

تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد مالی شرکت‌های بیمه: نقش میانجی بازارگرایی (مورد مطالعه: نمایندگی‌های بیمه استان گیلان)

عنوان مقاله:

مشخصات نویسندگان مقاله:

دکتر مهرداد گودرزوند چگینی – دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت
محمدرضا تقی زاده جورشری – دانشجوی دکترای مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

چکیده مقاله:

کارآفرینی بعنوان یک پدیده نوین در اقتصاد، در یک گستره وسیع و در تعاملی چندسویه با بازارگرایی، نقشی تعیین کننده در بهبود و ارتقای عملکرد سازمان‌ها ایفاء می‌کند. هدف از انجام این پژوهش ارزیابی تأثیر گرایش کارآفرینی بر عملکرد شرکت‌های بیمه با در نظر گرفتن بازارگرایی بعنوان متغیر میانجی در رابطه بین این دو متغیر است. به این منظور، سه فرضیه تدوین گردید. برای گردآوری اطلاعات لازم جهت آزمون فرضیه‌ها، از پرسشنامه‌ای استاندارد حاوی ۴۲ سؤال در ۹ بعد استفاده شد و بین ۲۶۵ نفر از نمایندگان شرکت‌های بیمه دولتی و خصوصی در سطح استان گیلان، بعنوان جامعه آماری تحقیق توزیع گردید. جهت تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات از روش تحلیل عاملی و تحلیل مسیر بهره گرفته شد. نتایج آزمون فرضیات تحقیق، ضمن تأیید تأثیر بازارگرایی بر عملکرد نشان داد که بطور کلی بین گرایش کارآفرینی و عملکرد بصورت مستقیم و همچنین بواسطه بازارگرایی و بطور غیرمستقیم نیز رابطه معناداری وجود دارد و متغیر بازارگرایی بر این رابطه تأثیر بسزایی می‌گذارد. در انتها نیز متناسب با یافته‌های تحقیق، پیشنهاداتی جهت توسعه گرایش کارآفرینی در شرکت‌های بیمه ارائه گردید.

واژگان کلیدی:

گرایش کارآفرینانه، بازارگرایی، عملکرد مالی.