

عنوان مقاله:

تبیین رابطه هوش هیجانی و مشتری مداری در صنعت بیمه مطالعه موردی: شرکت بیمه پاسارگاد استان مازندران

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

علیرضا رستمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

حسن معصومی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر تبیین رابطه هوش هیجانی و مشتری مداری می باشد. روش تحقیق بر اساس هدف، کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده ها، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان و نمایندگی های بیمه پاسارگاد استان مازندران به تعداد 062 نفر بوده است. نمونه ها با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند و حجم نمونه آماری نیز با استفاده از جدول مورگان 250 نفر تعیین گردید. ابزاراندازه گیری، دو پرسشنامه هوش هیجانی و مشتری مداری می باشد و از آمار توصیفی برای خلاصه و دسته بندی کردن داده ها و از آمار استنباطی شامل آزمون کولموگروف اسمیرنف جهت تعیین نرمال بودن توزیع داده ها، تحلیل عاملی تاییدی جهت روایی سنجی محتوایی پرسشنامه، از بار - عاملی جهت همبستگی متغیرها و از آزمون تی، جهت معنادار بودن رابطه بین متغیرها به کمک از نرم افزار SPSS استفاده شده است. مدل معادلات ساختاری نهایی نیز به کمک نرم افزار لیزرل، جهت سنجش رابطه متغیرها استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان داد که بین هوش هیجانی و مولفه های آن (متغیرهای خود آگاهی، خودمدیریتی، خوداندگیزی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط) و مشتری مداری کارکنان و نمایندگان بیمه پاسارگاد رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

هوش هیجانی، مشتری مداری، بیمه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/314556>

