

عنوان مقاله:

ارائه ی مدلی برای انتخاب بیمه گر توسط بیمه گذار با استفاده از رویکرد AHP در MCDM

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

حمید سوری - فوق لیسانس مهندسی صنایع دانشگاه علم و صنعت ایران

نگین سادات عباسی - فوق لیسانس اقتصاد دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز

خلاصه مقاله:

در سالهای اخیر با توجه به رشد و گسترش صنعت بیمه در ایران و متعدد شدن شرکتهای بیمه ای اعم از دولتی و خصوصی ، رقابت در عرصه ی جذب مشتریان بیمه ای توسط شرکت های بیمه شکل جدیدی به خود گرفته و شرکت ها را بر آن داشته که جهت حفظ بقای خود از ابزارهای نوین رقابتی استفاده کنند. هدف از انجام پژوهش پیش رو شناسایی نحوه نگرش بیمه گذاران به شرکتهای بیمه و ارائه ی مدلی است که بیمه گذاران در چهارچوب آن نسبت به انتخاب شرکت بیمه ای جهت پوشش خطرات خود اقدام می کنند. استفاده از ابزارهای تصمیم گیری چند معیاره و چند هدفه ، یکی از بهترین رویکردهایی ست که می تواند دید وسیع و مناسبی از وضعیت بازار بیمه فراهم آورد و همچنین دقت بالایی را در تصمیم گیریهای آتی برای تصمیم گیرندگان فراهم آورد. از آنجا که تاکنون پژوهش مشابهی در این عرصه و با این مشخصات در صنعت بیمه ایران صورت نگرفته است ، انجام این پژوهش و پژوهش های آتی آن می تواند دیدگاه مناسبی به شرکتهای بیمه ای بدهد تا با استفاده از آن به تدوین استراتژی های رقابتی خود اقدام نمایند. در پژوهش حاضر با استفاده از تشکیل گروه کانون خبرگان اقدام به انتخاب 10 معیار برتر شده است و پس از آن با طراحی پرسشنامه و انجام تحقیقات میدانی ، اطلاعات لازم جمع آوری و از آنها در ارائه ی مدل استفاده شده است. نتایج و یافته های این پژوهش شامل ارائه ی مدل ذهنی کاملی از نگرش بیمه گذاران به شرکتهای بیمه ای و نحوه ارائه خدمات آنها به مشتریان میباشد و میتواند راهگشای این شرکت ها برای تدوین استراتژیهای کلان بازاریابی و نفوذ و تسخیر بازار باشد.

کلمات کلیدی:

معیارها ، صنعت بیمه ، بیمه گذار، بیمه گر، مدل، تصمیم گیری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/472128>

