

چکیده

امروزه شرکت‌ها باید جهت افزایش ظرفیت تقاضا و حفظ مشتریان فعلی، به مبحث نیات رفتاری مشتریان توجه ویژه‌ای داشته باشند. در این راستا تحقیق حاضر برای بررسی و تبیین عوامل موثر بر نیات رفتاری مشتریان شرکت بیمه ما در استان گیلان طراحی شده است. روش تحقیق حاضر توصیفی و از نظر هدف کاربردی محسوب می‌شود. جامعه آماری این تحقیق شامل مشتریان شرکت بیمه ما در استان گیلان بوده و شیوه نمونه‌گیری غیر احتمالی در دسترس است. روش جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق میدانی و ابزار آن پرسشنامه می‌باشد. جهت روایی ابزار تحقیق از روش روایی محتوی و تعیین پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. در نهایت برای تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق از روش مدلسازی معادلات ساختاری با نرم افزار smart pls 2 استفاده شد. نتایج حاصل از تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده نشان داد که ۶۸/۱ درصد از متغیر نیات رفتاری توسط متغیرهای رضایت مشتری، تعهد عاطفی، تصویر شرکت، پیوند اجتماعی، کیفیت خدمات و اعتماد تبیین می‌گردد.

کلمات کلیدی: نیات رفتاری، رضایت مشتری، تعهد عاطفی