

عنوان مقاله:

بررسی رفتارهای شهروندی برند بر عملکرد مشتری در صنعت بیمه (مورد مطالعه بیمه ایران)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی اندیشه های نوین در مدیریت کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

علی اصغر پور تیمور - دانشجوی دکترا، گروه مدیریت بازرگانی، بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خرمشهر، ایران

فریدون امیدی - استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خرمشهر، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی رفتارهای شهروندی برند بر عملکرد مشتری در صنعت بیمه (مورد مطالعه بیمه ایران) صورت گرفته است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ شیوه گردآوری داده ها توصیفی-همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان شعبه و نمایندگی های بیمه ایران در استان ایلام در سال 1397 تشکیل دادند. که 102 نفر بودند. با توجه به پائین بودن حجم جامعه آماری، جامعه آماری را به روش تمام شمار، برابر با نمونه آماری در نظر گرفته شد. در پژوهش حاضر از پرسشنامه های محقق ساخته رفتارهای شهروندی برند و پرسشنامه استاندارد عملکرد مشتری منگلی و همکاران 1395 استفاده شد. برای تعیین روایی محتوایی پرسشنامه نظرات اصلاحی اساتید راهنما و مشاور اعمال شده است، و پایایی آنها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب 0/93 و 0/78 می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده و تعیین روابط بین متغیرها از آزمون های کلموگروف-اسمیرنوف، جهت بررسی نرمال بودن متغیرها، از روابط میان سازه ها از مدل یابی معادلات ساختاری برای تجزیه و تحلیل با استفاده از نرم افزار آماری های Amos و Spss صورت گرفت. با توجه به نتایج به دست آمده رفتارهای شهروندی برند با ضریب تاثیر 0/91 بر عملکرد مشتریان در شرکت بیمه ایران تاثیر معنادار دارد.

کلمات کلیدی:

رفتارهای شهروندی برند، عملکرد مشتریان، شرکت بیمه ایران.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/950712>

