

تاثیر مدیریت بیمه بر توسعه خدمات الکترونیک با تاکید بر سازمان بیمه سلامت ایران

رحیم جاودان خرد

چکیده

گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات و تشدید رقابت ها، مدیران شرکت ها را به فروش آنلاین ترغیب کرده است. در شرکتهای بیمه نیز مدیران به دنبال آن هستند که به فناوری های جدیدی تکیه کنند تا بتوانند حضور خود را در بازار تقویت کنند. از این رو هدف از تحقیق حاضر بررسی تاثیر مدیریت بیمه بر توسعه خدمات الکترونیک با تاکید بر سازمان بیمه سلامت ایران بوده است. پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده ها براساس پژوهش های میدانی است. جامعه آماری پژوهش را ۱۲۷ نفر از دانشجویان رشته مدیریت بیمه تشکیل می دهد که به صورت نمونه گیری در دسترس به عنوان نمونه انتخاب شدند. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده از پرسشنامه، نرم افزار spss استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که مدیریت بیمه در سودمندی ادراک شده، سهولت استفاده ادراک شده، نگرش نسبت به استفاده از فناوری اطلاعات و قصد استفاده در سازمان بیمه سلامت ایران تاثیر مثبت و معناداری داشته است.

واژگان کلیدی: مدیریت بیمه - خدمات الکترونیک - بیمه سلامت

مقدمه

صنعت بیمه به عنوان یکی از ارکان نظام مالی کشور و از سوی دیگر ارتباط تنگاتنگ نتایج فعالیت شرکت ها و موسسات بیمه با ایجاد اطمینان و کاهش دغدغه های اجتماعی به جهت واگذاری ریسک در مسیر پیشرفت و یافتن جایگاهی درخور است در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات و در جوامع امروزی مدیران به دنبال یافتن شیوه های نوین ارائه خدمات جذب نگهداری و کسب رضایت مشتری می باشند. مدیران بیمه ها، مسئول تدوین استراتژیهای بیمه خود هستند. در عصر حاضر نوآوریهای تکنولوژیک علی الخصوص در رابطه با بیمه الکترونیک و رقابت میان بیمه های دیگر موجود و موسساتی که قصد ورود به این حرفه را دارند، باعث گردیده فرصتها و تهدیدات بسیاری پیش روی مدیران بیمه قرار گیرد. لذا از آنها انتظار می رود یک تصمیم استراتژیک شفاف، مستند و از روی آگاهی درباره این موضوع که بیمه چگونه می خواهد خدمات الکترونیک خود را ارائه دهد، اتخاذ کنند. زیرا شرکت های بیمه بطور کلی یک مسئولیت روشن دارند که تا حد ممکن، سطح معینی از آرامش و راحتی را برای مشتریان خود در زمینه حفاظت از اطلاعات مشتری فراهم آورند.

از سوی دیگر، افزایش رقابت در بازار صنعت بیمه، اکثر مدیران این صنعت را به فکر چاره اندیشی برای حضور ماندگار در عرصه کسب و کار انداخته است. بنابراین آنها ناگزیرند راه هایی را بیابند که کسب رضایت بیشتر مشتریان و وفاداری آنها را در پی داشته باشند و از راه های دستیابی به این مهم، بهبود کیفیت خدمات بیمه ای از طریق خدمات الکترونیکی ارائه شده است.

امروزه، فناوری اطلاعات به عنوان عمده ترین محور تحول و توسعه در جهان منظور شده و دستاوردهای ناشی از آن نیز به گونه ای با زندگی مردم عجین گردیده که روی گردانی و بی توجهی به آن، اختلالی عظیم را در جامعه به وجود می آورد. پیش بینی ها نشان می دهد که این فناوری به رشد سریع خود و کاربرد همه جانبه در ابعاد گوناگون زندگی بشر در سال های آینده نیز ادامه خواهد داد. گسترش روزافزون فناوری اطلاعات از یک طرف و فشارهای رقابتی و نیز انتظارات در حال تغییر مشتریان از طرف دیگر به کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات را برای کلیه صنایع، سازمان ها و کسب و کارها بیش از پیش ضروری کرده است. در سال های اخیر استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان محور بسیاری از تحولات جهانی امری انکارناپذیر بوده و این امر موجب تسریع انجام امور گشته است. در حال حاضر در هر تجارتی مثل بانکداری الکترونیکی، آموزش الکترونیکی و بیمه الکترونیکی می توان نشانه هایی از فناوری اطلاعات را مشاهده کرد. (احتشام و همکاران، ۱۳۹۶)

صنعت بیمه از شاخص های توسعه یافتگی است که از سویی به عنوان یکی از عمده ترین نهادهای اقتصادی مطرح بوده و از دیگر سو فعالیت دیگر نهادها را پشتیبانی می کند. به عبارتی صنعت بیمه با گردآوری حق بیمه های دریافتی در توسعه اقتصادی دارای نقش است و از طرف دیگر با ایجاد امنیت و اطمینان برای فعالیتهای خدماتی، تولیدی و در جامعه روند سازندگی، پیشرفت و ترقی را تسهیل می کنند. (ترکستانی و همکاران، ۲۰۱۴)

شرکتهای بیمه به عنوان یکی از نهادهای خدمت رسان در هر جامعه برای عقب نماندن از قافله تغییر و تحولات ناشی از عصر دیجیتال و برای حفظ جایگاه رقابتی و کارایی خود، ناگزیر به همراهی همزمان با این تغییرات هستند. با شروع هزاره جدید، بسیاری از شرکتهای بیمه در سراسر دنیا به طور جدی شروع به ارائه خدماتشان در محیط الکترونیکی به ویژه اینترنت کرده اند. در ایران نیز با آزادسازی نرخ های بیمه ای و ایجاد بستر رقابتی در بازار کشور، شرکتهای بیمه ناگزیر هستند. علاوه بر قیمت گذاری رقابتی پوشش های بیمه ای، از ابزارهای مناسب جهت ترغیب، تشویق و تسهیل امر دریافت خدمات بیمه ای و پوشش های بیمه

ای متنوع استفاده نمایند که یکی از این ابزارها همان ارائه خدمات به صورت الکترونیکی با بیمه الکترونیکی است. (حاجی حیدری و همکاران، ۱۳۹۵)

با توسعه سریع فناوری اطلاعات و ارتباطات و نفوذ آن به تمامی عرصه های جامعه، استفاده از فضای اینترنت جهانی توسط بسیاری از موسسات مالی رواج یافته است. در این میان، شرکت های بیمه که فعالیت های خود را در جهت ارتقای خدمات بیمه ای خود در بازار با استفاده از اینترنت و در نتیجه جذب تعداد بیشتری از مشتریان هدایت می کنند، کنار گذاشته نشده اند. نقش فزاینده تجارت اینترنتی و استفاده فعال از آن در اجرای فعالیت های هر واحد تجاری که شامل کمپین های بیمه ای می شود، به دلیل توزیع گسترده نرم افزارهای مدرن است. بنابراین، برای مدیران بیمه، برای عملکرد موفق و کارآمد در بازار به منظور رفع نیازهای خود و بیمه گذاران مستلزم ایجاد کانال های فروش خود در فضای مجازی هستند. شرکت های بیمه برای حفظ موقعیت رقابتی در بازار بیمه، با در نظر گرفتن نیازهای مشتریان، به یافتن راه های جدیدی برای جذب مشتریان متوسل می شوند و برای کاهش هزینه ها و کاهش زمان ارائه خدمات بیمه تلاش می کنند. (بورلاکا و همکاران، ۲۰۱۹)

امروزه از فناوری اطلاعات بطور وسیعی برای برقراری ارتباط با واسطه ها، طراحی فرآیند پردازش بیمه نامه، تعیین حق بیمه، تحلیل بازار، پیشبینی فروش و امور حسابداری استفاده می شود. مزایای بیمه الکترونیکی که سبب تشویق شرکتهای بیمه به استفاده از آن شده است، بطور خلاصه عبارتند از: سهولت تغییر در شرایط بیمه ای، کاهش موانع ورود به بازار، بهبود ارتباطات بین شرکتهای بیمه و نمایندگی هایشان، توانایی در ارائه خدمات بهتر، سریع تر و با هزینه کمتر، افزایش سهم بازار به دلیل پایین بودن هزینه ها، بهبود خدمات از طریق تصفیه خسارتها به صورت به هنگام، خدمات رسانی پیوسته (۲۴ ساعته)، بسط اطلاعات موجود در مورد مقایسه قیمتها و اطلاعات درباره کالاها، کاهش محدودیت مرزهای ملی و کوتاه نمودن زمانهای پاسخگویی.

صنعت بیمه با توجه به قدمتی که در کشور دارد، می تواند یکی از قوی ترین صنایعی باشد که با استفاده از فناوری های نوین اطلاعاتی به عنوان یکی از پیشگامان سازمان های به واقع دیجیتال کشور شده و نمادی کامل از ارائه خدمات به صورت الکترونیکی شود. در حال حاضر ۴۰ درصد بیمه نامه ها در دنیا به صورت آنلاین به فروش می رسد و با توجه به فراگیر بودن خدمات بیمه ای کشور الکترونیکی شدن این صنعت می تواند به لحاظ رشد اقتصادی و اجتماعی کشور از تأثیر فراوانی برخوردار باشد (جیالان و وان جان^۱، ۲۰۲۱) موفقیت وب سایت می تواند یکی از رهیافت های اصلی جهت دستیابی به مزیت رقابتی پایدار می باشد. شناخت این گلوگاه ها به شرکتهای بیمه کمک خواهد کرد تا ضمن تمرکز بیشتر بر نقاط حیاتی، استراتژی و راهکارهایی را گزینش و پیاده سازی نمایند تا موفقیت بیشتر و پایداری را نصیب سازمان خود سازند؛ و بتوانند به پشتوانه آن ها در راستای هدف اصلی این صنعت - که ایجاد امنیت فکری و روانی برای بیمه گذاران است گام بردارند؛ بنابراین مسئله تحقیق حاضر بررسی عواملی است که بر موفقیت وب سایت های ارائه کننده خدمات بیمه الکترونیکی تأثیرگذار هستند. (محمدی، ۱۳۹۸) بیمه و یا به طور کلی مؤسسات مالی از جمله صنایعی هستند که تجارت الکترونیک می تواند نقش بسزایی در رشد و توسعه آنها ایفا کند، چراکه صنعت بیمه، صنعتی است اطلاعاتی، لذا دارای زمینه مناسبی جهت استفاده گسترده از تکنولوژی اطلاعات می باشد. بطور خلاصه بیمه

¹ Burlaka

² . Jialan & Wanjun

الکترونیک می‌تواند صرفه‌جویی‌های ذیل را برای بیمه‌گران به دنبال داشته باشد: صرفه‌جویی در هزینه‌های مرتبط با ورود به بازارهای جدید بیمه‌ای، که این پدیده در حقیقت با کاهش موانع ورود به بازار، موجب رقابتی‌تر شدن صنعت بیمه می‌شود. چنانچه تدابیر لازم جهت کاهش این ریسک اندیشیده نشود، این تهدید می‌تواند به شدت شیوه فروش و ارائه خدمات الکترونیک را مخدوش کند و یا به‌طور کلی این ریسک می‌تواند به اعتبار شرکت بیمه آسیب جدی برساند، خصوصاً زمانی که اختلاف میان شرکت بیمه و بیمه‌گذاران در این مورد به محاکم قضایی و مطبوعات کشیده شود. لذا اگر به دلیلی (سهوی یا عمدی) خللی در عملکرد سیستم اینترنت ایجاد شود، اثر نامطلوب آن بر عملکرد و نیز اعتبار شرکت بیمه بسیار گسترده خواهد بود، زیرا ممکن است ارائه خدمات مورد نیاز بیمه‌گذاران از سوی بیمه‌گر قطع شود. بنابراین لازم است شرکت بیمه قبل از ورود به این جرگه به‌طور کامل نحوه اثرگذاری اینترنت بر موقعیت مالی و تجاری خود را مورد بررسی قرار داده و با بصیرت کامل نسبت به نحوه اثرگذاری این استراتژی بر سایر بخش‌ها و نیز با برنامه‌ریزی دقیق، این فناوری را به خدمت گیرد. استفاده از فناوری اطلاعات در صنعت بیمه می‌تواند ضمن کاهش هزینه‌های فروش و ارائه خدمات، زمان مورد نیاز جهت ارائه خدمات بیمه‌ای را نیز به‌طور چشمگیری کاهش دهد.

از آنجا که خدمات گوناگون بیمه‌ای به صورت گسترده در کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد و تاثیر زیادی بر بازارهای ملی دارد، نحوه ارائه خدمات گوناگون سازمان‌های بیمه و جلب رضایت مشتریان تبدیل به یک مشکل مهم در آینده خواهد شد. جهت بهبود بهره‌وری خدمات مختلف بیمه و با توجه به نیاز و شرایط مشتریان، و چون اطلاعات موجود در مورد بیمه برای مشتری تاکافی است، لازم است محیطی ایجاد شود تا برای آن فرد با سازمان و شرکت بیمه شونده این اطمینان حاصل شود که خدمات پیشنهادی، بهترین خدمات موجود است. (عشاقی و ذاکری، ۱۳۹۷)

محیط کسب و کار امروز با ویژگی‌هایی همچون تغییرات پیچیده و تحولات فناورانه که باعث شکل‌گیری مؤلفه‌های جدید و پیکربندی‌های موجود می‌شود، محیطی با درجه عدم قطعیت بالا و آکنده از روش‌های تأثیرگذاری پیچیده می‌باشد که امکان پیش‌بینی آینده در آن تقریباً ناممکن است. در این میان، اگر کارکرد برنامه ریزی راهبردی در دنیای پر از تغییر امروز، توانمندسازی مدیران جهت خلق مزیت رقابتی دانسته شود، ضرورت توجه به مباحث سازمانی و سلايق در حال تغییر مشتریان نیز اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. از این رو، با توجه به فلسفه ارزش وجودی صنعت بیمه در جامعه و بازارهای مالی، اقتصادی و تولیدی در کشورها، استفاده از فناوری اطلاعات در جهت افزایش هوش بازار و شناخت زمینه‌های جدید نفوذ بیمه، دارای ارزشی دوچندان خواهد بود.

یکی از زمینه‌های این سازگاری با فناوری‌های جدید بیمه الکترونیک است. بیمه الکترونیک فرصت‌هایی را فراهم می‌کند تا کیفیت خدمات ارائه شده به شهروندان بهبود یابد و آنها قادر باشند در هر دقیقه از شبانه روز به خدمات و اطلاعاتی جهت صدور بیمه‌نامه مورد نظر با استعلام نرخ و با اعلام خسارت دسترسی داشته باشند. استقرار بیمه‌های الکترونیک و استفاده از فناوری اطلاعات در تعامل میان شرکت‌های بیمه و مشتریان می‌تواند مزایای بیشماری همچون قابلیت ارائه خدمات در تمام شبانه روز،

عدم مراجعه حضوری برای دریافت خسارت، ارایه خدمات سریع و مطمئن جلوگیری از تقلب های بیمه ای و افزایش درآمد شرکت بیمه را در پی داشته باشد. (کیم و همکاران^۳، ۲۰۱۹)

بیمه الکترونیکی در نتیجه تحول در ارتباطات و فناوری اطلاعات شکل گرفته است و از طریق آن می توان عملیات بیمه ای را با استفاده از اینترنت انجام داد. با پیاده سازی بیمه الکترونیکی برای ارائه پوشش بیمه ای از طریق صدور بیمه نامه، تمام مراحل درخواست، پیشنهاد، قرارداد و مذاکره به صورت آنلاین انجام می شود. در واقع، استفاده از اینترنت و فناوری اطلاعات در تولید و توزیع خدمات به الکترونیکی شدن فعالیتهای بیمه ای منجر شد و از مزایای این رویداد، کاهش هزینه های اداری و مدیریت داخلی و کمک به کاهش در زمان واقعی فعالیتهای بیمه ای است. این مزایا با خودکار کردن فرایندهای کسب و کار و امکان اجرای وظایف در بخشهای مختلف شرکت و بهبود مدیریت اطلاعات همراه است. همچنین، حجم کمیسیون پرداختی سالانه به واسطه ها را کاهش می دهد؛ زیرا کالا به طور مستقیم به خود مشتریان فروخته می شود. (هوانگ و همکاران^۴، ۲۰۱۶)

بیمه یک سرویس پیچیده است که درک کاربران از فضای الکترونیکی در آن پیچیده تر می شود. انتقال ارائه خدمات بیمه ای از حالت سنتی به فضای اینترنتی اگر دشوار نباشد، لافل فعالیت شرکتهای بیمه ای را به چالش می کشد. کاربرانی که مسائل مربوط به بیمه را به گونه ای حرفه ای دنبال می کنند مانند بیمه گر یا کارگزار مستقل، بیشترین مشکل را در تنظیم خدمات مبتنی بر وب تجربه می کنند. با توجه به ماهیت پیچیده بیمه، مشتریان ممکن است برای سرویس خدمات بدون تماس شخصی با مشکل درک محتوا مواجه شوند. (بهرامی و همکاران، ۱۳۹۷) جنبه منفی بیمه آنلاین نیز وجود دارد، این خطاهای فنی است. به عنوان مثال، زمانی که پایگاه داده های ایالتی به طور موقت در دسترس نیستند یا بین داده های مشتری و اسناد ناهماهنگی وجود دارد. می توان نتیجه گرفت که سیستم ارائه خدمات آنلاین به طور کامل شکل نگرفته است، اما در آینده مزایای آنلاین بسیاری از بیمه وجود خواهد داشت که باید معایب آن را پوشش دهد. اولاً تنظیم یک بیمه نامه بدون مراجعه به دفتر است. سادگی در طراحی، صرفه جویی در زمان و مقداری هزینه، عدم وجود واسطه. (هاشیموتو و همکاران^۵، ۲۰۲۰)

بیمه الکترونیکی دو مزیت اصلی دارد؛ نخست اینکه علاوه بر کاهش دادن هزینه های اداری و مدیریتی (داخلی)، از طریق مکانیزه شدن مراحل کار باعث می شود تا نوعی ارتباط شبکه ای بین واحدهای شرکت ها به وجود آمده و اطلاعات مدیریتی ارتقا پیدا کند. مزیت دوم آن نیز کاهش کارمزد پرداختی به واسطه ها است چراکه بیمه نامه به طور مستقیم به مشتریان فروخته می شود و برای خریداران هزینه کم تری خواهد داشت. ضمن اینکه صرفه جویی در هزینه ها، این امکان را به وجود می آورد که مبلغ صرفه جویی شده در بازار رقابتی صرف مشتریان شود و آنها فرصت یابند تا بیمه نامه ها یا خدمات بیشتری را به دست آورند. (احتشام و همکاران، ۲۰۱۸)

توسعه نظام بیمه سلامت کشور یکی از مهمترین فرامین مورد تأکید در سیاستهای کلی نظام، قوانین برنامه توسعه و یکی از اهداف اصلی سازمان بیمه سلامت ایران می باشد. با تشکیل این سازمان، یکی از بزرگترین اصلاحات نظام رفاه اجتماعی کشور به عهده آن

³ Kim

⁴ Huang

⁵ Hashimoto

نهاده شده و زمینه تحقق اهداف بلندی چون عدالت محوری، ارتقاء سطح کیفیت در ارائه خدمات سلامت، کاهش پرداخت از جیب بیمه شدگان، رفع همپوشانی بیمه ای و بسط و گسترش برنامه پزشکی خانواده و نظام ارجاع در سراسر کشور فراهم گردید. با تشکیل بیمه سلامت کشور، یکی از بزرگترین اصلاحات نظام رفاه اجتماعی کشور به عهده آن نهاده شده و زمینه تحقق اهداف بلندی چون عدالت محوری، ارتقاء سطح کیفیت در ارائه خدمات سلامت، کاهش پرداخت توسط بیمه شدگان، رفع همپوشانی بیمه ای و بسط و گسترش برنامه پزشکی خانواده و نظام ارجاع در سراسر کشور فراهم می‌گردد. سازمان جهانی بهداشت بیمه سلامت را به عنوان یک ابزار نویدبخش برای دستیابی به پوشش همگانی مراقبت های بهداشتی در نظر گرفته است. در این راستا هدف از تحقیق حاضر بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات بر ارتقاء مدیریت کیفیت در سازمان بیمه سلامت می باشد.

روش تحقیق

با توجه به اینکه تحقیق حاضر در بیمه نوین انجام شده است، نوع تحقیق بر اساس هدف، کاربردی می باشد و بر اساس چگونگی بدست آوردن داده های مورد نیاز، تحقیق حاضر از نوع توصیفی و از شاخه پیمایشی (تحلیلی) محسوب می شود، و روش تحقیق میدانی است. جامعه آماری شامل ۲۰۰ نفر از دانشجویان رشته مدیریت بیمه با حجم نمونه ۱۲۷ نفر بر طبق فرمول کوکران و به روش تصادفی ساده بوده است. با توجه به هدف های پژوهش و ماهیت آن مناسب ترین روش برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز، استفاده از تکمیل پرسش نامه بود. بدین منظور از پرسش نامه ای شامل ابعاد چهارگانه پرسشنامه فناوری اطلاعات دیویس (۱۹۸۹): سودمندی ادراک شده، سهولت استفاده ادراک شده، نگرش نسبت به استفاده از فناوری اطلاعات و قصد استفاده از شده است. روایی پرسشنامه بصورت روایی صوری و با تایید ۳ نفر از خبرگان دانشگاهی بوده است و روایی پرسشنامه با استفاده از فرمول آلفای کرونباخ ۰/۸۱ بدست آمد که قابل قبول بوده است. در نهایت فرضیات تحقیق آزمون شده و برای بررسی و تحلیل فرضیات تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS بهره برده شد. این روش این امکان را فراهم می کند تا صحت فرضیه های تحقیق را مورد آزمون قرار داده و معنادار بودن ضرایب بدست آمده را نشان داد، که نتایج این آزمون در بخش یافته های پژوهش ارائه شده است.

یافته های تحقیق

در این پژوهش برای مقایسه اطلاعاتی که از طریق پرسشنامه جمع آوری می شود، سپس با استفاده از نرم افزار SPSS برای تحلیل فرضیات ارائه می گردد. همچنین برای بررسی اثر متغیر، روش رگرسیون مورد تحلیل قرار می گیرد. در این تحقیق ابتدا به منظور بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق از آزمون K-S بهره گرفته شود. در جدول زیر نتایج آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف را نشان داده شده است.

جدول ۱ نتایج آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف در خصوص توزیع داده ها

متغیرهای تحقیق	درجه آزادی	کولموگوروف-اسمیرنوف	سطح معنی داری
سودمندی ادراک شده	۲۶۷	۱/۵۰	۰/۱۳۰
سهولت استفاده ادراک شده	۲۶۷	۱/۵۳	۰/۲۹۰
نگرش نسبت به استفاده از فناوری اطلاعات	۲۶۷	۱/۰۹	۰/۱۲۰
قصد استفاده	۲۶۷	۱/۱۴	۰/۱۴۶

با عنایت به اطلاعات مندرج در جدول شماره ۱ و با توجه به اینکه سطح معنی‌داری متغیرهای تحقیق، بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است، چنین نتیجه گرفته می‌شود که متغیرهای تحقیق دارای توزیع نرمال هستند. بر این اساس، جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

فرضیه اول: مدیریت بیمه بر سودمندی ادراک شده در سازمان بیمه سلامت ایران تاثیر مثبتی دارد.

جدول ۲ همبستگی فرضیه اول

تعیین خطای استاندارد	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۰/۲۹۱۲۴	۰/۸۱۱	۰/۸۱۲	۰/۹۰۱

مقدار ضریب همبستگی برابر است با ۰/۹۰۱ که اشاره دارد به همبستگی ساده بین دو متغیر و به عبارتی شدت همبستگی بین مدیریت بیمه و سودمندی ادراک شده نشان می‌دهد. همان‌طور که از مقدار R (همبستگی پیرسون بین دو متغیر) نمایان است، بین دو متغیر یعنی بین مدیریت بیمه بر سودمندی ادراک شده، همبستگی ساده وجود دارد. مقدار ضریب تعیین نشان می‌دهد که چه مقدار از متغیر وابسته سودمندی ادراک شده می‌تواند توسط متغیر مستقل مدیریت بیمه تبیین شود.

فرضیه دوم: مدیریت بیمه بر سهولت استفاده ادراک شده در سازمان بیمه سلامت ایران تاثیر مثبتی دارد.

جدول ۳ همبستگی فرضیه دوم

تعیین خطای استاندارد	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۰/۵۴۲۹۲	۰/۳۴۳	۰/۳۴۸	۰/۵۹۰

مقدار ضریب همبستگی برابر است با ۰/۵۹۰ که اشاره دارد به همبستگی ساده بین دو متغیر و به عبارتی شدت همبستگی بین مدیریت بیمه و سهولت استفاده ادراک شده نشان می‌دهد. همان‌طور که از مقدار R (همبستگی پیرسون بین دو متغیر) نمایان است، بین دو متغیر یعنی بین مدیریت بیمه بر سهولت استفاده ادراک شده، همبستگی ساده وجود دارد. مقدار ضریب تعیین نشان می‌دهد که چه مقدار از متغیر وابسته سهولت استفاده ادراک شده می‌تواند توسط متغیر مستقل مدیریت بیمه تبیین شود.

فرضیه سوم: مدیریت بیمه بر نگرش نسبت به استفاده از فناوری اطلاعات در سازمان بیمه سلامت ایران تاثیر مثبتی دارد.

جدول ۴ همبستگی فرضیه سوم

تعیین خطای استاندارد	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۰/۶۱۴۹۷	۰/۱۵۷	۰/۱۶۴	۰/۴۰۴

مقدار ضریب همبستگی برابر است با ۰/۴۰۴ که اشاره دارد به همبستگی ساده بین دو متغیر و به عبارتی شدت همبستگی بین مدیریت بیمه و نگرش نسبت به استفاده از فناوری اطلاعات نشان می‌دهد. همان‌طور که از مقدار R (همبستگی پیرسون بین دو متغیر) نمایان است، بین دو متغیر یعنی بین مدیریت بیمه و نگرش نسبت به استفاده از فناوری اطلاعات، همبستگی ساده وجود دارد. مقدار ضریب تعیین نشان می‌دهد که چه مقدار از متغیر وابسته نگرش نسبت به استفاده از فناوری اطلاعات می‌تواند توسط متغیر مستقل مدیریت بیمه تبیین شود.

فرضیه چهارم: مدیریت بیمه بر قصد استفاده از خدمات الکترونیکی در سازمان بیمه سلامت ایران تاثیر مثبتی دارد.

جدول ۵ همبستگی فرضیه چهارم

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	تعیین خطای استاندارد
۰/۳۸۹	۰/۲۱۰	۰/۱۳۲	۰/۵۷۴۶۱

مقدار ضریب همبستگی برابر است با ۰/۳۸۹ که اشاره دارد به همبستگی ساده بین دو متغیر و به عبارتی شدت همبستگی بین مدیریت بیمه بر قصد استفاده از خدمات الکترونیکی نشان می‌دهد. همان‌طور که از مقدار R (همبستگی پیرسون بین دو متغیر) نمایان است، بین دو متغیر یعنی مدیریت بیمه بر قصد استفاده از خدمات الکترونیکی، همبستگی ساده وجود دارد. مقدار ضریب تعیین نشان می‌دهد که چه مقدار از متغیر وابسته قصد استفاده از خدمات الکترونیکی می‌تواند توسط متغیر مستقل مدیریت بیمه تبیین شود.

نتیجه گیری

به موازات رشد و توسعه صنعت بیمه، صدور بیمه نامه های الکترونیک در این بخش اهمیت دوچندانی می یابد. از این رو موضوع تاثیر مدیریت بیمه بر توسعه خدمات الکترونیک توجه بسیاری از پژوهشگران و کارشناسان بیمه را به خود جلب کرده است. به طور کلی نتایج پژوهش حاکی از آن است که می توان به تأیید فرضیه ها نائل گشت و آن این که مدیریت بیمه بر توسعه خدمات الکترونیک با تاکید بر سازمان بیمه سلامت ایران تاثیر مثبتی دارد. بدیهی است که این نتایج نمی تواند بر توسعه خدمات الکترونیک بیمه سلامت ایران به عنوان راه حل تمام مسائل تأکید کنند.

باوجود اینکه خدمات الکترونیکی دسترسی آسان کاربران به امکانات سازمانی و انجام فعالیتها را فراهم می آورد و از این طریق اعتماد مراجعان را که -بزرگترین سرمایه سازمانها است- ممکن می سازد. در این راستا یکی از سازمان هایی که بیشترین تماس را با اقشار مختلف جامعه دارد بخش بیمه درمانی بیمه سلامت است. از آنجا که پذیرش و کاربست فناوری اطلاعات و خدمات الکترونیکی در بیمه سلامت منجر به بهبود و اصلاح فرآیندها و تعاملات درون و برون سازمانی، ارائه خدمات بهتر به کارکنان سازمان و بیماران می گردد، لذا باز طراحی و مهندسی مجدد نظام مدیریت خدمات الکترونیک از جمله مهم ترین نتایج حاصل از پذیرش فناوری اطلاعات می باشد. تغییرات سازمانی مبتنی بر تکنولوژی که اخیرا در این سازمان به وقوع پیوسته است تأثیرات عمیقی بر چگونگی اجرای مأموریت های این سازمان گذارده است.

در تبیین یافته های ت می توان اذعاحقیق داشت که دسترسی به امکانات تکنولوژیکی نظیر امنیت اطلاعات، مهارت های وب و مواردی از این دست از شاخص های مهم عوامل سیستمی بشمار می روند که نتایج اثربخشی همچون امکان تبادل مطمئن اطلاعات، سهولت انجام وظایف سازمانی و... در استفاده از مدل پذیرش فناوری بر روی سودمندی ادراک شده در پذیرش خدمات الکترونیکی در پی خواهند داشت. لذا موارد یادشده سبب می شوند سیستم های خدمات الکترونیک از سودمندی لازم جهت استفاده کاربران برخوردار باشند؛ بنابراین می توان ادعان داشت که عوامل سیستمی می توانند بر ادراک کاربران از سودمندی خدمات الکترونیک تأثیرگذار باشند. نتایج تحقیق حاضر با تحقیق مطلب زاده و همکاران (۱۳۹۷) همخوانی دارد. آنها نشان دادند که سادگی ادراک شده با نگرش نسبت به کاربرد، سودمندی ادراک شده با تصمیم رفتاری برای استفاده، نگرش نسبت به کاربرد با تصمیم رفتاری برای استفاده رابطه معنادار وجود داشت. همچنین با تحقیق آرامون (۲۰۱۹) که نشان داد ساده بودن استفاده درک شده به میزان باور فرد به اینکه استفاده از رایانه نیازی به تلاش فیزیکی و ذهنی وی نخواهد داشت و سودمندی درک شده به

میزان باور فرد به اینکه استفاده از رایانه موجب بالا بردن عملکرد کاری او می شود، همخوانی دارد. چانگ و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه ای با عنوان عوامل مؤثر بر استفاده از خدمات بیمه بهداشت روانی در آمریکای التین بیان نمودند که داشتن سایر بیمه درمانی، دسترسی به خدمات، درک نیازها، سن، مشکلات مالی در دسترسی به خدمات بهداشت روانی از جمله عوامل مؤثر بر استفاده از خدمات بیمه ای است.

نتایج این تحقیق می تواند در احصا مشکلات فراروی این سازمان در حوزه پذیرش و کاربست خدمات الکترونیک و ارائه خدمات الکترونیکی مطلوبتر در این سازمان مفید واقع گردد.

پیشنهادات:

- برای توسعه استفاده مردم از بیمه های الکترونیک، ابتدا باید اطلاع رسانی یا همان بسترسازی فرهنگی انجام شود. به این معنی که مردم با کاربرد و فواید خدمات بیمه الکترونیک آشنا شوند و به خرید بیمه نامه الکترونیکی عادت کنند. با ایجاد آگاهی و دادن اطلاعات و آموزش مصرف کننده و مشاوره های تخصصی بیمه ای می توان موجب افزایش دانش بیمه ای مشتریان و ایجاد علاقه و توجه و افزایش فرهنگ بیمه شد.

- در کنار لزوم سرمایه گذاری و بسترسازی های فنی مناسب مانند ایجاد بستر مخابراتی مناسب (توسعه کابل های فیبر نوری، اینترنت پرسرعت و...) زیرساخت های حقوقی و قانونی نقش بسیار پررنگی در پذیرش و به کارگیری بیمه های الکترونیک برای مردم و شرکت های بیمه ای دارند. هر طرح بیمه الکترونیک نیازمند چارچوب حقوقی و قانونی در زمینه حفاظت از حریم خصوصی افراد، تعقیب جرایم رایانه ای، ایجاد و تقویت مراجع سنجش اعتبار و سندیت قانونی کردن امضا دیجیتالی است.

- شرکتهای بیمه با ایجاد وبگاه های مناسب و مشوق ها، تخفیف ها و ایجاد راه هایی برای آزمون خدمات در اینترنت و همچنین در شعبه ها و نمایندگی های بیمه مشتریان را در معرض مستقیم امتحان و آزمایش بیمه الکترونیک قرار بدهند (آزمون پذیری) و به این طریق، ضمن بهبود دانش و تجربه و تسلط مشتری، اعتماد مشتریان را نیز می توانند جلب کنند.

- درخصوص عامل نگرش و تمایل به استفاده، شرکت های بیمه با سرمایه گذاری در حوزه بیمه الکترونیک و تبلیغات برای شناساندن بیمه الکترونیک به آحاد مردم، خصوصاً جوانان، در شناخت بیشتر بیمه و ایجاد نگرش و تمایل به استفاده از آن، می توانند سهم بسزایی داشته باشند.

منابع

- احتشام راثی، رضا، امینی، سعید، امینی، وحید. (۱۳۹۶). مدلی برای تعیین میزان تاثیر شخصیت و درک مشتریان بر استفاده از بیمه الکترونیکی، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۹ (۳۱).
- بهرامی، امیر، سمعی، کیومرث، یاری پور، بهادر. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل تاثیرگذار در پذیرش خدمات بیمه الکترونیکی مشتریان صنعت بیمه، بیست و پنجمین همایش ملی بیمه و توسعه، تهران
- حاجی حیدری، نسترن، بهاری، پویش، بهستانی، سمیه. (۱۳۹۵). ارزیابی سطح بلوغ الکترونیکی در صنعت بیمه (مطالعه مقایسه ای نمایندگیهای بیمه بوری و غیر بوری در ایران)، پژوهشنامه بیمه، ۳۰ (۲).
- عشاقی، فرزانه، ذاکری، محمد. (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری مشتریان خدمات الکترونیکی بیمه (مورد مطالعه: بیمه سرمد)، فصلنامه مدیریت کسب و کار، ۱۰ (۳۷).

محمدی، داریوش. (۱۳۹۸). تحلیل عوامل موثر بر پذیرش موبایلی خدمات الکترونیکی صنعت بیمه با استفاده از فرایند تحلیل شبکه فازی، تحقیقات بازاریابی نوین، ۹ (۳).

Burlaka, O., Kuzior, A., Hanych, O., Kravchenko, S., & Melnychenko, O. (2019). Implementation and legal regulation of electronic insurance in Ukraine. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 22, 1-5.

Ehtesham Rasi, R., Amini, S., & Amini, V. (2018). Model to Determine the Impact on the Character and Understand Customers Using Electronic Insurance. *Journal of Development & Evolution Mngement*, 1396(31), 59-70.

Hashimoto, H., Saito, M., Sato, J., Goda, K., Mitsutake, N., Kitsuregawa, M., ... & Hatakeyama, S. (2020). Indications and classes of outpatient antibiotic prescriptions in Japan: A descriptive study using the national database of electronic health insurance claims, 2012–2015. *International Journal of Infectious Diseases*, 91, 1-8.

Huang, Y., Vemer, P., Zhu, J., Postma, M. J., & Chen, W. (2016). Economic burden in Chinese patients with diabetes mellitus using electronic insurance claims data. *PLoS One*, 11(8), e0159297.

Jialan, L. I. U., & Wanjun, Y. U. (2021). Data storage model of electronic insurance policy based on Hyperledger Fabric. *Solid State Technology*, 64(1), 1023-1032.

Kim, N., Kushenova, M., & Kulakaeva, I. (2019). Electronic insurance in Kazakhstan. *The Scientific Heritage*, (42-3 (42)).

Torkestani, M. S., Sanayei, A., & Isaai, M. T. (2014). Design of a Model for Defining Factors Influencing Success of E-Insurance in Iran Insurance Industry: An Integrated View to Technology Acceptance by Policy Holders and Insurers' E-Readiness. *New Marketing Research Journal*, 4(2).

Aramoon, E., & Aramoon, V. (2019). Identifying and Prioritizing the Cultural Factors Affecting the Successful Implementation of Knowledge Management in the Industry of Electronic Insurance Services by Using the Fuzzy Multi-Criteria Decision-Making Method. *Romanian Journal of Information Technology and Automatic Control*, 29(2), 69-84.