

بررسی تأثیر به کارگیری ابزار ICT (فناوری اطلاعات و ارتباطات) در افزایش تمایل به خرید بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری

پریسا مصلح¹
دکتر قاسمعلی بازاری²

چکیده

بیش از چند دهه از زمان مطرح شدن فناوری اطلاعات (IT)³ نمی‌گذرد، اما در این مدت کوتاه فناوری اطلاعات توانسته است بر ابعاد مختلف زندگی بشر تأثیر بگذارد. بیمه نیز یکی از ابزارهای مفید مدیریت خطر، برای تأمین آرامش و آسایش افراد جامعه و راه‌حلی برای پاسخ به نیازهای جوامع بشری در مقابل بروز حوادث ناگهانی و غیرقابل پیش‌بینی می‌باشد. در این بین، بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری، هم به جهت تأمین نیاز مالی افراد خانواده بعد از فوت سرپرست آن و هم به جهت پس اندازی، در میان انواع بیمه‌نامه‌ها دارای موقعیتی ممتاز هستند. گسترش فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)⁴ ظرفیت‌های بالفعل و بالقوه ای را برای صنعت بیمه در ایران و جهان فراهم کرده است. به کارگیری فن آوری اطلاعات و ارتباطات بخش‌هایی از بازار را که تا کنون تحت پوشش قرار نگرفته‌اند، تحت پوشش قرار می‌دهد. ممکن است با به کارگیری فن آوری اطلاعات و ارتباطات بخشی از بازار جذب شده توسط فن آوری جدید با بازار سنتی فعلی هم پوشانی داشته باشد.

در این تحقیق هدف اصلی بررسی تأثیر به کارگیری ابزار ICT (فناوری اطلاعات و ارتباطات) در افزایش تمایل به خرید بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری بوده است که با استفاده از روش‌های آماری و آزمون‌ها تأیید گردید. روش تحقیق به کاررفته در این طرح، روش توصیفی از نوع پیمایشی بود زیرا وضعیت آنچه را که هست در بیمه کوثر بررسی نمودیم. جامعه آماری تحقیق شامل بیمه‌گذاران بیمه‌نامه‌های انفرادی عمر و سرمایه‌گذاری استان تهران است که شامل 1162 نفر می‌باشند. حجم نمونه از فرمول کوکران محاسبه و 289 نفر می‌باشد. جهت اندازه‌گیری متغیرها در این تحقیق، پرسشنامه‌ای با مقیاس پنج فاصله‌ای لیکرت (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم) تنظیم شده است و روایی محتوای پرسشنامه تأیید گردید. جهت پیاده‌سازی فنون آماری از نرم‌افزار SPSS16 و لیزرل 8 استفاده شد. در این تحقیق پس از بررسی رابطه بین متغیرهای مسئله مشخص گردید که رابطه

¹ کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش مدیریت بیمه) دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی - دانشکده مدیریت، کارشناس بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری شرکت بیمه کوثر. Email: parisa.mosleh444@yahoo.com

² دکتری مدیریت تکنولوژی اطلاعات از دانشکده MBA دانشگاه علیگره هندوستان (AMU) و شفلد انگلیس، عضو هیات علمی و رئیس مرکز تحقیقات دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز. Email: Bazaeali@gmail.com

³ Information Technologies

⁴ Information and Communication Technologies

معناداری بین متغیرهای فناوری اطلاعات و ارتباطات شامل: فناوری اطلاعات (سخت‌افزار - نرم‌افزار)، کاربرد اطلاعات، زیرساخت اطلاعات و متغیر تمایل به خرید بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری وجود دارد پس به کارگیری ابزارهای ICT در افزایش تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری موثر است.

کلمات کلیدی: فناوری اطلاعات و ارتباطات، کاربرد اطلاعات، زیرساخت اطلاعات، بیمه عمر و سرمایه‌گذاری.

۱. مقدمه

به طور کلی جهان از نیمه دوم قرن بیستم وارد عصر تازه‌ای شد. تحولات پرشتاب علمی و فناوری در زمینه ترانزیستورها، موتور محرک این تحول بوده است. ابتدا با ورود رایانه به بازار و در ادامه با تحول در حوزه اطلاعات و ارتباطات، رایانه‌ها به فناوری‌های ارتباطی، تلفن و تلویزیون پیوستند و انقلاب «فناوری اطلاعات و ارتباطات» به وقوع پیوست. پیشرفت‌های حاصله در فن آوری اطلاعات و رشد در سازگاری مشتری با فنون جدید رایانه‌ای و ارتباطات، برای شرکت‌های بیمه این امکان را فراهم کرده است که کانال‌های توزیع جایگزینی برای مشتریان خود فراهم کنند. برای مدیریت صحیح کانال‌های توزیع به سیاست راهبردی صحیحی نیاز داریم. کانال‌های توزیع شامل سازوکارهای سنتی نمایر، مراکز تماس، نیروی فروش سیار، تلفن همراه، کیوسک‌های عمومی، تلویزیون دیجیتال، دفاتر خدمات دولت الکترونیک، دستگاه خودکار گویا (ATM)⁵ و اینترنت است. کانال‌های معرفی شده دارای ویژگی‌هایی هستند که با حفظ بازار موجود، با افزایش فرصت‌های تهیه پوشش بیمه توسط بیمه‌گذار، کاهش زمان صدور بیمه‌نامه با رفع موانع بوروکراتیک و افزایش دانش فنی کادر فروش با استفاده از فن آوری ICT بازارهای جدیدی برای شرکت‌های بیمه به ارمغان می‌آورند. استفاده از فن آوری ICT امکان ارائه محصولات را در بازه زمانی شبانه‌روز فراهم می‌کند، هزینه‌های صدور بیمه‌نامه را کاهش می‌دهد و فواصل مکانی را از بین می‌برد. (کبیری پرویزی، 1390)

۲. اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

پیدایش نرم‌افزارهای بانک اطلاعاتی و رشد در پردازش و ظرفیت ذخیره‌سازی رایانه‌ها بدین معنا بوده است که بسیاری از شرکت‌های بیمه از نظام‌های یکپارچه استفاده می‌کنند به گونه‌ای که در این نظام‌ها داده‌ها بین حوزه‌های مختلف سازمان به اشتراک گذاشته می‌شوند و تکرار نمی‌شوند. اجزای این فناوری، ایده‌ها، مشخصات استاندارد، پروتکل، زبان‌های برنامه‌نویسی و نرم‌افزارها، صفحات وب، اتاق‌های گفتگو، نامه وب، حراج‌ها و معاملات بر خط، پول الکترونیکی، دولت الکترونیکی و ... از این

⁵ Automated teller machine

قبیل هستند. نکته مهم این است که تمام این‌ها از چند ابزار و پروتکل اصلی به وجود می‌آیند که غایت آن‌ها نوآوری ترکیبی «اینترنت» می‌باشد و این جریان فناوری در فرایندهای مختلف اقتصادی موثر است. (نچار زاده، آقای خوندایی، طلعتی، 1386) همچنین در طول تاریخ صنعت بیمه، نمایندگان و فروشندگان بیمه، انواع و اقسام روش‌ها و فن‌ها را به کار برده‌اند تا به بیمه‌گذاران و مشتریان بالقوه کمک کنند که تصمیم به خرید بیمه‌نامه مورد نظر را بگیرند. (عسگری، bimehmarketing.com) حال به بیان مسئله به شرح زیر می‌پردازیم:

آیا به کارگیری ابزارهای ICT (فناوری اطلاعات و ارتباطات) در افزایش تمایل به خرید بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری تأثیرگذار است؟

۳. پیشینه تحقیق و مطالعات صورت گرفته

در بررسی و کنکاش‌های به عمل آمده در پایان‌نامه‌ها، مقالات، مجلات و وب‌گاه‌های داخل و خارج از کشور، تحقیقی که به بررسی تأثیر به کارگیری ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در افزایش فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری پرداخته باشد، اندک بود، اما تحقیقاتی که به بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در حوزه‌های دیگر خدماتی و همچنین تأثیر تجارت الکترونیک و اینترنت در فروش بیمه‌های عمر و موارد مشابه پرداخته باشد، یافت شده که در زیر به چند نمونه از آن‌ها اشاره می‌کنیم.

1.3 پژوهش‌های خارجی

(lee & eta 1,2007,95-110 1)

«مطالعه تجربی از تجارت سیار در صنعت بیمه (وظیفه فناوری، تفاوت‌های مناسب و منحصر به فرد)» مقدمه: تجارت تلفن سیار به طور کلی به عنوان انتقال سؤالات، اطلاعات و یا معاملات کسب‌وکار با استفاده از دستگاه‌های تلفن همراه از طریق ارتباطات بی‌سیم است و به عنوان منبع بزرگی از سرمایه‌گذاری و کاربرد فناوری اطلاعات است. بخش قابل توجهی از درآمد آمریکا از تجارت الکترونیک و موبایل در سال 2004 به اندازه‌ی 609 تریلیون دلار بوده است. تحقیقات زیادی در این زمینه وجود دارد و موضوع خاص در تجارت تلفن همراه استراتژی فناوری برنامه‌های کاربردی و سیستم پشتیبانی تصمیم می‌باشند. در تحقیق فوق دستیار دیجیتال شخصی نشان می‌دهد سیستم تجارت همراه مناسب برای صنعت بیمه است که می‌توانند در فناوری pda برای امور بیمه‌ای موثر باشند. سایر متغیرهای جمعیت شناختی سن و جنس غیرقابل توجه است. در میان سه وظیفه اصلی بیمه‌ها متوجه شدیم که فناوری موبایل سطوح بالاتر در خدمات به مشتری بعد از قرارداد و به دنبال آن ایجاد قراردادهای جدید و ... را بهبود می‌دهد.

(Thamodaran & ramesh,2010,98-105 2)

«اثر بخشی فناوری اطلاعات و ارتباطات در بیمه روستایی»

هدف از این مطالعه اثر بخشی استفاده از ICT و توصیه‌هایی برای بهبود به سمت بخش‌های بیمه می‌باشد استفاده از اینترنت و وبسایت‌ها و ترغیب به سمت آگاهی جهت محصولات بیمه‌ای می‌شود. در این تحقیق به مطالعه و تجزیه تحلیل اثر رسانه‌های مختلف مانند چاپ تصاویر وبسایت‌ها و تأثیر آن‌ها بر خرید بیمه توسط مشتریان روستایی می‌پردازد. این مقاله در ماهیت توصیفی غیر پارامتریک است که از 72 نفر روستایی پرسش‌هایی انجام شده در رابطه با ویژگی‌هایی مانند سن، تحصیلات، شغل، درآمد، دسترسی شخصی به اینترنت و امکانات رایانه‌ای. پرسشنامه شامل: 1- بررسی آگاهی افراد از بخش‌های بیمه‌ای از طریق استفاده

از فناوری اطلاعات و ارتباطات. 2- ارزیابی علاقه افراد در مورد گرفتن اطلاعات بیمه‌ای از منابع مختلف. 3- بررسی و ارزیابی قصد خرید بیمه از طریق تبلیغات موجود در رسانه‌ها و وب‌های بیمه‌ای.

نتیجه: گروه‌های سنی از پاسخ‌دهندگان تفاوت معناداری از تبلیغات چاپ آگهی علاقه و قصد خرید داشتند. سن کمتر از 35 سال علاقه برای دسترسی بیشتر از نظر اطلاعات بیمه‌ای داشتند. این مقاله در واقع تأثیر تبلیغات اینترنتی را بررسی کرده و رسانه‌های و فرصت‌های کسب‌وکار خوب را برای بخش‌های بیمه‌ای ایجاد کرده است و تبلیغات رسانه‌های اینترنتی حداقل به اندازه تبلیغات چاپی سنتی در القای تصمیمات مدیریتی در میان مردم روستایی نسبت به خدمات بیمه‌ای موثر است.

Solomon fadun,olajide,2013,84-92 (3)

«فناوری اطلاعات و ارتباطات و سودآوری شرکت‌های بیمه در نیجریه»

این تحقیق به بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات و سوددهی شرکت‌های بیمه می‌پردازد و استفاده از ICT را یک ضرورت جهت ترویج موثر و کارآمد ارائه خدمات در صنعت بیمه برای دستیابی به حداکثر سازی سود می‌داند. این مطالعه یک طرح تجربی و ساختار آن پرسشنامه از 152 نفر و از 18 شرکت بیمه می‌باشد که به بررسی استفاده از ICT در کیفیت ارائه خدمات و سودآوری شرکت‌های بیمه در نیجریه پرداخته است. نتیجه این مطالعه رابطه مثبت بین سودآوری با استفاده از ICT در شرکت‌های بیمه است. استفاده از ICT می‌تواند باعث افزایش بهره‌وری هم‌تا سازی و کیفیت ارائه خدمات و سودآوری باشد. همچنین در این مقاله تاکید به نیاز کارکنان بیمه به آموزش منظم در مورد نوآوری‌های فعلی در استفاده از ICT می‌باشد. از پرسشنامه جهت به انجام رساندن اهداف مطالعه استفاده شد شامل دو قسمت می‌باشد بخش اول اطلاعات مربوط به سن و جنس و مدرک تحصیلی و بخش دوم شامل 15 سؤال در مورد سوددهی با استفاده از ICT می‌باشد که نتایج به دست آمده حاکی از آن است که استفاده از ICT باعث تسهیل پردازش اطلاعات به موقع در بیمه و آماده سازی و وضع اسناد به موقع بیمه و ... می‌باشد و این امر نیاز به آموزش کارکنان و فعالیت مداوم و نظارت بر عملکرد آن‌ها دارد.

Haji heydari & eta1,1539-1547 (4)

«بررسی بلوغ الکترونیکی از صنعت بیمه ایران»

هدف از این تحقیق بررسی توسعه نرخ دادن صنعت بیمه ایران از طریق استقرار ابزارهای تجارت الکترونیک است. جامعه آماری این تحقیق شرکت‌های بیمه فعال در سراسر کشور شامل 22 شرکت انتخاب شده و سرشماری از همه شرکت‌ها بوده که 18 شرکت در این تحقیق شرکت کردند. تجزیه تحلیل بر اساس پاسخ شرکت کنندگان بود. از مدل بلوغ فناوری اطلاعات استفاده شد و برای شناسایی سطح بلوغ و به منظور تجزیه تحلیل داده‌ها از روش madm استفاده شده است. نتایج نشان داده است که سطح بلوغ فعال از بیمه الکترونیکی در ایران در سطح اول 7% تخمین زده شده است.

2.3 پژوهش‌های داخلی

(1) حمیدرضا محمد نژاد (1384)

«بررسی تأثیر تجارت الکترونیک بر صنعت بیمه کشور با تاکید بر شرکت سهامی بیمه ایران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز)»

خلاصه: حمیدرضا محمد نژاد در پایان‌نامه خود به بررسی نظرات کارشناسان شرکت سهامی بیمه ایران در زمینه بررسی اثرات به‌کارگیری تجارت الکترونیک بر صنعت بیمه کشور و شناخت بسترها و نیازمندی‌ها و الزامات و موانع به‌کارگیری آن و ارائه راهکارهای مناسب در به‌کارگیری تجارت الکترونیک پرداخته است. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته پاسخ کلیه سؤالات تحقیق حاضر مثبت می‌باشد و در نتیجه می‌توان گفت تجارت الکترونیک بر صنعت بیمه کشور تأثیرگذار بوده و قادر است باعث بهبود کیفیت کار در صنعت بیمه کشور شود.

(2) زهرا قدیری، محمد عقیقی (1387)

«کاربرد فناوری اطلاعات در نظام تأمین اجتماعی 1386-1387 (فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال نهم، شماره 32)» خلاصه: زهرا قدیری و محمد عقیقی در مقاله خود به بررسی سطح آگاهی و رضایتمندی بیمه‌شدگان تأمین اجتماعی شهر کاشان از اجرای طرح ساماندهی سوابق در سال 85-84 پرداخته‌اند که روش تحقیق، توصیفی از نوع پیمایشی و جامعه آماری شامل کلیه بیمه‌شدگان سازمان تأمین اجتماعی شهر کاشان بود. نمونه‌گیری به صورت تصادفی منظم از بین بیمه‌شدگان انجام گرفت. نتایج نشان داد که سطح رضایت و آگاهی بیمه‌شدگان با احتمال 99 بیش از متوسط می‌باشد. سطح رضایت و آگاهی بیمه‌شدگان دارای مدرک تحصیلی دیپلم، بالاتر از افرادی بوده است که مدرک پایین‌تر از دیپلم داشته‌اند. بیش‌ترین گزینه‌هایی که باعث رضایت بیمه‌شدگان گردیده موارد ذیل می‌باشد: مکانیزه شدن کار سازمان، صحت سوابق جمع‌آوری شده، صرفه‌جویی در وقت بیمه‌شده، ارائه اطلاعات مورد نیاز بیمه‌شده. همچنین بیمه‌شدگان در زمینه مهلت اعتراض به کارنامه سوابق خود رضایت کمی داشتند و عواملی همچون عملکرد کارکنان، سریع‌تر شدن ارائه خدمات در اثر مکانیزه شدن سازمان، کاهش تعداد مراجعات افراد به سازمان و جمع‌آوری سوابق بیمه‌شدگان بر سطح رضایت آنان موثر بوده است.

(3) مهدی پیر هادی (1387-1388)

«بررسی دلایل عدم توسعه بیمه عمر و ارائه راهکارهای پیشنهادی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد تهران مرکز)»

خلاصه: مهدی پیر هادی در پایان‌نامه خود به بررسی دلایل عدم توسعه بیمه عمر و ارائه راهکارهای پیشنهادی پرداخته که بدین منظور ابتدا طی مطالعات کتابخانه‌ای گسترده و با استفاده از مطالعات مقالات و کتب مرتبط در این زمینه مهم‌ترین عوامل موثر بر توسعه بیمه عمر را استخراج کرده و در مرحله‌ی بعد با استفاده از این عوامل دلایل عدم توسعه بیمه عمر را مشخص کرده است. جامعه آماری در این تحقیق شامل نمایندگان شرکت‌های چهارگانه‌ی بیمه دولتی البرز، دانا، آسیا و ایران در قلمرو زمانی تحقیق می‌باشد. نتایج حاصل از این تحقیق موثر بودن متغیرهای مستقل تحقیق از جمله هزینه خرید بیمه عمر، شبکه فروش ناکارآمد، عدم اشاعه مطلوب فرهنگ بیمه و ناکافی بودن پوشش‌های ارائه‌شده در عدم توسعه بیمه عمر می‌باشد.

(4) مهدی خسروی (1389)

«طراحی و تبیین الگوی تأثیر فناوری اطلاعات بر فرآیند مدیریت دانش در صنعت بیمه (مورد کاوی بیمه دانا) (پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز)»

خلاصه: مهدی خسروی در پایان‌نامه خود مدیریت دانش را در چهار بعد مورد بررسی قرار داده که همگی در جهت تحقق اهداف فردی و سازمانی به کار گرفته می‌شود. در تحقیق بیان‌شده مدیریت دانش بر سه ستون اصلی: افراد، فرآیند و فناوری استوار است که در بین همه آن‌ها فناوری اطلاعات تغییرات زیادی را در دو دهه اخیر ایجاد کرده است. نتایج حاصل از آزمون تحلیل مسیر حاکی از آن است که بین ابزارهای فناوری اطلاعات، امکانات نرم‌افزاری بیش‌ترین تأثیر را در فرآیند مدیریت دانش دارد.

۴. اهداف یا فرضیه‌های تحقیق

1.4 هدف اصلی: در این تحقیق هدف اصلی بررسی تأثیر به‌کارگیری ابزارهای ICT (فناوری اطلاعات و ارتباطات) در افزایش تمایل به خرید بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری می‌باشد.

2.4 اهداف فرعی:

بررسی تأثیر ابزارهای سخت‌افزاری (نمبر، ATM، تلفن همراه، تلویزیون رقمی،...) در افزایش تمایل به خرید بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری.

1- بررسی تأثیر ابزارهای نرم‌افزاری (نرم‌افزارهایی از جمله ثبت داده‌های مشتری، محاسبه نرخ آنلاین، آگاهی از روند صدور بیمه‌نامه و مراحل آن با کد ره‌گیری، تعداد اقساط وصول شده، ارسال پیام تبلیغاتی، پرداخت خسارت ...) در تسریع و سهولت مراحل خرید بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری.

2- بررسی تأثیر کاربردهای فناوری اطلاعات (تجارت الکترونیک، بانکداری الکترونیک، آموزش الکترونیک، پول الکترونیک، امضاء الکترونیکی، ...) در کاهش هزینه‌های سربار در مراحل خرید بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری.

3- بررسی تأثیر زیرساخت‌های فناوری اطلاعات (شبکه‌ها، خدمات مخابراتی و فیبر نوری، سیستم ماهواره‌ای، ارتباطات محلی، شهری و منطقه‌ای با سرعت بالا، اینترنت و اینترنت، ...) در تسریع امکان انتشار اطلاعات و فایل‌ها و ایجاد رضایت در مشتریان بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری.

۵. تعاریف متغیرها و داده‌ها

1- فناوری اطلاعات (IT)

در اوایل سال 1990 به مجموعه سخت‌افزار، نرم‌افزار، شبکه و صنایع مرتبط به آنان، فن آوری اطلاعات (IT) گفته می‌شد. در مجموعه فن آوری اطلاعات (IT)، از سخت‌افزارهای متعددی نظیر خدمات دهندگان، ایستگاه‌های کاری و برخی رایانه‌های بزرگ به همراه دستگاه‌های ذخیره‌سازی مختلفی، استفاده می‌گردد.

2- فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)

در فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)، تاکید و محوریت بر روی جنبه ارتباطی می‌باشد، به گونه‌ای که ارتباطات به منزله یک «باید» مطرح بوده که فن آوری اطلاعات بدون وجود آن امکان ارائه خدمات را دارا نمی‌باشد. فن آوری اطلاعات و ارتباطات، واژه‌ای است که به هر نوع دستگاه ارتباطی و یا برنامه نظیر: رادیو، تلویزیون، تلفن‌های سلولی، رایانه، نرم‌افزار، سخت‌افزارهای شبکه، سیستم ماهواره‌ای و نظایر آن اطلاق شده که خدمات، خدمات و برنامه‌های متعددی به آنان مرتبط می‌گردد (اجلاس از راه دور، آموزش از راه دور). همگرایی بین رایانه و ارتباطات، فن آوری اطلاعات و ارتباطات را شکل می‌دهد. پیوند بین رایانه و بهره‌برداری از تمامی قابلیت‌های آن خصوصاً «پردازش و ذخیره‌سازی داده با امکانات متعدد ارتباطی».

3- زیرساخت اطلاعات (II)⁶

عناصر زیرساخت اطلاعات (II)، نیازمند استفاده از تجهیزات و امکانات فیزیکی گسترده‌ای نظیر سیستم سوئیچ، روتینگ، شبکه‌ای گسترده از خطوط تلفن ثابت، سیار و شبکه‌های رادیویی، می‌باشند.

4- کاربردهای اطلاعات (IA)⁷

⁶ Information Infrastructure

هدف عمده در بخش کاربردهای اطلاعات، ارائه خدمات و خدمات گسترده به منظور افزایش کارایی و بهره‌وری در ابعاد متفاوت اجتماعی در یک جامعه اطلاعاتی است.

5- بیمه⁸

بیمه عملی است که به موجب آن یک طرف (بیمه‌گذار) متعهد پرداخت مبلغی بنام (حق بیمه) می‌شود و طرف دیگر (بیمه‌گر) با قبول مجموعه خطرهای طبق موازین آماری پرداخت خسارت را در صورت تحقق خطر به عهده می‌گیرد.

6- بیمه‌نامه⁹

سند کتبی است که بر اساس قانون و مقررات بیمه کشور و با توجه به پیشنهاد بیمه‌گذار و موافقت بیمه‌گر تنظیم می‌شود و پس از امضاء در اختیار بیمه‌گذار قرار می‌گیرد.

7- بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری

این بیمه‌نامه بر اساس مدل شناخته‌شده جهانی Flexible universal life طراحی گردیده و در سراسر جهان یکی از پر طرفدارترین بیمه‌های عمر می‌باشد، با در نظر گرفتن نرخ تورم و سود سرمایه‌گذاری و ویژگی‌های مربوط به خنثی کردن اثر تورم و محاسبه سود صندوق سرمایه‌گذاری به شکل مرکب، مناسب‌ترین گزینه برای کسانی است که با نگرش درست نگران آینده خود و خانواده خود هستند. این بیمه‌نامه وسیله‌ای است موثر برای فراهم ساختن سرمایه در زمانی معین، به طوری که فوت ناگهانی نتواند تأثیری در تشکیل این سرمایه داشته باشد. در این قرارداد ریسک فوت و احتمال زنده ماندن بیمه‌شده یک جا و همزمان مورد تأمین بیمه گر قرار می‌گیرد. در تعریف دیگر می‌توان گفت این بیمه‌نامه، عمل برقرار ساختن در آمدی مستمر برای شخص یا بهره‌مند ساختن وی از مزایایی است.

8- بیمه الکترونیکی¹⁰

به معنای عام به عنوان کاربرد اینترنت و فناوری اطلاعات در تولید و توزیع خدمات بیمه‌ای اطلاق می‌شود و در معنای خاص، آن را می‌توان به عنوان تأمین یک پوشش بیمه‌ای از طریق بیمه‌نامه‌ای دانست که به صورت آنلاین درخواست، پیشنهاد، مذاکره و قرارداد آن منعقد می‌شود.

۶. مدل تحقیق

با توجه به چارچوب نظری تحقیق و همانند هر فعالیت تحقیقاتی این تحقیق نیز دارای یک مدل ترسیمی به شرح زیر بوده که چهارچوب فعالیت کاری را با توجه به متغیرهای مستقل و وابسته و روابط موجود بین آن‌ها به صورت تصویری مشخص می‌نماید.

متغیر وابسته

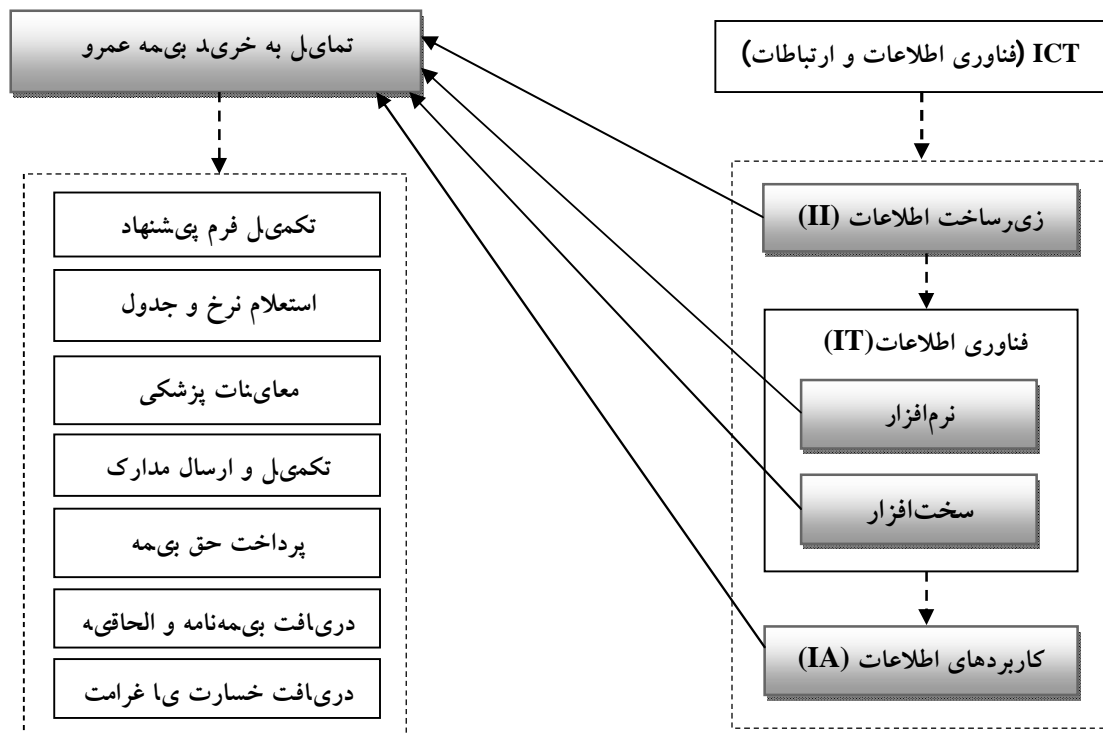
متغیر مستقل

⁷ Information Applications

⁸ Insurance

⁹ Policy

¹⁰ E-Insurance



۷. قلمرو تحقیق

1.7 قلمرو موضوعی: بررسی عوامل موثر در افزایش تمایل به خرید بیمه نامه عمر و سرمایه گذاری در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات.

2.7 قلمرو مکانی: قلمرو مکانی این تحقیق شامل بیمه گذاران بیمه نامه های انفرادی عمر و سرمایه گذاری در شرکت بیمه کوثر مربوط به استان تهران می باشد.

3.7 قلمرو زمانی: از زمان اولین صدور بیمه نامه که در یکم بهمن ماه 1390 می باشد و تا یکم بهمن ماه 1392 مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۸. جامعه آماری و نمونه مورد مطالعه تحقیق

1.8 جامعه آماری

جامعه آماری در این تحقیق شامل بیمه گذاران، مربوط به 1162 فقره بیمه نامه صادر گردیده می باشد.

2.8 بر آورد حجم نمونه و روش نمونه گیری

نمونه گیری فرایندی است که طی آن تعدادی از واحدها به گونه ای برگزیده می شوند که معرف جامعه بزرگ تر که از آن انتخاب شده اند باشند (خاکی، ص 251). در این تحقیق برای تعیین حجم نمونه با توجه به اینکه نمونه برداری بدون بازگردانی و از یک جامعه محدود کوچک با حجم N می باشد نمونه از فرمول کوکران به دست می آید. (مؤمنی، 1386، ص 219)

$$n = \frac{N \cdot Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot P \cdot Q}{\varepsilon^2 \cdot (N-1) + Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{1162 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2 \cdot (1162-1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5} = 288.89 \approx 289$$

همچنین با استفاده از جدول مورگان نیز با این حجم جامعه، حجم نمونه 289 می باشد.

۹. روش تحقیق و ابزار گردآوری داده ها

تحقیق حاضر از نوع میدانی می باشد و از نظر روش به کاررفته یک تحقیق توصیفی پیمایشی است. در این تحقیق با توجه به اینکه قصد دارد وضعیت نگرش افراد را نسبت به یک موضوع ارزیابی کند از ابزار جمع آوری داده های اولیه بنام پرسشنامه استفاده شده است که تکمیل آن می تواند به صورت مراجعه شخصی، پستی و یا تلفنی انجام گیرد که کاربرد پرسشنامه معمولاً در مطالعات پیمایشی غیرحضورى است (خاکی، ص 227) همچنین برای داده های ثانویه از طریق مطالعه کتب، اسناد و مدارک و همچنین اینترنت استفاده شده است. در تجزیه تحلیل داده های جمع آوری شده به منظور افزایش سرعت و دقت از نرم افزار آماری SPSS استفاده خواهد شد ابتدا در بخش توصیفی به بررسی خصوصیات فردی و حرفه ای پاسخ گویان نمونه آماری تحقیق، پرداخته شد سپس در بخش آمار استنباطی برای برقراری ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته از آزمون های آماری از قبیل ضریب همبستگی و معادلات ساختاری با کمک نرم افزار lisrel انجام خواهد شد.

۱۰. روایی و پایایی تحقیق

در مورد پژوهش علمی این گفته همیشه صحیح است که بدون داده های خوب نمی توانید نتایج خوب به دست آورید و مقصود از داده های خوب آن است که شیوهی اندازه گیری دارای اعتبار و روایی کافی باشد.

1.10 روایی تحقیق

در این پژوهش برای افزایش روایی محتوایی پرسشنامه از ابزارهای زیر استفاده شده:

- مطالعه و بررسی پرسشنامه های استاندارد و سؤالاتی که در تحقیقات مشابه مورد استفاده قرار گرفته اند.
- مطالعه مقالات و کتب متعدد در رابطه با موضوع تحقیق.
- مشاوره و کسب نظر افراد صاحب نظر (در صنعت بیمه)، اساتید راهنما و مشاور و اخذ راهنمایی از آنان.

2.10 پایایی تحقیق

در این تحقیق به منظور تعیین پایایی پرسشنامه، تعداد 30 نفر به عنوان نمونه انتخاب و پرسشنامه در اختیار آن‌ها قرار گرفت و سپس از روش آلفای کرون باخ 11 استفاده گردید. این روش برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کند به کار می‌رود. برای محاسبه ضریب آلفای کرون باخ، ابتدا باید واریانس نمره‌های هر یک از سؤال‌های پرسشنامه واریانس کل را محاسبه نمود. فرمول آن عبارت است از:

$$va = \frac{J}{j-i} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2}\right)$$

که در آن:

J = تعداد زیرمجموعه سؤال‌های پرسشنامه یا آزمون

s_i^2 = واریانس سؤال i ام پرسشنامه یا آزمون

s_t^2 = واریانس کل پرسشنامه یا آزمون

در صورتی که مقدار آلفای کرون باخ از 0,7 بیشتر باشد می‌توان گفت سؤالات پرسشنامه مزبور از اعتبار کافی برخوردار است. ضریب آلفای کرون باخ به دست آمده از رابطه فوق برابر 0/817 می‌باشد. از آنجا که این مقدار بیشتر از 0,7 می‌باشد، نشان‌دهنده آن است که پرسشنامه‌های تحقیق، از قابلیت اعتماد و یا به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار است.

شخص	آلفای کرون باخ
تمایل به خرید بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری	0/734
فرضیه اول (نرم‌افزاری)	0/809
فرضیه دوم (سخت‌افزاری)	0/772
فرضیه سوم (زیرساخت)	0/811
فرضیه چهارم (کاربرد)	0/829
کل پرسشنامه	0/817

با توجه به جدول مقابل کلیه متغیرهای تحقیق دارای آلفای بیشتر از 0,7 می‌باشند.

۱۱. نتایج پژوهش

1.11 نتایج مربوط به مشخصات فردی پاسخ‌دهندگان

54% از افراد نمونه مرد و 46% از افراد نمونه زن می‌باشند. 39/4% از افراد نمونه در رده سنی کمتر از 30 سال، 52/9% در رده سنی 31-50 سال و 7/6% از افراد نمونه در رده سنی 50 سال به بالا می‌باشند. مشاهده می‌شود، بیش‌ترین فراوانی مربوط به رده سنی 30-50 سال است و کمترین فراوانی مربوط به رده سنی 50 سال به بالا هست.

¹¹ Cronbach Alpha

19/4% از افراد نمونه دارای تحصیلات در سطح دیپلم و زیر دیپلم هستند، 57/8% فوق دیپلم و لیسانس و 22/8% از افراد نمونه دارای تحصیلات در سطح فوق لیسانس و دکترا می‌باشند. مشاهده می‌شود، بیش‌ترین فراوانی مربوط به سطح تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس است و کمترین فراوانی مربوط به سطح تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم است.

45% از افراد نمونه 1 بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری خریده‌اند، 33/9% از افراد 2 بیمه‌نامه، 12/1% از افراد 3 بیمه‌نامه و 9% از افراد نمونه 4 بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری خریده‌اند. 67/8% از افراد نمونه رایانه شخصی یا لپ‌تاپ دارند و 32/2% از افراد نمونه رایانه شخصی یا لپ‌تاپ ندارند. 5/5% از افراد آشنایی با وسایل ارتباطی که دارای فناوری‌های جدید هست از جمله اینترنت، دستگاه خودپرداز (عابر بانک)، تلفن همراه، دورنگار ندارند، میزان آشنایی 11/4% از افراد نمونه کم می‌باشد، 42/2% متوسط، 28% زیاد و میزان آشنایی 12/5% از افراد نمونه بسیار زیاد می‌باشد.

2.11 نتایج مربوط به پاسخ‌گویی به سؤالات متغیرها

(1) متغیر تمایل به خرید بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری

بیش‌ترین میانگین مربوط به گویه «خرید بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری جهت تأمین آتیه فرزندان و دریافت مستمری در زمان بازنشستگی مناسب می‌باشد.» با میانگین 4/14 است و به این معنا است که افراد معتقدند خرید بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری جهت تأمین آتیه فرزندان و دریافت مستمری در زمان بازنشستگی بسیار زیاد مناسب می‌باشد و کمترین میانگین مربوط به سؤال «با توجه به داشتن دفترچه تکمیلی درمان نیاز به کسب اطلاعات در خصوص پوشش‌های اضافی بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری و استفاده از آن را ندارم.» با میانگین 2/5 است که این بدان معنا است که افراد معتقدند با وجود داشتن دفترچه تکمیلی درمان، باز هم نیاز به کسب اطلاعات در خصوص پوشش‌های اضافی بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری و استفاده از آن را دارند.

(2) متغیر نرم‌افزار

بیش‌ترین میانگین مربوط به گویه «امکان دریافت اطلاعات بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری به صورت شبانه‌روزی و حتی در ایام تعطیل از طریق اینترنت یا مراکز تماس online در افزایش فروش بیمه‌نامه تأثیر مثبت دارد.» با میانگین 4/34 است و به این معنا است که افراد تمایل دارند اطلاعات بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری را به صورت شبانه‌روزی و حتی در ایام تعطیل از طریق اینترنت یا مراکز تماس online دریافت نمایند و کمترین میانگین مربوط به سؤال «هنگام استفاده از ابزارهای نرم‌افزاری فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان مثال همراه بانک موبایل، اینترنت غالباً خطاهایی را مرتکب می‌شوم.» با میانگین 2/98 است که این بدان معنا است که افراد هنگام استفاده از ابزارهای نرم‌افزاری فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان مثال همراه بانک موبایل، اینترنت، در حد متوسط، خطاهایی را مرتکب می‌شوند.

(3) متغیر سخت‌افزار

بیش‌ترین میانگین مربوط به گویه «با توجه به روند سریع تحولات امروزه استفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات از جمله موبایل، دورنگار، دستگاه خودپرداز (ATM، عابر بانک) و... ضروری می‌باشد.» با میانگین 4/39 است و به این معنا است که افراد معتقدند استفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات از جمله موبایل، دورنگار، دستگاه خودپرداز (ATM، عابر بانک) و... بسیار زیاد ضروری می‌باشد و کمترین میانگین مربوط به سؤال «در محل سکونت شما دسترسی به ابزارهای سخت‌افزاری، اطلاعات و ارتباطات (ICT)، از جمله: رایانه، اسکنر، ATM به سهولت وجود دارد.» با میانگین 3/84 است که این بدان معنا است که افراد معتقدند در محل سکونتشان دسترسی به ابزارهای سخت‌افزاری فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)، از جمله: رایانه، اسکنر، ATM به سهولت وجود دارد.

4) متغیر زیرساخت

بیشترین میانگین مربوط به گویه «شرکت‌های بیمه می‌بایست پشتیبانی شبانه‌روزی و زیرساخت مناسب در خصوص نرم‌افزارهای صدور بیمه‌نامه و همچنین وبسایت‌های مرتبط جهت رضایت مشتریان داشته باشند.» با میانگین 3/89 است و به این معنا است که افراد معتقدند شرکت‌های بیمه می‌بایست در حد زیاد پشتیبانی شبانه‌روزی و زیرساخت مناسب در خصوص نرم‌افزارهای صدور بیمه‌نامه و همچنین وبسایت‌های مرتبط جهت رضایت مشتریان داشته باشند و کمترین میانگین مربوط به سؤال «زیرساخت‌های شرکت بیمه کوثر از نظر میزان به‌کارگیری فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، نرم‌افزار جامع، خطوط ارتباطی تلفن، اینترنت در حوزه بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری مناسب است.» با میانگین 2/94 است که این بدان معنا است که افراد معتقدند زیرساخت‌های شرکت بیمه کوثر از نظر میزان به‌کارگیری فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، نرم‌افزار جامع، خطوط ارتباطی تلفن، اینترنت در حوزه بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری در حد متوسط و کم مناسب است.

5) متغیر کاربرد

بیشترین میانگین مربوط به گویه «به عنوان بیمه‌گذار بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری تمایل دارم سود مشارکت هر سال و زمان سررسید هر قسط از طریق پیامک و یا ایمیل اطلاع داده شود.» با میانگین 4/24 است و به این معنا است که افراد معتقدند به عنوان بیمه‌گذار بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری در حد بسیار زیاد تمایل دارند سود مشارکت هر سال و زمان سررسید هر قسط از طریق پیامک و یا ایمیل اطلاع داده شود و کمترین میانگین مربوط به سؤال «صدور بیمه‌نامه الکترونیکی را، به جهت امکان فاش شدن اطلاعات شخصی و امنیت پایین، ترجیح نمی‌دهم.» با میانگین 3/21 است که این بدان معنا است که افراد صدور بیمه‌نامه الکترونیکی را، به جهت امکان فاش شدن اطلاعات شخصی و امنیت پایین، در حد متوسط ترجیح نمی‌دهند.

3.11 نتایج آزمون‌های مرتبط با اهداف یا فرضیه‌ها

- نتایج فرضیه اول

«بین افزایش امکانات نرم‌افزاری نظیر نرم‌افزارهای تحت وب، صدور، خسارت، استعلام حق بیمه و... و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری رابطه معناداری وجود دارد.»
نتیجه و تفسیر آزمون: با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی می‌توان گفت بین دو متغیر افزایش امکانات نرم‌افزاری نظیر نرم‌افزارهای تحت وب، صدور، خسارت، استعلام حق بیمه و... و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری همبستگی مثبتی وجود دارد و رابطه دو متغیر مستقیم است. به عبارتی با افزایش یکی دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند. بنابراین می‌توان گفت بین افزایش امکانات نرم‌افزاری نظیر نرم‌افزارهای تحت وب، صدور، خسارت، استعلام حق بیمه و... و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری رابطه معنی‌داری وجود دارد.

- نتایج فرضیه دوم

«بین به‌کارگیری امکانات سخت‌افزاری نظیر رایانه، نامبر، ATM و... و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری رابطه معناداری وجود دارد.»
نتیجه و تفسیر آزمون: با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی می‌توان گفت بین دو متغیر به‌کارگیری امکانات سخت‌افزاری نظیر رایانه، نامبر، ATM و... و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری همبستگی مثبتی وجود دارد و رابطه دو متغیر مستقیم است. به عبارتی با افزایش یکی دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند. بنابراین می‌توان گفت بین به‌کارگیری امکانات سخت‌افزاری نظیر رایانه، نامبر، ATM و... و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری رابطه معنی‌داری وجود دارد.

- نتایج فرضیه سوم

«بین به کارگیری ابزارهای زیرساخت فناوری اطلاعات نظیر شبکه‌ها، ارتباطات محلی و... و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری رابطه معناداری وجود دارد.»

نتیجه و تفسیر آزمون: با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی می‌توان گفت بین دو متغیر به کارگیری ابزارهای زیرساخت فناوری اطلاعات نظیر شبکه‌ها، ارتباطات محلی و... و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری همبستگی مثبتی وجود دارد و رابطه دو متغیر مستقیم است. به عبارتی با افزایش یکی دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند. بنابراین می‌توان گفت بین به کارگیری ابزارهای زیرساخت فناوری اطلاعات نظیر شبکه‌ها، ارتباطات محلی و... و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری رابطه معنی‌داری وجود دارد.

- نتایج فرضیه چهارم

«بین به کارگیری کاربردهای اطلاعات نظیر تجارت الکترونیک و بانکداری الکترونیک و... و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری رابطه معناداری وجود دارد.»

نتیجه و تفسیر آزمون: با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی می‌توان گفت بین دو متغیر به کارگیری کاربردهای اطلاعات نظیر تجارت الکترونیک و بانکداری الکترونیک و... و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری همبستگی مثبتی وجود دارد و رابطه دو متغیر مستقیم است. به عبارتی با افزایش یکی دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند. بنابراین می‌توان گفت بین به کارگیری کاربردهای اطلاعات نظیر تجارت الکترونیک و بانکداری الکترونیک و... و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری رابطه معنی‌داری وجود دارد.

- نتایج فرضیه اصلی

«بین به کارگیری ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات و افزایش تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری رابطه معناداری وجود دارد.»

نتیجه و تفسیر آزمون: با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی می‌توان گفت بین دو متغیر بین به کارگیری ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری همبستگی مثبتی وجود دارد و رابطه دو متغیر مستقیم است. به عبارتی با افزایش یکی دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند. بنابراین می‌توان گفت بین به کارگیری ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات و تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری رابطه معنی‌داری وجود دارد.

4.11 نتایج بررسی تأیید مدل

برای تحلیل عاملی تأییدات و مدل‌یابی معادلات ساختاری، بار عاملی استاندارد و جهت بررسی معنادار بودن رابطه بین متغیرها، از آماره آزمون t یا همان t -value استفاده شد. با توجه به نتایج حاصله از آزمون برازندگی مدل می‌توان گفت تمام شاخص‌ها در حد مطلوب بوده و مدل برازش داده‌شده مدل مناسب می‌باشد. با توجه به نتایج حاصل‌شده می‌توان گفت به ترتیب متغیر کاربرد، ساخت‌افزار، نرم‌افزار و زیرساخت تأثیر مثبت بر تقاضای بیمه دارند.

۱۲. پیشنهادهای پژوهش

1.12 پیشنهادهای برگرفته از فرضیه‌ها

۱. ارائه اطلاعات جامع و شفاف به افراد، در خصوص تعاریف و مزایای بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری از طریق وبسایت شرکت بیمه کوثر.

۲. ارائه اطلاعات لازم به افراد، در خصوص روند مراحل صدور بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری در وبسایت شرکت بیمه کوثر.
۳. فراهم نمودن امکان ارائه فرم‌های پیشنهاد، جهت تکمیل و خرید بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری در وبسایت شرکت بیمه کوثر.
۴. امکان دریافت استعلام حق بیمه و جداول بازخرید بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری با شرایط متفاوت و مورد نظر افراد، از طریق وبسایت شرکت بیمه کوثر.
۵. ارائه اطلاعات لازم در خصوص خدمات پس از صدور بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری، از جمله فرم‌ها و شرایط دریافت وام، مدارک لازم جهت دریافت خسارت و فرم‌ها جهت تغییرات بیمه‌نامه در وبسایت شرکت بیمه کوثر.
۶. اطلاع‌رسانی در خصوص پوشش‌ها و طرح‌های جدید بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری از طریق رسانه‌ها (تلویزیون‌های دیجیتال) و پیامک تلفن همراه و... به بیمه‌گذاران.
۷. استفاده از اینترنت در انجام امور بیمه‌ای در بخش‌های ستادی و غیر ستادی شرکت بیمه کوثر.
۸. گسترش فرهنگ استفاده از رایانه و اینترنت بین اقشار مردم و بیمه‌گذاران.
۹. فراهم نمودن امکان ارائه خدمات مالی بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری به افراد، از جمله پرداخت اقساط حق بیمه از طریق دستگاه خودپرداز، تلفن‌بانک و یا اینترنت بانک جهت افزایش رضایت بیمه‌گذاران و فروش بیشتر بیمه‌نامه.
۱۰. ایجاد کیوسک‌های ارائه‌دهنده خدمات بیمه‌ای بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری جهت تکمیل فرم پیشنهاد و دریافت جداول بازخرید در فرودگاه‌ها، ایستگاه‌های راه‌آهن، مترو و پایانه‌ها که مشتریان بالقوه دارند.
۱۱. ایجاد راهکارهای حقوقی در بخش فن آوری اطلاعات و بیمه الکترونیک.
۱۲. تشکیل کارگروه بیمه الکترونیک در شرکت بیمه کوثر.
۱۳. افزایش اعتماد بین بیمه‌گر و بیمه‌گذار برای مبادله الکترونیک داده‌های مربوط به صدور بیمه‌نامه.
۱۴. اطلاع‌رسانی عمومی و انجام تبلیغات لازم برای مشتریان فعلی و بالقوه بیمه الکترونیک.
۱۵. افزایش آگاهی مدیران ارشد شرکت‌های بیمه از بیمه الکترونیک به صورتی که رویکرد تلقی مدیران نسبت به استفاده از بیمه الکترونیک تقویت گردیده و راه را برای گذران بیمه سنتی و رسیدن به بیمه الکترونیک هموار نماید.
۱۶. بهبود زیرساخت فنی (عوامل فناوری درون سازمان) شرکت بیمه کوثر در خصوص به‌کارگیری ابزارهای فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، خطوط ارتباطی تلفن، پهناهای باند اینترنت و ...
۱۷. بهبود زیرساخت فنی (عوامل فناوری درون سازمان) شرکت بیمه کوثر جهت به‌کارگیری بیمه الکترونیک.
۱۸. تقویت بستر مخابراتی مناسب جهت استقرار بیمه الکترونیک در شرکت‌های بیمه.
۱۹. فراهم نمودن بستر مناسب جهت پشتیبانی شبانه‌روزی از وبسایت شرکت بیمه کوثر و نرم‌افزارهای صدور جهت عدم قطع ارتباط با مرکز و به‌روز بودن اطلاعات موجود در وبسایت.

2.12 پیشنهادهای برای پژوهش‌های آینده

۱. بررسی مشکلات اداری و سازمانی موجود شرکت‌های بیمه در فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری به صورت الکترونیکی.
۲. بررسی نقش نیروی انسانی در توسعه و فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری.
۳. بررسی مکانیزم فرآیند پرداخت خسارت بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری با استفاده از فناوری اطلاعات.
۴. بررسی و تدوین راهبردهایی جهت ورود شرکت‌های بیمه در عرصه تجارت جهانی.
۵. بررسی تخصصی امنیت اطلاعات در فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری به صورت الکترونیکی.
۶. بررسی امکان‌سنجی اجرای کامل صدور بیمه‌نامه‌های الکترونیک عمر و سرمایه‌گذاری در ایران.
۷. نقش دولت در فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری به صورت بیمه‌های الکترونیک در ایران.

۸. ارائه راه کارهای جهت توسعه فرهنگی در صنعت بیمه و حوزه بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری.
۹. بررسی جایگاه بیمه عمر و سرمایه‌گذاری در سبد مصرفی خانوار در سطوح درآمدی مختلف.
۱۰. اختصاص سرمایه مالی مورد نیاز جهت پیاده‌سازی بیمه الکترونیکی.
۱۱. جذب نیروهای متخصص به حد کافی در زمینه فن آوری اطلاعات و ارتباطات در شرکت‌های بیمه.
۱۲. تدوین سیاست‌ها، خط مشی‌ها و برنامه‌های مقتضی در زمینه بیمه الکترونیک توسط بیمه مرکزی ایران با مشارکت شرکت‌های بیمه.

۱۳. محدودیت‌های تحقیق

1.13 محدودیت‌های در کنترل پژوهشگر

- به دلیل کثرت رشته‌های بیمه‌ای در شرکت‌های بیمه و شغل محقق و تجربه کاری وی، فقط بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری انتخاب و مورد تجزیه و تحلیل قرار داده شده است.
- با توجه به اشتغال پژوهشگر در شهر تهران، موقعیت مکانی این پژوهش و جامعه آماری به بیمه‌گذاران بیمه کوثر شعبه استان تهران محدود شده است؛ بنابراین باید در تعمیم نتایج پژوهش به کل شعبات بیمه کوثر در کشور دقت کافی صورت گیرد.
- استفاده از پرسشنامه به عنوان تنها ابزار اندازه‌گیری یکی دیگر از محدودیت‌های طرح است.
- جدید بودن مقوله کاربرد ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در حوزه صدور بیمه‌نامه الکترونیکی.

2.13 محدودیت‌های خارج از کنترل پژوهشگر

- شرایط روحی و روانی بیمه‌گذاران هنگام پر کردن پرسشنامه می‌تواند روی نتایج پژوهش اثرگذار باشد.
- کمبود اطلاعات و تحقیقات مرتبط با تأثیر به‌کارگیری ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در مورد بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری.
- در مواردی هنگام جمع‌آوری پرسشنامه محقق با محدودیت عدم همکاری مواجه بود.
- عدم پاسخ صادقانه به سؤالات پرسشنامه توسط تعدادی از پاسخ‌دهندگان.

۱۴. منابع

1.14 فهرست منابع فارسی

- (1) إسفیدانی، محمدرحیم. دقیقی، علیرضا. اسماعیلی، الهه (1390). اثر اینترنت بر بازاریابی بیمه عمر، پژوهشنامه بیمه، سال بیست و ششم، شماره 2، ص 83 تا 113.
- (2) بازآیی، قاسم علی. برات دستجردی، نگین (1391). ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، تهران: شهرآشوب.
- (3) پیرهادی، مهدی (1387-1388). بررسی دلایل عدم توسعه بیمه عمر و ارائه راهکارهای پیشنهادی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد تهران مرکز.

- 4) تقی زاده، محمدرضا. ارائه الگوی بهینه مدیریت منسجم خدمات باهدف افزایش خرید بیمه‌نامه‌های عمر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.
- 5) حافظی، محمدحسن، تاریخچه‌ای از صنعت بیمه در ایران و جهان، پیک بیمه (ماهنامه داخلی بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران)، 317، آبان 1391.
- 6) حسن‌زاده، علی. کاظم نژاد، مهدی. نقش فناوری اطلاعات بر کسب‌وکار صنعت بیمه، (هجدهمین همایش ملی و چهارمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه)، پژوهشگاه نیرو، آذر 1390.
- 7) حافظ نیا، محمدرضا. مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، 1377، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- 8) خاکی، غلامرضا (1387)، روش تحقیق در مدیریت، تهران: بازتاب.
- 9) خسروی، مهدی (1389). طراحی و تبیین الگوی تأثیر فناوری اطلاعات بر فرایند مدیریت دانش در صنعت بیمه (مورد کاوی بیمه دانا)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز.
- 10) دلاور، علی. مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی، 1386، تهران، انتشارات رشد.
- 11) زرگر، محمود. 1388، اصول فناوری اطلاعات، تهران: بهینه.
- 12) سرمد، زهره. بازرگان، عباس. حجازی، الهه. روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، 1377، تهران، انتشارات آگاه.
- 13) سلطانی، شاهرخ (1383). کیوسک خودپرداز، انتشارات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران اداره نظام‌های پرداخت.
- 14) شهرتی فر، محمد. آبان 1387، تاریخچه فناوری ارتباطات و اطلاعات (2003 - 1909)
- 15) غدیری، زهرا. عقیقی، محمد (1387). کاربرد فناوری اطلاعات در نظام تأمین اجتماعی، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال نهم، شماره 32
- 16) کریمی، آیت (1388). کلیات بیمه، تهران: بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، پژوهشکده بیمه.
- 17) کبیری پرویزی، بهمن (1386). فن آوری اطلاعات به کمک بیمه‌های خرد می‌آید، تازه‌های بیمه، ماهنامه خبری آموزشی، شماره 108.
- 18) کبیری پرویزی، بهمن (1390). توسعه و گسترش بیمه عمر در جامعه و نقش موثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر آن، عضو عادی مؤسسه بیمه چارتر لندن.
- 19) مقیمی، سید محمد و رمضان، مجید، پژوهشنامه مدیریت، جلد دهم، انتشارات راه دان، تهران. 1390.
- 20) محمودی، رضا، بررسی رابطه بین ویژگی‌های دانشجویان و فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشگاه تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران، (1392)
- 21) محمد نژاد، حمیدرضا (1384). بررسی تأثیر تجارت الکترونیک بر صنعت بیمه کشور با تأکید بر شرکت سهامی بیمه ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز.
- 22) مؤمنی، منصور. تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS، 1387، چاپ دوم، تهران، کتاب نو.
- 23) نجار زاده، رضا. آقایی، مجید. طلعتی، مصطفی (1385-1386). اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان اجلاس اسلامی، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره 44.

2.14 فهرست منابع انگلیسی

- Angela V.Hausman, Jeffrey sam siyekpe, «The Effect of Web interface features on Consumer online purchase intentions», Journal of Business Research 62,2009.
- “Factors Effecting Acceptance of the Internet as a Marketing Intelligence Tool”, International Journal of Bank Marketing, Vol. 23, No. 6, 2005, pp. 484- 505.
- Haji Heydari, Nastaran & etal, “Investigation of Electronic Maturity Level of Insurance Indsutry in Iran”, Middle-East Journal of Scientific Research 14 (11): 2013, PP1539-1547.
- Lee,Ching-Chang & etal,“An Empirical Study of Mobile Commerce In Insurance Industry:Task–Technology Fit and Individual Differences”,elzevier, 2007.
- Solomon Fadun, Olajide, ”Information and Communication Technology (ICT) and Insurance Companies Profitability in Nigeria”, International Journal of Business and Management Invention, Volume 2 Issue 1 □ January. 2013, PP 84-92.
- Sekulovska, Mirjana, “Internet Business Models For E-Insurance And Conditions In Republic Of Macedunia”, Procedia - Social and Behavioral Sciences 44, 2012, 163 – 168
- Thamodaran, Varadaraju - Ramesh, Mahalingam, «Effectiveness of Information Communication Technology In Rural Insurance « BEH-Business and Economic Horizons,Volume 2, Issue 2, July 2010, pp. 98-105.
- Timmers,P, “Business Models For Electronic Market”, Electronik Markets Vol8, no2, 1998.
- WWW.Kowsarinsurance.Ir