

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل تاثیرگذار بر بازارگرایی بر اساس تکنولوژیهای نوین در صنعت بیمه به منظور ارائه الگو
Identifying the factors influencing market orientation based on new technologies in the insurance industry in order to provide a model

محل انتشار:

فصلنامه اقتصاد مالی، دوره 14، شماره 53 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

مقداد فرج پور - گروه مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

عباس صالح اردستانی - گروه مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه آشفته‌گی و نوسان در بازار سرمایه موجب سوق دادن گرایش شرکت‌ها به سمت بازارگرایی شده است. هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل تاثیرگذار بر بازارگرایی بر اساس تکنولوژی‌های نوین در صنعت بیمه بر اساس الگوی رویکرد پزوه‌ش‌آمیخته و روش‌های کمی و کیفی است. جامعه آماری در بخش کیفی متشکل از ۱۲ مصاحبه با خبرگان و اساتید دانشگاهی منتخب و متخصص در صنعت بیمه و در دو مرحله انجام شده است. در بخش کمی حجم نمونه شامل مدیران عالی، میانی و اجرایی در صنعت بیمه و بر اساس روش احتمالی ۳۴۵ نفر تعیین شد. جمع‌آوری داده‌ها به روش پرسشنامه پس از روایی و پایایی صورت گرفته و با استفاده از SPSS و Lisrel تجزیه و تحلیل شد. نتایج پژوهش و اهمیت آن در بازارگرایی بر رویکرد تکنولوژی‌های نوین به ترتیب ویژگی‌های شخصیتی مشتریان، مدیریت، کانال ارتباطی، پشتیبانی مالی، دانش فناوری، تحلیل شرایط بازار می باشد. نتایج فرضیه‌های تحقیق حاکی از تاثیر ابعاد مدیریت، ویژگی‌های شخصیتی مشتریان، پشتیبانی مالی، دانش فناوری و تحلیل شرایط بازارگرایی بر رویکرد تکنولوژی‌های نوین در عملکرد شرکت‌ها می باشد. نتایج حاصل از مدل ساختاری بعد از دانش فناوری و بازارگرایی بر رویکرد تکنولوژی‌های نوین تاثیر مستقیم و بعد از آن شرایط بازارگرایی بر رویکرد تکنولوژی‌های نوین دارای کمترین اثر بر عملکرد شرکت‌ها می باشد.

کلمات کلیدی:

واژه‌های کلیدی: بازارگرایی، تکنولوژی‌های نوین، صنعت بیمه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1569688>

