

## شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر در پیاده سازی تجارت الکترونیک در شرکت های بیمه ایران استان هرمزگان

محمد رضا عامری سیاهویی<sup>۱</sup> و مرتضی صابری<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup>. دانشجوی رشته مدیریت بازرگانی، گرایش بیمه، گروه مدیریت بازرگانی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران

ایمیل: hamed\_mra@yahoo.com

<sup>۲</sup>. استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران

### چکیده

هدف این پژوهش شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر در پیاده سازی تجارت الکترونیک در شرکت های بیمه ایران استان هرمزگان بود. این پژوهش کاربردی و از نوع میدانی بوده جامعه آماری پژوهش حاضر تمامی کارشناسان شرکت های بیمه ایران استان هرمزگان به تعداد ۱۸۰ نفر بوده و نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۲۳ نفر تعیین شد. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه میمند و همکاران ۱۳۹۰ استفاده شد. روایی پرسشنامه توسط متخصصین تأیید و پایایی پرسشنامه به کمک ضریب آلفا کرونباخ بیشتر از ۷ می باشد که مورد تأیید است. و برای تحلیل داده ها از تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون فریدمن استفاده شده است.

با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی ۷ عامل مؤثر در پیاده سازی تجارت الکترونیک شامل 1- زیرساخت نرم افزار (سیستمی) و سخت افزاری 2- اعتماد تجارت الکترونیک 3- آموزش کارکنان 4- سرمایه گذاری 5- حمایت مدیران 6- نیروهای متخصص فناوری اطلاعات 7- پیشینه تجارت الکترونیک در صنعت شناسایی شد. و براساس آزمون فریدمن مشخص شد عامل پیشینه تجارت الکترونیک در صنعت بیمه بیشترین تأثیر را در پیاده سازی تجارت الکترونیک دارد و عامل حمایت مدیران کمترین تأثیر را دارد

واژه های کلیدی: تجارت، تجارت الکترونیک، بیمه