

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد روانشناختی استراتژی بازی کاری بر کیفیت خدمات مورد مطالعه بیمه سینا استان کرمان

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

امین رستمی گوهری - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه فرهیختگان کرمان، ایران

امیر فاضل - دکتری مدیریت، گروه مدیریت بازرگانی، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، ایران

مسلم محمدی ساردو - مدرس، دانشکده مدیریت، دانشگاه فرهیختگان، کرمان، ایران

خلاصه مقاله:

در حال حاضر با اوج گرفتن فضای رقابت، بسیاری از شرکت های بیمه ای خواهان راهکارهای نوآورانه برای افزایش فروش و جذب مشتریان خود هستند. رشد فناوری در عرصه صنعت بیمه موجب تولید محصولات و خدمات جدید و تغییر روند ارائه خدمات موثر و کارآ شده است. مفاهیم کیفیت خدمات، رنگ و بوی جدیدی به خود گرفته و ارائه خدمات بیمه ای در ابعاد مختلفی چون فروش حضوری، خدمات اینترنتی و الکترونیکی بر تمام نظام بیمه تاثیر بسیاری گذاشته است. در این بین و در این عرصه رقابت سنگین بین شرکتهای بیمه به وجود آمده است، شرکت های مختلف سعی نموده اند که با استفاده از استراتژی های نوین و عملیاتی کردن این استراتژی ها، کیفیت خدمات خود را افزایش داده و به طبع آن در حفظ مشتریان کوشا باشد. از جمله این استراتژی ها، استراتژی بازی کاری می باشد. اینگونه سازمان ها با بررسی روش های مختلف جذب و حفظ مشتریان می توانند بهترین راه ارتباط با آنها را انتخاب کنند و همچنین براساس دانشی که درباره مشتریان خود کسب می کنند، خدمات ویژه ای را به هر یک از آنها ارائه دهند و به این شکل با افزایش رضایت و در نتیجه وفاداری مشتریان، مزیت رقابتی پایدار را به دست می آورند. هدف این مطالعه، بررسی تاثیر ابعاد روانشناختی استراتژی بازی کاری بر کیفیت خدمات (مطالعه بیمه سینا استان کرمان) می باشد. جامعه آماری این پژوهش نامحدود و نمونه آماری 384 نفر از مشتریان بیمه ای استان کرمان، که از طریق روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی انتخاب شده اند. برای جمع آوری اطلاعات از دو پرسشنامه کیفیت خدمات و استراتژی بازی کاری استفاده شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از نرم افزارهای SPSS و PLS استفاده شده است. یافته ها نشان داد که بین عامل روان شناختی استراتژی بازی کاری (و مولفه های آن: کارایی ادراک شده) سودمندی ادراک شده، سهولت ادراک شده، نگرش درباره استفاده، تاثیر اجتماعی (هنجار ذهنی) و تمایل به استفاده (قصد رفتاری)) و کیفیت خدمات) و مولفه های آن: ملموس، اطمینان، پاسخ گویی، تضمین خدمت همدلی و دسترسی) مشتریان شرکت بیمه سینا ارتباط معنی داری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

استراتژی بازی کاری، کارایی ادراک شده، سهولت ادراک شده، کیفیت خدمات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/854909>

