

## چکیده

شرکت های بیمه یکی از مهمترین شرکت های خدماتی در هر کشور به شمار می رود که در اقتصاد هر کشور نقش بسزایی دارد. در واقع اصلی ترین رکن در هر سازمان مشتری است و رضایت و تمایل به خرید او از همه چیز حتی از کسب سود هم مهم تر است. بنابراین مهمترین عامل هدف گذاری در برنامه های بهبود کیفیت است و تلاش اصلی هر سازمان در راستای تحقق نیازهای اوست. از این رو هدف اصلی تحقیق بررسی تاثیر ارزش مالی ادراک شده و کیفیت خدمات بر قصد رفتاری با توجه به نقش رضایت مشتری در شرکت های بیمه است. پژوهش جاری از نوع پژوهش های کاربردی و توصیفی است. جامعه آماری پژوهش مشتریان بیمه پاسارگاد در استان گیلان هستند. تعداد نمونه مورد مطالعه شامل ۳۷۱ نفر از مشتریان است. روش نمونه گیری در پژوهش حاضر از نوع نمونه گیری خوشه ای و غیراحتمالی در دسترس است. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده های تحقیق نیز از طریق نرم افزارهای اس پی اس اس و لیزرل انجام گرفت و با رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری تحلیل شد. نتیجه ی فرضیه های پژوهش حاکی از تاثیر ارزش مالی ادراک شده بر رضایت مشتریان و قصد خرید دارد. از طرف دیگر تاثیر کیفیت خدمات ادراک شده بر رضایت مشتریان و قصد خرید نیز تایید شد. همچنین تاثیر رضایت مشتریان بر قصد خرید بود هم مورد تایید قرار گرفت.

## واژگان کلیدی:

قصد رفتاری به خرید، ارزش مالی ادراک شده، کیفیت خدمات ادراک شده، رضایت مشتری.