

تدوین و اعتبارسنجی مدل اعتمادمشتریان به خدمات الکترونیکی؛ پژوهشی در پیامدهای بحران کرونا (مورد مطالعه: بیمه معلم)

فاضل سیدی*^۱، ندا شاهمیرزالو^۲، بهروز قلیچ لی^۳

^۱ دکتری تخصصی، مدیریت دولتی، تصمیم گیری و خطی مش گذاری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

^۲ دانشجوی دکتری، مدیریت دولتی، تصمیم گیری و خطی مش گذاری عمومی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران

مرکز (نویسنده مسئول)

^۳ عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی تهران، مدیریت دولتی، تصمیم گیری و خطی مش گذاری، دانشکده مدیریت و حسابداری، شهید بهشتی، تهران،

ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۰۳

Compilation and validation of the customer trust model for electronic services in the insurance industry; A research on the consequences of the Corona crisis Fazel saydi¹, Neda Shahmirzalu², Behrouz ghlichlee³

¹Doctorate in Public Administration, Decision Making and Linear Meshing, School of Management and Accounting, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran

²PhD student, public administration, decision-making and general meshing, faculty of management and accounting, Islamic Azad University, Tehran branch, center of Tehran. Iran

³ Member of the academic staff of Shahid Beheshti University of Tehran, public administration, decision-making and linear meshing, Faculty of Management and Accounting, Shahid Beheshti, Tehran, Iran

Received: (30/06/2023) Accepted: (29/07/2023)

شناسه یکتا: <https://dorl.net/dor/>

Abstract

With the onset of the Corona pandemic crisis, the supply of public and private services in electronic form has become more and more desired by government leaders, business managers, and economic activists such as insurance industry players. The increasing growth of the crisis in most countries created the background for fundamental changes in the way of economic activity in many industries such as the insurance industry. Therefore, emphasis was placed on the growth and development of electronic services. The purpose of this research is to formulate and validate the model of customers' trust in electronic services in the insurance industry during the Corona pandemic period. And in terms of time domain, it is in the field of cross-sectional research and in terms of data collection, it is also field. A standard questionnaire was used to collect data. The sample size was determined using G power 234 sample size software. Hypotheses were tested according to variance-based structural equation modeling algorithm using SPSS, 24 and Smart:PLS, 3 software. The results showed that trust in the Internet, quality of information and quality of services have a predictive role in trusting electronic services. Also, information sharing, in addition to having a positive effect on trust in electronic services, has a moderating role in the relationship between trust in the Internet and trust in electronic services..

Keywords

trust in electronic services, trust in the Internet, information quality, service quality, information sharing, insurance industry

چکیده

با شروع بحران پاندمی کرونا، عرضه خدمات عمومی و خصوصی به شکل الکترونیکی بیش از پیش مورد نظر رهبران دولت ها و مدیران کسب و کارها و فعالین اقتصادی همچون بازیگران صنعت بیمه قرار گرفته است. رشد فزاینده بحران در اکثر کشورها، پیش زمینه هایی جهت تغییرات اساسی در نحوه فعالیت اقتصادی را در صنایع متعدد همچون صنعت بیمه شکل داد. لذا تاکید بر رشد و توسعه خدمات به شکل الکترونیکی محوریت یافت. هدف این پژوهش تدوین و اعتبارسنجی مدل اعتمادمشتریان به خدمات الکترونیکی در صنعت بیمه در دوره پاندمی کرونا است. تحقیق حاضر از دیدگاه پارادایم شناسی اثبات گرا و به لحاظ مخاطب شناختی کاربردی، به لحاظ روش پیمایشی و به لحاظ قلمرو زمانی در حوزه تحقیقات مقطعی و از نظر جمع آوری داده ها نیز میدانی است. جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه استاندارد بهره گرفته شد. حجم نمونه با استفاده از نرم افزار تعیین حجم نمونه G power 234 تعیین گردید. آزمون فرضیه ها مطابق با الگوریتم مدل سازی معادلات ساختاری واریانس محور با استفاده از نرم افزار SPSS, 24 و Smart:PLS, 3 مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد، اعتماد به اینترنت، کیفیت اطلاعات و کیفیت خدمات نقش بینی کننده در اعتماد به خدمات الکترونیک دارد. همچنین تسهیم اطلاعات نیز علاوه بر تاثیر مثبت بر اعتماد به خدمات الکترونیکی، نقش تعدیلگر در رابطه اعتماد به اینترنت و اعتماد به خدمات الکترونیکی دارد

واژه های کلیدی

اعتماد به خدمات الکترونیک، اعتماد به اینترنت، کیفیت اطلاعات، کیفیت خدمات، تسهیم اطلاعات، صنعت بیمه

۱. مقدمه

بحران پاندمی کرونا (COVID-19) اگرچه به صورت مستقیم چالشی جهانی در حوزه بهداشت عمومی تلقی می‌گردد، اما پیامدهای ویرانگر آن، ابعاد متنوع زندگی اجتماعی بشر را درنوردیده است. رشد فزاینده بحران در اکثر کشورها، پیش زمینه‌هایی جهت تغییرات اساسی در نحوه فعالیت اقتصادی را در صنایع متعدد همچون صنعت بیمه شکل داد. لذا تاکید بر رشد و توسعه خدمات به شکل الکترونیکی محوریت یافت. در این نظرگاه عرضه خدمات به شکل آنلاین و الکترونیکی به دگرگونی فرایندها و ارتباطات اجتماعی، نحوه تعامل شهروند-دولت و کسب و کار- مشتری منجر شده است. (گران و همکاران، ۲۰۲۰)

به طور اخص با شکل گیری بحران کرونا و تمایل و ضرورت ارتباط آنلاین بین شرکت‌ها و مشتریان، اهمیت مسئله اعتماد به خدمات الکترونیکی را دوجندان کرده است. مخصوصاً صنعت بیمه به دلیل ماهیت خدماتی خود نیازمند جدی اعتماد مشتریان به خدمات الکترونیکی خود است. لذا چالش اعتماد به خدمات الکترونیکی در بین مشتریان در شرایط فعلی از مهمترین دغدغه مدیران و رهبران شرکت‌ها و به طور خاص در صنعت بیمه است. (گراسیا و آرینو، ۲۰۱۵، مپینگانجیرا، ۲۰۱۵، ولش و همکاران، ۲۰۰۵، تئودوسیو و همکاران، ۲۰۱۹) از طرفی طی سال‌های پسین ۱۹۹۰ رشد اینترنت، دگرگونی جذابی را در شکل گیری فرصت‌های نو، فراروی شرکت‌های بیمه قرارداد، به گونه‌ای که با تغییر بازارهای واقعی به بازارهای مجازی و آنلاین چالش‌های جدید پدیدارگشت. از دیدگاه اقتصادی، مطابق با گزارش کنفرانس توسعه و تجارت ملل متحد (۲۰۲۰) طی سال‌های ۲۰۱۸ به بعد ۱۴۵۰ میلیون نفر مشتری آنلاین وجود داشته است. این درحالی است که ارزش تجارت الکترونیکی کسب و کارها به کسب و کارها، ۲۱۲۵۸ میلیارد دلار و کسب و کارها به مصرف‌کنندگان ۴۳۹۰ میلیون دلار بوده است. لذا اهمیت عرضه خدمات الکترونیکی در صنعتی همچون بیمه انکار ناپذیر است. (قاسم و عبدالله، ۲۰۰۸، تئودوسیو و همکاران، ۲۰۱۹، ایشورایتی و مینیوتینه، ۲۰۱۸)

راهبرد عرضه خدمات الکترونیکی به دلیل عواملی چون سرعت در عرضه خدمات، در دست رس بودن صرفه جویی و اقتصادی انگاری آن، رویکردی است که شرکت‌ها جهت تامین خدمات مورد نیاز مشتریان در دستور کار قرار داده‌اند. (کاپیسترانوم، ۲۰۲۰، جیکوب و همکاران، ۲۰۱۷). در این دیدگاه با گسترش مستمر و توسعه روزافزون اینترنت، عرضه

اطلاعات و خدمات تسهیل گشته، اما چالش اعتماد مشتریان در محیط الکترونیکی به موضوعی حیاتی بدل گشته است. (کلتون و همکاران، ۲۰۰۸) به عبارتی افزایش ابهام در پذیرش خدمات الکترونیکی در بین مشتریان به دلیل عدم مرادده رودرور، در محیط‌های آنلاین و ارتباطات غیرحضوری افزون‌تر نیز شده است، بنابراین ایجاد و تکوین اعتماد کاربران و مشتریان در پذیرش خدمات الکترونیکی، معضلی است که ضرورت دارد، نگاهی راهبردی و استراتژیک در مدیران و برنامه‌ریزان، سرویس‌دهنده خدمات الکترونیکی شکل گیرد. (ابوشناب و الاعظم، ۲۰۱۲). لذا اعتماد مشتریان به عرضه خدمات الکترونیکی چالش پیش روی شرکت‌های بیمه‌ای است که نیازمند تدوین راهکارهایی جهت بهبود این فرایند در صنعت بیمه را بیش از پیش مورد تاکید قرار میدهد چرا که کاربرد فناوری اطلاعات و استقرار اینترنت در صنعت بیمه فرایند مزیت رقابتی را برای شرکت‌های بیمه به ارمغان می‌آورد. (جمال‌الدین، ۱۳۹۸)

در این نظرگاه همانگونه که بوجانگ و سیسای (۲۰۲۰) اظهار داشتند، لزوم بازسازی اعتماد مشتریان مسبت به خدمات الکترونیکی از اهمیت برخوردار است. چرا که عرضه خدمات الکترونیکی از سوی سازمان‌های خدماتی میتواند ارتباط دوسویه شهروندان و دولت و نیز کسب و کارها با مشتریان را از طریق تعامل آنلاین افزایش دهد. به همین جهت اعتماد به خدمات الکترونیکی در بین مشتریان چالشی اساسی پیش روی مدیران شرکت‌های بیمه بوده است. در ایران نیز صنعت بیمه نقش انکارناپذیری در رشد و توسعه اقتصادی دارد. مطابق با گزارش مالی بیمه مرکزی؛ طی سال ۱۴۰۰ حدود ۶۳/۱ میلیون بیمه‌نامه صادر و ۴۷/۴ میلیون فقره خسارت پرداخت شده است. به طور مثال حق بیمه تولیدی در شرکت‌های بیمه ایران را میتوان در حدود ۱۰۰/۵ و ۵۴/۱ هزار میلیارد تومان دانست که به نسبت مشابه سال ۱۳۹۹ در حدود ۳۸/۸ و ۴۵/۲ درصد رشد را نشان میدهد. لذا حجم خدمات ارائه شده در صنعت بیمه ضرورت توجه به مشتریان را مورد تاکید قرار داده است. این امر ضرورت توجه به پیامدهای مشتری‌مداری را مورد توجه بیش از پیش قرارداد است. سازه مشتری‌مداری و عرضه خدمات مطلوب در صنعت بیمه مورد تاکید محققین پیشین بوده است. به گونه‌ای که سنجش و اعتباریابی این مفهوم در تحقیقات بین‌المللی زیادی مورد پژوهش قرار گرفته است. (لاتور گیلیم، ۲۰۲۰؛ تیفن باخر و اولبریچ، ۲۰۱۵؛ شفیع و همکاران، ۲۰۲۰)

دوره بحران پاندمی کرونا به چه میزان است.؟

۲. مبانی نظری:

۱-۲- اعتماد به اینترنت و اعتماد به خدمات الکترونیکی
اعتماد به اینترنت به عنوان اصلی ترین چالش در تعامل دو طرفه، کاربر و سرویس دهنده شناخته میشود. پیشرفت های روز افزون تکنولوژی و تکامل اینترنت نه تنها ارتباطات اجتماعی را دچار دگرگونی کرده است. بلکه امکان رشد تعاملات مجازی بین شهروندان و دولت، مخصوصا در عرضه و پذیرش خدمات عمومی را شکل داده است. (خان، ۲۰۲۰)
درواقع اینترنت مهمترین بستر وزینه ایجاد یک رابطه دوسویه به صورت آنلاین بین ارائه دهندگان و دریافت کنندگان خدمات تلقی میگردد. چالش اعتماد شهروندان و کاربران به اینترنت، نظیر حفظ امنیت اطلاعات شهروندان و عدم احراز هویت آنان و نیز عدم درز اطلاعات محرمانه از مهمترین عوامل در پذیرش الکترونیکی خدمات است. بدین لحاظ اعتماد کاربران به عملکرد اینترنت در تصمیم گیری آنان در استفاده از پذیرش خدمات الکترونیکی نقشی کلیدی دارد. (بلانچ و همکاران، ۲۰۱۴)

۲-۲- اعتماد به اینترنت و کیفیت خدمات

تداوم مستمر در عرضه خدمات الکترونیکی برای سرویس دهندگان، مشروط به کیفیت خدمات است. (فاسینیج و کویس، ۲۰۰۶) کیفیت خدمات الکترونیکی به صورت کلی بیانگر حد و درجه ای از کارآمدی عرضه خدمات مطلوب به کاربران است. از آنجاکه شهروندان خواستار عملکرد مطلوب ارائه دهندگان خدمات در بستر تکنولوژی هستند، کاربران زمانی از ارائه باکیفیت خدمات احساس رضایت مندی خواهند کرد که نیازهای اعتمادسازانها به اینترنت برآورده شود. البته بایستی توجه داشت علیرغم وجود پژوهش های متعدد، همچنان معیاری جهت ارزیابی کیفیت خدمات الکترونیکی که مورد اتفاق نظر باشد وجود ندارد با این حال میزان اعتماد به اینترنت از سوی کاربران می تواند مبنایی برای توسعه و پذیرش خدمات عمومی به صورت الکترونیکی را فراهم کند. (لی و شانگ، ۲۰۲۰)

۲-۳- کیفیت اطلاعات و اعتماد به خدمات الکترونیکی

کارکرد کیفیت اطلاعات در خدمات الکترونیکی را میتوان، در فرایند ارائه خدمات به موقع، پاسخگویی به نیازهای خدماتی شهروندان و کنترل هزینه های عمومی در ارائه خدمات دانست. اصلی ترین منابع اخذ اطلاعات شهروندان به صورت معمول از سوی نهادهای عمومی است. استفاده از زیرساخت های الکترونیکی میتواند شیوه ارائه اطلاعات و کیفیت آن را

به دنبال جهش خدمات دیجیتالی به جهت پاندمی کرونا در اکثر مناطق جهان، در ایران نیز حرکت به سمت هوشمند سازی و الکترونیکی کردن خدمات و فعالیت های اقتصادی، راهبردی جدی در کنترل بحران کرونا و پیامدهای پس از آن تلقی شده است. همچنین نیاز به اجرایی شدن این راهبرد به استناد قانون برنامه پنج ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور (۱۴۰۰-۱۳۹۶) که دولت مکلف به ارائه خدمات الکترونیکی شده است، در شرایط حساس کنونی بیش از پیش ضرورت یافته است. بدین سبب این پژوهش بر اساس چارچوب نظری تحقیق، بر عوامل پیشایندی اعتمادساز در پذیرش خدمات الکترونیکی در دوره بحران کرونا در صنعت بیمه، نظیر کیفیت اطلاعات الکترونیکی، اعتماد به بستر اینترنت، کیفیت خدمات الکترونیکی و تسهیم اطلاعات، متمرکز است. (مولی لی، یایر لوی، ۲۰۱۴، لی و شانگ، اچ، ۲۰۲۰، فاخوری و اوبرت، ۲۰۱۵)

وارسی متون پژوهشی نیز نشان میدهد، مدل تدوین شده پژوهش حاضر به صورت از مودل های مفهومی، مورد اعتبار سنجی در گذشته قرارنگرفته است. همچنین علاوه بران عوامل موثر بر بهبود اعتماد مشتریان به عرضه خدمات الکترونیکی با توجه به پیامدهای ناشی از پاندمی کرونا نیز در صنعت بیمه مورد از مودن تجربی و پیمایش میدانی قرارنگرفته است. بدین سبب تلاش کردیم تا با مدل سازی پیشایندهای اعتماد مشتریان به خدمات الکترونیکی در صنعت بیمه، به معرفی سازه هایی موثر فراروی بهبود در شرایط پاندمی کرونا پردازیم. از سویی براساس کنکاش ادبیات پیشین نقش تعدیلگر تسهیم اطلاعات به عنوان متغیر تعدیلگر سنجش نشده است. لذا از این نظر به نوآوری تحقیقات پیشین خواهد افزود.

بدین سبب نتایج برآمده از پژوهش حاضر از حیث توسعه علمی به غنی سازی مبانی نظری و از منظر کاربردی، راهکارهایی اجرایی را پیش روی تصمیم سازان صنعت بیمه قرار میدهد. همچنین نتایج پژوهش میتواند اطلاعاتی کاربردی و نظری را برای رویارویی با بحران هایی نظیر پاندمی کرونا در آینده نیز فراهم آورد. و دراختیار مدیران و رهبران صنعت بیمه قراردهد. لذا این پژوهش، پاسخی تجربی و عملیاتی به این نیاز پژوهشی و خلا تحقیقاتی است. بنابراین براساس ادبیات مطرح شده به دنبال پاسخ به این پرسش محوری خواهیم بود تاثیر عوامل پیشایندی (اعتماد به اینترنت، کیفیت خدمات، تسهیم اطلاعات، کیفیت اطلاعات) در اعتماد مشتریان به خدمات الکترونیکی در بیمه معلم در

فاضل سیدی و ندا شاهمیرزالی و بهروز قلیچ لی: تدوین و اعتبارسنجی مدل اعتمادمشتريان به خدمات الکترونیکی؛ پژوهشی در پیامدهای بحران کرونا (مورد مطالعه: بیمه معلم)

سایت های عرضه خدمات دریافت میکنند. در این رویکرد افزایش یا کاهش اعتماد کاربران به وب سایت ها و اینترنت میتواند ناشی از کیفیت اطلاعات در دسترس باشد. (کیم، ۲۰۱۶) با گسترش روز افزون تکنولوژی و افزایش پیچیدگی آن، که عموماً بر بستر اینترنت قابل دسترسی است، ما را با چالش ارائه خدمات قابل اعتماد مواجه کرده است. جهت فائق آمدن بر این مسئله عرضه اطلاعات با کیفیت برای سرویس دهندگان خدمات در بستر اینترنت از اهمیت بالایی برخوردار است. به عبارتی می توان استدلال کرد اعتماد به اینترنت از سوی کاربران تا حدود زیادی بستگی به کیفیت اطلاعات دارد. بدین روی به میزانی که اطلاعات از جامعیت و مانعیت برخوردار باشد اعتماد کاربران نیز افزایش خواهد یافت. (بقا و همکاران، ۲۰۱۸)

۲-۷- تسهیم اطلاعات و اعتماد به خدمات الکترونیکی
تسهیم اطلاعات با شکل دهی دانش ضروری در بخش های متنوع، راهبردی است که می تواند از ریزش اعتماد در پذیرش خدمات الکترونیکی جلوگیری نماید. به عبارتی تسهیم اطلاعات، ابزاری جهت تسهیل کننده روابط بین سرویس دهندگان خدمات اینترنتی و کاربران خواهد بود. بنابراین پذیرش خدمات عمومی به صورت الکترونیکی از سوی شهروندان، نیازمند جدی ادغام و تسهیم اطلاعات از سوی نهادها سرویس دهنده است. در واقع زمانی خدمات به صورت قابل قبول به شهروندان ارائه می گردد که از کارایی بالا برخوردار باشد. لذا وجود اطلاعات و تسهیم آن در بین تمامی بخش های ارائه دهنده خدمات عمومی و نیز در تعاملات با کاربران ضرورت دارد. (ماندا و بک هوس، ۲۰۱۶، گواک، ۲۰۱۶) همانگونه که رامانتوکو و ایروان (۲۰۱۷) اظهار داشتند تسهیم اطلاعات توانایی نهادهای دولتی برای پاسخگویی به نیازهای خدماتی شهروندان، مخصوصاً در بخش عرضه خدمات الکترونیکی را فراهم میدارد. مخصوصاً در شرایط بحرانی تسهیم اطلاعات در شکل دهی به روابط درون و برون سازمانی دولت جهت هماهنگی و عملکرد مطلوب عرضه خدمات عمومی نقشی کلیدی دارد.

پیشینه پژوهش

واردانا (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان " تجزیه و تحلیل کیفیت خدمات الکترونیکی، اعتماد، و رضایت مشتری الکترونیکی در طول همه گیری COVID-19 " انجام دادند. محققین در این تحقیق از پرسشنامه استاندارد جهت جمع آوری دادهای تحقیق استفاده کردند. نتایج این مطالعه نشان میدهد کیفیت خدمات الکترونیکی بر اعتماد مشتریان، و رضایت مشتری

متحول سازد. در پیوستاری نظری لی ولیویی (۲۰۱۴) بیان داشتند کیفیت اطلاعات میتواند در میزان مشارکت و اعتماد مشتریان به برنامه های شرکت، مخصوصاً در حوزه خدمت الکترونیکی به صورت مجازی تحلیل گردد. در واقع وجود اطلاعات با کیفیت پیرامون عرضه خدمات در بستر تکنولوژی، کاربران را تشویق به پذیرش و اعتماد به خدمات الکترونیکی میکند. در نگاهی دیگر به میزانی که کیفیت اطلاعات بتواند به کارآمدی عرضه خدمات الکترونیکی بیانجامد، اعتماد مشتریان به پذیرش خدمات الکترونیکی نیز رشد خواهد کرد. (دمولین و کابینت، ۲۰۲۰)

۲-۴- کیفیت اطلاعات و کیفیت خدمات

مبانی نظری بیانگر پیوستگی کیفیت اطلاعات و کیفیت خدمات است. زیرا که شکل گیری اعتماد به سیستم نتیجه تعامل بین این دو است. (مک نایت و همکاران، ۲۰۱۷) کیفیت خدمات اشاره به اختلاف بین انتظارات و عملکرد عرضه شده خدمات از سوی مشتریان و شهروندان دارد. بر این دیدگاه کیفیت اطلاعات اشاره به شکل گیری دانش مورد نیاز در تامین به موقع خدمات با کیفیت به صورت دقیق و جامع از طریق سازوکارهای الکترونیکی دارد. در واقع میتوان به گونه ای دیگر نیز بیان کرد که کیفیت اطلاعات اشاره به کیفیت خروجی سیستم های اطلاعاتی مرتبط با عرضه خدمات الکترونیکی دارد. (گورلا و همکاران، ۲۰۱۰)

۲-۵- کیفیت خدمات و اعتماد به خدمات الکترونیکی

اعتماد به بستر های فناوری در ارائه خدمات عمومی، مسئله شهروندان است. (خان و همکاران، ۲۰۲۱) موضوع اعتماد مشتریان در پذیرش خدمات الکترونیکی از سوی دولت و صاحبان کسب و کار، مجموعه ای پیچیده از روابط بین شهروندان و شرکت های بخش خصوصی یا به شکل اخص، کاربران و سرویس دهنده خدمات را در برمیگیرد. اعتماد شهروندان در استفاده از سیستم های خدمات الکترونیکی را میتوان در دو بعد اعتماد به دولت و اعتماد به اینترنت در نظر گرفت که در هر دو بعد کیفیت خدمات ارائه شده نقش کلیدی دارد. بنابراین میتوان بیان کرد به میزانی که خدمات با کیفیت الکترونیکی از سوی سرویس دهندگان مورد تاکید باشد، پذیرش خدمات الکترونیکی از سوی مشتریان نیز افزایش میابد. (کولسکا، ۲۰۰۹) در تعریفی کیفیت خدمات اشاره به میزان ادراک مشتریان از وضعیت خدماتی است که دریافت میکنند. (لموکی و خانی، ۱۴۰۱)

۲-۶- کیفیت اطلاعات و اعتماد به اینترنت

شهروندان منابع اطلاعاتی خود را در بستر اینترنت از وب

کیفیت اطلاعات و تسهیم اطلاعات به عنوان متغیرهای تعدیل گر " نشان داد که تسهیم اطلاعات به صورت مستقیم بر کیفیت اطلاعات اثرگذار است.

ابرویل (۲۰۱۶) طی پژوهشی با عنوان " نقش اعتماد و کیفیت خدمات در بانکداری الکترونیکی " از طریق تحقیقی تجربی و با رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری نشان داد اعتماد به بسترهای الکترونیکی نظیر اینترنت در ارتقا کیفیت خدمات " اثرگذار است. .

لی و همکاران (۲۰۱۵) طی مطالعه ای با عنوان " خدمات الکترونیکی شخصی: نگرانی و تسهیم اطلاعات درباره حریم خصوصی مصرف کننده " از طریق آزمون تجربی مدل چند متغیره و با جمع آوری داده های میدانی نتیجه گرفتند کاربرانی که عرضه خدمات بر آنان سود آور بوده براساس تجربه خرید آنلاین ، تمایل بیشتری در تسهیم اطلاعات خود دارند و اعتماد بیشتری دارند.

لی و لیوی (۲۰۱۴) طی مطالعه با عنوان " تاثیر کیفیت اطلاعات در مورد دگرگونی اعتماد به سیستم های دولت الکترونیکی " با رویکرد آمیخته و بکارگیری روش مدل سازی معادلات ساختاری ، نقش مثبت و معنی دار عوامل ضریب هوشی و کیفیت اطلاعات بر خدمات الکترونیکی را گزارش کردند.

پیرسون و همکاران (۲۰۱۲) طی پژوهشی با عنوان " نقش کیفیت خدمات الکترونیکی و کیفیت اطلاعات در ایجاد ارزش ادراک شده: وفاداری مشتریان به وب سایت " از طریق بررسی تجربی مدل سازی معادلات ساختاری نتیجه گرفتند با وجود درک رابطه نقش کیفیت خدمات الکترونیکی و کیفیت اطلاعات می توان اثر آن را بر وفاداری به وب سایت تأیید کرد

تحقیقات پیشین تجربی گزارش میکند . ابوشناپ و الاعظم (۲۰۱۲) طی مطالعه ای با عنوان " ابعاد اعتماد و تصویب دولت الکترونیکی در اردن " از طریق رویکرد کمی و با بکارگیری مدل سازی معادلات ساختاری نتیجه گرفتند اعتماد به اینترنت در اعتماد به خدمات الکترونیکی تأثیر معناداری دارد.

۳. چارچوب نظری و مدل مفهومی

براساس مرور ادبیات پیشین در این پژوهش بر عواملی تمرکز شده است که از ادبیات قوی برخوردار باشد. (رامانتوک و ایروان ، ۲۰۱۷، ماندا و بک هوس ، ۲۰۱۶، کوک ، ۲۰۱۶، مک نایت و همکاران، ۲۰۱۷، دمولین و کاسمینت ، ۲۰۱۴، ۲۰۲۰، لی و شانگ ، ۲۰۲۰، خان و همکاران ، ۲۰۲۰) وبه لحاظ بومی سازی

الکترونیکی اثر گذار است.

لودوینا و همکاران (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان " تأثیر کیفیت اطلاعات، کیفیت سیستم، کیفیت خدمات بر رضایت و اعتماد مشتری و تأثیر آنها بر قصد استفاده مستمر " انجام دادند. محققین در این تحقیق مبادرت به پیمایش از طریق پرسشنامه استاندارد نمودند نتایج برآمده نشان داد کیفیت اطلاعات، کیفیت سیستم، کیفیت خدمات بر رضایت و اعتماد مشتری به خدمات الکترونیکی تأثیر دارد.

خان و همکاران (۲۰۲۰) طی پژوهش با عنوان " پیشینیان اعتماد در استفاده از رسانه های اجتماعی برای خدمات دولت الکترونیکی: یک مطالعه تجربی در پاکستان " با بکارگیری روش مدلسازی معادلات ساختاری جهت آزمون مدل پژوهش، گزارش کردند کیفیت اطلاعات بر پذیرش خدمات الکترونیکی تأثیر معنی دارد.

امبته و تانیمال (۲۰۲۰) طی مطالعه ای با عنوان " تاثیر سهولت ، کیفیت خدمات ، قیمت ، اعتماد و کیفیت اطلاعات ، تصویر مارک بر تصمیم خرید مشتری در مورد خرید آنلاین " از طریق پژوهشی توصیفی - پیمایشی و ارزیابی داد های میدانی با رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری اثر معنی دار کیفیت اطلاعات بر کیفیت خدمات و نقش آن در خرید مشتری را گزارش کردند.

کاپیسترانو (۲۰۲۰) طی پژوهشی با عنوان " تعیین اعتماد دولت الکترونیکی: رویکرد مدل موفقیت سیستم های اطلاعاتی به سیستم بیمه خدمات دولت فیلیپین (GSIS) ، سیستم تأمین اجتماعی (SSS) ، و درآمد اداره داخلی (BIR) " از طریق رویکرد رگرسیون چندگانه نشان داد رابطه ای معنی دار بین کیفیت خدمات و خدمات الکترونیکی وجود دارد.

فونگ و دای ترنگ (۲۰۱۸) طی پژوهشی با عنوان " قصد خرید مجدد: اثر کیفیت خدمات ، کیفیت سیستم ، کیفیت اطلاعات و مشتری رضایت به عنوان نقش واسطه: یک رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری خدمات در ویتنام " از طریق جمع آوری داده های میدانی نتیجه گرفتند ، کیفیت اطلاعات نقش مثبت بر کیفیت خدمات دارد.

کورفالیاند و همکاران (۲۰۱۷) طی تحقیقی با عنوان " تصویب خدمات دولت الکترونیکی در ترکیه " از طریق رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری نشان دادند اعتماد به اینترنت بر قصد استفاده شهروندان از خدمات الکترونیکی تأثیر معناداری دارد.

سوپراپتو و همکاران (۲۰۱۷) طی پژوهشی با عنوان " تاثیر سیستم ERP بر عملکرد شرکت که از طریق فرآیند نوآوری ،

فاضل سیدی و ندا شاهمیرزالی و بهروز قلیچ لی: تدوین و اعتبارسنجی مدل اعتماد مشتریان به خدمات الکترونیکی؛ پژوهشی در پیامدهای بحران کرونا (مورد مطالعه: بیمه معلم)

H8: تسهیم اطلاعات اثر اعتماد به اینترنت بر اعتماد به خدمات الکترونیکی را تعدیل میکند

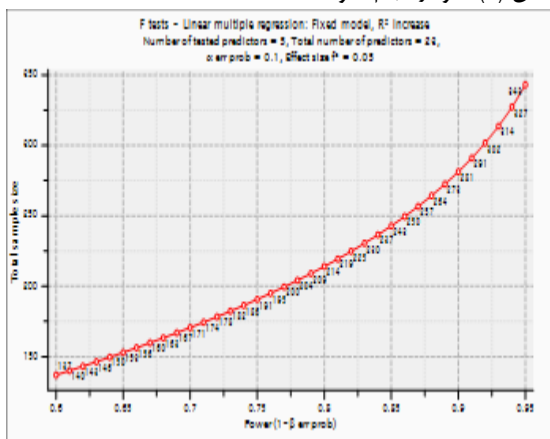
۴. روش تحقیق

به لحاظ معرفت شناسی این تحقیق اثبات گراست، چرا که تکیه بر تجربه و رویکرد استقرایی دارد. جامعه آماری پژوهش حاضر صنعت بیمه و به طور خاص شرکت بیمه معلم است. با این حال جامعه هدف پژوهش که مبادرت به جمع آوری نمونه نهایی پژوهش گردیده است مشتریان شرکت بیمه معلم است. این شرکت به دو دلیل انتخاب گردید. اولاً این شرکت در دوره پس از کرونا رویکرد عرضه خدمات الکترونیکی خود را افزایش داده است. و دوم اینکه دست رسی آسان به مشتریان از طریق همکاری این مدیران شرکت وجود داشت.

روش نمونه گیری به صورت تصادفی ساده و جهت تشخیص برابند مناسب حجم نمونه تحقیق، از نرم افزار تخصصی G-POWER استفاده شد. بر طبق نظر کوهن هرچه سطح خطای آلفا کمتر باشد میزان تعمیم پذیری نتایج نمونه به نمونه ای بزرگتر افزایش میابد به عبارتی پژوهشگر کمتر مرتکب دچار خطای نوع اول می گردد. همچنین هرچه توان آزمون بالاتر باشد احتمال اینکه خطای نوع دوم کاهش یابد کمتر خواهد بود. (کوهن و همکاران، ۲۰۰۶) شکل (۱) خروجی نرم افزار برای تعیین حجم نمونه پژوهش را نشان میدهد

(منبع: محاسبات تحقیق)

شکل (۲) نمودار حجم نمونه



آوری داده های تحقیق روایی محتوا از طریق تشکیل پنل خبرگان و تکمیل فرم های CVI و CVR بررسی و یکی از سنجه های متغیر کیفیت خدمات به تشخیص خبرگان حذف و مابقی سنجه های پرسشنامه تایید گردید. همچنین ضریب آلفای کرونباخ به عنوان پایلوت پژوهش با نمونه ۳۰ تایی، ضریب ۰/۷۹۶ را نشان میدهد، که نشان از پایایی مناسب ابزار سنجش جهت جمع آوری نمونه نهایی تحقیق دارد.

کتابخانه ای به واری تئوری های معتبر پیرامون پژوهش پرداخته شد و جهت جمع آوری داده های پژوهش از ابزار پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. جدول (۱) نشان دهنده متغیرها مکنون و آشکار تحقیق و منبع ابزار سنجش پژوهش هست. پرسش نامه مذکور شامل دو بخش بود که در بخش اول پرسش های عمومی در خصوص مشخصات جمعیت شناختی یا دموگرافیک دارای (جنسیت، سابقه کاری، سطح تحصیلات) و بخش دوم به جهت سنجش متغیرهای تحقیق تشکیل گردیده است. شایان ذکر است قبل از جمع جدول (۱) معرفی ابزار جمع آوری داده های پژوهش

متغیرهای مکنون	متغیرهای آشکار	ضریب الفای کرونباخ	پیش ازمون
اعتماد به خدمات	من معتقدم خدمات این شرکت بیمه از طریق وب سایت ها قابل اعتماد هستند	۰/۸۴۱	من به پروتکل های امنیتی و حفاظتی اینترنت اعتماد دارم که تمایل من به استفاده از خدمات الکترونیکی شرکت های بیمه را افزایش می دهد
الکترونیکی (cq1-cq5)	من انتظار دارم که شرکت های بیمه در عرضه خدمات از مزایای الکترونیکی استفاده کنند	۰/۷۸۱	اطلاعات ارائه شده توسط سازمان های دولتی از طریق بسترهای الکترونیکی در شرکت های بیمه دقیق است
اعتماد به اینترنت	من معتقدم که استفاده از خدمات شرکت های بیمه به صورت الکترونیکی به گونه ای عمل نمی کند که به من آسیب برساند	(bq1-bq5)	اطلاعات ارائه شده پیرامون خدمات از طریق بسترهای الکترونیکی در شرکت های بیمه به روز است
اعتماد به اینترنت	من به دولت الکترونیکی و خدمات آن از طریق اینترنت در شرکت های بیمه اعتماد دارم	۰/۹۳۲	اطلاعات ارائه شده پیرامون خدمات در بستر الکترونیکی در این شرکت بیمه به راحتی قابل درک است
الکترونیکی (aq1-aq4)	من فکر می کنم زیرساخت های فنی و حقوقی خدمات الکترونیکی در شرکت های بیمه از اطلاعات و داده ها شخصی به اندازه کافی محافظت می کند	۰/۸۵۲	این شرکت بیمه از طریق بسترهای الکترونیکی خدمات قابل اتکایی را ارائه می دهد.
کیفیت خدمات	این شرکت بیمه از طریق بسترهای الکترونیکی		

فاضل سیدی و ندا شاهمیرزالی و بهروز قلیچ لی: تدوین و اعتبارسنجی مدل اعتماد مشتریان به خدمات الکترونیکی؛ پژوهشی در پیامدهای بحران کرونا (مورد مطالعه: بیمه معلم)

تبین میکند		(Dq1-)	Dq5
جدول ۲. آمار توصیفی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی		در زمان‌هایی که وعده داده خدمات ارائه می‌دهد.	این شرکت بیمه از طریق بسترهای الکترونیکی خدمات سریع را به مشتریان ارائه می‌دهد.
جنسیت	مرد ۷۳.۶۶	این شرکت بیمه در عرضه خدمات به صورت الکترونیکی به درخواست مشتریان پاسخ می‌دهد.	در این شرکت بیمه بسترهای الکترونیکی در عرضه خدمات براساس پاسخگویی بهتر نسبت به منافعی مشتریان طراحی شده است.
تحصیلات	زن ۲۶.۳۴	این شرکت بیمه در عرضه خدمات براساس پاسخگویی بهتر نسبت به منافعی مشتریان طراحی شده است.	تبادل اطلاعات بین این شرکت بیمه و مشتریان در عرضه خدمات الکترونیکی مکرر و رسمی انجام می‌شود.
سابقه بیمه گذاری	کارشناسی ۸۳.۹۵	این شرکت بیمه در عرضه خدمات براساس پاسخگویی بهتر نسبت به منافعی مشتریان طراحی شده است.	این شرکت بیمه در عرضه خدمات الکترونیکی در صورتی که مشتریان نیاز داشته باشند اطلاعات اختصاصی را ارائه میکند
	کارشناسی ارشد یا دکتری ۱۶.۰۵	این شرکت بیمه در عرضه خدمات براساس پاسخگویی بهتر نسبت به منافعی مشتریان طراحی شده است.	این شرکت بیمه در عرضه خدمات الکترونیکی در مورد وقایع یا تغییراتی که ممکن است بر مشتریان تأثیر بگذارد، مطلع میکند
	۱ تا ۵ سال ۷.۸۲	این شرکت بیمه در عرضه خدمات براساس پاسخگویی بهتر نسبت به منافعی مشتریان طراحی شده است.	این شرکت بیمه در عرضه خدمات الکترونیکی در مورد وقایع یا تغییراتی که ممکن است بر مشتریان تأثیر بگذارد، مطلع میکند
	۶ تا ۱۰ سال ۱۷.۷	این شرکت بیمه در عرضه خدمات براساس پاسخگویی بهتر نسبت به منافعی مشتریان طراحی شده است.	این شرکت بیمه در عرضه خدمات الکترونیکی در مورد وقایع یا تغییراتی که ممکن است بر مشتریان تأثیر بگذارد، مطلع میکند
	۱۱ تا ۱۵ سال ۳۲.۹۲	این شرکت بیمه در عرضه خدمات براساس پاسخگویی بهتر نسبت به منافعی مشتریان طراحی شده است.	این شرکت بیمه در عرضه خدمات الکترونیکی در مورد وقایع یا تغییراتی که ممکن است بر مشتریان تأثیر بگذارد، مطلع میکند
	بالاتر از ۱۵ سال ۴۱.۵۶	این شرکت بیمه در عرضه خدمات براساس پاسخگویی بهتر نسبت به منافعی مشتریان طراحی شده است.	این شرکت بیمه در عرضه خدمات الکترونیکی در مورد وقایع یا تغییراتی که ممکن است بر مشتریان تأثیر بگذارد، مطلع میکند

(منبع: محاسبات تحقیق)

مطابق با خروجی جدول (۲) تحلیل توصیفی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، ۲۶.۳۴ درصد از پاسخ‌دهندگان زن و ۷۳.۶۶ درصد مرد هستند. به لحاظ میزان تحصیلات، ۸۳.۹۵ درصد پاسخ‌دهندگان دارای مدرک کارشناسی هستند و ۱۶.۰۵ درصد کارشناسی ارشد و دکتری هستند. از نظر سابقه بیمه گذاری مشتریان، ۷.۸۲ درصد از پاسخ‌دهندگان تا ۵ سال، ۱۷.۷ درصد تا ۱۰ سال، ۳۲.۹۲ درصد ۱۵ سال و ۴۱.۵۶ درصد بالاتر از ۱۵ سال سابقه دارند. همچنین در این تحقیق، برای آزمون فرضیه‌های تحقیق و تحلیل مسیر مدل پژوهش از مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی در قالب دو مدل اندازه گیری و مدل ساختاری بهره گرفته شده است.

۱-۵- مدل اندازه گیری پژوهش

روش مدل سازی معادلات ساختاری PLS امکان بررسی آماری مدل اندازه گیری انعکاسی را فراهم میکند. مطابق با الگوریتم PLS مدل های اندازه گیری انعکاسی براساس میزان همبستگی و اعتبار شاخص ها و سنجه های آشکار برآورد میگردد و تحلیل عاملی تاییدی نشان دهنده یک جنس بودن شاخص های یک متغیر مکنون در مدل اندازه گیری است. شکل (۲) و جدول (۲) نشان دهنده اجرای مدل پژوهش در حالت استاندارد است. این مدل امکان میدهد تا بارهای عاملی سنجه های متغیر و نیز شاخص های روایی سازه (روایی واگرا + روایی همگرا) و پایایی مدل (ترکیبی+اشتراکی+الفای کرونباخ) پژوهش بررسی گردد.

(هنسلر و رینگل، ۲۰۱۵)

شکل (۳) مدل استاندارد (تحلیل مسیر)

تبادل اطلاعات بین این شرکت بیمه و مشتریان در عرضه خدمات الکترونیکی مکرر و رسمی انجام می‌شود.

این شرکت بیمه در عرضه خدمات الکترونیکی در صورتی که مشتریان نیاز داشته باشند اطلاعات اختصاصی را ارائه میکند

این شرکت بیمه در عرضه خدمات الکترونیکی در مورد وقایع یا تغییراتی که ممکن است بر مشتریان تأثیر بگذارد، مطلع میکند

تبادل اطلاعات بین این شرکت بیمه و مشتریان در عرضه خدمات الکترونیکی مکرر و رسمی انجام می‌شود.

این شرکت بیمه در عرضه خدمات الکترونیکی در صورتی که مشتریان نیاز داشته باشند اطلاعات اختصاصی را ارائه میکند

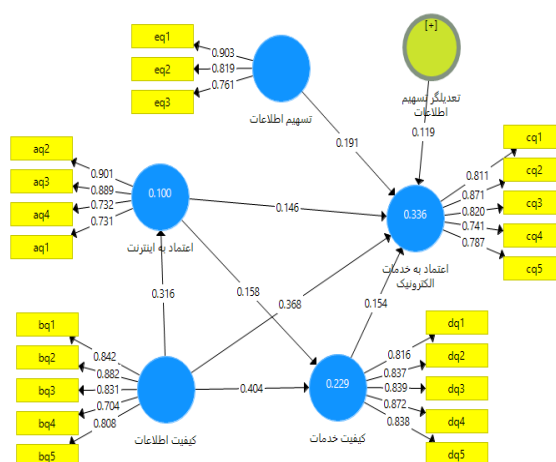
این شرکت بیمه در عرضه خدمات الکترونیکی در مورد وقایع یا تغییراتی که ممکن است بر مشتریان تأثیر بگذارد، مطلع میکند

روایی ابزار در دوبرخش محتوایی و روایی سازه و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ، پایایی اشتراکی، پایایی ترکیبی تایید شد. مدل تحقیق پیچیده و دارای متغیرهای میانجی و تعدیلگر میباشد و نیز داده‌های تحقیق مطابق با آزمون چولگی خارج از بازه +۳ و -۳ و کشیدگی خارج از بازه +۵ و -۵ قرار دارد، از توزیع نرمال تبعیت نمیکند. بنابراین مطابق با دیدگاه (هیرو همکاران، ۲۰۱۲) برای آزمون فرضیات و روابط مدل و تحلیل مسیر، از مدل سازی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی به کمک نرم افزار PLS، استفاده شده است.

۵. یافته ها

داد ه های پژوهش مورد غربالگری و پیش پژوهش جهت تحلیل آماری قرار گرفت. جدول (۲) نشان دهنده وضعیت جمعیت شناختی ارزیابی کنشگران کمی (پاسخ دهندگان) را

مأخذ: محاسبات تحقیق



جدول (۳) مدل اندازه گیری تحقیق

متغیرهای پژوهش	سنجه ها	بارهای عاملی	الفای کرونباخ Cronbach's Alpha	پایایی ترکیبی C R	میانگین واریانس استخراجی (AVE)
اعتماد به اینترنت	aq1	0/731	0/835	0/889	0/669
	aq2	0/901			
	aq3	0/889			
	aq4	0/732			
اعتماد به خدمات الکترونیک	bq1	0/842	0/865	0/903	0/651
	bq2	0/882			
	bq3	0/831			
	bq4	0/704			
	bq5	0/808			
تسهیم اطلاعات	cq1	0/811	0/773	0/868	0/688
	cq2	0/871			
	cq3	0/819			
	cq4	0/741			
	cq5	0/787			
کیفیت اطلاعات	dq1	0/814	0/873	0/908	0/665
	dq2	0/836			
	dq3	0/839			
	dq4	0/872			
	dq5	0/841			
کیفیت خدمات	eq1	0/897	0/896	0/923	0/706
	eq2	0/826			
	eq3	0/762			

شماره (۲) مطابق با نظر(هیر و همکاران، ۲۰۱۴)، شاخص $CR > AVE$ است. همچنین $CR \geq 0/7$ و $AV \geq 0/5$ هست. بنابراین روایی همگرامدل تأیید می‌گردد. درگام بعد برای دفع سوگیری و همبستگی بین شاخص های تحقیق (روایی واگرا)، مبادرت به آزمون های فورنل ولارکر جدول (۴) و ماتریس چند خصیصه و چند روش جدول (۵) به عنوان مهمترین آزمون های روایی واگرا، مقایسه پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراجی برای روایی همگرا کردیم.

مأخذ: محاسبات تحقیق
براساس خروجی شکل (۳) تحلیل مسیر در حالت ضرایب استاندارد و جدول (۳) مدل اندازه گیری تحقیق ملاحظه می گردد تمامی متغیرهای مکنون پژوهش بارهای عاملی با ضریبی بیش از ۰/۷ دارند. ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای تحقیق ضریبی بیش از ۰/۷ را نشان میدهند و همچنین ضریب پایایی اشتراکی نیز بیش از ۰/۵ دارد. بنابراین می توان استدلال کرد مدل اندازه گیری تحقیق از پایایی بالایی برخوردار است. همچنین براساس گزارش جدول

فاضل سیدی و ندا شاهمیرزالی و بهروز قلیچ لی: تدوین و اعتبارسنجی مدل اعتمادمشتریان به خدمات الکترونیکی؛ پژوهشی در پیامدهای بحران کرونا (مورد مطالعه: بیمه معلم)

جدول (۴) فورنل و لارکر Fornell-Larcker Criterion

Fornell-Larcker Criterion						
متغیرهای تحقیق	اعتماد به اینترنت	اعتماد به خدمات الکترونیک	تسهیم اطلاعات	تعدیلگر تسهیم اطلاعات	کیفیت اطلاعات	کیفیت خدمات
اعتماد به اینترنت	0/818					
اعتماد به خدمات الکترونیک	0/263	0/807				
تسهیم اطلاعات	0/147	0/352	0/830			
کیفیت اطلاعات	0/316	0/500	0/353	-0/303	0/816	
کیفیت خدمات	0/285	0/378	0/273	-0/219	0/453	0/841

(۲۰۱۵) با استفاده از توسعه آزمون فورنل و لارکر شاخصی مورد اطمینان و کامل تر برای تأیید روایی واگرا ارائه کردند. بنابراین مطابق با این دیدگاه مبادرت به بررسی شاخص ماتریس چند خصیصه و چند روش برای اطمینان از عدم همبستگی بحرانی بین شاخص های سازه‌ها در مدل نمودیم.

مأخذ: محاسبات تحقیق مطابق با دیدگاه هنسler و همکاران (۲۰۰۹) AVE هر متغیر باید بالاتر از همبستگی مربع با هر متغیردیگر باشد. خروجی نرم افزار در جدول شماره (۴) نشان از تأیید روایی واگرا از دیدگاه این آزمون دارد. همچنین (هنسler و رینگل

جدول (۵) ماتریس چند خصیصه و چند شاخص (Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)						
متغیرهای تحقیق	اعتماد به اینترنت	اعتماد به خدمات الکترونیک	تسهیم اطلاعات	تعدیلگر تسهیم اطلاعات	کیفیت اطلاعات	کیفیت خدمات
اعتماد به اینترنت						
اعتماد به خدمات الکترونیک	0/302					
تسهیم اطلاعات	0/186	0/423				
کیفیت اطلاعات	0/342	0/567	0/432	0/326		
کیفیت خدمات	0/317	0/427	0/326	0/230	0/494	

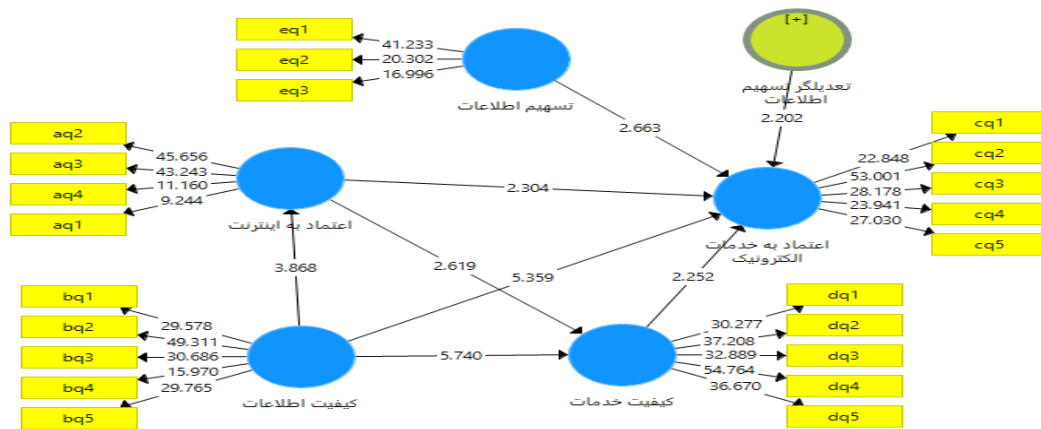
مدل سازی معادلات ساختاری واریانس محور مبادرت به روش intraction کردیم. نتایج ان براساس خروجی مدل تحقیق از نرم افزار SMART PLS در جدول شماره ۷ ارائه شده است.

شکل (۵) نمودار تعدیلگری تسهیم اطلاعات

نتایج آزمون فرضیه های پژوهش در مدل ضرایب معناداری براساس خروجی نرم افزار smart pls ارائه شده است. مطابق با مدل معناداری (شکل ۴) و جدول (۶) مشاهده میگردد، ضرایب معناداری تمامی فرضیه تحقیق خارج از بازه (۱/۹۶- و ۱/۹۶) است. این بدین معناست در سطح معنی دار ۰/۰۵ میتوان با ۰/۹۹ درصدا احتمال فرضیه های پژوهش را تأیید کرد

تحلیل تعدیلگر:

برای تحلیل نقش تعدیلگر تسهیم اطلاعات در رابطه اعتماد به اینترنت بر اعتماد به خدمات الکترونیکی مطابق با الگوریتم



جدول شماره (۷) تحلیل متغیر تعدیلگر (تسهیم اطلاعات)

نقش تعدیلگر (تسهیم اطلاعات)	ضریب مسیر	مقدار معناداری t-values
اعتماد به اینترنت -> اعتماد به خدمات الکترونیک (بدون تعدیلگر)	0/190	2/663
تعدیلگر تسهیم اطلاعات -> اعتماد به خدمات الکترونیک (باتعدیلگر)	0/119	2/202

(۲/۰۲۰) خارج از بازه (۱/۹۶- و ۱/۹۶) است. بنابراین نقش تعدیلگر تسهیم اطلاعات تأیید شد. همچنین ضریب مسیر (۱/۱۹) نشان از مثبت بودن دارد. بنابراین تسهیم اطلاعات رابطه بین متغیر اعتماد به اینترنت با اعتماد به خدمات الکترونیکی را در تقویت می‌کند.

برازش مدل تحقیق:
برای تعیین برازش مدل اندازه‌گیری مطابق با نظر (هیر و همکاران، ۲۰۱۲) مبادرت به آزمون کیفیت اندازه‌گیری مدل کردیم. این آزمون جایگزین شاخص‌های نیکویی و برازش در نرم افزارهای کواریانس محور است که نتایج آن در جدول (۸) قابل مشاهده است.

نقش تعدیلگر
(تسهیم اطلاعات)
ت-values
اعتماد به اینترنت -> اعتماد به خدمات الکترونیک (بدون تعدیلگر) ۱۹۰/۰ ۶۶۳/۲
تعدیلگر تسهیم اطلاعات -> اعتماد به خدمات الکترونیک (باتعدیلگر) ۱۱۹/۰ ۲۰۲/۲

مأخذ: محاسبات تحقیق
نتایج حاصل از تحلیل تعدیلگر مطابق با جدول شماره (۷) و شکل (۵) نشان می‌دهد ضریب معنی داری تسهیم اطلاعات

جدول شماره (۸) کیفیت مدل اندازه‌گیری تحقیق

متغیرهای تحقیق	ضرائب کیفیت	ضریب تعیین R Square
اعتماد به اینترنت	0/444	0/100
اعتماد به خدمات الکترونیک	0/459	0/336
تسهیم اطلاعات	0/370	
کیفیت اطلاعات	0/477	
کیفیت خدمات	0/530	0/241

مأخذ: محاسبات تحقیق

مطابق با نتایج خروجی نرم افزار در جدول (۸) ضرایب تمامی متغیرهای مکنون تحقیق بیش از ۰/۳۵ است. براساس دیدگاه کوهن و همکاران (۱۹۹۸) می توان استدلال کرد مدل پژوهش در سطح قوی ارزیابی میگردد از طرفی ضریب R^2 به عنوان میزان تغییری که یک متغیر درون زا از متغیرهای برون زا می گیرد نشان میدهد ضریب اعتماد به خدمات الکترونیک به عنوان مسئله تحقیق ۳۳۶/۰ را نشان میدهد. بنابراین می توان بیان کرد واریانس اعتماد به خدمات الکترونیک، حدوداً ۳۴ درصد از سوی متغیرهای دیگر پژوهش قابل تبیین است.

۶. نتیجه گیری

فراروی بحران کرونا، تحولات اجتماعی، اقتصادی و نحوه تعامل نهادهای اجتماعی و نیز ارتباط شهروندان با دولت و مشتریان با کسب و کارها دست خوش تغییرات عمده قرار گرفته است. از جمله پیامدهای این تحولات افزایش روزافزون انتظارات اجتماعی از عرضه خدمات عمومی به شهروندان است. این مطالعه برمدل سازی پیشایندهای اعتماد به خدمات الکترونیکی متمرکز است. پس از جمع آوری نمونه نهایی پژوهش (۲۴۳) و اعمال پیش پردازش ها، براساس نتایج مدل سازی معادلات ساختاری، ملاحظه می گردد فرضیه اول پژوهش مبنی بر تاثیر اعتماد به اینترنت در اعتماد به خدمات الکترونیکی با ضریب (۲/۱۲۱) خارج از بازه (۱/۹۶ & ۱/۹۶-) قرار دارد. بنابراین این فرضیه تایید گردید. به لحاظ مطالعات تطبیقی نتایج این فرضیه با پژوهش (فخوری و اوبرت، ۲۰۱۵، بلانچ گراسیا و همکاران، ۲۰۱۴، ابو شتاب و العظام، ۲۰۱۲، کرفال و همکاران، ۲۰۱۷) همراستا است. خروجی نتایج فرضیه دوم پژوهش نیز بیانگران است که ضریب معناداری تاثیر اعتماد به اینترنت بر کیفیت خدمات الکترونیکی با ضریب (۲/۴۵۹) خارج از بازه (۱/۹۶ & ۱/۹۶-) قرار دارد. نتایج مطالعات ریبینگ و همکاران (۲۰۰۴) ابرول (۲۰۱۶) با نتایج این فرضیه در یک راستا قرار دارد. فرضیه سوم تحقیق مبنی بر تاثیر کیفیت اطلاعات بر اعتماد به خدمات الکترونیکی با ضریب (۲/۱۹۳) خارج از بازه (۱/۹۶ & ۱/۹۶-) قرار دارد. نتایج این فرضیه نشان میدهد، این پژوهش با تحقیقات کاپیسترانو و همکاران (۲۰۲۰، خان و همکاران، ۲۰۲۰؛ لی و لیوی، ۲۰۱۴) در یک راستا میباشد. فرضیه چهارم تحقیق مبنی بر تاثیر کیفیت اطلاعات بر کیفیت خدمات با ضریب (۴/۶۱۵) خارج از بازه (۱/۹۶ & ۱/۹۶-) قرار دارد. نتایج این فرضیه نیز تاییدی بر مطالعات (امبته و

تانامال، ۲۰۲۰؛ فونگ و دای ترنگ، ۲۰۱۸؛ پیرسون و همکاران، ۲۰۱۲) خواهد بود. فرضیه پنجم تاثیر کیفیت خدمات بر اعتماد به خدمات الکترونیکی با ضریب (۵/۰۰۳) خارج از بازه (۱/۹۶ & ۱/۹۶-) قرار دارد. خروجی این فرضیه از مدل نیز با خروجی مطالعه کاپیسترانو (۲۰۲۰) همراستا میباشد. فرضیه ششم پژوهش مبنی بر تاثیر کیفیت اطلاعات بر اعتماد به اینترنت با ضریب (۳/۸۱۳) خارج از بازه (۱/۹۶ & ۱/۹۶-) قرار دارد. نتایج حاصل از فرضیه تجربی حاضر تاییدی بر مطالعه نظری و مروری ریسک و دانویجیست (۲۰۰۱) خواهد بود. فرضیه هفتم پژوهش مبنی بر تاثیر تسهیم اطلاعات بر اعتماد به خدمات الکترونیکی با ضریب (۲/۶۳۵) خارج از بازه (۱/۹۶ & ۱/۹۶-) قرار دارد. همچنین مطابق با فرضیه هشتم پژوهش، نقش تعدیلگر تسهیم اطلاعات بر رابطه اعتماد به اینترنت و اعتماد به خدمات الکترونیکی با ضریب معنی داری (۲/۰۲۲) که خارج از بازه (۱/۹۶ & ۱/۹۶-) تایید گردید و این بدین معنی خواهد بود که تسهیم اطلاعات اثر اعتماد به اینترنت بر اعتماد به خدمات الکترونیکی را تقویت میکند. نتایج حاصل برابر با مطالعات لی و همکاران (۲۰۱۵) و سوپراپتو و همکاران (۲۰۱۷) میباشد. تدوین، آزمون و تایید مدل پژوهش و نیز شناسایی نقش تعدیلگر تسهیم اطلاعات و تایید آن نوآوری پژوهش میباشد. که میتواند به ارتقا ادبیات نظری حوزه دولت الکترونیکی کمک کند. بر اساس نتایج پژوهش پیشنهادات این مطالعه بر دو محور خواهد بود. محور اول پیشنهادات کلان سیاسی و محور دوم پیشنهاداتی کاربردی ارائه می گردد. در بخش اول به نظر میرسد، اگرچه سیاست های الکترونیکی کردن خدمات دولت طی برنامه ششم توسعه قبل از بحران کوید ۱۹ تصویب گردیده است اما ضرورت اجرایی شدن این سیاست در بحران هایی پیش بینی نشده همچون پاندمی کرونا از اهمیت برخوردار است. بحران کرونا اگرچه پیامدهای زیانباری دارد اما میتواند فرصتی برای تحقق کامل برنامه های کلان الکترونیکی کردن خدمات در ایران باشد که نیاز است مدیران و تصمیم سازان از فرصت پیش آمده بهره لازم را ببرند.

۱. بدین زمینه شرکت های بیمه و به طور خاص بیمه مرکزی جمهوری اسلامی به عنوان سازمان پیشران این امر می بایست، استقرار زیرساخت های مورد نیاز را در برنامه های فوری خود قرار دهد. پیشنهاد میکنیم کارگروهی علمی تخصصی از مدیران دولتی بیمه و مدیران شرکت های بیمه خصوصی، کارشناسان خبره وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، نمایندگان کمیسیون تخصصی مجلس شورای

برقرار دارند. پیشنهاد می‌گردد اولاً بروز رسانی و توسعه نرم افزار های مورد نیاز سیستم هر سه ماه یکبار ارتقا یابد. دوم اینکه پیشنهاد می‌گردد به طراحی پلتفرم های دوسویه همچون اپلیکشین ها اقدام گردد تا مشتریان شرکت های بیمه بتوانند با دفا تر خدماتی به صورت الکترونیکی ارتباط بهتری برقرار کنند.

۳. عرضه خدمات ناب با استفاده از پلتفرم های الکترونیکی

۴. تامین بودجه مورد نیاز جهت توسعه زیرساخت های فناوری اطلاعات مخصوصا در شرکت ها که به صورت مستقیم به عرضه خدمات بیمه مبادرت می کنند.

۵. ارائه تسهیلات به بخش های ارائه خدمات عمومی خصوصی جهت بازسازی و توسعه ابزارها، روش ها و بروز رسانی سیستم های مورد نیاز در شرکت های بیمه ای

۶. ارتقای قابلیت های انعطاف پذیری زیر ساخت های فناوری اطلاعات در عرضه خدمات بیمه ای

۷. ارتقای یکپارچه سازی فناوری اطلاعات در عرضه خدمات بیمه ای

۸. ارتقای هم ترازی کسب و کار فناوری اطلاعات در عرضه خدمات بیمه ای

۹. ارتقای مدیریت فناوری اطلاعات از طریق تدوین استراتژی هایی متناسب با مدیریت بحران کرونا در عرضه خدمات بیمه ای

امکان تسهیم اطلاعات در بین واحد های مرتبط با عرضه خدمات الکترونیکی به صورت مستمر و پویا در شرکت های بیمه فراهم گردد

در نهایت لازم به ذکر است تحقیق حاضر نیز همچون هر پژوهشی دارای محدودیت هایی میباشد. در برخی مواقع پاسخ دهندگان از ارائه پاسخ واقعی خودداری میکنند و گاهی پاسخ غیر واقعی داده میشود مخصوصا در جمع آوری داده های آنلاین این عامل بیشتر نیز میتواند نتایج تحقیق را دچار خدشه کند. و تعمیم پذیری آن را مورد تردید قرار دهد که خارج از دسترس پژوهشگران میباشد. همچنین با توجه به هدف پژوهش که به پیشایندهای اعتماد به خدمات الکترونیکی می پردازد، داده های پژوهش از مشتریان شرکت بیمه معلم جمع آوری شده است. و از آنجایی که عرضه خدمات به صورت الکترونیک در بخش های متنوع همچون صنعت بیمه، خدمات سلامت عمومی و غیره انجام میگردد، تعمیم پذیری آن را به دیگر جوامع آماری دیگر را دشوار می سازد. به عبارتی روش نمونه گیری ما امکان جمع آوری داده از بخش

اسلامی، متخصصین دانشگاهی و مدیران فعال شرکت های دانش بنیان در عرصه خدمات الکترونیکی زیر نظر ریس بیمه مرکزی تشکیل گردد و به واکاوی و شناسایی موانع و نیز ارائه مدل جامع ملی جهت امکان سنجی و ساماندهی به عرضه بهتر و پویا تر خدمات الکترونیکی سازی تمام خدمات شرکت های بیمه تشکیل گردد. این کارگروه، طرح جامع ساماندهی اجرایی کردن سیاست های الکترونیکی سازی خدمات کامل شرکت های بیمه را برعهده بگیرد و نتایج طرح خود را به مجلس شورای اسلامی جهت قانونی سازی و به دولت جهت تامین هزینه ها و اجرایی شدن آن عرضه دارد. مایشنهادهای میکنیم طرح حاضر بر دو محور سرمایه گذاری در بخش های پیشران و زیرساختی و نیز ارتقا برنامه های توسعه ای متمرکز گردد. چرا که پیشایندهای این مطالعه نیازمند سرمایه گذاری در بخش های زیرساختی و توسعه ای عرضه خدمات الکترونیکی است.

۲. ارتقای آموزش و فرهنگ عمومی جهت اعتماد سازی اجتماعی در پذیرش خدمات الکترونیکی از طریق رسانه ملی، رسانه های اجتماعی و جراید رسمی جهت معرفی و نحوه عمل دریافت خدمات الکترونیکی شرکت های بیمه در دستور کار قرار گیرد.

۳. اعتبارات حمایتی از برنامه های توسعه عرضه خدمات الکترونیکی در دوبرخش شکل گیرد. اول اعتبارات مورد نیاز جهت توسعه زیرساخت های اصلی، همچون ارتقای پهنه باندهای اینترنت و غیره و دوم جهت توسعه سخت افزاری و نرم افزاری سرویس دهندگان خدمات الکترونیکی بیمه پیش بینی گردد.

همچنین پیشنهادات کاربردی زیر نیز میتواند مورد توجه قرارگیرد:

۱. فروشگاه آنلاین بیمه در شرایط فعلی صرفا فقط بر صدور بیمه متمرکز است لذا پیشنهاد می‌گردد با تغییر در فرایندهای سیستمی امکان عرضه خدمات بیشتر همچون تغییر در مفاد بیمه نامه، انواع الحاقیات و غیره در ان اضافه گردد. ازاین نظر توسعه خدمات در حوزه الحاقیه همچون الحاقیات متفاوت مانند انتقال تخفیفات، حذف تخفیفات که امروزه براساس قوانین جدید بیمه ای بسیاری از مردم را درگیر کرده میتواند به شکل الکترونیکی انجام گردد. یا اضافه نمودن خدماتی همچون پرداخت خسارت آنلاین به بیمه گذارانی که با تعهدات که کمتر از تعهدات مالی مصوب قانونی.

۲. با توجه اینکه شرکت های بیمه و به طور اخص بیمه معلم ارتباط با شهروندان را صرفا از طریق وب سایت

- Khan, S., Umer, R., Umer, S., & Naqvi, S. Antecedents of trust in using social media for E-government services: An empirical study in Pakistan. 2021, *Technology in Society*, 64, 101400.
- Ramantoko, G., & Irawan, H. (2017, October). Information sharing model in supporting implementation of e-procurement service: Case of Bandung city. In *AIP Conference Proceedings* (Vol. 1891, No. 1, p. 020117). AIP Publishing LLC.
- Shafiee, M. M., Tabaeian, R. A., & Mehri, M. (2020). Performance excellence through spirituality, emotional labour and customer orientation in insurance industry. *International Journal of Business Excellence*, 21(4), 513-529.
- Abrol, S. (2016). Role of Trust and Service Quality in E-Banking. *International Journal of Banking, Risk and Insurance*, 4(1), 1-9. (۲۰۱۶): ۱-۹.
- Abu-Shanab, E., & Al-Azzam, A. (2012). Trust Dimensions and the adoption of E-government in Jordan. *International Journal of Information Communication Technologies and Human Development (IJICTHD)*, 4(1), 39-51.
- Ally Lee, Yair Levy, (2014), "The effect of information quality on trust in e-government systems' transformation", *Transforming Government: People, Process and Policy*, Vol. 8 Iss 1 pp. 76 – 100 Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/TG-10-2012-0011>
- Asli Pour, Hossein, Zargar, Mohammad Reza. (2017). Interpretacinė struktūrinė veiksnų, turinčių įtakos naujoviškų elektroninių viešųjų paslaugų pripažinimui Irane, analizė. *Viešojo valdymo perspektyvos*, 9 (3), 39-62. (in Persian)
- Baqa, H., Truong, N. B., Crespi, N., Lee, G. M., & Le Gall, F. (2018, August). Quality of Information as an indicator of Trust in the Internet of Things. In *2018 17th IEEE International Conference On Trust, Security And Privacy In Computing And Communications/12th IEEE International Conference On Big Data Science And Engineering (TrustCom/BigDataSE)* (pp. 204-211). IEEE.
- Belanche Gracia, D., Casalo, L. V., Flavián, C., & Schepers, J. J. L. (2014). Trust transfer in the continued usage of public e-services. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1-11.
- های دیگر عرضه خدمات عمومی را با محدودیت مواجه میکند. بنابراین پیشنهاد می گردد محققین مبادرت به جمع آوری داده های تحقیق و آزمون مدل در دیگر بخش های عرضه خدمات عمومی کنند و نتایج آن را به صورت فراتحلیل یا مطالعات تطبیقی عرضه دارند که میتواند به غنی سازی پژوهش حاضر کمک شایانی کند. همچنین از آنجا که مدل پژوهش پیچیده و دارای متغیر تعدیل گر میباشد، ما رویکرد مدلسازی معادلات ساختاری واریانس محور برای پیش بینی رفتار مسئله پژوهش (اعتماد به خدمات الکترونیکی عمومی) بهره بردیم (رینگل ۲۰۱۵) پیشنهاد میکنیم پژوهشگران آتی مدل تحقیق را از رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری کوواریانس محور نیز مورد ارزیابی قرار دهند. بدین روی به اعتبار مدل حاضر افزوده و نتایج قابل اطمینان تری بدست آید.
- ### منابع و ماخذ
- قبادی لموکی، تحفه، خانی، مهدی. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر کیفیت خدمات الکترونیکی بر رضایت و اعتماد مشتریان در خریدهای آنلاین (مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی دیجی کالا). رهیافتی در مدیریت بازرگانی. doi: 10.52547/JABM.3.1.9.۱۱۱-۹۳. (۱۳۳)
- کیوتوری، جمال الدین. (۱۳۹۸). شناسایی و اهمیت سنجی عوامل مؤثر بر به کارگیری بیمه نامه های الکترونیک در صنعت بیمه (مطالعه چند شرکت بیمه ای). فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهشنامه بیمه. doi: 10.22056/jir.2019.103425. ۷۱-۵۲. (۲)۳۴
- Ludwina, E. P., Dimastuty, H., & Despina, W. (2022, May). The Influence of Information Quality, System Quality, Service Quality Towards Customer Satisfaction and Trust and Their Impact Towards Finpay Money Continuous Use Intention. In *2022 7th International Conference on Business and Industrial Research (ICBIR)* (pp. 46-50). IEEE.
- Wardhana, M. A., Hayati, N., & Akbar, M. N. (2021). Analysis of E-Service Quality, Trust, and E-Customer Satisfaction on Lazada during the COVID-19 pandemic. *Proceeding of The URECOL*, 477-486.
- Mpinganjira, M. (2015). Use of e-government services: the role of trust. *International Journal of Emerging Markets*.
- Cohen, J. D., Usher, M., & McClelland, J. L. (1998). A PDP approach to set size effects within the Stroop task: Reply to Kanne, Balota, Spieler, and Faust (1998).

- politics of COVID-19: The need to understand government responses. *Global public health*, 15(9), 1413-1416
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Pieper, T.M. and Ringle, C.M. (2012), "The use of partial least squares structural equation modeling in strategic management research: a review of past practices and recommendations for future applications", *Long Range Planning*, Vol. 5 Nos 5/6, pp. 320-340.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135.
- Henseler, J., Ringle, C.M. and Sinkovics, R.R. (2009), "The use of partial least squares path modeling in international marketing", *Advances in International Marketing*, Vol. 20, pp. 277-320.
- Hitpass, B., & Astudillo, H. (2019). Industry 4.0 challenges for business process management and electronic-commerce. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 14(1), I-III.
- Išoraitė, M., & Miniotienė, N. (2018). *Electronic commerce: Theory and practice*. ۲۰۰-۱۹۴ .
- Jacob, D. W., Fudzee, M. F., Salamat, M. A., Kasim, S., Mahdin, H., & Ramli, A. A. (2017, August). Modelling end-user of electronic-government service: the role of information quality, system quality and trust. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 226, No. 1, p. 012096).
- Kabanov, Y., & Vidasova, L. (2019, September). C2G Online Trust, Perceived Government Responsiveness and User Experience. In *International Conference on Electronic Government* (pp. 57-68). Springer, Cham.
- Kassim, N. M., & Abdullah, N. A. (2008). Customer loyalty in e-commerce settings: an empirical study. *Electronic Markets*, 18(3), 275-290.
- Kelton, K., Fleischmann, K. R., & Wallace, W. A. (2008). Trust in digital information. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(3), 363-374.
- Khan S, Umer R, Umer S, Naqvi S, Antecedents of trust in using social media for E-Information and Management, 51(6), 627-640. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.05.016>
- Bojang, M. B., & Ceesay, L. B. (2020). Embracing E-Government During the Covid-19 Pandemic and Beyond: Insights from the Gambia. *Global Journal of Management And Business Research*. Online ISSN: 2249-4588 & Print ISSN: 0975-5853
- Bojang, M. B., & Ceesay, L. B. (2020). Embracing E-Government During the Covid-19 Pandemic and Beyond: Insights from the Gambia. *Global Journal of Management And Business Research & ۴۵۸۸-۲۲۴۹*. Print ISSN: 0975-5853
- Capistrano, E. P. (2020). Determining e-Government Trust: An Information Systems Success Model Approach to the Philippines' Government Service Insurance System (GSIS), the Social Security System (SSS), and the Bureau of Internal Revenue (BIR). *Philippine Management Review*, 27, 57-78.
- Chuan, C. L., & Penyelidikan, J. (2006). Sample size estimation using Krejcie and Morgan and Cohen statistical power analysis: A comparison. *Jurnal Penyelidikan IPBL*, 7(1), 78-86.
- Colesca, S. E. (2009). Understanding trust in e-government. *Engineering Economics*, 63(4).
- Demoulin, N. T., & Coussement, K. (2020). Acceptance of text-mining systems: The signaling role of information quality. *Information & Management*, 57(1), 103120.
- Fakhoury, R., & Aubert, B. (2015). Citizenship, trust, and behavioural intentions to use public e-services: The case of Lebanon. *International Journal of Information Management*, 35(3), 346-351
- Fassnacht, M., & Koese, I. (2006). Quality of electronic services: conceptualizing and testing a hierarchical model. *Journal of service research*, 9(1), 19-37.
- Gorla, N., Somers, T. M., & Wong, B. (2010). Organizational impact of system quality, information quality, and service quality. *The Journal of Strategic Information Systems*, 19(3), 207-228.
- Gracia, D. B., & Arino, L. C. (2015). Rebuilding public trust in government administrations through e-government actions. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 19(1), 1-11.
- Greer, S. L., King, E. J., da Fonseca, E. M., & Peralta-Santos, A. (2020). The comparative

- Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100-110.
- McKnight, D. H., Lankton, N. K., Nicolaou, A., & Price, J. (2017). Distinguishing the effects of B2B information quality, system quality, and service outcome quality on trust and distrust. *The Journal of Strategic Information Systems*, 26(2), 118-141
- Pearson, A., Tadisina, S., & Griffin, C. (2012). The role of e-service quality and information quality in creating perceived value: antecedents to web site loyalty. *Information Systems Management*, 29(3), 201-215.
- Phuong, N. N. D., & Dai Trang, T. T. (2018). Repurchase intention: The effect of service quality, system quality, information quality, and customer satisfaction as mediating role: a PLS approach of m-commerce ride hailing service in Vietnam. *Marketing and Branding Research*, 5(2), 78.
- Ribbink, D., van Riel, A.C.R., Liljander, V. and Streukens, S. (2004), "Comfort your online customer: quality, trust and loyalty on the internet", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 14 No. 6, pp. 446-456.
<https://doi.org/10.1108/09604520410569784>
- Risk, A., & Dzenowagis, J. (2001). Review of internet health information quality initiatives. *Journal of medical Internet research*, 3(4), e28.
- Rowley, J. (2006) An analysis of the e-service literature: towards a research agenda. *Internet Research*, 16 (3), 339-359
- Serafica, R. B., Quimba, F. M. A., & Cuenca, J. S. (2020). Costs and Benefits of New Disciplines on Electronic Commerce.
- Suprpto, W., Tarigan, Z. J. H., & Basana, S. R. (2017, July). The influence of ERP system to the company performance seen through innovation process, information quality, and information sharing as the intervening variables. In *Proceedings of the 2017 International Conference on Education and Multimedia Technology* (pp. 87-91)
- Theodosiou, M., Katsikea, E., Samiee, S., & Makri, K. (2019). A comparison of formative versus reflective approaches for the measurement of electronic service quality. *Journal of Interactive Marketing*, 47, 53-67.
- Tiefenbacher, K., & Olbrich, S. (2015). government services: An empirical study in Pakistan, *Technology in Society* (2020), doi: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101400>.
- Khan, S., Umer, R., Umer, S., & Naqvi, S. (2020). Antecedents of trust in using social media for E-government services: An empirical study in Pakistan. *Technology in Society*, 101400^{۱۳-۱}.
- Khan, S., Umer, R., Umer, S., & Naqvi, S. 2020, Antecedents of trust in using social media for E-government services: An empirical study in Pakistan. *Technology in Society*, 64, 101400.
- Kim, Y. (2016). Trust in health information websites: A systematic literature review on the antecedents of trust. *Health informatics journal*, 22(2), 355-369.
- Kurfalı, M., Arifoğlu, A., Tokdemir, G., & Paçın, Y. (2017). Adoption of e-government services in Turkey. *Computers in Human Behavior*, 66, 168-178.
- Kye, B., & Hwang, S. J. (2020). Social trust in the midst of pandemic crisis: Implications from COVID-19 of South Korea. *Research in social stratification and mobility*, 68, 100523.
- Latorre Guillem, M. A. (2020). The Customer Orientation Service of Spanish Brokers in the Insurance Industry: The Advisory Service of the Insurance Distribution Channel Bancassurance. *Sustainability*, 12(7), 2970.
- Lee, S., Lee, Y., Lee, J. I., & Park, J. (2015). Personalized e-services: consumer privacy concern and information sharing. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 43(5), 729-740.
- Li, S., & Lin, B. (2006). Accessing information sharing and information quality in supply chain management. *Decision support systems*, 42(3), 1641-1656.
- Li, Y., & Shang, H. (2020). Service quality, perceived value, and citizens' continuous-use intention regarding e-government: Empirical evidence from China. *Information & Management*, 57(3), 103197.
- Manda, M. I., & Backhouse, J. (2016, May). Addressing trust, security and privacy concerns in e-government integration, interoperability and information sharing through policy: a case of South Africa. In *CONF-IRM* (p. 67).
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of

Increasing the level of customer orientation-
A big data case study from insurance industry
Welch, E. W., Hinnant, C. C., & Moon, M. J.
(2005). Linking citizen satisfaction with e-
government and trust in government. *Journal
of public administration research and theory*,
15(3), 371-391.