

ارزیابی تاثیر مولفه‌های بازار بر وفاداری مشتریان با نقش واسطه‌گری کنترل تعارض مدیریت (مورد مطالعه: شعب بیمه دانا در استان گیلان)

مصطفی چراغی *، 171،

1396-11-30

پژوهش حاضر با هدف بررسی ارزیابی تاثیر مولفه‌های بازار بر وفاداری مشتریان با نقش واسطه‌گری کنترل تعارض مدیریت در شعب بیمه دانا در استان گیلان انجام گرفته است بطوریکه مولفه‌های بازار (اعتماد، تعهد، ارتباطات) و کنترل تعارض مدیریت و وفاداری مشتری مورد بررسی قرار گرفت. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات میدانی، روش تحقیق در مطالعه حاضر با توجه به شکل بیان فرضیه‌ها توصیفی و تحلیلی از نوع علی است. جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه مدیران و کارشناسان شعب بیمه دانا در استان گیلان و شامل 110 نفر می باشد، جامعه آماری با حجم نمونه 86 نفر می‌باشد. شامل پرسشنامه‌ی طراحی شده پس از آنکه روایی آن از طریق روایی محتوا و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت در کل جامعه آماری توزیع شد. و برای محاسبه ضریب آلفای کرونباخ از نسخه 23 نرم افزار SPSS استفاده شده است. یافته‌های تحقیق هم حاکی از معنادار بودن رابطه بین مولفه‌های بازار بواسطه کنترل تعارض مدیریت بر وفاداری مشتریان شعب بیمه دانا در استان گیلان می‌باشد.

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: مولفه‌های بازار، وفاداری مشتریان، کنترل تعارض مدیریت،

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

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)