



بررسی تأثیرات عوامل رفتاری مختلف و دانش بیمه‌ای بر تصمیم‌گیری خرید بیمه عمر (مورد مطالعه: شرکت بیمه میهن)

فیروزه حاجی علی اکبری^۱

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>هدف از این مطالعه بررسی تأثیرات عوامل رفتاری مختلف و دانش بیمه‌ای بر تصمیم‌گیری خرید بیمه عمر (مورد مطالعه: شرکت بیمه میهن) می‌باشد. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از حیث روش، توصیفی - تحلیلی از نوع علی با رویکرد پیمایشی است. جامعه آماری شامل مشتریان بیمه میهن شهر زنجان می‌باشد (N=500). نمونه آماری به تعداد 365 نفر با استفاده از فرمول کوکران و به روش تصادفی ساده انتخاب شده است. گردآوری داده‌ها بر اساس پرسشنامه استاندارد و بومی‌سازی شده مدل لائورا و همکاران (2020) می‌باشد. روایی پرسشنامه با استفاده از روایی صوری و تحلیل عاملی (KMO=0,734) و پایایی آن‌ها با گزارش ضریب آلفای کرونباخ کل (0,912) مورد تأیید قرار گرفت. در تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شد که در تحلیل توصیفی و استنباطی از نرم‌افزار SPSS نسخه 19 استفاده شده است. نتایج پژوهش با استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که طبق فرضیه‌های پژوهش، عوامل خاص رفتاری، عوامل کلی رفتاری و دانش بیمه‌ای بر خرید بیمه عمر تأثیرگذار می‌باشد. در پایان با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهای کاربردی ارائه شده است.</p>	<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: 1401/06/04 تاریخ پذیرش: 1401/11/16</p>
بیمه، بیمه عمر، عوامل رفتاری.	کلیدواژه‌ها

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرقدس

* نویسنده مسؤل: فیروزه حاجی علی اکبری

ایمیل: firouzehajialiakbari@gmail.com

مقدمه

علی‌رغم اهمیت بیمه عمر در ایجاد فضای آرامش و اطمینان برای خانوارها و نقش قابل توجه آن در افزایش رشد اقتصادی، متأسفانه این فعالیت بیمه‌ای در ایران رونق چندانی ندارد. بر اساس آخرین برآوردها، سهم بیمه عمر از فعالیت بیمه در کشور حدود ۰.۷٪ است که در مقایسه با سهم حدود ۶۰ درصدی بیمه عمر در صنعت بیمه جهان بسیار ناچیز است. اطلاعات حاصل از نتایج مطالعات قبلی نشان می‌دهد که عوامل و متغیرهای زیادی بر خرید بیمه عمر نقش دارند. این عوامل اگرچه طیف گسترده‌ای را شامل شده و در گروه‌های مختلف مالی، اقتصادی، رفتاری، قانونی، اجتماعی و فرهنگی قابل دسته‌بندی هستند، اما با توجه به فقدان تحقیقاتی مشابه در کشور و ضرورت بررسی عمیق و خاص هر یک از گروه‌های مزبور، باید تمرکز کافی وجود داشته باشد. بر این اساس، این پژوهش با تمرکز بر اصلاحات مالی و سیاست‌های مالی که به‌عنوان یکی از مهم‌ترین دسته عوامل مؤثر مطرح می‌باشند، انجام می‌گیرد. اهم عوامل در بخش اصلاحات مالی شامل تغییر پایه‌های مالیاتی، خصوصی‌سازی، اصلاح ساختار، امنیت بازار، توسعه اقتصادی، سیستم مالی بازار محور و در بخش سیاست‌های مالی شامل نرخ بهره، نرخ مالیات، مخارج دولتی، یارانه‌های مستقیم و غیرمستقیم هستند. البته لازم بود تا به دلیل فقدان تحقیقاتی مشابه در کشور و تفاوت‌های موجود بین نتایج مطالعات خارجی، ابتدا عوامل مالی و اقتصادی در این رابطه شناسایی شوند و در مرحله بعد و با اولویت‌بندی این عوامل برحسب میزان اثرگذاری، راهکارهای عملی جهت توسعه بیمه عمر ارائه گردند (دهقانی، ۱۳۹۴، ۳).

تقاضای بیمه عمر اغلب در سطح کلان اقتصادی مورد مطالعه قرار می‌گیرد و در درجه اول با تمرکز بر عوامل اقتصادی، اجتماعی - جمعیت شناختی و نهادی صورت می‌گیرد که مشاهده می‌شود و با کارآیی بیشتری نسبت به گذشته مشاهده می‌شود. ادبیات متقابل در مورد تأثیر عوامل رفتاری بر تقاضای بیمه عمر بسیار محدود است. اطلاعات مربوط به تراکم بیمه عمر در سطح ملی اختلافات زیادی را در بین کشورهای اروپایی نشان می‌دهد (از سوئیس با ۳،۶۵۶ یورو در سال به رومانی با ۲۰ یورو در سال در سال ۲۰۱۵ - بیمه اروپا، ۲۰۱۵). تا حدودی این شکافها با استاندارد اقتصادی جمعیت توضیح داده می‌شود. حتی در مورد کنترل درآمد به عنوان یک عامل اصلی تأثیر، اختلافات اساسی در رابطه بین تراکم بیمه عمر و دستمزد متوسط خالص (از ۱۱،۸٪ در فنلاند به ۰/۳۲٪ در لتونی مشاهده می‌شود. این تغییر عمده در بین افراد هر کشور نیز مشاهده می‌شود. منشأ این نابرابریها را می‌توان با توجه به عوامل اقتصادی، اجتماعی و جمعیتی و عمدتاً رفتاری، در سطح خانوار تأکید کرد و تصمیم فرد را برای خرید کالای بیمه عمر توضیح داد (دراگوس^۱ و همکاران، ۲۰۲۰، ۲).

از این رو فروش بیمه عمر برای هر شرکت بیه ای به خصوص بیمه میهن جهت تحقق اهداف سازمانی بسیار حائز اهمیت می‌باشد و از سوی دیگر شناسایی عوامل مؤثر در تصمیم‌گیری خرید بیمه عمر بسیار مهم می‌باشد. باتوجه به بررسی‌های صورت گرفته اولیه توسط محقق به نظر می‌رسد قصد خرید بیمه عمر در بین مشتریان بیمه میهن در حد قابل قبوی نمی‌باشد و بهتر است بهبود یابد که مساله اصلی پژوهش می‌باشد. باتوجه به مقاله به یس عواملی که می‌تواند بر تصمیم‌گیری خرید بیمه عمر تأثیرگذار باشد مورد بررسی قرار گرفته و شامل عوامل رفتاری خاص (مانند اعتماد، تجربه قبلی و بیمه و درک شخص از نقش بیمه عمر) و عوامل رفتاری کلی (مانند نگرش به خطر و گرایش به مصرف) و دانش بیمه‌ای می‌باشد. لذا سؤال اصلی این پژوهش این است که آیا عوامل رفتاری مختلف و دانش بر تصمیم‌گیری خرید بیمه عمر در شرکت بیمه میهن زنجان تأثیرگذار می‌باشد؟

فروش بیمه عمر برای هر شرکت بیمه‌ای به خصوص بیمه میهن حائز اهمیت بوده که عدم توجه به این عوامل در بازار رقابتی کنونی می‌تواند صدمات و تبعات جبران ناپذیری از جمله از دست دادن مشتریان فعلی و یا جذب مشتریان کنونی شرکت توسط سایر شرکت‌های بیمه رقیب گردد. در تحقیقات پیشین تأثیر عوامل زیادی بر تصمیم‌گیری خرید بیمه عمر مورد بررسی قرار گرفته است ولی در این پژوهش نقش عوامل رفتاری خاص (مانند اعتماد، تجربه قبلی و بیمه و درک شخص از نقش بیمه عمر) و عوامل رفتاری کلی (مانند نگرش به خطر و گرایش به مصرف) و دانش بیمه‌ای مورد بررسی قرار گرفته که بسیار حائز

^۱ - Dragos

اهمیت می‌باشد. در تحقیقات قبلی تأثیر عوامل زیادی بر تصمیم‌گیری خرید بیمه عمر مورد بررسی قرار گرفته بود ولی بررسی تأثیر عوامل رفتاری خاص (مانند اعتماد، تجربه قبلی و بیمه و درک شخص از نقش بیمه عمر) و عوامل رفتاری کلی (مانند نگرش به خطر و گرایش به مصرف) و دانش بیمه‌ای صورت نگرفته است.

تعریف متغیرهای پژوهش

عوامل رفتاری خاص: عوامل رفتاری خاص بیمه به عوام مؤثر بر خرید بیمه عمر اشاره می‌کنند مانند اعتماد، تجربه قبلی و بیمه و درک شخص از نقش بیمه عمر. (مانند اعتماد، تجربه قبلی و بیمه و درک شخص از نقش بیمه عمر) (دراگوس و همکاران، ۲۰۲۰، ۲).

عوامل رفتاری کلی: عوامل رفتاری کلی به تمایل به خرید و مصرف بیمه عمر اشاره دارد. (مانند نگرش به خطر و گرایش به مصرف) همان منبع).

دانش بیمه‌ای: میزان دانش و اطلاعات مشتریان از صنعت بیمه به خصوص بیمه عمر را دانش بیمه‌ای گویند (دراگوس و همکاران، ۲۰۲۰، ۲).

خرید بیمه عمر: بیمه عمر قراردادی است که به موجب آن بیمه‌گر در مقابل دریافت حق بیمه متعهد می‌شود که در صورت فوت بیمه شده یا زنده ماندن او در زمان معینی مبلغی (سرمایه یا مستمری) به بیمه‌گذار یا شخص ثالث تعیین‌شده از طرف او بپردازد (دهقانی، ۱۳۹۴، ۳).

پیشینه پژوهش

جدول ۱- تحقیقات انجام شده پیرامون موضوع در داخل کشور

ردیف	موضوع	پژوهشگر	نتایج	سال
۱	عوامل مؤثر در توسعه بیمه عمر با رویکرد کشف موانع در شهر تهران (مطالعه موردی: شرکت بیمه سامان)	زری‌باف و همکاران	تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار عوامل ساختاری، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و پشتیبانی و تأمین بر توسعه بیمه عمر	۱۳۹۲
۲	رابطه توسعه بیمه عمر و رفاه اجتماعی با سلامت در ایران در سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۳۹۰	سپهر دوست و ابراهیم نسب	ضریب نفوذ بیمه‌ی عمر، بیمه عمر سرانه و حق بیمه عمر اثر مثبت بر بهبود وضعیت امید به زندگی و کاهش نرخ مرگ‌ومیر کودکان دارند. همچنین متغیرهای تورم و نرخ بیکاری اثر منفی بر بهبود وضعیت امید به زندگی و کاهش نرخ مرگ‌ومیر کودکان دارند.	۱۳۹۳
۳	اثر عوامل کمی و کیفی مؤثر بر تقاضای بیمه عمر در کشور	مهدوی و ماجد	اعتقاد به اینکه فرد تا ۶۵ سالگی دچار بیماری حادی شود بیشترین تأثیر را بر تقاضای بیمه عمر دارد. سن فرد دومین عامل تأثیرگذار است.	۱۳۹۳
۴	عوامل کلیدی مؤثر بر تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کنندگان بیمه عمر (مورد مطالعه: شرکت‌های بیمه شهر زنجان)	مرادی	عواملی چون شناخت درست، شرایط اقتصادی، نگرانی در مورد آینده، طبقه‌بندی ریسک و سطح رفاه بر قصد خرید بیمه عمر و بیمه عمر تأثیرگذار است.	۱۳۹۳
۵	رابطه میان ارزش ویژه برند و عملکرد شرکت‌های بیمه در فروش بیمه عمر و پس‌انداز	سیدین	رابطه مثبت و معنادار ارزش ویژه برند و میزان فروش بیمه عمر و پس‌انداز در شرکت‌های بیمه می‌باشد.	۱۳۹۴
۶	تخمین تقاضای بیمه عمر در ایران	دهقانی و همکاران	بین تقاضای بیمه عمر و درآمد سرانه و توسعه مالی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و بین تقاضای بیمه عمر و درآمد و توسعه مالی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و بین تقاضای بیمه عمر و نرخ	۱۳۹۴

	بهره و امید به زندگی و تورم انتظاری رابطه منفی		
۱۳۹۸	یافته‌های تحقیق دربردارنده شناسایی و تبیینی از سوگیری‌های شناختی تأثیر گذار بر رفتار خرید بیمه گذاران بیمه‌های زندگی در ایران، در چهار بخش میانبرهای ذهنی، تاثیرات احساسی، ارزیابی ارزش و تاثیرگذارهای اجتماعی طبقه بندی و تبیین گردید.	بادین و بختیار نصرآبادی	تبیین تأثیر رفتار خرید بیمه گذار در افزایش ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی با تمرکز بر اصول اقتصاد رفتاری
۱۳۹۹	نتایج پژوهش نشان داد دانش محصول، مزایای درک شده، ریسک درک شده، آگاهی‌ها، قیمت، قصد خرید، فاکتورهای اجتماعی - جمعیت شناختی بر رفتار خرید واقعی بیمه تأثیر گذار می‌باشد.	ابراهیمی	تأثیر قصد خرید و فاکتورهای اجتماعی جمعیت شناختی بر رفتار خرید واقعی بیمه (مورد مطالعه مشتریان بیمه عمر در استان اردبیل)

جدول ۲- تحقیقات انجام شده پیرامون موضوع در خارج از کشور

ردیف	موضوع	پژوهشگر	نتایج	سال
۱	تأثیر عوامل اجتماعی و جمعیتی شناختی بر تقاضای بیمه عمر در کرواسی	کوراک و همکاران	سن، تحصیلات و اشتغال بر تقاضای بیمه عمر خانواده در کرواسی تأثیر دارد درحالی‌که جنسیت، وضعیت تأهل و تعداد اعضای خانواده تأثیر معنادار آماری ندارد.	۲۰۱۳
۲	عنوان توسعه روابط واسطه بیمه‌گر بیمه عمر	یو و چن	سوابق RQ (مشتری مداری، تخصص، شباهت، و شدت تماس) دارای اثر مثبت بر روی RQ می‌باشد. کیفیت رابطه (اعتماد، رضایت و تعهد) دارای اثر مثبت بر جهت‌گیری رابطه طولانی‌مدت است. سوابق RQ دارای اثر مثبت بر تعامل جهت‌گیری رابطه درازمدت از طریق اثرات واسطه RQ می‌باشد.	۲۰۱۴
۳	سیاست مالی و توسعه بیمه: آیا اصلاحات مالی مهم است و چگونه؟	لی و چانگ	اصلاحات مالی به‌تنهایی با توسعه بازار بیمه زندگی همبستگی معنی‌داری نداشت.	۲۰۱۵
۴	تحت فشار: چگونه محیط کسب‌وکار بر کارایی و اثربخشی شرکت‌های بیمه عمر اروپایی	الینگ و اسپاچر	نتایج تأکید بر نیاز به کنترل محیط کسب‌وکار در مطالعات بهره‌وری کشورها بود.	۲۰۱۶
	عنوان ادغام و علیت بین متغیرهای اقتصاد کلان و تقاضای بیمه عمر در هند	ماتتو و سیوارامان	توسعه بخش مالی و تورم به طور مثبت بر تقاضای بیمه عمر در هند تأثیر می‌گذارد. نرخ واقعی سود و درآمد با مصرف بیمه عمر رابطه منفی دارد. این مطالعه رابطه‌ای ناچیز بین سطح هزینه‌های تأمین اجتماعی و خرید بیمه عمر پیدا کرده است. توسعه بخش مالی به دلیل تقاضای بیمه عمر گرانتر است.	۲۰۱۷
	تصمیم خرید در بازاربایی بیمه عمر شرعی (شواهدی از اندونزی)	آمرن و همکاران	عوامل رفتاری خاص و دانش بیمه بسیار مهم هستند. تصمیم به خرید، اما نه به قصد خرید، برای هر دو نوع محصول مهم است	۲۰۱۸
۵	از قصد تا تصمیم‌گیری در خرید بیمه عمر و مستمری خصوصی: تأثیرات مختلف دانش و عوامل رفتاری	لاتورا و همکاران	نشان داده می‌شود که عوامل رفتاری خاص و دانش بیمه بسیار مهم هستند. تصمیم به خرید، اما نه به قصد خرید، برای هر دو نوع محصول مهم است.	۲۰۲۰

روش شناسی پژوهش

این پژوهش بر اساس هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است و بر اساس روش انجام و شیوه گردآوری داده‌ها، به‌صورت پیمایشی بوده و از نظر زمانی مقطعی است. به این دلیل کاربردی است که استفاده از نتایج پژوهش برای بهبود تصمیم‌گیری خرید مشتریان بیمه میهن زنجان با استفاده از عوامل رفتاری و دانش بیمه‌ای می‌باشد و به این دلیل توصیفی است چون هدف

توصیف تبیین این متغیرها در بیمه میهن زنجان است. روش پژوهش، بر اساس ماهیت و روش انجام کار و ازلحاظ روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته، از نوع پژوهش همبستگی است. جامعه‌ی آماری این پژوهش مشتریان بیمه میهن شهر زنجان می‌باشند. در این پژوهش نمونه آماری از میان مشتریان بیمه میهن شهر زنجان به تعداد ۵۰۰۰ نفر انتخاب شده‌اند. فرمول‌های تعیین اندازه نمونه متفاوت است. یکی از روش‌های پرکاربرد در تعیین حجم نمونه فرمول کوکران^۲ است. با توجه به معلوم بودن حجم جامعه‌ی آماری (مشتریان بیمه میهن شهر زنجان) از فرمول (کوکران) زیر استفاده شده است:

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)e^2 + z^2pq} = \frac{5000 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(5000 - 1) * 0.05 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 0.365$$

N: حجم جامعه

n: حجم نمونه

P: نسبت در جامعه و $q=1-p$ (به جای p و q نیز از حداکثر مقدار آن‌ها یعنی 0.5 استفاده شده است).

e: حداکثر خطای برآورد که از پیش تعیین می‌شود.

Z: مقداری از توزیع نرمال استاندارد است که با توجه به سطح اطمینان مشخص می‌شود.

جدول ۱- برآورد حجم نمونه

Z	سطح اطمینان $1 - \alpha$	خطای نسبی E	حجم نمونه n	حجم جامعه N
۱,۹۶	۰,۹۵	۰,۰۵	۳۶۵	۵۰۰۰

می‌توان گفت اگر ۳۶۵ نفر از مشتریان به‌عنوان نمونه انتخاب گردیدند برآوردهایی که به کمک این نمونه‌ی تصادفی به دست آوریم، با اطمینان حدود ۹۵ درصد، حداکثر ۵ درصد با اطلاعات واقعی در جامعه مغایرت خواهد داشت.

در این پژوهش عوامل رفتاری خاص (مانند اعتماد، تجربه قبلی و بیمه و درک شخص از نقش بیمه عمر)، عوامل رفتاری کلی (مانند نگرش به خطر و گرایش به مصرف) و دانش بیمه‌ای به‌عنوان متغیرهای مستقل و خرید بیمه عمر به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.

از پرسشنامه استاندارد لائورا و همکاران (۲۰۲۰) که همراه مقاله به پس بود، استفاده شده است که بنا به شرایطی و در جهت بومی‌سازی سؤالات، محقق در آن‌ها تغییراتی جهت قابلیت درک بیشتر پاسخ دهندگان، ایجاد کرده است. پرسشنامه‌ای که برای این پژوهش طراحی شده و به‌منظور بررسی فرضیه‌ها بکار رفته است، شامل دو بخش می‌باشد: بخش اول پرسشنامه جهت دریافت اطلاعات کلی و جمعیت شناختی در رابطه با ویژگیهای پاسخ دهندگان می‌باشد که شامل سؤالات در زمینه جنسیت، مدرک تحصیلی و سن می‌باشد. بخش دوم سؤالات، مربوط به بررسی فرضیه‌ها آورده شده است. سؤالات مربوط به هر متغیر به‌صورت جداگانه بیان گردیده است. سؤالات به‌صورت بسته، طراحی شده و بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت برای متغیرهای پژوهش از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم مقیاس بندی شده‌اند.

برای تعیین روایی ابزار پژوهش از روایی محتوا و روش تحلیل عاملی استفاده شد. بدین منظور پس از تنظیم و طراحی گویه‌های لازم برای اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش، پرسش‌نامه به کارشناسان نشان داده شد و پس از بررسی و مطابقت با متغیرهای اندازه‌گیری شده نظرات دریافت و نهایتاً پرسش‌نامه موردنظر از لحاظ روایی پس از رفع اشکالات مورد تأیید قرار گرفت. برای

²-Cochran

ارزیابی روایی سازه، هم از روش تحلیل عاملی استفاده گردید. مقادیر آزمون KMO و بارتلت برای داده‌های پژوهش در جدول ۳- نمایش داده شده است.

جدول ۳- آماره KMO و نتایج آزمون بارتلت

نوع متغیرها	متغیرها	آماره KMO	میزان Bartlett's	درجه آزادی Df	سطح معناداری Sig
متغیر مستقل اول	عوامل رفتاری خاص	۰,۸۲۹	۷۳۹,۹۶۴	۶	۰,۰۰۰
متغیر مستقل دوم	عوامل رفتاری کلی	۰,۸۲۸	۶۷۷,۹۸۷	۶	۰,۰۰۰
متغیر مستقل سوم	دانش بیمه‌ای	۰,۷۸۰	۶۳۱,۳۵۴	۶	۰,۰۰۰
متغیر وابسته	خرید بیمه عمر	۰,۷۵۲	۵۸۸,۹۱۸	۶	۰,۰۰۰
کل		۰,۷۳۴	۶۶۴,۷۳۵	۶	۰,۰۰۰

جهت تعیین پایایی پرسشنامه این پژوهش از ضریب آلفای کرون باخ استفاده گردید که مقدار محاسبه شده آن به شرح جدول ذیل می‌باشد که با توجه به ضریب محاسبه شده می‌توان گفت که پرسشنامه طراحی شده از روایی و ثبات لازم برخوردار است. هرچه مقدار آلفا به یک نزدیک‌تر باشد نشان از پایایی بیشتر پرسش‌نامه دارد. اگر مقدار آلفا بیشتر از ۰,۷ باشد پایایی خوب و اگر بین ۰,۵ تا ۰,۷ باشد پایایی متوسط و اگر کمتر از ۰,۵ باشد پرسش‌نامه فاقد پایایی لازم است.

جدول ۴- شاخص آلفای کرونباخ

نوع متغیرها	عنوان متغیرها	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
متغیر مستقل اول	عوامل رفتاری خاص	۴	۰,۸۷۴
متغیر مستقل دوم	عوامل رفتاری کلی	۴	۰,۸۶۷
متغیر مستقل سوم	دانش بیمه‌ای	۴	۰,۸۴۵
متغیر وابسته	خرید بیمه عمر	۴	۰,۸۳۵
مقدار کل پرسشنامه		۱۶	۰,۹۱۲

پس از اطمینان درباره روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری (پرسشنامه) در مرحله اجرای پیش‌آزمون (با ۳۰ پرسشنامه)، با توجه به حجم نمونه پژوهش (۳۶۵ نفر) تعداد ۳۳۵ پرسشنامه دیگر در بین جامعه آماری این پژوهش (شامل مشتریان بیمه میهن شهر زنجان) و هماهنگی قبلی با مدیران سازمان مذکور، پخش و جمع‌آوری گردیدند. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌های پیش‌آزمون و پرسشنامه‌های توزیع شده در مرحله دوم، مجموعاً ۳۶۵ نمونه توسط ابزار پرسشنامه جمع‌آوری شده و سپس این داده‌ها در سطح خرد تجزیه و تحلیل می‌شوند. بازه زمانی توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه‌های این پژوهش، در شهریور ماه سال ۱۳۹۹ می‌باشد.

نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

آزمون فرضیه ۱: عوامل رفتاری خاص بر خرید بیمه عمر تأثیر معنی‌داری دارد.

برای فرضیه فوق ابتدا فرض آماری به شکل زیر نوشته می‌شود:

H_0 : عوامل رفتاری خاص بر خرید بیمه عمر تأثیر معنی‌داری ندارد.

H₁: عوامل رفتاری خاص بر خرید بیمه عمر تأثیر معنی‌داری دارد.

$$\begin{cases} H_0: \rho = 0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{cases}$$

با توجه به نرمال بودن توزیع آماری جامعه و کمی بودن متغیرها، برای آزمون فرضیه فوق از آزمون معناداری ضریب همبستگی پیرسون (که در آن ρ ضریب همبستگی بین دو متغیر می‌باشد) استفاده شده است که نتایج زیر حاصل شد:

جدول ۵- آزمون پیرسون رابطه‌ی بین عوامل رفتاری خاص و خرید بیمه عمر

نتیجه	خرید بیمه عمر		متغیر وابسته
			متغیر مستقل اول
فرضیه H ₁ تأیید می‌شود	+۰,۶۹۹	مقدار ضریب همبستگی	عوامل رفتاری خاص
	۰,۰۰۰	P-Value	
	۳۶۵	حجم نمونه	

نتایج به دست آمده از این آزمون، جدول (۴-)، نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری ($P - value = 0.000 < 0.05$) است و بیانگر این موضوع است که متغیر عوامل رفتاری خاص و خرید بیمه عمر به میزان ($F=+۰,۶۹۹$) با هم ارتباط دارند و می‌توان این گونه تحلیل کرد که عوامل رفتاری خاص بر خرید بیمه عمر تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. بدین معنی که هرچه قدر عوامل رفتاری خاص بهتر باشد به همان میزان خرید بیمه عمر بیشتر می‌شود. بنابراین می‌توان گفت فرضیه H₀ رد و فرض خلاف مبنی بر اینکه عوامل رفتاری خاص بر خرید بیمه عمر تأثیر معنی‌داری دارد، تأیید می‌شود.

آزمون فرضیه ۲: عوامل رفتاری کلی بر خرید بیمه عمر تأثیر معنی‌داری دارد.

برای فرضیه فوق ابتدا فرض آماری به شکل زیر نوشته می‌شود:

H₀: عوامل رفتاری خاص بر خرید بیمه عمر تأثیر معنی‌داری ندارد.

H₁: عوامل رفتاری خاص بر خرید بیمه عمر تأثیر معنی‌داری دارد.

$$\begin{cases} H_0: \rho = 0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{cases}$$

با توجه به نرمال بودن توزیع آماری جامعه و کمی بودن متغیرها، برای آزمون فرضیه فوق از آزمون معناداری ضریب همبستگی پیرسون (که در آن ρ ضریب همبستگی بین دو متغیر می‌باشد) استفاده شده است که نتایج زیر حاصل شد:

جدول ۶- آزمون پیرسون رابطه‌ی بین عوامل رفتاری کلی و خرید بیمه عمر

نتیجه	خرید بیمه عمر		متغیر وابسته
			متغیر مستقل دوم
فرضیه H ₁ تأیید می‌شود	+۰,۶۵۴	مقدار ضریب همبستگی	عوامل رفتاری کلی
	۰,۰۰۰	P-Value	
	۳۶۵	حجم نمونه	

نتایج به دست آمده از این آزمون، جدول (۶)، نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری ($P - value = 0.000 < 0.05$) است و بیانگر این موضوع است که متغیر عوامل رفتاری کلی و خرید بیمه عمر به میزان ($F=+۰,۶۵۴$) با هم ارتباط دارند و می‌توان این گونه تحلیل کرد که عوامل رفتاری کلی بر خرید بیمه عمر تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. بدین معنی که هرچه قدر عوامل

رفتاری کلی بهتر باشد به همان میزان خرید بیمه عمر افزایش می‌یابد. بنابراین می‌توان گفت فرضیه H_0 رد و فرض خلاف مبنی بر اینکه عوامل رفتاری کلی بر خرید بیمه عمر تأثیر معنی‌داری دارد، تأیید می‌شود.

آزمون فرضیه ۳: دانش بیمه‌ای بر خرید بیمه عمر تأثیر معنی‌داری دارد.

برای فرضیه فوق ابتدا فرض آماری به شکل زیر نوشته می‌شود:

H_0 : دانش بیمه‌ای بر خرید بیمه عمر تأثیر معنی‌داری ندارد.

H_1 : دانش بیمه‌ای بر خرید بیمه عمر تأثیر معنی‌داری دارد.

$$\begin{cases} H_0: \rho = 0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{cases}$$

با توجه به نرمال بودن توزیع آماری جامعه و کمی بودن متغیرها، برای آزمون فرضیه فوق از آزمون معناداری ضریب همبستگی پیرسون (که در آن ρ ضریب همبستگی بین دو متغیر می‌باشد) استفاده شده است که نتایج زیر حاصل شد:

جدول ۷- آزمون پیرسون رابطه‌ی بین دانش بیمه‌ای و خرید بیمه عمر

نتیجه	خرید بیمه عمر		متغیر وابسته
			متغیر مستقل سوم
فرضیه H_1 تأیید می‌شود	+۰,۱۷۴	مقدار ضریب همبستگی	دانش بیمه‌ای
	۰,۰۰۱	P-Value	
	۳۸۴	حجم نمونه	

نتایج به دست آمده از این آزمون، جدول (۷)، نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری ($P - value = 0.001 < 0.05$) است و بیانگر این موضوع است که متغیر دانش بیمه‌ای و خرید بیمه عمر به میزان ($t=+۰,۱۷۴$) با هم ارتباط دارند و می‌توان این گونه تحلیل کرد که دانش بیمه‌ای بر خرید بیمه عمر تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. بدین معنی که هرچه قدر دانش بیمه‌ای بهتر باشد به همان میزان خرید بیمه عمر افزایش می‌یابد. بنابراین می‌توان گفت فرضیه H_0 رد و فرض خلاف مبنی بر اینکه دانش بیمه‌ای بر خرید بیمه عمر تأثیر معنی‌داری دارد، تأیید می‌شود.

تحلیل رگرسیون (تحلیل مسیر)

اگر که فرمول پیرسون، همبستگی بین دو متغیر را نشان می‌دهد در نظریه رگرسیون تغییرپذیری متغیر وابسته به دلیل تغییر پذیری متغیر مستقل نشان داده می‌شود. مهم‌ترین کارکرد رگرسیون پیش‌بینی آینده است (حبیبی، ۱۳۹۲، ۹۵). در صورتی که بخواهیم اطلاعات بیشتری از رابطه و شدت دو یا چند متغیر داشته باشیم و نیز بدانیم به ازای تغییرات در متغیرهای مستقل چه مقدار به متغیر وابسته افزوده و یا کاسته می‌شود از تحلیل رگرسیون استفاده می‌شود.

جدول ۸- ضریب همبستگی پیرسون متغیرهای مستقل با متغیر وابسته

دانش بیمه‌ای	عوامل رفتاری کلی	عوامل رفتاری خاص	
+۰,۱۷۴	+۰,۶۵۴	+۰,۶۹۹	خرید بیمه عمر
۰,۰۰۱	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	P-Value

همانطور که مشاهده می‌گردد عوامل رفتاری خاص بیشترین رابطه و دانش بیمه‌ای کمترین رابطه را با خرید بیمه عمر دارند. لذا برای بررسی دقیق‌تر موضوع از تحلیل رگرسیون استفاده می‌شود.

جدول خروجی تحت عنوان خلاصه مدل در واقع جداول آماره‌های مربوط به برازش مدل می‌باشد.

جدول ۹- خلاصه مدل رگرسیون

دوربین واتسون Durbin-Watson	انحراف استاندارد Std. Error of the Estimate	ضریب تعیین تعدیل شده Adjusted R Square	ضریب تعیین R Square	R ضریب همبستگی چندگانه
۱,۵۶۱	۰,۶۰۴۰۱	۰,۵۰۸	۰,۵۱۰	۰,۷۱۴

آزمون دوربین - واتسون که نتیجه آن در آخرین ستون سمت راست آمده است این مفروضه را آزمون می‌کند. به‌طور سرانگشتی می‌توان گفت که اگر مقدار این آزمون بین ۱,۵ تا ۲,۵ قرار داشته باشد، می‌توان استقلال مشاهدات را پذیرفت و آزمون را دنبال کرد.

جدول بعدی تحت عنوان (ANOVA) که در زیر داده شده است، نتایج تحلیل واریانس مدل رگرسیونی برازش داده شده را نشان می‌دهد.

جدول ۱۰- آنالیز واریانس رگرسیون

	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	Sig.
منبع رگرسیون	۱۳۷,۷۳۲	۲	۶۸,۸۶۶	۱۸۸,۷۶۲	۰,۰۰۰
منبع باقیمانده	۱۳۲,۰۶۸	۳۶۲	۰,۶۵		
کل	۲۶۹,۸۰۰	۳۶۴			

برای بررسی نیکویی برازش مدل رگرسیونی برازش داده شده به مدل، از مقدار Sig ستون آخر استفاده خواهیم کرد. همان‌طور که از جدول بالا مشخص است، مقدار سطح معناداری برابر با صفر می‌باشد که در سطح ۱٪ معنادار است و این نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل از قدرت تبیین بالایی برخوردار بوده و می‌تواند درصد بالایی از واریانس متغیر وابسته را تبیین نماید. جدول بعدی تحت عنوان ضرایب رگرسیون نتایج مربوط به ضریب تأثیر رگرسیونی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد.

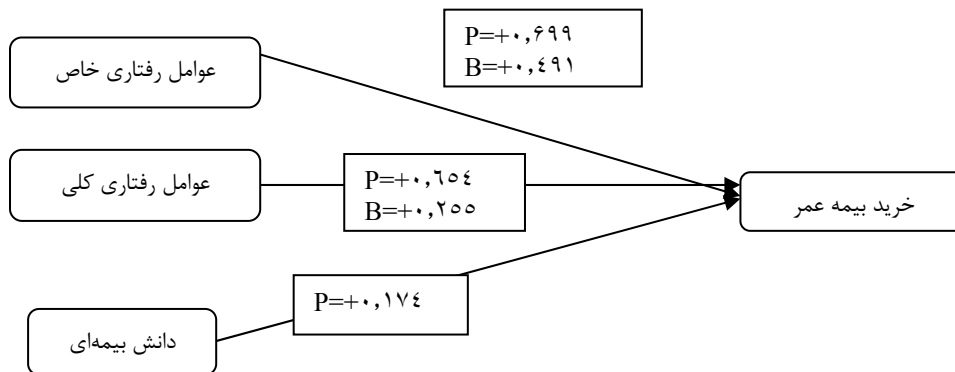
جدول ۱۱- ضرایب رگرسیون

	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد شده	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ثابت	۰,۹۲۴	۰,۱۳۶		۶,۸۱۶	۰,۰۰۰
عوامل رفتاری خاص	۰,۴۶۱	۰,۰۵۹	۰,۴۹۱	۷,۸۱۶	۰,۰۰۰
عوامل رفتاری کلی	۰,۲۴۱	۰,۰۵۹	۰,۲۵۵	۴,۰۶۲	۰,۰۰۰

ضرایب رگرسیونی دو دسته‌اند:

- ۱- ضرایب رگرسیونی استاندارد نشده (B): ضرایب مربوط به مدل رگرسیونی برآورد شده می‌باشند.
- ۲- ضرایب رگرسیونی استاندارد شده ($\beta = \text{Beta}$): از آنجا که در تحلیل رگرسیون، مقیاس اغلب متغیرهای مستقل از واحدهای متفاوتی تشکیل شده است، بنابراین به راحتی نمی‌توان به مقایسه سهم هر متغیر مستقل در تبیین تغییرات یا واریانس متغیر وابسته پرداخت. از همین رو، ضرایب رگرسیونی استاندارد شده به ما کمک می‌کنند تا سهم نسبی هر متغیر

مستقل را در تبیین تغییرات متغیر وابسته مشخص کنیم. یعنی هرچه قدر مقدار بتای یک متغیر بیشتر باشد، نقش آن در پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته بیشتر خواهد بود. آماره t و سطح معناداری (Sig.) اهمیت نسبی حضور هر متغیر مستقل در مدل را نشان می‌دهد.



نمودار ۱- مدل نهایی پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

خرید بیمه عمر توسط مشتریان شرکت‌های بیمه‌ای برای هر شرکت بیمه‌ای به خصوص شرکت بیمه میهن در راستای سودآوری و افزایش مشتریان و جذب مشتریان جدید حائز اهمیت می‌باشد. در این میان نباید از عوامل تأثیرگذار بر خرید بیمه عمر در بین مشتریان غافل شد. در تحقیقات قبلی عوامل متعددی مورد بحث و بررسی قرار گرفته بود ولی در این پژوهش تأثیر عوامل رفتاری خاص، عوامل رفتاری کلی و دانش بیمه‌ای در بین مشتریان شرکت بیمه میهن مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به نتایج داده‌های جمع‌آوری شده از بین ۳۶۵ نفر از مشتریان بیمه میهن شهر زنجان به این نتیجه رسیدیم که عوامل رفتاری خاص (مانند اعتماد، تجربه قبلی و بیمه و درک شخص از نقش بیمه عمر) و عوامل رفتاری کلی (مانند نگرش به خطر و گرایش به مصرف) و دانش بیمه‌ای مشتریان شرکت بیمه میهن بر خرید بیمه عمر تأثیر می‌گذارد. همچنین همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون مشخص کرد که بیشترین تأثیر را عوامل رفتاری خاص دارد و می‌تواند در آینده تغییرات خرید بیمه عمر را در بین مشتریان شرکت بیمه میهن پیش‌بینی نماید. از سوی دیگر علائق مثبت دانش بیمه‌ای بر خرید بیمه عمر ولی بر اساس نتایج رگرسیون مشخص گردید که نمی‌تواند تغییرات خرید بیمه عمر را پیش‌بینی نماید. لذا مدیران بیمه میهن در راستای تحقق اهداف خود به خصوص فروش بیشتر بیمه عمر می‌توانند از هر دو عوامل رفتاری خاص و کلی مشتریان و ابعاد و مؤلفه‌های آن تمرکز کرده و در راستای تحقق اهداف شرکت گام بردارند.

پیشنهاد‌های پژوهش

با توجه به مطالب گفته شده، پیشنهاد‌های مناسب را می‌توان به صورت زیر بیان نمود:

فرضیه‌ی اول: عوامل رفتاری خاص بر خرید بیمه عمر تأثیر معناداری دارد.

۱. تلاش برای جلب اعتماد بیشتر مشتریان با ارائه آمار عملکرد شرکت در پرداخت غرامت بیمه عمر.
۲. استفاده از تجربه مشتریان قدیمی بیمه عمر شرکت و انتقال آن از طریق اطلاع رسانی دیجیتالی در داخل شعبه برای سایر مشتریان.

۳. استفاده از تبلیغات محیطی در داخل شعب بیمه در راستای افزایش دانش مشتریان از نقش بیمه عمر در زندگی.

فرضیه‌ی دوم: عوامل کلی رفتاری بر خرید بیمه عمر تأثیر معناداری دارد.

۱. بررسی نگرش به خطر مشتریان با مصاحبه‌های حضوری صورت گرفته در داخل شعبه و ارائه مشاوره‌های لازم باتوجه به نوع نگرش افراد.
 ۲. برقراری سیستم انتقادات و پیشنهادات برای مشتریان در راستای دریافت بازخورد از خدمات ارائه شده بیمه عمر و انجام اقدامات اصلاحی.
- فرضیه‌ی سوم: دانش بیمه‌ای بر خرید بیمه عمر تأثیر معناداری دارد.**
۱. ارائه مشاوره‌های حضوری و یا به صورت بروشور در خصوص دانش صنعت بیمه عمر به مشتریان برای افزایش دانش بیمه‌ای مشتریان.
 ۲. ارائه برخی مشاوره‌ها و راهنمایی‌های ویژه (به صورت تلفنی و یا الکترونیکی) برای پاسخگویی به سؤالات احتمالی مشتریان به منظور بهبود دانش بیمه‌ای بیمه‌شدگان.

فهرست منابع

- دهقانی، علی، عثمانی، فریبا، ادبی فیروزجانی، محمد. (۱۳۹۴). تخمین تابع تقاضای بیمه عمر در ایران. فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین.
- زری باف، مهدی، کرباسی، علی رضا، کیه، سمیه. (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر در توسعه بیمه عمر با رویکرد کشف موانع در شهر تهران (مطالعه موردی: شرکت بیمه سامان). فصلنامه مدیریت، سال دهم، شماره ۲۹.
- مهدوی، غدیر، ماجد، وحید. (۱۳۹۳). اثر کمی و کیفی مؤثر بر تقاضای بیمه عمر در کشور. پژوهشنامه بیمه، سال بیست و نهم، شماره ۲، شماره مسلسل ۱۱۴، صص ۳۷-۶۶.
- ĆURAK, MARIJANA., DŽAJA, IVANA., PEPUR, SANDRA. (2013). The Effect of Social and Demographic Factors on Life Insurance Demand in Croatia. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 4 No. 9.
- Dragos Cristian., Mihaela, Muresan Gabriela. (2020). From intention to decision in purchasing life insurance and private pensions: different effects of knowledge and behavioural factors. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*.
- DRAGOȘ, Simona-Laura., DRAGOȘ, Cristian-Mihai. (2013). THE ROLE OF INSTITUTIONAL FACTORS OVER THE NATIONAL INSURANCE DEMAND: THEORETICAL APPROACH AND ECONOMETRIC ESTIMATIONS. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, No. 39.

Investigating the effects of various behavioral factors and insurance knowledge on the decision to buy life insurance (case study: Mihan Insurance Company)

Firouzeh Haji Ali Akbari¹

Article Info	Abstract
<p>Article type: Research Article</p>	<p>The purpose of this study is to investigate the effects of various behavioral factors and insurance knowledge on the decision to purchase life insurance (case study: Mihan Insurance Company). This research is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of method with a survey approach. The statistical population includes customers of Mehen insurance in Zanjan city (N=5000). A statistical sample of 365 people was selected using Cochran's formula and by simple random method. Data collection is based on the standardized and localized questionnaire model of Laura and colleagues (2020). The validity of the questionnaire was confirmed using face validity and factor analysis (KMO=0.734) and their reliability was confirmed by reporting the total Cronbach's alpha coefficient (0.912). Descriptive and inferential statistical methods were used in data analysis, and SPSS version 19 software was used in descriptive and inferential analysis. The results of the research using Pearson's correlation coefficient test and regression analysis show that according to research hypotheses, specific behavioral factors, general behavioral factors and insurance knowledge have an effect on the purchase of life insurance. In the end, according to the research results, practical suggestions have been presented.</p>
<p>Keywords</p>	<p>insurance, life insurance, behavioral factors</p>

Publisher: Islamic Azad University Qods Branch

Corresponding Author: Firouzeh Haji Ali Akbari

Email: firouzehajialiakbari@gmail.com