

International Conference on Management

بررسی کیفیت خدمات در صنعت بیمه و رابطه آن با وفاداری مشتریان

سارامحجوب جلالی^۱، دکتر محمد حسن قلی زاده^۲، دکتر محمد طالقانی^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی، دانشگاه آزاد واحد رشت، ایران

jalali943@gmail.com

۲. استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه گیلان، ایران

gholizadeh@guilan.ac.ir

۳. دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد واحد رشت، ایران

M.taleghani454@yahoo.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، سنجش و اولویت بندی ابعاد کیفیت خدمات در بیمه آسیا به عنوان یکی از مهمترین شرکتهای بیمه کشور و بررسی ارتباط آن با وفاداری مشتریان به منظور بهبود کیفیت خدمات می باشد. جامعه آماری این پژوهش، کلیه مشتریان شرکت بیمه آسیا در شهر رشت و نمونه آماری تحقیق، ۳۸۴ نفر از این مشتریان هستند. در این پژوهش از مقیاس سروکوال به منظور ارزیابی کیفیت خدمات استفاده شده است. داده های بدست آمده با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته ها نشان داد رابطه مثبت و معنی داری بین ابعاد کیفیت خدمات و رضایت و بطور جداگانه بین ابعاد کیفیت خدمات و وفاداری وجود دارد. همچنین، متغیر رضایت نقش متغیر میانجی را در رابطه کیفیت خدمات و وفاداری ایفا می نماید. نهایتاً نتایج اولویت بندی ابعاد کیفیت خدمات نشان داد که عامل ضمانت بیشترین اهمیت را از دیدگاه مشتریان دارا می باشد.

واژه های کلیدی: کیفیت خدمات، رضایت مشتری، وفاداری مشتری، مدل سروکوال