

بررسی رابطه قابلیت‌های فناوری اطلاعات و مدیریت ارتباط با مشتری با عملکرد نمایندگی‌های بیمه

(مورد مطالعه: نمایندگی‌های بیمه ایران در استان خراسان رضوی)

سرور طوسی

چکیده

در این پژوهش به بررسی رابطه قابلیت‌های فناوری اطلاعات و مدیریت ارتباط با مشتری، با عملکرد نمایندگی‌های بیمه ایران در استان خراسان رضوی پرداخته شده است. با توجه به نقش برجسته فناوری اطلاعات و روند رو به رشد استفاده از آن در دنیای امروزی و همچنین اهمیت مدیریت ارتباط با مشتری، ضرورت بررسی و مطالعه در این دو حوزه و بررسی میزان تعامل آنها با یکدیگر برای افزایش عملکرد سازمان‌ها امری ضروری به نظر می‌رسد. چرا که چنانچه سازمانی بخواهد در دنیای پر سرعت و رقابت امروز به فعالیت خود ادامه دهد و حتی از رقبای پیشی گرفته و نسبت به آنها مزیت رقابتی بدست آورد ناگزیر به استفاده از فناوری اطلاعات درون سازمان خود است. این پژوهش با توجه به هدف، کاربردی و از نظر ماهیت پژوهش از نوع توصیفی (پیمایشی- همبستگی) است. جامعه آماری شامل تمامی نمایندگی‌های بیمه ایران در استان خراسان رضوی به تعداد ۳۸۳ نمایندگی می‌باشد. نمونه پژوهش شامل کارکنان (کارکنان عمومی و مدیران) که در نمایندگی‌های بیمه در بخش‌های فناوری اطلاعات و مدیریت ارتباط با مشتری مشغول به کار هستند (۱۹۳) می‌باشد که پرسشنامه‌ها در بین آنها توزیع شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که بین قابلیت‌های فناوری اطلاعات و عملکرد نمایندگی‌های بیمه رابطه مثبت و معنی‌داری ($t=8/892$; $\text{Sig}=0/000 < 0/05$) و همچنین بین مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد نمایندگی‌های بیمه ارتباط منفی و معنادار وجود دارد ($t=-2/244$; $\text{Sig}=0/027 < 0/05$).

واژه‌های کلیدی: قابلیت‌های فناوری اطلاعات، مدیریت ارتباط با مشتری، عملکرد نمایندگی‌های بیمه