

# رابطه بازارگرایی و عملکرد نوآوری با توجه به نقش تعدیل‌گری ساختار مالکیت شرکت‌ها (مطالعه موردی: شرکت‌های بیمه شهرستان رشت)

مأده اسلوب\*, علیرضا فرخ بخت فومنی,

1395-6-31

به علت وجود تحولات اخیر در صنعت بیمه و گرایش بازار به سوی رقابت‌پذیری، بازارگرایی و نوآوری سازمانی در شرکت‌های بیمه برای کسب سطح مطلوب کارکرد، بیش از پیش اهمیت می‌یابد. با توجه به این که از نوآوری به عنوان مهم‌ترین عامل موثر بر کسب مزیت رقابتی در سازمان‌ها یاد می‌شود، هدف تحقیق حاضر تبیین رابطه بازارگرایی و عملکرد نوآوری با توجه به نقش تعدیل‌گری ساختار مالکیت نمایندگی‌های شرکت‌های بیمه در شهرستان رشت است. تحقیق حاضر با توجه به هدف از نوع تحقیقات کاربردی بوده و با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی و از نوع پیمایشی است. عملکرد نوآوری در این تحقیق شامل نوآوری در محصول، نوآوری در شرکت و نوآوری در فرآیند است. جامعه آماری این تحقیق شامل 579 نمایندگی از 16 شرکت بیمه در شهرستان رشت است. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و آزمون نمونه‌گیری کوکران تعداد 258 نمایندگی شرکت‌های بیمه در شهرستان انتخاب و در نهایت 273 پرسشنامه صحیح جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها انتخاب شد. در این تحقیق برای اندازه‌گیری مولفه‌های بازارگرایی و نوآوری سازمانی از پرسشنامه سونگ و همکاران (2015) استفاده گردید. همچنین به منظور بررسی فرض نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از روش آماری مدلسازی معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل استفاده شده است. در نهایت یافته‌ها نشان داد که: 1- بین بازارگرایی و عملکرد نوآوری در شرکت‌های بیمه ارتباط معنادار وجود دارد و 2- ساختار مالکیت، رابطه بین بازارگرایی و عملکرد نوآوری را تعدیل می‌بخشد. در انتها نیز متناسب با نتایج بدست آمده، پیشنهاداتی ارائه گردید.

کلمات کلیدی: بازارگرایی، مشتری‌گرایی، رقیب‌گرایی، هماهنگی میان وظیفه‌ای، ساختار مالکیت، عملکرد نوآوری، نوآوری در محصول، نوآوری در شرکت و نوآوری در فرآیند.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان‌نامه‌ها](#)