

عنوان مقاله:

نقش اعتماد و تعهد و ارتباطات بر رفتار مصرف کننده در بیمه البرز استان اردبیل

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت ، اقتصاد و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سمیه صائب نیا - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی ، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی - غیردولتی نوین اردبیل ، ایران

سیمین صفوی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، ایران

سعید فرجیان - کارشناسی ارشد مدیریت دولتی ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل، ایران

توکل کنعانی - کارشناسی ارشد مدیریت دولتی ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد پارس آباد، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه شرکت های بیمه با شناختی که از اهمیت حفظ مشتریان کسب کرده اند ، در جست و جوی راهکارهایی مناسب برای حفظ آنها می باشند. اعتماد یک واژه شخصی است که به عنوان اعتقاد به قصد و نیت و خواسته طرف دیگر رابطه تعریف شده و بر اساس شهرت، شخصیت، سیستم ها و فرآیندها بنا میشود. زمانی که اعتماد افزایش یابد، حالات انگیزشی مثبت تری ایجاد شده، همدلی مشتری افزایش مییابد و به طور عکس کاهش اعتماد، اثر مخالف دارد. تعهد با استقرار هنجارهای ارتباطی که شامل انعطاف پذیری و اتحاد است، کارایی روابط متقابل را افزایش میدهد. هدف اصلی پژوهش شناخت تاثیر اعتماد و تعهد و ارتباطات بر رفتار مصرف کننده می باشد که از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی- همبستگی می باشد. جامعه آماری پژوهش مشتریان بیمه البرز در استان اردبیل می باشد که اطلاعات به روش میدانی جمع آوری گردید تعداد نمونه 384 نفر و شیوه توزیع پرسشنامه بصورت تصادفی می باشد. برای نتیجه یافته ها از نرم افزار SPSS و رگرسیون چندگانه بهره گرفتیم که نتایج حاصل نشان داد که اعتماد، تعهد و ارتباطات تاثیر مثبت و معناداری بر رفتار مصرف کننده در شرکت های بیمه استان اردبیل دارد.

کلمات کلیدی:

اعتماد، تعهد، ارتباطات، رفتار مصرف کننده، بیمه البرز استان اردبیل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/782111>

