

ارزیابی عملکرد نمایندگی های شرکت های بیمه با استفاده از ترکیب شاخص های تعالی سازمانی و روش تحلیل پوششی داده

عابدین کاظمی^۱، مسعود حسین میرزایی نبی^{۲*}

۱- کارشناس ارشد مدیریت دولتی-گرایش مدیریت نیروی انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، مدیرکل امور

مدیران بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی

۲- دانشجوی دکتری مدیریت دولتی-گرایش مدیریت منابع انسانی، دانشگاه تهران-دانشکده مدیریت، مدیر آموزش و

ارزیابی عملکرد مدیران بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی

mas.mirzaei@gmail.com

چکیده

استفاده از روش ارزیابی عملکردی که بتواند به دقت واحدهای کارا را از ناکارا تفکیک سازد از اهمیت بسیاری برخوردار است. لذا در این تحقیق ترکیب شاخص های تعالی سازمانی و روش تحلیل پوششی داده ها به عنوان روش ارزیابی نمایندگی های حقوقی شرکت های بیمه مورد استفاده قرار گرفت. شاخص های مدل اروپایی تعالی سازمانی به عنوان ورودی ها و خروجی های مدل تحلیل پوششی داده ها در نظر گرفته شدند. با استفاده از پرسشنامه خبرگان صنعت بیمه، ضریب اهمیت هر معیار مدل تعالی سازمانی به روش آنتروپی شانون تعیین گردید. سپس با نمره های حاصل از پرسشنامه دوم، عملکرد ۳۵ نمایندگی حقوقی شرکت بیمه مورد بررسی، ارزیابی گردید. نتایج تحقیق نشان داد که ترکیب مدل تعالی سازمانی به عنوان یک مدل کیفی و مدل تحلیل پوششی داده ها به عنوان یک مدل کمی، مدل مناسبی برای ارزیابی عملکرد می باشد. با استفاده از مدل بازده ثابت به مقیاس روش تحلیل پوششی داده ها، در ارزیابی عملکرد نمایندگی های شرکت های بیمه، تمایز میان واحدهای کارا و ناکارا با دقت بالاتری صورت می گیرد. همچنین نتایج نشان دادند که دو حالت ورودی محور و خروجی محور مدل تحلیل پوششی داده ها در سنجش کارایی نمایندگی های بیمه به نتایج یکسانی منجر می گردند.

واژگان کلیدی: ارزیابی عملکرد، تعالی سازمانی، تحلیل پوششی داده ها، نمایندگی های بیمه، کارایی

۱- مقدمه

در جهان امروز، بیمه از مهمترین بخش های اقتصادی در جامعه است که علاوه بر تسهیل روابط بین الملل در پیشگیری از تحقق ریسک و نیز تامین آرامش خاطر برای فعالیت های مختلف، نقش شگرفی را ایفا می نماید (دعایی و فرخانی، ۱۳۸۸). از سوی دیگر می توان صنعت بیمه را یکی از صنایع با ارزش هر جامعه ای برشمرد که خود به نوعی باعث توسعه آن جامعه خواهد شد. امروزه در تمامی جوامع توسعه گرا، بیمه را عاملی مهم در توسعه کشورها می دانند؛ زیرا معتقدند بیمه در رشد بخش های مختلف اقتصادی نقش برجسته ای ایفا می کند و با پوشش خسارات ناشی از انجام فعالیت های اقتصادی و توسعه ای جامعه، انگیزه سرمایه گذاری را نیز افزایش می دهد (جوهردهشتی و همکاران، ۱۳۸۳). بنابراین لازمه توسعه روزافزون صنعت بیمه در کشور، گسترش فروش محصولات بیمه ای شرکت های بیمه می باشد. از سوی دیگر، در موسسات مالی مانند بیمه و بانک که به نحوی جریان فعالیت هایشان براساس آورده نقدی و یا سرمایه گذاری مشتریان است، رضایت مشتریان در کسب مزیت رقابتی و افزایش سودآوری آنها اهمیت بسزایی دارد. از آنجایی که نیروی انسانی شرکت های بیمه در تماس مستقیم با بیمه گذاران بوده و نحوه برخورد آنها تاثیر مستقیم بر سطح رضایتمندی و دیدگاه مشتریان از شرکت دارد، لذا تعیین سیستمی برای ارزیابی عملکرد نیروی انسانی شرکت های بیمه از اهمیت ویژه ای برخوردار است.