

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین ارزش ادراک شده و تمایل به پرداخت مشتریان (مطالعه موردی شرکت بیمه ایران در اهواز)

## محل انتشار:

اولین همایش بین المللی نوآوری، توسعه و کسب و کار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 4

## نویسندگان:

مریم موسوی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم و تحقیقات خوزستان، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

صغری قبادی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم و تحقیقات خوزستان، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه پیش بینی و درک رفتار مشتریان به منظور تاثیرگذاری بر رفتار آنان محور توجه بازاریابان قرار گرفته است. عوامل متعددی بر شکلگیری تمایل به پرداخت افراد تاثیرگذار است. هدف این تحقیق بررسی رابطه ارزش ادراک شده مشتریان بیمه ایران بر تمایل به پرداخت مشتریان می باشد. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی همبستگی می باشد. جامعه آماری عبارتست از مشتریان بیمه ایران در اهواز با مدرکتحصیلی دیپلم به بالا که از بین آنان تعداد 350 نفر به روش تصادفی خوشه ای نمونه گیری گردید. داده ها پس از جمع آوری از طریق پرسشنامه بوسیله نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته ها نشان میدهد که بین ارزش ادراک شده مشتریان و تمایل به پرداخت آنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

ارزش، ارزش ادراک شده، تمایل به پرداخت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/471014>

