



ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

بررسی تاثیر بازارگرایی بر عملکرد تجاری در صنعت بیمه

سمیه صائب نیا^ا، امین بلالی^ب، سارا سعادت^ج

^ا مدرس و عضو شورای پژوهش و فناوری مرکز آموزش علمی کاربردی سازمان مدیریت صنعتی استان اردبیل، ایران

^ب دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، ایران

^ج کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار گرایش سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات، دانشگاه شهید باهنر، کرمان، ایران.

نویسنده مسئول: سمیه صائب نیا، s.saebniya@gmail.com

چکیده: هدف از تحقیق حاضر بررسی تاثیر بازارگرایی بر عملکرد تجاری در صنعت بیمه می‌باشد. از لحاظ هدف، تحقیق حاضر از نوع کاربردی، از لحاظ نوع روش، توصیفی و همبستگی می‌باشد و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات روش تحقیق مورد نظر میدانی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه مدیران سازمان تأمین اجتماعی استان اردبیل می‌باشد که تعداد آنها برابر ۲۱۲ نفر می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه کارکنان از جدول مورگان استفاده شد و تعداد نمونه آماری برابر ۱۳۲ نفر بدست آمد که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه عملکرد کسب و کار هالی و همکاران، پرسشنامه بازارگرایی نرور و اسلاتر استفاده شد. داده‌ها با نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲ تحلیل شد و برای تحلیل فرضیات از معادلات رگرسیون ساده و چندگانه استفاده شد. نتایج نشان داد که تاثیر بازارگرایی بر عملکرد تجاری در صنعت بیمه تاثیر معنی داری دارد.

کلمات کلیدی: بازارگرایی، عملکرد تجاری، صنعت بیمه