

عنوان مقاله:

طراحی الگوی تبیین عوامل موثر بر موفقیت بیمه الکترونیک در صنعت بیمه ایران با نگاه یکپارچه به پذیرش فناوری توسط بیمه گذاران و آمادگی الکترونیک بیمه گران

محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 4، شماره 2 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

محمد صالح ترکستانی - دانشگاه اصفهان

خلاصه مقاله:

صنعت بیمه به عنوان بخشی از صنایع مالی همواره در تلاش برای استفاده از تکنولوژی های روز در راستای توسعه بازار و افزایش سودآوری و کیفیت خدمات ارائه شده بوده است. اما این صنعت در مقایسه با سایر صنایع مشابه مالی (مانند بانکداری) به مراتب در استفاده از اینترنت ناموفق تر و کمتر توسعه یافته تر بوده است. (پانکو، ۲۰۰۱؛ لیستاک، ۲۰۰۸؛ لی و بیک، ۲۰۰۸) بیمه صنعتی بزرگ، بروکراتیک و دارای کاغذ بازی بسیار است. این صنعت در سال ۲۰۰۸ بیش از ۲ تریلیون دلار درآمد و بیش از ۶۵ میلیارد دلار هزینه فرآیندهای کاغذی داشته است. (لی، ۲۰۱۰) این آمار نشان می دهد که صنعت بیمه یکی از بزرگترین و مناسب ترین صنایع برای استفاده از اینترنت است. شرکت های بیمه ای که توانسته اند با تکنولوژی اینترنت به خوبی انطباق یابند شاهد بیش از ۷۰ درصد صرفه جویی در هزینه و زمان تبادلات آنلاینشان بوده اند. به همین دلیل این صنعت در سال ۲۰۰۶ بیش از ۲۰ میلیارد دلار در زمینه فناوری های جدید سرمایه گذاری نموده است. (همان منبع) یکی از دلایل اصلی عدم موفقیت شرکت های بیمه در استفاده از بیمه الکترونیک نداشتن رویکردی جامع به این پدیده است. رویکردی که هم منظر سازمان را مدنظر داشته باشد و هم منظر بیمه گذاران را به عنوان مشتریان صنعت بیمه. در این پژوهش تلاش گردید در چارچوبی یکپارچه موفقیت بیمه الکترونیک از هر دو منظر شرکت و مشتری مورد نظر قرار گرفته و روابط بین عوامل مختلف در این مدل مورد بررسی قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

بیمه الکترونیکی، پذیرش فناوری، آمادگی سازمانی، موفقیت بیمه الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1207048>

