

خطر و حادثه همواره با زندگی بشر عجین است و بیمه یکی از راهکار هایی است که جوامع امروز برای مواجهه با تهدید های مختلف مورد استفاده قرار می دهند. با توسعه کاربرد بیمه در عصر حاضر، کیفیت عملکرد شرکت های ارائه دهنده بیمه و رضایت مشتریان این شرکت ها به عنوان یک موضوع مهم در پژوهش های مختلف مورد توجه قرار گرفته است و در این پژوهش نیز از زاویه ای دیگر به این موضوع پرداخته شده است. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر میزان نارسایی در ارائه خدمات و رضایت از رسیدگی به شکایات بر اعتبار برند با توجه به نقش تعدیل گری انواع بیمه نامه های خودرو بیمه کوثر در استان گیلان است. روش پژوهش توصیفی - علی و جامعه آماری تحقیق مشتریان نمایندگی های بیمه کوثر در استان گیلان است. روش نمونه گیری در پژوهش حاضر از نوع نمونه گیری غیر احتمالی در دسترس است. روش جمع آوری داده ها و اطلاعات از طریق پرسشنامه صورت پذیرفت که تعداد ۱۸۰ پرسشنامه تجزیه و تحلیل شد. پس از جمع آوری داده ها، جهت ارزیابی روابط بین متغیرها از تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است و به طور کلی کلیه تجزیه و تحلیل داده ها از طریق نرم افزارهای SPSS و PLS انجام شده است. نتیجه فرضیه های تحقیق حاکی از تأثیر مثبت میزان نارسایی در ارائه خدمات بر رضایت از رسیدگی به شکایات، تأثیر مثبت رضایت از رسیدگی به شکایات بر رضایت کلی و اعتبار برند، تأثیر مثبت رضایت کلی بر اعتبار برند و تأثیر منفی نوع بیمه نامه خودرو بر میزان نارسایی در ارائه خدمات، رضایت از رسیدگی به شکایات، اعتبار برند و رضایت کلی می باشد.

واژگان کلیدی : اعتبار برند، رضایت کلی، رضایت از رسیدگی به شکایات، نارسایی در ارائه خدمات،

بیمه.