

**بررسی عوامل موثر بر اعتماد مشتری به بیمه گر و اعتماد مشتری به فروشنده  
(مطالعه موردی: شرکت های بیمه معلم شهر تهران)**

حمیده زینلی<sup>۱</sup>، حمید تاجیک<sup>۲</sup>

۱- کارشناسی ارشد مدیریت بیمه تهران شمال

۲- استاد

**چکیده**

هدف این پژوهش بررسی عوامل موثر بر اعتماد مشتری به بیمه گر و اعتماد مشتری به فروشنده (مطالعه موردی: شرکت های بیمه معلم شهر تهران) بود. جامعه مورد مطالعه پژوهش حاضر مشتریان شرکت های بیمه معلم شهر تهران بودند که ۳۷۳ نفر از آنان در پژوهش شرکت کردند. جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه استفاده گردید. پایایی و روایی ابزارها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار گرفت که نتایج به دست آمده نشان از پایایی و روایی مورد قبول برای ابزارها داشت. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از ضریب همبستگی پیرسون و مدل تحلیل مسیر با نرم افزار ایموس استفاده گردید. نتایج نشان داد که اندازه شرکت بر اعتماد مشتری به بیمه گر تأثیر معناداری ندارد. تأثیر تصویر شرکت، عملکرد شرکت، تمایل به سفارش و اشتراک اطلاعات بر اعتماد مشتری به بیمه گر مثبت و معنادار است. تأثیر دانش حرفه ای فروشندگان، دوست داشتنی بودن، فراوانی تماس با مشتری و روابط دوستانه / بستگان با فروشنده بر اعتماد مشتری به فروشنده مثبت و معنادار است. تأثیر پایگاه فروشندگان بر اعتماد مشتری به فروشنده معنادار نیست. تأثیر اعتماد مشتری به فروشنده بر اعتماد مشتری به بیمه گر مثبت و معنادار است. تأثیر اعتماد مشتری به بیمه گر بر اعتماد مشتری به فروشنده مثبت و معنادار است. تأثیر اعتماد مشتری به فروشنده و اعتماد مشتری به بیمه گر بر وفاداری مشتریان مثبت و معنادار است.

**کلید واژه ها:** ویژگی های بیمه گر، ارتباط بین بیمه گر و مشتری، ویژگی های فروشنده، ارتباط بین فروشنده و مشتری، اعتماد مشتری به بیمه گر، اعتماد مشتری به فروشنده، وفاداری مشتریان؛