

أثر التسويق الابتكاري على رضا الزبائن في شركات التأمين الصحي الأردنية

إعداد
أريج محمد ماضي القعايدة

المشرف
أ.د محمود الصميدعي

المشرف المشارك
د.محمد عاشور

جامعة الزيتونة الأردنية، 2020

الملخص

تهدف الدراسة الى التعرف على اثر التسويق الابتكاري على رضا الزبائن في شركات التأمين الصحي الاردنية لما لها من اهمية بالغه تمس حياة الافراد ودورها في تغطية تكاليف العلاج ان الخدمات التي تقدمها شركات التامين دفعت هذه الشركات الى تبني مفهوم التسويق الابتكاري تتمكن شركات التامين الصحي الاردنية من مواكبة التطور الحاصل في السوق وتتمكن من الاستجابة الى حاجات ورغبات المستفيدين من خدماتها التأمينية و لذلك اتجهت هذه الدراسة الى تسليط الضوء على مدى تطبيق هذا المفهوم ومدى تأثيره على رضا المستفيد من الخدمة ، ولتحقيق اهداف هذه الدراسة عملت الباحثة على تصميم استبانة مكونة من ستة محاور للمتغيرات المستقلة (الابتكار في المنتج، الابتكار في التوزيع، الابتكار في الترويج، الابتكار في السعر، الابتكار في الدليل المادي، الابتكار في مقدمي الخدمة) والمتغير التابع رضا الزبون.

ومن اجل جمع البيانات في الدراسة الميدانية، تم توزيع الاستبيانات على الزبائن المتعاقدين مع شركات التامين الصحي الاردنية، وقد بلغ عدد الاستبانة الموزعة (340) والمستردة (331) .

وتوصلت الدراسة بان هنالك اثر ذو دلالة احصائية للتسويق الابتكاري والمتمثل بأربعة ابعاد (الابتكار المنتج، والابتكار السعر والابتكار التوزيع، والابتكار الدليل المادي) على رضا الزبائن.، اما بالنسبة الى الترويج الابتكاري و مقدمي الخدمة لا يوجد لهم اثر.

وفي ضوء النتائج التي خرجت بها الدراسة فقد اوصت الدراسة بعدة توصيات من أهمها التأكيد على استخدام وسائل ترويج مبتكرة وكذلك تطوير مهارات العاملين لكي يتم رفع كفاءتهم الى مستوي الابتكار.