



Second International Conference on Innovations  
In  
Business administration and  
Economics  
Tehran - Iran  
9<sup>th</sup> September 2020

دومین کنفرانس بین المللی نوآوری  
در  
۱۹ شهریور ۱۳۹۹  
تهران  
مدیریت کسب و کار و اقتصاد

www.ibaeconf.com



## بررسی تاثیر نوآوری خدمات بر جذب و نگهداشت مشتریان: نقش میانجی ارزش و کیفیت خدمات ادراک شده (مورد مطالعه : مشتریان بیمه سرمد در شهر کرمان)

شهرام جهانشاهی<sup>۱</sup>، مهدی دهقانی سلطانی<sup>۲\*</sup>

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، موسسه آموزش عالی رسالت و کارمند شرکت بیمه سرمد، کرمان.

ایران

آدرس پست الکترونیک (shahramjahan2014@gmail.com)

۲ استادیار گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه ولی عصر (عج) رفسنجان، رفسنجان، ایران

آدرس پست الکترونیک (ma.dehghani22@vru.ac.ir)

### چکیده

پژوهش حاضر با بررسی تاثیر نوآوری خدمات بر جذب و نگهداشت مشتریان: نقش میانجی ارزش و کیفیت خدمات ادراک شده (مورد مطالعه : مشتریان بیمه سرمد در شهر کرمان) بوده ، که از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی و از نظر شیوه ی گرد آوری داده ها جزء تحقیقات توصیفی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری این تحقیق را مشتریان بیمه سرمد تشکیل می دهد که به علت نامحدود بودن جامعه آماری ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردید. جهت گردآوری و سنجش داده ها از پرسشنامه استفاده گردید. با توجه به داده های گرد آوری شده مشخص گردید که تمامی فرضیات تحقیق مورد تایید قرار گرفتند و مشخص شد که ارزش درک شده در تاثیرگذاری نوآوری خدمات بر جذب و نگهداشت مشتریان نقش میانجی دارد و همچنین کیفیت خدمات درک شده در تاثیرگذاری نوآوری خدمات بر جذب و نگهداشت مشتریان نقش میانجی دارد.

واژه های کلیدی: نوآوری خدمات، جذب و نگهداشت مشتریان، کیفیت خدمات ادراک شده، بیمه سرمد.