

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط معیارهای حاکمیت شرکتی و مشتری مداری شرکت های بیمه

محل انتشار:

بیست و یکمین همایش ملی و هفتمین همایش بین المللی بیمه و توسعه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

مهدی کمالی - کارشناس ارشد حسابداری، مدیر گروه حسابداری دانشگاه علمی کاربردی گروه صنعتی انتخاب و کارشناس بیمه آسیا

محمد ابراهیمی - دانشجوی دکتری حسابداری، مدیر گروه حسابداری، عضو هیئت علمی و مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، اصفهان

خلاصه مقاله:

حاکمیت شرکتی مجموعه قوانین، مقررات، ساختارها و سیستم هایی است که موجب دستیابی به هدف های شفافیت، عدالت، رعایت حقوق ذینفعان و پاسخگویی می شود. با توجه به این تعریف در صورت استقرار حاکمیت شرکتی در صنعت بیمه، منافع مشتریان تا حد زیادی تامین شده و میزان رضایت مندی آنها افزایش قابل ملاحظه ای خواهد یافت. با توجه به آثار ارزشمند حاکمیت شرکتی بر ارتقای کیفیت خدمات شرکت های بیمه، این پژوهش ارتباط میان متغیرهای حاکمیت شرکتی (شامل مدیران بیرونی و دوگانگی مدیر عامل) و متغیرهای مشتری مداری (شاخص های دسترسی مشتریان به خدمات بیمه ای و مشتری مداری) را با استفاده مدل رگرسیونی داده های ترکیبی واحدهای مقطعی و سری زمانی برای شرکت های بیمه پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مورد بررسی قرار داده است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که دو متغیر حاکمیت شرکتی (درصد مدیران بیرونی و دوگانگی مدیر عامل) به طور مشابه بر سه متغیر از متغیرهای مشتری مداری شامل: درصد کارمندان لیسانس به بالا به کل کارکنان شرکت، استان های دارای شعبه به کل استان های کشور و شکایات واصله به ازای هر میلیون بیمه نامه و پرونده خسارت تاثیر گذار است.

کلمات کلیدی:

حاکمیت شرکتی، مشتری مداری، شرکت بیمه، تیوری نمایندگی، شفافیت، پاسخگویی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825761>

