

# بررسی میزان رابطه فاکتورهای شخصی و مدیریتی با انگیزه و تلاش رفتاری نیروی های فروش به منظور فعالیت های هوش بازاریابی در شرکت سهامی بیمه ایران

حجت اله فلکیان \*,181, 181,

1395-11-30

سیستم های اطلاعاتی نقش مهمی در زندگی سازمانی داشته و دنیای کسب و کار، تجارت و مدیریت را دچار گرگونی شگرفی نموده است. سیستم اطلاعات بازاریابی مدیران بازاریابی و فروش را به شناسایی، تفسیر و عکس العمل به علائم رقابتی قادر می سازد. فعالیت های هوشمندی بازاریابی یک جریان مستمر از اطلاعات در رابطه با وقایع گوناگون بازار که ممکن است که بر موقعیت رقابتی شرکت تاثیر بگذارد فراهم می نماید. سوال اصلی تحقیق عبارت است از: فاکتورهای شخصی و مدیریتی در شعب بیمه ایران چه تاثیری بر انگیزه و تلاش های رفتاری کارکنان جهت هوش بازاریابی دارد؟ براین اساس فرضیه اصلی تحقیق اینگونه طرح می شود که فاکتورهای شخصی و مدیریتی در شعب بیمه ایران با انگیزه و تلاش های رفتاری کارکنان جهت هوش بازاریابی تاثیر دارد. جامعه آماری مشتمل بر 166 نمایندگان فروش شرکت سهامی بیمه ایران در استان گیلان شهرستان رشت که از طریق نمونه گیری تصادفی با حجم نمونه محدود از طریق فرمول ککران حجم نمونه 121 تعیین شده است. روش پژوهش، توصیفی- پیمایشی و ابزار اندازه گیری تحقیق پرسشنامه لیون و مرویکا (2015) بوده است. جهت بررسی روایی تحقیق از روایی محتوایی با استفاده از نظر خبرگان بوده است. همچنین جهت سنجش پایایی تحقیق از آزمون کرونباخ استفاده شده است. داده های جمع آوری شده با استفاده از آمار استنباطی از آزمون معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار PLS Smart استفاده شده است و جهت آمار توصیفی متغیرهای اصلی و جمعیت شناختی از نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داده است که تمامی فاکتورهای شخصی بر تلاش رفتاری نمایندگان تاثیر مثبت و معنی داری داشته است ولی از میان فاکتورهای مدیریتی جز سیستم کنترل رفتار، سایر فاکتورهای مدیریتی بر انگیزش نیروی فروش تاثیر مثبت و معناداری داشته است.

کلمات کلیدی : : تلاش رفتاری، انگیزه، تمایل به پیشرفت، تعهد سازمانی، سیستم کنترل رفتاری، مشارکت در تصمیم گیری، بازخورد، تشخیص مدیریتی

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

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)