

شناسایی و رتبه بندی موانع موثر بر بیمه گذاری الکترونیک شرکت بیمه ایران

زهرا رحمتی منفرد

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بیمه دانشگاه آزاد اسلامی نراق

kayhan.doroud1@gmail.com

چکیده

صنعت بیمه با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات می تواند ضمن پشتیبانی از نهادهای اقتصادی، روند سازندگی صنعت جامعه را بیش از پیش تسهیل نماید. مشروط بر اینکه موانع و محدودیت های بیمه گذاری مبتنی بر فناوری شناخته و از بطن این صنعت زدوده شود. بر اساس تحقیق حاضر با هدف شناسایی و رتبه بندی موانع موثر بر بیمه گذاری الکترونیک در شرکت بیمه ایران استان اصفهان انجام گردیده است. در تحقیق حاضر که بر اساس روش توصیفی - پیمایشی انجام شده، ابتدا مبتنی بر یک رویکرد جامع از طریق یک چک لیست و بهره گیری از تکنیک دلفی، موانع موثر بر بیمه گذاری الکترونیک در شرکت بیمه ایران مزبور شناسایی گردیده است. سپس با استفاده از یک پرسشنامه محقق ساخت، اطلاعات اولیه لازم جهت اولویت بندی هریک از موانع مورد نظر از جامعه آماری مربوطه که شامل مدیران و کارشناسان شرکت بیمه ایران در استان اصفهان بوده و تعدادشان ۲۸ نفر می باشد جمع آوری گردیده است. یافته های تحقیق حاکی از آن است که از میان موانع هشت گانه شناسایی شده، فقدان یک برنامه ی جامع الکترونیکی جهت فروش بیمه نامه (۰/۳۳۱)، فقدان زیرساخت های الکترونیکی پرداخت حق بیمه (۰/۲۳۱)، عدم استانداردسازی ریسک بیمه (۰/۱۵۷)، عدم وجود زیر ساخت های ارتباطی و مخابراتی مناسب (۰/۰۷۱)، عدم باور مدیران به امکان الکترونیکی شدن بیمه (۰/۰۴۸)، عدم اعتماد و اطمینان عمومی نسبت به فعالیت های الکترونیکی (۰/۰۳۳) و عدم آشنایی عموم بیمه گذاران با بیمه گذاری الکترونیک (۰/۰۲۴) به ترتیب اولویت تعیین گردیده اند.

واژگان کلیدی: بیمه گذاری، بیمه گذاری الکترونیک، موانع، صنعت بیمه.

دوره‌ای که در آن به سر می‌بریم دوره پدیده‌های الکترونیکی نامیده‌اند؛ زیرا پدیده‌های الکترونیکی زیادی را با خود به همراه داشته که از جمله آنها می‌توان به تجارت الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی، دولت الکترونیکی، بیمه الکترونیکی و در مجموع زندگی الکترونیکی اشاره کرد. با بهره‌برداری از فناوری اطلاعات در صنعت بیمه که در ظهور بیمه‌های الکترونیکی متجلی می‌گردد، محدودیت جغرافیایی و زمانی از بین می‌رود و تحول گسترده‌ای در سیستم‌های اطلاعاتی صنعت بیمه ایجاد می‌شود. امروزه صنعت بیمه به عنوان یکی از عمده‌ترین نهادهای اقتصادی است که سازمان‌ها و سایر نهادهای اقتصادی و خانواده‌ها را پشتیبانی می‌کند. به عبارتی برای فعالیت‌های خدماتی و تولیدی در جامعه، روند سازندگی و پیشرفت و ترقی را تسهیل می‌کند. شرکت‌های بیمه در مقایسه با افراد حقیقی علاوه بر سرمایه‌گذاری در محدوده و مقیاس وسیع‌تر، قادر خواهند بود به علت توان مالی بالاتر، در فرصت‌های سرمایه‌گذاری با ریسک بالاتری که برای اقتصاد منافع بیش‌تری در بر دارد، فعالیت نمایند (بابایی، ۱۳۹۰).

البته باید در نظر داشت که امروزه این شرایط با توجه به رشد و توسعه فناوری اطلاعات تغییر نموده و به شیوه‌ای دیگر عمل می‌کند. امروزه فناوری اطلاعات با شتاب فزاینده‌ای در حال تغییر جهان است و این تغییرات در کلیه‌ی عرضه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مشهود است. در صنعت بیمه نیز این مفهوم جایگاه خود را بدست آورده و کارکردهای آن تعریف شده است. از آن‌جا که در ایران از ظهور پدیده‌ی تجارت الکترونیک زمان زیادی نگذشته، بیمه‌ی الکترونیک نیز که محصول این پدیده است، ناشناخته مانده است. بیمه الکترونیک بیانگر طیف وسیعی از برنامه‌های کاربردی اینترنتی و تکنولوژی‌های اطلاعاتی مرتبط جهت ایجاد و توزیع خدمات بیمه‌ای است. بیمه الکترونیک، در یک نگاه کلی به فراهم ساختن امکان دسترسی مشتریان به خدمات بیمه‌ای با استفاده از واسطه‌های ایمن و بدون حضور فیزیکی اطلاق می‌شود. به عبارت دیگر بیمه الکترونیک به معنای استفاده از روشهای الکترونیکی برای کمک به مبادله کالاها و خدمات بیمه‌ای است. در بیمه الکترونیک مهم‌ترین ابزار، اطلاعات و ارتباطات است. به عبارت بهتر بیمه الکترونیک بهره‌گیری از فناوری اطلاعاتی و ارتباطی برای ایجاد فرایند جدیدی از بیمه است که با جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای هم‌خوانی دارد. از این رو بیمه الکترونیک شامل توسعه و به‌کارگیری زیرساختهای اطلاعاتی و همچنین تهیه، تدوین و اجرای سیاست‌ها، قوانین و مقررات لازم برای عملکرد جامعه اطلاعاتی یا دیجیتالی در صنعت بیمه است. کسب جایگاه مناسب رقابتی نیز یکی دیگر از مهمترین اهداف شرکت‌های بیمه در صنعت بیمه است که ضرورت پیاده‌سازی بیمه الکترونیک را نمایان می‌سازد (رنجبریان و قدرت پور، ۱۳۹۳).

این تعریف در مقیاس کوچک‌تر به فرآیند تدارک پوشش بیمه‌ای از طریق جست و جوی بیمه‌مد نظر یا خرید و عقد قرارداد از طریق آنلاین اشاره دارد (ماهنامه خبری، آموزشی، تازه‌های جهان بیمه) در واقع بیمه الکترونیک به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های تجارت الکترونیک، صنعتی است که به شدت مورد توجه قرار گرفته است. از بین رفتن محدودیت‌های مکانی و زمانی، کاهش نرخ حق بیمه، افزایش حجم فروش، دسترسی آسان به اطلاعات، کاهش هزینه‌های معاملاتی، مشتری‌مداری، تخصصی شدن فعالیت‌ها و تغییر ساختار شبکه‌ی فروش از جمله مزایای استفاده از بیمه‌ی الکترونیک است. تولید و انتشار کارت‌های اعتباری نیز از جمله ابزارهای نوین این صنعت است که پا به پای دیگر کارت‌های اعتباری و نقدی، ساختار فروش بیمه‌نامه و تعرفه‌های بیمه‌ای را دست‌خوش تغییرات اساسی خواهد کرد. البته بیمه‌گذاری الکترونیکی فرآیندی است که علیرغم اثرات متعددی که می‌تواند در فرآیند توسعه صنعت بیمه و شرکت‌های عامل در این حوزه داشته باشد. هنوز در ایران به صورت فراگیر نمود واقعی نیافته است. طبعاً موانع ساختاری، محتوایی، زمینه‌ای بر مسیر ارتقا این شیوه از بیمه‌گذاری وجود دارد موضوعی است که می‌تواند در این خصوص مورد توجه قرار گیرد. تحقیق حاضر نیز ضمن درک ضرورت موضوع تلاش دارد تا علاوه بر شناسایی و رتبه‌بندی موانع موثر بر بیمه‌گذاری الکترونیکی به مسیر ارتقاء این شیوه از بیمه‌گذاری کمک نماید. بر این اساس محقق تلاش نموده ضمن شناسایی موانع احتمالی موجود که به طور کلی می‌تواند در برگزیده موانع ساختاری، محتوایی و زمینه‌ای باشد، اولویت هر یک را مشخص و مطابق آن موانع سیستم بیمه‌گذاری الکترونیکی را تبیین و از این طریق به استقرار یک سیستم نظام‌مند بیمه‌گذاری الکترونیکی کمک نماید (کریمی، ۱۳۹۰).

بسیاری از اقتصاددانان، متخصصان و آینده نگرها بر این عقیده اند که در سال های اخیر انقلابی مشابه انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته است که جهان را وارد «عصر اطلاعات» ساخته است و بسیاری از جنبه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشر را دستخوش تحولی عمیق نموده است یکی از ابعاد این تحول، تغییرات عمیقی است که در روابط اقتصادی بین افراد، شرکت ها و دولتی ها به وجود آمده است. مبادلات تجاری بین افراد با یکدیگر، شرکت ها با یکدیگر و افراد با شرکت ها و دولت ها به سرعت از حالت سنتی خود که عمدتاً مبتنی بر مبادله بر مبنای اسناد و مدارک کاغذی است خارج شده و به سوی انجام مبادلات از طریق بهره گیری از سیستم های مبتنی بر اطلاعات الکترونیکی در حرکت است (نظری پور و فخری، ۱۳۹۲).

تجارت الکترونیکی، به دلیل سرعت، کارایی، کاهش هزینه ها و بهره برداری از فرصت های زودگذر عرصه جدیدی را در رقابت گشوده است تا آن جا که گفته می شود عقب افتادن از این سیر تحول نتیجه ای جز منزوی شدن در عرصه اقتصاد جهانی نخواهد داشت. تجارت الکترونیکی که تا چندی قبل به تعداد معینی از شرکت ها محدود می گردید در حال ورود به عرصه جدیدی است که در آن تعداد زیادی از اشخاص گمنام و مصرف کنندگان در شبکه حضور دارند. به علاوه، محتوای آن از حیطه مبادله داده های مربوط به سفارش دادن یا قبول سفارش فراتر رفته و فعالیت های عمومی تجاری از قبیل تبلیغات، آگهی، مذاکرات، قراردادهای و تسویه حساب ها را در نیز در بر گرفته است. زمینه های کاربرد تجارت الکترونیکی بسیار گسترده تر از مبادله کالا، خدمات و وجوه است و در تعریف آن و تبیین سیاست های مورد نظر باید علاوه بر کاربردهای بالعمیل به کاربردهای بالقوه آن نیز تحول داشت. یکی از کاربردهای تجارت الکترونیک، در بیمه ها می شود. و در این راستا «بیمه الکترونیک» از اهمیت بسیاری برخوردار است. بیمه الکترونیک از جمله مواردی است که در ایران کمتر مورد استفاده قرار گرفته و به علت گسترده حجم تبادل و ثبت اطلاعات در بیمه، نیازمند استفاده بیشتر از فناوری های نوین در عرصه اطلاعات و اطلاع رسانی می باشد به وسیله بیمه الکترونیک، شرکت ها می توانند کارهای بیمه خود را بر روی اینترنت ساده تر و وسیع تر از گذشته انجام دهند، اختصاص شخصیت حقوقی برای مشتریان، یک راه حل کلی برای اداره کارهای بیمه در شبکه محسوب می شود. یک سرویس اینترنت کامل در پوشه بیمه الکترونیک به اوج خود می رسد و این سیستم ها بر اساس دنباله ای از ابزارهای اینترنتی و تکنولوژی شبکه عمل نمایند. پوشه بیمه الکترونیک شامل اطلاعاتی مانند: سیاست های بیمه، شرایط بیمه، اطلاع از تغییرات، درخواست ها و تصمیم های مربوط به تسویه حساب ها می باشند. مشتریان بیمه می توانند از گزارش هایی که دریافت کرده اند، برای مصرف در مورد نیازهایشان استفاده کنند. سیستم از اشباع شدن اطلاعات جلوگیری می نماید چرا که دقیقاً بر اساس نیازهای مردم عمل می نمایند. از فواید کلیدی استفاده از سرویس های اینترنتی توانایی ارتباط بیشتر و قوی تر با مشتریان می باشد (همتی، ۱۳۸۹).

در این مقاله ضمن آشنایی با مفاهیم تجارت الکترونیک، به دنبال شناسایی و رتبه بندی موانع موثر بر بیمه گذاری الکترونیکی در بیمه ایران می باشیم. عبارت تجارت الکترونیکی از سال ۱۹۹۶ یعنی سه سال پس از ورود اینترنت به عرصه تجارت مطرح شده است. بیمه الکترونیکی از پدیده های مهم حاصل از به کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات و همچنین مدیریت اطلاعات است که تحولی عمیق در نحوه فروش بیمه و دریافت خسارت داشته است. به طوری که از یک سو سطح ارتباط با بیمه گذار را افزایش داده و از سوی دیگر دامنه خرید و فروش مجازی بعضی از انواع بیمه نامه را وسیع تر کرده است.

پیشینه نظری

برای اولین بار بیمه از قرن پانزدهم میلادی در زمینه حمل و نقل دریایی کالا در کشورهای مدیترانه ای و مشخصاً در ایتالیا ظهور کرد. عملیات بیمه ای به این نحو بود که صاحبان کشتی و کالا در مقابل پرداخت مبلغی از تجاری که به این کار مشغول بودند، از آنان تضمین می گرفت که در صورت وقوع حادثه و از دست دادن کشتی یا کالا، خسارت ایشان جبران شود. هر چند که در این عملیات احتمال وقوع حادثه و خسارت محاسبه نمی شد و بیشتر به گروه بندی و بازی شانس شبیه بود ولی شباهتهای عمده ای بین این قرارداد و قرارداد بیمه جدید وجود داشت. بیمه حوادث غیر دریایی برای اولین بار از نیمه های قرن هفدهم در انگلستان شکل گرفت. در پی آتش سوزی بزرگ لندن در سال ۱۶۶۶ که منجر به سوختن بالغ بر ۱۳۰۰ خانه و ۱۰۰ کلیسا

شد، مؤسسات بیمه حوادث آتش سوزی در لندن ایجاد شد. قبل از این مؤسساتی که در امر بیمه دریایی فعال بودند وجود داشتند ولی توجه به بیمه های حوادث و آتش سوزی غیر دریایی تنها از این تاریخ ایجاد گردید. در فرانسه مؤسسات بیمه در زمینه بیمه حوادث آتش سوزی فعالیت خود را از سال ۱۷۵۰ آغاز نمودند (Cornall, 2011).

از اواخر قرن نوزدهم از طرفی با توسعه ماشینیسیم و فعالیت های اقتصادی خطر ایراد خسارت روز به روز افزایش یافت و از طرف دیگر حقوق مسئولیت مدنی به سوی شناخت مسئولیت بدون خطا و گسترش دامنه مسئولیت فعالان اقتصادی و استفاده کنندگان از ابزار و ماشین آلات جدید سنگین شد و این امر سبب گسترش بیمه در ابعاد مختلف گردید. بدین نحو بیمه های جدید در زمین بیمه از زبان هندی (اردو) گرفته شده است و معنی لغوی آن ضمانت است. در اصطلاح نیز ضمانت مخصوصی است از جان یا مال که در حقوق جدید دنیا رواج یافته است. در بیمه اشخاص با پرداخت وجهی مسئولیت کالا یا سرمایه یا جان خود را بعهده دیگری میگذارند و بیمه کننده در هنگام زیان باید زیان و خسارت وارده را بپردازد. تعریف متداول بیمه بدین شرح است: بیمه عملی است که به موجب آن بیمه گر در مقابل دریافت عوض بنام ((حق بیمه یا وجه اشتراک)) و بموجب مقررات خاص خسارات را جبران مینماید بدین ترتیب بیمه موجد نوعی اطمینان در مقابل مخاطره محتمل الوقوع تلقی میگردد. مسئولیت و خسارات ایجاد شده و گسترش یافت. همچنین با پیشرفت علم پزشکی و افزایش امید به زندگی بیمه های عمر و اشخاص توسعه یافت و همه گیر شد (بابایی، ۱۳۹۰).

بیمه از سال ۱۳۱۰ با فعالیت شرکت های بیمه خارجی در ایران آغاز شد. در پی تصویب قانون و نظام نامه ثبت شرکتهای، شرکت های بیمه بسیاری از جمله گسترخ، الیانس، ایگل استار، یورکشایر، رویال، ویکتوریا، ناسیونال سوئیس، فینکس، اتحاد الوطنی و ... در ایران شعبه یا نمایندگی تأسیس نموده و به فعالیت پرداختند. بیمه ایران به عنوان اولین شرکت بیمه ایرانی با سرمایه دولتی در سال ۱۳۱۴ تأسیس شد. قانون بیمه در سال ۱۳۱۶ در ۳۶ ماده به تصویب رسید و تاکنون نیز به عنوان قانون اصلی در زمینه روابط بیمه لازم الاجراست. دولت برای نظارت و کنترل بازار بیمه و تقویت بنیاد بیمه در کشور مقررات مختلفی را به تصویب رساند: از طرفی شرکتهای بیمه را ملزم به واگذاری ۲۵٪ بیمه های صادره به عنوان بیمه اتکایی به شرکت بیمه ایران نمود و از طرفی در زمینه های مختلف همچون صادرات و واردات بیمه را اجباری نمود. در پی مصوبه دولت در سال ۱۳۳۱، شرکت های بیمه خارجی موظف شدند برای ادامه فعالیت خود در ایران مبلغ ۲۵۰ هزار دلار ودیعه نزد بانک ملی ایران تودیع کنند و پس از آن نیز از محل منافع سالیانه خود تا زمانی که این مبلغ به ۵۰۰ هزار دلار برسد به آن بیفزایند. این امر موجب تعطیلی کلیه نمایندگی ها و شعب شرکتهای خارجی به استثنای دو شرکت بیمه گسترخ و یورکشایر گردید و عملاً بازار بیمه را برای شرکتهای ایرانی مهیا نمود. از سال ۱۳۲۹ شرکت های بیمه خصوصی ایرانی به تدریج تأسیس و فعالیت خود را آغاز نمودند. نظارت بر بازار بیمه تا سال ۱۳۵۰ به وسیله شرکت بیمه ایران صورت می گرفت و همانطور که گفته شد نقش بیمه اتکایی بیمه ها را نیز بر عهده داشت. بدین نحو شرکت بیمه ایران هم نقش بیمه اتکایی و هم نقش ناظر دولتی و تنظیم کننده بازار بیمه را بازی می کرد. از سال ۱۳۵۰ در پی تصویب قانون تأسیس بیمه مرکزی کشور بیمه گری و وظیفه کنترل و نظارت به بازار بیمه ایران به بیمه مرکزی کشور که نهادی دولتی است سپرده شد. تا پیروزی انقلاب، بازار بیمه ایران صحنه فعالیت یک شرکت دولتی (بیمه ایران)، دوازده شرکت خصوصی و دو شرکت بیمه خارجی به صورت نمایندگی بود. در سال ۱۳۵۸ بنابر تصمیم شورای انقلاب شرکتهای خصوصی فوق ملی اعلام شدند و تصدی آنها به دولت واگذار شد. همچنین پروانه فعالیت دو شرکت خارجی لغو شد. در قانون اساسی نیز فعالیت بیمه در ایران جزء بخش عمومی تلقی گردید و تحت اختیار دولت قرار گرفت. ده شرکت بیمه سابق با هم ادغام شدند و شرکت بیمه دانا را بوجود آوردند و به این ترتیب در بازار بیمه ی ایران چهار شرکت دولتی بیمه ایران، آسیا، البرز و دانا به فعالیت پرداختند. در شهریور ماه ۱۳۸۰ قانون تأسیس مؤسسات بیمه غیر دولتی به تصویب رسید. مطابق این قانون بخش خصوصی نیز مجوز ایجاد شرکت بیمه را یافت. بر همین اساس چند شرکت بیمه خصوصی از جمله شرکت بیمه کارآفرین تشکیل شده و به فعالیت پرداختند (کریمی، ۱۳۸۷).

پیشینه داخلی و خارجی پژوهش

نرجس اعرابی (۱۳۸۴) در تحقیقی با عنوان بررسی تاثیر تجارت الکترونیک بر شرکت‌های بیمه بدین نتیجه دست یافتند که شرکت‌های بیمه ای، نگرشی مثبت نسبت به تجارت الکترونیک داشته و اغلب آنها تجارت الکترونیک را به صورت یک فرصت قلمداد کرده و معتقدند که به کارگیری تجارت الکترونیک تاثیراتی مثبت بر صنعت بیمه کشور خواهد داشت. کمبود متخصصان فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و کمی نیروی انسانی ماهر و خبره در زمینه تجارت الکترونیک از عمده نیازمندی‌های زیرساختاری برای این شرکتها ذکر شده است. آماده نبودن سایر بخشهای پشتیبان (مانند پول الکترونیکی و شبکه مخابراتی)، فقدان قوانین و مقررات ضروری (امضای الکترونیکی، کپی رایت و...)، فراگیر نبودن استفاده از اینترنت و دسترسی محدود به آن و وجود نگرش سنتی حاکم بر فرهنگ سازمانی از جمله موانع بازدارنده پیاده‌سازی تجارت الکترونیک در این شرکتها ارزیابی شده است. بخشهای بازاریابی و فروش به همراه بخش تحقیق و توسعه پتانسیل‌های خوبی برای بهره‌گیری از تجارت الکترونیک داشته و از طرف دیگر بیمه‌های اتومبیل، باربری، عمر و اشخاص از قابلیت بیشتری برای عرضه را دارند. در نهایت (با پیش فرض به کارگیری تجارت الکترونیک) بیمه‌گران ایرانی منافع و مزایایی را به این شرح متصور شده‌اند: بهبود وجهه شرکت به عنوان یک شرکت پیشتاز و مدرن، تسهیل همکاری و انتقال دانش میان ذی‌نفعان، سهامداران، نمایندگان و کارگزاریها، کاهش هزینه‌های سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای ایجاد و گسترش شبکه نمایندگیها، کاهش هزینه‌های تمام شده برای عرضه محصولات خدمات و گسترش کسب و کار با حذف محدودیت‌های جغرافیایی پرداخته است. افزایش میزان استفاده از خدمات الکترونیکی شرکت‌های بیمه نیازمند شناخت مشتریان بالقوه و جلب اعتماد آنان در فضای مجازی و ایجاد بسترهای لازم جهت ایجاد استفاده آنان از این خدمات است و لازمه این امر نیز ارائه خدمات الکترونیک ایمن و همه جانبه و در دسترس است. شناخت عوامل بازدارنده در استفاده از این خدمات و رفع کمبودها و برداشتن موانع گسترش این خدمات و ارائه این نوع خدمات در همه‌ی رشته‌های بیمه‌ای با رعایت همه‌ی جوانب امنیتی و قانونی زمینه‌ی استفاده‌ی هر چه بیشتر از خدمات الکترونیکی شرکت‌های بیمه را فراهم می‌آورد. تحقیق پیش رو نیز با بررسی عوامل شخصیتی در میزان استفاده از خدمات الکترونیکی شرکت‌های بیمه انجام شده است. سوال اصلی این تحقیق " آیا عوامل شخصیتی در قصد استفاده از خدمات الکترونیک شرکت‌های بیمه تأثیر دارد؟" بوده، جامعه آماری تحقیق همه‌ی مشتریان شرکت‌های بیمه سامان، ملت و پارسیان که از خدمات الکترونیکی این شرکتها استفاده کرده‌اند بوده است و نتایج ۳۸۴ پرسش‌نامه برنامه ریزی شده با استفاده از مدل ضرایب تأثیر به صورت زیر بوده است: نتایج این تحقیق نشان دهنده‌ی تأیید تأثیر عوامل شخصیتی در قصد استفاده از خدمات الکترونیکی شرکت‌های بیمه بوده و همچنین قصد استفاده به استفاده‌ی واقعی از خدمات الکترونیکی شرکت‌های بیمه منجر شده است. در بین عوامل شخصیتی که به کمک مدل پنج عاملی شخصیتی مک‌کری و کاستا شناسایی شده‌اند، عامل گشودگی، با وجدانی و برون‌گرایی دارای رابطه معنادار با قصد استفاده از خدمات الکترونیکی شرکت‌های بیمه و رابطه عوامل شخصیتی روان‌رنجور خویشی و سازگاری با قصد استفاده از خدمات الکترونیکی شرکت‌های بیمه تأیید نشد.

مهدی شهیدی (۱۳۸۲) به تحلیل تجارت الکترونیک و بیمه پرداخته است. بسیاری از اقتصاددانان، متخصصان و دوراندیشان عقیده دارند که در سالهای اخیر انقلابی مشابه انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته است که جهان را وارد "عصر اطلاعات" کرده و بسیاری از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشر را دستخوش تحولی شگرف نموده است. یکی از ابعاد این تحول، تغییراتی است که در روابط اقتصادی بین افراد، شرکتها و دولت‌ها به وجود آمده است. مبادلات تجاری بین افراد، شرکتها با یکدیگر و افراد با شرکتها و دولت‌ها به سرعت از حالت سنتی خود که مبتنی بر مبادله بر مبنای اسناد و مدارک کاغذی است، خارج شده و به سوی انجام مبادلات از طریق بهره‌گیری از سیستم‌های مبتنی بر اطلاعات الکترونیکی در حرکت است. تجارت الکترونیکی به دلیل سرعت کارایی، کاهش هزینه‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌های زودگذر عرصه جدیدی را در رقابت گشوده است تا آنجا که گفته می‌شود عقب افتادن از این سیر تحول نتیجه‌ای جز منزوی شدن در عرصه اقتصاد جهانی نخواهد داشت.

دکتر اصغر صرافی زاده، دکتر علی اکبر افجه، مرضیه السادات محسنیان (۱۳۸۷) بررسی موانع پیاده سازی بیمه الکترونیکی (مورد کاوی شرکت بیمه دانا) پژوهش حاضر موانع پیاده سازی بیمه الکترونیکی در شرکت بیمه دانا را مورد مطالعه قرار داده است این تحقیق از انواع تحقیقات کاربردی بوده و با پیمایشی انجام پذیرفته است برای تحقیق از آزمون علامت و فریدمن برای سنجش تاثیر گذاری و اهمیت عوامل استفاده شد. آزمون و تحلیل های مرتبط با فرضیه های این تحقیق به این نتیجه منجر شد که هر یک از عوامل ساختاری، زمینه ای و رفتاری به ترتیب در عدم پیاده سازی بیمه الکترونیکی در شرکت بیمه دانا تاثیر گذار بوده و مشخص گردید که از این عوامل مذکور، عامل ساختاری بیشترین تاثیر را دارد.

دکتر امیرحسین امیرخانی، محمود متقی ثابت (۱۳۸۹) بررسی موانع توسعه بیمه های الکترونیکی در شرکت سهامی بیمه آسیا رابطه متغیرها و سپس آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است. سپس به منظور مقایسه میانگین متغیرهای فرضیات اخص هر فرضیه اهم از آزمون تحلیل واریانس فریدمن استفاده شده است که نتایج این آزمون ها به تأیید تمام فرضیات انجامید.

آهونن و سالونن (۲۰۰۴) در یک مطالعه میدانی به بررسی موانع بیمه گذاری الکترونیکی در شرکت بیمه ای (۱۲۰۰ شرکت) فنلاند پرداخته است. در این تحقیق اکثریت قریب اتفاق شرکت های بیمه ای حداقل ۳ تا ۵ سال دارای سایت اختصاصی بوده و از اینترنت برای ارائه خدمات خود استفاده نموده اند. مشتریان حقوقی این شرکت ها به طور متوسط ۲ تا ۵ بار در سال از خدمات بیمه الکترونیکی بهره می برند. در این شرایط محقق در شرکت های بیمه ای به بررسی موانع پرداخته و مشخص نمود که فقدان سطح آگاهی عمومی مردم، تجربیات منفی برخی از کاربران، پیچیدگی روش ها و فرآیندهای بیمه الکترونیکی، نبودن امکانات و تجهیزات تکنولوژی، امنیت سیستم ها، نیاز به متخصصین و کارشناسان از جمله چالش ها و موانع توسعه بیمه گذاری الکترونیکی در فنلاند می باشد.

آهونن و جارولین (۲۰۰۳) در یک تحقیق میدانی به بررسی وضعیت کنونی بیمه گذاری الکترونیکی در ۵ کشور آمریکا، انگلستان، آلمان، فنلاند و سوئد پرداخته است. محقق ضمن بررسی صنعت بیمه در کشورهای مزبور و تعیین وضعیت کنونی در صنعت بیمه و نحوه بیمه گذاری، مهمترین چالش های مشترک در کشورهای مزبور را به ترتیب تحت عنوان: نگرش و فرهنگ کاربران، لزوم محرمانه ماندن اطلاعات خصوصی کاربران، دفعات اندک استفاده از خدمات بیمه، عدم آشنایی با کامپیوتر و روش های بیمه الکترونیکی عنوان نموده است.

آروارا (۲۰۰۳) در یک تحقیق میدانی به بررسی تاثیر تجارت الکترونیکی بر صنعت بیمه در تعدادی از کشورهای اروپایی پرداخته و عدم دقت در ارائه خدمات، فقدان روش های موثر برای استفاده ای آسان و ارزان مشتریان در کنار روش های سنتی، فقدان تبلیغات و ناتوانی موسسات در ایجاد انگیزه برای استفاده از بیمه الکترونیکی، مقاومت کاربران در استفاده از فن آوری نوین، امنیت، امنیت شبکه و پنهانی باند را از مهمترین موانع توسعه بیمه الکترونیکی معرفی نموده است.

روش تحقیق

هدف از هر نوع بررسی و تحقیق علمی کشف حقیقت است. حقیقت نیز بر پایه کاوش و تجسس و کشف عوامل منطقی مربوط به خصوصیات اجزاء، موضوع تحقیق قرار دارد. منظور از روش تحقیق علمی، پیروی از رویه منظم و سیستماتیکی است که در جریان استفاده از روش های آماری و مرتبط ساختن عوامل موضوع تحقیق باید رعایت گردد. در واقع روش تحقیق علمی، شامل اندازه گیری و ارزیابی و مقایسه عوامل بر اساس اصول و موازین پذیرفته شده از طرف دانشمندان، برای حل مشکلات و مسائل بوده و مستلزم قدرت اندیشه و ظرفیت تعمق، تشخیص، قضاوت و ابتکار است. در این بخش مراحل انجام تحقیق مورد بررسی قرار می گیرد. روش تحقیق، ویژگی های تحقیق، جامعه اطلاعاتی، نحوه جمع آوری داده های مربوط به متغیرهای تحقیق و چگونگی تجزیه و تحلیل این اطلاعات نیز در این بخش مورد توجه قرار گرفته است. فرآیند تحقیق از هفت مرحله اصلی تشکیل می شود که عبارتند از: مساله، فرضیه، طرح تحقیق، اندازه گیری، جمع آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل اطلاعات، و تعمیم.

برجسته ترین ویژگی فرآیند تحقیق، طبیعت چرخشی آن است. تحقیق معمولاً با یک مسئله شروع می‌شود و به یک کلیت تجربی-آزمایشی ختم می‌گردد (جان بست، ۱۳۷۱).

انسان همواره برای رسیدن به مقصود و حل مشکلات راه‌حل‌های مختلفی را تجربه می‌نماید و مناسب‌ترین راه و روش را انتخاب می‌کند. روش تحقیق عبارت است از؛ به‌کارگیری راه و روشی خاص که اطلاعات مناسب‌تری را درباره موضوع مورد مطالعه فراهم نموده و عوامل مرتبط به آن را مشخص می‌نماید. روش تحقیق علمی یا روش علمی، فرآیند جستجوی منظم برای مشخص کردن یک وضعیت یا موقعیت نامعین است (سرمد و همکاران، ۱۳۸۷). به بیان دیگر روش علمی، شکل خاص و نظام‌داری است که همواره به دنبال حقیقت است. حقیقتی که از طریق بررسی ملاحظیات منطقی معین می‌شود. لذا روش علمی بایستی به پیروی از این هدف از طریق آزمایش، مشاهده، ثبت، بررسی و تفسیرهای منطقی از روی اصول موضوع قابل قبول و ترکیبی از این مراحل، روابط بین پدیده‌ها را کشف نماید. بنابراین پژوهش و روش علمی، لازم و ملزوم یکدیگرند و در پی یافتن پاسخ برای پرسش‌هایی از این قبیل هستند: آیا چنین است؟ تا چه اندازه چنین است؟ چرا چنین است؟ چه شرایط و اوضاعی باعث می‌شود چنین باشد؟ و چه شرایطی آن را تغییر می‌دهد؟ به عبارت دیگر منظور از کاربرد روش علمی دلایل زیر است (دنزین^۱، ۱۹۸۴).

- بالا بردن میزان اعتبار و روایی
- کاهش میزان پیچیدگی‌ها
- افزایش میزان مناسب ارتباط بین جواب و مسأله مورد نظر

روش‌های تحقیق را با معیارهای مختلف دسته‌بندی می‌کنند که به نمونه‌هایی از آنها اشاره می‌کنیم (خاکی، ۱۳۸۴).

جامعه و نمونه آماری

نمونه معرفی برای جامعه است و جامعه آماری تعدادی از عناصر مطلوب مورد نظر است که حداقل دارای یک صفت مشخصه باشند (آذر و مومنی، ۱۳۸۵). تعریف جامعه آماری باید جامع و مانع باشد. یعنی این تعریف باید چنان بیان شود که از نقطه نظر زمانی و مکانی همه واحدهای مورد مطالعه را در بر گیرد و درضمن با توجه به آن، از شمول واحدهایی که نباید به مطالعه آنها پرداخته شود جلوگیری بعمل آید (سرمد و دیگران، ۱۳۸۷). جامعه آماری به عنوان مجموعه‌ای از جمعیتی که پژوهشگر مایل است که تحقیق خود را روی آنها اجرا و نتایج تحقیق خود را نیز به آنها تعمیم دهد، تعریف شده است. تعدادی از عناصر مطلوب مورد نظر که حداقل دارای یک صفت مشخصه باشند را جامعه آماری گویند. صفت مشخصه صفتی است که بین همه عناصر جامعه آماری مشترک و متمایز کننده جامعه آماری از سایر جوامع باشد (آذر و مومنی، ۱۳۷۸).

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل ۲ گروه است؛ گروه اول در برگیرنده اساتید و متخصصین صنعت بیمه است که تعداد ۸ نفر از آنها در تکنیک دلفی جهت شناسایی مهم ترین موانع توسعه بیمه گذاری الکترونیک انتخاب شده اند. گروه دوم شامل کلیه مدیران، کارشناسان و مسئولین شعب در استان اصفهان می باشد که نظر آنها در راستای رتبه بندی موانع مؤثر بر توسعه بیمه گذاری الکترونیک اخذ گردیده است. تعداد جامعه آماری مذکور ۶۲ نفر بوده است که با توجه به پراکندگی آن‌ها و میزان دسترسی تعداد ۲۸ نفر از آن‌ها به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شده اند. در واقع با توجه به محدودیت حجم جامعه آماری، حجم نمونه نیز برابر با حجم جامعه می باشد. با توجه به محدودیت حجم جامعه آماری از روش سرشماری استفاده شده است و پرسشنامه مقایسه زوجی برای اعضای جامعه آماری ارسال گردیده است.

یکی از ضروریات هر مطالعه و پژوهش، اطلاعات مربوطه و قابل اتکا و سرعت و سهولت دسترسی به آن می باشد. در تحقیق حاضر به منظور تدوین ادبیات و پیشینه تحقیق، همچنین شناسایی اولیه موانع مؤثر بر بیمه گذاری الکترونیک از روش کتابخانه

^۱.Denzin

ای و اطلاعات مورد نیاز جهت تجزیه و تحلیل داده و تعیین اولویت هر یک از موانع مورد نظر از روش میدانی و ابزار پرسشنامه مقایسه زوجی استفاده شده است. لازم به ذکر است موانع استخراج شده همراه با منابع و مآخذ آن به شرح جدول ۱ می باشد.

جدول ۱: موانع شناسایی شده صنعت بیمه

منابع	مولفه ها (چالش ها)
گودرزی ۱۳۹۳-احمدیان ۱۳۹۰	۱.عدم وجود زیرساخت های ارتباطی و مخابراتی مناسب
گودرزی، ۱۳۹۳، آنکتاد، ۲۰۰۲	۲.عدم تناسب قوانین موجود در صنعت بیمه با بیمه گذاری الکترونیکی
رحمتی نودهی، هاشمی، ۱۳۹۳-آنکتاد ۲۰۰۲	۳.استاندار نبودن بیمه ها
احمدیان، ۱۳۹۰-آنکتاد، ۲۰۰۲	۴.فقدان برنامه ریزی تخصصی برای بیمه گذاری الکترونیکی
گودرزی، ۱۳۹۳، رنجبریان، قدرت پور، ۱۳۸۳	۵.عدم بستر فرهنگی مناسب
رحمتی نودهی، هاشمی، ۱۳۹۳-فضل هاشمی، ۱۳۹۳	۶.عدم تناسب ماهیت بازاریابی کنونی با بیمه گذاری الکترونیکی
گودرزی ۱۳۹۳-احمدیان ۱۳۹۰	۷.فقدان نیروی انسانی متخصص و با دانش در شرکت های بیمه
گودرزی ۱۳۹۳-احمدیان ۱۳۹۰	۸.عدم آشنایی عموم بیمه گذاران با بیمه گذاری الکترونیک
گودرزی ۱۳۹۳-رحمتی نودهی، هاشمی، ۱۳۹۳	۹.فقدان زیرساخت های الکترونیکی پرداخت حق بیمه
احمدیان ۱۳۹۰-رحمتی نودهی، ۱۳۹۴	۱۰.عدم اعتماد و اطمینان عمومی نسبت به فعالیت های الکترونیکی
رحمتی نودهی، هاشمی، ۱۳۹۳-آنکتاد ۲۰۰۲	۱۱.عدم استاندارد سازی ریسک بیمه و تعیین استاندارد نرخ بیمه
گودرزی ۱۳۹۳-رنجبریان، قدرت پور، ۱۳۸۳	۱۲.فقدان یک برنامه جامع الکترونیکی جهت فروش بیمه نامه ها
احمدیان، ۱۳۹۰، گودرزی ۱۳۹۳	۱۳.عدم باور مدیران به امکان الکترونیکی شدن صنعت بیمه

روایی و پایایی آزمون

پایایی به دقت، اعتمادپذیری، ثبات یا تکرارپذیری نتایج اشاره می کند. با توجه به اینکه پرسشنامه جهت انجام مقایسات زوجی طراحی گردیده، روشهای محاسبه پایایی بویژه ضریب آلفای کرونباخ در این مورد صدق نمی کند. تکنیک سلسله مراتبی، مکانیزمی جهت کنترل قضاوتها را درخصوص سازگاری و هماهنگی اعمال می کند. همه قضاوتها باید در یک مسیر محدود بین بی ثباتی نسبی تا بی ثباتی کامل پذیرفته شوند. در تحلیل سلسله مراتبی، ثبات کلی قضاوتها به کمک نسبت ثبات اندازه گیری می شود که باید کمتر از ۰/۱ باشد که در این تحقیق این چنین بوده است. در صورت عدم رعایت محدوده نرخ سازگاری ماتریس قضاوت تصمیم گیری دارای اعتبار نبوده و باید مجدداً به تصحیح قضاوتها توسط تصمیم گیر مبادرت نمود. یعنی باید پرسشنامه مجدداً برای پاسخگویان ارسال شود. برای بررسی روایی ابزار سنجش و تعیین اینکه آیا پرسشنامه تحقیق همان موضوعی را می سنجد که هدف محقق بوده یا خیر، پرسشنامه توسط متخصصین و اساتید مجرب در حوزه مورد نظر، مورد تایید قرار گرفته است.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

پس از شناسایی موانع مؤثر که از طریق تکنیک دلفی انجام گردیده وزن و رتبه هر یک از موانع موردنظر از طریق روش تصمیم گیری چند معیاره AHP مشخص گردیده است. فرآیند تحلیل سلسله مراتبی یکی از روش‌های MADM است که به منظور تصمیم گیری و انتخاب یک گزینه از میان گزینه‌های متعدد تصمیم، با توجه به شاخص‌هایی که تصمیم‌گیرنده تعیین می‌کند یا برای او تعیین می‌شود، بکار می‌رود. این روش در سال ۱۹۸۰ به همت توماس ساعتی ابداع و ارائه گردید. فرآیند تحلیل سلسله مراتبی منعکس کننده رفتار طبیعی و تفکر انسانی است. این تکنیک مسائل پیچیده را براساس آثار متقابل آنها مورد بررسی قرار می‌دهد و آنها را به شکلی ساده تبدیل کرده، به حل آنها می‌پردازد. برای درک یک مساله فرآیند تحلیل سلسله مراتبی ابتدا لازم است سطوح مختلف آن و ارتباط بین اجزای تشکیل دهنده هر سطح با سطح بالاتر به صورت گرافیکی مشخص گردد. در واقع به این کار، ساختن سلسله مراتبی گفته می‌شود. سطح اول مربوط به هدف، سطح دوم مربوط به معیارهای مورد نظر برای اولویت بندی گزینه‌ها و سطح سوم نشان دهنده گزینه‌های مورد بررسی می‌باشد. پس از مشخص نمودن ساختار سلسله مراتبی باید ماتریسهای مقایسه زوجی براساس نظر شخص تصمیم‌گیرنده تعیین گردد. این کار برای المان‌های هر سطح به صورت جداگانه انجام می‌گیرد. ماتریس‌های مقایسه زوجی زیر باید تعیین گردد.

یافته‌های تحقیق

توصیف داده‌ها

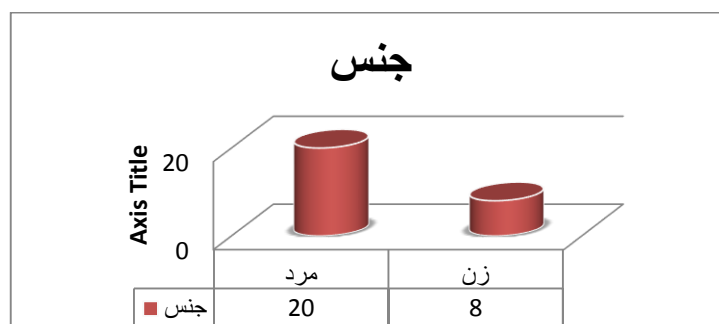
اولین آزمون بر روی داده‌های تحقیق، محاسبه فراوانی و درصد افراد شرکت کننده در آزمون از نظر جنسیت، سن، سنوات خدمت، تحصیلات و رشته تحصیلی می‌باشد. این آمارها در قسمت‌های بعدی آورده شده است.

تحلیل توصیفی جنسیت پاسخ دهندگان

جدول شماره ۲، نشان می‌دهند که ۷۱/۴ درصد (۲۰ نفر) از پاسخ دهندگان مرد و ۲۸/۶ درصد (۸ نفر) زن می‌باشند.

جدول (۲): توزیع فراوانی و درصد فراوانی نمونه آماری بر حسب جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۲۰	۷۱/۴
زن	۸	۲۸/۶
کل	۲۸	۱۰۰



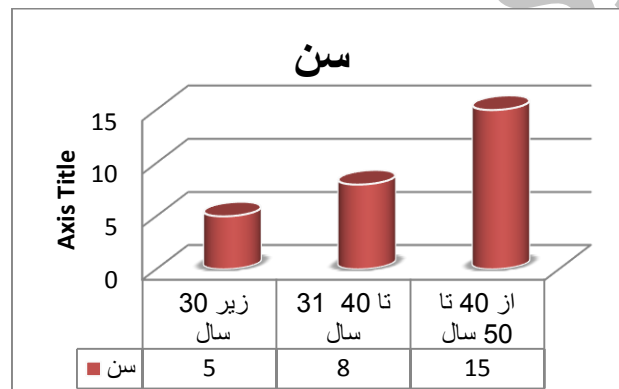
شکل (۱): توزیع نمونه مورد مطالعه بر حسب جنسیت

تحلیل توصیفی سن پاسخ دهندگان

جدول شماره ۴-۲، نشان می دهد که افراد، ۱۷/۹ درصد (۵ نفر) سن کمتر از ۳۰ سال، ۲۸/۶ درصد (۸ نفر) از ۳۱ تا ۴۰ سال و ۵۳/۶ درصد (۱۵ نفر) هم سن ۴۱ تا ۵۰ سال دارند.

جدول (۳): توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه بر حسب سن

سن (سال)	فراوانی	درصد
کمتر از ۳۰ سال	۵	۱۷/۹
۳۰ تا ۴۰ سال	۸	۲۸/۶
۴۱ تا ۵۰ سال	۱۵	۵۳/۶
کل	۲۸	۱۰۰

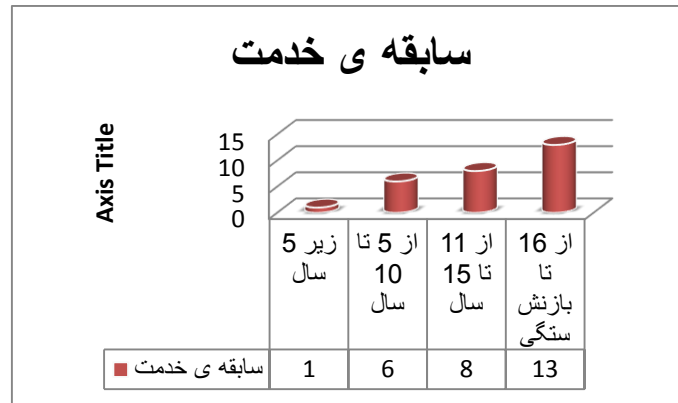


شکل (۲): ترکیب جمعیتی نمونه مورد مطالعه بر حسب سن

جدول (۵): توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه بر حسب سابقه کار

سابقه کار (سال)	فراوانی	درصد
زیر ۵ سال	۱	۳/۶
از ۵ تا ۱۰ سال	۶	۲۱/۴
۱۱ تا ۲۰ سال	۸	۲۸/۶
۲۱ سال به بالا	۱۳	۴۶/۴
کل	۲۸	۱۰۰

جدول شماره ۵، نشان می دهد که سابقه کار زیر ۵ سال ۳/۶ درصد (۱ نفر)، از ۵ تا ۱۰ سال ۲۱/۴ درصد (۶ نفر)، از ۱۱ تا ۲۰ سال ۲۸/۶ درصد (۸ نفر) و از ۲۱ به بالا نیز ۴۶/۴ درصد (۱۳ نفر) نمونه را به خود اختصاص داده است.



شکل (۳): ترکیب جمعیتی نمونه مورد مطالعه بر حسب سابقه کار

شناسایی موانع توسعه بیمه الکترونیک

مهم ترین مساله در اولویت بندی، تعیین صحیح گزینه ها می باشد. برای انتخاب صحیح، نیاز به معیارهای تعیین کننده است. بدین منظور تعداد زیادی از تحقیقات و مقالات انجام گرفته در این زمینه مورد مطالعه قرار گرفت. حاصل این مطالعات استخراج ۴ معیار اولویت بندی و ۱۲ گزینه به عنوان موانع توسعه بیمه الکترونیک بود. در مرحله بعد این ۱۲ گزینه در پرسشنامه ای جهت توزیع در میان خبرگان و کارشناسان، لیست شدند و سپس میانگین هندسی آنها جهت ادغام امتیازات، محاسبه گردید این گزینه ها در جدول شماره ۱ از A تا A ۱۲ لیست شده اند:

جدول (۶): گزینه های مورد آزمون AHP

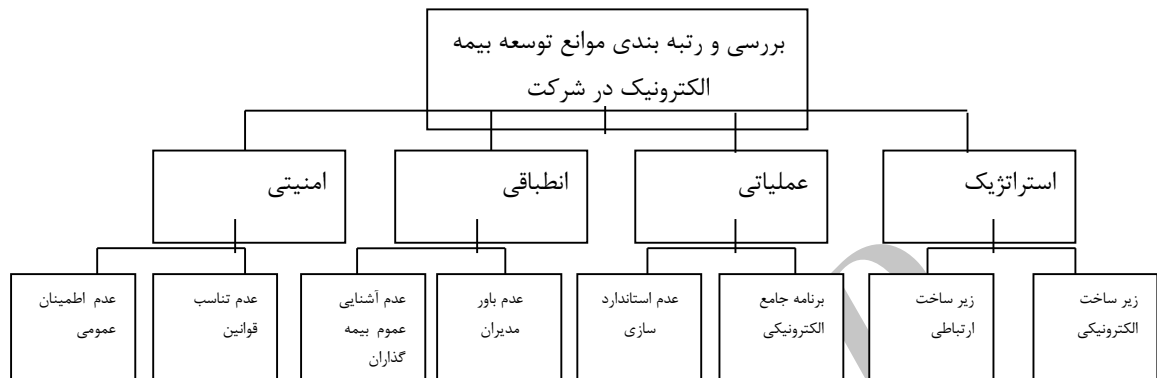
نام	معیارها	گزینه ها
A1	موانع استراتژیک	فقدان زیرساخت های الکترونیکی پرداخت حق بیمه
A2		عدم وجود زیر ساخت های ارتباطی و مخابرات مناسب
A3	موانع عملیاتی	فقدان یک برنامه جامع الکترونیکی جهت فروش بیمه نامه
A4		عدم استاندارد سازی ریسک بیمه و تعیین استاندارد نرخ بیمه
A5	موانع پذیرش انطباقی	عدم باور مدیران به امکان الکترونیکی شدن صنعت بیمه
A6		عدم آشنایی عموم بیمه گذاران با بیمه گذاری الکترونیک
A7	موانع امنیتی	عدم تناسب قوانین موجود در صنعت بیمه با بیمه گذاری الکترونیکی
A8		عدم اعتماد و اطمینان عمومی نسبت به فعالیت های الکترونیک

اجرای روش AHP جهت رتبه بندی موانع توسعه

تشکیل درخت سلسله مراتبی

در این مقاله، مطابق این روش، ابتدا سلسله مراتب تصمیم برای اولویت بندی موانع توسعه بیمه الکترونیک ترسیم می شود. جهت تشکیل مدل سلسله مراتبی، ابتدا باید سه سطح اصلی آن را تعیین نماییم. سطح اول که بالاترین سطح مدل سلسله مراتبی را تشکیل می دهد، هدف تصمیم گیری یعنی رتبه بندی اهمیت موانع توسعه بیمه الکترونیک می باشد. دومین سطح مدل سلسله مراتبی پس از هدف، شاخص ها، همان ملاک های متضمن هدف می باشند. در تحقیق حاضر، شاخص ها همان

عوامل محیطی، رفتاری، سازمانی و ماهیتی می باشند. سومین سطح مدل سلسله مراتبی، گزینه ها می باشند. گزینه ها در واقع مقصد هدف مدل سلسله مراتبی می باشند و پاسخ هدف از میان گزینه های ترسیم به دست می آید. نمودار شماره ۲ ساختار سلسله مراتبی مدل را نشان می دهد.



شکل ۵: سلسله مراتب تصمیم برای اولویت بندی موانع توسعه بیمه الکترونیک

طراحی ماتریس مقایسه های زوجی

هدف از این مرحله تعیین اوزان معیارها و رتبه بندی عوامل می باشد. بدین منظور با استفاده از مدل سلسله مراتبی پژوهش، جداول مقایسه های زوجی تهیه می شود. در قدم اول نظرات و ترجیحات خبرگان درباره میزان اهمیت شاخص ها و گزینه ها به صورت کلمات زبان طبیعی در قالب ماتریس های مقایسه های زوجی، جمع آوری می گردد و بعد نظرات ذهنی خبرگان به مقادیر کمی تبدیل می کنیم. در این قدم بایستی نظر خبرگان در مورد اهمیت معیارها نسبت به یکدیگر و همچنین اهمیت گزینه ها نسبت به یکدیگر از نظر هر شاخص به دست آید. در مطالعاتی این چنین عقاید کارشناسان غالباً به صورت کلمات زبان طبیعی بیان می شود و در واقع اخذ نظرات کارشناسان به صورت ذهنی می باشد. در حالی که این کلمات می توانند به عنوان مقادیر زبانی نگریسته شود از این رو طبق جدول قراردادی ۲ متغیرهای زبانی (ترجیحات کارشناسان) به اعداد تبدیل می شوند. برای پرکردن ماتریس مقایسات زوجی، از مقیاس ۱ تا ۹ استفاده می شود تا اهمیت نسبی هر عنصر نسبت به عناصر دیگر، در رابطه با آن خصوصیت، مشخص شود. جدول شماره ۲، مقیاس را برای انجام مقایسات زوجی نشان می دهد.

جدول (۷): مقیاس مقایسه های زوجی

شرح	تعریف	درجه اهمیت
دو عنصر اهمیت یکسانی دارند		۱
یک عنصر نسبت به عنصر دیگر کمی برتر ترجیح داده شده است		۳
یک عنصر نسبت به عنصر دیگر برتر ترجیح داده شده است		۵
یک عنصر نسبت به عنصر دیگر خیلی برتر ترجیح داده شده است		۷
یک عنصر نسبت به عنصر دیگر ترجیح فوق العاده زیادی دارد.		۹
ارزشهای بینابین در قضاوت (۲،۴،۶،۸)		

رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر موانع موثر بر بیمه گذاری الکترونیکی (بیمه ایران در استان اصفهان)

همانطور که گفته شد، هدف کلی در این پژوهش شناسایی و رتبه‌بندی موانع موثر بر بیمه گذاری الکترونیکی است. در این پژوهش موانع موثر بر بیمه گذاری الکترونیکی به عنوان متغیرهای پژوهش شناسایی شد. این مؤلفه‌ها عبارتند از عدم وجود زیر ساخت های ارتباطی و مخابرات مناسب، عدم تناسب قوانین موجود در صنعت بیمه با بیمه گذاری الکترونیکی، عدم آشنایی عموم بیمه گذاران با بیمه گذاری الکترونیک، فقدان زیرساخت های الکترونیکی پرداخت حق بیمه، عدم اعتماد و اطمینان عمومی نسبت به فعالیت های الکترونیک، عدم استاندارد سازی ریسک بیمه و تعیین استاندارد نرخ بیمه، فقدان یک برنامه جامع الکترونیکی جهت فروش بیمه نامه و عدم باور مدیران به امکان الکترونیکی شدن صنعت بیمه. سپس با استفاده از پرسشنامه نظر کارشناسان و خبرگان در زمینه‌ی بیمه گذاری الکترونیکی در مورد اهمیت نسبی این شاخص‌ها اتخاذ شد که در ادامه به تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده در این زمینه پرداخته خواهد شد.

تشکیل ماتریس مقایسات زوجی شاخص‌ها

بر اساس نظر کارشناسان در بخش مقایسات زوجی شاخص‌های پژوهش ماتریس مقایسات زوجی پژوهش به صورت جدول (۱) تشکیل می‌شود. با وارد کردن این ماتریس در نرم افزار expert choice ابتدا ناسازگاری قضاوت‌های کارشناسان بررسی می‌شود در صورتی که ناسازگاری بیشتر از ۰/۱ باشد در مقایسات زوجی ناسازگاری وجود دارد و باید ناسازگاری رفع شود اما در صورتی که ناسازگاری کمتر از ۰/۱ باشد ناسازگاری وجود ندارد و قضاوت‌ها به درستی انجام شده است. در این پژوهش مقدار ناسازگاری اندازه‌گیری شده توسط نرم‌افزار ۰/۰۳ مشخص شده است و بنابراین مشکل ناسازگاری وجود ندارد.

ضریب اهمیت شاخص‌های پژوهش

با وارد کردن داده‌های ماتریس مقایسات زوجی در نرم‌افزار expert choice ضریب اهمیت نسبی شاخص‌های پژوهش به شرح جدول (۲) به دست آمد. همانطور که در جدول مذکور مشخص است ۸ شاخص عدم وجود زیرساخت های ارتباطی و مخابرات مناسب، عدم تناسب قوانین موجود در صنعت بیمه با بیمه گذاری الکترونیکی، عدم آشنایی عموم بیمه گذاران با بیمه گذاری الکترونیک، فقدان زیرساخت های الکترونیکی پرداخت حق بیمه، عدم اعتماد و اطمینان عمومی نسبت به فعالیت های الکترونیک، عدم استاندارد سازی ریسک بیمه و تعیین استاندارد نرخ بیمه، فقدان یک برنامه جامع الکترونیکی جهت فروش بیمه نامه و عدم باور مدیران به امکان الکترونیکی شدن صنعت بیمه به عنوان شاخص‌های موانع موثر بر بیمه گذاری الکترونیکی (بیمه ایران در استان اصفهان) اثر مثبت دارند.

جدول (۸): ضریب اهمیت شاخص‌ها بر اساس تکنیک AHP

مؤلفه‌ها	ضریب اهمیت
موانع استراتژیک	۰/۲۶۲
موانع عملیاتی	۰/۵۶۵
موانع پذیرش انطباقی	۰/۱۱۸
موانع امنیتی	۰/۰۵۵

جدول (۸): ضریب اهمیت زیر شاخص‌ها بر اساس تکنیک AHP

شاخص	فقدان برنامه جامع	فقدان زیرساخت الکترونیکی	عدم استانداردسازی	عدم تناسب قوانین	عدم وجود زیرساخت ارتباطی	عدم باور مدیران	عدم اعتماد	عدم آشنایی
ضریب اهمیت	۰/۳۳۱	۰/۲۳۱	۰/۱۵۷	۰/۱۰۶	۰/۰۷۱	۰/۰۴۸	۰/۰۳۳	۰/۰۲۴

رتبه‌بندی شاخص‌های پژوهش بر اساس تکنیک AHP

جدول (۴) ضریب اهمیت نسبی یا وزن هر شاخص، وزن تجمعی و رتبه‌ی هر شاخص را بر اساس تکنیک AHP نشان می‌دهد. همانطور که در این جدول مشخص شده است؛ فقدان یک برنامه جامع الکترونیکی جهت فروش بیمه نامه با ضریب نسبی ۰/۳۳۱ به عنوان مهمترین مانع موثر بر بیمه گذاری الکترونیکی (بیمه ایران در استان اصفهان از نظر کارشناسان تعیین شده است و پس از آن به ترتیب فقدان زیرساخت های الکترونیکی، پرداخت حق بیمه، عدم استانداردسازی ریسک بیمه و تعیین استاندارد نرخ بیمه به عنوان مهمترین شاخص‌ها، عدم تناسب قوانین موجود در صنعت بیمه با بیمه گذاری الکترونیکی، عدم وجود زیرساخت های ارتباطی و مخابرات مناسب و عدم باور مدیران و شاخص‌های عدم اعتماد و اطمینان عمومی نسبت به فعالیت‌های الکترونیک و عدم آشنایی عموم بیمه گذاران با بیمه گذاری الکترونیک نیز به ترتیب کم اهمیت ترین شاخص ها معرفی شده‌اند. همچنین این جدول نشان می‌دهد که سه شاخص فقدان یک برنامه جامع الکترونیکی جهت فروش، فقدان زیرساخت های الکترونیکی پرداخت حق بیمه، عدم استاندارد سازی ریسک بیمه حدود ۷۰ درصد از وزن تجمعی را به خود اختصاص داده اند و سه شاخص عدم باور مدیران، عدم اعتماد و اطمینان عمومی نسبت به فعالیت های الکترونیک و عدم آشنایی عموم بیمه گذاران با بیمه گذاری الکترونیک تنها حدود ۱۰ درصد وزن تجمعی را شامل می‌شوند.

جدول (۹): ضریب اهمیت شاخص‌ها بر اساس تکنیک AHP

شاخص	فقدان برنامه جامع	فقدان زیرساخت الکترونیکی	عدم استانداردسازی	عدم تناسب قوانین	عدم وجود زیرساخت ارتباطی	عدم باور مدیران	عدم اعتماد	عدم آشنایی
ضریب اهمیت	۰/۳۳۱	۰/۲۳۱	۰/۱۵۷	۰/۱۰۶	۰/۰۷۱	۰/۰۴۸	۰/۰۳۳	۰/۰۲۴
رتبه‌ی شاخص	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
وزن تجمعی	۰/۳۳۱	۰/۵۶۲	۰/۷۱۹	۰/۸۲۵	۰/۸۹۶	۰/۹۴۴	۰/۹۷۷	۱

جدول (۱۰): ضریب اهمیت زیر شاخص‌ها بر اساس تکنیک AHP

معیارها	گزینه ها	ضریب اهمیت
موانع استراتژیک	فقدان زیرساخت های الکترونیکی پرداخت حق بیمه	۰/۷۵
	عدم وجود زیر ساخت های ارتباطی و مخابرات مناسب	۰/۲۵
موانع عملیاتی	فقدان یک برنامه جامع الکترونیکی جهت فروش بیمه نامه	۰/۶۶۷
	عدم استاندارد سازی ریسک بیمه و تعیین استاندارد نرخ بیمه	۰/۳۳۳
موانع پذیرش انطباقی	عدم باور مدیران به امکان الکترونیکی شدن صنعت بیمه	۰/۸
	عدم آشنایی عموم بیمه گذاران با بیمه گذاری الکترونیک	۰/۲

۰/۶۶۷	عدم تناسب قوانین موجود در صنعت بیمه با بیمه گذاری الکترونیکی	موانع امنیتی
۰/۳۳۲	عدم اعتماد و اطمینان عمومی نسبت به فعالیت های الکترونیک	

داده های مورد نیاز برای AHP از طریق مقایسه های زوجی (به کمک پرسشنامه) جمع آوری شد و اولویت های مورد نظر، برای هر گروه از عوامل و هم چنین عوامل سوطح بالاتر بدست آمد که وزن و رتبه شاخص ها و زیر شاخص ها در جدول بالا آمده است.

نتیجه گیری

این پژوهش با هدف شناسایی و رتبه بندی موانع موثر بر بیمه گذاری الکترونیکی (بیمه ایران در استان اصفهان) آغاز شد. بیمه الکترونیک یکی از پدیده های مهم حاصل از به کار گیری فناوری اطلاعات و ارتباطات و همچنین مدیریت اطلاعات است که باعث تحولی عمیق در نحوه فروش بیمه و دریافت خسارت شده است، به طوری که سطح ارتباط با بیمه گذار را افزایش داده و از سوی دیگر دامنه خرید و فروش مجازی بعضی از انواع بیمه نامه ها را وسیع تر کرده است. از این رو در این پژوهش تلاش شد تا براساس تجارب گذشته محقق در انجام این نوع مطالعات، برخی از تنگناها، موانع و محدودیت های موجود پیش روی انجام مطالعات بازار با تاکتیک آن در چهار بخش تنگناها و موانع استراتژیکی و سپس تنگناها و موانع انطباقی، عملیاتی و امنیتی، با تأمل بیشتر مورد توجه و تحلیل قرار گیرد این تحقیق قصد دارد با شناسایی موانع و تنگناهای موجود در بیمه گذاری الکترونیکی به بازار راه کارهای مناسب را ارائه داد در این راستا در مقدمه و پیشینه نظری، ابتدا به معرفی بیمه الکترونیکی و تعاریف و ابعاد و چارچوب های مختلف از نظر محققین پرداخته شد. سپس عوامل تعیین کننده ی بیمه الکترونیکی معرفی شدند. چارچوب نظری پژوهش در ادامه ی همین بخش مشخص شد. در بخش روش پژوهش، روش مورد استفاده برای پاسخ به سوالات پژوهش معرفی شد. در این فصل مشخص شد که پژوهش حاضر برای گردآوری داده های مورد نیاز، هم از روش پیمایشی و هم از روش کتابخانه ای استفاده کرده است. در این بخش جهت پاسخ به سوال های پژوهش، براساس مبانی نظری و مطالعات موجود در زمینه ی موضوع پژوهش، شاخص های لازم برای رتبه بندی موانع بیمه گذاری الکترونیکی معرفی شدند و در انتهای روش پژوهش، ابزارهای لازم جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده، توضیح داده شدند. در بخش یافته ها، نتایج پژوهش در ۲ قسمت تجزیه و تحلیل شدند. در قسمت اول به شناسایی موانع موثر بر بیمه گذاری الکترونیکی پرداخته شد و در قسمت دوم رتبه ی عوامل شناسایی شده به عنوان موانع موثر بر بیمه گذاری الکترونیکی به روش AHP تعیین شد. در ادامه ی بخش حاضر براساس تجزیه و تحلیل های انجام شده در فصل چهار، به سوالات پژوهش پاسخ داده خواهد شد و در نهایت این فصل با ارائه ی پیشنهاداتی اجرایی و پیشنهاداتی به پژوهشگران آینده پایان می یابد.

پیشنهادات کاربردی و آتی

مهم ترین پیشنهادات ارائه شده توسط کارشناسان و خبرگان امر، گسترش فرهنگ استفاده از رایانه و اینترنت بین اقشار مردم و بیمه گذاران، گسترش فرهنگ تجارت الکترونیکی و افزایش آگاهی مردم درباره فواید بیمه الکترونیک، ارتقای دانش مدیران ارشد در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات، کاهش مقاومت کارکنان در برابر تغییر از طریق آموزش و اصلاح قوانین تجاری و نظارت و پیگیری مشمولین ذیربط در این زمینه می باشد. همچنین پیشنهاداتی جهت انجام تحقیقات در آینده در زیر مطرح می گردد:

- ❖ پژوهشی مشابه در استان های دیگر و در دیگر صنایع انجام گیرد و با نتایج این تحقیق مقایسه گردد.
- ❖ پژوهش حاضر با توجه به جنبه هایی نظیر ویژگی های اقلیمی شهرها و متغیرهایی نظیر تناسب های محیطی مورد بررسی قرار گیرد.

۱. آذر. عادل، مؤمنی. منصور. (۱۳۸۳)، آمار و کاربرد آن در مدیریت، انتشارات سمت، تهران، ج ۲.
۲. احمدی، علی. نهایی. روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، مشهد، دانشگاه مشهد، ۱۳۸۰، شماره ۱۹، صص ۱۲-۱۶.
۳. بابایی. ایرج، (۱۳۹۰). مسولیت مدنی و بیمه، مجله پژوهش حقوق و سیاست، سال سوم، شماره ۴.
۴. حافظ نیا، محمدرضا، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهی (سمت)، چاپ هشتم، ۱۳۸۲، ص ۳۴۴.
۵. حسینی.سید شمس الدین، ۱۳۸۲، تجارت الکترونیک، فناوری برتر جهانی، ماهنامه اولویت های فناوری ایران.
۶. خاکی، غلامرضا، روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه‌نویسی، تهران، وزارت فرهنگ و آموزش عالی، مرکز تحقیقات علمی کشور؛ کانون انتشاراتی درایت، چاپ اول، ۱۳۸۷، ص ۴۳.
۷. رنجبریان. بهرام، قدرت پور. بهروز، (۱۳۹۳). بررسی اثربخشی فعالیت‌ها ترویجی صنعت بیمه در زمینه بیمه الکترونیک، فصلنامه صنعت بیمه، شماره ۱۱۹.
۸. سرمد. زهره و بازرگان. عباس و حجازی. الهه، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، آگاه، چاپ پنجم، ۱۳۸۰، ص ۴۰۶.
۹. سکاران، اوما. روش‌های تحقیق در مدیریت، ترجمه: محمد صائبی و محمود شیرازی، تهران، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، چاپ دوم، ۱۳۸۱، ص ۵۳۲.
۱۰. شهیدی، مهدی. (۱۳۸۳)، تجارت الکترونیک و بیمه، شماره ۲۶.
۱۱. نادری، عزت‌الله و سیف نراقی، مریم، روش‌های تحقیق در علوم انسانی (با تأکید بر علوم تربیتی)، تهران، بدر، چاپ بیستم، ۱۳۸۰، ص ۲۸۰.
۱۲. نظری پور. محمد، فخری. پدram، (۱۳۹۲). مجله پژوهشی علوم انسانی، سال پنجم، شماره ۲۵.
۱۳. همتی، عبدالناصر. (۱۳۸۹). همایش صنعت بیمه و فناوری اطلاعات و ارتباطات.
14. Cornall, Monica J; Jolif, Nicolas; Animashahun, Ade H; Athwal, Gurpreet S., (2011), E-Actuaries, Presented To The Staple Inn Actuarial Society. (<http://www.sias.org.uk/papers/e-actuaries.pdf>).
15. Ahonen ,A.&R.Jarvinen(2003);Current state of Electronic Insurance Services, Frontiers of E-business Research Tempere University of Technology ,148-163 , Available at
16. Ahonen, A.&salonen ,J.(2004);A tudes Towards Innova ve Electronic Insurance Service in Finish B-2-B Context,139-156, Avaliable [www.ebrc. info/ kuvat/ 2134_04p.pdf](http://www.ebrc.info/kuvat/2134_04p.pdf)
17. Arora ,A.(2003);E-Insurance:Analysis of the Impact and Implications of E-commerce on the Insurance Industry ,Dissertation for award of MSC in Actuarial management ,Faculty of Actuarial Science &Statistics.