

عنوان پایان‌نامه: شناسایی عوامل تقویت‌کننده پذیرش خدمات بیمه الکترونیک از سوی مشتریان

استاد راهنما: دکتر طهمورث حسنقلی پور

استاد مشاور: دکتر هاشم آقازاده

دانشجو: صفورا محمدنیا

چکیده: گسترش روزافزون فناوری اطلاعات و ارتباطات از یک طرف و فشارهای رقابتی و نیز انتظارات در حال تغییر مشتریان از طرف دیگر بکارگیری فن آوری اطلاعات و ارتباطات را برای کلیه صنایع، سازمان‌ها و کسب و کارها بیش از پیش ضروری کرده است .

بیمه الکترونیکی به عنوان بخشی از تجارت الکترونیک و موجی که کمتر از انقلاب صنعتی نیست در دنیا از رشد بی‌سابقه‌ای برخوردار است و بیمه و به طور کلی موسسات مالی از جمله صناعی هستند که تجارت الکترونیک می‌تواند نقش بسزایی در رشد و توسعه آنها ایفا کند، چرا که صنعت بیمه صنعتی است اطلاعات بر، لذا دارای زمینه مناسبی جهت استفاده گسترده از تکنولوژی اطلاعات می‌باشد.

علاوه بر اهمیت بیمه الکترونیک از دید شرکت‌های بیمه و بررسی‌های مختلفی که در خصوص آمادگی و زیرساخت‌های لازم برای بکارگیری و اجرای آن صورت گرفته است، باید اهمیت و جذب مشتریان به این خدمت نیز در مرکز توجه قرار گیرد. تا زمانی که کاربران مورد نظر یک فن آوری از آن استفاده نکنند هدف از طراحی آن یعنی همان بهبود و تسهیل انجام امور مربوطه و دست‌یابی به صرفه‌جویی‌های زمانی و هزینه‌ای برآورده نخواهد شد. شناسایی عوامل تقویت‌کننده پذیرش مشتریان از خدمات بیمه الکترونیک، امکان برنامه‌ریزی مناسب‌تر جهت تسریع در افزایش کاربران خدمات الکترونیکی و بهره‌مندی سریعتر از مزایای آن را برای شرکت‌های بیمه و نیز مشتریان فراهم می‌آورد.

در این پایان نامه با معرفی و تشریح بیمه الکترونیک و مدل های پذیرش فن آوری و نوآوری به این موضوع می پردازیم که چه عواملی موجب تقویت پذیرش خدمات بیمه الکترونیک از سوی مشتریان می شود و با مصاحبه با خبرگان صنعت بیمه و پخش و جمع آوری پرسشنامه بین مشتریان شرکت های بیمه و با روش تحلیل عاملی به تلخیص داده ها و با روش توزیع دو جمله ای به تحلیل داده ها و همچنین آزمون فریدمن به رتبه بندی آن ها پرداخته ایم و طبق یافته های تحقیق، شاخصهای سودمندی ادراک شده، سهولت استفاده، اعتماد به شرکت، نگرش و تمایل و آزمون پذیری به عنوان مهمترین عوامل تقویت کننده پذیرش خدمات بیمه الکترونیک از سوی مشتریان شناسایی شدند و در نهایت پیشنهاداتی در این خصوص به شرکت های بیمه، بیمه مرکزی و تحقیقات مرتبط در آینده ارائه شده است.

واژگان کلیدی: بیمه، تجارت الکترونیک، بیمه الکترونیک، پذیرش، مدل های پذیرش فن آوری و نوآوری، مشتری