

## عنوان مقاله:

بررسی رفتار مصرف کننده و تاثیر عوامل اعتماد و تعهد و ارتباطات بر روی آن در بیمه ی دی شهر ایلام

## محل انتشار:

فصلنامه پژوهشنامه مدیریت و مهندسی صنایع، دوره 2، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

سیمین صفوی - کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، ایران

افشین سمندری - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، استراتژیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات آذربایجان غربی، ایران

عسل عالیزاده - کارشناس ارشد مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، ایران

آرزو مسگری اسگویی - کارشناس ارشد مدیریت بیمه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، ایران

مهدی معمر کورائیم - کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل، ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه شرکت های بیمه با شناختی که از اهمیت حفظ مشتریان کسب کرده اند، در جستجوی راهکارهایی مناسب برای حفظ آن ها می باشند. اعتماد یک واژه ی 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 فرایندها بنا می شود. زمانی اعتماد افزایش یابد، حالات انگیزشی مثبتتری ایجاد شده، همدلی مشتری افزایش می یابد و به طور عکس کاهش اعتماد، اثرمخالف دارد. تعهد با استقرار هنجارهای ارتباطی که شامل انعطاف پذیری و اتحاد، کارایی روابط متقابل را افزایش می دهد. 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 ی آماری پژوهش مشتریان بیمه ی دی در شهر ایلام می باشد که اطلاعات به روش میدانی جمع آوری گردید تعداد نمونه ی ۳۸۴ نفر و شیوه ی توزیع پرسشنامه بصورت تصادفی برای نتیجه ی یافته ها از نرم افزار spss و رگرسیون چندگانه بهره گرفتیم که نتایج حاصل نشان داد که اعتماد، تعهد و ارتباطات تاثیر مثبت و معنا داری بر رفتار مصرف کننده در شرکت های بیمه ی شهر ایلام دارد.

## کلمات کلیدی:

رفتار مصرف کننده، اعتماد، تعهد، ارتباطات، بیمه ی دی شهر ایلام

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1669871>

