



Providing a model of good e-governance in the online business environment of the insurance industry

Pedram Abdarzadeh

*Corresponding author, Ph.D. Candidate in Media management, Alborz Campus, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: abdarzadeh@gmail.com

Taher Roshandel Arbatani 

Prof., Department of Media management, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: arbatani@ut.ac.ir

Masoud Keimasi 

Assistant Prof., Department of Media management, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: keimasi@ut.ac.ir

Seyed Vahid Aqili

Associate Prof., Department of Communication Science and Media Studies, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: seyed_vahid_aqili@yahoo.com

Abstract

Objective

In recent years, advances in information and communication technology have led to the beginning of a new era of public sector reform and formation of e-business. One of the consequences of the formation of e-business is the development of good governance in society.

Methodology

As an applied study, the statistical population of the present research included experts in the field of governance, e-commerce and insurance. A combination of judgmental and snowball sampling methods was applied as the sampling method. Initially, experts who were familiar with the field were selected and then were asked to introduce the other experts to the researchers. Eventually, 15 interviewees were selected pool of participants. In this research, interview tools were used to gather the views.

Findings

The obtained results showed that the causal conditions (i.e. increasing the Internet penetration, developing the use of information technology, new expectations of insurance industry stakeholders, the need to establish an integrated insurance system), the underlying conditions (i.e. main insurance policies, information technology infrastructure and new technologies in the insurance industry, legal considerations, limitations of digital technology development), intervention conditions (specific features of insurance services, systematic attitude of managers, level of digital knowledge, skills, and

digital culture), the cCore category (good e-governance in the insurance industry business environment), the strategies (improving interaction between insurance industry institutions, developing e-insurance, effective investment in information technology, strengthening digital culture), the consequential categories (efficient and effective interaction of insurance industry institutions, digital transformation in the insurance industry, the increase the satisfaction insurers and promoting justice and social welfare) are affecting the good governance of e-business in the online business environment in the insurance industry.

Conclusion

The achieved results indicated the effect of each of the different categories on good e-governance in the online business environment in the insurance industry. Therefore, to succeed, special attention must be paid to these categories.

Keywords: Good Governance, Good Electronic Governance, Insurance Industry

Citation: Abdarzadeh, Pedram; Roshandel Arbatani, Taher; Keimasi, Masoud & Aqili, Seyed Vahid (2021). Providing a model of good e-governance in the online business environment of the insurance industry. *Journal of Business Management*, 13(4), 864-885. <https://doi.org/10.22059/JIBM.2021.321920.4096> (in Persian)

Journal of Business Management, 2021, Vol. 13, No.4, pp. 864-885

Received: April 12, 2021; Accepted: October 11, 2021

doi: <https://doi.org/10.22059/JIBM.2021.321920.4096>

Published by Faculty of Management, University of Tehran

Article Type: Research-based

© Authors





مدل سازی وضعیت حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار مجازی در صنعت بیمه

پدرام آبدارزاده *

* نویسنده مسئول، دانشجوی دکتری، گروه مدیریت رسانه، پردیس البرز، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: abdarzadeh@gmail.com

طاهر روشندل اربطانی ^{id}

استاد، گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: arbatani@ut.ac.ir

مسعود کیماسی ^{id}

استادیار، گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: keimasi@ut.ac.ir

سیدوحید عقیلی

دانشیار، گروه علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، دانشگاه آزاد، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. رایانامه: seyed_vahid_aqili@yahoo.com

چکیده

هدف: طی سال‌های اخیر پیشرفت‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات منجر به آغاز عصر جدید اصلاحات در بخش عمومی و شکل‌گیری کسب و کارهای الکترونیک گردید. از پیامدهای شکل‌گیری کسب و کارهای الکترونیک، توسعه حکمرانی خوب در جامعه می‌باشد.

روش: پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی است. جامعه آماری شامل متخصصان و خبرگان حوزه حکمرانی، تجارت الکترونیک و بیمه می‌باشد. روش نمونه‌گیری پژوهش ترکیبی از نمونه‌گیری قضاوتی و گلوله‌برفی می‌باشد. که تعداد ۱۵ نفر با استفاده از این روش نمونه‌گیری انتخاب گردیدند. این پژوهش از ابزار مصاحبه برای جمع‌آوری دیدگاه‌های افراد استفاده نمود.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد شرایط علی (افزایش ضریب نفوذ اینترنت، توسعه کاربرد فناوری اطلاعات، انتظارات جدید ذی‌نفعان صنعت بیمه مبتنی بر فناوری اطلاعات، ضرورت استقرار نظام یکپارچه بیمه‌ای)؛ شرایط زمینه‌ای (سیاست‌گذاری‌های بیمه مرکزی، زیرساخت فناوری اطلاعات و تکنولوژی‌های نوین در بیمه، ملاحظات حقوقی و قانونی، محدودیت‌های توسعه تکنولوژی دیجیتال تحول‌آفرین)؛ شرایط مداخله‌گر (ویژگی‌های خاص خدمات بیمه‌ای، نگرش سیستماتیک و بلندمدت مدیران، سطح دانش و مهارت دیجیتال، فرهنگ دیجیتال)؛ پدیده محوری (حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار بیمه)؛ راهبردها (بهبود تعامل بین نهادهای بیمه، توسعه بیمه الکترونیک، سرمایه‌گذاری موثر در فناوری اطلاعات، تقویت فرهنگ دیجیتال)؛ مقوله‌های پیامدی (تعامل کارا و اثربخش نهادهای بیمه، تحول دیجیتال در بیمه، افزایش رضایت بیمه‌گذاران، گسترش عدالت و رفاه اجتماعی) بر حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار مجازی در صنعت بیمه تأثیرگذار می‌باشند.

نتیجه‌گیری: نتایج پژوهش حاکی از تأثیر مقوله‌های ذکر شده بر حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار مجازی در صنعت بیمه می‌باشد، لذا برای موفقیت باید توجه ویژه‌ای به این مقوله‌ها شود.

کلیدواژه‌ها: حکمرانی خوب، حکمرانی خوب الکترونیک، کسب و کار مجازی، صنعت بیمه

استناد: آبدارزاده، پدرام؛ روشندل اربطانی، طاهر؛ کیماسی، مسعود و عقیلی، سیدوحید (۱۴۰۰). مدل سازی وضعیت حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار مجازی در صنعت بیمه. مدیریت بازرگانی، ۱۳(۴)، ۸۶۴-۸۸۵

مقدمه

امروزه ماهیت تجارت و حتی بازاریابی در این زمینه با پیشرفت معاصر و توسعه دنیای اینترنت که روند تجارت الکترونیکی را افزایش داده است، تغییر کرده است. طی بیست سال گذشته، استفاده از اینترنت تا حد زیادی افزایش یافته است. در این دوره از مدرنیزاسیون، اینترنت به کانال اصلی مکانیسم‌های قدرتمند ارتباطی برای تسهیل پردازش موثر معاملات تجاری تبدیل شده است. امروزه، معاملات تجاری بیشتر به کانال‌های تجارت الکترونیکی متکی هستند زیرا خدمات با کیفیت سریع و قابل اطمینان را به مشتری ارائه می‌دهند. اصطلاح تجارت الکترونیکی به هر نوع معامله تجاری گفته می‌شود که در آن طرفین به جای مبادله فیزیکی با یکدیگر به صورت الکترونیکی تماس بگیرند. تجارت الکترونیکی به فعالیت‌های تجاری شامل تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان، واسطه‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات با استفاده از اینترنت گفته می‌شود (نصر اصفهانی، ۱۳۹۶). تجارت الکترونیکی هم مصرف‌کنندگان و هم شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا محصولات را خریداری یا بفروشند و انواع خدمات آنلاین، کیفیت‌هایی را که به راحتی قابل دسترسی هستند و خدماتی را ارائه می‌دهد که نه تنها باعث صرفه‌جویی در وقت می‌شوند، بلکه سود یا معامله را هم برای مصرف‌کنندگان و هم برای شرکت‌ها به حداکثر می‌رسانند. در این دوره دیجیتال، روند تجارت الکترونیکی در میان افرادی که مایل به خرید و فروش هرگونه محصول یا خدمات هستند، در حال افزایش است و بنابراین، بسیاری از محققان علاقه‌مند هستند بدانند که موفقیت در تجارت الکترونیکی از چه راهی باعث ترغیب مصرف‌کنندگان به خرید و فروش آنلاین می‌شود. محققان تشخیص داده‌اند که عوامل مهم مختلف موفقیت مشاغل تجارت الکترونیکی را تقویت می‌کنند، یکی از این عوامل وجود حکمرانی خوب الکترونیک و توسعه و توجه به آن می‌باشد، این در حالی است که بسیاری از شرکت‌ها یا صاحبان مشاغل تمایل به سرمایه‌گذاری عظیم پول در وب سایت‌های تجارت الکترونیکی دارند و بسیاری از شرکت‌ها به سختی سعی می‌کنند یک وب‌سایت تجارت الکترونیکی طراحی کنند که مشتریان آن‌ها را برای خرید و فروش هر محصول یا خدمات جذب کند (چنگ و شیو، ۲۰۲۰). بنابراین یکی از مهمترین فرصت‌های به‌وجودآمده برای تسهیل تجاری و افزایش رقابت‌مندی در سطح جهان، استفاده از فناوری نوین اطلاعات و ارتباطات است. از این‌رو شرکت‌ها رویکرد خود را از کسب‌وکار سنتی به سوی کسب‌وکار نوین الکترونیک متمایل کرده‌اند (علی‌احمدی، جعفری، خالقی و رشتبری، ۱۳۹۴).

فضای امروز کسب‌وکار از حالت فیزیکی به حالت الکترونیکی تغییر شکل یافته و بازارهای سنتی و آفلاین را دگرگون ساخته‌اند (خاتمی، عسگری‌مهر و مرتاض، ۱۳۹۷). توسعه سریع فناوری اطلاعات، سبب پیدایش پدیده‌ای با نام کسب‌وکار الکترونیکی شده است (عسگری و حیدری، ۱۳۹۴). کسب‌وکار الکترونیکی به معنای بکارگیری فناوری‌های جدید به منظور برقراری ارتباط زنجیره‌ای میان سازندگان، فروشندگان، عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و از سوی دیگر، خریدار و مصرف‌کننده (مشتری) است (ایمان‌خان، ۱۳۹۷). کالاکوتا و وینستون (۱۹۹۶) کسب‌وکار الکترونیک را اصطلاح معادلی برای خرید و فروش محصولات، خدمات و اطلاعات به وسیله زیرساخت‌های شبکه‌ای می‌دانند (ایگنیا، ۲۰۱۷). همچنین کسب‌وکار الکترونیکی عبارت است از به اشتراک‌گذاری اطلاعات تجاری و ارتباطات بازرگانی، انجام تراکنش‌های کسب‌وکار به وسیله تجهیزات شبکه و ارتباط از راه دور (چوشین و غفاری، ۲۰۱۷). که از آن طریق مشتری

کالای مورد تقاضای خود را با استفاده از شبکه‌های الکترونیکی و به‌طور خاص اینترنت خریداری می‌نمایند (کاظمی و نژادشکوهی، ۱۳۹۴) و فعالیت‌های گوناگونی از قبیل مبادله الکترونیک کالاها و خدمات، تحویل فوری مطالب دیجیتال، انتقال الکترونیک وجوه، مبادله الکترونیک سهام، برنامه‌های الکترونیک، طرح‌های تجاری، طراحی و مهندسی مشترک، بازاریابی مستقیم و خدمات پس از فروش را دربرمی‌گیرد (توربان و همکاران، ۲۰۱۷)

فراگیری کاربردها و فواید این دست فناوری‌ها تا بدان حد است که حکومت‌ها برای نیل به وضعیت حکمرانی خوب، ناگزیر از استفاده از ابزارهایی نظیر فناوری اطلاعات و ارتباطات هستند (سلطان زاده و گودرزی، ۱۳۹۶). بنابراین یکی از پیامدهای شکل‌گیری کسب‌وکارهای الکترونیک، توسعه حکمرانی خوب در جامعه است. ظهور مفهوم حکمرانی خوب، بیان‌کننده نقش در حال تغییر حکومت‌ها در اداره جوامع و تغییر نگرش نسبت به کارکردهای حکومت در جهان امروز است (مقدسی و همکاران، ۱۳۹۵). از حدود سال ۱۹۹۰ به بعد، حکمرانی خوب به‌طور فزاینده‌ای به هدف مهمی برای همکاری‌های توسعه تبدیل شده است (دیجکسترا، ۲۰۱۸). حکمرانی خوب در قالب مدیریت دولتی نوین، اشاره به نقش مشترک و تعریف شده سه بخش دولتی، خصوصی و جامعه مدنی دارد (دقتی، یعقوبی، کمالیان و دهقانی، ۱۳۹۹). در واقع، بطور کلی، حکمرانی خوب، شامل شش گروه از ذینفعان می‌شود که عبارتند از: شهروندان، سازمان‌های داوطلب، کسب‌وکارها، رسانه‌ها، سطوح بالاتر دولت و پارلمان به علاوه سطوح بین‌المللی و مقامات دولتی (استوز و جانوسکی، ۲۰۱۲). حکمرانی خوب مجموعه فرآیندهایی است که از طریق آن، دولت در تعامل با جامعه مدنی و بخش خصوصی و با رعایت اصولی چون شفافیت، پاسخ‌گوئی، قانونگرایی، برابری و جلب مشارکت، همه منابع کشور را در خدمت نفع همگانی و ارتقاء سطح زندگی و رفاه همه مردم قرار می‌دهد (حشمت زاده و همکاران، ۱۳۹۶). حکمرانی خوب می‌تواند هزینه‌های عدم قطعیت، معامله، جستجو و تولید را کاهش دهد، و در نهایت بر عملکرد شرکت‌ها تاثیر گذارد (ناگوبو و فودا، ۲۰۱۲). در واقع حکومت الکترونیک نوعی از به‌کارگیری کسب‌وکار الکترونیک در حکمرانی است و به فرآیندها و ساختارهای مربوط به ارائه خدمات الکترونیکی به آحاد جامعه می‌پردازد. به عبارت دیگر، استفاده از ابزارهای الکترونیکی جهت بهبود حکمرانی الکترونیک و جنبه‌های کسب‌وکار در آن است (محمودی و مقدسی، ۱۳۸۹). کسب‌وکار الکترونیک وسیله‌ای است که مسیر رسیدن بنگاه‌ها به بازار را هموار می‌سازد. مسیری که مشتریان در آنجا اقدام به خرید کالا و خدمات می‌کند، کسب‌وکار الکترونیک نه تنها شامل خرید و فروش کالاها و خدمات می‌شود، بلکه ارائه خدمات به مشتریان، همکاری با شرکای تجاری، اجرای آموزش الکترونیکی و انجام تراکنش‌های الکترونیکی درون سازمان را نیز در بر می‌گیرد (گلوکیوت، ۲۰۱۴). ظهور فناوری اطلاعات منجر به تحول صنایع تولیدی خدماتی شده است که صنعت بیمه نیز به عنوان جزئی از صنایع خدماتی از این امر مستثنی نیست تاثیر فزاینده ابزارهای کاربردی و علمی در فعالیت‌های مختلف جامعه به ویژه ساختارهای اقتصادی موجب ایجاد تحول و تجدید در نگرش سنتی به موضوع تجارت و بازار می‌شود (عباسی، ۱۳۹۸)، در این بین بیمه روزافزون اینترنت در کشورهای مختلف و اتصال تعداد زیادی از مردم جهان به اینترنت و گسترش ارتباطات الکترونیکی بین افراد و سازمان‌های مختلف از طریق دنیای مجازی اینترنت بستری مناسب و مساعد برای برقراری مراودات تجاری و اقتصادی فراهم کرد. تجارت الکترونیکی، به دلیل سرعت، کارایی، کاهش

هزینه‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌های زودگذر عرصه جدیدی را در رقابت گشوده است تا آنجا که گفته می‌شود عقب افتادن از این سیر تحول نتیجه‌ای جز منزوی شدن در عرصه اقتصاد جهانی نخواهد داشت. زمینه‌های کاربرد تجارت الکترونیکی بسیار گسترده‌تر از مبادله کالا، خدمات و وجوه است و در تعریف آن و تبیین سیاست‌های موردنظر باید علاوه بر کاربردهای بالفعل به کاربردهای بالقوه آن نیز توجه داشت. یکی از کاربردهای تجارت الکترونیک، در بیمه‌ها می‌باشد و در این راستا بیمه الکترونیک از اهمیت بسیاری برخوردار است و حکمرانی خوب می‌تواند به شکل حکمرانی خوب الکترونیک در در این صنعت شکل گیرد.

ساخت مفهوم حکمرانی الکترونیک نقش مهمی در شکل‌دادن به اهداف الکترونیکی موجود در جامعه اطلاعاتی ایفا کرده است (دقتی و همکاران، ۱۳۹۸). حکمرانی الکترونیک، کاربرد فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در بخش عمومی با هدف بهبود ارائه اطلاعات و خدمات به مردم، ترغیب آنان به مشارکت در فرآیندهای تصمیم‌گیری و الزام دولت به پاسخگویی بیشتر و عملکردهای کارآتر و شفاف‌تر است (بایوکین، ۲۰۱۱). حکمرانی الکترونیک شامل سبک‌های جدید رهبری، سازماندهی، روش‌های جدید بحث و تصمیم‌گیری پیرامون سیاست، شنیدن خواسته‌های شهروندان و ارائه اطلاعات و خدمات است (دقتیو همکاران، ۱۳۹۹). طبق تعریف یونسکو، حکمرانی الکترونیکی به معنای استفاده بخش عمومی از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات با هدف تشویق شهروندان به مشارکت در فرایند تصمیم‌گیری به منظور گسترش مردم‌سالاری، تسهیم اطلاعات و ایجاد دولت پاسخگو، شفاف و اثربخش است (نصراصفهانی، شهسواری و هادی، ۱۳۹۶). همچنین حکمرانی الکترونیک تعهد به استفاده از فناوری‌های مناسب برای افزایش ارتباط دولتی، برای ارتقای اظهار عقاید دموکراتیک، استقلال انسانی، حمایت از توسعه اقتصادی و پیشبرد ارسال بی‌طرفانه و کارایی خدمات است (عبادی، ۱۳۹۵). بنابراین حکمرانی خوب الکترونیک نوعی ابزار الکترونیک است که به کمک فناوری اطلاعات و ارتباطات برای تأمین و تقویت حکمرانی خوب به کار می‌رود (مقدسی و همکاران، ۱۳۹۵).

در نهایت با توجه به مطالبی که بیان گردید می‌توان به این اشاره نمود که ما امروزه در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که مهمترین مشخصه آن تغییر می‌باشد و همراه شاهد تغییرات جزئی و کلی در تمامی جنبه‌های جامعه می‌باشیم، حال شرکتی می‌تواند در این جامعه، موفق عمل نماید که خود را با تغییرات صورت گرفته هماهنگ نماید، یکی از راه‌های هماهنگی با تغییرات استفاده از فناوری‌های نوین می‌باشد که می‌تواند شرکت‌های را در جهت هماهنگی با تغییرات یاری بنماید و همین امر سبب می‌گردد تا جوامع به سوی حکمرانی خوب الکترونیک سوق داده شوند. در شرکت‌های بیمه‌ای نیز این مسائل وجود دارد و از سوی دیگر با توجه به مسائل و مشکلات ناشی از فقدان یک رویکرد جامع و یکپارچه موضوع تجارت الکترونیک در چارچوب مباحث حکمرانی خوب الکترونیک، کمک به تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری و سپس سیاست‌گذاری در حوزه تجارت الکترونیک در فضای کسب و کار صنعت بیمه، شناسایی ذینفعان سیستم تجارت الکترونیک، شناسایی نیازهای ذینفعان سیستم تجارت الکترونیک و اولویت‌بندی نیازهای ذینفعان انجام پژوهشی در زمینه حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی در صنعت بیمه ایران ضروری به نظر می‌رسد، بنابراین پژوهش حاضر به مدل‌سازی وضعیت حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی در صنعت بیمه می‌پردازد.

بیان مسئله پژوهش

امروزه دغدغه مدیران و کارشناسان صنعت بیمه رفع مشکلات کسب‌وکار به شیوه حضوری و سنتی در این صنعت می‌باشد. در واقع می‌توان گفت مدیران و مسئولان مربوطه در تلاش برای ارتقا و گسترش فضای کسب‌وکار مجازی و بین‌المللی در صنعت بیمه می‌باشند و در این زمینه دچار چالش‌هایی از قبیل محدودیت خطوط ارتباطی و سرعت پایین آن‌ها در انتقال داده‌های الکترونیکی، نبود شبکه اصلی تجارت الکترونیکی در کشور و سخت‌افزار و نرم‌افزار مربوط به آن، نبود سیستم انتقال الکترونیکی وجوه و کارت‌های اعتباری، فقدان زمینه‌های حقوقی لازم برای استفاده از تجارت الکترونیکی از قبیل عدم مقبولیت اسناد و امضاهای الکترونیکی در قوانین و مقررات جاری کشور، تامین امنیت لازم برای انجام مبادلات الکترونیکی و محرمانه ماندن اطلاعات مربوطه و ... می‌باشند. سوال اصلی مربوط به چگونگی رفع این موانع و چالش‌ها است که مسئولان با تلاش برای ایجاد زمینه‌های حکمرانی خوب الکترونیک درصدد از بین بردن حدود زیادی از این مشکلات می‌باشند، لازم به ذکر است که فناوری اطلاعات و ارتباطات نقش موثری در رسیدن به اهداف حکمرانی خوب دارد. همانطور که بسیاری از صاحب‌نظران اذعان داشته‌اند مسیر دستیابی به توسعه پایدار، بهبود رشد اقتصادی، رفاه، آزادی و در مجموع مطلوبات بشری از حکمرانی خوب می‌گذرد. در سال‌های اخیر به نقش حکمرانی الکترونیک برای رسیدن به حکمرانی خوب و اینکه حکمرانی الکترونیک موجب کارایی و اثربخشی بیشتر حکمرانی می‌شود، اشاره گردیده است. شاخص‌های حکمرانی خوب، پاسخگویی، مسئولیت‌پذیری، کارآمدی و اثربخشی دولت، مشارکت‌جویی، حاکمیت قانون، اجماع‌محوری، شفافیت و عدالت‌جویی می‌باشند. نگاهی به این شاخص‌ها مشخص می‌نماید ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات با توجه به گسترش روزافزون در زندگی روزمره بشر نقش مهم و اساسی در دستیابی جوامع به حکمرانی خوب دارد (محمودی و اصلانی، ۱۳۹۳).

می‌توان گفت با در نظر گرفتن این شرایط و ارائه مدل حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی در صنعت بیمه است که می‌توان بر دغدغه‌ها و چالش‌های پیش رو فائق آمد و تا حدود زیادی وضعیت و مشکلات در این صنعت را بهبود بخشید.

ضرورت انجام پژوهش

امروزه بسیاری از شرکت‌های بزرگ و مشاغل متوسط دیگر به واسطه حضور در بازارهای جهانی، فعالیت‌های بین‌المللی دارند. تعداد بیشماری از آن‌ها بازارهای خارج از کشور را توسعه می‌دهند، محصولات خود را صادر می‌کنند، تأسیسات جدید تولید می‌کنند، دفاتر فروش و بازاریابی باز می‌کنند و شرکت‌های بین‌المللی ایجاد می‌کنند. تمامی این شرکت‌ها برای انجام فعالیت‌های تجاری در خارج از کشور خود به یک قرارداد بیمه بین‌المللی احتیاج دارند. یکی از مهم‌ترین و پرکاربردترین قراردادهای بیمه بین‌المللی، در بیمه حمل‌ونقل بین‌المللی کالا است. درحالی‌که استفاده از تجارت الکترونیک در صنعت بیمه و همچنین توجه به حکمرانی خوب الکترونیک در صنعت بیمه از جمله مواردی است که در ایران کمتر مورد استفاده قرار گرفته و به علت گستره حجم تبادل و ثبت اطلاعات در بیمه، نیازمند استفاده بیشتر از فناوری‌های نوین در عرصه اطلاعات و اطلاع‌رسانی می‌باشد. از اهمیت و فواید کلیدی استفاده از تجارت الکترونیک و

همچنین حکمرانی خوب الکترونیک، توانایی ارتباط بیشتر و قوی تر با مشتریان می‌باشد. در این راستا تمام روال‌های کاری به صورت سیستم‌های مکانیزه پیاده‌سازی می‌شوند. از آنجا که تبادلات مالی فردی و تجاری تحت اینترنت انجام شده و کمپانی‌ها توسط اینترنت ارتباط دارند، استفاده از ساختار منطقی برای عقد قراردادهای الکترونیکی ضروری است. به این منظور از امضاها و رکوردهای الکترونیکی هماهنگ، همانند ساختارهای کاغذی برای مبادلات حساس مانند چک، مستندات دارای اطلاعات مهم و ... استفاده می‌شود. ارائه مدل حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی در صنعت بیمه موجب ایجاد مزایایی در این صنعت است که اهمیت استفاده از آن را مشخص می‌کند از این مزایا می‌توان به مواردی همچون، جذب سازمان‌ها برای عقد قرارداد با بیمه، تسهیل در فعالیت‌های بیمه از جمله زدن سند، گزارش‌گیری و ...، سرعت بیشتر در فرآیند صدور بیمه و دریافت خسارت، امکان اعمال کنترل و مدیریت بیشتر در فعالیت‌های بیمه، تشویق بیمه‌گذاران برای استفاده بیشتر از فعالیت‌های بیمه بین المللی، یکپارچگی سیستم مکانیزه بیمه در تمام شعب، سایت بیمه و ترمینال‌های خودپرداز بیمه و یکپارچگی فعالیت‌های بیمه در تمام مراکز بیمه و سازمان‌های مربوط در کل کشور اشاره کرد، بنابراین با در نظر گرفتن فرایند تجارت الکترونیک و حکمرانی خوب الکترونیک، کلیه فعالیت‌های بیمه توسط پایگاه اینترنتی بیمه و کارت‌های هوشمند بیمه‌گذاران قابل انجام می‌باشد با توجه به اینکه در کنار این فرایند (جریان کاری)، فعالیت‌های دستی بیمه نیز قابل اعمال و پیگیری می‌باشد و این خود یکی از مهمترین اهداف این صنعت می‌باشد. چرا که با ایجاد رضایت کاربران، موجب سودآوری و بهره‌وری بیش از پیش صنعت بیمه می‌گردد. با توجه به اهمیت موضوع در این مقاله به مدل‌سازی وضعیت حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی در صنعت بیمه پرداخته می‌شود.

پیشینه پژوهش

حکمرانی خوب

یکی از مباحث بسیار مهم و جدید که از دهه ۱۹۸۰ به بعد در ادبیات توسعه مطرح شده است، موضوع حکمرانی خوب است. این مسئله به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه در راستای استقرار و نهادینه کردن جامعه مدنی در سیاست‌های مربوط به اعطای کمک‌ها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است (رستم‌زاده، افشاری، علم و قربانی، ۱۳۹۸). حکمرانی خوب یکی از مدل‌های مدیریتی در بخش دولتی است و به دولت در انجام وظایف قانونی خود کمک می‌نماید (کلیماج و همکاران، ۲۰۱۸) و می‌تواند نظریه‌ای نوین در پاسخگویی به انتظارات و مسئولیت‌های جدید باشد (مولوی، حسینی و جعفری، ۱۳۹۶). حکمرانی خوب به‌عنوان یک عنصر مهم در گفتمان توسعه، با فراهم‌آوردن شرایطی موجب تقویت پایه‌های نظام سیاسی و بالابردن مشروعیت و سلامتی نظام سیاسی می‌شود (قلی‌پور، حمداللهی، سیدجوادین و قربانی‌زاده، ۱۳۹۹) که به‌عنوان یک عامل حیاتی برای ثروت ملت‌ها تلقی می‌شود، تا آنجا که به نهادهای سیاسی و اقتصادی شکل می‌دهد و بر عملکرد کلی اقتصادی تأثیر می‌گذارد (ریندرمان و همکاران، ۲۰۱۵). همچنین حکمرانی خوب در قالب مدیریت دولتی نوین، اشاره به نقش مشترک و تعریف‌شده سه بخش دولتی، خصوصی و جامعه مدنی دارد (دقتی، یعقوبی، کمالیان و دهقانی، ۱۳۹۹). در یک تعریف ابتدایی حکمرانی به‌عنوان مجموعه‌ای از سنت‌ها و نهادها که

حاکمان در چارچوب آن‌ها عمل می‌کنند یا به‌عنوان روش پیاده‌سازی قدرت در نهادهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی کشورها یا تصدی‌گری اقتصادی، سیاسی و اجرایی برای مدیریت کلیه مناسب کشور در کلیه سطوح تعریف شده است (یگانگی و بیگلی، ۱۳۹۹). در تعریف بانک جهانی، حکمرانی خوب به عنوان شیوه‌ای که در آن قدرت به منظور مدیریت منابع اقتصادی و اجتماعی جهت رشد و توسعه کشور به کار گرفته می‌شود، آمده است (پاکروان، ۱۳۹۹). بنابراین حکمرانی خوب، مدیریت اثربخش منابع اقتصادی و اجتماعی یک کشور می‌باشد به‌گونه‌ای که چنین مدیریتی شفاف، پاسخگو، عدالت‌جو و باز باشد (یعقوبی، ۱۳۹۶). اندول و اکونل (۱۹۹۹) استدلال می‌کنند که حکمرانی خوب منجر به نهادهای کارآمد می‌شود که برای مقابله با فساد و ارتقای حاکمیت قانون و ثبات سیاسی در کشور به شکل مجهزتری عمل می‌کنند (پاکروان، ۱۳۹۹). در واقع حکمرانی خوب بیانگر میزان مشارکت یکسان تمامی شهروندان در امورات تصمیم‌گیری است (صادقیان، رسولی، طبرسا و قربانی، ۱۳۹۹). لذا حامیان نظریه حکمرانی خوب اعتقاد دارند که استقرار حکمرانی خوب موجب پیدایش چابکی ساختار دولت، هوشمند شدن دولت، ارتباط دولت با جامعه جهانی و ارتقای تولید ملی و افزایش سرمایه‌گذاری‌های داخلی و بین‌المللی در بخش‌های مختلف اقتصادی می‌شود (اورانگرب و آسیف، ۲۰۱۴).

حکمرانی الکترونیک

یکی از رویکردهای نوین به توسعه، الگوی حکمرانی خوب است که از رهگذر فناوری اطلاعات و ارتباطات که تحت عنوان حکمرانی الکترونیک نامیده می‌شود، می‌توان بدان دست یافت (دقتی، یعقوبی، کاملیان و دهقانی، ۱۳۹۹). با پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات، حکمرانی الکترونیکی مورد توجه بسیاری از دولت‌ها قرار گرفته است (جعفری و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۸). به‌کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات با هدف ساده‌سازی امور و حمایت از دولت در بخش‌های مختلف که شامل سازمان‌های دولتی، کسب‌وکارها و شهروندان می‌شود را حکمرانی الکترونیکی می‌گویند (جعفری و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۸). حکمرانی الکترونیک شامل سبک‌های جدید رهبری، سازماندهی، روش‌های جدید بحث و تصمیم‌گیری پیرامون سیاست، شنیدن خواسته‌های شهروندان و ارائه اطلاعات و خدمات است (دقتی، یعقوبی، کاملیان، دهقانی و مرادی، ۱۳۹۸). یونسکو، حکمرانی الکترونیکی را به معنای استفاده بخش عمومی از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات با هدف تشویق شهروندان جامعه به مشارکت در فرایند تصمیم‌گیری، در جهت گسترش مردم‌سالاری، تسهیم اطلاعات و ایجاد دولت پاسخگو، شفاف و اثربخش تعریف می‌نماید (وینودکومار، ۲۰۱۵). لذا حکمرانی الکترونیک شامل استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات توسط دولت برای تحقق شاخص‌هایی نظیر پاسخ‌گویی، مسئولیت‌پذیری، عدالت‌جویی و مانند این‌هاست که منجر به بهبود شاخص‌هایی نظیر درآمد سرانه، تولید ناخالص داخلی، توزیع درآمد، تورم، اشتغال و در نهایت بهبود زندگی بشر می‌گردد (فرزانه‌کندری و محمودی، ۱۳۹۸). ابتکارات حکمرانی الکترونیک به‌عنوان بخشی از برنامه عمومی اصلاحات دولتی در نظر گرفته می‌شود (دقتی، یعقوبی، کاملیان، دهقانی و مرادی، ۱۳۹۸). برنامه‌های اجرایی دولت الکترونیک، دموکراسی الکترونیک و حرکت به سمت حکمرانی الکترونیک نه فقط به منظور ارائه هرچه مطلوب‌تر خدمات به شهروندان، بلکه برای بهبود کارایی و اثربخشی بخش عمومی، افزایش مشارکت مردم در امور عمومی و سیاسی و ایجاد شفافیت و پاسخگویی در امور دولتی طراحی شده است (نصرافهانی، شهبسواری و پیکانی، ۱۳۹۶). در مجموع، هدف از حکمرانی خوب الکترونیک، افزایش سادگی، اخلاق‌مداری، پاسخ‌گویی،

مسئولیت‌پذیری و شفاف‌کردن حکمرانی خوب است (رستم‌زاده، افشاری، علم و قربانی، ۱۳۹۸).

پیشینه تجربی

دقتی و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان طراحی الگوی استقرار و توسعه حکمرانی خوب الکترونیک با استفاده از رویکرد فراترکیب انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که مؤلفه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، منابع انسانی دارای دانش و مهارت استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، محرمانه بودن اطلاعات، امنیت شبکه، اعتبار و اطمینان از اطلاعات، میزان واقعی بودن قوانین امنیتی، اعتبار اطلاعات ارائه‌شده، ورود رویه‌های قانونی و نظارت جامعه مدنی بر عملکرد دولت الکترونیک، راحتی و سهولت بیشتر شهروندان در استفاده از خدمات و دسترسی به اطلاعات دولتی و کاهش هزینه‌های دولت، بیشترین ضریب اهمیت را در بین ابعاد ۱۹ گانه استقرار و توسعه حکمرانی خوب الکترونیک به دست آوردند. قلی‌پور و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان طراحی مدل دولت الکترونیک در چارچوب اخلاقی حکمرانی خوب انجام دادند. که ۱۸ مقوله شامل ارزیابی و نظارت، اعتماد و امنیت عمومی، تعامل و ارتباطات، توسعه انسانی و اجتماعی، رضایت‌مندی، زیرساخت‌ها، سلامت اداری و سازمانی، سیاست‌گذاری، شفافیت و پاسخگویی، عدالت محوری، عزم و تعهد سازمانی، عوامل مالی، فناوری اطلاعات، کارایی و اثربخشی، کیفیت قوانین و مقررات، کیفیت خدمات الکترونیک، مدیریت روند و بستر اجرا، مشارکت‌جویی به دست آمد. رستم‌زاده و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان ارائه مدل حکمرانی خوب الکترونیک در وزارت ورزش و جوانان به این نتایج دست‌یافتند که راهبردهای منتج از مدل که تحت تاثیر شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر قرار گرفته‌اند شامل: طراحی مکانیزم اصلاح فاکتورهای دولت الکترونیک در وزارت ورزش، ایجاد سند راهبردی حکمرانی خوب الکترونیک در وزارت ورزش، مهندسی مجدد فرایندها، مدیریت منابع انسانی و مدیریت تغییر می‌باشد. مولوی و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان ارتقای اعتماد عمومی شهروندان: بررسی نقش حکمرانی خوب و خدمات دولت الکترونیکی انجام دادند. نتایج این پژوهش بیانگر این بود که اعتماد شهروندان به سازمان‌ها و نهادهای عمومی از طریق بهبود کیفیت خدمات دولت الکترونیکی و حکمرانی خوب ارتقا می‌یابد و حکمرانی خوب در رابطه خدمات دولت الکترونیکی و اعتماد عمومی نقش میانجی دارد. مقدسی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان طراحی مدل حکمرانی خوب الکترونیک در حوزه آموزش الکترونیک ایران به این نتایج رسیدند که مدل پیشنهادی پژوهش ضمن برطرف کردن کمبودهای تحقیقات گذشته، این امکان را برای بخش‌های دولتی، خصوصی و نهادهای مدنی فراهم می‌کند تا فرایند ایجاد حکمرانی خوب الکترونیک را به‌عنوان فرایندی پویا در نظر بگیرند. دیاز (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان توسعه دولت الکترونیک جهانی انجام داد. نتایج این پژوهش نشان داد که وجود استراتژی‌ها و برنامه‌های دولت الکترونیکی رسمی و ظرفیت اجرای آن‌ها می‌تواند تفاوت‌های عمده ایجاد کند و به کشورها اجازه دهد نتایج بهتری از آنچه مورد انتظار است، بدست آورند. از طرف دیگر در غیاب این استراتژی‌های دولت الکترونیک، کشورها عملکرد نامناسبی خواهند داشت. سلام (۲۰۱۳) پژوهشی با عنوان تأثیر حکمرانی الکترونیکی برای حکمرانی خوب از طریق ارائه خدمات عمومی انجام داد. نتایجی که از این پژوهش به دست آمد نشان داد که حکمرانی الکترونیکی می‌تواند خدمات عمومی را به بهترین شکل ارائه دهد که همین امر تأثیر مثبتی بر رضایت شهروندان به جای خواهد گذاشت، به

عبارتی حکمرانی الکترونیکی می‌تواند پایه‌گذار حکمرانی خوب باشد. بیکینگ و همکاران (۲۰۰۶) پژوهشی با عنوان نگاه به آینده: سناریوهای دولت الکترونیکی در سال ۲۰۲۰ انجام دادند. نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان داد که دولت الکترونیکی به اعتماد سازی دولت‌ها و شهروندان کمک می‌کند. یک عامل اساسی در حکمرانی خوب، استفاده از استراتژی‌های مبتنی بر اینترنت برای مشارکت شهروندان در روند سیاست است که نشان‌دهنده شفافیت و پاسخگویی دولت است.

روش‌شناسی پژوهش

هدف کلی پژوهش حاضر مدل‌سازی وضعیت حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی در صنعت بیمه است. از لحاظ هدف پژوهش حاضر یک پژوهش کاربردی می‌باشد. همچنین پژوهش حاضر در زمره پژوهش‌های کیفی به شمار می‌رود، که در آن به گردآوری داده‌های کیفی پرداخته می‌شود. به دلیل ماهیت، نوع و هدف تحقیق مذکور برای ساخت تئوری و سپس طراحی مدل حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی صنعت بیمه ایران از روش تحقیق کیفی و راهبرد نظریه برخاسته از داده‌ها استفاده خواهد شد. جامعه آماری این تحقیق برای تدوین و طراحی مدل اولیه تحقیق، شامل متخصصان و خبرگان حوزه حکمرانی، تجارت الکترونیک، فناوری اطلاعات و بیمه (با حداقل مدرک کارشناسی و حداقل هفت سال سابقه کاری در این زمینه) می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش ترکیبی از نمونه‌گیری قضاوتی و گلوله برفی می‌باشد. به این صورت که در ابتدای کار خبرگانی که با این حوزه آشنایی داشتند انتخاب شده و سپس از آن‌ها برای معرفی نفرات بعدی کمک گرفته شد. در این مطالعه محقق مصاحبه‌ها را تا زمانی ادامه داد که اشباع نظری حاصل شد به گونه‌ای که هر چه به مصاحبه‌های آخر نزدیک‌تر می‌شد اطلاعات جدید اضافی مرتبط با موضوع کمتر به چشم می‌خورد، لذا محقق پس از انجام ۱۵ مصاحبه به اشباع نظری رسید، از این‌رو حجم نمونه شامل ۱۵ مدیر و متخصص فعال در حوزه حکمرانی، تجارت الکترونیک، فناوری اطلاعات و بیمه در داخل کشور می‌باشد. پروتکل مصاحبه شامل ۶ سؤال کلی بود که در قالب مصاحبه‌های بدون ساختار و باز بوده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس رهیافت سیستماتیک انجام گرفت که شامل سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی است. به این منظور، در مرحله کدگذاری باز، پس از مرور و سازمان‌دهی متون مصاحبه‌ها، کدها یا مفاهیم اولیه شناسایی و در ادامه کدهای مشابه در طبقه‌های خاصی قرار گرفتند. سپس، برای هر یک از این طبقات عناوینی که نمایان‌گر کل کدهای آن طبقه باشند، انتخاب شد و در نتیجه مؤلفه‌های حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی در صنعت بیمه شناسایی شدند. در مرحله کدگذاری محوری، ارتباط بین پدیده محوری و سایر مقولات و مفاهیم بر اساس مدل پارادایم مشخص و ارائه شد؛ در ادامه و در مرحله کدگذاری انتخابی، متغیر اصلی یا فرایند اساسی نهفته در داده‌ها، چگونگی، مراحل وقوع و پیامدهای آن نمودار می‌شود. برای بررسی روایی از نظرات متخصصانی که در این زمینه صاحب‌نظر بودند، استفاده گردید و بر حسب پیشنهادها و نظرات افراد مذکور نسبت به روشن ساختن نکات و اصطلاحات مبهم اقدام گردید همچنین جهت اطمینان از ثقه و قابل اتکا بودن مصاحبه، اعتبار هر کدام از مراحل مصاحبه (شامل انتخاب موضوع، طراحی، موقعیت مصاحبه، نسخه برداری، تحلیل، تأیید و گزارش دهی) مورد توجه قرار گرفت. برای محاسبه پایایی با

روش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، از یک همکار دانشگاهی که تسلط خوبی داشت، درخواست شد تا به عنوان همکار (کدگذار) در پژوهش مشارکت کند، سپس محققان به همراه این همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کردند، و از طریق فرمول درصد توافق درون موضوعی بین دو کدگذار شاخص پایایی بررسی گردید. فرمول محاسبه درصد توافق بین دو کدگذار به صورت زیر است.

$$\text{درصد توافق درون موضوعی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

جدول ۱. درصد توافق درون موضوعی کدگذاران

مصاحبه	تعداد کدها	تعداد توافقات	درصد پایایی
اول	۳۰	۱۲	۰/۸۰
چهارم	۳۲	۱۳	۰/۸۱
هفتم	۲۳	۸	۰/۶۹
جمع	۸۵	۳۳	۰/۷۸

در درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود با استفاده از فرمول مذکور ۷۸ درصد حاصل شد.

یافته‌ها

در این پژوهش سه مرحله کدگذاری که برای تکوین منسجم، منظم و مشروح نظریه به کار رفته بودند. عبارت بودند از کدگذاری باز، محوری و انتخابی. کدگذاری باز، جزئی از فرایند تجزیه و تحلیل اطلاعات است که از طریق تحلیل دقیق داده‌ها، نام‌گذاری (برچسب گذاری) داده‌ها و سپس طبقه‌بندی کردن داده‌ها انجام می‌شود. برای طبقه‌بندی دقیق مفاهیم در مقوله‌ها، باید هر مفهوم، بعد از تفکیک شدن، برچسب بخورد و داده‌های خام به وسیله بررسی دقیق مفهوم‌سازی شوند. داده‌هایی که از مصاحبه‌ها به دست می‌آید بر اساس قواعد کدگذاری در قالب جداولی قرار می‌گیرند. در مرحله دوم طبقات با یکدیگر متصل گشته و مجموعه‌ای از قضایا را ساختند. اصولاً سوال مطرح در کدگذاری محوری این است که طبقات چگونه به یکدیگر متصل می‌شوند؟ در این مرحله کدها و طبقات مقایسه شده و روابط بین طبقات و زیر طبقه‌ها مشخص شد تا تفسیری دقیق تر از پدیده مورد نظر به دست آید. اشتراوس و کوربین از واژه‌هایی به نام پارادایم کدگذاری استفاده کرده‌اند که به منظور توصیف مجموعه مفاهیمی به کار می‌رود که زمینه‌ساز ارتباط و اتصالات بین موضوعات مورد نظر فرایند تحقیق می‌باشد. این پارادایم بر مواردی از قبیل شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌ای، محوری، راهبردها و پیامدها متمرکز می‌باشد. در نهایت کدگذاری انتخابی فرایندی انسجام بخش است که در آن مقوله محوری/پدیده اصلی انتخاب می‌شود و ارتباط منظم آن با سایر مقوله‌ها و افزایش اعتبار این روابط انجام می‌شود و مرحله اصلی نظریه‌پردازی بحساب می‌آید. در این مرحله مقوله محوری به شکل نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده شده و آن روابط در چارچوب یک روایت ارائه می‌شود و مقوله‌هایی که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند اصلاح می‌کند. با ترتیبات یادشده و در این تحقیق، ابعاد شش گانه الگوی پارادایمی تحقیق به شرح ذیل بود.

الف - شرایط علی

منظور از شرایط علی، حوادث، رویدادها و اتفاقاتی هستند که منجر به رخداد یا توسعه پدیده حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی صنعت بیمه می‌شوند. در واقع می‌توان اظهار داشت شرایط علی، عوامل ترغیب‌کننده و یا الزام‌آور برای ایجاد انگیزه در نهادهای صنعت بیمه به منظور ایجاد پدیده حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی این صنعت می‌باشد. جدول زیر ارتباط میان کدهای مستخرج و مفاهیم علی را عنوان می‌دارد.

جدول ۲. کدها و مفاهیم علی در مدل تحقیق

شرایط علی	کدهای باز
افزایش ضریب نفوذ اینترنت	افزایش دسترسی فردی به اینترنت - افزایش دسترسی کسب‌وکارها به اینترنت
توسعه کاربرد فناوری اطلاعات	کمک به توسعه تجارت الکترونیک - کمک به بهبود تجارت الکترونیک
انتظارات جدید بیمه‌گذاران	دسترسی آسان به اطلاعات - تسهیل در انجام امور بیمه‌ای - تسریع در انجام امور بیمه‌ای - دقت در انجام امور بیمه‌ای
ضرورت استقرار نظام یکپارچه بیمه‌ای	ارتباط بر خط و چندجانبه بین ذی‌نفعان صنعت بیمه - ایجاد هسته مرکزی بیمه - راهبری متمرکز خدمات الکترونیک بیمه‌ای

چهار مقوله افزایش ضریب نفوذ اینترنت، توسعه کاربرد فناوری اطلاعات، انتظارات جدید ذی‌نفعان صنعت بیمه مبتنی بر فناوری اطلاعات و ضرورت استقرار نظام یکپارچه بیمه‌ای در زمره مهمترین شرایط علی این مدل انتخاب شدند.

ب - شرایط زمینه‌ای

برای پیاده‌سازی پدیده حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی صنعت بیمه، نیاز است تا از مناسب بودن یکسری شرایط زمینه‌ای موثر بر این پدیده اطمینان حاصل گردد. شرایط زمینه‌ای، عوامل ویژه‌ای هستند که در کنترل کامل سازمان‌ها (واحدهای کسب‌وکار) نبوده ولی آگاهی از آنها می‌تواند منجر به واکنش مناسب بخش‌های مختلف و درک چرایی برخی رویدادهای مرتبط با پدیده مورد بررسی گردد. جدول زیر گویای نحوه انتخاب این مقوله‌ها در مدل پژوهش است.

جدول ۳: کدها و مفاهیم زمینه‌ای در مدل تحقیق

شرایط زمینه‌ای	کدهای باز
سیاست‌گذاری‌های بیمه مرکزی	سیاست‌های راهبردی - سیاست‌های حمایتی - سیاست‌های مالی - سیاست‌های حقوقی - سیاست‌های نظارتی
زیرساخت فناوری اطلاعات و تکنولوژی‌های نوین در صنعت بیمه	اهمیت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات - تامین زیرساخت‌های فناوری اطلاعات - کاستی‌های زیرساخت‌های فناوری اطلاعات
ملاحظات حقوقی و قانونی	قوانین حوزه تجارت الکترونیک - قوانین حوزه بیمه الکترونیک
محدودیت‌های توسعه تکنولوژی دیجیتال تحول‌آفرین	محدودیت داخلی - محدودیت خارجی

چهار مقوله سیاست‌گذاری‌های بیمه مرکزی، زیرساخت فناوری اطلاعات و تکنولوژی‌های نوین در صنعت بیمه، ملاحظات حقوقی و قانونی و محدودیت‌های توسعه تکنولوژی دیجیتال تحول‌آفرین در زمره مهمترین شرایط زمینه‌ای این مدل انتخاب شدند.

پ- شرایط مداخله‌گر

شرایط مداخله‌گر شرایط عمومی هستند که بر نحوه تاثیرگذاری راهبردها اثر می‌گذارند و آن‌ها را در زمینه خاصی سهولت داده یا تخفیف و یا به نحوی تغییر می‌دهند، آن‌ها تسهیل‌گر یا محدودکننده راهبردهایی هستند که درون یک زمینه خاص قرار دارند. پاسخ به سوالاتی همچون اینکه محدودیت‌های ایجاد حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی صنعت بیمه کدامند ناشی از شرایط مداخله‌گری است که برای پیاده‌سازی پدیده مورد نظر لازم است. جدول زیر گویای نحوه انتخاب این مقوله‌ها در مدل پژوهش است.

جدول ۴. کدها و مفاهیم مداخله‌گر در مدل تحقیق

شرایط مداخله‌گر	کدهای باز
ویژگی‌های خاص خدمات بیمه‌ای	ماهیت خدمات بیمه‌ای - فرایند ارائه خدمات بیمه‌ای
نگرش سیستماتیک و بلند مدت مدیران	نگرش استراتژیک - نگرش سیستماتیک
سطح دانش و مهارت دیجیتال	دانش دیجیتال - مهارت دیجیتال
فرهنگ دیجیتال	فرهنگ دیجیتال

چهار مقوله ویژگی‌های خاص خدمات بیمه‌ای، نگرش سیستماتیک و بلندمدت مدیران، سطح دانش و مهارت دیجیتال و فرهنگ دیجیتال در زمره مهمترین مقوله‌های مداخله‌گر این مدل انتخاب شدند.

ت- پدیده اصلی / محوری

پدیده اصلی / محوری مورد مطالعه، پدیده مورد نظر، ایده و فکر محوری حادثه، اتفاق یا واقعه‌ای است که جریان کنش‌ها و واکنش‌ها به سوی آن رهنمون می‌شوند تا آن را اداره، کنترل و یا به آن پاسخ دهند. پدیده محوری همان عنوانی است که پژوهش بر مبنای آن شکل گرفته است، در واقع عنوانی است که می‌توان آن را به پاسخ سوال «چه فرایندی در حال شکل گرفتن است؟» نسبت داد.

مصاحبه‌شدگان در پاسخ به سوالات مطرح شده همواره موضوع حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار صنعت بیمه را مدنظر داشتند و تمام صحبت‌ها و اعلام نظرها حول این محور ارائه شد، لذا مقوله پدیده محوری این پژوهش حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار صنعت بیمه می‌باشد.

ث- اقدامات / راهبردها

اقدامات / راهبردها در واقع، طرح‌ها و کنش‌هایی است که سیاست‌گذاران، متولیان و مجریان به منظور پیاده‌سازی مدل حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی صنعت بیمه به کار می‌بندند. منظور از اقدامات در این پژوهش راه‌حل‌هایی است که برای پیاده‌سازی حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی صنعت بیمه باید اجرایی شوند. جدول زیر گویای نحوه انتخاب اقدامات / راهبردها در مدل پژوهش است.

جدول ۵. کدها و مفاهیم اقدامات / راهبردها در مدل تحقیق

کدهای باز	اقدامات / راهبردها
تحول و اصلاح در قوانین - تحول در فرایندها - تحول در شیوه انجام امور	بهبود تعامل بین نهادهای صنعت بیمه
حمایت از ارائه خدمات بیمه‌ای الکترونیک - ضعف در ارائه خدمات بیمه‌ای الکترونیک - ضرورت ارائه خدمات بیمه‌ای الکترونیک	توسعه بیمه الکترونیک
افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری اطلاعات - اهمیت سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری اطلاعات	سرمایه‌گذاری موثر در فناوری اطلاعات
ضرورت انجام آموزش - فرهنگ سازی - انجام آموزش	تقویت فرهنگ دیجیتال

چهار مقوله بهبود تعامل بین نهادهای صنعت بیمه، توسعه بیمه الکترونیک، سرمایه‌گذاری موثر در فناوری اطلاعات و تقویت فرهنگ دیجیتال در زمره مهمترین مقوله‌های راهبردی این مدل انتخاب شدند.

ج - پیامدها

پیامدها، برون‌دادها یا نتایج کنش و واکنش هستند؛ در واقع منظور از شناسایی پیامدها یافتن نتایج ناشی از به‌کارگیری اقدامات مربوط به استقرار حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی صنعت بیمه است. جدول زیر گویای نحوه انتخاب مقوله پیامدی در مدل پژوهش است.

جدول ۶. کدها و مفاهیم پیامدی در مدل تحقیق

کدهای باز	مقوله‌های پیامدی
تسهیل ارتباطات - انسجام ارتباطات - بهبود ارتباطات	تعامل کارا و اثربخش نهادهای صنعت بیمه
پیش‌نیاز تحول دیجیتال - شواهد تحول دیجیتال - دستاورد تحول دیجیتال - الزامات تحول دیجیتال	تحول دیجیتال در صنعت بیمه
رضایت از خدمات ارائه شده - تقویت حس رضایت	افزایش رضایت شهروندان / بیمه‌گذاران
ایجاد دسترسی یکسان به فناوری اطلاعات - تقویت حس اعتماد - تقویت نقش ذی‌نفعان در تصمیم‌سازی - تقویت مشارکت - تقویت پاسخگویی - تقویت نقش ذی‌نفعان در تصمیم‌سازی	گسترش عدالت و رفاه اجتماعی

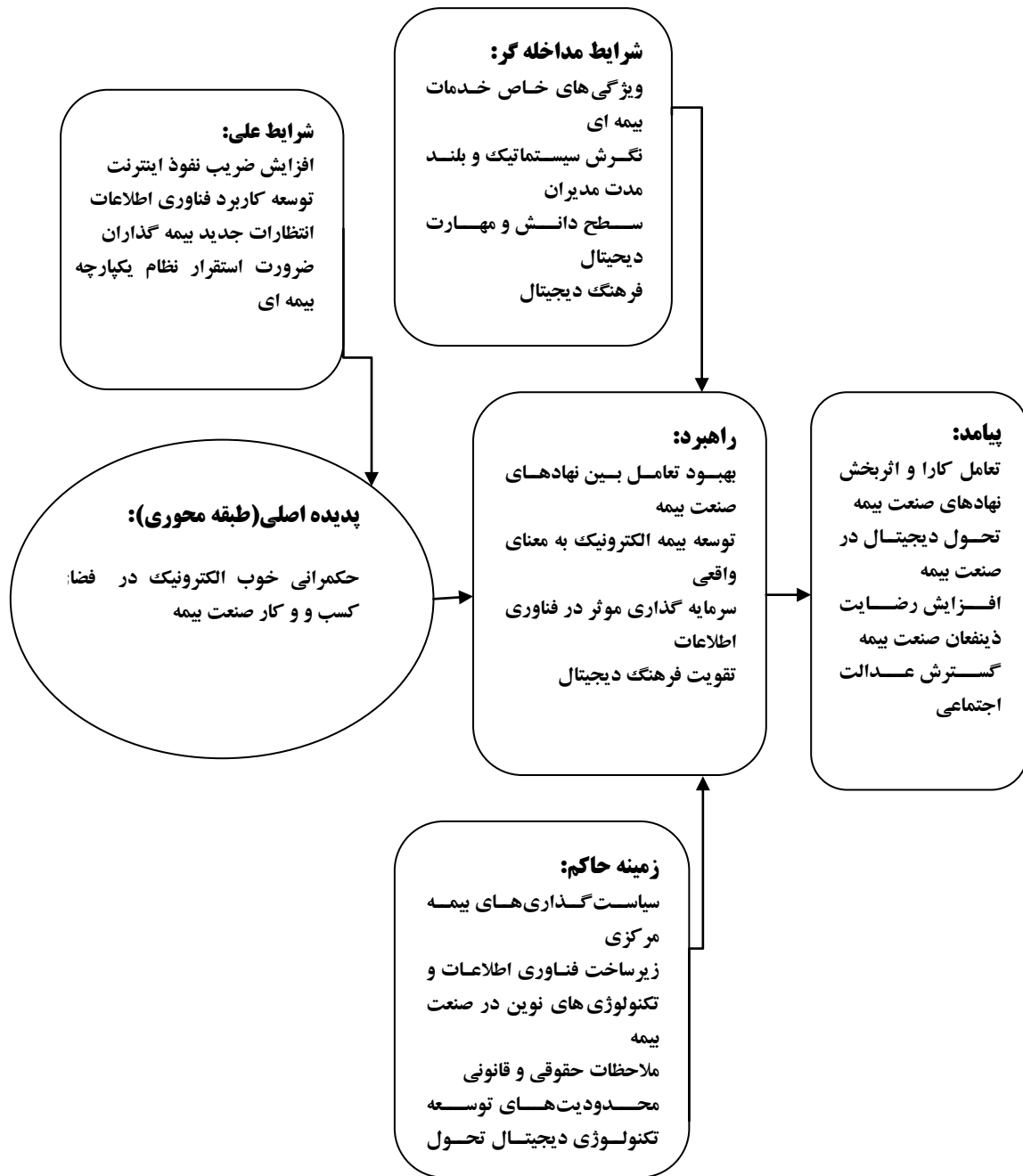
مطابق با نتایج مربوط به جدول فوق، تعامل کارا و اثربخش نهادهای صنعت بیمه، تحول دیجیتال در صنعت بیمه، افزایش رضایت شهروندان / بیمه‌گذاران و گسترش عدالت و رفاه اجتماعی به عنوان مفاهیم پیامدی در مدل تحقیق در نظر گرفته می‌شود.

کدگذاری انتخابی (مرحله نظریه پردازی)

در این مرحله مقوله محوری را به طور روش مند انتخاب و با ارتباط دادن آن با سایر مقوله ها به نگارش نظریه اقدام می کند که شرحی انتزاعی برای فرایندی که در پژوهش مطالعه شده است، ارائه می دهد. جدول زیر الگوی کدگذاری انتخابی منتج از کدگذاری محوری مندرج در سطور بالا را عنوان می دارد.

جدول ۷. مقولات محوری و منتخب در مدل تحقیق

مقوله های منتخب	کدهای محوری (مقولات)	
عوامل ترغیب کننده ایجاد انگیزه در جهت شکل گیری پدیده حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار مجازی در صنعت بیمه	افزایش ضریب نفوذ اینترنت	شرایط علی
	توسعه کاربرد فناوری اطلاعات	
	انتظارات جدید بیمه گذاران	
	ضرورت استقرار نظام یکپارچه بیمه ای	
عوامل زمینه ای در شکل گیری پدیده حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار مجازی	سیاست گذاری های بیمه مرکزی	شرایط زمینه ای
	زیرساخت فناوری اطلاعات و تکنولوژی های نوین در صنعت بیمه	
	ملاحظات حقوقی و قانونی	
	محدودیت های توسعه تکنولوژی دیجیتال تحول آفرین	
عوامل مداخله گر در شکل گیری پدیده حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار مجازی	ویژگی های خاص خدمات بیمه ای	شرایط مداخله گر
	نگرش سیستماتیک و بلند مدت مدیران	
	سطح دانش و مهارت دیجیتال	
	فرهنگ دیجیتال	
شاخص های حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار مجازی	حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار صنعت بیمه	پدیده اصلی / محوری
استراتژی های حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار مجازی	بهبود تعامل بین نهادهای صنعت بیمه	اقدامات / راهبردها
	توسعه بیمه الکترونیک	
	سرمایه گذاری موثر در فناوری اطلاعات	
	تقویت فرهنگ دیجیتال	
پیامدهای حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار مجازی	تعامل کارا و اثربخش نهادهای صنعت بیمه	پیامدها
	تحول دیجیتال در صنعت بیمه	
	افزایش رضایت شهروندان / بیمه گذاران	
	گسترش عدالت و رفاه اجتماعی	



شکل ۱. مدل نهایی مرحله کدگذاری انتخابی

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر درصدد تبیین مدل وضعیت حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی در صنعت بیمه می‌باشد. در ادامه پژوهش، در این قسمت به توضیح و تبیین هر یک از مقوله‌های تأثیرگذار بر حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی حاصل از یافته‌های پژوهش پرداخته می‌شود. با توجه به نتایج پژوهش:

مقوله‌های علی حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی (افزایش ضریب نفوذ اینترنت، توسعه کاربرد فناوری اطلاعات، انتظارات جدید ذی‌نفعان صنعت بیمه مبتنی بر فناوری اطلاعات و ضرورت استقرار نظام یکپارچه بیمه‌ای) می‌باشد.

همراستا با این یافته نصر اصفهانی (۱۳۹۶) در مطالعه حکمرانی الکترونیک، چالش‌های دموکراسی بیان می‌کند با گسترش و نفوذ الکترونیسم، گذار بسیاری از حکومتها از وضعیت سنتی به حکومت الکترونیکی غیرقابل اجتناب است. ولی در عمل، به نظر میرسد که دموکراسی الکترونیک به یک شیوه و روش ثابت و هماهنگ در زمینه‌های نهادی و سیاسی متفاوت مورد استفاده قرار نگرفته است. همچنین دقتی (۱۳۹۹) در مطالعه طراحی الگوی استقرار و توسعه حکمرانی خوب الکترونیک با استفاده از رویکرد فراترکیب بیان داشت بر اساس یافته‌های تحقیق، کدهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، منابع انسانی دارای دانش و مهارت استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، محرمانه بودن اطلاعات، امنیت شبکه، اعتبار و اطمینان از اطلاعات، میزان واقعی بودن قوانین امنیتی، اعتبار اطلاعات ارائه‌شده، ورود رویه‌های قانونی و نظارت جامعه مدنی بر عملکرد دولت الکترونیک، راحتی و سهولت بیشتر شهروندان در استفاده از خدمات و دسترسی به اطلاعات دولتی و کاهش هزینه‌های دولت، بیشترین ضریب اهمیت را در بین ابعاد ۱۹ گانه استقرار و توسعه حکمرانی خوب الکترونیک به دست آوردند. درنهایت پس از طی گام‌های پژوهش، الگوی استقرار و توسعه حکمرانی خوب الکترونیک در سه مرحله بررسی و شناسایی الزامات، استقرار و توسعه حکمرانی خوب الکترونیک ارائه گردید.

با توجه به نتایج پژوهش:

شرایط زمینه‌ای مؤثر بر حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی (سیاست‌گذاری‌های بیمه مرکزی، زیرساخت فناوری اطلاعات و تکنولوژی‌های نوین در صنعت بیمه، ملاحظات حقوقی و قانونی و محدودیت‌های توسعه تکنولوژی دیجیتال تحول آفرین) می‌باشند.

همراستا با نتایج پژوهش قلی پور (۱۳۹۸) در مطالعه طراحی مدل دولت الکترونیک در چارچوب اخلاقی حکمرانی خوب نشان داد زمینه حکمرانی خوب در چارچوب اخلاق، همکاری فعال و سازنده بین دولت و شهروندان است و کلید موفقیت آن در رفتار اخلاقی قدرت‌های شرکت کننده در مدیریت سیاسی نهفته است و مقوله‌های بدست آمده شامل ارزیابی و نظارت، اعتماد و امنیت عمومی، تعامل و ارتباطات، توسعه انسانی و اجتماعی، رضایتمندی، زیرساخت‌ها، سلامت اداری و سازمانی، سیاست‌گذاری، شفافیت و پاسخگویی، عدالت محوری، عزم و تعهد سازمانی، عوامل مالی،

فناوری اطلاعات، کارایی و اثربخشی، کیفیت قوانین و مقررات، کیفیت خدمات الکترونیک، مدیریت روند و بستر اجرا، مشارکت جویی می‌باشد. نتیجه گیری نتایج نشان داد پایه ریزی ارزش های اخلاقی در مولفه های حکمرانی خوب می تواند عاملی مهم برای موفقیت دولت الکترونیک باشد.

با توجه به نتایج پژوهش:

شرایط مداخله گر مؤثر بر حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی (ویژگی‌های خاص خدمات بیمه‌ای، نگرش سیستماتیک و بلند مدت مدیران، سطح دانش و مهارت دیجیتال و فرهنگ دیجیتال) می‌باشند. همراستا با نتایج پژوهش شرایط راهبردی مؤثر بر حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی (بهبود تعامل بین نهادهای صنعت بیمه، توسعه بیمه الکترونیک، سرمایه گذاری مؤثر در فناوری اطلاعات و تقویت فرهنگ دیجیتال) می‌باشند.

همراستا با یافته پژوهش نوری (۱۳۹۸) در مطالعه طراحی چارچوب مفهومی رهبری تحول دیجیتال در سازمان‌های ایرانی بیان می‌کند چارچوب رهبری تحول دیجیتال تدوین و تبیین گردید و رهبری تحول دیجیتال به‌عنوان "مجموعه‌ای از تصمیمات، اقدامات و الزامات مدیریتی عبارتست از طراحی نقشه راه، تخصیص منابع، سازماندهی و همچنین انتخاب و پیاده سازی چارچوب مناسب حکمرانی با هدف کسب منفعت حداکثری از پذیرش فناوریهای تحول‌آفرین در سازمان" مفهومی سازی گردید. چارچوب مذکور مشتمل بر ۲۷۸ عنصر مفهومی است که در قالب ۴ مقوله یا بعد، ۱۳ نوع یا دسته و ۲۶۱ جزء یا کد، ساماندهی شده‌اند. مقوله‌های شناسایی شده عبارت از نقشه راه دیجیتال (شامل چشم انداز دیجیتال، استراتژی دیجیتال، طرح‌گذار دیجیتال)، حکمرانی دیجیتال (شامل برنامه ریزی و هماهنگی و نظارت و کنترل)، سازماندهی دیجیتال (شامل رهبران دیجیتال، ساختار سازمانی، شرکاء دیجیتال، فرهنگ دیجیتال و محیط کار دیجیتال) و منابع دیجیتال (شامل زیرساخت دیجیتال، استعداد دیجیتال و سرمایه گذاری دیجیتال) می‌باشند. همچنین مفهوم رهبری تحول دیجیتال در طول مراحل مختلف پژوهش به طور عمده توسط "سازماندهی دیجیتال" بازنمایی میشود و بیشترین تأکید متوجه این بعد بوده است. به همین ترتیب منابع دیجیتال، حکمرانی دیجیتال و نقشه راه در جایگاه بعدی قرار دارند. اسدمرجی (۱۳۹۸) در مطالعه ارائه مدل بلوغ قابلیت تحول دیجیتال با استفاده از روش فراترکیب بیان می‌کند در این مقاله از روش فراترکیب جهت بررسی مدلها و مراحل مختلف بلوغ تحول دیجیتال در پایگاههای علمی مختلف در اینترنت و ارائه یک جمع بندی جامع از ابعاد و مراحل بلوغ استفاده شده است. در مجموع به ۲۲۸ مقاله اولیه دست یافته ایم از این تعداد پس از ارزیابی و پالایشهای صورت گرفته در نهایت ۲۸ مقاله انتخاب گردید. با تحلیل و تفسیر ابعاد و مراحل بلوغ اشاره شده در مقالات قبلی مدل بلوغ ارائه شده در این مقاله شامل پنج مرحله و ۱۰ بعد است. این ابعاد عبارت اند از رهبری، فناوری اطلاعات، کارمندان، عملیات و فرآیندها، فرهنگ، ساختار سازمانی، نوآوری و تغییرات، استراتژی، محصولات و خدمات هوشمند و مشتری. در انتها با استفاده از مدل بلوغ ارائه شده، میزان بلوغ ۲۰ شرکت دارویی موردسنجش قرار گرفت و یافته ها نشان داد بیشتر شرکتهای دارویی در سطح دو و سه از مدل بلوغ قرار دارند

با توجه به نتایج پژوهش:

شرایط راهبردی مؤثر بر حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب‌وکار مجازی (بهبود تعامل بین نهادهای صنعت

بیمه، توسعه بیمه الکترونیک، سرمایه گذاری موثر در فناوری اطلاعات و تقویت فرهنگ دیجیتال) می‌باشند. بر اساس این نتیجه دقتی (۱۳۹۹) در مطالعه طراحی الگوی استقرار و توسعه حکمرانی خوب الکترونیک با استفاده از رویکرد فراترکیب بیان می‌کند بر اساس یافته‌های تحقیق، کدهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، منابع انسانی دارای دانش و مهارت استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، محرمانه بودن اطلاعات، امنیت شبکه، اعتبار و اطمینان از اطلاعات، میزان واقعی بودن قوانین امنیتی، اعتبار اطلاعات ارائه شده، ورود رویه‌های قانونی و نظارت جامعه مدنی بر عملکرد دولت الکترونیک، راحتی و سهولت بیشتر شهروندان در استفاده از خدمات و دسترسی به اطلاعات دولتی و کاهش هزینه‌های دولت، بیشترین ضریب اهمیت را در بین ابعاد ۱۹ گانه استقرار و توسعه حکمرانی خوب الکترونیک به دست آوردند. در نهایت پس از طی گام‌های پژوهش، الگوی استقرار و توسعه حکمرانی خوب الکترونیک در سه مرحله بررسی و شناسایی الزامات، استقرار و توسعه حکمرانی خوب الکترونیک ارائه گردید. همچنین مقیمی (۱۳۹۰) در مطالعه سنجش شاخصهای حکمرانی خوب و نقش دولت الکترونیک بیان می‌کند بر پایه این تحلیلها، تمام فرضیه های اصلی و فرعی مورد قبول واقع شده اند. به گونه ای که نتایج پژوهش نشان میدهد، استقرار دولت الکترونیک به ارتقای پاسخگویی، اثربخشی نقشها و وظایف، ظرفیت سازی، شفاف سازی، نتیجه گرایی و ارتقای ارزشها به عنوان شاخصهای حکمرانی خوب منجر میشود.

با توجه به نتایج پژوهش:

پیامدهای حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار مجازی (تعامل کارا و اثربخش نهادهای صنعت بیمه، تحول دیجیتال در صنعت بیمه، افزایش رضایت شهروندان / بیمه گذاران و گسترش عدالت و رفاه اجتماعی) می‌باشند. همراستا با این یافته ها ابراهیم پور (۱۳۹۵) در مطالعه بررسی نقش حکمرانی خوب در کارآمدی دولتها بیان می‌کند با توجه به ویژگیهایی که حکمرانی خوب دارد میتواند روابط دولت، بخش خصوصی و نهادهای مدنی را به گونه ای تنظیم کند تا با ضمن کارایی و اثربخشی بالا و همکاری تعاملی و استفاده از توان و ظرفیت‌های موجود بخش دولتی رشد و توسعه اجتماعی و اقتصادی تأثیر ایده آل بگذارد. هر قدر که دولتها پاسخگوتر و کارآمدتر باشند ثبات سیاسی بیشتر، حاکمیت قانون گسترده تر و فساد محدودتر شده باشد، حکمرانی خوب برقرار میشود. همچنین حشمت زاده (۱۳۹۶) در مطالعه بررسی موانع تحقق حکمرانی خوب نشان میدهد چالش اصلی حکمرانی خوب در ایران، در برخورد آن با فرهنگ سیاسی حاکم میباشد به طوریکه در مقابل هر شاخص حکمرانی خوب، مؤلفه هایی از فرهنگ سیاسی قرار دارد که مانع از تحقق آن شاخصها میشوند و برای رفع این موانع، باید به مقوله فرهنگ سیاسی بیش از گذشته توجه شده و اقداماتی عملی در راستای اصلاح فرهنگ سیاسی با تمرکز بر نقش دولت صورت گیرد.

در نهایت می‌توان بیان داشت که امروزه با توجه به تغییرات بسیار سریع و گسترده‌ای که در جوامع در حال شکل گیری می‌باشد تمامی شرکتها و سازمان‌های موجود در جامعه از این تغییرات در امان نمی‌باشند و لازم است که حتماً خود را با این تغییرات هماهنگ نمایند. شرکتها بیمه‌ای نیز برای هماهنگ شدن با این تغییرات لازم است که به فناوری‌های اطلاعاتی توجه نمایند و در جهت توسعه کسب و کارهای مجازی اقدام نمایند و هرچه در این زمینه بیشتر فعال باشند زمینه برای توسعه حکمرانی خوب الکترونیک مهیا می‌شود.

منابع

- ایمان‌خان، نیلوفر (۱۳۹۷). کسب‌وکار الکترونیکی و عملکرد بنگاه‌های نوپهور. *فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی*، ۱۲ (۱)، ۸۳-۱۰۵.
- پاکروان، بایرام (۱۳۹۹). تأثیر شاخص‌های حکمرانی خوب بر شاخص رقابت‌پذیری جهانی اقتصاد با استفاده از رهیافت تحلیل بین‌کشوری. *فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران*، ۲۵ (۸۴)، ۱۱۵-۱۴۲.
- پاک‌نیت، مریم؛ انصاری، رضا؛ شاهین، آرش (۱۳۹۵). تحلیل تأثیر توانمندی‌های نوآوری فناورانه بر تجاری‌سازی فناوری و عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان. *نشریه مدیریت نوآوری*، ۵ (۳)، ۸۴-۵۹.
- جعفری، محمداقبر؛ عبدالله‌زاده، زهرا (۱۳۹۸). بررسی تأثیر به‌کارگیری مکانیک‌های بازی‌پردازی بر موفقیت طرح‌های جمع‌سپاری در حکمرانی الکترونیکی؛ مشارکت شهروندان شهرکرد در زیباسازی شهر. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۱۲ (۱)، ۱۵۴-۱۳۱.
- خاتمی، محمدعلی؛ عسگری‌مهر، مسعود؛ مرتاض، فرخنده (۱۳۹۷). راهکارهای توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک در چارچوب تسهیل و ارتقای فضای کسب‌وکار. *فصلنامه پژوهش‌نامه اقتصادی*، ۱۸ (۶۸)، ۲۵۳-۲۹۰.
- دقتی، عادل؛ یعقوبی، نورمحمد؛ کمالیان، امین‌رضا؛ دهقانی، مسعود (۱۳۹۹). طراحی الگوی استقرار و توسعه حکمرانی خوب الکترونیک با استفاده از رویکرد فراترکیب. *پژوهش‌های مدیریت در ایران*، ۲۴ (۲)، ۱-۳۴.
- دقتی، عادل؛ یعقوبی، نورمحمد؛ کمالیان، امین‌رضا؛ دهقانی، مسعود؛ مرادی، ابراهیم (۱۳۹۸). ارائه الگوی استقرار و توسعه حکمرانی الکترونیک با استفاده از رویکرد فراترکیب. *فصلنامه چشم‌انداز مدیریت دولتی*، ۱۰ (۴)، ۸۹-۱۲۰.
- رستم‌زاده، نادر؛ افشاری، مصطفی؛ علم، زهرا؛ قربانی، سعید (۱۳۹۸). ارائه مدل حکمرانی خوب الکترونیک در وزارت ورزش و جوانان. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۱ (۵۶)، ۴۳-۶۲.
- صادقیان، سعید؛ رسولی، رضا؛ طبرسا، غلامعلی؛ قربانی، علی (۱۳۹۹). طراحی مدل توانمندسازی سازمانی بر مبنای حکمرانی خوب: رویکرد کیفی. *فصلنامه پژوهش در نظام‌های آموزشی*، ۱۴، ۳۷-۵۲.
- عباسی، فاطمه (۱۳۹۸). پژوهش در حکمرانی الکترونیک، فصلنامه آینده پژوهی مدیریت، سال ۳۰، ش ۱۶.
- عبادی، نغمه (۱۳۹۵). بررسی وضعیت بلوغ حکمرانی الکترونیک در پورتال وزارتخانه‌های کشور. *فصلنامه مدیریت دولتی*، ۸ (۳)، ۴۵۹-۴۸۶.
- علی‌احمدی، علیرضا؛ جعفری، میثم؛ خالقی، غلامحسین؛ رشتیری، حسین (۱۳۹۴). مدل راهبردی در رتبه‌بندی کسب و کارهای الکترونیکی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و منطق فازی. *نشریه مدیریت فردا*، ۱۳ (۴۳)، ۳-۲۲.
- فرزانه‌کندری، نرگس؛ محمودی، جعفر (۱۳۹۸). ارائه چارچوبی مفهومی برای تبیین تأثیر شاخص‌های حکمرانی الکترونیکی بر توسعه انسانی پایدار. *اندیشه مدیریت راهبردی*، ۱۳ (۲)، ۲۷۷-۳۰۲.
- قلی‌پور، رحمت‌الله؛ منوریان، عباس؛ الهیاری، ملیحه (۱۳۹۸). طراحی مدل دولت الکترونیک در چارچوب اخلاقی حکمرانی خوب. *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۴ (۴)، ۱۸۶-۱۸۹.

قلی‌پور، رحمه‌الله؛ حمداللهی، هاتف؛ سیدجوادین، سیدرضا؛ قربانی‌زاده، وجه‌الله (۱۳۹۹). طراحی مدل مدیریت منابع انسانی بخش دولتی ایران در راستای بهبود شاخص‌های حکمرانی خوب. *فصلنامه حقوق‌اداری*، ۸ (۲۴)، ۱۶۰-۱۳۵.

محمودی، ج. و مقدسی، ع. (۱۳۸۹). مدل‌های حکمرانی الکترونیک. ماهنامه وب، ۳۳-۳۸.

محمودی، جعفر و اصلانی، زهرا (۱۳۹۳). حکمرانی نیک الکترونیک، دستنامه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ۴۸۰-۵۰۶.

مقدسی، علیرضا؛ مانیان، امیر؛ قلی‌پور، رحمت‌الله؛ حسن‌زاده، علیرضا (۱۳۹۵). طراحی مدل حکمرانی خوب الکترونیک در حوزه آموزش الکترونیک ایران؛ مدیریت فناوری اطلاعات، ۸ (۳)، ۶۲۰-۵۹۱.

مولوی، زینب؛ حسینی، معصومه؛ جعفری، محمدباقر (۱۳۹۶). ارتقای اعتماد عمومی شهروندان: بررسی نقش حکمرانی خوب و خدمات دولت الکترونیکی. *مجله مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۴ (۴)، ۵۹۴-۵۷۱.

نصراصفهانی، مهدی؛ شهسواری، قاسم؛ پیکانی، مهربان (۱۳۹۶). حکمرانی الکترونیک، چالش‌های دموکراسی. *فصلنامه ترویج علم*، ۸ (۱۲)، ۹۷-۷۹.

یعقوبی، اسماعیل (۱۳۹۶). حکمرانی خوب و ارتقای سلامت نظام اداری؛ تبیین نقش دولت الکترونیک. *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۱۰ (۳۷)، ۲۲۲-۲۰۳.

یگانگی، کامران؛ بیگلی، امین (۱۳۹۹). مدل مفهومی حکمرانی خوب. *فصلنامه پژوهش‌های علوم مدیریت*، ۲ (۵)، ۸۱-۷۵.

References

- Aliahmadi, A., Jafari, M., Khaleghi, G. & Rashtbari, H. (2015). Develop a new model for ranking e-businesses using structural equation modeling and fuzzy hierarchical analysis. *Management tomorrow*, 13 (43), 3-22. (in Persian)
- Aurangzeb, K. & Asif, K. H. (2014). Good Governance in Universities, And Prospects of Employment for the Students: Evidence from Pakistan, Universal. *Journal of Management and Social Sciences*, 2 (11), 203-229.
- Bicking, M., Janssen, M. & Wimmer, M. A. (2006). Looking into the future: Scenarios for e-government in 2020. *Project E-Society: Building Bricks*, 11-13.
- Cheng, C. C. J. & Shiu, E. C. (2020). What makes social media-based supplier network involvement more effective for new product performance? The role of network structure. *Journal of Business Research*, 118, 299-310.
- Choshin, M. & Ghaffari, A. (2017). An investigation of the impact of effective factors on the success of e-commerce in small and medium-sized companies. *Computers in Human Behavior*, 66, 67-74.
- Deghati, A., Yaghoubi, N., Kamalian, A. & Dehghani, M. (2020). Designing an Establishment and Development Model of Good Electronic Governance Using Meta-synthesis Approach. *Management Research in Iran*, 24 (2), 1-34. (in Persian)

- Deghati, A., Yaghoubi, N., Kamalian, A., Dehghani, M. & Moradi, E. (2020). Presenting an Establishment and Development Pattern of Electronic Governance Using Meta-synthesis Approach. *Journal of Public Administration Perspective*, 10 (4), 89-120. (in Persian)
- Dias, G. P. (2020). Global e-government development: besides the relative wealth of countries, do policies matter?. *Journals Transforming Government: People. Process and Policy*, 14 (3), 390-397.
- Dijkstra, G. (2018). Aid and good governance: Examining aggregate unintended effects of aid. *Evaluation and Program Planning*, 68, 225-232.
- Ebadi, N. (2016). The Maturity Level of E-Governance in Iran Ministry Portals. *Quarterly Journal Public Administration*, 8 (3), 459-486. (in Persian)
- Farzaneh, N. & Mahmoudi, J. (2019). Presenting framework for investigating effects of e-governance indicators on sustainable human development. *Strategic Management Thought*, 13 (2), 277-302. (in Persian)
- Gulevičiūtė, G. (2014). E. BUSINESS QUALITY: DEFINITION AND DIFFERENCE BETWEEN VALUE AND QUALITY. *Social Transformations in Contemporary Society*, 6-14.
- Imankhan, N. (2018). E-Business and Startup's Performance. *Quarterly Journal of Economic Modelling*, 12 (1), 83-105. (in Persian)
- Jafari, S. M. & Abdollahzadeh, Z. (2019). Investigating the Effect of Gamification Mechanisms on the Success of Crowdsourcing Projects in e-Governance (The Case Study: Shahrekord's Citizens Participation in Beautifying the City). *Journal of Iran Cultural Research*, 12 (1), 131-154. (in Persian)
- Khatami, M., Asgarimehr, M. & Mortaz, F. (2018). Electronic Business Development Strategies in the Context of Facilitating and Improving Business Environment. *Economic Research*, 18 (68), 253-290. (in Persian)
- Klimach, A., Dawidowicz, A. & Zrobek, R. (2018). The Polish land administration system supporting good governance. *Land Use Policy*, 79, 547-555.
- Moghaddasi, A., Manian, A., Gholipour, R. & Hasanzadeh, A. (2016). A Model for Electronic Good Governance in Electronic Learning Sector of Iran. *Journal of Information Technology Management*, 8 (3), 591-620. (in Persian)
- Molavi, Z., Hosseini, M. & Jafari, M. (2018). Promoting Citizen's Public Trust; the Role of E-Government Services by Emphasis on Good Governance. *Journal of Social Capital Management*, 4 (4), 571-594. (in Persian)
- Nasr Esfahani, M., Shahsavari, Q. & Peykani, M. (2017). Electronic Governance, Challenges of Democracy. *Journal of the Popularization of Science*, 8 (12), 79-97. (in Persian)
- Ngobo, P. V. & Fouda, M. (2012). Is 'Good' governance good for business? A cross-national analysis of firms in African countries. *Journal of World Business*, 47 (3), 435-449.
- Niemimaa, M., Jarvelainen, J., Heikkila, M. & Heikkila, J. (2019). Business continuity of business models: Evaluating the resilience of business models for contingencies. *International Journal of Information Management*, 49, 208-216.
- Pakniyat, M., Ansari, R. & Shahin, A. (2016). Analyzing the Impact of Technological Innovation Capabilities on Technology Commercialization and Performance Knowledge-Based Companies in Isfahan. *Innovation Management Journal*, 5 (3), 59-84. (in Persian)

- Pakravan, B. (2021). The Effect of Good Governance Indices on the Index of Global Economic Competitiveness: An Inter-country Analysis Approach. *Iranian Journal of Economic Research*, 25 (48), 115-142. (in Persian)
- Qalipur, R., Hamdolahi, H., Seyed Javadin, S. & Ghorbani Zadeh, V. (2020). Designing the model of Iranian public human resource management improving the indicators of good governance. *Administrative Law*, 8 (24), 135-160. (in Persian)
- Qalipur, R., Monavaryan, A. & Alahyari, M. (2020). Designing an E-Government Model in the Ethical Framework of Good Governance. *Journal of Ethics in Science and Technology*, 14 (4), 186-189. (in Persian)
- Rindermann, H., Kodila-Tedika, O. & Christainsen, G. (2015). Cognitive capital, good governance, and the wealth of nations. *Intelligence*; 51: 98-108.
- Rostam Zadeh, N., Afshari, M., Alam, Z. & Ghorbani, S. (2019). Providing a Good Electronic Governance Model at the Ministry of Sports and Youth. *Journal of Sport Management Review*, 11 (56), 43-62. (in Persian)
- Sadeghian, S., Rasoli, R., Tabarsa, G. & Ghorbani, A. (2020). Designing an Empowerment Model Based on Good Governance: A Qualitative Approach. *Quarterly Journal of Research in Educational Systems*, 14, 37-52. (in Persian)
- Salam, M. A. (2013). E-Governance for Good Governance through Public Service Delivery, Master's Thesis of Arts in Governance and Development, Institute of Governance Studies, BRAC University, *Bangladesh*.
- Vinod Kumar, T. M. (2015). E-Governance for Smart Cities. In T. Vinod Kumar (Ed). E-Governance for Smart Cities. *Advances in 21 century human settlements*, 1-43.
- Yaghoubi, E. (2017). Good Governance and Health Promoting of Administrative System; Explaining the Role of Electronic Government. *Management Researches*, 10 (37), 203-222. (in Persian)
- Yeganegi, K. & Bigoli, A. (2021). Conceptual model of good governance. *Quarterly Journal of Management Science Research*, 2 (5), 75-81. (in Persian)