



Identifying and analyzing the antecedents and consequences of using new technologies in providing digital insurance services

Zahra Sheikholeslami Kandelous¹, Mohammad Javad Taghipourian^{*2}, Shahrbanoo Gholipour Freydouni¹, Mehdi Rouholamini¹

1- Department of Business Management, Bab.C., Islamic Azad University, Babol, Iran

2- Department of Management, Cha.C., Islamic Azad University, Chalus, Iran

Abstract

Objective: The purpose of this research is to identify and analyze the antecedents and consequences of using new technologies in providing digital insurance services.

Method: The research method is qualitative and applied in terms of purpose, and according to the implementation method, it is a systematic review. In order to obtain the desired scientific evidence, an electronic search was conducted based on relevant keywords in English and Persian sources. To find English sources in external databases Google Scholar, Scopus and Emerald in the period 2010-2023, and to find Persian sources from the internal databases of the Comprehensive Humanities Portal, Magiran and Normags in the period 1390-1403, using keywords related to the research were systematically searched.

Findings: In the first stage, 187 articles were reviewed and after removing duplicates, it was reduced to 175 sources. In the next stage, by reviewing the abstract and title of the articles, another 79 articles were eliminated and the number of articles was reduced to 62 articles. Finally, by considering the inclusion and exclusion criteria designed in this study and following the Prisma checklist, 23 articles were systematically reviewed and carefully reviewed. Then, by extracting data from the sources, data analysis was performed using the content analysis method. The results indicate that the identified antecedents in the use of new technologies in providing services include 4 dimensions: marketing and sales, information management system, technology, human resources and 19 components, and the identified consequences include 7 dimensions: reducing corruption, security, improving customer experience, ease and accessibility, timely response, analysis and economic performance and 43 components.

Keywords: New technologies, digital insurance, insurance services, systematic review

Citation:

Sheikholeslami Kandelous, Z., Taghipourian, M. J., Gholipour Freydouni, S. & Rouholamini, M. (2026). Identifying and analyzing the antecedents and consequences of using new technologies in providing digital insurance services. *Journal of Intelligent Marketing Management*, 7(3), 261-287.



شناسایی و تحلیل پیشایندها و پیایندهای به کارگیری فناوری‌های نوین در ارائه

خدمات بیمه دیجیتال

زهره^۱، شیخ الاسلامی کندلوس^۱، محمد جواد تقی پوریان^{۲*}، شهربانو قلی پور فریدونی^۱، مهدی روح الامینی^۱

۱- گروه مدیریت بازرگانی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

۲- گروه مدیریت بازرگانی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران

چکیده

هدف: هدف از این تحقیق شناسایی و تحلیل پیشایندها و پیایندهای به کارگیری فناوری‌های نوین در ارائه خدمات بیمه دیجیتال است. **روش:** روش تحقیق از نوع کیفی و از نظر هدف کاربردی است و با توجه به روش اجرا، مرور نظام‌مند می‌باشد. به منظور دستیابی به شواهد علمی مورد نظر، جستجوی الکترونیکی بر اساس کلیدواژه‌های مرتبط در منابع انگلیسی و فارسی صورت گرفت، برای پیدا کردن منابع انگلیسی در پایگاه‌های اطلاعاتی خارجی گوگل اسکالر، اسکوپوس و امرالد در بازه زمانی ۲۰۱۰-۲۰۲۳ و برای پیدا کردن منابع فارسی از پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی پرتال جامع علوم انسانی، مگیران و نورمگز در بازه زمانی ۱۳۹۰-۱۴۰۳ با استفاده از کلیدواژه‌های مرتبط با پژوهش مورد جستجوی نظام‌مند قرار گرفتند.

یافته‌ها: در مرحله اول ۱۸۷ مقاله بررسی شد و بعد از حذف موارد تکراری به ۱۷۵ منبع تقلیل یافت و در مرحله بعد با بررسی چکیده و عنوان مقالات ۷۹ مقاله دیگر حذف و تعداد مقالات به ۶۲ مقاله کاهش پیدا کرد و در نهایت با در نظر گرفتن معیارهای ورود و خروج طراحی شده در این پژوهش و طی کردن مسیر چک لیست پریزما، ۲۳ مقاله به مرور نظام‌مند وارد و مورد بررسی دقیق قرار گرفتند. سپس با استخراج داده‌ها از منابع، تحلیل داده‌ها به روش تحلیل محتوا انجام شده است. نتایج حاکی از آن است که پیشایندها شناسایی شده در به کارگیری فناوری‌های نوین در ارائه خدمات شامل ۴ بعد بازاریابی و فروش، سیستم مدیریت اطلاعات، فناوری، منابع انسانی و ۱۹ مؤلفه است و پیایندهای شناسایی شده شامل ۷ بعد کاهش فساد، امنیت، بهبود تجربه مشتری، سهولت و دسترسی، پاسخگویی به موقع، تجزیه و تحلیل و عملکرد اقتصادی و ۴۳ مؤلفه است.

کلیدواژه‌ها: فناوری‌های نوین، بیمه دیجیتال، خدمات بیمه، مرور نظام‌مند

استناد:

شیخ الاسلامی کندلوس، زهره و تقی پوریان، محمد جواد و قلی پور فریدونی و شهربانو و روح الامینی، مهدی. (۱۴۰۵). شناسایی و تحلیل پیشایندها و پیایندهای به کارگیری فناوری‌های نوین در ارائه خدمات بیمه دیجیتال. مدیریت بازاریابی هوشمند، ۷(۳)، ۲۶۱-۲۸۷.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۱/۱۱

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۵/۰۲/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۱۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۷/۰۱

<https://doi.org/JABM.3.2.15564.3515419934>

نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند، ۱۴۰۵، دوره ۷، شماره ۳، پیاپی ۳۳

ناشر: نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نویسندگان



مقدمه

شاخص پذیرش دیجیتال و توسعه اقتصادی که توسط بانک جهانی معرفی شده است، میزان گسترش فناوری‌های دیجیتال در داخل کشورها را کمیت می‌کند (بانک جهانی، ۲۰۱۶). کشورهایی که شاخص پذیرش دیجیتال بالاتری دارند، از نظر دیجیتالی پیشرفته‌تر فرض می‌شوند. بریانیولفسن^۱ و مک‌آفی^۲ (۲۰۱۴) استدلال می‌کنند که کسب و کارها و سازمان‌هایی با شاخص پذیرش دیجیتال بالاتر بهبود بهره‌وری و تمایل به نوآوری بالاتری دارند که منجر به رشد اقتصادی می‌شود (عظمت^۳ و همکاران، ۲۰۲۳).

خدمات بیمه هوشمند به مجموعه‌ای از راهکارهای بیمه‌ای مبتنی بر فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، بلاکچین، کلان‌داده و یادگیری ماشین گفته می‌شود که با هدف بهینه‌سازی فرایندهای بیمه‌ای، افزایش دقت در ارزیابی ریسک، کاهش تقلبات، تسریع در پرداخت خسارت و بهبود تجربه مشتری ارائه می‌شوند. این خدمات باعث می‌شوند که شرکت‌های بیمه بتوانند بیمه‌نامه‌های شخصی‌سازی شده ارائه دهند، نرخ بیمه را بر اساس رفتار واقعی کاربران تعیین کنند و فرایندهای بیمه‌ای را از حالت سنتی به یک سیستم دیجیتال و هوشمند تبدیل کنند. گذر به اقتصاد دیجیتال، مدل‌های کسب و کار سنتی در بیمه را پیکربندی مجدد می‌کند، کارایی، کاهش هزینه و افزایش تجربه مشتری را ارتقا می‌دهد. از تسهیل ارزیابی ریسک از طریق مدل‌های پیش‌بینی پیچیده تا گسترش دسترسی از طریق پلت‌فرم‌های دیجیتال، فناوری در حال تغییر شکل، خطوط چشم‌انداز بیمه است. علاوه بر این، تکثیر استارت‌آپ‌های بیمه نشان‌دهنده موج جدیدی از نوآوری با هدف افزایش پوشش و دسترسی بیمه‌ای است (عظمت و همکاران، ۲۰۲۳). با این حال، با وجود این پتانسیل تحول‌آفرین، پذیرش و ادغام فناوری دیجیتال در صنعت بیمه اقتصادهای در حال توسعه به دور از یکپارچگی است. این پیشرفت اغلب توسط نارسایی‌های زیرساختی، خلأهای سیاست‌گذاری، موانع نظارتی و سواد دیجیتال محدود در میان مردم مانع می‌شود (جومو و چاوداری^۴، ۲۰۱۹).

با پیشرفت فناوری‌های دیجیتال، صنعت بیمه نیز مانند سایر صنایع نیازمند تحول و استفاده از فناوری‌های نوین برای بهبود خدمات، کاهش هزینه‌ها و افزایش رضایت مشتریان است. با این حال، فرایندهای سنتی بیمه‌گری همچنان در بسیاری از شرکت‌های بیمه وجود دارد که باعث کاهش بهره‌وری، کندی در رسیدگی به درخواست‌ها، نرخ‌های نامتصفانه بیمه و افزایش تقلبات بیمه‌ای می‌شود (نارایانان^۵ و همکاران، ۲۰۲۱).

فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا^۶، بلاکچین، کلان‌داد^۷ و یادگیری ماشین می‌توانند با بهینه‌سازی و دیجیتالی‌سازی این فرایندها، به ایجاد بیمه هوشمند کمک کنند. این فناوری‌ها امکان تحلیل دقیق داده‌های مشتریان، صدور بیمه‌نامه‌های شخصی‌سازی شده، تشخیص سریع‌تر و دقیق‌تر خسارت‌ها، شناسایی تقلبات بیمه‌ای و بهبود تجربه کاربری را فراهم می‌کنند. با این وجود، چالش‌هایی مانند نیاز به زیرساخت‌های مناسب، امنیت اطلاعات، پذیرش فناوری توسط بیمه‌گران و مشتریان و تطبیق با قوانین و مقررات موجود از موانع اصلی در مسیر اجرای بیمه هوشمند محسوب می‌شوند. همچنین خدمات بیمه هوشمند به معنای به کارگیری فناوری‌های نوین برای بهبود ارائه خدمات بیمه، افزایش کارایی فرآیندها، شخصی‌سازی تجربه مشتریان، و کاهش هزینه‌ها است (ناتالیجا، ۲۰۱۹).

¹ Brynjolfsson

² McAfee

³ Azamat et al.

⁴ Jomo and Chowdhury,

⁵ Narayanan

⁶ IoT

⁷ Big Data

انقلاب دیجیتال نمود عینی جهش فناوری می‌باشد و دنیای امروز به صورت جهانی دیجیتال درآمده است و سرعت و پیوستگی آن به حدی بوده است که آن را انقلاب صنعتی چهارم نامیده‌اند. فناوری اطلاعات و ارتباطات در تمام امور روزانه بشری حضور دارد و بیشتر کشورها نیز ساختارهای پولی، مالی و اداری خود را بر اساس این فناوری دستخوش تغییر و تحول کرده‌اند. ساختار رشد و توسعه هر کشور بدون حضور فناوری اطلاعات و ارتباطات غیر قابل پی‌ریزی است و یکی از الزامات اساسی، رواج تجارت الکترونیک و ترویج مبادلات الکترونیکی وجوه (فین تک) در هر کشور می‌باشد. امروزه استفاده از فناوری بیمه ای جهت افزایش ارزش و بهبود کسب و کار می‌تواند برای شرکت‌های بیمه به عنوان یک مزیت رقابتی شناخته شود (زمانی، ۱۴۰۱). از آنجایی که جهان به طور فزاینده‌ای دیجیتالی و متصل می‌شود، شرکت‌های بیمه فعلی با فشار فزاینده‌ای برای دستخوش تحول دیجیتال کامل برای ماندن در رقابت مواجه می‌شوند. در طول دهه آینده، پیشرفت‌های فناوری چشم‌انداز بیمه را به شدت تغییر خواهد داد و شرکت‌های متبحر در زمینه فناوری را بسیار متفاوت از هم‌تایان امروزی خواهد کرد. سازمان‌های بیمه برای ماندن در پیش رو باید به فناوری‌هایی که به طور بالقوه می‌توانند صنعت را مختل کنند و فرصت‌های جدیدی برای بهبود کارایی عملیاتی، افزایش صرفه‌جویی در هزینه‌ها و ارائه تجربیات شخصی‌تر ایجاد کنند، نگاه می‌کنند. این امر نیاز به بررسی جامع پویایی بین فناوری دیجیتال، بخش بیمه و توسعه اقتصادی در کشورهای در حال توسعه را افزایش می‌دهد. از سویی بررسی و تحلیل به کارگیری فناوری‌های نوین در صنعت بیمه می‌تواند به شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های موجود کمک کرده و راهکارهایی برای بهبود کارایی، کاهش هزینه‌ها و افزایش رضایت مشتریان ارائه دهد. این امر می‌تواند به تحول دیجیتال در صنعت بیمه و ارائه خدمات دیجیتال و هوشمند منجر شود. لذا هدف این تحقیق، پر کردن این شکاف دانش با تحلیل تجربی نقش فناوری دیجیتال در شکل دهی آینده بخش بیمه و تأثیر متعاقب آن بر توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه است.

۲. چهارچوب نظری پژوهش

۲-۱. مبانی نظری

استفاده کنونی از سیستم‌های اطلاعات هوشمند در بیمه: انواع مختلفی از داده‌ها وجود دارد که در تجزیه و تحلیل داده‌های بیمه‌ای مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند. اینها شامل اطلاعات شخصی مانند محل سکونت، موقعیت، وضعیت تأهل یا خانوادگی، تحصیلات، شغل، سطح درآمد نیز جمع‌آوری شده است. داده‌ها و سوابق مراقبت‌های بهداشتی بیمه‌شدگان توسط بیمه و شرکت‌های مرتبط جمع‌آوری و پردازش می‌شوند. تاریخچه خسارت بیمه و اطلاعات مربوط به حادثه برای جلوگیری از تقلب یا تصمیم‌گیری در مورد حق بیمه بررسی می‌شود. علاوه بر این از منابع مختلفی مانند شبکه‌های اجتماعی، از جمله فیس بوک، لینکدین، اینستاگرام و غیره برای بازاریابی و فروش بیمه‌ها استفاده می‌شود (ناتالیجا^۱، ۲۰۱۹).

مسائل اخلاقی استفاده از فناوری‌های دیجیتال در بیمه: علی‌رغم ادعای مزایای کسب و کار و مصرف‌کننده، سیستم‌های اطلاعات هوشمند طیفی از مسائل اخلاقی را مطرح می‌کنند. شالوده‌ای که سیستم‌های اطلاعات هوشمند بر آن ساخته شده است جمع‌آوری اطلاعات شخصی از میلیون‌ها نفر و استفاده از آن اطلاعات برای تصمیم‌گیری‌هایی که میلیون‌ها نفر دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد که نگرانی‌ها و خطرات جدیدی را به دنبال دارد و در نهایت ممکن است تعداد مسائلی را که بیمه‌گذاران باید به آن‌ها رسیدگی کنند، افزایش دهد. اطلاعات در مورد استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی هوشمند در صنعت بیمه و مسائل اخلاقی ناشی از آن نادر است (ناتالیجا، ۲۰۱۹).

^۱ Natalija

مدیریت فرآیند کسب و کار هوشمند شرکت های بیمه: فرآیند تجاری هوشمند شرکت های بیمه، تعامل بهتر با مشتری و پردازش سریع تر خسارت را ممکن می سازد. وظایف تکراری و اضافی در گردش کار بیمه را می توان با اتخاذ روش های مدیریت فرآیند کسب و کار خودکار کرد. اتوماسیون فرآیندهای کسب و کار به کسب و کارها کمک می کند تا با بهبود و بهینه سازی عملیات تجاری، مزیت رقابتی خود را حفظ کنند.



شکل ۱: مسائل اخلاقی در ادبیات سیستم های اطلاعات هوشمند و بیمه پیشینه (فاتاليجا، ۲۰۱۹).

خدمات بیمه دیجیتال: خدمات بیمه دیجیتال به معنای به کارگیری فناوری های نوین برای بهبود ارائه خدمات بیمه، افزایش کارایی فرآیندها، شخصی سازی تجربه مشتریان، و کاهش هزینه ها است. این خدمات بر پایه استفاده از فناوری هایی مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، بلاک چین و داده کاوی پیشرفته ارائه می شوند.

ویژگی های کلیدی بیمه دیجیتال:

استفاده از الگوریتم های هوش مصنوعی و تحلیل داده ها برای ارائه بیمه نامه های شخصی سازی شده بر اساس رفتار، نیازها و شرایط مشتریان. استفاده از سیستم های خودکار برای پردازش درخواست های بیمه و ارزیابی خسارات بدون نیاز به دخالت انسانی. جمع آوری داده های دقیق از منابع مختلف مانند سنسورها و ابزارهای اینترنت اشیا برای ارزیابی ریسک ها و بهبود فرآیند تصمیم گیری. استفاده از فناوری بلاک چین برای شفاف سازی فرآیندها، ثبت تراکنش ها به صورت غیرقابل تغییر و حفاظت از اطلاعات مشتریان. تحلیل داده های مشتریان برای شناسایی الگوهای رفتاری، پیش بینی ریسک ها و تعیین نرخ های مناسب. استفاده از دستگاه های پوشیدنی (مانند ساعت های هوشمند) برای پایش سلامت و تعیین حق بیمه. ارائه برنامه های پیشگیری از بیماری و توصیه های بهداشتی. استفاده از سنسورهای خانه هوشمند برای تشخیص نشت آب، آتش سوزی، یا ورود غیرمجاز. کاهش ریسک خسارات و ارائه خدمات پیشگیرانه. استفاده از اینترنت اشیا برای ردیابی محموله ها و کاهش ریسک آسیب یا سرقت.

بیمه دیجیتال فرصتی برای شرکت‌های بیمه است تا با استفاده از فناوری‌های نوین، خدمات سریع‌تر، دقیق‌تر، و مشتری‌محورتر ارائه دهند. این تحول می‌تواند تجربه مشتریان را بهبود بخشیده و اعتماد به صنعت بیمه را افزایش دهد، در حالی که هزینه‌ها و ریسک‌های عملیاتی را نیز کاهش می‌دهد (ناتالیجا، ۲۰۱۹).

۲-۲. پیشینه پژوهش

تامانا و ساکسنا^۱ (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان بیمه ۴٫۰: فناوری‌های هوشمند بیمه و چالش‌های پیش رو انجام داده‌اند. زنجیره ارزش بیمه به سرعت توسط بیمه‌گران به دلیل ادغام با فناوری به چالش کشیده می‌شود. خدمات سریع به مشتری، راحتی و سفارشی‌سازی، سه نکته کلیدی فروش اینشورتک هستند. موارد زیر برخی از فعال‌ترین و شناخته‌شده‌ترین موضوعات مرتبط با اینشورتک هستند که در این مقاله پوشش داده شده‌اند: برنامه‌های کاربردی تلفن همراه، قراردادهای بیمه دیجیتال، فناوری بلاک چین / دفتر کل توزیع شده، هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، مشاوران ربات همگی نمونه‌هایی از راه‌حل‌های بیمه دیجیتال هستند. استفاده از پلتفرم‌های دیجیتالی نوآورانه در Insurance 4.0 می‌تواند به چندین مزیت مانند کمک به مسئولیت‌های تجاری و اداری روزمره، تصمیم‌گیری استراتژیک و بهبود و کنترل فرآیند منجر شود. بلاک چین، قراردادهای هوشمند، مشاوران ربات و برنامه‌های کاربردی تلفن همراه می‌توانند به هموار کردن انتقال به بیمه ۴٫۰ کمک کنند.

نارایانان^۲ و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان سیستم تشخیص تصادف هوشمند و ادعای بیمه مبتنی بر اینترنت اشیا انجام داده‌اند. سیستم‌های حمل و نقل هوشمند مبتنی بر اینترنت اشیا توجه زیادی را در بین عموم به خود جلب کرده است. فرآیند مطالبه بیمه نیز برای بسیاری از افراد خسته‌کننده است. گاهی اوقات افراد نیز پس از درگیر شدن در تصادف تهدیدکننده زندگی و سخت کردن کار شناسایی جنایی برای افسران پلیس از قانون فرار می‌کنند.

اینیانگ و همکاران^۳ (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت بیمه نیجریه: تحولات، چالش‌ها و چشم‌اندازها انجام داده‌اند. صنعت بیمه در یک اقتصاد معین مثلاً نیجریه، حمایت بیمه/ضمانت مالی را برای عموم بیمه‌گذاران فراهم می‌کند. وجود ریسک به صنعت بیمه انگیزه داد. شرکت‌ها، دولت‌ها و خانوارها به شیوه‌هایی عمل می‌کنند که اثرات نامطلوب ریسک‌ها بر دارایی‌ها، عملیات و مسئولیت‌های اجتماعی خود را کاهش دهند. قراردادهای بیمه یکی از گزینه‌های مدیریت ریسک افراد در معرض خطر است. در نیجریه، صنعت بیمه چندان محبوب نیست و نیاز به ایجاد اعتماد و اطمینان در بین مردم بیمه دارد. نوآوری‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات که شیوه انجام کارها را تغییر می‌دهند، پتانسیل‌هایی برای تسهیل، اعتماد به نفس و مرتبط نگه داشتن صنعت بیمه دارند.

ناتالیجا^۴ (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان بیمه، سیستم‌های اطلاعات هوشمند و اخلاق انجام داده است. این گزارش مروری بر اجرای فعلی سیستم‌های اطلاعات هوشمند در صنعت بیمه ارائه می‌کند، همچنین جنبه‌های مثبت و منفی استفاده از سیستم‌های اطلاعات هوشمند در صنعت بیمه، از جمله مسائل اخلاقی که ممکن است هنگام استفاده از سیستم‌های اطلاعات هوشمند در این زمینه به وجود بیاید، شناسایی می‌کند. گلی سیونانی و همکاران (۱۴۰۲) پژوهشی با عنوان مدل‌یابی بازاریابی مبتنی بر فناوری اطلاعات در صنعت بیمه (مورد مطالعه؛ شرکت بیمه ایران) انجام داده‌اند. تأکید بر تحلیل داده‌ها به منظور شناسایی الگوها، پیش‌بینی روندها و بهینه‌سازی استراتژی‌های بازاریابی از جمله نتایج

¹ Tamana & Saksena

² Narayanan

³ Inyang et al.

⁴ Natalija

مهم این تحقیق می‌باشد. در انتها، با توجه به یافته‌ها و تحلیل‌های ارائه‌شده، پیشنهاداتی برای شرکت بیمه ایران ارائه‌شده است تا بتواند از طریق بهره‌گیری از مدل‌یابی و فناوری اطلاعات، عملکرد بازاریابی خود را بهبود بخشد و بازار رقابتی بیمه را با هدف افزایش سهم بازار و جذب مشتری‌های جدید تقویت نماید.

زمانی (۱۴۰۲) پژوهشی با عنوان بررسی تاثیر جایگاه قراردادهای هوشمند بر میزان عملکرد اقتصاد صنعت بیمه انجام داده‌اند. نتایج بر اساس تحلیل محتوای کیفی نشان می‌دهد که ویژگی قراردادهای هوشمند به ترتیب اولویت شفافیت اطلاعات، امنیت، سرعت عملیات و نوآوری در تسویه، از جذابیت برخوردار است و سبب ترغیب استفاده از آن‌ها به عنوان ابزاری برای عقد قراردادهای بیمه ای می‌تواند باشد و به تبع آن سبب تسهیل در فرایندهای صدور و خسارت و کاهش تقلب و افزایش امنیت و به ترتیب موثر بر شاخص‌های سودآوری، ضریب خسارت، حق بیمه رانهس و ضریب نفوذ می‌باشد.

خدیور و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان شناسایی و رتبه‌بندی عوامل کلیدی موفقیت در پیاده‌سازی قرارداد هوشمند در صنعت بیمه انجام داده‌اند. عامل آگاهی‌بخشی و آموزش در خصوص بلاک چین و کاربردهای آن در صنعت بیمه، تأثیرگذارترین و عامل قابلیت همکاری و استانداردسازی که به هماهنگی و همکاری در سطح زنجیره ارزش در صنعت ناظر است، تأثیرپذیرترین عامل از عوامل دیگر است. از طرف دیگر، عامل پشتیبانی و مدیریت عوامل بیشترین تأثیرات متقابل را دارد.

هاشم‌بیگی و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان ارائه و ارزیابی مدل معماری بیمه سلامت گردشگری هوشمند مبتنی بر اینترنت اشیا و ابر انجام داده‌اند. این معماری در بستر اینترنت اشیا و ابر ارائه‌شده است که زمینه هوشمندی را فراهم می‌کند و با ثبت داده‌های افراد در پروفایل ریسک شخصی، امکان ارائه تعرفه‌های خاص و کاهش هزینه‌های گردشگری را ممکن می‌سازد؛ بنابراین گردشگران با اطمینان خاطر بیشتری نسبت به کنترل وضعیت سلامتی خود، قادر به سفر خواهند بود.

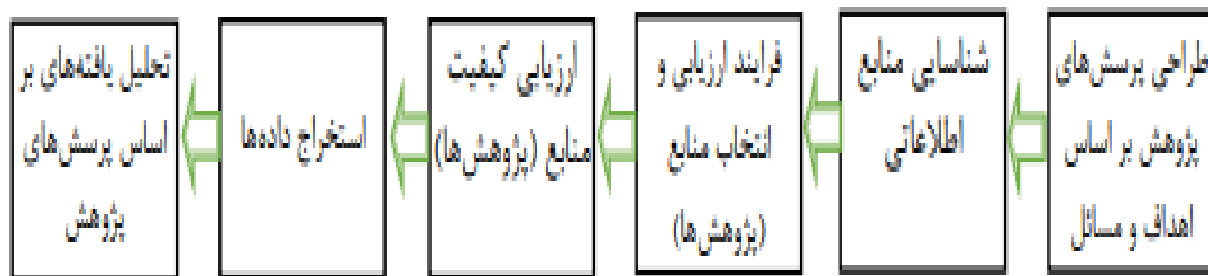
پارسامنش و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های پذیرش فن‌آوری بیمه با روش داده بنیاد انجام داده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای حمایت، مشروعیت‌یابی، توسعه فرهنگی و عملکرد، قدرت نفوذ بالایی داشته و تأثیرپذیری کمی دارند و در ناحیه متغیرهای مستقل قرار گرفته است. متغیرهای قیمت، همکاری، اعتماد و مزایای خرید نیز از وابستگی بالا اما نفوذ اندکی برخوردار هستند؛ بنابراین متغیرهای وابسته محسوب می‌شوند. متغیرهای محدودیت و پیچیدگی قدرت نفوذ و میزان وابستگی مشابهی دارند؛ بنابراین متغیرهای پیوندی هستند. از آنجائی که متغیرهای حمایت، مشروعیت بخشی، عوامل فرهنگی و عملکرد دارای تأثیرگذاری بالا و از قدرت نفوذ بالایی نیز برخوردارند، باید از طرف متولی صنعت برای ایجاد جو حمایتی نسبت به ایشورتک‌ها و فراهم ساختن منابع مناسب و تقویت زیرساخت‌های پایدار توسعه ایشورتک مورد توجه قرار گیرند و از طرفی متغیرهای قیمت، همکاری، اعتماد و مزایای خرید بسیار تأثیرپذیر هستند و شرکت‌های ایشورتک نیز باید با ارائه تکنیک‌های روز بازاریابی و با تعامل با بیمه‌گران نسبت به جلب اعتماد مشتریان خدمات بیمه و رفع نگرانی خرید از این شیوه، ایجاد جذابیت در خرید با ارائه مزایای منحصر به فرد و با نرخ و شرایط مناسب‌تری به نسبت شرکت‌های سنتی، به توسعه و افزایش ضریب نفوذ بیمه کشور کمک نمایند.

پارسامنش و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان طراحی الگوی پذیرش فناوری بیمه (ایشورتک) با روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری انجام داده‌اند. نتایج نشان داد متغیرهای حمایت، مشروعیت‌یابی، توسعه فرهنگی و عملکرد، قدرت نفوذ بالایی داشته و متغیرهای قیمت، همکاری، اعتماد و مزایای خرید نیز از وابستگی بالا، اما نفوذ اندکی برخوردارند و وابسته محسوب می‌شوند. همچنین، متغیرهای محدودیت و پیچیدگی قدرت نفوذ و میزان وابستگی مشابهی دارند و متغیرهای پیوندی هستند.

هداوند و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان بررسی تاثیر مزیت فناوری‌های بیمه (اینشورتک) بر رضایت و وفاداری مشتری انجام داده‌اند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که مزیت فناوری‌های بیمه (اینشورتک) بر رضایت و وفاداری مشتری تاثیر مثبت و معناداری دارد. شاه‌بازاده و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان طراحی مدل هوشمند پیش‌بینی توانگری مالی در شرکت‌های بیمه (رویکرد داده‌کاوی) انجام داده‌اند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که توانگری مالی با دقت قابل قبول پیش‌بینی پذیرند و مدل استخراج شده با استفاده از درخت تصمیم دقت و قابلیت بسیار بالایی در تخمین را داراست.

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های بنیادی و به روش کیفی بوده و شیوه انجام آن، مرور نظام‌مند ادبیات علمی است، از منظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی است. برای گردآوری اطلاعات از روش‌های مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شده است و از طریق مرور نظام‌مند ادبیات، منابع مناسب پالایش و انتخاب شده‌اند. مرور مطالعات گذشته به شیوه‌های متعددی انجام می‌شود که یکی از ناشناخته‌ترین این روش‌ها مرور نظام‌مند است، این روش نوعی مطالعه و تحلیل ثانویه مطالعات گذشته است. بهتر است پس از نگارش پروتکل، معیارهای ورود و خروج ثبت شود. با ثبت پروتکل معیارهای ورود و خروج تعیین می‌شود که یک مرور نظام‌مند در حال اجرا است. در ادامه، پس از تحلیل داده‌ها به روش داده بنیاد و رویکرد گلگیری کدگذاری داده‌ها انجام شده است و چارچوب نظری مد نظر احصا و تدوین شده است. مرور نظام‌مند با تعریف یک پروتکل مرور آغاز می‌شود. پروتکل انجام مرور نظام‌مند در این مقاله در قالب شکل زیر ارائه شده است.



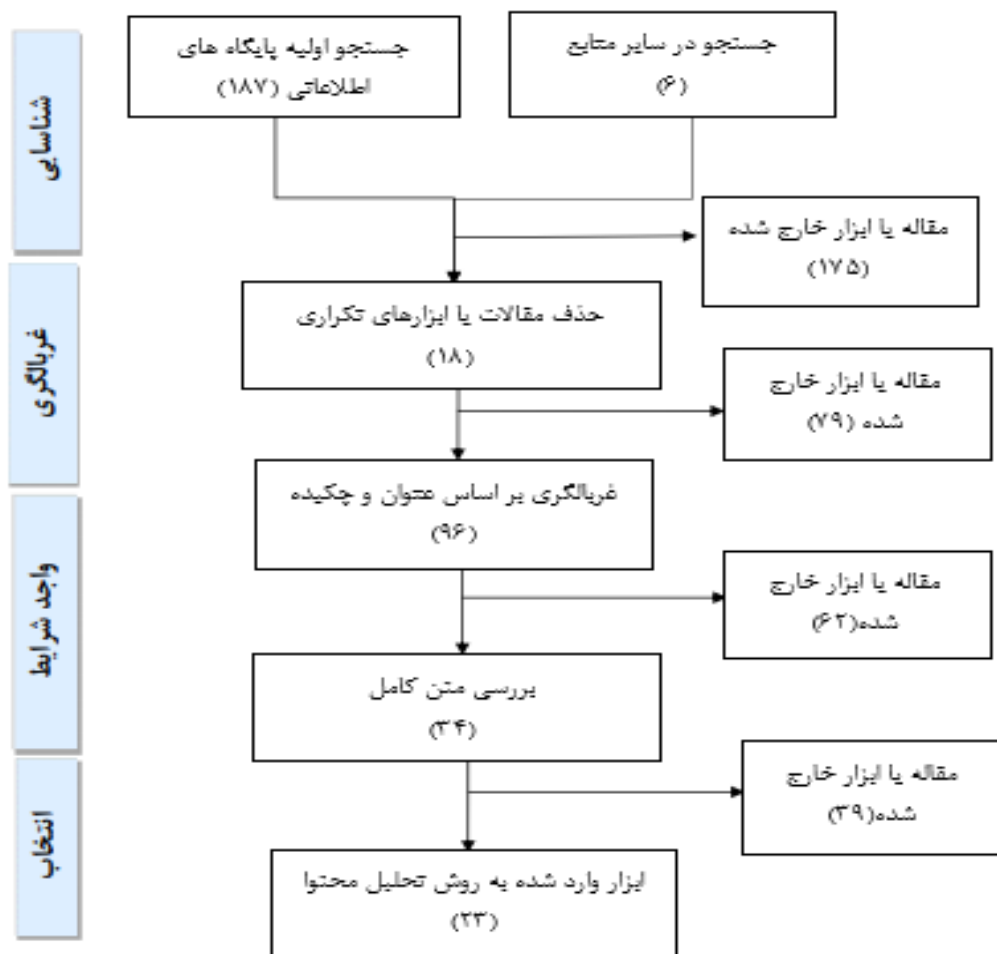
شکل ۲: فرایند مرور نظام‌مند

به منظور تنظیم سوال پژوهش باید به سوالات چه چیزی، چه کسی، چه زمانی و پرسش در مورد چگونگی پاسخ داد. این پرسش‌ها به روشی که برای به انجام رساندن مطالعات استفاده می‌شود اشاره دارد. در روش مرور نظام‌مند از متن پژوهش‌های پیشین به عنوان داده برای پژوهش استفاده می‌شود، لذا با توجه به اینکه روش اسنادی است، در این پژوهش داده‌های ثانویه مورد تحلیل قرار گرفتند. محقق با توجه به معیارهایی، مقالاتی را وارد روش مرور نظام‌مند می‌کند و تعدادی را از فرایند خارج می‌کند (غفاری آشتیانی و غیاث‌آبادی فراهانی، ۱۴۰۳). در مرحله شناسایی به منظور تحقق جامعیت جستجو با موضوع بیمه هوشمند تلاش شده تا محدوده جستجوی منابع (پایگاه‌های اطلاعاتی)، گسترده‌تر در نظر گرفته شود، به طوری که از اکثر کتابخانه‌های دیجیتال و پایگاه‌های داده آنلاین استفاده شود. برای جستجوی مطالعات در پایگاه‌های خارجی از گوگل اسکالر، ساینس دایرکت و امرالد و برای جستجوی مطالعات در پایگاه‌های داخلی از پرتال جامع علوم انسانی، مگیران و نورمگز استفاده شده است. ویژگی بارزی که مرور نظام‌مند را از دیگر انواع مرور ادبیات متمایز می‌نماید، رویه‌های روشمند به منظور ترکیب یافته‌هایی می‌باشد که باعث می‌شود، پژوهش‌ها کارایی و کیفیت بالاتری داشته باشند.

نظام‌مند بودن مرتبط با تدوین راهبرد جستجو است که به افزایش عینیت پژوهش کمک می‌نماید (پهلوان شریف و همکاران، ۲۰۱۹). مرور نظام‌مند باید مطابق با استراتژی جستجوی از پیش تعیین شده صورت گیرد، فلذا در این روش، استراتژی جستجو مستندسازی می‌شود تا خوانندگان بتوانند دقت و کامل بودن آن را ارزیابی کنند. استراتژی جستجو باید اجازه ارزیابی کامل بودن جستجو را بدهد. به منظور جستجوی اولیه در پایگاه‌های داده (موارد بالا) در همه فیلدها (عنوان، کلید واژه، چکیده، متن و فهرست منابع) استفاده شده است. در ضمن، برای جامعیت هر چه بیشتر جستجو، کلیدواژه‌های کامل‌تر مثل خدمات بیمه هوشمند نیز جستجو شده است. در مرحله غربالگری نتایج جستجو در هر پایگاه داده در صورت تکراری بودن در مقایسه با منابع گردآوری شده و همچنین نتایج جستجو در پایگاه‌های قبلی حذف شدند. هم‌منظور منابعی که به دلیل نبود امکان دسترسی به متن کامل آنها، قابل ارزیابی و استفاده در مراحل بعد نبودند، حذف شدند. سپس با بررسی عنوان، چکیده و جستجوی عبارت در متن کامل نتایج جستجو، منابع نامرتبط حذف شدند. در مرحله بررسی واجد شرایط بودن (شامل بودن)، با بررسی متن کامل منابع انتخاب شده در مرحله غربالگری، تعدادی از منابع به دلیل تطابق نداشتن با معیارهای پذیرش، به خصوص نامرتبط بودن با پرسش پژوهش حذف شدند. برای اجرای این مرحله می‌بایست معیارهای پذیرش (شمولیت) و استثناء کردن (عدم شمولیت) کاملاً مشخص شوند. معیارها با هدف انتخاب منطقی منابع مرتبط با سوال پژوهش از میان منابع موجود است. در مرحله ارزیابی واجد شرایط بودن پس از اعمال معیارهای پذیرش و عدم پذیرش تعداد منابع باز هم کاهش یافت. به منظور کاهش سوگیری با پیروی از رویه پریزما مقاله‌هایی که به مطالعه فناوری‌های نوین در بیمه یا بیمه هوشمند پرداخته‌اند به عنوان جامعه مورد مطالعه انتخاب شدند. چک لیست پریزما هر مطالعه و خلاصه داده‌ها را با یک دید انتقادی مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهد. از این رو چک لیست پریزما به محقق کمک می‌نماید تا مطالعات و مستندات غیر مرتبط که برای انجام پژوهش مورد نظر مناسب نیستند را شناسایی و آن‌ها را از مطالعه حذف نمایند تا در هنگام تفسیر نمودن نتایج، مشکلی ایجاد نشود. سپس برای روایی از برنامه ارزیابی مهارت‌های انتقادی کسپ استفاده گردید که دارای روایی بالا و قابل استناد در مطالعات انجام شده می‌باشد. این مقایس شامل ۱۰ آیتم است که برای هر آیتم امتیاز ۱ تا ۵ تعلق می‌گیرد و در نهایت تمامی امتیازات جمع و به عنوان نمره کل به شمار می‌آید و در نهایت منابع دارای امتیاز ۳۰ به بالا تایید می‌شوند. در این پژوهش نیز، اعضای تیم پژوهش در رابطه با تمامی مراحل، از مرور و غربالگری منابع تا استخراج کدها و تحلیل یافته‌ها، طی چندین مرحله و به طور رفت و برگشتی، بحث و بررسی کرده و در خصوص آنها به توافق رسیدند و آنها را تأیید کردند.

۴. یافته‌ها

در این مطالعه متناسب با روش مرور نظام‌مند ادبیات علمی به گردآوری داده‌های مرتبط پرداخته شده است، سپس بر اساس الگوی پریزما فرایند غربالگری انجام شده است. در ادامه فرآیند جستجو و اعمال معیارهای ورود و خروج مقالات و ابزارهای مرتبط با فناوری‌های نوین در ارائه خدمات بیمه هوشمند در شکل (۲) نشان داده شده است.



شکل ۳: مراحل ورود و انتخاب مقالات بر اساس الگوی پریزما

به منظور گردآوری داده ها از مقالات فارسی در سال های ۱۳۹۰ - ۱۴۰۳ و مقالات لاتین ۲۰۱۰-۲۰۲۳ و همچنین سایت های معتبر استفاده شده است. در جدول (۱) منابع استفاده شده معرفی شده است.

جدول ۱: منابع مورد استفاده در مرور نظام‌مند ادبیات علمی

منابع لاتین	منابع فارسی	منابع اینترنتی
ناتاليجا (۲۰۱۹)	زمانی (۱۴۰۲)	/https://fintech.global
زاگورین (۲۰۱۷)	هاشم بیگی و همکاران (۱۴۰۲)	/https://www.comarch.com
کوه و تان، ۲۰۱۸	ایزدی و همکاران (۱۴۰۳)	https://www.cigniti.com/
Deloitte Digital, 2017	خدیور و همکاران (۱۴۰۱)	https://blog.adacta-fintech.com/
Accenture, 2018	ریسی وانانی و همکاران (۱۴۰۲)	/https://www.reply.com
Zagorin, 2018	ایزدی و همکاران (۱۴۰۳)	
	بالامی و همکاران (۱۴۰۲)	
چن و همکاران (۲۰۲۱)	مرادی‌جو و مرادی (۱۴۰۱)	
گاتشی و همکاران (۲۰۱۸)		
مامیکو (۲۰۲۰)		
هانس و همکاران (۲۰۱۷)		
ضیا و کالیا (۲۰۲۲)		
عظمت و همکاران (۲۰۲۳)		
ارج جیلان (۲۰۲۲)		
کجوانگ (۲۰۲۲)		
سینگ و چیووکولا (۲۰۲۰)		
ناوارتی و همکاران (۲۰۱۷)		
کاپیلو و کاپیلو (۲۰۱۸)		

استخراج اطلاعات از منابع شامل نام نویسنده یا نویسندگان، سال انتشار، عنوان و شناسایی داده‌ها به روش تحلیل محتوا است که در جدول (۲) اطلاعات گردآوری شده از منابع مشخص شده است.

جدول ۲: استخراج اطلاعات از منابع

ردیف	نویسنده / سال	مفاهیم	کدها
۱	ناتاليجا (۲۰۱۹)	شبکه‌های اجتماعی، از جمله فیس بوک، لینکدین، اینستاگرام و غیره برای بازاریابی و فروش بیمه‌ها استفاده می‌شود	بازاریابی فروش استفاده از شبکه‌های اجتماعی
۲	ناتاليجا (۲۰۱۹)	داده‌ها و سوابق مراقبت‌های بهداشتی بیمه‌شدگان (به‌ویژه در بیمه سلامت) توسط بیمه و شرکت‌های مرتبط جمع‌آوری و پردازش می‌شوند.	داده‌ها و سوابق مراقبت‌های بهداشتی بیمه‌شدگان
۳	ناتاليجا (۲۰۱۹)	تاریخچه خسارت بیمه و اطلاعات مربوط به حادثه برای جلوگیری از تقلب یا تصمیم‌گیری در مورد حق بیمه بررسی می‌شود.	تاریخچه خسارت بیمه و اطلاعات مربوط به حادثه جلوگیری از تقلب تصمیم‌گیری در مورد حق بیمه
۴	ناتاليجا (۲۰۱۹)	اطلاعات شخصی مانند محل سکونت، موقعیت، وضعیت تأهل یا خانوادگی، تحصیلات، شغل، سطح درآمد نیز جمع‌آوری شده است.	سهولت در دسترسی به اطلاعات شخصی بیمه‌شدگان
۵	ناتاليجا (۲۰۱۹)	سیستم‌های اطلاعات هوشمند طیفی از مسائل اخلاقی را مطرح می‌کنند.	مسائل اخلاقی در حوزه بیمه جلوگیری از تقلب
۶	زاگورین (۲۰۱۷)	تجزیه و تحلیل سریع‌تر حجم وسیع‌تر داده‌ها و تسویه سریع‌تر و سفارشی‌سازی خسارت‌ها اکنون در صنعت بیمه امکان‌پذیر است، زیرا فناوری‌های هوشمند امکان سلف سرویس را فراهم می‌کنند، به بهبود تجربه مشتری و استفاده از بیمه درخواستی کمک می‌کنند.	تجزیه و تحلیل سریع‌تر داده‌ها، تسویه سریع‌تر، سفارشی‌سازی بهبود تجربه مشتری
۷	کوه و تان، ۲۰۱۸	تعاملات شخصی با مشتریان و توسعه محصول بیمه شخصی امکان‌پذیر است.	تعاملات شخصی با مشتریان، شخصی‌سازی،
۸	Deloitte Digital, 2017	سیستم‌های اطلاعاتی هوشمند همچنین به شرکت‌های بیمه کمک می‌کنند تا آخرین دانش را در زمان واقعی دریافت کنند و فرصت‌های تجاری جدید را شناسایی کنند.	دریافت آخرین دانش در زمان واقعی، شناسایی فرصت‌های تجاری جدید.
۹	Accenture, 2018	مزایایی برای کارکنان شرکت‌های بیمه وجود دارد، زیرا سیستم‌های اطلاعاتی هوشمند بهره‌وری را بهبود می‌بخشد منابع موردنیاز را کاهش می‌دهد (که هزینه‌ها را کاهش می‌دهد)، کار را ساده‌تر می‌کند در	مزایایی برای کارکنان، افزایش بهره‌وری، ساده‌سازی کار، سهولت در تصمیم‌گیری

تصمیم‌گیری کمک می‌کند و حتی چشم‌انداز شغلی را برای کارگران گسترش می‌دهد	گسترش چشم‌انداز شغلی برای کارگران
۱۰	2018, Accenture
بیش از نیمی از مدیران عامل بیمه معتقدند که هوش مصنوعی و داده‌های بزرگ محل کار آن‌ها را متحول می‌کند، بهره‌وری را بهبود می‌بخشد، منجر به افزایش خالص مشاغل در شرکتشان می‌شود، مشاغل آن‌ها را ساده‌تر می‌کند و تعادل بین کار و زندگی آن‌ها را بهبود می‌بخشد.	تحول در فرآیند سازمانی بیمه‌ها، بهره‌وری، سادگی در فرآیند انجام کارها، بهبود تعادل بین کار و زندگی.
۱۱	2018, Zagorin
به کارگیری فن‌آوری‌ها در صنعت بیمه که با شناسایی آسان‌تر ادعاهای تقلبی، ضررهای این حوزه را کاهش می‌دهد.	به کارگیری فناوری‌های نوین، جلوگیری و کاهش تقلب‌ها، کاهش ضررهای احتمالی.
۱۲	2017, Deloitte Digital
این برنامه از هوش مصنوعی برای شناسایی شکاف‌های مراقبت استفاده می‌کند و آن‌ها را با مراجعه و انتخاب رایگان پزشک پر می‌کند تا از اقامت پرهزینه در بیمارستان جلوگیری کند	پذیرش و دریافت نوبت اینترنتی، انتخاب رایگان پزشک، دسترسی به انتقادات و پیشنهادات بیماران نسبت به پزشکان، کاهش ضررهای احتمالی، کاهش مراجعه به مراکز درمانی،
۱۳	چن و همکاران (۲۰۲۱)
قراردادهای هوشمند بلاک‌چین می‌توانند کارایی تسویه ادعاها را تا حدی بهبود بخشند.	کارایی تسویه‌ها، قراردادهای هوشمند بلاک‌چین،
۱۴	چن و همکاران (۲۰۲۱)
امنیت بلاک‌چین می‌تواند مسائل حریم خصوصی و امنیتی بیمه‌گذاران را تا حدودی حل کند.	امنیت بلاک‌چین، مسائل حریم خصوصی و امنیتی بیمه‌گذاران،
۱۵	چن و همکاران (۲۰۲۱)
بلاک‌چین می‌تواند مشکل اعتماد بین بیمه‌گذاران و موسسات بیمه را تا حدودی حل کند.	قابلیت اعتماد بین بیمه‌گذاران،
۱۶	چن و همکاران (۲۰۲۱)
بلاک‌چین می‌تواند مشکل ردیابی در لینک‌های فروش را حل کند و تا حدی از دست‌کاری داده‌ها جلوگیری کند.	حل مشکل ردیابی در لینک‌های فروش، جلوگیری از دست‌کاری داده‌ها،
۱۷	گاتشی و همکاران (۲۰۱۸)
دولت برای ثبت به شیوه‌ای شفاف آرای شهروندان، یا برنامه‌های سیاستمداران (برای بررسی اینکه آیا وعده‌های داده‌شده عمل شده است یا خیر) یا فعال کردن سیستم‌های حکومتی مستقل.	شفاف‌سازی اطلاعات، شفاف‌سازی برنامه‌های سیاستمداران،

۱۸	گاتشی و همکاران (۲۰۱۸)	ازر کاربردهای بلاک چین در صنعت بیمه: مالکیت معنوی، برای تصدیق اثبات وجود و تألیف سند.	مالکیت معنوی، تصدیق اثبات وجود و تألیف سند
۱۹	گاتشی و همکاران (۲۰۱۸)	بهره‌برداری از تغییرناپذیری داده‌های ذخیره‌شده در بلاک چین؛	بهره‌برداری از تغییرناپذیری داده‌های ذخیره‌شده در بلاک چین
۲۰	گاتشی و همکاران (۲۰۱۸)	انتقال پول بین طرفین بدون نیاز به اتکا به بانک‌ها.	سهولت در فرآیند مالی، انتقال پول بین طرفین بدون نیاز به اتکا به بانک‌ها.
۲۱	گاتشی و همکاران (۲۰۱۸)	برای ثبت مشخصات کالاها و همچنین مالکیت آن‌ها، به‌ویژه برای تجمل‌گرایی کالاها، در نتیجه بازار اقلام تقلبی/دزدیده‌شده را کاهش می‌دهد.	جلوگیری از تقلب‌ها،
۲۲	گاتشی و همکاران (۲۰۱۸)	بهره‌برداری از قراردادهای هوشمند برای پردازش خودکار داده‌هایی که از حسگرها به دست می‌آیند تا به ماشین‌های هوشمند اجازه تعامل با یکدیگر را بدهند.	پردازش خودکار داده‌ها
۲۳	مامیکو (۲۰۲۰)	تأثیر هوش مصنوعی بر مدل‌های کسب‌وکار بیمه باعث بهبود کارایی پردازش داده‌ها و تصمیم‌گیری از نظر قرارداد و پردازش خسارت، به عنوان حوزه‌های بارز شده است.	کارایی پردازش داده‌ها، کاهش تقلب، پیش‌بینی ضرر،
۲۴	هانس و همکاران (۲۰۱۷)	بلاک‌چین و قراردادهای هوشمند: فناوری‌های مخرب برای بازار بیمه	قراردادهای هوشمند، تامین اطلاعات، تسویه هوشمندانه دارایی‌ها
۲۵	ضیا و کالیا (۲۰۲۲)	فناوری‌های نوظهور در بخش بیمه: شواهدی از ادبیات علمی	داده‌های بزرگ، هوش مصنوعی، رسانه‌های اجتماعی.
۲۶	عظمت و همکاران (۲۰۲۳)	نقش فناوری دیجیتال در آینده بیمه و توسعه اقتصادی	بهبود خدمات مالی، توسعه درآمد ملی، رشد اقتصادی
۲۷	ارج جیلان (۲۰۲۲)	اثرات هوش مصنوعی بر بخش بیمه: ظهور، کاربردها، چالش‌ها و فرصت‌ها تأثیر هوش مصنوعی بر حاکمیت	پذیرش فناوری‌های هوش مصنوعی، کاهش هزینه‌ها،

۲۸	سینگ و چیوو کولا (۲۰۲۰)	پذیره نویسی یکی از بزرگ ترین چالش ها در صنعت بیمه و سایر صنایع است زیرا به شدت به مداخلات انسانی بستگی دارد.	پذیره نویسی خود کار،
۲۹	سینگ و چیوو کولا (۲۰۲۰)	هوش مصنوعی می تواند در جستجوی مشتریان برای انواع بیمه نامه ها از جمله زندگی، سلامت، مستمری، از کار افتادگی، بدهی، خودرو، صاحب خانه، اجاره نشینان، سیل، استفاده شود.	دسترسی به مشتریان جستجوگر،
۳۰	سینگ و چیوو کولا (۲۰۲۰)	تجزیه و تحلیل جغرافیایی می تواند به مکان یابی کارآمد یک کسب و کار جدید کمک کند که در آن داده های سطح کد پستی در مورد اطلاعات جمعیتی، اجتماعی - اقتصادی، بهداشتی، محیطی و سایر اطلاعات مرتبط به تصمیم گیرندگان کمک می کند تا کسب و کار جدید بالقوه را شناسایی کنند.	هدف گذاری کسب و کار جدید، خدمات شخصی شده،
۳۱	سینگ و چیوو کولا (۲۰۲۰)	مدل هایی برای خدمات شخصی سازی شده با استفاده از محصول با رتبه بندی مشتریان	شخصی سازی خدمات
۳۲	سینگ و چیوو کولا (۲۰۲۰)	مشتریان صنعت بیمه هر کدام منحصر به فرد هستند و رفتار و نگرش متفاوتی دارند که بر رفتارهای خرید و پاسخ آنها به محصولات ارائه شده تأثیر می گذارد.	تقسیم بندی مشتریان، پیش بینی رفتارهای مشتریان،
۳۳	سینگ و چیوو کولا (۲۰۲۰)	تقسیم بندی مشتری کمک قابل توجهی به درک گروه مشتریان متنوع می کند.	تقسیم بندی مشتریان، درک گروه مشتریان، پیش بینی ریزش مشتریان، پیش بینی ارزش طول عمر مشتری، پیش بینی تقلب،
۳۴	سینگ و چیوو کولا (۲۰۲۰)	هوش مصنوعی به پیش بینی ضرر در صنعت بیمه کمک کرده است	پیش بینی ضرر
۳۵	سینگ و چیوو کولا (۲۰۲۰)	هوش مصنوعی به آنها کمک می کند تا از طریق پیش بینی ادعاهای آتی که به شرکت ها در پرداخت حق بیمه رقابتی از مشتریان کمک می کند، یک قدم جلوتر از رقبای خود باشند.	پیش بینی نرخ ادعاهای آتی، مزیت رقابتی،
۳۶	سینگ و چیوو کولا (۲۰۲۰)	هوش مصنوعی به هدف قرار دادن فرد مناسب در زمان مناسب کمک می کند.	بازاریابی رویدادهای زندگی، پرس و جو درباره نیازهای مشتری،

۳۷	سینگ و چیووکولا (۲۰۲۰)	چت بات ها یکی از اختراعات انقلابی هوش مصنوعی هستند که به میلیون ها مشتری کمک می کند تا به سؤالات و نگرانی های اساسی خود از طریق مکالمات آنلاین یا پیام رسانی پاسخ دهند.	چت بات بیمه، پاسخگویی سریع به سؤالات مشتریان، کاهش نارضایتی مشتریان، بهبود رضایت مشتریان،
۳۸	/https://fintech.global	با دسترسی به حجم وسیعی از داده ها، شرکت های بیمه می توانند روندهای آینده را پیش بینی کنند و راه حل های سفارشی تری را به مشتریان ارائه دهند. یادگیری ماشین همچنین به تجزیه و تحلیل الگوهای ریسک و پیش بینی روندهای آینده کمک می کند و به طور قابل توجهی به نفع مشتریان است.	پیش بینی روندهای آینده صنعت بیمه، یادگیری ماشین، دسترسی به حجم وسیعی از داده ها، بهبود ارائه خدمات، رضایت مشتریان در صنعت بیمه
۳۹	/https://fintech.global	هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی می توانند داده ها را سریع تر از انسان ها تجزیه و تحلیل کنند و بینش هایی را به دست آورند و آن ها را برای پذیره نویسی، کشف تقلب و امنیت سایبری ارزشمند می سازند.	تجزیه و تحلیل سریع تر داده ها، کشف تقلب ها، امنیت سایبری، پذیره نویسی. هوش مصنوعی یادگیری ماشینی
۴۰	/https://fintech.global	هوش مصنوعی می تواند ریسک ها را پیش بینی کند، راه حل های مدیریت ریسک ارائه دهد و فعالیت های متقلبانه را با تجزیه و تحلیل داده ها و الگوهای تاریخی در چند دقیقه شناسایی کند، کاری که انسان ها را بسیار طولانی تر می برد.	پیش بینی ریسک ها با کمک هوش مصنوعی، تجزیه و تحلیل سریع تر داده ها،
۴۱	/https://fintech.global	با توسعه ربات های گفتگوی مجهز به هوش مصنوعی، متصدیان فعلی می توانند پشتیبانی فوری و شبانه روزی مشتری را نیز ارائه دهند و نیروی انسانی را برای سایر عملکردها آزاد کنند.	پشتیبانی سریع و به موقع، توسعه ربات های گفتگو در صنعت بیمه،
۴۲	/https://fintech.global	به شرکت های غیر بیمه اجازه می دهد تا در محل فروش بیمه نامه ارائه دهند، انتخاب و کارایی هزینه را برای مصرف کنندگان فراهم می کند.	کاهش هزینه برای مشتریان در صنعت بیمه، سهولت در دسترسی و ارائه خدمات،

۴۳	https://fintech.global	بهینه‌سازی فرآیندهای تجاری بیمه مشتری و حفظ آن‌ها در بازاری که به سرعت در حال تغییر است کمک می‌کند. بهبود تجربه گران، بهینه‌سازی فرآیندهای تجاری بیمه، بهبود تجربه مشتری، حفظ مشتری،
۴۴	https://www.comarch.com	شرکت‌های بیمه با پذیرش فناوری‌های مختلف بیمه مانند هوش مصنوعی، داده‌های بزرگ، بلاک چین و بسیاری موارد دیگر انقلابی را برای بهبود فرآیند و تجربه مشتری ایجاد می‌کنند. پذیرش فناوری‌های مختلف بیمه، به کارگیری هوش مصنوعی، داده‌های بزرگ، بهبود تجربه مشتری،
۴۵	https://www.comarch.com	فناوری‌های جدیدی مانند بلاک چین برای مدیریت مؤثرتر داده‌های مشتری، ساده‌سازی مدیریت هویت و تأیید استفاده می‌شوند. مدیریت مؤثرتر داده‌های مشتری، ساده‌سازی مدیریت هویت مشتری،
۴۶	https://www.comarch.com	آیا تابه‌حال از چت زنده وب سایت شرکت بیمه خود استفاده کرده اید؟ بله این یک ربات چت با هوش مصنوعی است که به شما در پرس و جو کمک می‌کند. به کارگیری چت بات ها در بیمه،
۴۷	https://www.comarch.com	استفاده از داده‌های بزرگ برای تخمین و تجزیه و تحلیل ریسک‌ها به منظور بهبود و کارآمد کردن فرآیند پذیرهنویسی بیمه وجود دارد. فرآیند پذیرهنویسی،
۴۸	https://www.comarch.com	زمانی که یک شرکت بیمه مجموعه بزرگی از داده‌ها برای مطالعه در مورد الگوهای ریسک داشته باشد، می‌تواند آینده را پیش‌بینی کند و راه‌حل سفارشی‌تری برای مشتریان ارائه دهد. شکل‌دهی آینده بخش بیمه، شخصی‌سازی خدمات
۴۹	https://www.comarch.com	از یادگیری ماشینی برای تحلیل الگوهای ریسک و پیش‌بینی روندهای آینده استفاده می‌شود. پیش‌بینی روندهای آینده بیمه،
۵۰	https://www.comarch.com	این نوآوری‌ها چشم‌انداز بیمه را تغییر می‌دهند، تجربیات مشتری را بهبود می‌بخشند، فرآیندهای پذیرهنویسی را بهینه می‌کنند و در نهایت نحوه درک و استفاده از بیمه را تغییر می‌دهند. بهبود تجربه مشتری، فرآیندهای پذیرهنویسی،
۵۱	https://www.comarch.com	همانطور که بیمه‌گران به استفاده از فناوری ادامه می‌دهند، صنعت بیمه به سرعت در حال پیشرفت است و بخش کارآمدتر، مشتری محور و یکپارچه دیجیتالی را ایجاد می‌کند. فرایند یکپارچه دیجیتالی،

۵۲	https://www.comarch.com	مهم‌ترین پیشرفت‌های فناوری در پردازش ادعاها است. مشتریان بیمه از فرآیند مطالبات ساده سود می‌برند که باعث کاهش ناامیدی و بهبود رضایت می‌شود. به طور سنتی، ثبت یک ادعا به معنای کاغذبازی و انتظار زیادی بود.	بهبود رضایت مشتریان، کاهش کاغذبازی، فرآیند مطالبات ساده،
۵۳	https://www.comarch.com	شرکت‌های بیمه به پلتفرم‌های آنلاین روی آورده‌اند که به شما امکان می‌دهد به صورت آنلاین ادعای خود را ثبت کنید و مدارک لازم را بارگذاری کنید تا بتوانند به‌روزرسانی‌های فوری را دریافت کنند.	استفاده از پلتفرم‌های آنلاین، به‌روزرسانی‌های فوری،
۵۴	https://www.comarch.com	استفاده از داده‌های مشتری با ارائه اطلاعات حیاتی به بیمه‌گران برای تصمیم‌گیری سریع‌تر، به تسريع رسیدگی به خسارت کمک می‌کند.	استفاده از داده‌های مشتری، تصمیم‌گیری سریع‌تر، تسريع در رسیدگی به خسارت
۵۵	https://www.comarch.com	روندهای فناوری زنجیره ارزش بیمه را متحول می‌کند، بر پذیره‌نویسی، ارزیابی ریسک و توسعه محصولات و خدمات جدید تأثیر می‌گذارد.	پذیره‌نویسی، ارزیابی ریسک، توسعه محصولات و خدمات، زنجیره ارزش بیمه
۵۶	https://www.comarch.com	با راه‌اندازی دفتر کل عمومی بدون دست‌کاری، همه نهادهای دخیل در فرآیند ادعا می‌توانند یک منبع اطلاعاتی واحد را ببینند و این امر باعث کاهش اختلافات و تسريع در روند ادعا می‌شود.	کاهش اختلافات، کاهش ناراضی‌های مشتری، تسريع در روند ادعا،
۵۷	https://www.comarch.com	Comarch از طریق اجرای راه‌حل‌های فن‌آوری پیشرفته، به بهینه‌سازی فرآیندهای تجاری بیمه‌گر، بهبود تجربه مشتری و پیش‌تاز ماندن در میان رقبا در بازار بیمه به سرعت در حال تغییر کمک می‌کند.	اجرای راه‌حل‌های فناورانه پیشرفته، بهینه‌سازی فرآیندهای تجاری بیمه‌گر، بهبود تجربه مشتری، پیش‌تاز ماندن در میان رقبا در بازار،
۵۸	https://www.comarch.com	فناوری با استفاده از اینترنت اشیا برای نظارت بر داده‌های خودرو و بیمه سلامت با فعال کردن قیمت‌گذاری خاص و تنظیمات پویا بر اساس رفتار فردی، به طور قابل توجهی بر بیمه خودرو تأثیر می‌گذارد.	فناوری با استفاده از اینترنت اشیا، فعال کردن قیمت‌گذاری ارائه خدمات،

۵۹	https://www.comarch.com	Comarch همچنین از ابزارهای اتوماسیون برای پاسخگویی به نیازهای مشتریان، خودکارسازی فرآیندها، ذخیره سازی اسناد، تدوین بیمه نامه آنلاین.	استفاده می کند.
۶۰	https://www.cigniti.com/	اپلیکیشن های موبایل و پلت فرم های آنلاین دسترسی راحت به بیمه نامه ها را فراهم می کنند و امکان ارتباط بی وقفه بین بیمه گران و بیمه گذاران را فراهم می کنند.	استفاده از پلتفرم های آنلاین
۶۱	https://www.cigniti.com/	فناوری هوش مصنوعی ظرفیت پردازش حجم عظیمی از داده های مشتری را دارد و امکان ایجاد محصولات شخصی سازی شده برای مشتریان را فراهم می کند.	هوش مصنوعی
۶۲	https://www.cigniti.com/	ایجاد یک طرح استراتژیک در حین اجرای فناوری دیجیتال در بخش بیمه	تدوین برنامه راهبردی
۶۳	https://blog.adacta-fintech.com/	اینترنت اشیا به عنوان یک فناوری که بین دنیای فیزیکی و دیجیتال پل ارتباطی برقرار می کند، به یک روند به سرعت در حال رشد تبدیل شده است که در سال های آینده تأثیر زیادی بر صنعت بیمه خواهد گذاشت.	اینترنت اشیا
۶۴	https://blog.adacta-fintech.com/	افزایش تعداد دستگاه های IoT شرکت های بیمه را قادر می سازد تا نه تنها میزان، بلکه کیفیت داده های مربوط به دقت ارزیابی ریسک و مدل سازی قیمت را به طور قابل توجهی گسترش دهند.	اینترنت اشیا، کیفیت داده ها، ارزیابی ریسک،
۶۵	ناواریتی و همکاران (۲۰۱۷)	جرائم سایبری همچنین نیازمند درک بهتر نقش بیمه در برخورد با تنظیم داده های مشتری است و بیمه گران سنتی باید اطمینان حاصل کنند که برای حفظ نقش برجسته خود در رابط مشتری، به روز هستند.	حفظ حریم خصوصی
۶۶	ناواریتی و همکاران (۲۰۱۷)	تامین مالی دیجیتال می تواند خرید بیمه خانوار را با افزایش سواد مالی ساکنان و دسترسی آن ها به خدمات مالی آنلاین ارتقا دهد.	تامین مالی دیجیتال، دسترسی به خدمات مالی آنلاین، پاسخگویی سریع تر،
۶۷	ناواریتی و همکاران (۲۰۱۷)	تامین مالی دیجیتال خرید ملک و زندگی را به جای بیمه سلامت افزایش می دهد و وسعت پوشش و عمق استفاده از تامین مالی دیجیتال تاثیرات مهم تری بر خرید بیمه خانوار نسبت به سطح دیجیتالی شدن دارد.	تامین مالی دیجیتال،

۶۸	https://www.reply.com	«بیمه هوشمند» با هدف ایجاد یک سیستم دیجیتالی است که مدیریت بیمه نامه را کارآمدتر می کند و هماهنگی بازیگران مختلف در زنجیره، به ویژه بیمه گذاران، کارگزاران، توزیع کنندگان و دارندگان بیمه نامه را تسهیل می کند.	بیمه هوشمند
۶۹	https://www.reply.com	کاهش زمان پذیره نویسی با دیجیتالی کردن، تجربه مشتری بهبود یافته است، حداقل زمان پذیره نویسی تنها ۶ دقیقه است که منجر به رضایت مشتری از پلتفرم و محصولات ارائه شده شد.	کاهش زمان پذیره نویسی
۷۰	https://www.reply.com	برای شرکت های بیمه، تخمین زده شده است که هزینه های عملیاتی در هنگام افتتاح خسارت و تسویه خسارت در مقایسه با یک محصول بیمه سنتی مشابه، بیش از ۶۰ درصد کاهش یافته است.	کاهش هزینه های عملیاتی
۷۱	کاپیلو و کاپیلو (۲۰۱۸)	خدمات بیمه شخصی سریعتر و مؤثرتر که دسترسی فوری به داده ها را از طریق کانال های دیجیتال فراهم می کند.	شخصی سازی خدمات، دسترسی سریع
۷۲	کاپیلو و کاپیلو (۲۰۱۸)	انتظارات نیاز به محصولات جدید مشتری محور را تقویت می کند.	بهبود تجربه مشتری، شناسایی نیازهای مشتریان
۷۳	زمانی (۱۴۰۲)	ویژگی قراردادهای هوشمند به ترتیب اولویت شفافیت اطلاعات، امنیت، سرعت عملیات و نوآوری در تسویه، آن ها به عنوان ابزاری برای عقد قراردادهای بیمه ای می تواند باشد و به تبع آن سبب تسهیل در فرایندهای صدور و خسارت و کاهش تقلب و افزایش امنیت ترتیب موثر بر شاخص های سودآوری، ضریب خسارت، حق بیمه و ضریب نفوذ می باشد.	شفافیت اطلاعات، امنیت، سرعت عملیات و نوآوری در تسویه، فرایندهای صدور و خسارت، کاهش تقلب، افزایش امنیت
۷۴	هاشم بیگی و همکاران (۱۴۰۲)	معماری بیمه سلامت گردشگری هوشمند در بستر اینترنت اشیا و ابرارایه شده است که زمینه هوشمندی را فراهم می کند و با ثبت داده های افراد در پروفایل ریسک شخصی، امکان ارایه تعرفه های خاص و کاهش هزینه های گردشگری را ممکن می سازد؛ بنابراین	امکان ارایه تعرفه های خاص

	گردشگران با اطمینان خاطر بیشتری نسبت به کنترل وضعیت سلامتی خود، قادر به سفر خواهند بود.	
۷۵	ایزدی و همکاران (۱۴۰۳)	سازمان بیمه سلامت دارای سیستم‌های مختلفی مانند اسناد پزشکی، سامانه امید، دیده‌بان، استحقاق‌سنجی، سیستم شرکای کاری و نسخه‌نویسی الکترونیکی است.
۷۶	خدایور و همکاران (۱۴۰۱)	عامل آگاهی‌بخشی و آموزش در خصوص بلاک چین و کاربردهای آن در صنعت بیمه، تأثیرگذارترین و عامل قابلیت همکاری و استانداردسازی که به هماهنگی و همکاری در سطح زنجیره ارزش در صنعت ناظر است، تأثیرپذیرترین عامل از عوامل دیگر است.
۷۷	ریسی و انانی و همکاران (۱۴۰۲)	یادگیری ماشین می‌تواند به شرکت‌ها کمک کنند تا خدمات خود را با دقت بیشتری بهینه کنند، مدیریت ریسک را تقویت و در نتیجه ابزارهایی برای تصمیم‌گیری بهتر فراهم نمایند. به کارگیری یادگیری عمیق در پیش‌بینی خسارت بیمه می‌تواند به صورت کاربردی جایگزین فرایند دستی پیچیده، زمان‌بر و نادقیق موجود در شرکت‌های بیمه شود.
۷۸	ایزدی و همکاران (۱۴۰۳)	فناوری‌های نوین در ارائه خدمات بیمه می‌تواند به بهبود کارایی و اثربخشی سیستم نظارتی و در نتیجه بهبود عملکرد کلی سازمان بیمه سلامت کمک کند.
۷۹	بالامی و همکاران (۱۴۰۲)	تعداد زیادی از شرکت‌ها و سازمان‌ها دریافته‌اند که حفظ و نگهداری مشتریان فعلی به‌عنوان گران‌بهاترین سرمایه، ارزش بسیار بالایی دارند. استراتژی شرکت‌های بیمه ابتدا حفظ مشتریان فعلی و سپس جذب مشتریان جدید می‌باشد.
۸۰	مرادی‌جو و مرادی (۱۴۰۱)	ماتریس پیشرفت تأمین مالی سلامت می‌تواند نقشه راه کامل‌تر و جامع‌تری برای شناسایی ابعاد و عملکرد حوزه تأمین مالی نظام سلامت در مسیر دستیابی به پوشش همگانی سلامت ارائه دهد.

ملاک تصمیم‌گیری درباره کفایت مقالات انتخابی و داده‌های جمع‌آوری‌شده و توقف نمونه‌گیری به اشباع نظری وابسته است (غفاری آشتیانی و غیاث‌آبادی فراهانی، ۱۴۰۳). در پژوهش حاضر در مجموع ۳۰ منبع و ابزار با کلیدواژه‌های بیان‌شده در روش کار، یافت شدند

که پس از حذف عناوین تکراری و غیر مرتبط، ۸۰ مفهوم و ۱۸۲ کد شناسایی و انتخاب شد. با تجمیع مقالات و منابع منتشر شده و ابزارهای معرفی شده، در نهایت تحلیل و ترکیب داده‌ها در راستایی بررسی پیشایندها و پیاایندها در به کارگیری فناوری‌های نوین در ارائه خدمات بیمه هوشمند انجام شده است، تحلیل و ترکیب داده‌ها به روش تحلیل محتوا انجام شده است.

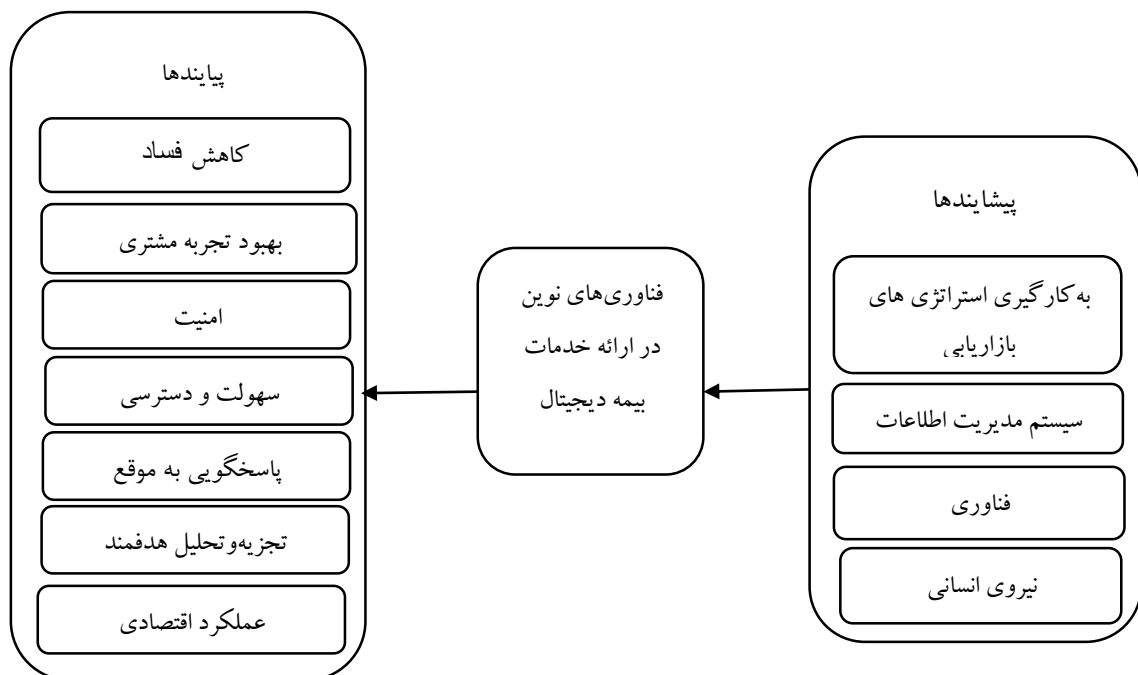
جدول ۳: ترکیب و دسته‌بندی کدها

نقش کد	ابعاد	مؤلفه‌ها
پیشایندها	بازاریابی و فروش	استفاده از شبکه‌های اجتماعی
		تبلیغات هوشمند
		فعال کردن قیمت گذاری ارائه خدمات،
سیستم مدیریت اطلاعات		داده‌ها و سوابق مراقبت‌های بهداشتی بیمه‌شدگان
		تاریخچه خسارت بیمه و اطلاعات مربوط به حادثه
		دریافت آخرین دانش در زمان واقعی،
		بهره‌برداری از تغییر ناپذیری داده‌های ذخیره شده در بلاک چین
		ذخیره سازی اسناد،
		مدیریت موثرتر داده های مشتری،
		دسترسی به حجم وسیعی از داده ها،
فناوری		قراردادهای هوشمند بلاک چین
		امنیت بلاک چین
		توسعه رباتهای گفتگو در صنعت بیمه،
		استفاده از پلتفرم‌های آنلاین
		تامین مالی دیجیتال،
		تصمیم گیری در مورد حق بیمه
		تحول در فرآیند سازمانی بیمه ها،
منابع انسانی		نیروی انسانی متخصص
		آموزش نیروی انسانی
پیاایندها	کاهش فساد	جلو گیری از تقلب
		مسائل اخلاقی در حوزه بیمه
		جلو گیری از دست کاری داده ها،
		شفاف سازی اطلاعات،
امنیت		امنیت سایبری،

مسائل حریم خصوصی و امنیتی بیمه گذاران،	
حفظ حریم خصوصی	
قابلیت اعتماد بین بیمه گذاران،	
بهبود تجربه مشتری	انتخاب رایگان پزشک
پذیرش و دریافت نوبت اینترنتی	
دسترسی به انتقادات و پیشنهادات بیماران نسبت به پزشکان،	
بهینه سازی فرآیندهای تجاری بیمه گران،	
کاهش کاغذبازی	
کاهش هزینه برای مشتریان در صنعت بیمه،	
کاهش نارضایتی مشتریان،	
بهبود خدمات مالی	
قراردادهای هوشمند،	
سهولت و دسترسی	سهولت در دسترسی به اطلاعات شخصی بیمه شدگان
سهولت در تصمیم گیری	
پذیره نویسی خودکار،	
پردازش خودکار داده ها	
سادگی در فرآیند انجام کارها،	
پاسخگویی به موقع	تسویه سریع تر،
تعاملات شخصی با مشتریان،	
تدوین بیمه نامه آنلاین.	
کارایی تسویه ها	
سفارشی سازی،	
تجزیه و تحلیل	تجزیه و تحلیل سریع تر داده ها،
پیش بینی ضرر،	
پیش بینی روندهای آینده صنعت بیمه،	
پرس و جو درباره نیازهای مشتری،	
پیش بینی رفتارهای مشتریان،	
پیش بینی ریسک ها با کمک هوش مصنوعی،	
پیش بینی ارزش طول عمر مشتری،	

به روز رسانی های فوری،	
تقسیم بندی مشتریان،	
درک گروه مشتریان،	
شناسایی فرصت های تجاری جدید	عملکرد اقتصادی
گسترش چشم انداز شغلی برای کارگران	
بهره وری،	
تسریع در رسیدگی به خسارت	
مزیت رقابتی	
کاهش ضررهای احتمالی	

در جدول (۳) به ترکیب و دسته بندی کدهای مستخرج از منابع مورد بررسی پرداخته شده است. پیشنادهای شناسایی شده در به کارگیری فناوری های نوین در ارائه خدمات بیمه دیجیتال شامل ۴ بعد بازاریابی و فروش، سیستم مدیریت اطلاعات، فناوری، منابع انسانی و ۱۹ کد محوری است. همچنین پیاپیها شامل ۷ بعد کاهش فساد، امنیت، بهبود تجربه مشتری، سهولت و دسترسی، پاسخگویی به موقع، تجزیه و تحلیل، عملکرد اقتصادی و ۴۳ مؤلفه است.



شکل ۴: مدل پیشایندها و پیاپیها به کارگیری فناوری های نوین در ارائه خدمات بیمه دیجیتال

۵. نتیجه گیری

در این مطالعه پیشایندها و پایندهای موثر در به کارگیری فناوری های نوین در ارائه خدمات بیمه دیجیتال شناسایی و ویژگی های آنها بیان شد. یکی از محدودی های اساسی برای بهبود نتایج خدمات هوشمند، استفاده از فناوری های نوین است. هدف از شناسایی این موارد دستیابی به بهره وری و پیشرفت در سازمان های بیمه است. لذا پیشایندها شناسایی شده در به کارگیری فناوری های نوین در ارائه خدمات شامل ۴ بعد بازاریابی و فروش، سیستم مدیریت اطلاعات، فناوری، منابع انسانی و ۱۹ مؤلفه است. پایندهای شناسایی شده شامل ۷ بعد کاهش فساد، امنیت، بهبود تجربه مشتری، سهولت و دسترسی، پاسخگویی به موقع، تجزیه و تحلیل و عملکرد اقتصادی و ۴۳ مؤلفه است. نتایج این مطالعه با یافته های زمانی (۱۴۰۲)، هاشم بیگی و همکاران (۱۴۰۲)، ایزدی و همکاران (۱۴۰۳)، خدیور و همکاران (۱۴۰۱)، ریسی و انانی و همکاران (۱۴۰۲)، ایزدی و همکاران (۱۴۰۳)، بالامی و همکاران (۱۴۰۲) و مرادی جو و مرادی (۱۴۰۱)، ناتالیجا (۲۰۱۹)، زاگورین (۲۰۱۷)، کوه و تان (۲۰۱۸)، چن و همکاران (۲۰۲۱)، گاتشی و همکاران (۲۰۱۸)، مامیکو (۲۰۲۰)، هانس و همکاران (۲۰۱۷)، ضیا و کالیا (۲۰۲۲)، عظمت و همکاران (۲۰۲۳)، ارج جیلان (۲۰۲۲)، کجوانگ (۲۰۲۲)، سینگ و چیو کولا (۲۰۲۰)، ناوارتی و همکاران (۲۰۱۷)، کاپیلو و کاپیلو (۲۰۱۸) همسو است.

در راستای نتایج به دست آمده به مدیران و تصمیم گیرندگان در صنعت بیمه پیشنهاد می شود از چت بات ها در ارائه خدمات به مشتریان استفاده نمایند تا پاسخگویی به سوالات مشتریان در سریع ترین زمان ممکن صورت بگیرد. برای به کارگیری فناوری های نوین در ارائه خدمات بیمه هوشمند، پیشنهادات زیر می تواند کمک کننده باشد. این موارد به بهبود تجربه مشتری، کاهش هزینه ها، افزایش دقت و شفافیت خدمات بیمه منجر می شود:

- استفاده از هوش مصنوعی برای پردازش و ارزیابی خودکار درخواست های بیمه و خسارت. این کار باعث تسریع فرایندها می شود.
- الگوریتم های هوشمند می توانند بر اساس رفتار مشتریان، تاریخچه خرید، و نیازهای آنان، بیمه نامه های مناسب را پیشنهاد دهند.
- سیستم های مبتنی بر یادگیری ماشین می توانند الگوهای غیرمعمول در ادعاها را شناسایی و احتمال تقلب را کاهش دهند.
- دستگاه های پوشیدنی می توانند وضعیت سلامت مشتری را پایش کنند و بیمه نامه ها را بر اساس داده های واقعی تنظیم کنند.
- استفاده از قراردادهای هوشمند مبتنی بر بلاک چین برای اطمینان از اجرای خودکار و شفاف قراردادهای بیمه.
- ذخیره اطلاعات بیمه نامه ها و ادعاها به صورت امن و غیرقابل تغییر در بلاک چین.
- به کارگیری بلاک چین در بیمه باربری برای ثبت مراحل حمل و نقل و مدیریت خسارت های احتمالی.
- استفاده از داده کاوی برای پیش بینی ریسک های آتی و پیشنهاد پوشش های بیمه ای مناسب.
- تحلیل داده های مشتریان برای شناسایی الگوهای رفتاری و ارائه خدمات متمرکزتر.
- تحلیل داده ها برای تنظیم نرخ حق بیمه در زمان واقعی، بسته به شرایط محیطی یا تغییرات ریسک.
- توسعه اپلیکیشن هایی که به مشتریان امکان می دهد بیمه نامه بخرند، درخواست خسارت بدهند یا اطلاعات خود را به روزرسانی کنند.
- استفاده از ربات های چت یا دستیارهای مجازی برای پاسخگویی سریع به سوالات مشتریان.
- ارائه خدمات بیمه از طریق پیام رسانی های محبوب مانند واتساپ یا تلگرام برای ارتباط آسان تر.
- امکان مشاوره تصویری با کارشناسان بیمه برای دریافت توضیحات دقیق تر درباره محصولات.
- ایجاد داشبوردهای هوش تجاری برای تصمیم گیری بهتر مدیران در مورد طراحی محصولات، نرخ بیمه و سیاست های بازاریابی.

منابع:

- ایزدی، لیا؛ الهی، شعبان؛ حسن‌زاده، علیرضا و شفیعی، ساناز. (۱۴۰۳). به‌سوی نظارت هوشمند در بیمه سلامت: گام‌های دستیابی به چارچوب پایش و ارزیابی، بیمه سلامت ایران. انتشار آنلاین. http://journal.ihio.gov.ir/browse.php?a_code=A-10-498-1&slc_lang=fa&sid=1
- بالانی، کامران؛ صدر، حسین؛ عدالت‌پناه، سید احمد؛ منطقی‌پور، مهناز و نظری، مژده. (۱۴۰۲). آرایه یک روش هوشمند به منظور شناسایی فاکتورهای موثر در رویکردانی مشتریان در صنعت بیمه با استفاده از تکنیک یادگیری جمعی. مدیریت مهندسی و رایانش نرم. دوره ۲ شماره ۱۱. https://jemsc.qom.ac.ir/article_2792.html#:~:text=10.22091/JEMSC.2024.9138.11709
- پارسامنش، علی؛ مهرانی، هرمز؛ وهاب‌زاده، شادان؛ و حسن‌مرادی، نرگس. (۱۴۰۰). شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های پذیرش فن‌آوری بیمه با روش داده بنیاد. مدیریت تبلیغات و فروش، ۲(۳). doi: 10.52547/JABM.3.2.2541545
- پارسامنش، علی؛ مهرانی، هرمز؛ وهاب‌زاده، منشی، شادان؛ و حسن‌مرادی، نرگس. (۱۴۰۰). طراحی الگوی پذیرش فناوری بیمه (اینشورتک) با روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری. پژوهشنامه بیمه، ۱۰(۴): ۲۹۱-۳۰۴. doi: 10.22056/ijir.2021.04.04
- خدایور، آمنه؛ حمزه، اسماء؛ علی‌محمدی، زهرا. (۱۴۰۱). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل کلیدی موفقیت در پیاده‌سازی قرارداد هوشمند در صنعت بیمه، مدیریت اطلاعات، ۸(۱): ۹۲-۷۱. [10.22034/aimj.2022.165404](https://doi.org/10.22034/aimj.2022.165404)
- ریسی وائانی، ایمان؛ تقوی فرد، محمدتقی، سهرابی، بابک؛ امیرحسینی، مرتضی. (۱۴۰۲). طراحی سیستم ارزیابی هوشمند جهت پیش‌بینی خسارت بیمه‌های آتش‌سوزی با استفاده از یادگیری عمیق، پژوهشنامه بیمه، ۱۵۲(۱۳): ۲۶۴-۲۵۲.
- زمانی، مینا. (۱۴۰۲). بررسی تاثیر جایگاه قراردادهای هوشمند بر میزان عملکرد اقتصاد صنعت بیمه. رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۷(۲۶): ۱۰۴۶-۱۰۲۴. Retrieved from www.majournal.ir/index.php/ma/article/view/2312
- شاه‌بابازاده، فاطمه؛ عباسی، ابراهیم؛ دیده‌خانی، حسین؛ خوزین، علی. (۱۳۹۹). طراحی مدل هوشمند پیش‌بینی توانگری مالی در شرکت‌های بیمه (رویکرد داده‌کاوی)، دانش سرمایه‌گذاری، ۹(۳۴): ۲۲۹-۲۱۱.
- غفاری آشتیانی، پیمان؛ غیاث‌آبادی‌فراهانی، مریم. (۱۴۰۳). شناسایی عوامل موثر بر مدیریت و ساماندهی کسب و کارهای مبتنی بر تجارت الکترونیک از طریق رویکرد فراترکیب، مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، ۱۳(۴۹): ۱۱۸-۷۷. [10.22054/ims.2023.75559.2376](https://doi.org/10.22054/ims.2023.75559.2376)
- گلی‌سیونانی، حیدر؛ نمایان، فرشید؛ قبادی‌لموکی، تحفه؛ اصغری‌صارم، علی؛ و اسلامبولچی، علیرضا. (۱۴۰۲). مدل‌یابی بازاریابی مبتنی بر فناوری اطلاعات در صنعت بیمه (مورد مطالعه؛ شرکت بیمه ایران). مدیریت تبلیغات و فروش، ۴(۳): ۱۷۸-۱۴۱. Doi: JABM.3.2.15564.351256.3257
- مرادی‌جو، محمد و مرادی، طیبه. (۱۴۰۱). ابزارهای ارزیابی تأمین مالی نظام سلامت: مرور نظام‌مند. پژوهشی بیمه سلامت ایران. دوره ۵ شماره ۴.
- هاشم بیگی، فاطمه؛ مشیری، فاطمه؛ و آسوشه، عباس. (۱۴۰۱). ارائه و ارزیابی مدل معماری بیمه سلامت گردشگری هوشمند مبتنی بر IoT و ابر. مجله انفورماتیک سلامت و زیست پزشکی. ۱۰(۱): ۴۰-۲۸. <http://dx.doi.org/10.34172/jhbm.2023.12>
- هداوند، مجتبی؛ زمانی‌بابگهری، علی و خالقی‌طرقی، رامین. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر مزیت فناوری‌های بیمه (اینشورتک) بر رضایت و وفاداری مشتری (مطالعه موردی: بیمه آرمان)، پنجمین کنفرانس بین‌المللی مطالعات جهانی در علوم انسانی، مدیریت و کارآفرینی، تهران. <https://civilica.com/doc/1448837>
- Azamat, O., Sherzod, S., Dilshod, S., Gulyar, K., Gulnur, A., Zarifa, K., & Sarvar, T. (2023). The Role of Digital Technology in the Future of Insurance and Economic Development. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(5), e1081-e1081.

- Cappiello, A., & Cappiello, A. (2018). Technology and insurance. *Technology and the Insurance Industry: Re-configuring the Competitive Landscape*, 7-28.
- Chen, C. L., Deng, Y. Y., Tsaur, W. J., Li, C. T., Lee, C. C., & Wu, C. M. (2021). A traceable online insurance claims system based on blockchain and smart contract technology. *Sustainability*, 13(16), 9386.
- Deloitte Digital (2017). From mystery to mastery: Unlocking the business value of Artificial Intelligence in the insurance industry. [online] [Www2.deloitte.com](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/nl/Documents/financialservices/deloitte-nl-artificial-intelligence-in-insurance-whitepaper.pdf). Available at: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/nl/Documents/financialservices/deloitte-nl-artificial-intelligence-in-insurance-whitepaper.pdf> [Accessed 9 Nov. 2018].
- Erem Ceylan, I. (2022). The effects of artificial intelligence on the insurance sector: emergence, applications, challenges, and opportunities. *The Impact of Artificial Intelligence on Governance, Economics and Finance, Volume 2*, 225-241.
- Gatteschi, V., Lamberti, F., Demartini, C., Pranteda, C., & Santamaría, V. (2018). Blockchain and smart contracts for insurance: Is the technology mature enough?. *Future internet*, 10(2), 20.
- Ghafari Ashtiani, P., & Ghiasaadi Farahani, M. (2024). Identifying factors affecting the Management and Organization of Businesses based on e-commerce through a Meta-synthesis Approach. *Business Intelligence Management Studies*.
- Hans, R., Zuber, H., Rizk, A., & Steinmetz, R. (2017). Blockchain and smart contracts: Disruptive technologies for the insurance market.
- Inyang, U., & Okonkwo, I. V. (2021). Information and communication technology in Nigeria insurance industry: Developments, challenges and prospects. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(07), 1159-1171.
- Jomo, K. S., & Chowdhury, A. (2019). World Bank financializing development. *Development*, 62(1), 147-153.
- Kajwang, B. (2022). INSURANCE OPPORTUNITIES AND CHALLENGES IN AN ARTIFICIAL INTELLIGENCE SOCIETY. *European Journal of Technology*, 6(3), 15-25.
- Kewal, T., & Saxena, C. (2023, November). Insurance 4.0: Smart Insurance Technologies and Challenges Ahead. In *International Conference on Computing and Communication Networks* (pp. 195-206). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Koh, H. and Tan, G. (2018). Data Mining Applications in Healthcare. [online] [Citeseerx.ist.psu.edu](http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.92.3184&rep=rep1&type=pdf). Available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.92.3184&rep=rep1&type=pdf> [Accessed 9 Nov. 2018].
- Mamiko, Y. A. (2020). The Impact of Big Data and Artificial Intelligence (AI) in the Insurance Sector.
- Narayanan, K. L., Ram, C. R. S., Subramanian, M., Krishnan, R. S., & Robinson, Y. H. (2021, February). IoT based smart accident detection & insurance claiming system. In 2021 Third international conference on intelligent communication technologies and virtual mobile networks (ICICV) (pp. 306-311). IEEE.
- Natalija, K. (2019). Insurance, smart information systems and ethics: A case study. *The ORBIT Journal*, 2(2), 1-27.
- Pahlevan-Sharif, S., Mura, P., & Wijesinghe, S. N. (2019). A systematic review of systematic reviews in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 158-165.
- Singh, S. K., & Chivukula, M. (2020). A commentary on the application of Artificial Intelligence in the insurance industry. *Trends in Artificial Intelligence*, 4(1), 75-79.
- Zagorin, E. (2017). Artificial intelligence in insurance—three trends that matter.
- Zia, A., & Kalia, P. (2022). Emerging technologies in insurance sector: evidence from scientific literature. *Big Data: A Game Changer for Insurance Industry*, 43-63.