

تبیین عوامل موثر بر پذیرش مشتریان بیمه نامه خودرو با تاکید بر منافع و ارزش و ریسک ادراک شده (مورد مطالعه: مشتریان شرکت بیمه ایران در استان گیلان)

خدیجه کاظمی بalf *

1395-6-23

تمایل به پذیرش یکی از مهمترین متغیرهای تئوری رفتار برنامه ریزی شده است که توسط بسیاری از محققین از جمله دیویس و ونکتابش به آن پرداخته شده است. این متغیر در حوزه های مختلف رفتار مصرف کننده تاثیر گذار است. در این تحقیق نیز تمایل به پذیرش در دریافت خدمات بیمه ای مورد بررسی قرار گرفته است. هدف اصلی این تحقیق تبیین عوامل موثر بر پذیرش مشتریان بیمه نامه خودرو با تاکید بر منافع و ارزش و ریسک ادراک شده در مشتریان شرکت بیمه ایران در استان گیلان است. در این راستا سوال اصلی تحقیق نیز به این صورت مطرح شده است که عوامل موثر بر پذیرش بیمه نامه ی خودروی در مشتریان بیمه ی ایران با توجه به مدل تحقیق کدامند و کدامیک از عوامل بیشترین تاثیر را دارند؟ این پژوهش بر اساس هدف از نوع پژوهش های کاربردی و از نظر دسته بندی بر حسب نحوه ی گردآوری داده ها از نوع پژوهش های توصیفی است. جامعه ی تحقیق مشتریان بیمه ی ایران در استان گیلان هستند و روش نمونه گیری از نوع خوشه ای و غیراحتمالی در دسترس است. تعداد نمونه ی مورد مطالعه در این تحقیق که با استفاده از فرمول کوکران بدست آمده برابر با 378 نفر از مشتریان هستند. ابزار جمع آوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه است. کلیه ی تجزیه و تحلیل داده ها از طریق نرم افزارهای اس پی اس اس و پی ال اس انجام شده است. برای بررسی فرضیه های پژوهش از تحلیل عاملی تاییدی مرتبه ی اول و مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. نتیجه ی بررسی فرضیه های تحقیق حاکی از تاثیر مثبت و معنی دار ریسک حریم شخصی درک شده، درک منافع فردی، درک منافع اجتماعی، سهولت درک شده و ارزش درک شده بر تمایل به پذیرش داشت.

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: تمایل به پذیرش، ریسک حریم شخصی، درک منافع، سهولت درک شده، ارزش درک شده، بیمه.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)