

# تبیین عوامل موثر بر خرید مجدد بیمه نامه های مسئولیت (مورد مطالعه: بیمه گذاران بیمه نامه های مسئولیت شرکت سهامی بیمه ایران در استان گیلان)

زهرا عیسی مراد رودبته \*, 218, 218,

1393-11-30

چکیده خط مشی بازاریابی مجموعه ای از اقدامات یکپارچه است که منجر به یک مزیت پایدار و ماندنی می شود در سال های کنونی رشد فزاینده خدمات به صورت یکی از روندهای اصلی در دنیا درآمده است. لذا در همین راستا سعی گردید در این تحقیق بر روی بیمه گذاران بیمه نامه های مسئولیت بیمه ایران استان گیلان و بر روی مدل تحقیقی راجت گرا مطالعه گردد و محقق براساس نتایج تحقیق خود، در جستجوی یافتن راهکارهای مناسب برای بهبود شرایط فروش بیمه نامه می باشد و هدف اصلی تحقیق مشخص کردن رابطه علیت بین متغیرهای کیفیت خدمات نماینده بیمه، رضایت مندی بیمه گذار، ارزش ادراک شده بیمه گذار، با متغیرهای نیت رفتاری بیمه گذاران شامل قصد شکایت بیمه گذار در صورت دریافت خدمات ضعیف نماینده بیمه و قصد توصیه به دیگران بیمه گذار و در نهایت تاثیر کلیه متغیرها بر روی قصد خرید مجدد بیمه گذاران بیمه های مسئولیت بیمه ایران استان گیلان می باشد. از آن جا که یافته های تحقیق براساس نظر خواهی از پاسخ دهندگان به منظور سنجش کیفیت خدمات نمایندگانی بیمه ایران می باشد، لذا پاسخهای پنج گزینه ای (مقیاس لیکرت) طراحی شده است و برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از آمار تحلیلی به دو صورت، آمار توصیفی و استنباطی استخراج گردید. در ابتدا با استفاده از آمار توصیفی، شناختی از وضعیت ویژگی جمعیت شناختی پاسخ دهندگان حاصل شده است و در ادامه در آمار استنباطی این تحقیق، به بررسی روابط علی بین متغیرهای موجود در مدل مفهومی تحقیق پرداخته شد. بر اساس مقدار میانگین متغیرهای عملکردی تحقیق شامل کیفیت خدمات نماینده بیمه، رضایت مندی بیمه گذار، ارزش ادراک شده بیمه گذار و متغیرهای نیت رفتاری بیمه گذاران شامل قصد شکایت بیمه گذار، قصد توصیه به دیگران بیمه گذار و قصد خرید مجدد بیمه گذار، همگی بالاتر از میانگین مورد انتظار (حد متوسط امتیاز 3) بوده اند و این مقادیر در خصوص بیمه گذاران بیمه نامه های مسئولیت بیمه ایران استان گیلان می باشد. لذا این میانگین محاسبه شده نشان دهنده این مطلب است که عوامل فوق در این شرکت بیمه ای در حد بالاتر از متوسط بوده و در وضعیت مطلوب قرار دارند.

کلمات کلیدی : بیمه - مسئولیت

