

چکیده

در دنیای امروز اصل رقابت ایجاب می کند که توجه مدیران شرکت ها معطوف به کاهش هزینه ها و ارائه خدمات به صورت بر خط باشد؛ با توجه به گسترش اینترنت، تجارت الکترونیک جزء لاینفک زندگی بشری شده است و بسیار گسترش پیدا کرده است، بیمه نامه های برخط به عنوان جزئی از تجارت الکترونیک به شمار می آیند ولی با توجه به شواهد، استفاده از بیمه نامه برخط پایین است، لذا با توجه به فواید استفاده از آن، نیاز به افزایش استفاده از بیمه نامه برخط احساس می شود. استفاده از بیمه نامه برخط به معنی خرید واقعی بیمه نامه از طریق اینترنت به عنوان متغیر نهایی در اغلب مدل های توسعه فناوری ارائه شده، قرار دارد. گرایش متخصصان به مقوله ی قصد خرید، از ارتباط آن با رفتار خرید ناشی میشود. محققان ادعا کرده اند بهترین پیش بینی در مورد رفتار فردی، ارزیابی از قصد فرد برای انجام رفتار است. بنابراین بسیار مهم است که عوامل تأثیرگذار بر قصد خرید بیمه های الکترونیکی شناسایی و درک شود، زیرا این امکان فراهم می شود که سیستم های فروش بر خط بهتری طراحی شود و همچنین سفرهای درون شهری کم شود و لذا باعث کاهش هزینه ها نیز می گردد، لذا این پژوهش بر اساس مدل توسعه یافته تئوری یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT 2) به بررسی و شناخت عوامل مؤثر بر قصد خرید بیمه نامه برخط پرداخته است. جامعه آماری تحقیق حاضر خریداران بیمه برخط در سطح شهر رشت می باشند. که ۳۲۹ نفر از خریداران با روش نمونه گیری غیر احتمالی قضاوتی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه استاندارد جمع آوری شد. تجزیه و تحلیل داده ها از طریق تکنیک های آماری و مدل سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای SPSS 20 و smart pls 2 انجام گردید. نتایج نشان می دهد عملکرد مورد انتظار، تأثیر جامعه، انگیزه لذت جویی و عادت بر روی قصد خرید بیمه نامه بر خط تأثیر دارد و تلاش مورد انتظار، شرایط تسهیل کننده و محوریت هزینه بر روی قصد خرید بیمه نامه بر خط تأثیر ندارد. همچنین شرایط تسهیل کننده، عادت و قصد رفتار بر استفاده از بیمه نامه بر خط تأثیر دارد.

واژگان کلیدی:

بیمه نامه بر خط ، مدل (UTAUT 2) ، بیمه الکترونیکی، شهرستان رشت