

چکیده :

این پژوهش باهدف بررسی رابطه بین رضایت مشتری با سودمندی ادراک شده و سهولت استفاده ادراک شده و لذت ادراک شده سازگاری با قصد استفاده از سرویس‌های کاربردی موبایلی بیمه و درنهایت با رضایت مشتریان در بین بیمه‌گذاران بیمه ایران استان گیلان انجام گرفت. بدین منظور از روش پژوهش همبستگی استفاده شده است. جامعه آماری این مطالعه بیمه‌گذاران بیمه ایران بودند، که ۳۸۴ نفر از آن‌ها با استفاده از فرمول جامعه نامحدود (فرمول کوکران) به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند و داده‌های موردنیاز با استفاده از پرسشنامه استاندارد که توسط پروفسور (Chen-Ying Lee) در سال ۲۰۱۵ تهیه شده بود جمع‌آوری گردید و با استفاده از روش آماری همبستگی و تحلیل مسیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد بین سودمندی ادراک شده ویرایش به استفاده رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. و بین سودمندی ادراک شده با رضایت مشتری رابطه مثبت و معناداری وجود ندارد. و بین سهولت استفاده و گرایش به استفاده رابطه مثبت و معناداری وجود ندارد. بین سهولت استفاده و رضایت مشتری رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بین سهولت استفاده و سودمندی ادراک شده رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بین سرگرمی و گرایش به استفاده رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بین سازگاری و گرایش به استفاده رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و بین گرایش به استفاده و رضایت مشتری رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

واژگان کلیدی :

رضایت مشتری، گرایش به استفاده، سودمندی ادراک شده، سهولت استفاده، سازگاری، سرگرمی