

عنوان مقاله:

پیامدهای خدمات بیمه ای در پرتو مشارکت مشتریان مطالعه موردی: شرکت بیمه پاسارگاد

محل انتشار:

اولین همایش ملی رویکردهای نوین در حسابداری و مدیریت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

فاطمه اسعدی پور - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیک، دپارتمان مدیریت بازرگانی، تهران، ایران

علی اسمعیل زاده مقربی - دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اسلامشهر، تهران، ایران

مهدی سبک رو - استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد، گروه بازرگانی، یزد، ایران.

خلاصه مقاله:

محیط رقابتی امروز، تغییرات فناوری و دهکده جهانی؛ همه این موارد بیانگر و هشدار دهنده این موضوع هستند که برای موفقیت در شرایط کنونی بایستی برنامه ریزی شده گام برداشت. هدفمندی در باب مشتریان از جمله اهم وظایف سازمانهایی که به دنبال ارائه خدمت برتر به مشتریان خود هستند؛ در این میان سهم مشتری در ارائه خدمات نباید مورد اغفال قرار گیرد. مشارکت اجباری مشتریان در فرایند ارائه خدمات میتواند پیامدهای مساعدی برای سازمانها فراهم آورد چرا که خدمات ارائه شده بر این اساس در راستای نظرات مشتریان است. مطالعه حاضر ضمن توجه به این مهم؛ شرکت بیمه پاسارگاد را به عنوان جامعه تحقیق خود معرفی نموده است. به منظور گردآوری داده های تحقیق پس از تعیین حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران به میزان 385 نفر از پرسشنامه های استاندارد جهت گردآوری داده های تحقیق استفاده گردید. روش تحقیق حاضر از دسته تحقیقات کمی است که به روش پیمایشی- توصیفی انجام گرفته است؛ روایی و پایایی ابزار تحقیق نیز به واسطه روشهای مناسب تایید شد. جهت آزمون فرضیات نیز از آزمون های آماری مختلف توصیفی و استنباطی استفاده شده و نهایتا نتایج آزمون معادلات ساختاری نشان داد که مشارکت اجباری مشتریان میتواند تا حد زیادی پیامدهای مساعد برای سازمانها از جمله رضایت و وفاداری مشتریان را فراهم آورد و در این میان سهم مشارکت اطلاعاتی نسبت به سایر ابعاد مشارکت اجباری بیشتر است.

کلمات کلیدی:

مشارکت اجباری، مشتری، رضایت مشتری، وفاداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/725946>

