

چکیده

امروزه با رقابتی شدن بازارها و تغییرات پیوسته محیط، سازمان‌ها به این واقعیت پی برده‌اند که دیگر مانند گذشته با یک نظام اقتصادی رو به گسترش و بازارهای در حال رشد روبرو نیستند. اهمیت ایجاد هویت برای برند به منظور موفقیت در بازارهای رقابتی کنونی امری ضروری به نظر می‌رسد. ضرورت توجه به هویت برند در زمانی که رقابت شدید باشد، دو چندان می‌شود. چرا که در فضای رقابت شدید، رقبا برای جذب مشتریان جدید و همچنین جلب توجه مشتریان رقابت به شدت با یکدیگر به رقابت می‌پردازند. در سال‌های اخیر رقابت در صنعت بیمه کشور با تأسیس شرکت‌های بیمه جدید افزایش یافته است. همچنین با وجود رقابتی متعدد در این بازار حق انتخاب مشتریان در سازمان افزایش می‌یابد و مشتریان به راحتی می‌توانند از میان برندهای مختلف برند برتر را انتخاب نمایند و در صورت نارضایتی، برند مورد استفاده خود را تغییر دهند. از طرفی در یک سازمان خدماتی، انتقال نام تجاری شرکت اغلب به طور موثر وابسته به ارائه ارزش‌های اصلی شرکت به مشتریان توسط کارکنان می‌باشد. بنابراین شرکت‌های بیمه بایستی در استراتژی‌های خود مسأله برند و علی‌الخصوص هویت برند را مورد توجه قرار دهند. در این راستا، هدف از تحقیق حاضر به دست آوردن درک بهتر از اثرات مدیریت هویت برند شرکت است. و به طور خاص، این تحقیق به ارزیابی و سنجش تاثیر هویت برند بر شفافیت نقش، وفاداری کارکنان و تعهد کارکنان و همچنین به سنجش تاثیر شفافیت نقش، وفاداری کارکنان و تعهد کارکنان بر عملکرد شرکت پرداخت. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر هویت برند (نام تجاری) بر عملکرد شرکت در صنعت بیمه است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی بوده و بر اساس روش گردآوری داده‌ها، تحقیق توصیفی و از نظر روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نوع همبستگی و معادلات ساختاری محسوب می‌گردد.

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل نمایندگان شرکت سهامی بیمه ایران در استان گیلان است که تعداد آنان ۳۱۶ نماینده می‌باشد. برای جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه به کار گرفته شد. برای آزمون فرضیات پژوهش از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که هویت برند شرکت بر شفافیت نقش کارکنان، وفاداری کارکنان و تعهد کارکنان موثر است و همچنین شفافیت نقش کارکنان، وفاداری کارکنان و تعهد کارکنان بر عملکرد شرکت موثر می‌باشند.

واژگان کلیدی: هویت برند، شفافیت نقش کارکنان، وفاداری کارکنان، تعهد کارکنان، عملکرد شرکت