

ارزیابی نقش بازارگرایی داخلی بر عملکرد شرکت بیمه ایران با توجه به نقش واسطه تعهد سازمانی کارکنان

شاهین صفری^{۱*}

هادی مرشدی^۲

علی شفیعی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۲۵ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۳/۰۳

چکیده

در تحقیق حاضر ارزیابی نقش بازارگرایی داخلی بر عملکرد شرکت بیمه ایران با توجه به نقش واسطه تعهد سازمانی کارکنان سنجیده شده است. این تحقیق به لحاظ روش از نوع تحقیقات علی همبستگی و بر مبنای هدف، کاربردی می باشد. برای جمع آوری داده های این پژوهش، از پرسش نامه استفاده شده است که پرسش نامه ها بین مدیران ارشد و میانی شرکت بیمه ایران توزیع و پس از تکمیل، ۱۰۸ مورد جمع آوری گردیده است. تجزیه و تحلیل داده ها با تکنیک مدل یابی معادلات ساختاری و استفاده از نرم افزار LISREL انجام شده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد که ابعاد بازارگرایی داخلی (پرداخت پاداش، توسعه کارکنان و چشم انداز سازمانی) بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معنا دارد. به علاوه تعهد سازمانی در تاثیر گذاری بازارگرایی داخلی بر عملکرد شرکت نقش تعدیلی مطلوبی دارد.

واژگان کلیدی

بازارگرایی داخلی، عملکرد شرکت، تعهد سازمانی کارکنان، بیمه ایران

۱. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین، ایران. (safari.insurance@yahoo.com)

۲. دکتری، گروه آموزش سلامت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین، ایران. (hadimorshedity@gmail.com)

۳. دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین، ایران. (ali.shafiei@live.com)