

عنوان مقاله:

بررسی نقش هوش کسب و کار در ارتقای عملکرد رفتاری مشتریان شرکت بیمه ایران با میانجیگری قابلیت بازاریابی (مورد مطالعه: شرکت بیمه ایران آذربایجان شرقی)

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی نوآوری، رشد و توسعه در مدیریت، حسابداری و علوم انسانی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

هادی همیتیان - کارشناس ارشد رشته مدیریت کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر

احد شهنازبان - استادیار گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر

خلاصه مقاله:

هدف کلی پژوهش حاضر بررسی نقش هوش کسب و کار در ارتقای عملکرد رفتاری مشتریان شرکت بیمه ایران با میانجیگری قابلیت بازاریابی (مورد مطالعه: شرکت بیمه ایران آذربایجان شرقی) می باشد جامعه آماری پژوهش مشتریان دفاتر بیمه ایران در استان آذربایجان شرقی و به تعداد ۲۴۲ نمایندگی و حدوداً ۳۸۰۰۰ مشتری می باشد و نمونه آماری با مدل معادلات ساختاری و به تعداد ۳۶۰ نفر مشخص گردید. برای جمع آوری اطلاعات از نمونه آماری و به منظور آزمون فرضیه های تنظیم شده این تحقیق پرسشنامه های عملکرد رفتاری مشتریان توسط سگرا و همکاران، پرسشنامه هوشمندی کسب و کار توسط دشامپس و نایاک و پرسشنامه قابلیت های بازاریابی آتاهن - گیما مشتمل بر ۳۳ سؤال و ۶ مولفه استفاده شده است. ضرایب آلفای کرونباخ این تحقیق برای پرسشنامه های فوق بالاتر از ۰/۷ بدست آمد. فرضیه های تحقیق با مدل معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار SPSS و Smart PLS مورد آزمون قرار گرفت. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که هوش کسب و کار در عملکرد رفتاری مشتریان و قابلیت های بازاریابی تاثیر مثبت و معنادار داشته و همچنین قابلیت های بازاریابی بر عملکرد رفتاری مشتریان مثبت و معنادار دارد. و ضمن اینکه هوش کسب و کار در ارتقای عملکرد رفتاری مشتریان شرکت بیمه ایران با میانجیگری قابلیت بازاریابی شرکت بیمه ایران آذربایجان شرقی تاثیر مثبت دارد.

کلمات کلیدی:

هوش کسب و کار، عملکرد رفتاری مشتریان، قابلیت های بازاریابی، بیمه ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1930669>

