

عنوان مقاله:

بکارگیری و تأثیر ابزارهای تجارت الکترونیک در افزایش ضریب نفوذ بیمه

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد در قرن 21 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

محسن مرادی - استادیار دانشگاه امام رضا مشهد

فاطمه حقدادی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد- واحد نیشابور

محمد اکبری - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد - واحد نیشابور

خلاصه مقاله:

این تحقیق از حیث هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی- پیمایشی می باشد و از نظر ارتباط بین متغیر ها از نوع همبستگی است. برای جمع آوری اطلاعات مربوط به آزمون فرض ها از چک لیست فناوری اطلاعات استفاده شد. در این مقاله محقق به بررسی استفاده از ابزارهای تجارت الکترونیک در شرکتهای بیمه دولتی و خصوصی پرداخت. لذا جامعه مورد پژوهش، 32 شرکت فعال در امر بیمه شامل شرکت های بیمه دولتی و خصوصی کشور بوده است. با استفاده از نمونه گیری تصادفی ساده چند شرکت بیمه دولتی و خصوصی (5 شرکت) به عنوان نمونه انتخاب شد و ابزارهای مؤثر بر افزایش ضریب نفوذ بیمه در این شرکتها از طریق چک لیست فناوری اطلاعات توسط محقق مورد ارزیابی قرار گرفت و میزان بکارگیری این ابزار و تاثیر آن در افزایش ضریب نفوذ بررسی شد. بعد از جمع آوری اطلاعات، داده ها با نرم افزار SPSS نسخه 18 مورد آنالیز قرار گرفت. سپس در بخش استنباطی از آزمون نیکوین برازش کلموگروف اسمیرنف برای آزمون نرمال بودن توزیع متغیرها استفاده شد و همچنین با آزمونهای همبستگی و رگرسیون فرضیات پژوهش آزمون شدند. نتایج نشان داد که وب سایت، پورتال اینترنتی و بیمه الکترونیک موجب افزایش ضریب نفوذ بیمه می شود.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، ضریب نفوذ بیمه، وب سایت، پورتال اینترنتی، بیمه الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/508768>

