

عنوان مقاله:

ارزیابی وضعیت هوش تجاری شرکت بیمه ایران با تمرکز بر بیمه حوادث مطالعه موردی: شعب شرکت بیمه ایران شهر مشهد

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

مرتضی صالحی - دانشجو کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، گرایش بیمه، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران

احمد ناطق گلستان - دانشیار و عضو هیات گروه مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش، ارزیابی وضعیت هوش تجاری شرکت بیمه ایران با تمرکز بر بیمه حوادث (مطالعه موردی: شعب شرکت بیمه ایران شهر مشهد) میباشد. جامعه آماری پژوهش تمامی مدیران نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد میباشد، که تعداد آن ها طبق آمارها وجود برابر 250 نفر از مدیران در شعب بیمه ایران در سراسر شهر مشهد میباشد و حجم نمونه طبق فرمول کوکران برابر 162 نفر میباشد. بدین منظور با مراجعه به تحقیقات انجام گرفته، ابعاد مرتبط با مفهوم هوش تجاری در شرکت ها ی بیمه ای شناسایی شد و بر مبنای این ابعاد، پرسشنامه های هوش تجاری پروویچ (2012) (که شامل 5 بعد (یکپارچگی دادهها، قابلیت تحلیلی اطلاعات، کیفیت محتوای اطلاعات، کیفیت دسترسی به اطلاعات، فرایند تصمیمگیری تحلیلی، استفاده از اطلاعات در فرآیند تصمیمگیری) و 31 گویه است، استفاده گردید و روایی آن از طریق خبرگان رشته مدیریت، مورد تایید قرار گرفت که پایایی آن بر اساس آزمون ضریب آلفای کرونباخ برابر با (0/98) میباشد. نتایج حاصل از بررسی وضعیت ابعاد فوق در شرکت بیمه ایران حاکی از این است که ابعاد (یکپارچگی دادهها، قابلیت تحلیلی اطلاعات، کیفیت محتوای اطلاعات، کیفیت دسترسی به اطلاعات، استفاده از اطلاعات در فرآیند تصمیمگیری) از وضعیت مطلوب برخوردارند و بعد (فرایند تصمیمگیری تحلیلی) از دید پاسخ دهندگان در وضعیت نامطلوب قرار دارند.

کلمات کلیدی:

هوش، هوش تجاری، شعب بیمه ایران؛ شهر مشهد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/577145>

