

## ایجاد پیوند بین رفتارهای تعامل خدماتی کارکنان و مشتریان شرکت‌های بیمه از طریق انرژی ارتباطی و انسجام تعامل ادراک شده

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۱۶

کد مقاله: ۲۰۹۵۶

ایمان عزیزی<sup>۱\*</sup>، سعید صمدی فر<sup>۲</sup>

### چکیده

این پژوهش به دنبال ایجاد پیوند بین رفتارهای تعامل خدماتی کارکنان و مشتریان شرکت‌های بیمه از طریق انرژی ارتباطی و انسجام تعامل ادراک شده می‌باشد. برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه لیانگ و همکاران (۲۰۲۰) استفاده شده است. پرسشنامه پژوهش به صورت تصادفی ساده بین ۳۲۳ نفر نمونه از جامعه آماری که کلیه کارکنان و نمایندگان فروش شرکت‌های بیمه استان فارس است و حجم آن با فرمول کوکران برآورد شده است، توزیع شد. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی بود. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق از روش معادلات ساختاری و تحلیل مسیر به روش حداقل مربعات جزئی (PLS) نشان می‌دهد که مشارکت نقش خدمات کارکنان شرکت‌های بیمه، رفتار مشتری مداری کارکنان و رفتار توانمندسازی مشتری کارکنان بر انرژی رابطه‌ای درک شده و انسجام تعامل تاثیر مثبت و معنی داری دارند. نتایج همچنین نشان داد که انرژی رابطه‌ای درک شده انسجام تعامل تاثیر مثبت و معنی داری بر رفتار شناسایی خدمات و رفتار هماهنگی خدمات دارد.

واژگان کلیدی: رفتار تعامل خدماتی کارکنان، رفتار تعامل خدماتی مشتری، انرژی ارتباطی، انسجام تعامل، شرکت‌های بیمه

۱- دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور. تهران. ایران (نویسنده مسئول) Aziziiman93@yahoo.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی. واحد تهران شمال. تهران. ایران.