

تأثیر میزان نارسایی در ارائه خدمات و رضایت از رسیدگی به شکایات بر اعتبار برند با توجه به نقش تعدیل‌گری انواع بیمه‌نامه‌های خودرو (مورد مطالعه بیمه کوثر استان گیلان)

مهدی مودن چی *، 175،

1396-6-8

خطر و حادثه همواره با زندگی بشر عجین است و بیمه یکی از راهکارهایی است که جوامع امروز برای مواجه با تهدیدهای مختلف مورد استفاده قرار می‌دهند. با توسعه کاربرد بیمه در عصر حاضر، کیفیت عملکرد شرکت‌های ارائه دهنده بیمه و رضایت مشتریان این شرکت‌ها به عنوان یک موضوع مهم در پژوهش‌های 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 تعدیل‌گری انواع بیمه‌نامه‌های خودرو بیمه کوثر در استان گیلان است. روش پژوهش توصیفی- علی و جامعه آماری تحقیق مشتریان نمایندگی‌های بیمه کوثر در استان گیلان است. روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر از نوع نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس است. روش جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از طریق پرسشنامه صورت پذیرفت که تعداد 180 پرسشنامه تجزیه و تحلیل شد. پس از جمع‌آوری داده‌ها، 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 داده‌ها از طریق نرم‌افزارهای SPSS و PLS انجام شده است. نتیجه فرضیه‌های 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 بیمه‌نامه خودرو بر میزان نارسایی در ارائه خدمات، رضایت از رسیدگی به شکایات، اعتبار برند و رضایت کلی می‌باشد. واژگان کلیدی: اعتبار برند، رضایت کلی، رضایت از رسیدگی به شکایات، نارسایی در ارائه خدمات، بیمه.

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

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه‌ها](#)