

## بررسی عوامل موثر بر بیمه الکترونیک در رشد اقتصادی کشور

مریم فضل کریمی، حمیدرضا خزائی پول

غیرانتفاعی نیما محمودآباد

چکیده: سازمان های بیمه ای نقش بسزایی در جبران خسارت های مالی بر عهده دارند، به همین خاطر محور اصلی بیمه تسهیل فعالیت های اقتصادی در جامعه است. حرکت نوینی که در جهت دگرگونی سازمان های بیمه در حال جریان است ارائه خدمات الکترونیکی بیمه بر روی شبکه جهانی اینترنت می باشد ، با توسعه روز افزون فناوری اطلاعات و گسترش کاربرد آن در فعالیت ها و زندگی روزمره ، استفاده از آن بیش از پیش مورد توجه عموم مردم واقع شده است . حال که صنعت بیمه یکی از ارکان توسعه و رشد اقتصادی کشورهاست، ورود مقوله فناوری اطلاعات در مبانی نظری و اقتصادی می تواند از مجاری مختلفی صورت گیرد ، اما مهمترین و موثر ترین کانال اثرگذاری فناوری اطلاعات در فرآیندهای اقتصادی بیمه، مقوله تولید و نحوه ارائه خدمات است ، از این رو در بیمه الکترونیک تمامی داده ها در دنیای مجازی و از طریق شبکه های الکترونیکی نظیر اینترنت صورت می گیرد که خود موجب کاهش حضور فیزیکی افراد بیمه گذار در سازمان های بیمه ای خواهد شد . پژوهش حاضر در پی بررسی عوامل موثر بر بیمه الکترونیک در رشد اقتصادی کشور میباشد. روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی میباشد همچنین از مطالعات کتابخانه ای و بهره گیری از مقالات و نشریات استفاده شده است . یافته ها نشان می دهد بیمه الکترونیک تاثیرات بسیار زیادی در رشد اقتصادی کشور خواهد داشت، از جمله کاهش هزینه های تردد و صرفه جویی در مصرف سوخت و افزایش سرمایه گذاری در نتیجه گسترش ارتباطات جهانی و افزایش درآمد و بهبود کیفیت زندگی را میتوان نام برد .

**کلمات کلیدی:** بیمه الکترونیک؛ فناوری اطلاعات؛ رشد اقتصادی.

### ۱. مقدمه

فناوری اطلاعات به سرعت زندگی بشر را تحت تاثیر قرار داده است ، در این میان شبکه جهانی اینترنت نیز یک فناوری بسیار با اهمیت بوده و تحولات عظیمی ایجاد نموده است . نزدیک به سه دهه است که فناوری اطلاعات و ارتباطات بعنوان یک پدیده نوظهور و قدرتمند جای خود را در جهان باز کرده و موجب ایجاد تغییرات اساسی در ساختار فرهنگی ، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بشر شده است و زندگی اجتماعی و فردی را تحت تاثیر خود قرار داده است [11]. در سال های اخیر با گسترش روزافزون فناوری اطلاعات و کاربردهای گسترده آن در زندگی روزمره استفاده از آن توجه وافر شده است . از این رو قرن ۲۱ را قرن عصر اطلاعات و ارتباطات نامگذاری شده است [4]. اثرات پیشرفت در ارتباطات و اطلاعات میتواند در ارتباطات و نحوه تبادل اطلاعات و نحوه کسب و کار و آموزش افراد و روابط تجاری و بازرگانی باشد ، شاید بهترین عنوان برای این تحول ، عنوان انقلاب الکترونیک باشد [12]. امروزه حجم وسیعی از خدمات دیگر چهره به چهره نیست و بیشتر از طریق تلفن، وب، سایت، پست ، کارت های اعتباری و مواردی از این قبیل انجام می شود ، یکی از مهمترین جایگزین ها برای بسیاری از افراد جامعه که خواهان کمترین ضرر و زیان احتمالی در زندگی روزمره خود هستند بهره مندی از خدمات بیمه الکترونیک است ، در بیمه الکترونیک تمامی نیاز ها و خواسته های افراد در قالب داده های مشخصی در دنیای مجازی و از طریق شبکه های الکترونیک صورت می گیرد و کاهش حضور فیزیکی افراد بیمه گذار در شرکت ها و دفاتر بیمه ای یکی از شاخصه های بیمه الکترونیک است [15]. در بیمه الکترونیک افراد به کلیه خدمات و سرویس های به هنگام ادارات ، سازمان های بیمه ای و همچنین به اطلاعات مختلف مورد نیاز بصورت ۲۴ ساعته و به شیوه ای با ثبات و قابل اطمینان و امن دسترسی پیدا میکنند. در بیمه الکترونیکی مشاغل زیادی بوجود می آید و حل مشکل بیکاری از طریق بیمه الکترونیک امری واضح و شفاف است [19]. بنابراین بهتر است ابعاد ایجاد کننده این پدیده را تا حد امکان از دیدگاههای مختلف مورد مطالعه قرار گیرد که یکی از این ابعاد رشد اقتصادی است که از تاثیر پذیری عوامل موثر بر ایجاد بیمه الکترونیک حاصل میشود که به آن می پردازیم.

### ۲. مبانی نظری

#### ۲.۱. مفهوم بیمه الکترونیک

بیمه الکترونیک عبارت است از فضایی در شبکه جهانی اینترنت که بصورت یکپارچه و تعاملی که خدمات بیمه ای را بطور معمول در سازمان های بیمه ای مربوطه انجام می گرفت را ارائه میدهد [1]. به عبارت دیگر بیمه الکترونیک به معنای مبادله ی محصولات و خدمات در مقابل پول و با استفاده از توانایی های اینترنت است [13]. بیمه الکترونیک معادلی برای خرید و فروش محصولات ، خدمات ، اطلاعات به وسیله ی زیر ساخت های شبکه ای است همانگونه که دستگاه های ارائه دهنده خدمات موظف به ارائه خدمات حضوری به بیمه گذاران هستند ، در بیمه الکترونیک نیز فناوری اطلاعات این مسیر را فراهم میکند تا همان خدمات حضوری را بصورت الکترونیکی ارائه دهد . از سوی دیگر توسعه و رشد خدمات بیمه الکترونیک در زندگی و فعالیت های روزمره افراد جامعه مستلزم حل و فصل اقدامات زیر است :

الف- برقراری امکانات و شبکه و دسترسی به خدمات الکترونیکی بطور مناسب در سطح گسترده کشور و پوشش تمام نقاط کشور اعم از تجاری-اداری، آموزشی، تفریحی، مسکونی و غیره.

ب- آشنایی عموم مردم و کاربران با نحوه استفاده از این ابزار و امکانات.

ج- پشتیبانی ۲۴ ساعته از عرضه خدمات در محیط الکترونیکی.

د- وجود امنیت اطلاعاتی برای حفظ حقوق کاربران و حقوق عمومی جامعه.

با توجه به موارد یاد شده توجه میشود که تحقق بیمه الکترونیک یک امر تدریجی است. بنابراین ایجاد بیمه الکترونیک تاثیرات بسیار سودمندی در زمینه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بدنبال خواهد داشت. همچنین فواید اقتصادی نهفته ای همچون کاهش هزینه ها و افزایش درآمدها و کاهش فساد اداری را در پی خواهد داشت.

### ۲.۲. مفهوم فناوری اطلاعات

مفهوم فناوری اطلاعات شامل چهار عنصر: ۱- ذخیره اطلاعات ۲- بازیابی اطلاعات ۳- پردازش اطلاعات ۴- انتقال اطلاعات را به همراه دارد. در فناوری اطلاعات نقش انتقال اطلاعات برجسته تر است و به نوعی لوازم سخت افزاری و مخابراتی مانند کامپیوترهای میان بر، شبکه های کامپیوتری و ماکروبوها، خطوط خاص مخابراتی نقش بارزتری دارد [1]. در سال ۱۹۵۰ میلادی، اولین کاربرد علمی که کامپیوتر در آن استفاده شد انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سال ۱۹۵۱ بود. در سال ۱۹۶۰ با حضور کامپیوتر بزرگ ایده توسعه پایگاه های اطلاعاتی متمرکز اطلاعات و مفهوم انفورماتیک شکل گرفت و کاربرد آن در زمینه مدیریت اطلاعات طرفداران بیشتری پیدا کرد. این ایده در سال های ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۰ بصورت استفاده از سیستم های هوشمند شکل قوی تری به خود گرفت و ایده اصلی اتوماسیون اداری و سیستم های بدون کاغذ را تقویت نمود [7]. حال، با توجه به گسترش باورنکردنی اینترنت، ضروری است که به روند پیدایش و رشد اینترنت در ایران نگاهی بیندازیم. در ایران، مؤسسه ی مطالعات فیزیک نظری و ریاضی، پیشگام ارتباط با اینترنت است. این ارتباط برای نخستین بار از طریق بیت نت صورت پذیرفت. این مؤسسه در سال ۱۹۹۲ با یک خط استیجاری با سرعت انتقال ۹۶۰۰ بیت در ثانیه به دانشگاه وین اتریش متصل گردید و بدین ترتیب، ایران به عضویت شبکه ی تحقیقاتی دانشگاهی اروپایی درآمد، در سال ۱۳۷۱، تعداد کمی از دانشگاه های ایران، از جمله دانشگاه صنعتی گیلان، توسط مرکز به اینترنت وصل شدند تا با دنیای خارج، ایمیل رد و بدل کنند. در سال ۱۳۷۲ ایران نیز به شبکه اینترنت پیوست. نخستین رایانه ای که در ایران به اینترنت متصل شد، مرکز تحقیقات فیزیک نظری در ایران بود؛ که در حال حاضر این مرکز یکی از خدمات دهندگان اینترنت در ایران است [8]. لذا با پیشرفت و توسعه اینترنت و ایجاد بیمه الکترونیک، خرید بیمه نامه که در گذشته بر مبنای اسناد کاغذی انجام می گرفت، امروزه با گسترش دنیای فناوری اطلاعات و با بوجود آمدن شهرهای الکترونیکی، صدور بیمه نامه بصورت الکترونیکی درآمدی است که خود باعث کاهش هزینه ها و افزایش درآمد ها میشود. در کشورهای دیگر مثل ژاپن، آلمان، انگلستان و غیره نیز کاربردهای کامپیوتر در زمینه خدمات بانکداری، بیمه، هتلداری، مدیریت پروژه ها و غیره نیز رشد نمود. فناوری اطلاعات و ارتباطات پیشرفته با دسترسی آزاد و گسترده افراد به اطلاعات و افزایش آگاهی آنها و با کاهش چشمگیر هزینه پردازش و انتقال اطلاعات، زمینه بروز کنشگران جدید را فراهم ساخته است [14].

### ۳.۲. مفهوم رشد اقتصادی

در عصر جهانی شدن ارتباطات و اطلاعات و رقابت روزافزون در بازار بیمه ای کشور و به لحاظ تداوم و بقاء آن و تاثیرات شگرف آن در اقتصاد کشور، گسترش ارتباطات و اطلاعات امری مهم و ضروری است، زیرا در یک بازار رقابتی بیمه الکترونیک می بایست دارای مزایای اقتصادی مطلوبی داشته باشد تا افراد بیمه گذار را به استفاده از آن ترغیب نماید. در این راستا باید مولفه های مهم آن نظیر بنگاه ها و موسسات اقتصادی، دولت و زیر ساخت های آن توجه بیشتری قرار گیرند تا در جریان پیشرفت بیمه الکترونیک موثر واقع شوند [3]. بیمه الکترونیک میتواند صدور هرگونه بیمه نامه بصورت مستقیم و از طریق اینترنت دانست، در اینصورت خدمات بیمه ای بصورت الکترونیکی و از طریق واسطه های ایمن ارائه میشود و نیاز به حضور فیزیکی بیمه گذاران در شرکت های بیمه ای نمی باشد.

### ۳. سوابق بیمه الکترونیک

حضور اینترنت در وزارت دفاع آمریکا ابتدا با نام آرپانت و بعثت ترس وزارت دفاع آمریکا در برابر خطرهای ناشی از جنگ هسته ای و احتمال نابودی مخابرات آمریکا توسط قدرت رقیب شوروی شروع و بعد از چندین سال با همکاری دانشگاه کالیفرنیا و دانشگاه هاروارد توسعه پیدا کرد، اولین شهر مجازی در آمستردام هلند در سال ۱۹۹۴ شکل گرفت و به سرعت بسیاری از شهرهای اروپایی، آمریکایی و بعضی از شهرهای آسیایی مثل توکیو و سنگاپور وارد این مقوله شدند [2]. و به تدریج با تقویت سیستم اداری بدون کاغذ و با ایجاد بیمه الکترونیک رشد اقتصادی و بهره وری در این کشورها افزایش یافته و همزمان مشاغل

بسیار زیادی بوجود آورد. در پژوهشی با عنوان " تاثیر ابعاد خدمات الکترونیکی بر رضایت مشتریان در تجارت الکترونیکی " به بررسی تاثیرات خدمات الکترونیکی بر رضایت مشتری بیمه ای که به صورت بر خط اقدام به فروش بیمه نامه کرده اند پرداخته شده است، بنا به گفته های محقق در این تحقیق بیشترین ضریب استاندارد شده متعلق به رابطه ی سهولت استفاده از خدمات در رضایتمندی مشتریان است ، بعد از سهولت بیشترین ضریب استاندارد شده مربوط به رابطه ی اطمینان از کیفیت خدمات در رضایتمندی مشتریان مربوط می شود.[6]. مهمترین هدف بیمه الکترونیک خدمت رسانی مطلوب به افراد بیمه گذار و کسب رضایت و حفظ وفاداری بیمه گذاران میباشد ، که در گرو آن است که افراد جامعه می بایست بعنوان دریافت کننده خدمات ، حداقل دانش لازم درباره مفاهیم پایه فناوری اطلاعات و ارتباطات و قابلیت استفاده از این خدمات را برخوردار باشند زیرا هر فرد نیازها و وظایف گوناگونی دارد و برای رفع بسیاری از نیازهای خود مجبور به استفاده از شیوه های آسان و کم هزینه تر است . سازمان های بیمه ای برای بقا و حضور قدرتمند در عرصه رقابت اقتصادی، ناگزیر به استفاده از تازه ترین دستاوردهای فناوری برای دستیابی به بالاترین سطح بهبود و توانایی خود و کارکنان خود هستند[5].

#### ۴. روش تحقیق

در این پژوهش از روش توصیفی تحلیلی استفاده شده است که با رویکرد مروری بر اطلاعات گذشته همراه بوده است ، همچنین مطالب از طریق مطالعات کتابخانه ای و مقالات جمع آوری شده است.

#### ۵. فواید و مزیت های بیمه الکترونیک

بخش عمده ای از وقت مردم صرف انجام فعالیت های تکراری و غیرمفید میشود ، انتظار در صف ها ، پیمودن مسافت های طولانی برای خرید بیمه نامه و دریافت خدمات ، معطل شدن در ترافیک سنگین شهر قسمتی از اتلاف وقت است. در بیمه الکترونیک تمامی فعالیت های اشاره شده از طریق یک وب سایت یا اپلیکیشن تلفن همراه انجام میگردد ، از این طریق می توان در کمتر از چند دقیقه به هرگونه اطلاعات در سبد بیمه ای دسترسی پیدا کرد و به ساده ترین روش ممکن بیمه نامه دلخواه و مورد نیاز را صادر نمود . ایجاد بیمه الکترونیک مزایای زیادی دارد عبارتند از :

- فراهم آوردن خدمات اینترنت با کیفیت و سرعت بالا برای بیمه گذاران.
- فراهم آوردن محیط آموزشی ۲۴ ساعته .
- بهبود کیفیت زندگی مردم.
- ارائه خدمات تک مرحله ای به بیمه گذاران.
- ایجاد فرصت های تجاری بیشتر.
- ارتباط بهتر بین شرکت های بیمه ای.
- دسترسی ۲۴ ساعته به خدمات بیمه ای .
- کاهش ترافیک شهری.
- تقویت بهداشت روانی.
- کاهش آلودگی هوا.
- صرفه جویی در وقت و انرژی.
- کاهش فساد اداری.
- افزایش نظم در جامعه.
- افزایش سطح آگاهی بیمه گذاران.
- برقراری مدیریت یکپارچه در سیستم بیمه ای کشور.
- افزایش ضریب نفوذ اینترنت.
- افزایش قدرت رقابت پذیری بین المللی.
- حذف واسطه ها بالطبع کاهش هزینه ها و بهره وری موثر.
- افزایش سرمایه گذاری در تجارت .
- بهبود کیفیت زندگی مردم .

نکته حائز اهمیت ، سرعت بالای ارائه خدمات ، کیفیت مناسب ، هزینه کم صرف شده در بیمه الکترونیک است . ایجاد و توسعه بیمه الکترونیک بسیاری از مشکلات کلان شهرها را بصورت ریشه ای حل میکند[10].

#### ۶. نیاز به بیمه الکترونیک و نگاهی به موانع ایجاد آن

بیمه الکترونیک میتواند به دلایل مختلف از جمله رشد جمعیت و گسترش بی حد دامنه جغرافیایی، افزایش نیاز به تبادل اطلاعات و تعدد در نوع خدمات موردنیاز با معضلاتی روبرو باشد، این معضلات و مشکلات را میتوان به سه دسته زیر تقسیم بندی کرد که به شرح ذیل میباشد:

الف) موانع مدیریتی:

- فقدان طرح با برنامه مدون ملی.
- فقدان اهمیت کافی به فناوری اطلاعات در سیاست گذاری های ملی-اقتصادی.
- فقدان قانون امضای دیجیتال.
- تداخل در سیاستگذاری، اجرا و نظارت.
- ترس برخی از مدیران از از دست دادن موقعیت فعلی.
- فقدان بستر قانونی برای حمایت از مشکلات پیش آمده در خرید بیمه نامه های الکترونیکی.
- آشنا نبودن با مزیت های اقتصادی مثل صرفه جویی در هزینه ناشی از استفاده از بیمه الکترونیکی.
- انطباق نداشتن سیستم های بیمه ای با اجرای الکترونیکی.
- مشکلات ناشی از عدم اطمینان و اعتماد در چارچوب های حقوقی و قانونی.

ب) موانع اقتصادی:

- عدم تشویق بخش خصوصی به سرمایه گذاری روی فناوری اطلاعات.
- پایین بودن کشش تقاضا در خرید بیمه نامه الکترونیکی.
- پایین بودن سرمایه گذاری سازمان ها روی آموزش فناوری اطلاعات.
- پایین بودن سرمایه گذاری سازمان ها روی تجهیزات فناوری اطلاعات.
- بالا بودن قیمت سیستم های نرم افزاری و سخت افزاری.
- پایین بودن درآمد سرانه مردم ایران.
- بالا بودن هزینه اتصال به اینترنت.

ج) موانع فنی:

- مطلوب نبودن پهنای باند.
- ناتوانی سازمان ها در پشتیبانی الکترونیک.
- پایین بودن میزان خدمات دولتی.
- پایین بودن میزان تعاملات شبکه ای بین دولت و شرکت های بیمه.
- پایین بودن درصد اتصال مدارس به اینترنت.
- پایین بودن کارایی کارت های اعتباری.
- پایین بودن ضریب نفوذ اینترنت.

مشکلاتی نظیر آلودگی هوا و ترافیک و انتظار در صفوف اماکن ارائه خدمات و افزایش نرخ بیکاری و غیره سبب شده اند تا شهروندان نیاز به بیمه الکترونیک را در صورت اطلاع رسانی مناسب و بموقع را درک نمایند. از طرفی ورود فناوری های نو نظیر موبایل در سال های اخیر و استقبال فراوان مردم، نشان دهنده نگرش مناسب عمومی به نوآوری است.

#### ۷. اثرات بیمه الکترونیک بر رشد اقتصادی

ایجاد بیمه الکترونیک تاثیرات بسیاری را در زمینه رشد اقتصادی کشور بدنبال خواهد داشت. از جمله: کاهش هزینه های تردد و صرفه جویی در مصرف سوخت و افزایش سرمایه گذاری در نتیجه گسترش ارتباطات جهانی و افزایش درآمدها و کاهش فساد اداری و ارتباط تجاری شهر با کشورهای همسایه و به تدریج با سایر نقاط جهان و تسهیل در انجام امور اقتصادی بدلیل ۲۴ ساعته بودن بخشی از تاثیرات آن میباشد [17]. بیمه گذار با بهره گیری از بیمه الکترونیک قادر



خواهد بود به سرعت از کیفیت، نحوه دریافت و و بهای دریافت خدمات مورد انتظار آگاهی یابد و در صورت مناسب بودن پیشنهادات ارائه شده از بین طیف وسیعی از گزینه ها، گزینه مورد نظر خود را به لحاظ مکانی و زمانی و مالی، با بالاترین بهره وری برای خود انتخاب کند، این امر مزایایی دارد از جمله: تکریم ارباب رجوع، حفظ و وفادار ماندن بیمه گذار، افزایش سلامت اداری و بالا بردن دقت و سرعت و درستی در ارائه خدمات و کاهش رفت و آمد شهری و حذف واسطه ها و کاهش هزینه ها و بهره وری موثر را نام برد. اما باید به خاطر داشته باشیم که شکل گیری بیمه الکترونیک مستلزم تحول همزمان فنی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است [18]. بیمه الکترونیکی خدماتی همچون اطلاعات سبد بیمه ای و استعلام آن و نحوه پرداخت و ... را بصورت فهرست بندی و زمان بندی شده در اختیار بیمه گذار قرار میدهد. مزایای بیمه الکترونیکی برای شرکتهای بیمه گر را میتوان در دو مورد اصلی خلاصه نمود:

الف) کاهش هزینه های اداری از طریق خودکار شدن فرآیندهای کاری که سبب ایجاد نوعی ارتباط شبکه ای بین بخشهای مختلف شرکت های بیمه گر شده و لذا اطلاعات مدیریتی ارتقاء پیدا میکند.

ب) کارمزد پرداختی به واسطه ها به لحاظ اینکه بیمه نامه به طور مستقیم به مشتریان فروخته میشود، کاهش می یابد. این مزایا برای بیمه گذاران نیز شامل سهولت دسترسی به خدمات شرکت های بیمه گر و امکان مقایسه بین گزینه های مختلف میشود، همچنین به این نتیجه می رسیم که ایجاد اعتماد در مشتری های فعلی دو فایده اساسی برای آینده سازمان از منظر اقتصادی خواهد داشت از جمله:

الف) حفظ مشتری فعلی: به این معنی که هنگامی که مشتری فعلی به سازمان وفادار باشد دیگر نیاز به صرف هزینه های زیاد برای جذب مشتری جدید در زمان ایجاد بیمه الکترونیکی نخواهد بود. بنابراین با توجه به اینکه هزینه جذب مشتری جدید پنج برابر هزینه حفظ مشتری فعلی است، این کار به سود سازمان بیمه ای خواهد بود.

ب) از آنجائیکه مشتری فعلی از خدمات سازمان راضی است با انجام تبلیغات مثبت از سازمان و خدمات آن باعث ایجاد اعتماد در افراد دیگر شده و با این کار سازمان بدون صرف هزینه های مازاد، دارای مشتریان جدیدی خواهد شد و از طرفی دیگر این عمل سبب جلوگیری از انتشار تبلیغات منفی علیه سازمان می شود.

بنابراین سازمان برای موفقیت در عرصه بازار باید در مشتری مداری، پاسخگویی سریع و خدمات پس از فروش با مشتریان فعلی به گونه ای رفتار نماید تا مشتریان فعلی سازمان، دیگران را به همکاری با سازمان ترغیب کنند، به شکلی که مشتریان فعلی بر این باور باشند که خدمات مناسب را می توانند فقط از این سازمان دریافت کنند و دیگران نیز این سازمان را به عنوان بهترین سازمان برای رفع نیازهای خود بدانند [9].

## ۸. نتیجه گیری

براساس تحلیل های صورت گرفته می توان گفت که یکی از خواسته های شهروندان و یا بیمه گذاران عرضه کردن خدمات بیمه الکترونیک است زیرا افراد جامعه خواهان کمترین ضرر و زیان احتمالی در زندگی روزمره خود هستند. برای اینکه یک بیمه الکترونیک بتواند مفید واقع گردد نیازمند ایجاد و گسترش زیرساخت های بیمه الکترونیکی است. در این پژوهش ما بدنبال تحلیل و بررسی عواملی که بیمه الکترونیکی میتواند بر پیشرفت و رشد اقتصادی کشور داشته باشد بودیم. بیمه الکترونیک بستری فراهم میسازد تا بخش خصوصی، دولتی، بنگاه های اقتصادی و سایر نهادهای حقیقی و حقوقی بتوانند سرویس های خود را با سرعت و دقت بالا و در سطح گسترده ارائه دهند. از آنجایی که بیمه الکترونیک باعث ایجاد سیستم یکپارچه و کاهش فساد اداری و کاهش هزینه های تردد و صرفه جویی در مصرف سوخت و افزایش سرمایه گذاری و گسترش ارتباطات جهانی و افزایش درآمدها و ارتباط تجاری و افزایش قدرت رقابت پذیری بین المللی و پیشرفت شرایط اقتصادی کشور میشود دارای موانعی نیز میباشد از جمله: فقدان طرح با برنامه مدون ملی، فقدان قانون امضای دیجیتال، مشکلات ناشی از عدم اطمینان و اعتماد در چارچوب های حقوقی و قانونی، عدم تشویق بخش خصوصی به سرمایه گذاری در فناوری اطلاعات، ناتوانی سازمان ها در پشتیبانی الکترونیک، بالا بودن هزینه اتصال به اینترنت، پایین بودن ضریب نفوذ اینترنت، البته باتوجه به موقعیت اقتصادی، حمایت دولت در اجرای بیمه الکترونیک بصورت گسترده امری ضروری است تا زمینه پیشرفت اقتصادی کشور فراهم شود. می توان استنباط کرد که کلید توسعه ی فرهنگی هر فناوری در رسیدن مردم و دولت به تعامل دوسویه است. با این دیدگاه که دولت در ارائه و توسعه ی فناوری به مردم با دید کلان و بر اساس نیازهای جامعه اقدام کند و پیش از توسعه ی فناوری، به ابعاد آموزشی و کاربری آن بپردازد؛ مردم نیز فناوری را به مثابه ی یک نیاز گزینش و از آن بهره برداری کنند، نه به عنوان یک ابزار تجملی و مد روز؛ که در واقع این بزرگترین آفت توسعه فناوری بدون کار فرهنگی در ایران است.

منابع

- [1]فتحیان، محمد و حسینی، فرنود(۱۳۸۷). " مدیریت بازاریابی الکترونیکی، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، تهران
- [2]دهقان، علیرضا، طباطبایی، سیدمسعود، غنیمت، الناز، ارجمند، پرهام، (۱۳۹۱)، ششمین همایش ملی تجارت و اقتصاد الکترونیکی.
- [3]هاشمی فراشاه، سید ابوالقاسم، (۱۳۸۹). " مدل های تجارت الکترونیک و زنجیره ی ارزش "مجله ی عصر مدیریت، سال چهارم، شماره ی چهاردهم، خرداد ۱۳۸۹.
- [4]مقدسی، علیرضا. (۱۳۸۳). " مبادله ی الکترونیک داده ها : مفاهیم و ضرورت ها " ، تدبیر، شماره ۱۵۱.
- [5]کیا، علی اصغر و رحمان سعیدی؛ مبانی ارتباط، تبلیغ و اقناع، موسسه انتشاراتی روزنامه ایران، تهران (۱۳۸۳).
- [6]ترابی، مهرونوش، زمانی، کرشنا، (۱۳۹۲)، کنفرانس مهندسی کامپیوتر و توسعه ی پایدار، موسسه ی آموزش عالی خاوران مشهد.
- [7]تهرانی، رضا، جمشیدی ، حمید، (۱۳۹۳)، فصلنامه ی علمی پژوهشی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران.
- [8]ابراهیمی نسب عمران، مرتضی، شاکری، مرضیه، اصغرزاده، تالارپشتی، (۱۳۹۳)، اولین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و فرهنگ ایرانی اسلامی.
- [9]بقای راور، جواد، مقدسی، علیرضا. (۱۳۸۶). "ارایه ی یک مدل سه بعدی از چالشهای پیاده سازی تجارت الکترونیک در ایران"، مجله دانش و توسعه، شماره ی ۱۹، نیمه ی اول سال ۱۳۸۶.
- [10]نهایتدیان، محمد(۱۳۸۱). " مالکیت فکری و تجارت الکترونیک " ، تدبیر، شماره ی ۱۲۲ .

[11]Bidgoli- H. Electronic Commerce Principles and Practice, San Diego: Academic Press, 2002.

[12]Wang, L Sun, S. and Zha, J.-X., (2009). An empirical research on the relationship between perceived customer value and e-loyalty, IEEM 2009 - IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management.

[13]Casaló, L., Flavian, C. and Guinalú, M., (2008). The role of perceived usability, reputation, satisfaction and consumer familiarity on the website loyalty formation process. Computers in Human Behavior, 24(2), pp. 325-345.

[14]Samar Mouakket, et al.(2012), Examining the antecedents of e-loyalty intention in an online reservation environment, Journal of High Technology Management Research 23 (2012) 46–57.

[15]Anderson, R.E. and Srinivasan, S.S.,( 2003). E-satisfaction and e-loyalty: a contingency framework. Psychology & Marketing, 20(2), pp. 123-138.

[16]Kim, D.J., Ferrin, D.L. and Rao, H.R.,( 2009). Trust and satisfaction, two stepping stones for successful e-commerce relationship: A longitudinal exploration. Information System Research, 20(2), pp.237-257.

[17]Nader Sohrabi Safa, et al ,(2013), A customer loyalty formation model in electronic commerce, Economic Modelling 35 (2013) 559–564.

[18]Raphael K. Akamavi, et al.(2015), Key determinants of passenger loyalty in the low-cost airline business, Tourism Management 46 (2015) 528e545.

[19]Jothi, P., M, Neelamalar and S, Prasad. 2011. Analysis of social networking sites: A study on effective communication strategy in developing brand communication. Journal of Media and Communication Studies Vol. 3 (7), pp. 234- 242 .