

عنوان مقاله:

تاملی بر عوامل موثر بر ایجاد رضایت یا نارضایتی در مشتریان بیمه های اتومبیل: موردی از کاربرد روش تداعی

محل انتشار:

فصلنامه پژوهشنامه بیمه، دوره 32، شماره 2 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

حسن رضا زین آبادی - دانشیار گروه مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی

مریم سلماسی - دکتری تصمیم گیری و سیاستگذاری، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی

عبداله سلطانی ثانی - کارشناس ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی امیر کبیر

حمید طهماسبی - کارشناس ارشد MBA، دانشگاه صنعتی شریف

خلاصه مقاله:

مدلهای زیادی در زمینه کیفیت خدمات تعریف و مورد آزمایش قرار گرفته اند، اما هیچ یک از آنها به صورت خاص به خدمات بیمه های اتومبیل و به خصوص در فضای اجتماعی و اقتصادی ایران نپرداخته اند. این پژوهش که به روش کیفی (نظریه زمینه ای) انجام شده است، به شناسایی عوامل موثر بر رضایت و نارضایتی مشتریان بیمه اتومبیل پرداخته و نسبت به ارایه مدل اقدام کرده است. داده های ذهنی مشتریان از طریق آزمون تصویری، به صورت مکتوب از 98 مشتری حقیقی جمع آوری و از طریق کدگذاری باز، محوری و منتخب در چارچوب نظریه زمینه ای و با کمک نرم افزار مکس کیودی ای توسط دو ارزیاب تحلیل شده است. پایایی کدگذاری انجام شده نیز از طریق اندازه گیری کاپای کوهن در مراحل مختلف تحت کنترل قرار گرفته است. مدل نهایی ارایه شده برای مشتریان بیمه اتومبیل در سه لایه از عوامل (هسته، عامل، و مشخصه) و با سه نوع متغیر استخراج شده است. این مدلهای نظریه زمینه ای شامل 4 هسته عوامل مرتبط با (1 محصول و خدمات؛ 2 ارزش خدمات؛ 3 تعامل و 4 تصویر ذهنی هستند که هرکدام شامل عواملی هستند که برخی هم زمان افزایش دهنده و کاهنده رضایت، برخی غالباً فقط افزایش دهنده رضایت و برخی غالباً فقط کاهنده رضایت هستند.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، بیمه اتومبیل، روش تداعی، نظریه زمینه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/836000>

