

## رابطه بین هویت برند و عملکرد کارکنان در شعبات بیمه پاسارگاد استان گلستان

نادر قائمی نژاد<sup>۱</sup>، علیرضا معطوفی<sup>۲</sup>

۱- کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.

۲- استادیار، گروه مدیریت، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.

### چکیده

امروزه بنا به دلایل بسیاری، برندها به لحاظ نوع محصول یا خدماتی که ارائه می‌دهند، مانند هم عمل می‌کنند. شرکت‌های بیمه نیز از این قاعده مستثنا نیستند. در چنین وضعیتی، فقط شرکت‌هایی می‌توانند خود را متمایز جلوه دهند که هویتی ویژه، مشخص و از پیش تعریف شده داشته باشند. سؤال این است که بین هویت برند با عملکرد کارکنان چه رابطه‌ای وجود دارد. پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین هویت برند و عملکرد کارکنان در شعبات بیمه پاسارگاد استان گلستان انجام شده است. این تحقیق از نوع توصیفی است همچنین برای جمع‌آوری اطلاعات از دو پرسشنامه هویت برند باتاجاریا و سن ۲۰۰۳ و پرسشنامه عملکرد کارکنان هرسی و گلداسمیت ۱۹۸۰ استفاده گردیده است. جامعه آماری در این تحقیق شامل کارکنان شعبات بیمه پاسارگاد استان گلستان که ۲۵ نفر هستند می‌باشد. به این دلیل که حجم جامعه آماری محدود بود حجم نمونه به صورت تمام شما لحاظ گردید. در این تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS به بررسی متغیرها و تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شد و نتایج نشان داد که بین هویت برند و عملکرد کارکنان رابطه وجود دارد و فرضیه مورد تایید قرار گرفت و بین دو متغیر رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی: هویت، برند، عملکرد کارکنان، بیمه، پاسارگاد، ارزیابی

<sup>۱</sup> نویسنده مسئول مکاتبات، پست الکترونیکی: nader.ghaeminezhad@gmail.com