوهش از مصاحبه نفر ۱۵ام ، داده‌ها تکرار شد و مفهوم جدیدی شناسایی نشد، از این رو **کفایت نمونه‌گیری** محرز گردید.

- **روش گردآوری داده‌ها:**

گردآوری اطلاعات به سه روش **مصاحبه، روش کتابخانه‌ای و میدانی** انجام شده است. 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 مولفه‌ها شناسایی و تلخیص گردید در مرحله بعد با استفاده از **کدگذاری گزینشی،** روابط میان مفهوم، ابعاد و مؤلفه‌ها مشخص و **چارچوب نهایی مدل** مشخص گردید. پس از تدوین الگوی مفهومی پژوهش بر مبنای مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختاریافته، الگوی طراحی شده با **روش دلفی** آزمایش گردید.

روش کمی

روش تحقیق مرحله کمی این پژوهش **توصیفی- تحلیلی** بوده که به شیوه تحلیل و مسیر و تحلیل عاملی تاییدی به توصیف مدل در جامعه تحقیق و همچنین بررسی روابط بین مفاهیم و بررسی مؤلفه‌های ابعاد الگوی پیشنهادی پرداخته ایم.جهت این منظور **تکنیک‌های تحلیل عاملی تاییدی و تحلیل مسیر در مدل‌سازی معادلات ساختاری** استفاده شده است.

- **جامعه آماری:**

جامعه آماری شامل ۱۰۰ نفر **از مدیران و کارشناسان استارتاپ‌های فعال در صنعت بیمه و هم‌چنین مدیران واحدهای فناوری اطلاعات بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه** می‌باشد.

- **روش نمونه‌گیری:**

جهت انتخاب نمونه مناسب تحقیق از روش نمونه‌گیری **تصادفی خوشه‌ای** استفاده است.

- **حجم نمونه:**

حجم نمونه با استفاده از جدول **مورگان کرجسی ۸۰ نفر** در نظر گرفته شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها (کیفی)

- **مرحله اول: کد گزاری باز (اولیه)**

در مرحله کدگذاری باز، **شاخص‌های اولیه** استخراج گردید. مهم‌ترین هدف کدگذاری باز عبارت است از، خرد کردن و فهم متن و پیوند اجزا به دست آمده با یکدیگر و تدوین مقوله و منظم کردن آن‌ها. در این **مرحله ۱۳۱ شاخص اولیه** استخراج گردید.

- **مرحله دوم : کدگزاری محوری**

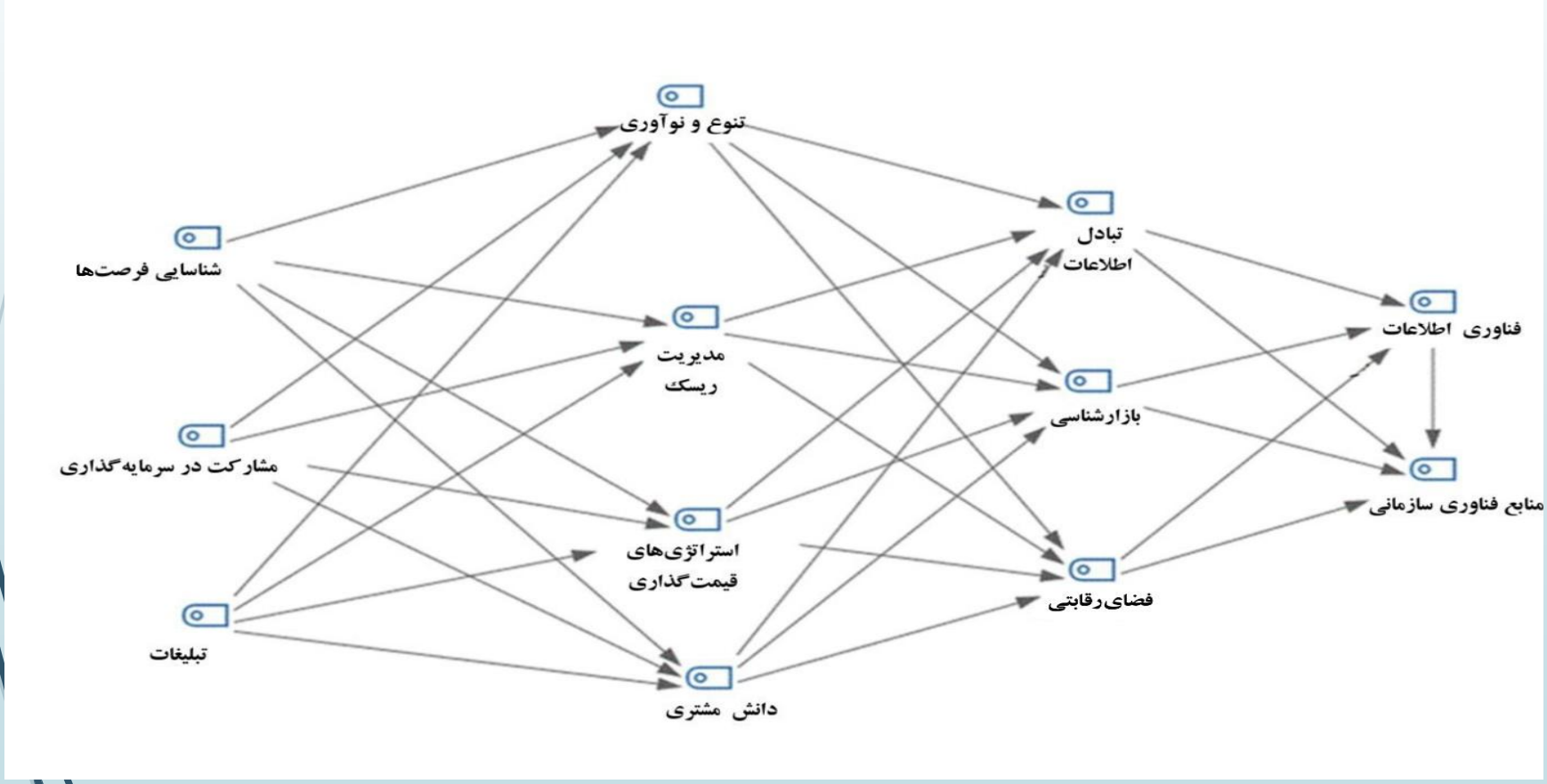
در این مرحله ۱۲ مولفه توسط خبرگان تایید و طبقه‌بندی گردید. این ابعاد و مولفه‌ها شامل: **۱. شناسایی فرصت‌های موجود۲. بازارشناسی ۳. فضای رقابتی٤. تبادل اطلاعات ٥. تنوع و نوآوری ٦. دانش مشتری ۷. مدیریت ریسک ۸. استراتژی قیمت‌گذاری ۹. مشارکت در سرمایه‌گذاری۱۰. تبلیغات ۱۱. فناوری اطلاعات ۱۲.منابع فناوری سازمانی** می‌باشد.

از آنجایی که پژوهش حاضر، پژوهشی کیفی است لذا دارای **منطق استقرایی (جزء به کل)** است و به همین دلیل از شواهد به سمت تبیین پیش‌رفته و گام به گام در هر مرحله به مفاهیمی کلی‌تر دست پیدا می‌کند (از شاخص به مؤلفه، از مؤلفه به بُعد و از بعد به مفهوم) در نهایت بعد از استخراج شاخص‌های به‌دست آمده ، با **روش دلفی، به اعتبارسنجی آنها توسط خبرگان** پرداخته شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها (کیفی)

- **مرحله سوم: کد گزاری گزینشی(انتخابی)**

در پایان برای نشان‌دادن **روابط میان مفهوم، ابعاد و مؤلفه‌های** به‌دست آمده، کدگذاری گزینشی انجام گردید.



تجزیه و تحلیل داده‌ها (کیفی). فرآیند و نتایج روش دلفی

مفهوم	مولفه (کدگذاری ثانویه)	شاخص (کدگذاری اولیه)	ردیف	وزن
مدل فناوری بیمه "اینشورتک" برای استارت‌آپ‌های بیمه	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	٤	۱۱
		سخت‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی	٥	۱۲
		روش‌ها و نظام‌های مدیریت	٦	۱۱
	فناوری اطلاعات	مهاجرت خبرگان فناوری اطلاعات به کسب و کارهای دیگر	۷	۱۵
		موانع حقوقی، قانونی، فنی و نهادی	۸	۱۵
		حجم زیاد کسب‌وکار بیمه مبتنی بر مدل سنتی	۹	۱٤
		ضعف جایگاه مدیریت فناوری	۱۰	۱۳
		فقدان هماهنگی در زمینه پیش‌بینی‌ها	۱۱	۱۱
		مشکلات ذاتی پروژه‌ها	۱۲	۱۲
		رعایت مقررات دست‌وپاگیر	۱۳	۱۵
	فضای رقابتی	پشتوانه قوی مالی و تجربی، توان فنی و آزادی در سرمایه‌گذاری	۱٤	۱۲
		شناسایی ملاک ها و معیارهای تقاضا کننده	۱٥	۱۲
		خصوصی‌سازی و آزاد سازی	۱٦	۱۳
		استفاده از راهکارهای نوآورانه و فناورانه	۱۷	۱٥
		ارائه الگوی مناسب کسب و کار	۱۸	۱٤
		آینده پژوهی و تحلیل لایه‌ای علت‌ها	۱۹	۱٤
	بازار شناسی	استفاده از قدرت فناوری	۲۰	۱٥
		بر اساس مشتری، رقبا و وضعیت رقابت	۲۱	۱٥
		شناخت و آگاهی از بازار	۲۲	۱٥
		هیات عامل شرکت‌ها و یا مدیرعامل	۲۳	۱۲
		ارزیابی عملکرد فروش قبلی	۲٤	۱٤
		تجارب گذشته مشتری	۲٥	۱٥

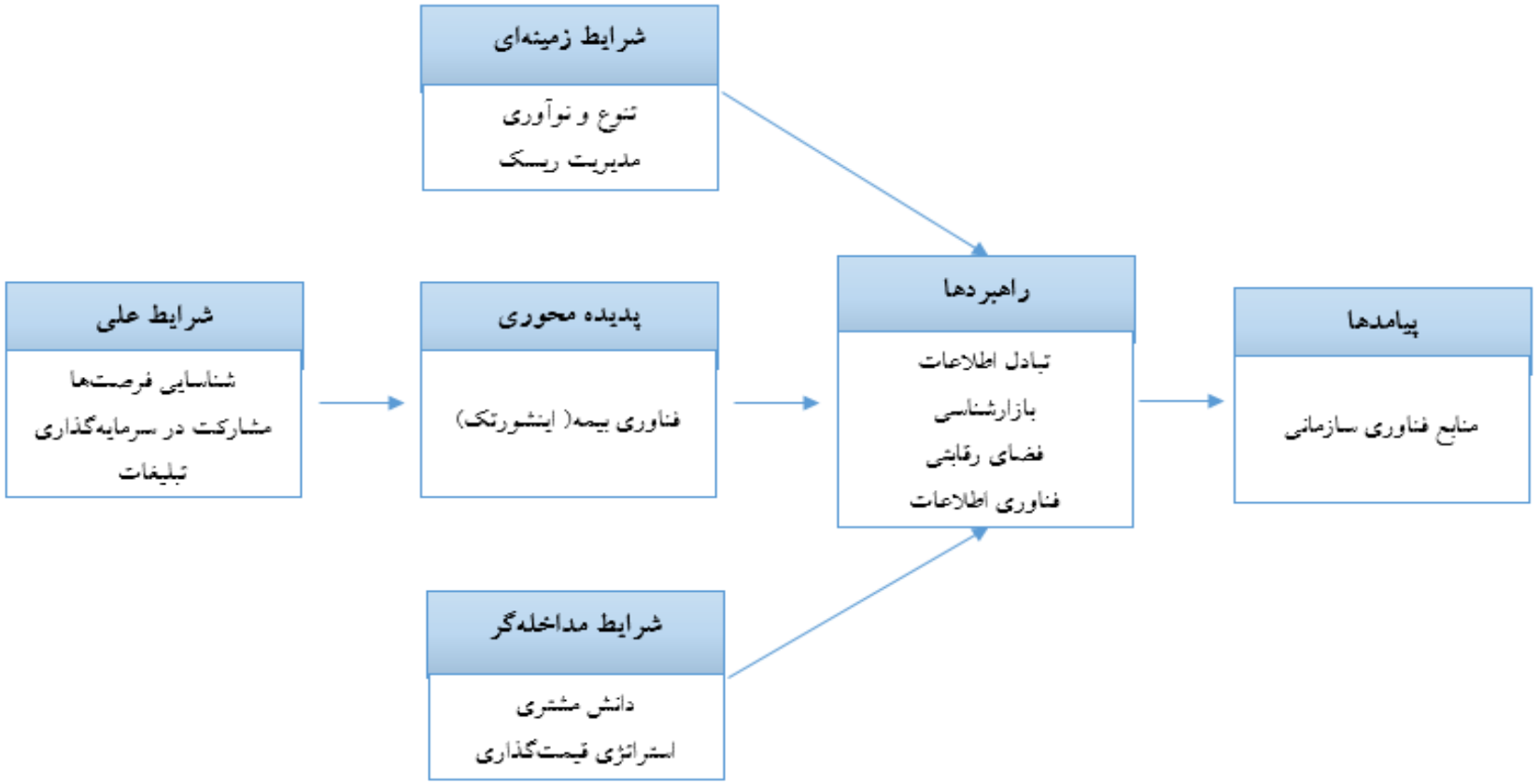
تجزیه و تحلیل داده‌ها (کیفی). فرآیند و نتایج روش دلفی

مدل فناوری بیمه "اینشورتک" برای استارت‌آپ‌های بیمه	تبادل اطلاعات	امنیت تبادل اطلاعات	۲۶	۱۵
		مدیریت ارتباطات و عملکرد	۲۷	۱۴
		نگهداری و پشتیبانی سیستم‌ها	۲۸	۱۲
		طراحی و پیاده‌سازی فرایندها	۲۹	۱۲
		اظهارنامه‌ها و سیستم های یکپارچه صدور بیمه نامه	۳۰	۱۱
		نرم‌فزارهای رایانه‌ای	۳۱	۱۲
		شبکه‌های اجتماعی	۳۲	۱۳
		شیوه‌های سنتی	۳۳	۱۲
	دانش مشتری	طراحی و ایجاد پایگاه دانش استاندارد	۳۴	۱۰
		تدوین و اجرای برنامه‌های جدید	۳۵	۱۴
		اطلاع رسانی کتبی و یا آنلاین	۳۶	۱۵
		ارائه اطلاعات دقیق	۳۷	۱۵
		ارتباط مستقیم با مشتری	۳۸	۱۵
		شفافیت تجربیات مرتبط با مشتری	۳۹	۱۵
	استراتژی‌های قیمت‌گذاری	قیمت‌گذاری دسته‌ای	۴۰	۱۰
		قیمت‌گذاری توافقی	۴۱	۱۰
		قیمت‌گذاری منصفانه	۴۲	۱۵
		فرآیند آزادسازی تعرفه‌ها و نرخ گذاری بیمه‌ها	۴۳	۱۰
		قیمت‌گذاری تجربی بر اساس داده ها و تجربیات قبلی	۴۴	۱۰
		قیمت‌گذاری مبتنی بر قیمت رقیب	۴۵	۱۵
		قیمت ترجیحی در ازای چند محصول بیمه‌ای با هم	۴۶	۱۳
	مدیریت ریسک	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
		ارزیابی ریسک	۵۲	۱۳
		کم کردن هزینه‌ها	۵۳	۱۴

تجزیه و تحلیل داده‌ها (کیفی). فرآیند و نتایج روش دلفی

مدل فناوری بیمه "اینشورتک" برای استارت‌آپ‌های بیمه	تنوع و نوآوری	مهندسی مجدد و نوسازی فرایندها قبل از تولید نرم‌فزار	٥٤	١٢
		نوآوری در تجهیزات سخت افزاری	٥٥	١٥
		طراحی شبکه فراگیر و پرسرعت	٥٦	١٣
		پذیرفتن نوآوری در فناوری	٥٧	١٥
		استارت‌آپ‌های جدید	٥٨	١٥
		چشم‌انداز دیجیتالی روشن	٥٩	١٢
		استفاده از نوآوری باز	٦٠	١٥
	تبلیغات	اجرای پروژه های فرهنگ‌سازی از جمله ترویج پست الکترونیکی	٦١	١٤
		استفاده از تبلیغات گوگل	٦٢	١٣
		طراحی سایت و تولید محتوا	٦٣	١٣
		تبلیغات رقابتی	٦٤	١٤
		تبلیغات بر اساس درصدی از فروش	٦٥	١٠
	مشارکت در سرمایه گذاری	حمایت سرمایه‌گذار	٦٦	١٤
		استفاده از اینشورتک در سرمایه‌گذاری	٦٧	١٤
		مشارکت در پروژه‌های سودزا	٦٨	١٤
		تحمل ریسک در مشارکت	٦٩	١٠
		روش‌های سنتی سرمایه‌گذاری	٧٠	١١
		بلوغ نسبی صنعت و افزایش تعداد فعال سرمایه‌گذاران	٧١	١١
	شناسایی فرصت‌ها	تمایل به کیفیت خدمات	٧٢	١٥
		بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی	٧٣	١٢
		سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی راهبری	٧٤	١٢
		از طریق حمایت از اشخاص و خانواده‌ها	٧٥	١٤
		از طریق فناوری تلفن همراه هوشمند	٧٦	١٣
		ارائه خدمات تخصصی شده به مشتری	٧٧	١٥
		نوآوری باز	٧٨	١٤
		شناسایی از طریق شرکت در کنفرانس‌ها و سمینارها و مذاکره	٧٩	١٣

تجزیه و تحلیل داده‌ها (کیفی)



روابط بین مؤلفه‌های مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت آپ‌های بیمه

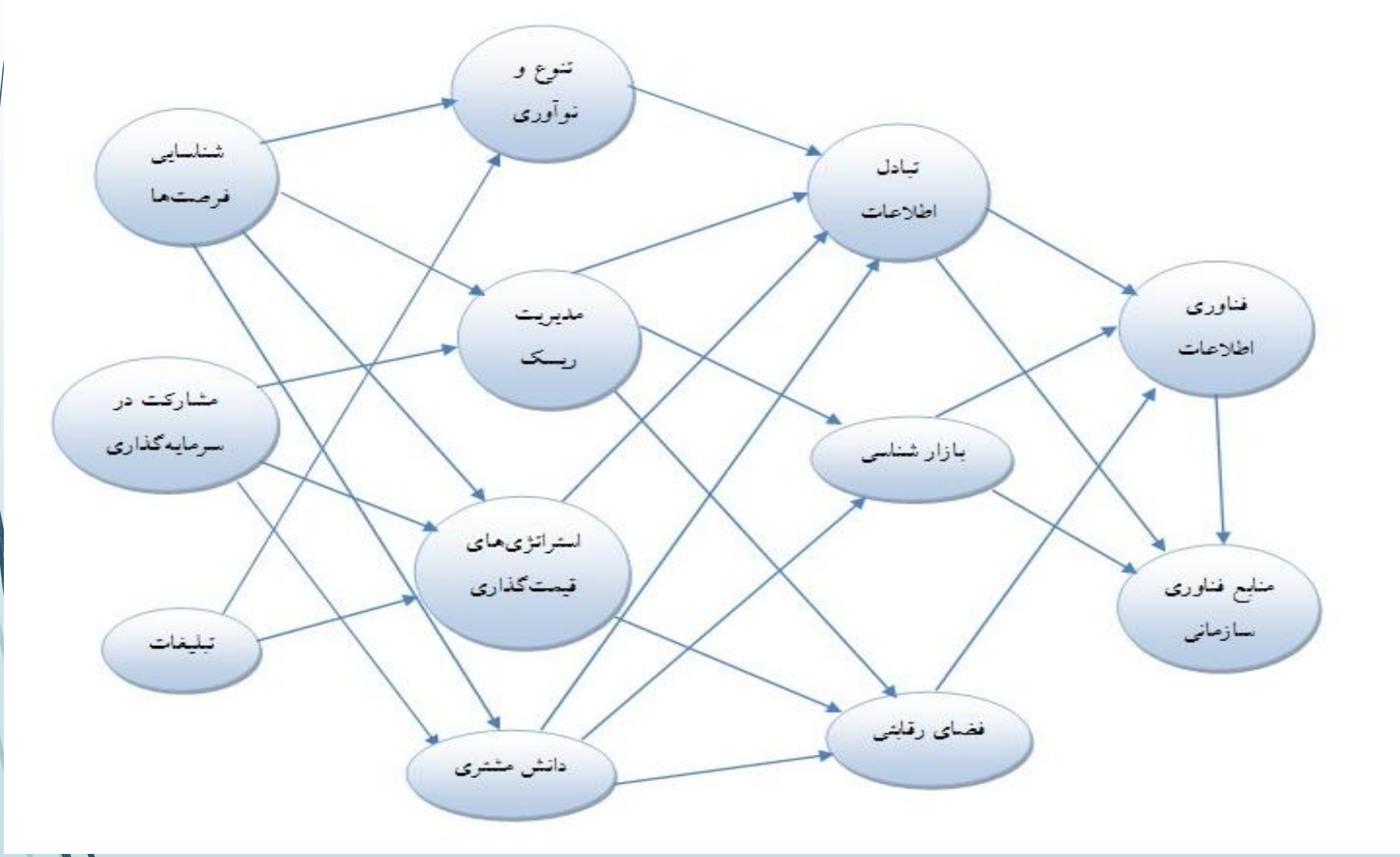
مسیر	متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب	معناداری	نتیجه
۱ الی ٤	شناسایی فرصت‌ها	تنوع و نوآوری	۰,۵۵۳	۷,۲۹٤	تایید مسیر
		مدیریت ریسک	۰,٤۰۳	٦,۳۳۵	تایید مسیر
		استراتژی های قیمت گذاری	۰,۲۷۸	۲,۹۰۰	تایید مسیر
		دانش مشتری	۰,۵۲۱	۸,۳۷٤	تایید مسیر
۵ الی ۸	مشارکت در سرمایه گذاری	**تنوع و نوآوری**	**۰,۰۸۲**	**۱,۲۳٦**	**رد مسیر**
		مدیریت ریسک	۰,۳۰۸	۳,۸٤٦	تایید مسیر
		استراتژی های قیمت گذاری	۰,۲۵۷	۲,٦۵۹	تایید مسیر
		دانش مشتری	۰,۲٤۷	٤,۰۰۸	تایید مسیر
۹ الی ۱۲	تبلیغات	تنوع و نوآوری	۰,۲۳۵	۳,۳۲۲	تایید مسیر
		مدیریت ریسک	**۰,۰۱۸**	**۰,۲۸۱**	**رد مسیر**
		استراتژی های قیمت گذاری	۰,۲۱۳	۲,٦۷٤	تایید مسیر
		دانش مشتری	**۰,۰۳۱**	**۰,۵۷۳**	**رد مسیر**
۱۳ الی ۱۵	تنوع ونوآوری	تبادل اطلاعات	۰,۳۳۵	۷,۹۵٤	تایید مسیر
		بازارشناسی	**-۰,۰۳۹**	**۰,۵٤۷**	**رد مسیر**
		فضای رقابتی	**۰,۰۰۷**	**۰,۰۹۱**	**رد مسیر**
۱٦ الی ۱۸	مدیریت ریسک	تبادل اطلاعات	۰,۱۲٦	۲,۵۱۰	تایید مسیر
		بازارشناسی	۰,۳۸۱	٦,٦۳۵	تایید مسیر
		فضای رقابتی	۰,٤٤۳	٤,۸۸۹	تایید مسیر

روابط بین مؤلفه‌های مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت آپ‌های بیمه

۱۹ الی ۲۱	استراتژی های قیمت‌گذاری	تبادل اطلاعات	۰,۱۴۵	۲,۸۴۰	تایید مسیر
		بازارشناسی	-۰,۰۰۵	۰,۰۵۶	رد مسیر
		فضای رقابتی	۰,۳۵۶	٤,۹۹٤	تایید مسیر
۲۲ الی ۲٤	دانش مشتری	تبادل اطلاعات	۰,٤۰۳	٦,۷٦۳	تایید مسیر
		بازارشناسی	۰,٤٤۳	٥,٤٤۹	تایید مسیر
		فضای رقابتی	۰,۱۹۷	۳,۱٤۹	تایید مسیر
۲۵ الی ۲٦	تبادل اطلاعات	فناوری اطلاعات	۰,۱۱٤	۲,۳۳۰	تایید مسیر
		فناوری سازمانی	۰,٤٤۷	۷,٤۱٤	تایید مسیر
۲۷ الی ۲۸	بازارشناسی	فناوری اطلاعات	۰,۳۰۱	٥,۳۰۹	تایید مسیر
		فناوری سازمانی	-۰,۲۲٥	۳,٤۱۷	تایید مسیر
۲۹ الی ۳۰	فضای رقابتی	فناوری اطلاعات	۰,٥۰٥	۹,۹٦۷	تایید مسیر
		منابع فناوری سازمانی	۰,۰۷۹	۱,۲۲۰	رد مسیر
۳۱	فناوری اطلاعات	منابع فناوری سازمانی	۰,٥٤٥	۷,۸۳۹	تایید مسیر

اکثر مسیرها در مدل از **سطح معناداری بیشتر از ۱,۹٦ برخوردار بوده** که روابط بین آنها مطلوب می‌باشد. تدوین و شناسایی مدل فناوری بیمه «اینشورتک» برای استارت‌آپ‌های بیمه براساس خروجی مکس‌کیودا در تحلیل کیفی به شرح ذیل می‌باشد:

مدل نهایی پژوهش



طراحی اپلیکیشن استارت آپ‌های بیمه‌ای بر اساس مدل بازاریابی اینشورتک

توسعه صنعت بیمه بدون بهره‌گیری از ظرفیت‌های **اینشورتک و استارتاپ‌ها**، عملاً ناممکن است. انحصارزدایی و رفع موانع ورود فناوری به زنجیره‌ی ارزش صنعت بیمه، راهکاری حیاتی برای گذار از وضعیت موجود است. اینشورتک‌ها با تحول **در مدل‌های کسب‌وکار**، **ارائه طرح‌های نوآورانه** (مانند توزیع دیجیتال محصولات، خودکارسازی عملیات، تشویق به سبک زندگی سالم و شخصی‌سازی بیمه‌نامه‌ها)، نقش کلیدی در **ارتقای بازدهی** و **بهبود عملکرد صنعت** ایفا می‌کنند.

از این رو ارائه ایده طراحی اپلیکیشن استارت‌آپ‌های بیمه‌ای براساس مدل بازاریابی اینشورتک بر پایه **ساده‌سازی**، **شخصی‌سازی** و **دیجیتالی‌سازی خدمات بیمه** برای مشتریان شکل گرفت. **نقطه قوت** و **تمایز ایده** ارائه شده در این است که ، اپلیکیشن استارت‌آپ‌های بیمه‌ای با دریافت **داده‌ها** و **اطلاعات مهم** و **کلیدی از کاربران**، نیازها و پوشش‌های بیمه‌ای او را تحلیل کرده و پیشنهادهای مناسب و مقایسه‌پذیر برمبنای نیاز مشتری ارائه می‌دهد. فرایند خرید بیمه‌نامه به صورت برخط(آنلاین بوده) و تسهیلاتی مانند: **محاسبه‌گر قیمت لحظه‌ای بیمه نامه‌ها**، **مدیریت اثربخش بیمه‌نامه‌ها**، **ثبت و پیگیری خسارات به صورت آنلاین**، و **پشتیبانی هوشمند تجربه‌ای سریع**، **شفاف و کاربرمحور** ایجاد می‌کند.

بازار هدف، کاربران و مشتریان اصلی ایده

- بازار هدف اپلیکیشن حاضر، شامل تمامی فعالان **صنعت بیمه** و **کاربران دیجیتال‌محور** است که به دنبال تجربه **ساده، سریع و شفاف** در خرید محصولات بیمه‌ای هستند. بازیگران صنعت بیمه شامل؛ شرکت‌های بیمه، نمایندگان، کارگزاران بیمه و استارت‌آپ‌های بیمه‌ای که به دنبال بکارگیری فناوری‌های نوین دیجیتال در فرایندهای فروش و بازاریابی محصولات بیمه ای هستند.
- کاربران نهایی **(مشتریان فردی)** که سهم بسیار زیادی از بازار هدف را به خود اختصاص می‌دهند، به دنبال خرید آسان، مقایسه سریع و شخصی‌سازی بیمه‌ها هستند و همچین شرکت‌های فناوری مالی که علاقه‌مند به همکاری با پلتفرم‌های دیجیتال هستند تا محصولات بیمه‌ای خود را به شکل هوشمند ارائه دهند.

مشکل یا نیاز هدف (کدام نیاز یا مشکل در بازار هدف را ایده حل می‌کند)

- در حال حاضر بازار بیمه به شکل فعلی با مشکلاتی هم‌چون **پیچیدگی محصولات بیمه‌ای**، **فرایند طولانی و سنتی صدور بیمه نامه**، **کمبود شفافیت** و **اعتماد در نزد مشتریان** و همچنین نبود **شخصی‌سازی بیمه** مختص یک مشتری براساس نیازهای بیمه‌ای او مواجه است. مشتریان اغلب نمی‌توانند بیمه متناسب بر اساس نیازها و خواسته های خود را سریع و آسان انتخاب کنند و تجربه خرید بیمه برایشان زمان بر است. ایده طراحی اپلیکیشن استارت‌آپ‌های بیمه‌ای مبتنی بر مدل اینشورتک، می‌تواند این مشکلات را تا حدود بسیاری حل می‌کنند.
- اپلیکیشن حاضر با استفاده از تکنولوژی‌های بروز دنیا با هدف **امکان ارائه مقایسه آنلاین بیمه‌ها به کاربران و مشتریان**، **فراهم آوردن بستر مناسب خرید دیجیتال بیمه‌نامه در کمترین زمان ممکن**، **ارائه اطلاعات جامع و شفاف در رابطه با مبلغ حق بیمه** و **پوشش‌های بیمه‌ای به مشتری** و همچنین **امکان شخصی‌سازی بیمه‌ها** براساس نیاز و ریسک مشتری، **تجربه‌ای کاربرمحور، ساده و قابل اعتماد** در اختیار مشتریان قرار می‌دهد. از این رو فرآیند پیاده‌سازی اپلیکیشن باعث **صرفه‌جویی در زمان و وقت**، **افزایش میزان شفافیت**،**کاهش پیچیدگی** و **افزایش اعتماد مشتریان به محصولات بیمه‌ای** می‌شود.

راهکار نوآورانه ایده برای حل مشکل چیست؟

- نوآوری و خلاقیت در طراحی اپلیکیشن استارت‌آپ‌های بیمه‌ای، تجربه بیمه‌گری برای مشتریان را از حالت **سنتی، پیچیده** و **زمان‌بر** به یک سیستم **دیجیتال محور، هوشمند** و **کاربرمحور** تبدیل می‌کند. اپلیکیشن با گردآوری داده و اطلاعات محصولات بیمه‌ای از شرکت‌های مختلف بیمه‌ای، امکان **مقایسه دقیق پوشش‌های بیمه‌ای، تعیین میزان حق بیمه** و **مزایا** را به کاربران فراهم و **شفافیت کامل** در انتخاب بیمه براساس **نیاز مشتری** را فراهم می‌آورد. فرایند خرید و صدور بیمه‌نامه به صورت آنلاین و بدون نیاز به مراجعه حضوری مشتری انجام می‌شود و کاربران می‌توانند بیمه‌نامه‌های خود را در بستر محیط دیجیتال مدیریت، تمدید و یا براساس شرایط تغییر دهند.
- از منظری دیگر با بهره‌گیری از تکنولوژی‌هایی مانند **الگوریتم‌های هوش مصنوعی و تحلیل داده‌های مشتریان، اپلیکیشن نیازها، ریسک‌ها** و **شرایط فردی** هر کاربر را شناسایی نموده و بهینه‌ترین گزینه‌های بیمه‌ای را به صورت شخصی‌سازی شده به مشتری پیشنهاد می‌دهد. این ویژگی باعث می‌شود مشتریان بیمه‌ای مطابق با **نیاز واقعی** خود **بهترین خدمت بیمه‌ای** را انتخاب کنند و از پرداخت هزینه‌های اضافی مصون باشد. همچنین اپلیکیشن با بهره‌برداری از مدل بازاریابی اینشورتک **تعامل با مشتریان** را به صورت **هوشمند** و **هدفمند** انجام می‌دهد. این تعامل شامل مواردی همچون یادآوری‌های زمان تمدید بیمه، ارائه مشاوره آنلاین به مشتریان، اطلاع‌رسانی درباره با محصولات جدید بیمه‌ای ارائه شده توسط شرکت‌های بیمه‌ای و تشکیل کمپین‌های تبلیغاتی شخصی‌سازی شده که ارائه این خدمات به مشتریان باعث **افزایش میزان وفاداری** و **تعهد مشتری**، **جذب مخاطب هدفمند** و **بهبود تجربه کاربری** می‌شود.

چگونه ایده از نظر اقتصادی پایدار بوده و کسب درآمد کند؟

- پایداری اقتصادی و مقیاس‌پذیری یک استارت‌آپ بیمه‌ای در گرو اتخاذ یک **مدل درآمدی چندوجهی و ترکیبی** است. این اپلیکیشن با تنوع‌بخشی به جریان‌های نقدی از طریق کارمزد **مستقیم فروش بیمه‌نامه (کارگزاری دیجیتال)، شراکت‌های استراتژیک با شرکت‌های بیمه‌گر در قالب تسهیم سود و کاهش ضریب خسارت، هم‌افزایی با شبکه توزیع سنتی (نمایندگان و کارگزاران در قالب مدل‌های B2B2C و توانمندسازی دیجیتال)، تبلیغات هدفمند مبتنی بر رفتار مصرف‌کننده** و در نهایت تجاری‌سازی داده‌ورزی در قالب خدمات تحلیل پیش‌بینانه و مشاوره تخصصی ریسک، تاب‌آوری مالی خود را تضمین می‌کند.
- هم‌راستا با توسعه پایگاه کاربران و افزایش عمق نفوذ بیمه‌نامه‌ها، پلتفرم از یک سو با کاهش چشمگیر **هزینه‌های جذب مشتری** و **هزینه‌های صدور** برای شرکت‌های بیمه ارزش اقتصادی خلق می‌کند و از سوی دیگر، از طریق ارائه خدمات ارزش‌افزوده نظیر **مقایسه شفاف، مدیریت جامع پرتفوی شخصی و تسهیل خسارت آنلاین، ارزش دوره عمر مشتری** را ارتقا می‌دهد. برآیند این سازوکارها، شکل‌گیری اثرات شبکه‌ای قوی و چرخه بازخورد مثبت اقتصادی است که نه‌تنها متضمن **سودآوری پایدار اپلیکیشن** خواهد بود، بلکه با تقویت مزیت رقابتی پایدار، **سهم بازار معناداری را در اکوسیستم بیمه دیجیتال** تثبیت می‌نماید.

مرحله فعلی ایده

۱. اعتبارسنجی **علمی و نظری** (تکمیل‌شده): استخراج و برازش مدل جامع بازاریابی اینشورتک با رویکرد میان‌رشته‌ای.
۲. **تحلیل میدانی** و **شکاف وضع موجود** (تکمیل‌شده): شناسایی نیازهای بازار، نقاط درد مشتریان و بررسی سطح عملکرد مؤلفه‌ها در صنعت.
۳. معماری **مدل کسب‌وکار** (تکمیل‌شده): تدوین مدل‌های چندگانه درآمدزایی، معماری پلتفرم و تعیین نیازمندی‌های زیرساختی.
٤. مرحله کنونی: آماده ورود به **فاز توسعه فنی** (MVP) و جذب سرمایه/مشارکت اولیه جهت پیاده‌سازی.

نیازمندی‌ها و چشم انداز (زیرساخت‌ها، تیم و الزامات قانونی)

زیرساخت‌های فنی

- زیرساخت ابری، دیتابیس تحلیلی و مدیریتAPI
- هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و کلان‌داده
- سخت‌افزار، سرورها و ابزارهای مانیتورینگ
- امنیت سایبری پیشرفته و سیستم‌های بک‌آپ

تیم تخصصی

- تحلیل‌گران کسب‌وکار و مشاوران بیمه‌ای
- توسعه‌دهندگان نرم‌افزار و متخصصان هوش مصنوعی
- طراحان شامل: طراح تجربه‌کاری(UX) وطراح رابطه‌کاری(UI)
- تیم حقوقی و امنیت سایبری

مجوزها و ارتباطات

- اخذ مجوزهای لازم از بیمه مرکزی
- تفاهم‌نامه‌های همکاری (B2B2C) با شرکت‌های بیمه و فین‌تک
- درگاه‌های پرداخت امن و سیستم‌هایCRM/Chatbot
- جذب بودجه اولیه برای توسعه و مارکتینگ

اهداف کلیدی و گام‌های اصلی اپلیکیشن در طی بازه زمانی کوتاه مدت

- هدف اصلی راه اندازی اپلیکیشن در یک بازه زمانی کوتاه مدت (یک سال) را می‌توان **ایجاد و پیاده‌سازی یک پلتفرم دیجیتال بیمه‌ای هوشمند** و **کاربرمحور** بیان نمود که **تجربه خرید مشتری** و **مدیریت بیمه** را برای کاربران فردی و شرکت‌های بیمه و تمامی بازیگران و فعالان صنعت بیمه فراهم خواهد نمود و در عین حال به دنبال عملیاتی نمودن یک مدل درآمدی پایدار و مقیاس‌پذیر می‌باشد. چشم انداز و افق فعالیت یک سال پیش‌رو اپلیکیشن استارت‌آپ‌های بیمه‌ای توجه و تمرکز بر اصل **شفافیت، سادگی، شخصی‌سازی و هوشمندسازی فرآیندهای بیمه‌ای برای مشتریان** خواهد بود.

در پایان سال اول، اپلیکیشن به یک پلتفرم دیجیتال و هوشمند بیمه‌ای تبدیل خواهد شدبا اجرای ٤ گام اساسی:

گام ۱: توسعه محصول پذیرفتنی و استقرار زیرساخت : راه‌اندازیMVP ، تست امنیت و اتصال اولیهAPI ها؛

گام ۲: اعتبارسنجی بازار و جذب کاربر اولیه: جذب اولین گروه کاربران، بهینه‌سازی مسیر خرید بر اساس رفتار کاربر؛

گام ۳: تثبیت مدل اقتصادی و درگیرسازی شبکه فروش: عملیاتی‌سازی جریان کارمزد و مدل‌های مشارکتی B2B2C با نمایندگان؛

گام ٤: هوشمندسازی و مقیاس‌پذیری: فعال‌سازی موتور توصیه‌گر هوشمند.

جمع بندی

- ایده حاضر، یک مدل جامع و پیشرو در حوزه اینشورتک است که با هدف بازتعریف زنجیره ارزش صنعت بیمه، از طریق توسعه یک پلتفرم دیجیتالِ داده‌محور طراحی شده است. این ایده که بر پایه یک چارچوب پژوهشی (شامل ۱۲ مؤلفه کلیدی و ۷۹ شاخص عملکردی) استوار است، به‌طور سیستماتیک با ناکارآمدی‌های ساختاری بازار سنتی، از جمله **"عدم تقارن اطلاعات"**، **"هزینه‌های بالای مبادله"** و **"فرآیندهای عملیاتی فرسایشی"** مقابله می‌کند. اپلیکیشن طراحی‌شده با بهره‌گیری از الگوریتم‌های هوش‌مصنوعی و تحلیل کلان‌داده‌ها، از وضعیت **"فروش‌محور"** به سمت مدل **"مشاوره‌محور"** حرکت کرده و با شناسایی دقیق ریسک‌های فردی و نیازسنجی هوشمند، خدماتی شخصی‌سازی‌شده را ارائه می‌دهد.
- از منظر مدل کسب‌وکار، این پلتفرم از یک معماری **"چندوجهی"** بهره می‌برد که فراتر از کارمزدهای سنتی فروش، با اتخاذ رویکردهای نوین مانند: مشارکت‌های استراتژیک (B2B2C)، توانمندسازی شبکه توزیع‌سنتی، و تجاری‌سازی تحلیل‌های پیش‌بینانه ریسک، پایداری اقتصادی خود را تضمین می‌نماید. این اکوسیستم با کاهش چشمگیر **هزینه جذب مشتری** و **افزایش ارزش طول عمر مشتری**، چرخه‌ای از اثرات شبکه‌ای مثبت ایجاد می‌کند که موجب **وفاداری پایدار کاربران** و **بهره‌وری عملیاتی** برای شرکت‌های بیمه می‌شود. با تکیه بر زیرساخت‌های فنی پیشرفته (شامل پردازش ابری، امنیت سایبری و هوش تجاری)، این طرح در افق یک‌ساله، گذار از یک استارت‌آپ نوپا به یک **"کاتالیزور دیجیتال"** در صنعت بیمه را هدف‌گذاری کرده است. در نهایت، این ایده نه‌تنها پاسخی به نیازهای روز بازار برای سادگی، شفافیت و سرعت است، بلکه به عنوان **یک الگوی مقیاس‌پذیر و سودآور**، موقعیت رقابتی استارت‌آپ را در اکوسیستم بیمه دیجیتال تثبیت کرده و مسیر توسعه پایدار آن را هموار می‌سازد.

با سپاس از شما