

فناوری اطلاعات و سودآوری شرکتهای بیمه در ایران

محمدصادق صادقی^۱

چکیده

فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در صنعت پویای بیمه نقش اساسی و کلیدی دارد. این پژوهش، به بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر سودآوری شرکتهای بیمه و همچنین به بیان الزاماتی که برای اتخاذ راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات جهت ارتقاء کارایی و ارائه خدمات بهتر در صنعت بیمه برای دستیابی به حداکثرسازی سود مورد نیاز است، می‌پردازد. در این مطالعه تجربی، از پاسخ‌های پرسشنامه‌های ساختاریافته از ۱۴۳ نمایندگی منتخب ۱۷ شرکت بیمه جهت بررسی تأثیر اتخاذ راهبردهای ICT بر کیفیت ارائه خدمات و سودآوری شرکتهای بیمه در ایران استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ارتباط مثبت و معناداری بین اتخاذ امکانات ICT و سودآوری شرکتهای بیمه در ایران وجود دارد. این بدین معنی است که پذیرش ICT توسط شرکتهای بیمه می‌تواند کارایی، کیفیت ارائه خدمات و سودآوری آنها را افزایش دهد. شرکتهای بیمه باید به‌طور مستمر در جهت به‌روزرسانی امکانات ICT خود، با توجه به تأثیراتی که بر کیفیت ارائه خدمات و سودآوری شرکتهای بیمه دارد، تلاش کنند. همچنین برای اطمینان از اینکه صنعت بیمه به‌طور مثبت به اقتصاد کمک می‌کند، آموزش منظم کارکنان صنعت بیمه در جهت همگامی آنها با نوآوری‌های روز در زمینه‌ی استفاده از امکانات ICT ضروری می‌باشد.

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات و ارتباطات، سودآوری

۱. مقدمه

صنعت بیمه با ارائه خدمات به بیمه‌گذاران برای بالا بردن سهم خود نیازمند اجرای ساختارهای مناسب مبتنی بر مطالعات و انطباق با انتظارات مشتریان خود است. نقاطی در جهان وجود دارد که رشدشان از نقاط دیگر کندتر است، ولی در نهایت جایی وجود ندارد که به بیمه نیازمند نباشد. در اینجا شاید سوالی که به ذهن می‌رسد این باشد که آیا فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱ (ICT)، می‌تواند به پویایی صنعت کمک کند و یا بهترین زمانی که ICT به پویایی این صنعت پاسخ می‌دهد چه هنگام است؟ فناوری اطلاعات و ارتباطات با محوریت دانش و خردگرایی انسان و اندیشه‌هایش به‌منظور بهره‌برداری از اندیشه و سپردن امور تکراری و غیرخلاق به ماشین و همچنین افزایش کارایی و آزادسازی مهارت‌های انسانی، در دهه‌های اخیر مورد توجه خاصی قرار گرفته است. از آنجایی که فناوری اطلاعات به‌عنوان محور توسعه جوامع و سازمان‌ها مطرح است، بنابراین طراحی ساختار آن نیازمند ژرف‌اندیشی و تأمل، همراه با ارائه مدل مناسب و بررسی مدل‌های موجود در سازمان‌های داخلی و خارجی است. فناوری اطلاعات که از تلاقی الکترونیک، پردازش داده‌ها، ارتباطات و مخابرات حاصل شده است، باعث ازمیان‌رفتن فاصله‌ها و در کنار هم قرار گرفتن رایانه‌ها و کاربران و همچنین مکانیزه‌شدن سیستم‌های ارتباطی و افزایش ظرفیت‌های انتقال داده شده است. این امر تمرکززدایی، ایجاد ابرشاهراه اطلاعاتی، افزایش سرعت و کیفیت تصمیم‌گیری و مدیریت کارا را فراهم ساخته است. براین اساس، بکارگیری راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت تغییرات اساسی را در کلیه زمینه‌ها در بر خواهد داشت.

صنعت بیمه نیز که بود و نبود آن بستگی به میزان پرتفوی حاصل از صدور بیمه‌نامه و در نهایت بالارفتن ذخایر فنی و سود حاصل از سرمایه‌گذاری‌ها دارد، چگونه می‌تواند در شرایطی که میزان ریسک و تنوع آن تغییر و تحول اساسی پیدا می‌کند، به مقوله فناوری اطلاعات و ارتباطات بی‌توجه باشد. رشد ICT و به‌دنبال آن پیشرفت روزافزون فناوری در سطح متفاوت باعث تغییر زمان و مکان و گاه شرایط ریسک و توزیع آن شده است. از سوی دیگر، بالا رفتن اهرم‌های امنیتی و استفاده از نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای نظام‌مند در کاهش بروز خسارت و حفظ امنیت و محافظت از اطلاعات و برنامه‌ها نقش بسزایی ایفا می‌کند. این ابزارها از لحاظ عملیات بیمه‌ای و در تنظیم و محاسبه نرخ بیمه و ارائه پوشش‌های مربوط نیز بسیار موثرند.

بیمه، فعالیت‌های تجاری را به‌وسیله‌ی ارائه خدمات مالی واسطه که برای رشد اقتصادی ضروری می‌باشد، ارتقا می‌دهد (وارد و زوبروگ^۲، ۲۰۰۰؛ لیتکا^۳، ۲۰۰۷). استفاده از راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌طور قابل ملاحظه‌ای کارایی کسب‌وکار در ایران را بهبود داده است. همچنین یکی از اساسی‌ترین کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، استفاده از آن در بخش خدمات است. صنایع خدماتی نظیر بانکداری، بیمه، بازاریابی، تجارت، آموزش، گردشگری و... از فناوری اطلاعات نفع زیادی برده‌اند. اگر چه صنعت بیمه دیرتر و کندتر از سایر بخش‌ها به استفاده از فناوری اطلاعات در ارائه خدمات روی آورده است، اما آینده، نوید بخش تحول عظیمی در این صنعت است (کاظمی، فیاضی و میرزاده، ۱۳۸۷). در ادامه ضمن بررسی پیشینه تحقیق، روش کار و نتایج ارائه می‌گردند.

1. Information and Communication Technology

2. Ward and Zurbruegg

3. Liedtke

۲. مروری بر ادبیات

فناوری اطلاعات و ارتباطات، یک همگرایی بین الکترونیک، محاسبات و ارتباطات را در برمی گیرد. ICT اشاره دارد به گروهی از تکنولوژی‌هایی که انقلابی را در زمینه‌ی مدیریت اطلاعات ایجاد کرده است (درو و فاستر^۱، ۱۹۹۴). فناوری اطلاعات و ارتباطات با استفاده از دستگاه‌های فیزیکی و نرم‌افزاری، اجزاء سخت افزاری رایانه‌های مختلف را بهم پیوند می‌دهد و داده‌ها را از یک موقعیت مکانی به یک موقعیت مکانی دیگر انتقال می‌دهد (سولومان فادن^۲، ۲۰۱۳؛ لادون^۳، ۲۰۱۰). چوودوری^۴ (۲۰۰۰) تصریح می‌کند که ICT فناوری‌هایی را که می‌توانند انواع مختلف اطلاعات را پردازش کنند، در بر می‌گیرد، و همچنین انواع مختلف ارتباطات میان عوامل انسانی و سیستم‌های اطلاعاتی را تسهیل می‌کند. بنابراین، ICT دستگاه‌های الکترونیکی برای جمع‌آوری، پردازش، ذخیره سازی، انتقال و انتشار اطلاعات هستند (داونکم و هگز^۵، ۱۹۹۹؛ مارکر و همکاران^۶، ۲۰۰۲؛ ابجووا^۷، ۲۰۰۵).

در تحقیقی که توسط آهونن و سالونن^۸ (۲۰۰۴) بر روی شرکت‌های بیمه فنلاند و مشتریان آنها صورت گرفته است نتایج زیر حاصل شده است: بر طبق این تحقیق اکثریت قریب به اتفاق شرکت‌های بیمه حداقل ۳ تا ۵ سال است که از اینترنت برای ارائه خدمات استفاده می‌کنند و تقریباً تمام آنها سایت اختصاصی دارند. از سوی دیگر مشتریان حقوقی این شرکت‌ها، به طور متوسط ۲ تا ۵ بار در سال از خدمات بیمه الکترونیک بهره می‌برند. صرفه‌جویی در زمان و هزینه از جمله دلایل محبوبیت خدمات الکترونیکی است. در عین حال فقدان سطح آگاهی‌های عمومی مردم، تجربیات منفی قبلی برخی کاربران، پیچیدگی‌های روش‌ها و فرآیندهای بیمه الکترونیک، نبودن امکانات و تجهیزات تکنولوژیکی، امنیت سیستم‌ها، نیاز به متخصصان و کارشناسان فنی و نیاز به شرایط مطلوب بانکداری الکترونیک از جمله چالش‌ها و موانع توسعه بیمه الکترونیک در فنلاند معرفی شده‌اند.

در مطالعه‌ای با عنوان بیمه الکترونیک که توسط بانک توسعه آسیایی^۹ (۲۰۰۲) انجام گرفته است در چندین فصل مجزا به بررسی و تعریف تجارت الکترونیک، بیمه الکترونیک، شرکت‌های ارائه‌کننده خدمات الکترونیکی بیمه و مشتریان آنها پرداخته شده است. سیاست‌های امنیت اطلاعات، سیاست‌های مقابله با ویروس‌ها و هکرها، نرم‌افزارهای تخصصی، کنترل شبکه، پهنای باند مناسب، امضای الکترونیک و بانکداری الکترونیک، تبلیغات مناسب، لزوم بازنگری در قوانین و مقررات بیمه، آموزش‌های تخصصی کارکنان و کاربران از جمله الزامات و نکات قابل توجه در این عرصه معرفی شده‌اند.

مطالعه آرورا^{۱۰} (۲۰۰۳) در خصوص کاربرد و تأثیر تجارت الکترونیک بر صنعت بیمه نشان می‌دهد که عدم دقت در ارائه خدمات، فقدان روش‌های موثر برای استفاده آسان و ارزان مشتریان در کنار روش‌های سنتی، فقدان تبلیغات و ناتوانی مؤسسات در ایجاد انگیزه برای استفاده از بیمه الکترونیک، مقاومت کاربران در استفاده از فناوری‌های نوین، امنیت شبکه و پهنای باند، از مهم‌ترین چالش‌های بیمه الکترونیکی در مسیر توسعه است. توجه به این چالش‌ها و تلاش در جهت کاهش و رفع آنها، باعث می‌شود شرکت‌های بیمه بتوانند از مزایا و فرصت‌های عرصه بیمه الکترونیک استفاده نمایند.

1. Drew and Foster
2. Solomon Fadun
3. Laudon
4. Chowdhury
5. Duncombe and Heeks
6. Marker et al
7. Ebjuwa
8. Ahonen & Salonen
9. Asian Development Bank
10. Arora

تاموداران و رامش^۱ (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای اثربخشی استفاده از ICT و توصیه‌هایی برای بهبود به سمت بخش‌های بیمه و استفاده از اینترنت و وبسایت‌ها و ترغیب به سمت آگاهی جهت محصولات بیمه‌ای را بررسی کردند. در این تحقیق به مطالعه و تجزیه و تحلیل اثر رسانه‌های مختلف مانند چاپ تصاویر وبسایت‌ها و تاثیر آن‌ها بر خرید بیمه توسط مشتریان روستایی می‌پردازند. این مقاله در ماهیت توصیفی غیرپارامتریک است که از ۷۲ نفر روستایی پرسش‌هایی انجام شده در رابطه با ویژگی‌هایی مانند سن، تحصیلات، شغل، درآمد، دسترسی شخصی به اینترنت و امکانات رایانه‌ای. پرسشنامه شامل: ۱- بررسی آگاهی افراد از بخش‌های بیمه‌ای از طریق استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات ۲- ارزیابی علاقه افراد در مورد گرفتن اطلاعات بیمه‌ای از منابع مختلف ۳- 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 و قصد خرید داشتند. سن کمتر از ۳۵ سال علاقه برای دسترسی بیشتر از نظر اطلاعات بیمه‌ای داشتند. این مقاله در واقع تأثیر تبلیغات اینترنتی را بررسی کرده و رسانه‌ها و فرصت‌های کسب و کار خوب را برای بخش‌های بیمه‌ای ایجاد کرده است و نشان دادند که تبلیغات رسانه‌های اینترنتی حداقل به اندازه تبلیغات چاپی سنتی در القای تصمیمات مدیریتی در میان مردم روستایی نسبت به خدمات بیمه‌ای مؤثر است.

در تحقیقی با عنوان وضعیت کنونی بیمه الکترونیک که در سطح ۵ کشور آمریکا، انگلستان، آلمان، فنلاند و سوئد توسط آهونن و جاروینن^۲ (۲۰۰۳) انجام گرفته است پس از تحلیل وضعیت هر یک از کشورهای فوق در زمینه استفاده از بیمه الکترونیک، تجربه اندک شرکت‌ها در ارائه خدمات الکترونیکی، مسایل مربوط به امنیت سیستم‌ها، مسایل مربوط به نگرش‌ها و فرهنگ کاربران، لزوم محرمانه‌ماندن اطلاعات خصوصی کاربران، دفعات اندک استفاده از خدمات بیمه، نیاز به آشنایی با کامپیوتر و روش‌های بیمه الکترونیک و ... از جمله چالش‌های بیمه الکترونیک در این کشورها معرفی شده‌اند. نتایج این تحقیق نشان داده است که فناوری در این کشورها مانع توسعه پیشرفت خدمات الکترونیکی بیمه نبوده است.

کاظمی، فیاضی و میرزاده (۱۳۸۷) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی موانع استفاده بهینه از فناوری اطلاعات در صنعت بیمه ایران»، موانع استفاده از فناوری اطلاعات را در قالب ۶ طبقه مدیریتی، انسانی، فرهنگی، سازمانی، تکنولوژیکی و محیطی طبقه‌بندی و با روش پیمایشی مورد بررسی و تحلیل قرار دادند. ۶ طبقه عوامل یادشده به ۲۶ عامل فرعی تر تقسیم شده و سپس رتبه‌بندی گردیده‌اند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که به جز عوامل طبقه مدیریتی، سایر عوامل به‌عنوان موانع استقرار بهینه فناوری اطلاعات در صنعت بیمه ایران مطرح می‌باشد.

خسروی (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان «طراحی و تبیین الگوی تأثیر فناوری اطلاعات بر فرآیند مدیریت دانش در صنعت بیمه» مدیریت دانش را در چهار بعد مورد بررسی قرار داد که همگی در جهت تحقق اهداف فردی و سازمانی به کار گرفته می‌شود. در تحقیق بیان شده 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.

حاجی حیدری و همکاران (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای به بررسی توسعه نرخ دادن صنعت بیمه ایران از طریق استقرار ابزارهای تجارت الکترونیک پرداختند. جامعه آماری این تحقیق شرکت‌های بیمه فعال در سراسر کشور شامل ۲۲ شرکت انتخاب شده

1. Thamodaran & Ramesh

2. Ahonen & Jarvinen

و سرشماری از همه شرکت‌ها بوده که ۱۸ شرکت در این تحقیق شرکت کردند. تجزیه و تحلیل براساس پاسخ شرکت‌کنندگان بود. از مدل بلوغ فناوری اطلاعات استفاده شد و برای شناسایی سطح بلوغ و به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش madm استفاده نمودند. نتایج نشان داده است که سطح بلوغ فعال از بیمه الکترونیکی در ایران در سطح اول ۷٪ تخمین زده شده است.

کریمی (۲۰۰۴) در مقاله‌ای با عنوان «نقش فناوری اطلاعات در صنعت بیمه» پس از ارائه مطالبی در خصوص بیمه الکترونیک و اثرات استفاده از فناوری اطلاعات در صنعت بیمه، سخت‌افزار و نرم‌افزار، امنیت و قابلیت دسترسی به شبکه، ایجاد شبکه مخابراتی مطلوب، فرهنگ سازی مناسب، وجود نیروی انسانی آگاه و متخصص، وجود زیرساخت‌های سازمانی و زیرساخت‌های حقوقی را از شرایط اجرای موفقیت آمیز راهبرد بیمه الکترونیکی معرفی کرده است.

حمیدرضا محمدنژاد (۱۳۸۴) در پژوهش خود به بررسی نظرات کارشناسان شرکت سهامی بیمه ایران در زمینه‌ی 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. باتوجه به بررسی‌های صورت گرفته پاسخ کلیه سوالات 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.

مصلح و بازایی (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای به بررسی تاثیر به‌کارگیری ابزار ICT در افزایش تمایل به خرید بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری با استفاده از روش‌های آماری و آزمون‌ها پرداختند. جامعه آماری تحقیق شامل بیمه‌گذاران بیمه‌نامه‌های انفرادی عمر و سرمایه‌گذاری استان تهران بود. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که رابطه معناداری بین متغیرهای فناوری اطلاعات و ارتباطات شامل: فناوری اطلاعات (سخت افزار - نرم‌افزار)، کاربرد اطلاعات، زیرساخت اطلاعات و متغیر تمایل به خرید بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری وجود دارد پس بکارگیری ابزارهای ICT در افزایش تمایل به خرید بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری مؤثر است.

ابراهیمیان و خیرآبادی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «شناسایی مؤلفه‌های توسعه بیمه الکترونیک در ایران: رویکردی آمیخته» باتوجه به اهمیت و نقش صنعت بیمه در توسعه رفاهی و اقتصادی جوامع از یک سو و با عنایت به نقش و اهمیت استفاده از ابزار فناوری اطلاعات در شکل‌گیری مدل‌های نوین تجارت از سوی دیگر، به شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌ها و عوامل تأثیرگذار بر توسعه بیمه الکترونیک پرداختند. بدین ترتیب که از یک رویکرد ترکیبی استفاده نمودند، که طی آن نظرات خبرگان این صنعت با انجام مصاحبه‌های نیمه ساخت یافته گردآوری و با استفاده از روش تحلیل مضمون بررسی نمودند و براساس آن مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه بیمه الکترونیک را شناسایی کردند. مضامین اصلی معرفی شده عبارت‌اند از: زیرساخت‌های الکترونیک، پیش‌ران‌های الکترونیک، منابع انسانی و خدمات الکترونیک. به‌علاوه مضامین فرعی را در قالب ۱۳ شاخص فرعی برای ارزیابی سطح بلوغ بیمه الکترونیک ارائه نمودند که در نهایت با استفاده از روش کمی تحلیل سلسله مراتبی فازی رتبه‌بندی شده‌اند. براساس نتایج تحقیق، مهم‌ترین عوامل این حوزه عبارتند از: امنیت و سیاست‌ها به‌عنوان مهم‌ترین پیش‌ران الکترونیک و آموزش به‌عنوان مهم‌ترین بعد نیروی انسانی.

۳. روش شناسی

در این پژوهش هر دوی داده‌های اولیه و ثانویه مورد استفاده قرار گرفته است. داده‌های اولیه از طریق پرسش‌نامه‌های نظرسنجی ساختاریافته گردآوری شده‌اند و داده‌های ثانویه از تجزیه و تحلیل پاسخ‌ها منتج گردیده‌اند. جامعه این پژوهش

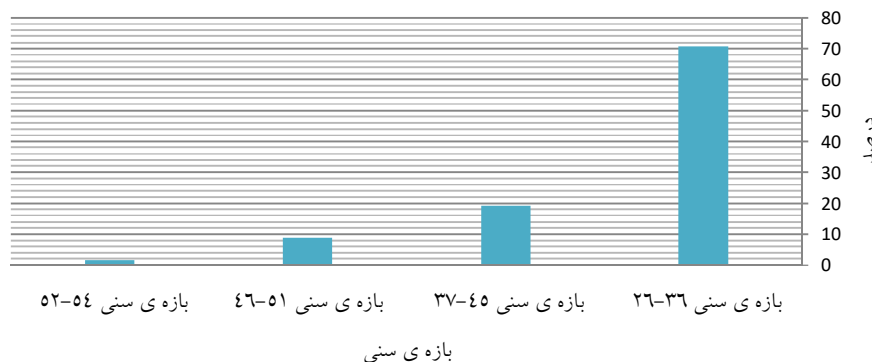
شامل ۳۲ شرکت بیمه در ایران می‌باشد. نمونه از ۱۷ شرکت بیمه تشکیل شده است، که به صورت تصادفی حدوداً ۵۳ درصد از شرکت‌های بیمه در ایران انتخاب شده‌اند. حجم نمونه با توجه به معیار نسبت حداقل ۰/۰۵ نمونه به جامعه، در نتیجه‌گیری رضایت بخش است (امادی^۱، ۲۰۰۵). ۱۷۰ نمایندگی بیمه، یعنی از هر ۱۷ شرکت بیمه نمونه، ۱۰ نمایندگی با استفاده از تکنیک اعداد تصادفی برای این پژوهش انتخاب شدند. پرسش‌ها یا به صورت تلفنی مطرح شد یا بعضاً به طور حضوری در بین ۱۷۰ نمایندگی بیمه توزیع شدند، که از این میان ۱۴۳ نمایندگی حدود ۸۴ درصد حاضر به پاسخگویی و شرکت در این پژوهش شدند.

پرسشنامه‌ها به صورت ویژه برای رسیدن به اهداف این مطالعه تهیه شدند. پرسشنامه‌ها به دو بخش، که بخش اول شامل بیست سؤال بود، تقسیم شدند. بخش اول حاوی اطلاعاتی در مورد پاسخ‌دهنده، سن، جنسیت، بالاترین مدرک تحصیلی، شعبه/ واحد و موقعیت/ سطح می‌باشد. بخش دوم پرسشنامه شامل ۱۵ سؤال که نقش ICT در سودآوری شرکت‌های بیمه در ایران را با استفاده از ۵ شاخص امتیازبندی مقیاس لیکرت^۲: کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالف و کاملاً مخالف، اندازه‌گیری می‌کند. برای بررسی و تجزیه و تحلیل پاسخ‌ها از نرم‌افزار SPSS^۳ استفاده شده است. همچنین از آمار توصیفی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. فرضیه پژوهش نیز با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون (r) مورد آزمون قرار گرفت. همچنین ضریب تعیین (R^2) نیز محاسبه شد.

۴. نتایج و بحث

از ۱۴۳ نمایندگی بیمه پاسخ‌دهنده به پرسش‌نامه‌ها، ۹۰ نفر (۶۲٪) مرد و ۵۳ نفر (۳۸٪) زن بودند. رنج سنی آن‌ها از ۲۶ تا ۵۴ سال بود. بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان در بازه‌ی سنی ۲۶-۳۶ سال قرار داشتند (۷۰/۶٪)؛ ۱۹/۱٪ در بازه‌ی سنی ۴۵-۳۷؛ ۸/۷٪ آن‌ها در بازه‌ی سنی ۵۱-۴۶؛ و ۱/۶٪ در بازه‌ی سنی ۵۴-۵۲ قرار داشتند (نمودار ۱). با توجه به مدارک تحصیلی آن‌ها، بیشتر آن‌ها (۶۹/۸٪) دارای مدرک لیسانس، ۷/۶٪ دارای مدرک دیپلم یا فوق دیپلم و بقیه (۲۲/۶٪) دارای مدرک کارشناسی ارشد یا بالاتر بودند (نمودار ۲).

نمودار ۱. بازه‌ی سنی نمایندگان منتخب شرکت‌های بیمه

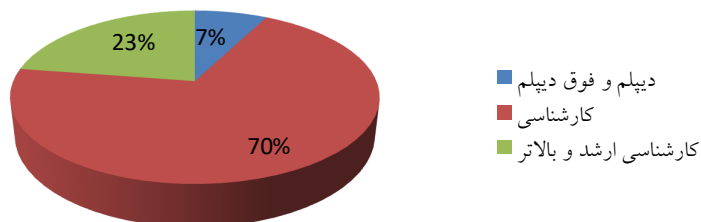


1. Amadi

۲. یک مقیاس روان‌سنجی است که در پرسشنامه‌های پژوهشی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

3. Statistical Package for Social Sciences

نمودار ۲. مدرک تحصیلی نمایندگان منتخب شرکت های بیمه



پاسخ‌هایی که به بخش دوم سوالات داده شد، همان‌طور که در جدول ۱ نشان داده شده است، بیانگر آن است که اکثریت پاسخ‌دهندگان متفق‌النظر هستند که فناوری اطلاعات و ارتباطات عملکرد و کارایی شرکت‌های بیمه در ایران را افزایش می‌دهد. به‌طور مشخص نتایج نشان می‌دهد که: توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات حاکمیت شرکتی خوب را در صنعت بیمه ایران ارتقا می‌دهد. ICT زمان پردازش اطلاعات و توزیع به‌موقع را تسهیل می‌کند؛ توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات سبب آماده‌سازی به‌موقع و توزیع مناسب بیمه‌نامه‌ها می‌شود؛ ICT تأثیر مثبتی بر کارایی شرکت‌های بیمه دارد؛ شرکت‌های بیمه کارشناسان فناوری اطلاعات را برای مدیریت عملیات ICT استخدام می‌کنند؛ شرکت‌های بیمه از دانش فنی بهره‌برداری از ICT برخوردار می‌گردند؛ کنترل داخلی کافی در مورد استفاده از ICT در شرکت‌های بیمه وجود دارد؛ شرکت‌های بیمه را قادر می‌سازد تا خدمات با کیفیت به مشتریان ارائه دهند؛ ICT سرعت ارائه خدمات شرکت‌های بیمه را افزایش می‌دهد و رابطه‌ی مثبتی بین پذیرش ICT و سوآوری شرکت‌های بیمه در ایران وجود دارد.

باین‌حال، نتایج همچنین نشان می‌دهد که اتخاذ راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات جانشینی برای مقررات موثر در صنعت بیمه نمی‌باشد؛ شرکت‌های بیمه سرمایه‌گذاری مناسبی برای آموزش کارکنان در مورد استفاده از امکانات ICT انجام نمی‌دهند؛ شرکت‌های بیمه به‌طور منظم امکانات ICT خود را بروزرسانی نمی‌کنند. در نتیجه، بیمه مرکزی باید نظارت خود برای اجرای صحیح قوانین موجود در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات را افزایش دهد. شرکت‌های بیمه نیز لازم است به‌طور منظم امکانات ICT خود را به‌روزرسانی کنند و مخارج بیشتری را برای آموزش پرسنل خود جهت استفاده از امکانات ICT سرمایه‌گذاری کنند.

جدول ۱. آمار و درصد پاسخ‌ها (بخش دوم)

سوال	SA (%)	A (%)	U (%)	D (%)	SD (%)	CUMM (%)
توسعه عملیات بیمه و اتخاذ راهبردهای ICT، نظارت مؤثر مقامات نظارتی بر صنعت بیمه را ارتقاء می‌دهد	۱۹/۱	۲۲/۴	۶/۴	۳۷/۶	۱۴/۵	۱۰۰
توسعه ICT حاکمیت شرکتی خوب را در صنعت بیمه ایران ارتقا می‌دهد	۳۴/۸	۴۱/۹	۷/۸	۱۱/۱	۴/۴	۱۰۰
ICT پردازش به‌موقع اطلاعات را تسهیل می‌کند	۶۰/۲	۳۸/۳	۱/۵	۰/۰	۰/۰	۱۰۰
توسعه ICT سبب بهبود زمان آماده‌شدن و توزیع اسناد بیمه‌نامه می‌شود	۳۹/۹	۶۰/۱	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۱۰۰
ICT تأثیر مثبتی بر کارایی شرکت‌های بیمه دارد	۴۵/۱	۳۸/۴	۵/۱	۷/۸	۳/۶	۱۰۰

۶	منافع حاصل از به کارگیری امکانات ICT هزینه‌های دستیابی به آن را جبران می‌کند	۴۰/۱	۳۱/۹	۳/۳	۱۹/۸	۴/۹	۱۰۰
۷	شرکت‌های بیمه برای آموزش کارکنان جهت استفاده از امکانات ICT سرمایه‌گذاری می‌کنند	۱۲/۳	۲۹/۴	۷/۸	۴۵/۱	۵/۴	۱۰۰
۸	شرکت‌های بیمه کارشناسان IT را جهت مدیریت امکانات ICT استخدام می‌کنند	۳۹/۸	۴۶/۷	۵/۹	۴/۳	۳/۳	۱۰۰
۹	شرکت‌های بیمه دانش فنی چگونگی استفاده از امکانات ICT را دارا می‌باشند	۳۵/۴	۴۱/۹	۹/۸	۶/۳	۶/۶	۱۰۰
۱۰	کنترل داخلی کافی جهت بهره‌برداری از ICT در شرکت‌های بیمه وجود دارد	۴۱/۱	۳۹/۲	۱۰/۹	۴/۸	۴	۱۰۰
۱۱	ICT شرکت‌های بیمه را قادر به ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان می‌سازد	۴۲/۳	۵۷/۷	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۱۰۰
۱۲	شرکت‌های بیمه به‌طور مستمر امکانات ICT خود را بروزرسانی می‌کنند	۱۴/۲	۱۹/۸	۱۳/۳	۴۰/۹	۱۱/۸	۱۰۰
۱۳	ICT سرعت ارائه خدمات شرکت‌های بیمه را افزایش می‌دهد	۴۳/۴	۳۹/۹	۱۶/۷	۰/۰	۰/۰	۱۰۰
۱۴	ICT تشریفات اداری و کاغذ بازی را در شرکت‌های بیمه کاهش می‌دهد	۱۸/۱	۲۴/۲	۱۵/۲	۱۸/۱	۲۴/۴	۱۰۰
۱۵	بین اتخاذ راهبردهای ICT و سودآوری شرکت‌های بیمه رابطه‌ی مثبتی وجود دارد	۴۷/۸	۵۲/۲	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۱۰۰

راهنما: SA=کاملاً موافق؛ A= موافق؛ U= نظری ندارم؛ SD= کاملاً مخالف؛ D= مخالف

آزمایش فرضیه:

H_0 = بین پذیرش راهبردهای ICT و سودآوری شرکت‌های بیمه در ایران رابطه‌ی مثبت وجود ندارد.

H_1 = بین پذیرش راهبردهای ICT و سودآوری شرکت‌های بیمه در ایران رابطه‌ی مثبت وجود دارد.

پاسخ‌ها به سوال ۱۵ (در جدول ۱) برای بررسی این فرضیه مورد استفاده قرار گرفت. تمامی پاسخ‌ها حاکی از موافقت با این

فرض که ارتباط مثبتی بین پذیرش ICT و سودآوری شرکت‌های بیمه وجود دارد، بود (۴۷/۸٪ کاملاً موافق، ۵۲/۲٪ موافق).

جدول ۲. همبستگی بین ICT و سودآوری شرکت بیمه

		ICT	سودآوری شرکت بیمه
ICT	Pearson Correlation	۱/۰۰	۰/۷۹۶**
	Sig. (2-tailed)		۰/۰۰۰
	N	۱۴۳	۱۴۳
سودآوری شرکت بیمه	Pearson Correlation	۰/۷۹۶**	۱/۰۰
	Sig. (2-tailed)	۰/۰۰۰	
	N	۱۴۳	۱۴۳

** همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار می‌باشد (آزمون دو دامنه).

نتایج نشان می‌دهد که ارتباط مثبت قوی بین اتخاذ راهکارهای ICT و سودآوری شرکت‌های بیمه در ایران وجود دارد. ضریب همبستگی 0.796 در سطح 0.05 معنادار می‌باشد ($p < 0.05$). از آنجایی که همبستگی بین ICT و سودآوری شرکت بیمه ($r = 0.796$) در سطح $p < 0.05$ معنادار می‌باشد، فرض صفر (H_0) رد شد و فرض مقابل یا آلترناتیو (H_1) پذیرش شد. این نتیجه ثابت می‌کند که این دو متغیر در جامعه آماری نیز به‌طور مثبت با هم در ارتباط هستند. این بدان معنی است که پذیرش راهبردهای ICT در صنعت بیمه، سودآوری شرکت‌های بیمه در ایران را افزایش می‌دهد.

ضریب تعیین (R^2):

ضریب همبستگی بین ICT و سودآوری شرکت‌های بیمه (r) 0.796 می‌باشد؛ در نتیجه، ضریب تعیین $0.633616 = (0.796)^2$ می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که 63.36% از تغییرات متغیر سودآوری شرکت بیمه توسط متغیر ICT توضیح داده می‌شود. بنابراین همبستگی بسیار قوی بین پذیرش راهبردهای ICT و سودآوری در شرکت‌های بیمه وجود دارد. مثبت شدن همبستگی بین ICT و سودآوری شرکت‌های بیمه بیانگر این است که تغییر حاشیه‌ای در سطح سرمایه‌گذاری در بخش ICT در صنعت بیمه ایران منجر به افزایش متناسب سطح سود خواهد شد. این نشان می‌دهد که پذیرش راهبردهای ICT در ایران کارایی و کیفیت ارائه خدمات را نیز افزایش خواهد داد. عمده یافته‌های اصلی این مطالعه را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد:

- توسعه‌ی راهکارهای ICT حاکمیت شرکتی خوب را در صنعت بیمه ایران ارتقاء می‌دهد.
- اتخاذ راهبردهای ICT جایگزینی برای قوانین مؤثر در صنعت بیمه ایران نمی‌باشد. در نتیجه، مقامات نظارتی باید نظارت و فعالیت‌های خود را به منظور اجرای قوانین مؤثر در صنعت بیمه تقویت کنند.
- اتخاذ امکانات ICT زمان توزیع و پردازش اطلاعات را بهبود می‌بخشد.
- توسعه امکانات ICT زمان آماده‌شدن و توزیع اسناد بیمه‌نامه را کاهش می‌دهد.
- عواملی که به‌شدت استفاده از ICT تاثیر می‌گذارد عبارت‌اند از: سن کارکنان، مدارک تحصیلی، سواد کامپیوتری و آموزش پرسنل در زمینه استفاده از امکانات ICT.
- استفاده از امکانات ICT به‌طور مثبت و معناداری بر سرعت عملیات و ارائه خدمات، بهره‌وری و سطح سود شرکت‌های بیمه در ایران تأثیر دارد.
- شرکت‌های بیمه باید کارشناسان فناوری اطلاعات برای مدیریت عملیات ICT استخدام کنند.
- شرکت‌های بیمه امکانات ICT خود را به‌طور مستمر به‌روزرسانی نمی‌کنند؛ با این وجود، این نیاز در شرکت‌های بیمه ایران احساس می‌شود که به‌طور منظم امکانات ICT خود را به‌روزرسانی کنند.
- شرکت‌های بیمه سرمایه‌ی ویژه‌ای برای آموزش پرسنل در جهت استفاده از امکانات ICT اختصاص نمی‌دهند. بنابراین ضرورت دارد شرکت‌های بیمه در ایران سرمایه‌گذاری برای آموزش کارکنان جهت استفاده از امکانات ICT را افزایش دهند.

نتیجه پژوهش دلالت بر این دارد که شرکت‌های بیمه در ایران باید در جهت به‌روزرسانی مستمر امکانات ICT باتوجه به تأثیراتی که بر کیفیت ارائه خدمات و سودآوری دارد، تلاش کنند. ضروری است در دنیایی که به لحاظ تکنولوژی به سرعت در حال پیشرفت است، به‌روز بود. علاوه‌براین، سواد فناوری اطلاعات و ارتباطات، مهارت‌ها و توانایی‌هایی که استفاده از رایانه‌ها و فناوری‌های اطلاعات وابسته در مواجهه با کارکنان و اهداف سازمانی را بهبود

می‌بخشد، توسعه می‌دهد (لاو و مک‌للی^۱، ۲۰۰۲). در نتیجه، شرکت‌های بیمه باید آموزش‌های منظم را به کارکنان خود داده تا از نوآوری‌های روز در زمینه‌ی استفاده از امکانات فناوری اطلاعات و ارتباطات که به‌طور مثبت به اقتصاد کمک می‌کند، اطمینان یابند. این امر باعث افزایش کارایی و کیفیت ارائه خدمات در صنعت بیمه ایران خواهد شد.

۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات به بنگاه‌ها کمک می‌کند تا به‌طور مؤثر به بازارهای جهانی ملحق شوند. صنعت بیمه برای توسعه پایدار در یک ملت بسیار حیاتی است. این پژوهش با توجه به نیاز شرکت‌های بیمه در ایران برای توسعه و نگهداری سطح بالای استفاده از امکانات ICT جهت افزایش سودآوری و کمک به اقتصاد، قابل توجه می‌باشد. در این مطالعه تأثیر اتخاذ راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات بر سودآوری شرکت‌های بیمه در ایران مورد بررسی قرار گرفت. همچنین الزاماتی که برای اتخاذ راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات جهت ارتقاء کارایی و ارائه خدمات بهتر در صنعت بیمه برای دستیابی به حداکثرسازی سود مورد نیاز است، بیان شد. در این مطالعه تجربی از پرسشنامه‌های ساختاریافته از ۱۴۳ نمایندگی منتخب ۱۷ شرکت بیمه، جهت بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در افزایش کیفیت ارائه خدمات و سودآوری شرکت‌های بیمه در ایران استفاده شد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار IBM SPSS V19 پردازش شدند، و فرضیه با استفاده از همبستگی پیرسون مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان داد که اتخاذ راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات توسط شرکت‌های بیمه می‌تواند کارایی، کیفیت ارائه خدمات و سودآوری آن‌ها را افزایش دهد. توصیه سیاستی که از این پژوهش برمی‌آید این است که شرکت‌های بیمه باید به‌طور مستمر امکانات فناوری اطلاعات و ارتباطات خود را با توجه به اثرات مثبت آن بر کیفیت ارائه خدمات و سودآوری، به‌روزرسانی کنند. همچنین برای اطمینان از اینکه صنعت بیمه به‌طور مثبت به اقتصاد کمک می‌کند، نیاز به آموزش منظم پرسنل صنعت بیمه در جهت همگامی آن‌ها با نوآوری‌های جاری در زمینه استفاده از امکانات فناوری اطلاعات و ارتباطات ضروری می‌باشد.

منابع

۱. ابراهیمیان، ح.، خیرآبادی، ع.، ۱۳۹۴. شناسایی مؤلفه‌های توسعه بیمه الکترونیک در ایران: رویکردی آمیخته. فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین. صص ۹۵-۱۱۰
۲. خسروی، م.، ۱۳۸۹. 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.
۳. سایت شرکت بیمه ایران. قابل دسترسی از طریق: <http://iraninsurance.ir>
۴. کاظمی، م.، فیاضی، م. و میرزاده، م.، ۱۳۸۷. بررسی موانع استفاده بهینه از فناوری اطلاعات در صنعت بیمه ایران. مجله دانش و توسعه. سال پانزدهم. شماره ۲۳. صص ۷۳-۹۱.
۵. محمد نژاد، ح.، ۱۳۸۴. 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.
۶. مصلح، پ.، بازایی، ق.، ۱۳۹۳. بررسی تأثیر به‌کارگیری ابزار ICT (فناوری اطلاعات و ارتباطات) در افزایش تمایل به خرید بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری. بیست و یکمین همایش ملی و هفتمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه. مشتری‌مداری در صنعت بیمه: الزامات، چالش‌ها و راهکارها.
7. Ahonen, A. & Jarvinen, R., 2003. Current State of Electronic Insurance Services, *Frontiers of E-business Research*, Tampere university of Technology, 148-163.
8. Ahonen, A. & Salonen, J., 2004. Attitudes Towards Innovative Electronic Insurance Services in Finnish B-2-B Context, 139-156.
9. Amadi, V. L., 2005. An investigation into the role of private sector in Nigerian higher education: A case study of the University of Abuja, *International Journal of Research in Education*, 2(1&2), 113-122.
10. Amadi, V. L., 2005. An investigation into the role of private sector in Nigerian higher education: A case study of the University of Abuja, *International Journal of Research in Education*, 2(1&2), 113-122.
11. Arora, A., 2003. E-Insurance: Analysis of the Impact and Implications of E-Commerce on the Insurance Industry, Dissertation for the award of MSc in Actuarial management, *Faculty of Actuarial Science & Statistics*.
12. Asian Development Bank (ADB), 2002. Electronic Insurance Commerce, 1-47, Available at http://WWW.adb.org/Projects/APEC/Insurance_Regulation.
13. Chowdhury, N., 2000. Poverty alleviation and information and communication technologies: Towards a Motif for the United Nations ICT Task Force.
14. Drew, E. and Foster, F. G., 1994. *Information Technology in Selected Countries* (Tokyo: United Nations University Press).
15. Duncombe, R. and Heeks, R., 1999. Information, ICTs and small enterprise: Findings from Botswana. *IDPM Manchester Working Paper No. 7*.
16. Ebijuwu, A. A., 2005. Information and communication technology in university libraries: The Nigeria experience, *Journal of Library and Information Science*, 7(1&2), 23-30.
17. Haji Heydari, N., & et al., 2013. Investigation of Electronic Maturity Level of Insurance Industry in Iran, *Middle-East Journal of Scientific Research* 14 (11), PP1539-1547.
18. Karimi, A., 2004. The Role of IT in Insurance Industry, *Asia Quarterly*, vol. 30, Spring, 15-21 (In Persian).
19. Laudon, D. P and Laudon, J. P., 2010. *Management information system: Managing the digital firm* (11th ed) (London: Pearson).
20. Liedtke, P. K., 2007. What's insurance to a modern economy? *The Geneva Papers on Risk and Insurance - Issues and Practice*, 32(2), 211-221.
21. Lowe, G. and McAuley, J., 2002. Adult literacy and lifeskills survey, information and communication technology literacy assessment framework.
22. Marker, P., McNamara, K. and Wallace, L., 2002. The significance of information and communication technologies for reducing poverty, London: DFID.
23. Solomon Fadun, O., 2013. Information and Communication Technology and Insurance Companies Profitability in Nigeria, *International Journal of Business and Management Invention*, Volume 2 Issue 1, PP 84-92.
24. Thamodaran, V., Ramesh, M., 2010. Effectiveness of Information Communication Technology In Rural Insurance, *BEH-Business and Economic Horizons*, Volume 2, Issue 2, pp. 98-105.
25. Ward, D. and Zurbruegg, R., 2000. Law, politics and life insurance consumption in Asia, *The Geneva Papers on Risk and Insurance - Issues and Practice*, 27(3), 395-412.