

شناسایی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان بیمه عمر شعب بیمه ایران در رشت

آزاده رنجکش*، دکتر کامبیز شاهرودی،

1394-6-23

چکیده امروزه با رشد پدیده خدمات و تنوع بسیار زیاد بخش خدمات، صنایع خدماتی و به خصوص صنعت بیمه سهم بسیار زیادی را در بازارها به خود اختصاص می دهد. رشد و توسعه صنایع بیمه به عنوان یکی از شاخصهای توسعه یافتگی جوامع به شدت تحت تاثیر وفاداری مشتریان قرار دارد و حفظ و بقای شرکتها بیمه به رضایت بیمه گذاران بستگی دارد. هدف تحقیق حاضر سنجش تاثیر عوامل بر وفاداری مشتریان بیمه عمر در سطح شهر رشت. از این محقق در صدد پاسخ به این سوال است که "چه عواملی در صنعت بیمه بر وفاداری مشتریان بیمه عمر در شعب بیمه ایران شهر رشت تاثیر دارد؟". جامعه آماری تحقیق حاضر، مشتریان بیمه ایران میباشد. از آنجایی که تعداد مشتریان بیمه عمر شعب بیمه ایران در سطح استان گیلان مشخص است، بنابراین در محاسبه حجم نمونه، از فرمول جامعه محدود استفاده شده است و تعداد نمونه 188 نفر برآورد گردیده است. برای نمونه گیری از روش غیراحتمالی در دسترس استفاده شده است. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه استاندارد می باشد که روایی و پایایی آن مورد بررسی قرار گرفته است. آلفای کرونباخ تمامی متغیرها بالاتر از 0.75 می باشد بنابراین پرسشنامه تحقیق از پایایی مناسب برخوردار است. مدل تحقیق حاضر برگرفته از مطالعه کوبا و مدبا در سال 2013 است. و هفت عامل کیفیت خدمات، رضایت، اعتماد، تعهد، تصویر شرکت، هزینه تغییر و ارتباطات بر وفاداری مشتریان بیمه عمر سنجیده شده است. از اینرو از روش ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی برای آزمون فرضیه ها استفاده شده است. نتایج حاصل نشان داده است که هفت فرضیه تأیید می شود. به گونه ای که کیفیت خدمات با ضریب 0.16؛ رضایت با ضریب 0.2؛ اعتماد با ضریب 0.16؛ تعهد با ضریب 0.52؛ تصویر با ضریب 0.36؛ هزینه تغییر با ضریب 21.0 و ارتباط با ضریب 0.18 بر وفاداری مشتریان تاثیر دارد.

کلمات کلیدی : کلمات کلیدی: وفاداری مشتری، بیمه عمر، رضایت مشتری، بیمه ایران.

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

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