

تأثیر سرمایه‌ی فکری بر کسب مزیت رقابتی شرکت‌های بیمه استان گیلان با توجه به نقش تعدیل‌گری مشتری‌مداری

حمیده عموزاده *، آقای پیمان علیدوست ذوقی،

1396-6-13

مزیت رقابتی یکی از مولفه‌هایی است که همواره تمامی سازمان‌ها اعم از خدماتی یا تولیدی به دنبال افزایش آن هستند. در این میان با توجه به رقابت زیاد بین شرکت‌های بیمه، این شرکت‌ها نیز همواره در صدد افزایش آن هستند. از این رو هدف اصلی این تحقیق تأثیر سرمایه‌ی فکری بر کسب مزیت رقابتی شرکت‌های بیمه استان گیلان با توجه به نقش تعدیل‌گری مشتری‌مداری است. پژوهش جاری از نوع پژوهش‌های کاربردی و از نظر دسته‌بندی پژوهش بر حسب نحوه‌ی گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی است. جامعه‌ی تحقیق کلیه شرکت‌های بیمه در استان گیلان هستند و تعداد نمونه‌ی مورد مطالعه 32 شرکت است. با توجه به این که حجم نمونه در این تحقیق بسیار محدود است به همین دلیل از روش سرشماری استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه است. برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از تحلیل عاملی تاییدی و مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. نتیجه‌ی آزمون فرضیه‌های تحقیق حاکی از تأثیر مثبت و معنی‌دار سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی ساختاری، سرمایه‌ی ارتباطی و مشتری‌مداری بر کسب مزیت رقابتی شرکت‌های بیمه در استان گیلان بود. در دو فرضیه انتهایی تحقیق نیز نقش تعدیل‌گری مشتری‌مداری در تأثیرگذاری سرمایه‌ی ساختاری بر کسب مزیت رقابتی و همچنین نقش تعدیل‌گری مشتری‌مداری تأثیر سرمایه‌ی ارتباطی بر کسب مزیت رقابتی شرکت‌های بیمه در استان گیلان به تأیید رسیده است.

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: مزیت رقابتی، سرمایه فکری، مشتری‌مداری، بیمه، استان گیلان.

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

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