



## Validation of the strategic value creation model in the marine insurance industry with a focus on blockchain technology

Akbar Hoshyar<sup>1</sup>, Alireza Roosta<sup>2</sup>, Farzad Asayesh<sup>3</sup>, Mahmoud Gholami<sup>4</sup>

### Abstract

**Purpose:** Among the various types of insurances that surround human life in the present age, marine insurances are of particular importance in terms of historical antiquity and also the value of the subjects of this insurance. Therefore, the present study deals with the validation of the strategic model of value creation in the marine insurance industry with a focus on blockchain technology

**Method:** The present research is an applied research in terms of its purpose and descriptive survey in terms of its method and nature. This research has been carried out in the framework of quantitative approach and using structural equation method. In order to collect data, a questionnaire based on the foundation's data method was distributed, and after data collection, data analysis was done using SMART PLS software. The statistical population studied in this research is the staff of Imam Khomeini Naushahr University of Marine Sciences. In order to estimate the minimum sample size, the formula for determining the sample size of Karjesi and Morgan was used and 144 people were selected by simple random method

**Findings:** The findings confirm the impact of relational marketing, intelligent communications, integration of innovation and value creation, and value creation for the customer through content creation has an impact on value creation in the marine insurance industry with a focus on blockchain technology

**Conclusion:** The findings indicated the confirmation of all the assumptions of the proposed model. The general results showed that considering that transportation, especially marine, is gaining a stronger position in the international market day by day, as a result, it is very important to know the technology-based value creation strategies in marine insurance and to examine the strategic value creation structures of marine insurance .

**Keyword :** value creation , foundation data analysis , mixed research approach , marine insurance industry , Blockchain technology

1. Doctoral student of business administration, Islamic Azad University, Quds city, Tehran, Iran. 09397277682 Marketing.ma91@gmail.com

2. Assistant Professor of Business Administration, Islamic Azad University, Quds City Branch, Tehran, Iran. 09121906856 alirezarousta@yahoo.com

3. Assistant Professor of Business Administration, Islamic Azad University, Quds City Branch, Tehran, Iran 09122130375 farzad.asayesh@gmail.com

4. Assistant Professor of Business Administration, Faculty of Management, Shahid Sattari University of Aeronautical Sciences and Technology, Tehran, Iran 09128302608 m.gholami30@yahoo.co

Received: December 01, 2022; Accepted: octobr 06, 2022

Journal of maritime science management ,2022,vol.3,No.3 pp.53-64

Doi:<https://doi.org/10.22034/MMR.2023.316533.1082>

Article Type: Research-based Published by Faculty of Management and Marine Commissary





## اعتبار سنجی مدل راهبردی ارزش آفرینی در صنعت بیمه های دریایی با تمرکز بر فناوری بلاکچین

اکبر هوشیار<sup>۱</sup>، علیرضا روستا<sup>۲</sup>، فرزاد آسایش<sup>۳</sup>، محمود غلامی<sup>۴</sup>

### چکیده

**هدف:** در میان انواع بیمه‌های گوناگونی که در عصر حاضر زندگی بشر را احاطه کرده‌اند، بیمه‌های دریایی به لحاظ قدمت تاریخی و هم‌چنین ارزشی که موضوعات این بیمه دارد از اهمیت خاصی برخوردارند. از این رو پژوهش حاضر، به اعتبار سنجی مدل راهبردی ارزش آفرینی در صنعت بیمه‌های دریایی با تمرکز بر فناوری بلاکچین می‌پردازد.

**روش:** تحقیق حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر روش و ماهیت، توصیفی-پیمایشی می‌باشد. این پژوهش در چارچوب رویکرد کمی و با بکارگیری روش معادلات ساختاری انجام شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها به توزیع پرسشنامه برآمده از روش داده بنیاد پرداخته شده و پس از جمع‌آوری داده‌ها، بررسی و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SMART PLS انجام گرفت. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی نوشهر تشکیل می‌دهند. به منظور برآورد حداقل حجم نمونه از فرمول تعیین حجم نمونه کرجسی و مورگان استفاده و تعداد ۱۴۴ نفر به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. در بخش کمی از روایی محتوایی و صوری از طریق تحلیل عاملی تاییدی صورت گرفته است. جهت تایید پایایی از پایایی ترکیبی با استفاده از نرم افزار PLS استفاده گردید.

**یافته‌ها:** یافته‌های حاکی از تایید تاثیر بازاریابی رابطه مند، ارتباطات هوشمند، ادغام نوآوری و ارزش آفرینی و ارزش آفرینی برای مشتری از طریق تولید محتوا بر ارزش آفرینی در صنعت بیمه های دریایی با تمرکز بر فناوری بلاکچین بوده است.

**نتایج:** نتایج کلی نشان داد با توجه به اینکه حمل و نقل بویژه دریایی روزبه روز جایگاه محکم تری در بازار بین المللی می‌یابد در نتیجه لزوم شناخت راهبردهای ارزش آفرینی فناور محور در بیمه های دریایی و بررسی ساختارهای راهبردی ارزش آفرینی بیمه های دریایی اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.

**کلمات کلیدی:** ارزش آفرینی، تحلیل داده بنیاد، رویکرد پژوهشی آمیخته، صنعت بیمه دریایی، فناوری بلاکچین.

**استناد:** هوشیار، اکبر، روستا، علیرضا، آسایش، فرزاد، غلامی، محمود. (۱۴۰۱). اعتبار سنجی مدل راهبردی ارزش آفرینی در صنعت بیمه های دریایی با تمرکز بر فناوری بلاکچین. مطالعات علوم مدیریت دریایی، ۳(۳)

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شهر قدس، تهران، ایران. ۰۹۳۹۷۲۷۶۸۲ Marketing.ma91@gmail.com
۲. استادیار مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شهر قدس، تهران، ایران. ۰۹۱۲۱۹۰۶۸۵۶ alirezarousta@yahoo.com
۳. استادیار مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شهر قدس، تهران، ایران. ۰۹۱۲۲۱۳۰۳۷۵ farzad.asayesh@gmail.com
۴. استادیار مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری، تهران، ایران. ۰۹۱۲۸۳۰۲۶۰ m.gholami30@yahoo.com

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۶/۱۰ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۷/۱۴

نوع مقاله: علمی و پژوهشی ناشر: دانشکده مدیریت و کمی‌سردر دریایی دانشگاه علوم دریایی امام خمینی(ره)

Doi: <https://doi.org/10.22034/MMR.2023.316533.1082>

## مقدمه

بی شک رشد و توسعه موفق تجارت از طریق صنعت حمل و نقل دریایی در بهبود تحولات اقتصادی کشورهایی که از نعمت دسترسی به دریا بهره‌مند هستند، بسیار حائز اهمیت است. پیشرفت بیمه‌های دریایی در یک کشور می‌تواند منجر به حفظ ثروت ملی و تشکیل پی اندازه‌های بزرگ شود و از طرفی ارتباط متقابل با رشد و توسعه اقتصادی، افزایش مبادلات و توسعه سرمایه گذاری هر کشور دارد (قیصر زاده و همکاران، ۱۳۹۹). جایگاه تعیین کننده مشتریان در بقا، رکود و وضعیت رقابتی سازمانها بسیار مهم است. بنابراین در دنیای امروز، محیط بازار که شامل مشتریان و خواسته‌ها و نیازها است، تعیین کننده صلاحیت سازمانها برای ادامه حیاتشان است (اسکندری و سیف الهی، ۱۴۰۰). صنعت بیمه یکی از شاخصهای توسعه یافتگی کشورها می‌باشد و نقش حامی سایر نهادها را بر دوش دارد. این صنعت در سالم نگهداشتن چرخه اقتصادی جامعه نقش کلیدی دارد (پهلوانیان و همکاران، ۱۴۰۱). ارزش آفرینی یک مفهوم و فرآیندی مهم است که عیار یک کسب و کار را تعیین می‌کند، به حفظ مشتریان در دراز مدت کمک می‌کند و نام تجاری را ترویج می‌کند. علاوه بر این، ایجاد ارزش باید بر اساس اهداف واقع بینانه مرتبط با اهداف واقعی و مبتنی بر یک برنامه عملی متمرکز قابل اندازه گیری باشد (ایسموگیلوا و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹). چنانچه سازمانی قادر نباشد برای مشتریان خود ارزش آفرینی نماید کم کم از ذهن و زبان مشتریان خارج و از عرصه بازار محو می‌گردد. ضروری ترین مولفه‌ی مشتری مداری ارزش آفرینی است (سیتی زاله ها و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). فناوری بلاکچین که با معرفی رمز ارز بیت کوین در سال ۲۰۰۸ به اوج شکوفایی خود رسید، در حال حاضر نوعی فناوری دگرگون کننده در فضای کسب و کار تلقی می‌شود. با استفاده از شبکه‌های بلاکچین می‌توان پایگاه‌های داده و دفاتر کل متمرکز را با دفاتر کل و پایگاههای داده امن و توزیع شده میان اعضای شبکه، جایگزین نمود (شهبازی و همکاران، ۱۳۹۹). مفهوم بلاکچین فراتر از فناوریهای جدید و نوآورانه است که با تغییر جهت کسب و کار بصورت مرکزی غیرمتمرکز و اعتبار دهنده به معاملات می‌تواند همه نوع معاملات را تغییر دهد و طیف گسترده ای از امکانات را در زمینه‌های دیگر مانند محاسبات چندگانه و پیچیده، در سازمانهای خصوصی و دولتی بکار گیرد (جانسن و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). پتانسیل‌ها و قابلیت‌های کاربردی فناوری بلاکچین در حوزه ارائه خدمات بیمه‌ای، چنان برای شرکتهای بیمه و برای مشتریان حایز اهمیت است که به زودی شاهد تسری و کاربرد این فناوری به صورت گسترده تری در سطح جهانی خواهیم بود (طیار و جعفری، ۱۳۹۹). طی چند دهه اخیر نوآوری فناورانه محرک کلیدی تحول در صنایع خدماتی جهان بوده و صنعت بیمه نیز از این قاعده مستثنی نیست (خطیبی و رحیم پور، ۱۴۰۰). شرکتهای فعال در صنعت بیمه با استفاده از بازاریابی دیجیتال مبتنی بر توانمندیها و منابع درونی و در جهت بهبود عملکرد خود به سرعت دست به نوآوری و ارائه محصولات جدید می‌زنند. از سوی دیگر در صنعت بیمه، ایفای نقش مشتری از دنباله روی ارائه کنندگان خدمت به هدایتگر خدمت دهندگان بدل گشته است (اسدنژاد و همکاران، ۱۴۰۱). یکی از مهمترین مشکلات صنعت بیمه پیچیده بودن فرایندها و زمان بر بودن آنها است که بهره مندی از فناوری بلاکچین، مشکلات مذکور را تا حد زیادی می‌تواند تعدیل نماید (بنویدی و همکاران، ۱۳۹۸). یکی از دلایل رشد نیافتن و توسعه کم صنعت بیمه، بکار نگرفتن تکنولوژی‌های روز دنیا در زمینه ارائه خدمات بیمه‌ای و همچنین استفاده بهینه نکردن از فناوری‌های شناخته شده در این عرصه در دنیاست (مرادی و همکاران، ۱۳۹۸). همانطور که صنعت بیمه

در فرآیندهای گوناگون بیمه ای درگیر است، بلاکچین بعنوان یک منبع واحد حقیقت، پتانسیل افزایش بهره وری و کاهش پیچیدگی این فرایندها را عهده دار است (رمضانی، ۱۳۹۸).

توجه به صنعت بیمه‌های دریایی با تمام مزایای خود در ایران نسبتاً ناشناخته مانده است. توجه به تعهدات قراردادی بیمه دریایی و اطلاع از شمول مفاد قراردادی بیمه شرکت‌های بیمه دریایی و دسترسی به اطلاعات تفسیری آن نسبت به مالکان کشتی از اصول وظایف حقوقی و اخلاقی شرکت‌های بیمه محسوب می‌شود بنابراین بررسی و شناخت راهبرد های ارزش آفرینی در صنعت بیمه های دریایی با تمرکز بر فناوری بلاکچین در پیشبرد اهداف بیمه مرکزی (حوزه بیمه‌های دریایی) با هدف توسعه زیرساختهای فناورانه در شرکت‌های بیمه و پیامدهای ناشی از آن در مدیریت دیجیتال خسارت و غرامات و پایین آوردن اثرات قهری و جبری نامطلوب طرفین بیمه گر و بیمه گذار، ضروری به نظر می‌رسد. ضرورتاً استفاده از نتایج این پژوهش، می‌تواند راهگشای استراتژی‌های فناور محور در صنعت بیمه دریایی باشد و در پی اجرای این ساختار جدید در بیمه‌های دریایی شاهد تحول عظیمی در صنعت بیمه خواهیم بود. لذا امید است نتایج این تحقیق در راه اعتلای مرزهای صنعت بیمه دریایی، حوزه های وسیع تجاری را گسترش دهد.

### پیشینه پژوهش

#### پیشینه نظری

#### ارزش آفرینی

ارزش در فرآیند پذیرش، بقاء و نهادینه سازی نیازمند ارزش آفرینی است (دیر و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). یی و گونگ<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) معتقدند ارزش آفرینی برای مشتریان شامل رفتارهای مشارکت مشتری و رفتارهای شهروندی مشتری است. رفتار مشارکتی به رفتار و مشارکت اطلاعاتی مشتری، مسئولیت پذیری و رفتارهای تعامل شخصی اشاره دارد. در عین حال، رفتار شهروندی مشتری برای شرکتها سودمند است؛ زیرا این فرصت را فراهم می‌کند تا مشتریان و برندهای دیگر بازخورد، حمایت، کمک و تحمل را برای ایجاد سطح بالاتری از آگاهی ایجاد کنند (اسد نژاد و همکاران، ۱۴۰۱). مفهوم ارزش آفرینی ناشی از اعمال مدیریتی و انسانی است که ایجاد کننده ثروت می‌باشد (گدهارت و کلر<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). خلق ارزش بیانگر این است که چگونه سازمانها قادرند به شکل همزمان ارزش تجاری و مزایای اقتصادی را ارائه دهند. خلق ارزش در سازمان مستلزم استفاده از منابع بیرونی و درونی در راستای افزایش ارزش سازمان و حداکثرسازی ثروت است (پورتر و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹).

#### فناوری بلاکچین

بلاک چین یک دفتر دیجیتال غیرمتمرکز است که انتقال ارزش نظیر به نظیر را از انواع ارزهای دیجیتال گرفته تا کالاهای فیزیکی و مستغلات بدون نیاز به واسطه‌ای مانند بانکها، حسابداران یا وکلا تسهیل می‌کند. (غلامی معاف و همکاران، ۱۳۹۹). فناوری بلاکچین می‌تواند صنعت بیمه را چابک‌تر و کارآمدتر سازد (هانس و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷). بلاکچین امکان بررسی درستی ادعاهای بیمه گذاران را فراهم می‌سازد. افزایش سرعت و دقت این فرایند، در نهایت هم به نفع شرکت‌های بیمه و هم به نفع

1- Dyer et al

2- Yi & Gong

3- Goedhart & Koller

4- Porter et al

5- Hans et al

مشتریان آن‌ها تمام می‌شود (هاسلگرن و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). بلاکچین تکنولوژی امیدوار کننده‌ای است که به شدت و به طور چشمگیری مدل‌های کسب و کار را متحول کرده است و در صنایع مختلف خدماتی اعم از بانکها و شرکت‌های بیمه‌ای برای ایجاد ارزش استفاده شده است (اکرامی فرد و همکاران، ۲۰۲۰). در حال حاضر اکثر بیمه‌گران از فناوری بلاکچین و چگونگی تاثیر آن بر صنعت آگاه هستند. تأثیر بلاکچین در جنبش فناوریهای بیمه‌ای<sup>۲</sup>، احتمالاً در مقایسه با فناوریهای هوش مصنوعی<sup>۳</sup> و اینترنت اشیا<sup>۴</sup> گسترده تر است (بنویدی و همکاران، ۱۳۹۸).

### صنعت بیمه دریایی

بیمه، خدمتی مالی برای گردآوری پس‌اندازهای مردم و ارائه پوشش ریسک برای آنها می‌باشد. وظیفه‌ی اصلی بیمه در برابر رخدادهای احتمالی ایجاد کننده خسارتها می‌باشد. بیمه همچنین سرمایه‌هایی را برای جامعه فراهم می‌کند (درفشی و عطاران، ۱۳۹۷). صنعت بیمه در حال حاضر در بین یک تحول عظیم دیجیتالی قرار دارد. امروزه، در فضای کسب و کار دیجیتالی، مشتریان نتایج سریع می‌خواهند. به همین دلیل شرکتهای بیمه در هر اندازه و سطح از کسب و کار در تلاش هستند تا خدمات مشتری و تجربه مشتری را با استفاده از ابزارهای دیجیتالی بهبود بخشند (قره‌خانی و پور هاشمی، ۱۴۰۰). پیشرفت بیمه‌های دریایی در یک کشور می‌تواند منجر به حفظ ثروت ملی و تشکیل پس‌اندازهای بزرگ شود و از طرفی ارتباط متقابل با رشد و توسعه اقتصادی، افزایش مبادلات و توسعه سرمایه‌گذاری هر کشور دارد در واقع صنعت بیمه دریایی، با توجه به نقش آن به عنوان یک نهاد سرمایه‌گذار و تعهدش در جبران خسارت، می‌تواند بر فعالیت‌های اقتصاد کلان و نیز در رشد اقتصادی هر کشور تاثیر بسزایی داشته باشد. (ایزدی، ۱۳۹۰)

### پیشینه تجربی

نتایج تحقیق اسد نژاد و همکاران (۱۴۰۱) نشان داد که در صنعت بیمه ایران، دیدگاه کل نگر و توجه به جنبه‌های مختلف حوزه بازاریابی به بازاریابی دیجیتالی مبتنی بر ارزش آفرینی با در نظر گرفتن شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر ضروری است. نتایج تحقیق غلامی معاف و همکاران (۱۳۹۹) نشان داد پیچیدگی فرایند تجارت بیمه و ارزیابی و مدیریت انواع خطرات که افراد و سازمان‌ها با آن روبرو هستند، بخش بیمه را به عنوان یک زمینه جذاب برای بهینه‌سازی مبتنی بر بلاکچین تبدیل می‌کند. شاه‌بازاده و همکاران (۱۳۹۹) طی موضوعی به طراحی مدل هوشمند پیش‌بینی توانگری مالی در شرکتهای بیمه پرداخت. نتایج نشان داد که توانگری مالی با دقت قابل قبول پیش‌بینی پذیرند و مدل استخراج شده با استفاده از درخت تصمیم دارای دقت و قابلیت بسیار بالایی در تخمین است. نتایج تحقیق ثموزی و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۲۱) با محوریت پیاده‌سازی فناوری‌های بلاکچین برای بیمه سلامت به تحلیل قابلیت‌های بلاک چین مبتنی بر سیستم پردازش بیمه سلامت پرداخت که به شرکت‌های بیمه کمک کند شبکه‌ای امن و عاری از دستکاری بسازند. اکرت و اوستریدر<sup>۶</sup> (۲۰۲۰) طی تحقیقی به ارائه نمای کلی از فناوریهای دیجیتالی در محیط (به عنوان مثال، هوش مصنوعی و رایانش ابری) برای صنعت بیمه پرداختند. نتایج نشان داده است که در بلندمدت منافع مربوط به صرفه جویی در هزینه و افزایش شدید بازده و اثربخشی وجود دارد. پروسوتوا و دژدوا<sup>۷</sup> (۲۰۲۰) طی تحقیقی به بررسی

1- Hasselgren et al

2- Insur Tech

3- AI

4- IoT

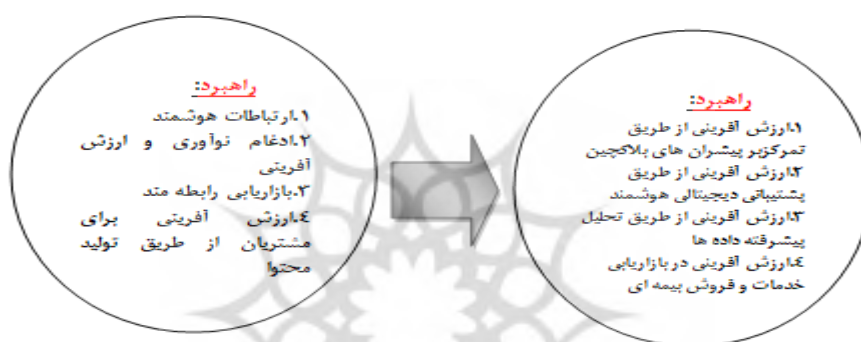
5-Thenmozhi et a

6- Eckert& Osterrieder

7 - Prosvetova & Dozhdeva

تأثیر فناوریهای دیجیتال بر بازار بیمه در شرایط دیجیتالی شدن و شخصی سازی تجارت بیمه پرداختند. نتایج نشان داد استفاده از فناوریهای جدید در اقتصاد دیجیتال بدون تغییر ماهیت اقتصادی آن، بر فناوری بیمه تأثیر می‌گذارد.

### مدل مفهومی تحقیق



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق (منبع: یافته‌های کیفی محقق)

### روش شناسی تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر روش و ماهیت، توصیفی-پیمایشی می‌باشد. این پژوهش در چارچوب رویکرد کمی و با به کارگیری روش معادلات ساختاری انجام شده است. برای جمع آوری داده‌ها اقدام به توزیع پرسشنامه بر آمده از روش داده بنیاد پرداخته شد و پس از جمع آوری داده‌ها، بررسی و تحلیل با استفاده از نرم افزار SMART PLS انجام شد. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را کارکنان دانشگاه علوم دریایی نوشهر تشکیل دادند. به منظور برآورد حداقل حجم نمونه از فرمول تعیین حجم نمونه کرجسی و مورگان استفاده شده و تعداد ۱۴۴ نفر به روش تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. در بخش کمی از روایی محتوایی و صوری از طریق تحلیل عاملی تاییدی صورت گرفته است. جهت تایید پایایی در بخش کمی از پایایی ترکیبی با استفاده از نرم افزار PLS استفاده گردید. در صورتی که مقدار آن برای هر سازه بالای ۰/۷ شود، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل‌های اندازه گیری دارد. با عنایت به موارد فوق و با توجه اطلاعات بدست آمده از نرم‌افزار، مقدار تمامی متغیرهای بیش از ۰/۷ هستند و برازش مناسب مدل‌های اندازه گیری تایید گردید. داده‌ها مدل بر خاسته از روش تحلیل داده بنیاد در ۳ مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی مورد بررسی قرار گرفت. در مجموع در خصوص عوامل راهبردی تأثیر گذار بر پدیده محوری، از مقالات و مصاحبه‌ها، ۸ مقوله اصلی استخراج گردید که در این تحقیق تأثیر مقولات راهبردی بر پدیده محوری (ارزش آفرینی در صنعت خدمات بیمه ای) بررسی گردید.

## یافته‌های پژوهش

## مدل تحقیق

## برازش مدل (پایایی و روایی)

الف) محاسبه پایایی از طریق بارهای عاملی

جدول شماره ۱: ضرایب بارهای عاملی (پایایی)

عوامل	مولفه	شاخص‌ها	بار عاملی	
پدیده محوری	تحلیل پیشرفته اداده‌ها	کیفیت اعتبارسنجی داده‌ها	۰/۸۱۸	
		تحلیل مکانیسم‌های پردازش، تأیید و ردیابی	۰/۷۶۱	
		تحلیل مکانیسم مالکیت داده‌ها	۰/۸۲۵	
		مدیریت تضمین معاملات و امنیت اطلاعات دیجیتال	۰/۸۴۹	
	پشتیبانی دیجیتالی هوشمند	مدیریت برنامه‌های عملیاتی هوشمند	۰/۸۰۹	
		مدیریت زیرساخت در فرایند زنجیره ارزش	۰/۶۶۱	
		تمرکز بر ارزشهای موردانتظار سازمانها از بلاکچین	۰/۸۵۳	
		تحلیل پیشرانهای کنترلی-رفتاری مشتری	۰/۷۰۶	
ارزش آفرینی در بازاریابی خدمات و فروش	بازاریابی رابطه مند	ارزش آفرینی برای مشتریان	۰/۸۳۳	
		ارزش آفرینی برای سازمان	۰/۸۱۳	
		ارتباطات یکپارچه بازاریابی	۰/۸۴۴	
		شبکه سازی اعتماد	۰/۸۷۵	
عوامل راهبردی	ارزش آفرینی برای مشتری از طریق تولید محتوا	محتوای وبسایت	۰/۸۶۵	
		ایجاد ویدئوهای آموزشی	۰/۷۷۳	
		ارزش آفرینی بامحوریت توسعه شبکه نوآوری	۰/۶۴۶	
		ایده پردازی در حذف هزینه های زائد بیمه ای	۰/۷۹۴	
	ادغام نوآوری و ارزش آفرینی	ارتباطات هوشمند	راه اندازی موسسات تحقیقاتی پشتیبان در سازمان بیمه ای	۰/۸۷۷
			حمایت از کانالهای رسانه های اجتماعی	۰/۸۶۳
			نشان گذاری یا بوک مارک <sup>۱</sup>	۰/۸۰۴
			رسانه های دیجیتال	۰/۷۳۵

## یافته‌های محقق

بر اساس مدل، راهبردها شامل مقوله‌های ارتباطات هوشمند (بهره برداری از رسانه‌های دیجیتال و اجتماعی ضمن نشان گذاری صفحات وب)، ادغام نوآوری و ارزش آفرینی (تلفیق نوآوری ارزشی با پشتیبانی تحقیقاتی و ایده پردازی در کنترل هزینه‌ها)، بازاریابی رابطه مند (شبکه سازی اعتماد و ارتباطات یکپارچه بازاریابی) و ارزش آفرینی برای مشتریان از طریق تولید محتوا (آموزش مجازی از بستر کیفیت محتوای وبسایت) مقوله‌های راهبردی هستند. پدیده محوری که ارزش آفرینی مبتنی بر بلاکچین است شامل پشتیبانی دیجیتالی هوشمند (مدیریت زیرساخت در فرایند زنجیره ارزش و مدیریت برنامه‌های عملیاتی هوشمند و مدیریت تضمین معاملات و امنیت اطلاعات دیجیتال)، تمرکز بر پیشرانهای بلاکچین (تمرکز بر ارزش‌های موردانتظار سازمانها از

بلاکچین و تحلیل پیشرانهای کنترلی-رفتاری مشتری در سازگاری با بلاکچین)، ارزش آفرینی در بازاریابی خدمات و فروش (ارزش آفرینی برای مشتریان و ارزش آفرینی برای سازمان)، تحلیل پیشرفته اطلاعات (تحلیل مکانیسم مالکیت داده‌ها، تحلیل مکانیسم‌های پردازش، تأیید و ردیابی و کیفیت اعتبارسنجی داده‌ها) است. جدول شماره ۱ ضریب مسیر مقوله‌های اصلی و ضرایب بارهای عاملی شاخص‌ها گزارش شده است. همان طور که مشاهده می‌شود بخاطر بالای بودن ضرایب کلیه بارهای عاملی (بالاتر از ۰/۴)، پایایی مدل در حد مناسب، تأیید گردید.

جدول شماره ۲: روایی همگرا

مؤلفه	میانگین واریانس استخراج شده <sup>۱</sup>	پایایی ترکیبی <sup>۲</sup>
پدیده محوری	۰/۵۱۲	۰/۸۷۲
عوامل راهبردی	۰/۵۳۳	۰/۸۲۳

(ب) ارزیابی مدل ساختاری

مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS به برازش مدل ساختاری پژوهش پرداخته شده است. برای معنادار بودن روابط بین سازه‌ها باید ضرایب معناداری بین سازه‌ها از مقدار ۱/۹۶ بیشتر باشند تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار بودن آنها را تأیید ساخت (داوری، ۱۳۹۲). با توجه به خروجی مشخص است که در مدل پیشنهادی تأثیر ادغام نوآوری هوشمند بر تحول در مشتری مداری دیجیتال با ضریب ۸۱ درصد بیشترین ضریب تأثیر و تأثیر رهبری دیجیتال سازمان در ارزش آفرینی الکترونیکی بر پدیده محوری با ۲۲ درصد کمترین ضریب تأثیر را در میان روابط کلی دارد. نتایج حاصل از سایر فرضیه‌های مستخرج از مدل به شرح جدول زیر است

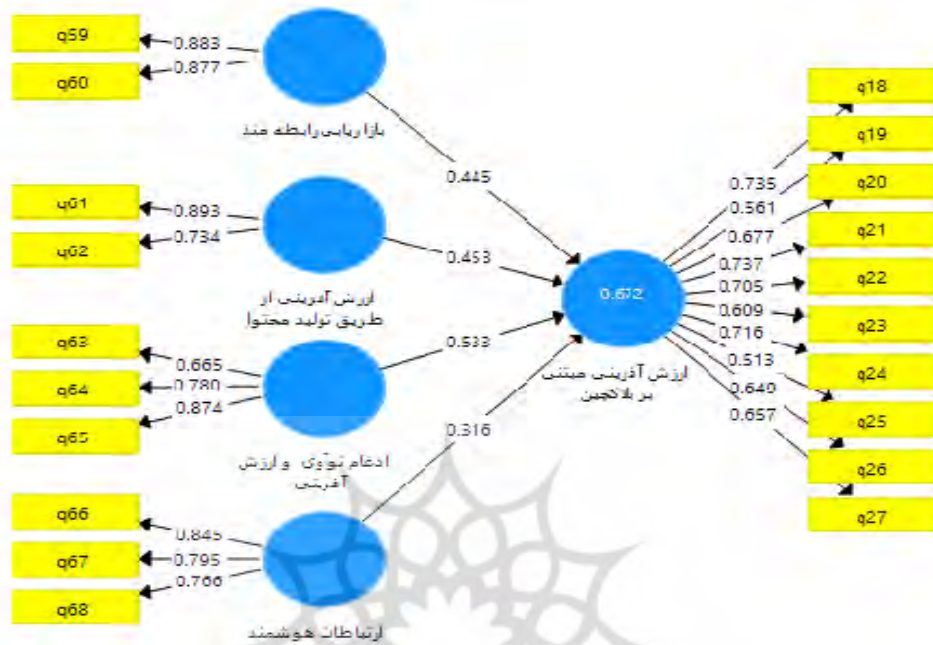
جدول شماره ۳: نتایج فرضیات مدل

فرضیات پژوهش	بار عاملی	ضرایب معنادار	نتیجه
بازاریابی رابطه مند بر ارزش آفرینی مبتنی بر بلاکچین تأثیر دارد	۰/۴۴	۱۱/۶۹	تأیید
ارزش آفرینی برای مشتریان از طریق تولید محتوا بر ارزش آفرینی مبتنی بر بلاکچین تأثیر دارد	۰/۴۵	۱۳/۲۱	تأیید
ادغام نوآوری و ارزش آفرینی بر ارزش آفرینی مبتنی بر بلاکچین تأثیر دارد	۰/۵۳	۸/۹۹	تأیید
ارتباطات هوشمند بر ارزش آفرینی مبتنی بر بلاکچین تأثیر دارد.	۰/۳۱	۱۱/۱۰	تأیید

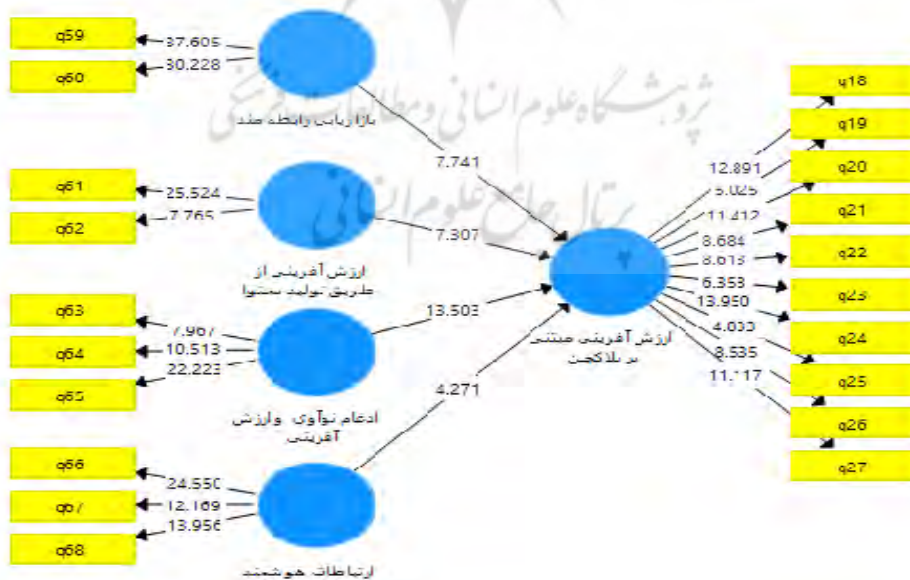
1 - Average Variance Extracted(AVE)

2- Composite Reliability (CR)





نمودار ۱: ضریب مسیر مولفه‌ها حاصل از خروجی نرم افزار PLS (منبع: یافته‌های تحقیق)



نمودار ۲: ضرایب معنادار مولفه‌ها حاصل از خروجی نرم افزار PLS (منبع: یافته‌های تحقیق)

## بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بلاکچین از پایگاه و منابع اطلاعاتی گسترده‌ای استفاده می‌کند و خود نیز در توسعه این انباره اطلاعات نقش اساسی دارد. فناوری دیجیتال باعث توسعه کسب و کارها و بازکردن درهای جدید و ایجاد ریسک‌های جدید برای اقتصاد جهانی خواهد شد و امید است بلاکچین باعث افزایش دید و دیدگاه بیمه‌گذاران شود تا روند تقاضا جهت خدمات بیمه‌ای صعودی‌تر گردد. لذا تقویت و تحکیم زیرساخت‌های راهبردی ارزش آفرینی در صنعت بیمه از کانال این فناوری، فوق‌العاده حیاتی و حساس خواهد بود و با تحلیل عوامل راهبردی مسیر و چشم اندازی جدید در توسعه پژوهش‌های حوزه صنعت بیمه ایجاد خواهد شد. نتایج تحقیق حاکی از تایید کلیه فرضیات مدل محقق بود. در ادامه به مقایسه سایر تحقیقات با تحقیق حاضر پرداخته می‌شود.

نتایج فرضیه اول مدل نشان داد بازاریابی رابطه مند بر ارزش آفرینی مبتنی بر بلاکچین تاثیرگذار بوده است. هدف از این نوع بازاریابی غالباً ایجاد، حفظ، تقویت و تجاری سازی روابط با مشتریان است به گونه‌ای که اهداف طرف‌های درگیر محقق شود. این کار با تبادل متقابل و تحقق وعده‌ها انجام می‌شود. مشتریان قدیمی به این درک رسیده‌اند که تا چه میزان محصول یا خدمتی که از خرید قبلی داشته‌اند ارزشمند بوده است بنابراین به خرید مجدد روی آورده و جزء مشتریان وفادار می‌شوند. اگر یک مشتری احساس رضایت از ارتباط خود داشته باشد بدون هیچگونه تکلفی به سازمان بیمه‌ای رجوع مجدد خواهد داشت و سود و ارزش بیشتری عاید سازمان می‌کند. نتایج فرضیه با نتایج اسد نژاد و همکاران (۱۴۰۱) هماهنگ است. نتایج فرضیه دوم مدل نشان داد ارزش آفرینی برای مشتریان از طریق تولید محتوا بر ارزش آفرینی مبتنی بر بلاکچین تاثیرگذار بوده است. محتوا، پادشاه است و ارزش آفرینی با تولید محتوای روز به روز در حال گسترش است و از ملزومات بازاریابی به حساب می‌آید به گونه‌ای که محصولات، فرآیندهای کسب و کار، کانالهای فروش و یا زنجیره ارزش و به بیانی مدلهای کسب و کار را با طراحی و دگرگون می‌نماید. نتایج این فرضیه با نتایج تحقیق ثموژی و همکاران (۲۰۲۱) مطابقت دارد. نتایج فرضیه سوم مدل نشان داد ادغام نوآوری و ارزش آفرینی بر ارزش آفرینی مبتنی بر بلاکچین تاثیرگذار بوده است. حمایت سازمانهای بیمه‌ای از خلق و تسهیم دانش و فناوری موازی با نوآوری در تقویت سواد دیجیتالی بیمه‌ای، توجه دولت و تصویب قوانین مرتبط با فناوری‌های جدید و گسترش کانالهای فروش دیجیتال و تجهیزات نرم افزاری و سخت افزاری در این مقوله کمک شایان ذکری به ارزش آفرینی و توسعه خدمات بیمه‌ای خواهد نمود. نتایج فرضیه سوم مدل نشان داد ارتباطات هوشمند بر ارزش آفرینی مبتنی بر بلاکچین تاثیرگذار بوده است. ضرورت وجود ارزش آفرینی بر اساس فناوری‌های روز چون ارتباطات هوشمند در صنعت بیمه با نگرش به بهره برداری سایر سازمانها از این فناوری‌ها در جلب مشتریان، بیش از پیش احساس می‌شود و سازمانهای بیمه‌ای به شکل پیشرفته بایستی خود را برای مواجهه با دانش و تکنولوژی‌های روز مهیا کند. نتایج این فرضیه با نتایج تحقیق اکرت و اوستریدر<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) مطابقت دارد.

با توجه به ویژگیهای منحصر بفرد صنعت بیمه در ایران، یافته‌های این پژوهش الزاماً قابل تعمیم به سایر صنایع نیست. همچنین مطالعه همزمان سازه‌ها و متغیرهای متعدد مستلزم استفاده از گویه‌های زیاد در پرسشنامه بوده است. لذا این امکان وجود دارد که زمانبر بودن پاسخگویی، پاسخ دهنده را با خستگی همراه نموده و کیفیت و دقت پاسخگویی را کاسته باشد. در راستای پیشنهادات تحقیق پیشنهاد می‌گردد:

- ۱- نهادهای ذریبط و دولت تلاش کنند تا بسترهای فرهنگی و اطلاعاتی لازم را فراهم کرده و در راستای بهبود زیرساختهای راهبردی بلاکچین در توسعه صنعت بیمه‌های دریایی اقدام کنند.
- ۲- به مسئولین حوزه بیمه‌ای، نهادهای حکومتی و قانونگذار پیشنهاد می‌شود تا از طریق تصویب قوانین و مقررات مناسب نسبت به رفع موانع موجود در توسعه فناوری بلاکچین در بیمه‌های دریایی در راستای ارائه بهتر خدمات بیمه‌ای به مشتریان بیمه‌ای اقدام نمایند.
- ۳- به شرکتهای بیمه پیشنهاد می‌شود با پیاده سازی راهبردهای ادغام مدیریت نوآوری و ارزش آفرینی، زمینه بهبود و تعالی و رشد سازمانهای بیمه‌ای را فراهم آورند تا فرایند خلق مزیت رقابتی پایدار در سازمانهای بیمه‌ای استمرار و بهبود روز افزون یابد.
- ۴- پیشنهاد می‌شود صنعت بیمه با در نظر گرفتن مزایای نوآوری در ارائه خدمات از بستر فناوری‌هایی چون بلاکچین، به تدریج راه‌های مدرن را در چارچوب فرایندهای تجاری-خدماتی خود در راستای توسعه مزیت رقابتی و تحول دیجیتال بیمه‌های دریایی عملی کند. این امر منجر به بهبود عملکرد بیمه‌های دریایی و اثربخشی آنها می‌شود.
- ۵- سازمانهای بیمه از طریق اجرای برنامه‌های آموزش و توانمندسازی علمی و فناورانه و دانشی کارکنان بیمه‌ای، نسبت به تحکیم سطح مشتری مداری با هدف تقویت ارتباط دراز مدت با مشتریان اقدام کند و با ارائه بازخورد به کارکنان، ایشان را از مزایای این فناوری آگاه نماید.

## منابع:

- اسدزاد؛ بهروز. جلالی؛ سید مهدی. تبریزیان؛ بیتا. (۱۴۰۱). مدلی برای بازاریابی دیجیتال مبتنی بر ارزش آفرینی در صنعت بیمه ایران. مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، دوره ۱۰، شماره ۴۰، صص 77-108.
- ایزدی، حمید رضا و ایزدی، مریم. (۱۳۹۱)، بررسی رابطه بیمه‌های دریایی (کشتی و باربری) با رشد اقتصادی ایران با استفاده از الگوی خود توضیح برداری. پژوهشنامه بیمه، ۲۷(۳)، ۱-۲۷.
- بنویدی، مجید، ولی نیا، سیدآرش و سلمانی، یونس. (۱۳۹۷). نقش بلاک چین بر صنعت بیمه با رویکرد بهبود فرآیندها، بیست و پنجمین همایش ملی بیمه و توسعه، تهران، ۱۳۹۷.
- پهلوانیان، مرصده، شیرخدایی، میثم و قاضی نوری، سید سپهر. (۱۴۰۱). تعیین مسیر گذار به فناوریهای نوین بیمه ای در ایران. پژوهشنامه بیمه، ۳۷(۲): ۱۷۹-۱۴۷.
- خطیبی، مهرداد و رحیم پور، مهین. (۱۴۰۰). نوآوری ها و فناوری های نوین در صنعت بیمه. فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، ۱۹(۴۴): ۸۵-۶۹.
- خواستار، حمزه. (۱۳۸۸). آرایه‌ی روشی برای محاسبه‌ی پایایی مرحله‌ی کدگذاری در مصاحبه‌های پژوهشی. روش شناسی علوم انسانی، ۱۵(۵۸)، ۱۶۱-۱۷۴.
- درفشی، ناهید و عطاران، علی. (۱۳۹۷). تحلیل متغیرهای موجد مزیت رقابتی پایدار در صنعت بیمه. فصلنامه پارس مدیر، دوره ۳، شماره ۱۲، صص ۱۲۱-۱۱۴.
- رضانی، حمید. (۱۳۹۸). اثر فناوری نوین در توسعه بازار صنعت بیمه (مطالعه موردی: فناوری بلاکچین). بیست و ششمین همایش ملی بیمه و توسعه، افزایش ضریب نفوذ بیمه، چالش‌ها و راهکارها، ۱۳۹۸.
- سیف الهی، ناصر و اسکندری، نادر. (۱۴۰۰). ارزش آفرینی برای مشتری از طریق ایجاد آگاهی از خدمات اپلیکیشن های پرداخت آنلاین، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۴۵ (۷۸): ۱۴۳-۱۲۰.

شا بازاده، فاطمه، عباسی، ابراهیم، دیده خانی، حسین، خوزین، علی، (۱۳۹۹). طراحی مدل هوشمند پیش بینی توانگری مالی در شرکتهای بیمه (رویکرد داده کاوی)، مقاله پژوهشی، فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه گذاری، سال نهم/ شماره سی و چهارم، شماره صفحات ۲۱۱-۲۲۹.

شهبازی، محمد؛ پوریان، سید کاظم و تقوا، محمد رضا. (۱۳۹۹). کاربرد الگوریتم های اجماع شده در بلاکچین، سیاست نامه علم و فناوری. ۱۰(۳):۵۳-۳۵.

طیار، شاهین و نظری، احسانه. (۱۳۹۷). پتانسیل های کاربردی بلاک چین در صنعت بیمه: فرصت ها و چالش ها. بیست و پنجمین همایش ملی بیمه و توسعه. ۱۹-۱.

غلامی معاف؛ کمیل. رمضانین؛ محمد رحیم. فریدی ماسوله؛ مرضیه. (۱۳۹۹). خدمات فناوری بلاک چین و کاربرد های آن، فصلنامه پژوهش های معاصر در علوم مدیریت و حسابداری، دوره دوم، شماره ۷. صص ۲۶۶-۲۴۸.

قره خانی، محسن و پورهاشمی، سیده ام سلمه. (۱۴۰۰). بررسی عوامل موثر بر پذیرش اینترنت اشیا در صنعت بیمه ایران، پژوهشنامه بیمه، ۳۷(۱۴۵): ۱۴۴-۱۰۵.

قیصرزاده، امیر؛ عرفانی، محمود و شهبازی نیا، مرتضی. (۱۳۹۹). نقش مکانیزم های حقوقی و اخلاقی در پیشبرد اهداف صنعت بیمه های دریایی. پژوهش های اخلاقی ۱۰(۳): ۱۹۴-۱۷۷.

- Dyer, J. H., Singh, H., & Hesterly, W. S (2018), The relational view revisited: A dynamic perspective on value creation and value capture. *Strategic Management Journal*, 39(12), 3140-3162.
- Eckert, C., & Osterrieder, K. (2020). How digitalization affects insurance companies: overview and use cases of digital technologies. *ZVersWiss*, 109: 333-360.
- Ekramifard, A., Amintoosi, H., Dehghantanha, A., Parizi, R., Dehghantanha. Ali., (2020). A systematic literature review of integration of blockchain and artificial intelligence. In *Advances in information security*, 179, 147-160.
- Goedhart, M., & Koller, T (2020), The value of value creation. *McKinsey Quarterly*, 16.
- Hans, R., Zuber, Hendrik., Rizk, A., and Steinmetz, R. (2017). Blockchain and Smart Contracts: Disruptive Technologies for the Insurance Market. *AMCIS 2017 Proceedings*. 31.1-16.
- Hasselgren, A., Kralevska, K., Gligoroski, D., Pedersen, S. A., & Faxvaag, A. (2020). Blockchain in healthcare and health sciences -A scoping review. *International Journal of Medical Informatics*, 134(2020), 1-10.
- Ismagilova, E., Hughes, L., Dwivedi, Y.K., RaviRaman, K. (2019). v. *International Journal of Information Management*, 47(2019), 88-100.
- Janssen, M., Weerakkody, V., Ismagilova, E., Sivarajah, U., & Irani, Z. (2020). A framework for analysing blockchain technology adoption: Integrating institutional, market and technical factors. *International Journal of Information Management*, 50, 302-309.
- Prosvetova, A. A., & Dozhdeva, E. E. (2020). Insurance Activities in the Digital Economy of Russia. In *Innovative Economic Symposium*, 160, 736-741.
- Siti Zaleha, S., Amnah, M., Maizura A. S., Mardhiah, A., & Faizul, A. (2018). Measuring service quality of fast food restaurant: what matters most to malaysian gen-y consumers?. *Malaysian journal of consumer and family economics*, Volume 21 SP 1, 2018, 24-33.
- Thenmozhi, M., Dhanalakshmi, R., Geetha, S., Valli, R. (2021). Implementing blockchain technologies for health insurance claim processing in hospitals. *Materials Today: Proceedings*, Available online 24 March 2021, 1-4..