

عنوان مقاله:

تاثیر توانایی هوش تجاری، یادگیری شبکه و نوآوری در خدمات بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی تجارت الکترونیک در صنعت بیمه

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات، مدیریت و کامپیوتر (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

مرصیه سادات محمودی - گروه مدیریت، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران ایران

سیدعلی اکبر احمدی - گروه مدیریت منابع انسانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

احمد اصلی زاده - گروه مدیریت، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهر ری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران ایران

خلاصه مقاله:

امروزه صنایع خدماتی نقش اساسی و مهمی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها ایفا می کنند و در این میان نقش و اهمیت جایگاه صنعت بیمه به عنوان صنعت مولد و حمایت کننده از صنایع دیگر بر کسی پوشیده نیست. از سوی دیگر جهان بیمه به سرعت در حال تغییر و تحول و رقابتی شدن است و لازمه پیشرفت، ادامه حیات و باقی ماندن در صحنه، درک درست نیازهای مشتریان و جلب رضایت آنان می باشد. هدف از انجام این پژوهش تاثیر توانایی هوش تجاری، یادگیری شبکه و نوآوری در خدمات بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی تجارت الکترونیک در صنعت بیمه است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی پیمایشی است جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان شرکت های صنعت بیمه بوده و با توجه به نامعلوم بودن تعداد آنها برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که تعداد نمونه ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد که با توزیع ۴۰ پرسشنامه ۳۸۴ مورد پرسشنامه با روش تصادفی در دسترس توزیع و پس از جمع آوری مورد استفاده قرار گرفت. در پژوهش حاضر برای گردآوری داده ها از روش میدانی و کتابخانه ای استفاده شده است استفاده شد، ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه پنج گزینه ای لیکرت بوده است. اعتبار پرسشنامه از روش اعتبار محتوا و اعتبار صوری استفاده شده است و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه گردیده است که پایایی کل آن برابر با ۰/۸۹ می باشد. برای آزمون فرضیات پژوهش از روش مدل سازی معادلات ساختاری و نرم افزار SmartPLS ۴ استفاده شد. یافته های تحقیق نشان داد هوش تجاری، یادگیری شبکه و همچنین نوآوری در خدمات تاثیر معناداری بر عملکرد سازمانی شرکت های بیمه داشته و تجارت الکترونیک در نقش میانجی می تواند بر عملکرد سازمانی شرکت های بیمه تاثیرگذار باشد.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، یادگیری شبکه، نوآوری در خدمات، عملکرد سازمانی، تجارت الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2084353>

