



ORIGINAL RESEARCH PAPER

Investigating the Influential factors on the tendency to buy life insurance surrender

A. Helmzadeh, K. Hamdi\*, K. Heidarzadeh Hanzaei

Department of Business Administration, Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University, Science

ARTICLE INFO

Article History

Received: 04 January 2019

Revised: 09 February 2019

Accepted: 16 September 2019

Keywords

*Life Insurance; Life Insurance Surrender; Tendency; Life Insurance Policyholder; Insurance Companies.*

ABSTRACT

Objective: In recent years, a lot of efforts have been made in the insurance industry to increase the share of the country's life insurance portfolio. Currently, this share is insignificant compared to global statistics, and a percentage of this amount is redeemed every year. Considering that the researches conducted in the field of life insurance have all taken a retrospective view and none of them sought to predict this behavior in customers, the purpose of this research is to determine the tendency of people to buy back life insurances through the independent variables of determinism, social capital, awareness To measure the benefits of life insurance, the value of life insurance benefits for the individual, the feeling of political security, the feeling of economic security, the feeling of job security and background variables, and as a result, to test the redemption behavior of life insurance policyholders.

Methodology: The method used in this research is correlation and regression tests.

Findings: According to the findings of this research, which was conducted on a sample of 400 life insurance policyholders of the insurance company in 2013-2015, there is a direct relationship between social capital and the tendency to redeem, and the other relationships are inverse. Also, the hypothesis of the existence of an inverse relationship between the tendency to repurchase and economic security was rejected. Among the contextual variables, the level of education has the strongest relationship with the tendency to repurchase, and this relationship is also inverse. In addition, according to the results of the regression test, among the studied variables, the determinism variable has the most power in the tendency to buy back life insurance policies, and after that, the value of life insurance benefits and the feeling of political security are in the next ranks. The variables of hope for the future and feeling of economic security have the lowest total effect and have less explanatory power than other variables.

Conclusion: Therefore, considering the importance of the value index of life insurance benefits, insurers and life insurance sellers should make their maximum efforts to understand the real benefits of life insurance coverage to the customer or life insurance policyholder.

\*Corresponding Author:

Email: [karimhamdi3030@gmail.com](mailto:karimhamdi3030@gmail.com)

DOI: 10.22056/ijir.2020.02.03



## بررسی عوامل موثر بر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

اباذر حلم‌زاده، کریم حمدی\*، کامبیز حیدرزاده هنزایی

گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

### اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: 14 دی 1397  
تاریخ داوری: 20 بهمن 1397  
تاریخ پذیرش: 25 شهریور 1398

### چکیده:

هدف: در سال‌های اخیر، در صنعت بیمه تلاش زیادی صورت گرفته تا سهم پورتنفوی بیمه‌های عمر کشور افزایش یابد. در حال حاضر این سهم در مقایسه با آمارهای جهانی ناچیز است و از همین میزان نیز هر ساله درصدی بازخرید می‌شوند. باتوجه به این‌که تحقیقات صورت گرفته در زمینه بیمه عمر همگی نگاهی پس‌نگر داشته‌اند و هیچ یک به دنبال پیش‌بینی این رفتار در مشتریان نبوده‌اند، هدف این تحقیق این است که گرایش افراد به بازخرید بیمه‌های عمر را، به وسیله متغیرهای مستقل تقدیرگرایی، سرمایه اجتماعی، آگاهی از مزایای بیمه عمر، ارزشمندی مزایای بیمه عمر برای فرد، احساس امنیت سیاسی، احساس امنیت اقتصادی، احساس امنیت شغلی و متغیرهای زمینه‌ای بسنجد و در نتیجه رفتار بازخرید در بیمه‌گذاران عمر را بیازماید.

روش‌شناسی: روش مورد استفاده در این تحقیق، آزمون‌های همبستگی و رگرسیون است. یافته‌ها: طبق یافته‌های این تحقیق که روی نمونه 400 نفری از بیمه‌گذاران عمر شرکت بیمه در سال‌های 1390 تا 1395 انجام شده، فقط میان سرمایه اجتماعی با گرایش به بازخرید رابطه مستقیم وجود دارد و سایر روابط معکوس است. همچنین، فرضیه وجود رابطه معکوس میان گرایش به بازخرید با امنیت اقتصادی رد شد. از بین متغیرهای زمینه‌ای، میزان تحصیلات قوی‌ترین رابطه را با گرایش به بازخرید دارد که این رابطه نیز معکوس است. به‌علاوه، طبق نتایج آزمون رگرسیون، از بین متغیرهای مورد بررسی، متغیر تقدیرگرایی در گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر از بیشترین قدرت برخوردار است و پس از آن، به ترتیب ارزشمندی مزایای بیمه عمر و احساس امنیت سیاسی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. متغیرهای امید به آینده و احساس امنیت اقتصادی، از کمترین اثر کل برخوردارند و قدرت تبیین‌کنندگی کمتری نسبت به دیگر متغیرها دارند.

نتیجه‌گیری: بنابراین، با توجه به اهمیت شاخص ارزشمندی مزایای بیمه عمر، بیمه‌گران و فروشندگان بیمه‌های عمر باید حداکثر تلاش خود را برای فهماندن مزایای واقعی پوشش بیمه عمر، به مشتری یا بیمه‌گذار بیمه عمر انجام دهند.

### کلمات کلیدی

بیمه عمر  
بازخرید بیمه عمر  
گرایش  
بیمه‌گذار عمر  
شرکت‌های بیمه

\*نویسنده مسئول:

ایمیل: [karimhamdi3030@gmail.com](mailto:karimhamdi3030@gmail.com)

DOI: 10.22056/ijir.2020.02.03

بیمه‌های عمر به عنوان یکی از شاخص‌های شناخته شده برای سنجش میزان تامین و رفاه جوامع از لحاظ توسعه اقتصادی و انسانی، درجه اهمیت بالایی دارند. در میان انواع رشته‌های متنوع بیمه‌ای، بیمه‌های عمر به دلیل ماهیت ویژه‌ای که دارند از اهمیت بالایی برخوردارند و سهم و درصد آن از کل در آمد ناخالص داخلی بسیار حائز اهمیت است. با وجود اهمیت بالای بیمه‌های عمر برای اقتصاد کشور و خانوار، حجم وسیعی از همین تعداد اندک بیمه‌های عمر باز خرید می‌گردند. به عنوان نمونه، آمار یک شرکت سهامی بیمه برای دوره انتخابی پنج ساله 1390 تا 1394 نشان می‌دهد که هر ساله از کل بیمه‌نامه‌های عمر صادره به ترتیب 11٪، 10٪، 10٪، 6٪ و 4٪ از بیمه‌نامه‌ها باز خرید شده‌اند (یک شرکت بیمه، 1395). این آمار، در مقایسه با آماری که در سال 1394 برای باز خرید بیمه عمر در کل کشور توسط بیمه مرکزی اعلام شده، ارقام بالایی را نشان می‌دهد. طبق آمار اعلامی بیمه مرکزی<sup>1</sup>، میانگین رقم باز خرید بیمه‌های عمر در کشور در سال‌های 90 تا 93 به ترتیب 2/4، 2/6، 2/2 و 2/1 درصد می‌باشد که نشان دهنده آمار بالای یک شرکت بیمه در زمینه باز خرید بیمه‌های عمر است. این اقدام ابتدا باعث برهم خوردن برنامه‌ریزی‌های شرکت‌های بیمه در زمینه سرمایه‌گذاری از محل ذخایر ریاضی شده و در نهایت به دلیل عدم ورود بیمه‌نامه به دوران سوددهی (به دلیل ماهیت بیمه‌های عمر) باعث ضرر و زیان بیمه‌گذار خواهد شد و هم‌چنین در طولانی مدت تبعاتی جدی برای اقتصاد کشور به دنبال خواهد داشت. بر همین اساس، مسئله اصلی این تحقیق تبیین عوامل موثر برگرایش به باز خرید زود هنگام بیمه‌های عمر است تا بتوان با پیش‌بینی و تشخیص افرادی که گرایش به باز خرید بیمه‌های عمر دارند، حتی المقدور از وقوع این رفتار پیش‌گیری نمود و به کاهش ضرر و زیان‌های فردی، اجتماعی و اقتصادی ناشی از آن کمک کرد. برای این کار با استفاده از روش پیمایشی، متغیرهایی که به وسیله روش کیفی به دست آمده‌اند، در جامعه آماری بیمه‌گذاران عمر یک شرکت بیمه مورد آزمون قرار گرفته و در نهایت پس از تحلیل‌های آماری مناسب، راهکارهای لازم ارائه خواهند شد.

## مبانی نظری پژوهش

### مروری بر پیشینه پژوهش

#### چارچوب نظری و سوابق پژوهش

برخلاف بیمه‌گر که منشاء قرارداد بیمه عمر است، مالک بیمه‌نامه عمر دارای این گزینه است که در هر زمانی، قرارداد را باز خرید یا فسخ نماید. اگر اقدام به فسخ بیشتر از انتظار بیمه‌گر باشد یا سهم زیادی از بیمه‌گذاران تصمیم بگیرند که بیمه‌نامه‌های خود را باز خرید نمایند، این امکان لغو قرارداد می‌تواند تاثیر معکوسی بر توانگری مالی بیمه‌گر داشته باشد (Fier & Liebenberg, 2012). در چنین مواردی، عملیات بیمه‌گر ممکن است به طرق مختلفی آسیب ببیند. اولاً، بیمه‌گران معمولاً در حین صدور بیمه‌نامه‌های جدید، بیشترین هزینه‌ها را متحمل می‌شوند (مانند کارمزد، هزینه‌های صدور بیمه‌نامه، هزینه‌های اجرایی و ...) که حتی برگشت این هزینه‌ها می‌تواند چندین سال به طول بینجامد. اگر بیمه‌گذار پیش از بازگشت هزینه‌ها بیمه‌نامه‌اش را باز خرید کند، بیمه‌گر باید راهی را برای بازیابی آن هزینه‌ها پیدا کند. دوم این که، باز خرید بیمه‌نامه می‌تواند منجر به موقعیتی شود که در آن بیمه‌گر باید سرمایه‌گذاری‌های پربازده خود را به صورت نقد درآورد تا بتواند درخواست بیمه‌گذار برای مبلغ باز خرید را برآورده نماید. سوم این که باز خرید بیش از حد بیمه‌نامه می‌تواند روی قیمت گذاری هم تاثیر بگذارد و این زمانی است که باز خریدها بیشتر از حد انتظار باشند یا موجب شوند که نرخ واقعی پیشینه مرگ‌ومیر از نرخ مورد انتظار انحراف پیدا کند (Doherty and Singer, 2002; Gatzert, Hoermann, and Schmeiser, 2009).

محققان دلایل و توجیهات مختلفی را برای رفتار باز خرید بیمه عمر توسط بیمه‌گذاران یافته‌اند. بررسی ادبیات موجود در زمینه دلایل باز خرید بیمه‌های عمر که گستره آن از سال‌های بسیار دور تا سال‌های اخیر را در بر می‌گیرد، نشان می‌دهند که افراد در مواجهه با دشواری‌های اقتصادی، به احتمال بیشتری اقدام به باز خرید بیمه‌نامه‌های عمر خود می‌کنند (Linton, 1932; Outreville, 1990; Kuo, Tsai and Chen, 2003; Kim, 2005; Fier & Liebenberg, 2013; Russell, et.al, 2013; Hwang, 2016). از جمله دلایلی که در مطالعات صورت گرفته به آن‌ها اشاره شده است، می‌توان از نیاز ضروری به وجه نقد، نرخ بهره و جایگزینی بیمه‌نامه نام برد (Linton, 1932; Outreville, 1990; Kuo, Tsai and Chen, 2003; Kim, 2005). البته عوامل دیگری هم در پژوهش‌ها مورد توجه محققان

<sup>1</sup> قابل دسترسی در:

قرار گرفته‌اند که از آن جمله می‌توان به عوامل اجتماعی (Irina & Martin, 2016)، عوامل مربوط به شرکت (Milhaud, et.al, 2011) و عوامل مربوط به بیمه‌نامه (Eling & Kiesenbauer, 2011) و اشاره کرد. در جدول 1، نتایج برخی دیگر از پژوهش‌های انجام شده در دو دهه اخیر نمایش داده شده‌اند.

جدول 1: خلاصه‌ای از اهم پژوهش‌های انجام شده در زمینه باز خرید بیمه‌نامه‌های عمر

ردیف	موضوع پژوهش	نویسندگان (سال)	علل یافت شده
1	عوامل موثر بر باز خرید بیمه عمر و سرمایه گذاری با تاکید بر عوامل خرد اقتصادی	حبیبی مرند (1395)	برخی متغیرهای فردی (متغیرهای سن، درآمد، تأهل و بعد خانوار فرد بیمه شده)
2	اثر ریسک‌گریزی بر باز خرید بیمه‌نامه‌های عمر	مهدوی و همکاران (1394)	تاثیر ریسک‌گریزی از طریق عوامل زمینه‌ای فردی
3	عوامل اقتصادی موثر بر باز خرید بیمه‌نامه عمر و پس انداز	قدیمیان (1392)	نسبت حق بیمه پرداختی به درآمد، شاخص تورم، نرخ بازده نقدی بورس اوراق بهادار و قیمت جهانی طلا
4	علل باز خرید بیمه‌های عمر و پس انداز	آقازاده و رزمجوی (1386)	شیکه فروش، عدم تناسب سرمایه بیمه با ارزش زمانی پول، رضایت بیمه‌گذاران، تناسب مالی بیمه‌گذاران، تنوع و جذابیت‌های بیمه‌نامه عمر
5	شناخت علل باز خرید بیمه‌نامه‌های عمر و پس انداز	عباسی و سازگار (1383)	عوامل اقتصادی، ناآگاهی بیمه‌گذاران
6	تصمیمات باز خرید با توجه به تغییرات جمعیت‌شناختی	Gemmo & Götz (2016)	عوامل اقتصادی- اجتماعی
7	تحلیل تجربی پویایی‌های باز خرید	Hwang (2016)	متغیرهای اقتصاد کلان و متغیرهای خاص شرکت
8	تحلیل تجربی فعالیت باز خرید بیمه‌نامه بیمه عمر	Russell, et.al (2013)	وام ضروری، نرخ بهره، جایگزینی بیمه‌نامه
9	تعیین کننده‌های اصلی لغو بیمه‌نامه عمر	Kiesenbauer (2012)	اطمینان خریدار، بازده فعلی، توسعه GDP، سن شرکت، نرخ مشارکت
10	بیمه عمر و رفتار لغو بیمه‌نامه	Fier & Liebenberg (2012)	برخی عوامل اقتصاد خرد
11	گرایش به باز خرید یک قرارداد مستمری متغیر	Knoller, et.al (2011)	بیشتر شدن ارزش باز خرید از ارزش منصفانه قرارداد، برخی ویژگی‌های فردی بیمه‌گذار
12	محرک‌های باز خرید در بیمه عمر در یک بافت اقتصادی کلاسیک	Milhaud, et.al (2011)	برخی ویژگی‌های بیمه‌نامه
13	ویژگی‌های بیمه‌نامه، موثر بر لغو بیمه عمر	Eling & Kiesenbauer (2011)	نوع محصول یا طول قرارداد و برخی ویژگی‌های بیمه‌گذار
14	باز خرید بیمه‌نامه عمر و تاثیر آن بر بازار بیمه	Kannan, et.al (2008)	سن بیمه‌گذار در زمان خرید، نوع محصول بیمه‌ای، نرخ گذاری و نحوه پرداخت حق بیمه

منبع: یافته‌های تحقیق

ملاحظه می‌شود که اولاً در اکثریت قریب به اتفاق پژوهش‌های انجام شده، تمرکز اصلی محققان بر عوامل اقتصادی موثر بر باز خرید بیمه‌های عمر بوده است. ثانیاً، تقریباً در همه پژوهش‌های داخلی و خارجی صورت گرفته، جامعه آماری تحقیق شامل افرادی بوده است که بیمه‌نامه خود را باز خرید کرده بودند و هیچ یک تلاشی برای پیش‌بینی رفتار باز خرید و گرایش به باز خرید در بیمه‌گذاران انجام ندادند. در واقع نوع رویکرد تحقیقات انجام شده در زمینه باز خرید بیمه‌های عمر پس‌نگر بوده و نگاه پیش‌گیرانه و پیش‌نگرانه نداشته‌اند.

این در حالی است که هر مشتری بیمه عمر یا هر بیمه‌گذاری که در حال حاضر دارای بیمه‌نامه عمر است، می‌تواند از لحاظ میزان گرایش به باز خرید بیمه‌نامه‌اش نیز مورد سنجش قرار بگیرد. گرایش برای توصیف سه بعد رفتاری توسط دانشمندان به کار رفته و نسبت به این ابعاد کاربردی نیز فضای مفهوم آن ترسیم شده است:

1- بعد شناختی به این معنا که انسان در ذهن خودش آگاه است که یک چیز به چه علت خوب یا بد است.

2- بعد احساسی به این معنی که انسان بر اساس احساس، نسبت به پدیده‌های اطراف خود عکس‌العمل‌های ارزیابی کننده نشان می‌دهد.

3- بعد رفتاری که به معنی پذیرش محرک‌های بیرونی و تبدیل آن به عمل است.

تغییر گرایش می‌تواند در نتیجه آغاز تغییر در هر یک از اجزای سه‌گانه شناختی (مانند دسترسی به اطلاعات تازه)، احساسی (مانند تجارب خوشایند یا ناخوشایند در خصوص موضوع گرایش) یا رفتاری (مثلاً با تغییر هنجار یا تحمیل قانونی تغییرات رفتاری) روی دهد. هنگامی که هر یک از اجزاء سه‌گانه تغییر یابد، احتمالاً دو جزء دیگر نیز تغییر می‌یابند (ستوده، 1378). البته باید توجه داشت که گرایش سازه‌ای فرضی است. از این رو، با آن که پیامدها و نتایج آن قابل مشاهده هستند، اما خود گرایش‌ها ملموس و قابل رؤیت نیستند (میچل، 1373). بنابراین لازم است شاخص‌هایی برای هر یک از ابعاد گرایش تعیین شوند تا به وسیله آن‌ها این سازه فرضی قابل سنجش و اندازه‌گیری شود.

تبیین شاخص‌های مورد بررسی و مدل تحقیق

برای تعیین شاخص‌هایی که باید برای هر یک از ابعاد گرایش، در جامعه آماری مورد بررسی قرار بگیرند، ادبیات مربوط به انتخاب‌ها و کنش‌های اجتماعی و اقتصادی مورد بررسی قرار گرفت و بر مبنای نظریه‌های موجود در این زمینه، یک مصاحبه نیمه‌ساختاریافته طراحی شد تا با استفاده از نظر خبرگان، نحوه تاثیر این شاخص‌ها در گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر مورد بررسی قرار گرفته و شاخص‌ها تایید شوند. انتخاب جامعه آماری مصاحبه، که شامل مدیران بیمه عمر و کارشناسان بازخرید بیمه عمر در شرکت‌های مختلف بودند، به روش نمونه‌گیری هدفمند انجام شده است که مصاحبه‌ها پس از 11 مورد به اشباع رسیدند. در جدول شماره 2، شاخص‌های مورد بررسی به همراه تعریف نظری آن‌ها و برآیند نظر مصاحبه‌شوندگان در مورد تاثیر آن بر بازخرید بیمه‌های عمر ارائه شده‌اند.

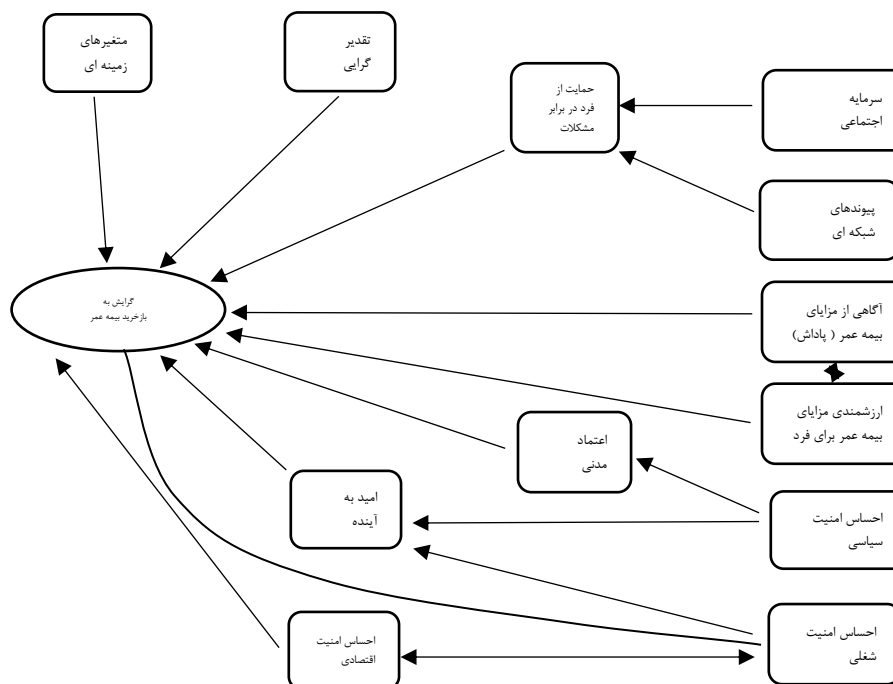
جدول 2: شاخص‌های احصاشده از مصاحبه با خبرگان حوزه بیمه عمر

ردیف	شاخص	تعریف نظری	نظر مصاحبه‌شوندگان درباره تاثیر بر گرایش به بازخرید
1	سرمایه اجتماعی	-عاملی مهم بر انتخاب‌ها و کنش‌های اجتماعی افراد. -بده‌بستان، هنجارها و قواعد رفتاری که افراد برای سامان بخشیدن به مناسبات بین فردی، مبادلات و تعاملاتی که برای بقای خود ضروری می‌دانند وضع می‌کنند. -بده بستان زمانی صورت می‌گیرد که بدانیم که سرمایه اجتماعی همچون صندوقی از سپرده‌های اجتماعی، نفع مفیدی است که تلاش جزئی و اندک هر یک از ما می‌تواند به تناسب، بهره لازم را از آن ببرد (ذکایی، 1380).	-یکی از دلایل اقدام به بازخرید بیمه عمر، تنگناهای اقتصادی و نیاز فوری مالی. -هر چه سرمایه اجتماعی و شبکه پیوند قوی‌تر با جامعه، دوستان و خویشاوندان، احتمال بیشتر برای کمک شبکه در هنگام نیاز مالی. -فقدان سرمایه اجتماعی و ضعف شبکه پیوند، موجب نبود کمک برای رفع نیاز مالی و در نتیجه، احتمال بیشتر مراجعه به اندوخته‌های دراز مدت مانند بیمه عمر، برای جبران نیاز مالی.
2	تقدیرگرایی	-نوعی باور و اعتقاد فرهنگی که طبق آن انسان موجودی ناتوان و با قابلیت‌های محدود نسبت به جهان پیرامونی و امور و وقایع اتفاقیه در زندگیش است -درک او در باب ناتوانی‌ها و محدودیت‌هایش سبب می‌شود که وی به نوعی احساس فتور و بی‌قدرتی گرفتار آید و به عدم توانایی‌اش در باب شناخت علل وقایع و پدیده‌ها، پیش‌بینی حدوث وقایع در زندگی و کنترل آینده وقوف یابد. -بنابراین در شکست‌ها و موفقیت‌ها تنها سرنوشت سرزنش شده یا اعتبار می‌یابد (ازکیا، 1374).	-هرچه افراد، تقدیرگراتر باشند و شرایط بهروزی خود را به عوامل ماورائی و خارج از و اراده فردی مربوط بدانند، به احتمال کمتری با برنامه‌ریزی و آینده‌نگری، شرایط بهبود وضع زندگی خود را رقم می‌زنند. -برای این افراد امید به تغییر شرایط بر اثر مزایای اقتصادی بیمه عمر در آینده کاهش یافته و انگیزه‌ای برای تداوم سرمایه‌گذاری در بیمه عمر نداشته و لذا ممکن است اقدام به بازخرید آن نمایند.
3	تئوری مبادله اجتماعی (آگاهی فرد از مزایای بیمه عمر)	-افراد در مبادلات خود در تلاشند برای رسیدن به سودمندترین نتایج، پاداش‌ها را به حداکثر رسانده و در مقابل هزینه‌ها را به حداقل برسانند. -اگر فعالیت یا موقعیت ویژه‌ای برای آن‌ها سودآورتر یا متضمن هزینه کمتری باشد، آن را به فعالیت و موقعیت دیگر ترجیح می‌دهند (سیمپسون، 1370)	-سرمایه‌گذاری در بیمه عمر نوعی رفتار اقتصادی عقلانی که فرد هزینه آن را به امید دریافت پاداش در آینده متقبل می‌شود. -شرط تداوم رفتار اقتصادی اولاً آگاهی کامل از ابعاد پاداش و چگونگی آن و ثانیاً ارزشمند بودن پاداش برای فرد. -اگر بیمه‌گر نتواند به خوبی تمامی مزایای بیمه عمر را برای بیمه‌گذار تشریح کند، احتمال بیشتری وجود دارد که بیمه‌گذار در میانه راه از ادامه کار منصرف شده و اقدام به بازخرید بیمه خود نماید. -در حالت دوم بیمه‌گذار به خوبی از پاداش‌هایی که بر اثر تداوم بیمه عمر در آینده دریافت خواهد کرد، با خبر است اما این پاداش‌ها، آنقدر برای وی ارزشمند نیستند که انگیزه لازم را برای تداوم آن فراهم کند یا این که ارزشمندی این پاداش‌ها به مرور زمان برای وی کاهش یافته است، لذا در این شرایط احتمال بیشتری وجود دارد که فرد اقدام به بازخرید بیمه عمر نماید.
4	اعتماد مدنی	-اعتماد کردن به معنی قرار دادن منابع در اختیار طرف‌هایی که این منابع را برای استفاده خود، اعتماد کننده یا هر دو به کار می‌بندد و نوعی رابطه کیفی که قدرت عمل کردن را تسهیل می‌کند (کلمن 1377). -همزمان با ظهور اعتماد اجتماعی متقابل، زمینه برای همکاری اجتماعی، مشارکت اجتماعی فراهم می‌گردد که خود پیش شرطی برای اصلاح و توسعه اجتماعی است (چلبی، 1375).	-یکی از شرایط مبادلات اقتصادی وجود اعتماد متقابل میان طرفین مبادله. -در شرایطی که این اعتماد کم بوده و یا به دلایلی تضعیف شده باشد، احتمال تداوم مبادله کاهش می‌یابد. -در مورد خرید بیمه عمر، بیمه‌گذار باید به بیمه‌گر و نمایندگان آن در مورد انجام تعهدات در آینده اعتماد کامل داشته باشد. -هرچه این اعتماد بیشتر باشد، احتمال انصراف از سرمایه‌گذاری و بازخرید بیمه عمر کاهش می‌یابد.

ردیف	شاخص	تعریف نظری	نظر مصاحبه‌شوندگان درباره تاثیر بر گرایش به باز خرید
5	احساس امنیت سیاسی	-یکی از صورت‌های مهم احساس امنیت به معنای وسیع آن. نشان از نیاز فردی و نیاز به اطمینان از تداوم هویت خود، دوام محیط‌های اجتماعی و مادی اطراف خود (گیدنز، 1379). -نوعی ذهنیت و جهت‌گیری روانی مثبت شهروندان نسبت به عدم تزییع حقوق سیاسی خود توسط دولت و سازمان‌های سیاسی (حیدری و همکاران، 1390)	-کاهش احساس امنیت سیاسی و نبود چشم‌انداز روشن از ثبات شرایط سیاسی و تبعات آن در آینده، موجب کاهش میل به سرمایه‌گذاری‌های دراز مدت اقتصادی. -نبود این اعتماد درباره شرکت‌های بیمه‌گر، احتمال بیشتر انصراف مردم از ادامه مبادله اقتصادی با آنان در شرایط احساس ناامنی سیاسی.
6	احساس امنیت اقتصادی	-میزان حفظ و ارتقای شیوه زندگی مردم یک جامعه از طریق تامین کالاها و خدمات مورد نیاز، هم در بعد داخلی و هم در بعد بین‌المللی (پورسید، 1381). -سرمایه‌گذاری اقتصادی مستلزم تامین امنیت اقتصادی در کلیه شئون مرتبط با آن (رسولی و فرزین‌وش، 1393).	-در شرایطی که ثبات اقتصادی وجود نداشته باشد، انگیزه افراد برای سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت و نیز رونق مبادلات اقتصادی بلندمدت مانند بیمه عمر کاهش می‌یابد. -در شرایط ناامنی اقتصادی، محاسبه عقلانی حکم می‌کند که دارایی‌های اقتصادی منقول، تبدیل به غیرمنقول شود. -لذا در شرایطی که فرد احساس ناامنی اقتصادی کند، احتمال بیشتری وجود دارد که از سرمایه‌گذاری در بیمه عمر (که عواید آن منقول است) انصراف داده و سرمایه خود را تبدیل به کالا یا دارایی‌های غیرمنقول کند.
7	نظریه DGP یا الگوی تکامل گرایان معوق (امید به آینده)	-افرادی که از این تئوری پیروی می‌کنند، معتقدند که افراد باید به دنبال نافعیت‌گرایی باشند و بیشتر آینده و خوشی آن را در نظر داشته باشند و افراد جامعه باید برای خوشی آینده، شدیداً حال را تحمل کنند.	-سرمایه‌گذاری در بیمه عمر نوعی تقبل و تحمل هزینه در زمان حال به امید دریافت پاداش و سود در آینده است. -انگیزه بسیاری از کنش‌هایی که با هزینه همراه است، این است که کنشگر در آینده پاداش‌های بیشتری که به مراتب بیش از هزینه‌های فعلی است دریافت کند. -اگر به هر دلیلی امید فرد به آینده کاهش یافته و یا دریافت پاداش در آینده برای او کم اهمیت گردد، انگیزه او برای پرداخت هزینه‌های کنش در زمان حال کاهش می‌یابد. -اگر فرد بیمه‌گذار امید به آینده‌اش کاهش یابد یا پرداخت هزینه‌های فعلی برای او مهمتر از پاداش آینده شود، احتمال بیشتری وجود دارد که بیمه خود را باز خرید نماید.
8	امنیت شغلی	-احساس داشتن یک شغل مناسب و اطمینان از تداوم آن در آینده و فقدان عوامل تهدید کننده شرایط مناسب کاری در آن شغل. -اگر فرد احساس کند که دارای شغل مناسب است و اطمینان داشته باشد که تا پایان دوران خدمت در آن شغل به کار خود ادامه خواهد داد و از طرف شخص یا عامل به جهت ایفای مناسب نقش‌ها و وظایف اصلی خود مورد تهدید واقع نمی‌شود، دارای امنیت شغلی است (مجیدی و همکاران، 1387).	-از آنجا که سرمایه‌گذاری در بیمه عمر، یک سرمایه‌گذاری تدریجی و در طول زمان است و پرداخت هزینه‌های آن به صورت اقساط می‌باشد، بیمه‌گذار می‌بایست به لحاظ توانایی پرداخت این اقساط از ثبات و امنیت شغلی برخوردار باشد. -احتمال تداوم سرمایه‌گذاری در بیمه عمر در میان افرادی که شغل و حداقل درآمد ثابت دارند، بیشتر از افرادی است که فاقد این احساس امنیت می‌باشند. -احتمال بیشتری وجود دارد که افراد با مشاغل غیرثابت، در میانه راه اقدام به باز خرید بیمه عمر خود کنند.

منبع: یافته‌های تحقیق

پس از احصای شاخص‌ها، این شاخص‌ها در قالب مدل مفهومی تحقیق (شکل 1) قرار گرفته و پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته برای آزمون آن‌ها طراحی شد تا در جامعه آماری مورد نظر مورد بررسی قرار بگیرند. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه بیمه‌گذاران بیمه عمر یک شرکت بیمه در کشور هستند. هنگامی که ساختار جامعه‌ی پژوهش ناهمگون بوده و بتوان درون جامعه، قشرها، طبقه‌ها، یا گروه‌های گوناگون اما با درصدهای جمعیتی متناسب را مشخص نمود، می‌توان از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم استفاده نمود (میرزایی، 1392). برای این کار، پس از دریافت آمار فروش بیمه‌های عمر در یک شرکت بیمه به صورت تفکیک شده در 31 شعبه در سراسر کشور، نمونه‌ای شامل 400 نفر (با استفاده از فرمول کوکران برای حجم نمونه با جامعه آماری معلوم) از بیمه‌گذاران یک شرکت بیمه بین سال‌های 1390 تا 1394 بر مبنای سهم فروش هر شعبه از کل کشور انتخاب گردید.



شکل 1: مدل نظری تحقیق

پرسشنامه‌ای که در اختیار اعضای جامعه آماری قرار داده شد، گرایش به بازخرید را به عنوان متغیر وابسته در سه بعد رفتاری، عاطفی و شناختی ( 12 سوال) می‌سنجید و عوامل دیگری به عنوان متغیر مستقل از قبیل تقدیرگرایی (6سوال)، پیوند اجتماعی (3 سوال)، ارزشمندی مزایای بیمه عمر (3 سوال)، امید به آینده (3 سوال)، احساس امنیت اقتصادی (4 سوال)، احساس امنیت سیاسی (4 سوال)، احساس امنیت شغلی (2 سوال)، آگاهی از مزایای بیمه عمر (7 سوال)، سرمایه اجتماعی (3 سوال) و اعتماد مدنی (7 سوال) را با استفاده از طیف لیکرت پنج گزینه‌ای اندازه‌گیری می‌کرد. با توجه به هدف این پژوهش، برای سنجش روایی پرسشنامه تحقیق حاضر بر مبنای رویکرد روایی محتوایی و استفاده از شاخص نسبت روایی محتوا<sup>1</sup>(CVR)، از تعدادی از خبرگان در حوزه‌های مرتبط (شامل متخصصان جامعه‌شناسی، روانشناسی، بازاریابی و بیمه) کسب نظر شد که از این میان، 14 نفر نظرات خود را منعکس کردند. مقدار CVR مورد نیاز برای تأیید روایی با این تعداد خبره، عدد 0/51 است (Lawshe, 1975) که بر این مبنای، روایی همه سؤالات مورد تأیید قرار گرفته و CVR به دست آمده بالاتر از معیار مذکور به دست آمد. برای سنجش پایایی پرسشنامه نیز از روش آزمون آلفای کرونباخ در نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. مقدار آلفای کرونباخ برای کل سؤالات، 89/ به دست آمده است. همچنین برای تشخیص مناسب بودن گویه‌ها از ضریب همبستگی تصحیح‌شده هر سؤال به کل سؤالات استفاده شده است و در مجموع سؤالاتی که دارای همبستگی معناداری با مجموع سؤالات بودند، انتخاب و سایر سؤالاتی که همبستگی معناداری را نشان نمی‌دادند، حذف شده‌اند. بر این اساس، فرضیات تحقیق به شرح زیر تدوین شدند:

- فرضیه 1: هر چه سرمایه اجتماعی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
- فرضیه 2: هر چه تقدیرگرایی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر بیشتر است.
- فرضیه 3: هر چه پیوند اجتماعی فرد قوی‌تر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
- فرضیه 4: هر چه آگاهی فرد از مزایای بیمه عمر بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
- فرضیه 5: هر چه ارزشمندی مزایای بیمه عمر بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
- فرضیه 6: هر چه احساس امنیت سیاسی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
- فرضیه 7: هر چه احساس امنیت شغلی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
- فرضیه 8: هر چه احساس امنیت اقتصادی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
- فرضیه 9: هر چه میزان اعتماد مدنی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.

1. Content Validity Ratio

بررسی عوامل موثر بر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

فرضیه 10: هر چه امید به آینده در فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.  
فرضیه 11: بین متغیرهای زمینه‌ای و گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه معنی‌داری وجود دارد.

تحلیل آماری داده‌ها

پس از تکمیل پرسشنامه‌ها توسط جامعه آماری تحقیق، تجزیه و تحلیل آماری آن‌ها انجام شد که در این بخش نتایج حاصله ارائه می‌شوند. همان‌گونه که در جدول 3 مشاهده می‌شود، از نظر جنسیت تفاوت زیادی میان بیمه‌گذاران وجود ندارد و تقریباً نیمی مرد و نیمی زن هستند، اما تعداد افراد متأهل حدود دو برابر افراد مجرد است.

جدول 3: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس جنسیت و سن

جنسیت	مرد	زن	تعداد بی‌پاسخ	تعداد نمونه معتبر
	54%	46%	13	387
وضعیت تاهل	مجرد	متاهل	همسر فوت‌شده یا مطلقه	بی‌پاسخ
	22%	77%	22%	10

منبع: محاسبات تحقیق

هم‌چنین، در رابطه با متغیرهای زمینه‌ای (جدول 4)، نکته جالب توجه آن است که افراد دارای تحصیلات دیپلم، بیشترین تعداد را در جامعه آماری به خود اختصاص داده‌اند. به علاوه، تعداد افرادی که حق بیمه بالاتر از یک میلیون تومان پرداخت می‌کردند، بیش از سایرین بوده است.

جدول 4: توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس متغیرهای زمینه‌ای بررسی شده

گروه سنی	زیر 20 سال	20-29 سال	30-39 سال	40-49 سال	50-59 سال	60 سال و بالاتر	بی‌پاسخ
	22%	22%	22%	22%	22%	22%	36
سطح تحصیلات	بی‌سواد و ابتدایی	راهنمایی و دبیرستان	دیپلم	فوق دیپلم و دانشجو	لیسانس	فوق لیسانس و بالاتر	بی‌پاسخ
	22%	22%	22%	22%	22%	22%	12
تعداد فرزندان	بدون فرزند	یک فرزند	دو فرزند	سه فرزند	چهار فرزند	پنج فرزند و بیشتر	مجرد
	22%	22%	22%	22%	22%	22%	126
وضعیت اشتغال	شاغل	بیکار	اشتغال پاره وقت	خانه‌دار	محصل و دانشجو	بازنشسته	سایر
	22%	22%	16%	22%	22%	22%	22%
مدت زمان خرید بیمه	کمتر از 1 سال	1-2 سال	2-4 سال	4-6 سال	6-10 سال	بالای 10 سال	بی‌پاسخ
	22%	22%	22%	22%	22%	22%	11
مبلغ حق بیمه پرداختی (به هزار تومان)	کمتر از 200	200-349	350-499	500-699	700-999	بیشتر از 1000	بی‌پاسخ
	22%	22%	22%	22%	22%	22%	33

منبع: محاسبات تحقیق

در ادامه تحلیل آماری، برای بررسی رابطه دوبه‌دوی متغیرها و سنجش فرضیات تحقیق، از آزمون همبستگی استفاده شد. به دلیل نرمال بودن توزیع داده‌ها، برای آزمون همبستگی روش پیرسون مورد استفاده قرار گرفت که نتایج این آزمون به شرح جدول 5 است.



جدول 5: نتایج آزمون همبستگی و وضعیت فرضیات تحقیق

وضعیت	سطح معناداری (sig)	ضریب تعیین (R <sup>2</sup> )	مقدار R پیرسون	فرضیه
تایید	0.0000	0.0000	-0.0000	فرضیه 1: هر چه سرمایه اجتماعی فرد بیشتر باشد، گرایش او به باز خرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	0.0000	0.0000	0.0000	فرضیه 2: هر چه تقدیر گرایی فرد بیشتر باشد، گرایش او به باز خرید بیمه‌های عمر بیشتر است.
تایید	0.0000	0.0000	-0.0000	فرضیه 3: هر چه پیوند اجتماعی فرد قوی‌تر باشد، گرایش او به باز خرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	0.0000	0.0000	-0.0000	فرضیه 4: هر چه آگاهی فرد از مزایای بیمه عمر بیشتر باشد، گرایش او به باز خرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	0.0000	0.0000	-0.0000	فرضیه 5: هر چه ارزشمندی مزایای بیمه عمر بیشتر باشد، گرایش او به باز خرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	0.0000	0.0000	-0.0000	فرضیه 6: هر چه احساس امنیت سیاسی فرد بیشتر باشد، گرایش او به باز خرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	0.0000	0.0000	-0.0000	فرضیه 7: هر چه احساس امنیت شغلی فرد بیشتر باشد، گرایش او به باز خرید بیمه‌های عمر کمتر است.
رد	0.0000	0.0000	0.0000	فرضیه 8: هر چه احساس امنیت اقتصادی فرد بیشتر باشد، گرایش او به باز خرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	0.0000	0.0000	-0.0000	فرضیه 9: هر چه میزان اعتماد مدنی فرد بیشتر باشد، گرایش او به باز خرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	0.0000	0.0000	-0.0000	فرضیه 10: هر چه امید به آینده در فرد بیشتر باشد، گرایش او به باز خرید بیمه‌های عمر کمتر است.

منبع: یافته‌های تحقیق

هم‌چنین در جدول 6، نتایج حاصل از بررسی معناداری رابطه میان متغیرهای زمینه‌ای و گرایش به باز خرید بیمه‌های عمر (فرضیه 11)، نشان داده شده است. متغیرهای زمینه‌ای در این تحقیق شامل سن، جنس، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات و وضعیت شغلی می‌باشد. بنابراین با طرح فرضیات فرعی تفکیکی برای هر یک از متغیرهای زمینه‌ای، وضعیت فرضیه 11 با آزمون مناسب برای هر یک از متغیرها (به تناسب نوع متغیر و نرمال یا غیرنرمال بودن توزیع داده‌ها) مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول 6: وضعیت آزمون همبستگی متغیرهای زمینه‌ای با گرایش به باز خرید بیمه‌های عمر

وضعیت	تفسیر	آزمون	فرضیه
رد	بین متغیر سن افراد و میزان گرایش آنان به باز خرید بیمه‌های عمر، رابطه معناداری در سطح اطمینان 95 درصد وجود ندارد.	مقدار R پیرسون -0.0000	فرضیه 1-11- بین سن و گرایش به باز خرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری وجود دارد.
		ضریب تعیین (R <sup>2</sup> ) 0.0000	
		سطح معناداری (sig) 0.0000	
رد	بین متغیر جنس و میزان گرایش افراد به باز خرید بیمه‌های عمر، رابطه معناداری در سطح اطمینان 95 درصد وجود ندارد.	مقدار F -0.0000	فرضیه 2-11- بین جنس و گرایش به باز خرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری وجود دارد.
		درجه آزادی (df) 383	
		سطح معناداری (sig) 0.0000	
رد	بین متغیر وضعیت تأهل افراد و میزان گرایش آنان به باز خرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری در سطح اطمینان 95 درصد وجود ندارد.	مقدار F 0.0000	فرضیه 3-11- بین وضعیت تأهل و گرایش به باز خرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری وجود دارد.
		درجه آزادی (df) 387	
		سطح معناداری (sig) 0.0000	
تایید	بین متغیر میزان تحصیلات افراد و میزان گرایش آنان به باز خرید بیمه‌های عمر رابطه منفی (معکوس) و معناداری در سطح اطمینان 99 درصد وجود دارد. بدین معنی که هر چه میزان تحصیلات افراد بیشتر باشد میزان گرایش آنان به باز خرید بیمه‌های عمر کمتر می‌باشد.	مقدار rho اسپیرمن -0.0000	فرضیه 4-11- بین میزان تحصیلات و گرایش به باز خرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری وجود دارد.
		سطح معناداری (sig) 0.0000	
تایید	بین متغیر وضعیت شغلی افراد و میزان گرایش آنان به باز خرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری در سطح اطمینان 95 درصد وجود دارد. یعنی، میانگین میزان گرایش افراد شاغل به باز خرید بیمه‌های عمر بطور معناداری نسبت به افراد خانه‌دار و بیکار کمتر بوده است. همچنین میانگین میزان گرایش افراد محصل و دانشجو به باز خرید بیمه‌های عمر بطور معناداری نسبت به شاغلین بیشتر بوده است.	مقدار F 2/347	فرضیه 5-11- بین وضعیت شغلی و گرایش به باز خرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری وجود دارد.
		درجه آزادی (df) 384	
		سطح معناداری (sig) 0/031	

منبع: یافته‌های تحقیق

تحلیل چند متغیره و آزمون فرضیه‌های تحقیق در گام دوم

در ادامه، به منظور مشخص شدن سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته در مدل نظری تحقیق، از روش رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر داده‌ها استفاده شده است. در تحلیل رگرسیونی چندمتغیره، سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته بدون لحاظ کردن تقدّم و تأخّر در بین آنها مشخص می‌گردد. هم‌چنین از طریق تحلیل مسیر، سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته با لحاظ کردن تقدّم و تأخّر در بین آنها تعیین می‌شود.

تحلیل و پردازش مدل از طریق رگرسیون چندمتغیره

به منظور تشریح و تحلیل رگرسیون چندمتغیره و دستیابی به مدل رگرسیونی گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر، تمامی متغیرهای مستقل به روش stepwise وارد معادله رگرسیونی شدند. جدول 7، متغیرهای وارد شده و متغیرهای خارج شده از معادله رگرسیون را نشان می‌دهد. هم‌چنین جدول 8، شاخص‌ها و آماره‌های تحلیل رگرسیونی را مشخص می‌کند.

جدول 7: مدل رگرسیون چندمتغیره برای تبیین گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

متغیرهایی که وارد معادله شده‌اند				
Sig	مقدار t	ضرایب استاندارد		متغیرها
		Beta	خطای استاندارد	
0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	تقدیرگرایی
0.0000	-0.0000	-0.0000	0.0000	ارزشمندی مزایای بیمه عمر
0.0000	-0.0000	-0.0000	0.0000	احساس امنیت سیاسی
0.0000	-0.0000	-0.0000	0.0000	آگاهی از مزایای بیمه عمر
0.0000	0.0000	---	0.0000	مقدار ثابت

متغیرهایی که از معادله خارج شده‌اند

Sig	مقدار t	متغیرها
0.0000	-0.0000	سن
0.0000	-0.0000	میزان تحصیلات
0.0000	-0.0000	احساس امنیت اقتصادی
0.0000	0.0000	احساس امنیت شغلی
0.0000	-0.0000	اعتماد مدنی
0.0000	-0.0000	سرمایه اجتماعی
0.0000	-0.0000	پیوند اجتماعی
0.0000	0.0000	امید به آینده

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول 8: شاخص‌ها و آماره‌های تحلیل رگرسیونی برای تبیین گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

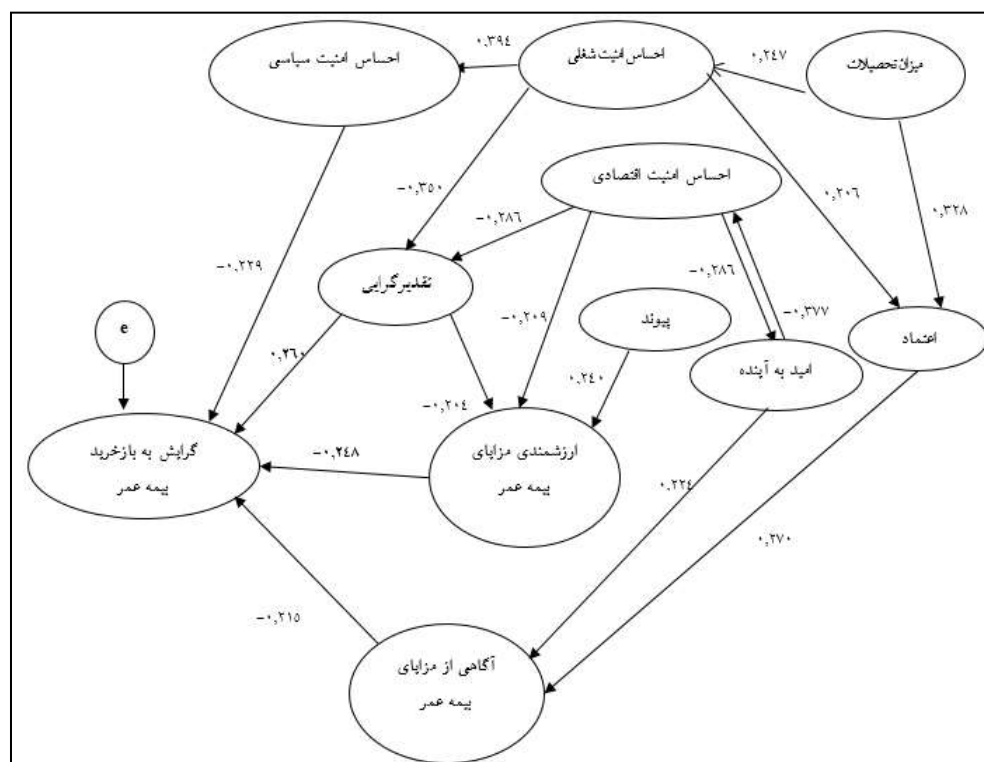
0.0000	ضریب همبستگی چندگانه
0.0000	ضریب تعیین
0.0000	ضریب تعیین تعدیل شده
0.0000	خطای استاندارد

منبع: یافته‌های تحقیق

همانگونه که در جدول 8 ملاحظه می‌شود، ضریب همبستگی چندگانه برابر با  $M.R=0/639$ <sup>1</sup>، ضریب تعیین<sup>2</sup> برابر با  $R^2=0/409$  و ضریب تعیین تعدیل‌شده برابر  $0/402$  می‌باشد و بیانگر این مطلب است که بیش از 40 درصد از واریانس و تغییرات گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر توسط متغیرهای موجود در معادله تبیین می‌شود. با توجه به اینکه در تحلیل رگرسیونی فوق از روش stepwise استفاده شده است، ابتدا متغیری که بیشترین قدرت تبیین‌کنندگی را دارد وارد مدل رگرسیونی می‌شود و بعد از این متغیر، متغیرهای دیگری که دارای بیشترین تأثیر بر روی متغیر وابسته باشند وارد مدل می‌شوند. آماره‌های موجود در جدول 7، گویای این واقعیت است که متغیر تقدیرگرایی با بتای  $0/260$  بیشتر از همه متغیرهای مستقل دیگر بر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر تأثیر می‌گذارد. جهت تأثیر این متغیر نیز مثبت و مستقیم است و بیانگر این مطلب است که هر چه افراد تقدیرگراتر باشند، میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر نیز بیشتر خواهد بود. بعد از متغیر تقدیرگرایی، متغیر ارزشمندی مزایای بیمه عمر با بتای  $-0/248$  قرار گرفته است که دارای تأثیر نسبتاً متوسطی بر روی گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر است و متغیرهای احساس امنیت سیاسی و آگاهی از مزایای بیمه عمر به ترتیب با بتای  $-0/229$  و  $-0/215$  بعد از دو متغیر اولیه بیشترین تأثیر معنادار را بر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر داشتند.

### تحلیل مسیر

حال جهت بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل، متغیر میزان گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر را از معادله قبلی خارج کرده و متغیرهای مستقلی را که دارای تأثیر معناداری بر روی گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر بودند، به ترتیب بیشترین تأثیر در معادله رگرسیونی، به عنوان متغیر وابسته وارد معادله نمودیم که نتیجه در نهایت، دیاگرام مسیر مربوط به عوامل مؤثر بر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر در شکل 2 بدست آمد که بر حسب میزان تأثیر (بتا) می‌باشد.



شکل 2: عوامل مؤثر بر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

1. Multiple Correlation R

2. R Square

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی چندگانه متغیرهای فوق را می‌توان به صورت استاندارد شده و به شکل ریاضی چنین نوشت:  
 $0/769 +$  (احساس امنیت سیاسی)  $-0/229$  - (ارزشمندی مزایای بیمه عمر)  $-0/248$  - (آگاهی از مزایای بیمه عمر)  $-0/215$  - (تقدیرگرایی)  $0/260 =$  گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

جدول 9: میزان تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

متغیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
تقدیرگرایی	0.0000	0.0000	0.0000
ارزشمندی مزایای بیمه عمر	-0.0000	ندارد	-0.0000
احساس امنیت سیاسی	-0.0000	ندارد	-0.0000
آگاهی از مزایای بیمه عمر	-0.0000	ندارد	-0.0000
احساس امنیت شغلی	ندارد	-0.0000	-0.0000
میزان تحصیلات	ندارد	-0.0000	-0.0000
پیوند اجتماعی	ندارد	-0.0000	-0.0000
اعتماد مدنی	ندارد	-0.0000	-0.0000
امید به آینده	ندارد	-0.0000	-0.0000
احساس امنیت اقتصادی	ندارد	-0.0000	-0.0000

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به مدل علی در شکل 2 و نیز جدول شماره 9، مشخص می‌شود که متغیر تقدیرگرایی با دارا بودن اثر کل مثبت به اندازه 0/311 در تبیین واریانس متغیر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر از بیشترین قدرت برخوردار است. بدین معنی که هرچه بر میزان تقدیرگرایی افزوده شود، میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر نیز افزایش می‌یابد. بعد از این متغیر، ارزشمندی مزایای بیمه عمر و سپس احساس امنیت سیاسی در مراتب بعدی قرار دارند که رابطه منفی با متغیر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر دارند. یعنی هرچه میزان ارزشمندی مزایای بیمه عمر افزایش یابد، میزان گرایش افراد به بازخرید بیمه‌های عمر کم می‌شود و همچنین هرچه افراد احساس امنیت سیاسی بیشتری داشته باشند، میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر کاهش می‌یابد. از سوی دیگر متغیرهای امید به آینده و احساس امنیت اقتصادی، به ترتیب با مقادیر 0/039- و 0/023-، از کمترین اثر کل برخوردارند و نشانگر این است که این متغیرها در بین متغیرهای وارد شده به مدل رگرسیونی از اهمیت چندانی برخوردار نیستند و قدرت تبیین‌کنندگی کمتری نسبت به دیگر متغیرها دارند. هر چند که این متغیرها رابطه منفی با گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر دارند؛ بدین معنی که هرچه امید افراد به آینده بیشتر باشد و امنیت اقتصادی بیشتری را احساس کنند، میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر خواهد بود.

## نتایج و بحث

### جمع‌بندی و پیشنهادها

#### نتیجه‌گیری و پیشنهادهای کاربردی

امروزه بیمه‌های عمر در هر جامعه‌ای به عنوان مهم‌ترین شاخص توسعه اقتصادی به حساب می‌آیند. با مطالعه آمارهای مربوط به این حوزه مشخص می‌شود که از کل حق بیمه تولیدی کشورهای پیشرفته، بخش قابل توجهی از آن به بیمه‌های عمر اختصاص دارد. این اهمیت هم از منظر اقتصاد جوامع و هم از منظر اقتصاد خانوار حائز اهمیت است.

اما بیمه‌های عمر در ایران نه تنها از رشد خوبی برخوردار نیستند، بلکه همین میزان کم هم در معرض خطر بازخرید زود هنگام قرار گرفته و بالطبع این امر باعث بر هم خوردن برنامه‌های بلندمدت شرکت‌های بیمه و نارضایتی بیمه‌گذاران (به دلیل قواعد سخت بازخرید زود هنگام بیمه‌های عمر) می‌شود. بنابراین، تحقیق حاضر به دنبال یافتن و آزمون عوامل موثر بر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر بوده است.

- شاخص‌های مورد بررسی این تحقیق که با استفاده از نظر خبرگان تعیین شدند، در قالب پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته، در جامعه آماری بیمه‌گذاران عمر یک شرکت بیمه (در بازه زمانی سال‌های 1390 تا 1394) مورد بررسی و آزمون (همبستگی و رگرسیون) قرار گرفتند و نتایجی به شرح زیر به دست آمدند:
- بین سرمایه اجتماعی افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه منفی (معکوس) وجود دارد: افرادی که احساس می‌کنند سرمایه اجتماعی بالایی دارند، تصورشان این است که دوستان واقعی زیادی را کنار خود دارند، در مواقع نیاز مالی بیشتر می‌توانند روی کمک آنها حساب نموده و بنابراین بیمه‌نامه عمر خود را نغروشند.
  - بین متغیر تقدیرگرایی افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه مثبت (مستقیم) وجود دارد: افراد تقدیرگرا که برای آینده ناشی از کار و کوشش ارزشی قائل نبوده و آینده را از پیش ساخته شده می‌دانند، بیشتر در معرض بازخرید بیمه‌نامه عمر قرار می‌گیرند.
  - بین متغیر پیوند اجتماعی افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه منفی (معکوس) وجود دارد: هر چقدر میزان پیوند اجتماعی و دوستی افراد قوی‌تر باشد، دیگران در مواقع نیاز به کمک یکدیگر شتافته و بنابراین با پیوند اجتماعی قوی‌تر افراد به بازخرید بیمه‌نامه‌ی عمر خود کمتر فکر می‌کنند.
  - بین متغیر آگاهی افراد از مزایای بیمه عمر و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه منفی (معکوس) وجود دارد: آگاهی از مزایای بیمه عمر که ناشی از داشتن اطلاعات کافی و دانش مورد نیاز از محصول خریداری شده به صورت کیفی و کمی می‌باشد، باعث می‌شود که افراد در هنگام خرید بیمه‌نامه به محتوای آن پی برده، با دید باز آن را خریداری نموده، محصول را شناخته، برای آن ارزش قائل شده و با ادراک بلندمدت بودن آن، در هنگام خرید کمتر به بازخرید آن فکر می‌کنند.
  - بین میزان ارزشمندی مزایای بیمه عمر برای افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه منفی (معکوس) وجود دارد: هر چه خرید بیمه عمر و مزایای آن از قبیل فوت، از کارافتادگی، امراض خاص، حادثه و یا بازنشستگی و... ارزشمندتر باشد احتمال بازخرید آن کمتر خواهد بود. به عبارتی دیگر هر چه نتیجه یک کنش یا عمل برای شخص با ارزش‌تر باشد، به همان نسبت علاقه وی نسبت به تدارک انجام آن عمل بیشتر می‌شود.
  - بین احساس امنیت سیاسی افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه منفی (معکوس) وجود دارد: با کاهش امنیت سیاسی، مردم چشم‌انداز روشنی از ثبات شرایط سیاسی و تبعات آن را در آینده نداشته، میل به سرمایه‌گذاری‌های درازمدت اقتصادی در این شرایط کاهش می‌یابد. بیمه‌گذاران در گذار از این ماجرا با افزایش احساس امنیت سیاسی کمتر تمایل به بازخرید بیمه‌ی عمر خود خواهند داشت.
  - بین احساس امنیت شغلی افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه منفی (معکوس) وجود دارد: هر چقدر افراد بیشتر احساس امنیت شغلی داشته باشند، کمتر اقدام به بازخرید بیمه‌های عمر می‌نمایند. بنابراین امنیت شغلی که عبارت است از احساس داشتن یک شغل مناسب و اطمینان از تداوم آن در آینده و فقدان عوامل تهدید کننده‌ی شرایط مناسب کاری در آن شغل، باعث می‌گردد که افراد گرایش کمتری به بازخرید بیمه‌های عمر خود پیدا کنند.
  - بین اعتماد مدنی افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه منفی (معکوس) وجود دارد: اعتماد مدنی اعتماد به یکدیگر می‌باشد که شرایط تشکیل روابط ثانوی است که به نوبه خود برای مشارکت سیاسی موثر در هر دموکراسی وسیع لازم است. برای بیمه‌گذاران بیمه عمر، اعتماد به نهادهایی چون بانک‌ها، شهرداری‌ها، سازمان‌های بورس، موسسات اعتباری و قرض الحسنه، بیمه‌ها و ... می‌تواند باعث اعتماد مدنی بالایی شده و کمتر بیمه عمر خود را بازخرید نمایند.
  - بین امید به آینده در افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه منفی (معکوس) وجود دارد: امید به آینده نگرش و نگاه افراد به فرداهای زندگی و عملکرد فعلی آنها در جهت عینیت بخشیدن به این نگرش می‌باشد. هر چه افراد تصور بهتری از شرایط محیطی زندگی خود داشته باشند، امید به آینده در آنها افزایش یافته و بنابراین کمتر به بازخرید بیمه‌های عمر خود گرایش پیدا می‌کنند.
  - بین متغیر میزان تحصیلات افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر، رابطه منفی (معکوس) وجود دارد: افراد با تحصیلات بالاتر، به دلیل آگاهی بیشتر ناشی از ارتباطات و گسترش نگاه علمی و کنجکاوانه به جهان، با پرس‌وجوی دقیق اقدام به خرید بیمه نموده و لذا ابهامات خرید کاهش یافته و بنابراین کمتر بیمه نامه خود را بازخرید می‌نمایند.
- هم‌چنین، از میان متغیرهای مورد بررسی، متغیر تقدیرگرایی در گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر از بیشترین قدرت برخوردار است و پس از آن، به ترتیب ارزشمندی مزایای بیمه عمر و احساس امنیت سیاسی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. متغیرهای امید به آینده و احساس امنیت اقتصادی، از کمترین اثر کل برخوردارند و قدرت تبیین‌کنندگی کمتری نسبت به دیگر متغیرها دارند.

بر این اساس، با توجه به اهمیت شاخص ارزشمندی مزایای بیمه عمر (و این که شرکت‌های بیمه قدرت چندانی برای اثرگذاری بر شاخص‌های تقدیرگرایی و احساس امنیت سیاسی ندارند)، به بیمه‌گران و فروشندگان بیمه‌های عمر پیشنهاد می‌شود حداکثر تلاش خود را برای فهماندن مزایای واقعی و ارزشمند پوشش بیمه عمر، به مشتری یا بیمه‌گذار بیمه عمر انجام دهند. در این راه، آموزش مستمر نمایندگان و کارگزاران و نیز استفاده از سازوکارهای کنترلی برای اطمینان از ارائه صحیح اطلاعات مربوط به مزایای بیمه‌نامه توسط فروشندگان بیمه عمر، می‌تواند مفید باشند.

هم‌چنین، به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود که با توجه به قدرت پیش‌بینی‌کنندگی این شاخص‌ها، پرسشنامه استفاده شده در این تحقیق را، ابتدا در چند شرکت بیمه دیگر و در صورت تایید در یک پژوهش ملی مورد بررسی قرار دهند و چنانچه نتایج تعمیم یافتند، از پرسشنامه مربوطه (با جرح و تعدیل لازم) در شرکت‌های بیمه استفاده شود تا با بررسی نگرش مصرف‌کننده در زمان قبل از فروش بیمه‌نامه عمر، اقدامات احتیاطی یا آگاهی‌بخش لازم به عمل آید و از این طریق ریسک بازخرید بیمه‌های عمر برای شرکت‌های بیمه کاهش یابد.

## منابع و مآخذ

- آقازاده، ل. رزمجوی، م. (1386) «بررسی علل بازخرید بیمه‌های عمر و پس‌انداز شرکت سهامی بیمه ایران در شهر ارومیه بین سال‌های 1380 لغایت 1385»، مجموعه مقالات چهاردهمین سمینار بیمه و توسعه بیمه‌های عمر.
- حبیبی مرند، ن. (1395) «بررسی عوامل موثر بر بازخرید بیمه عمر و سرمایه‌گذاری با تاکید بر عوامل خرد اقتصادی (مطالعه موردی: بیمه پارسیان)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- قدمیان، ش. (1392) «عوامل اقتصادی موثر بر بازخرید بیمه‌نامه عمر و پس‌انداز شهر تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب.
- عباسی، الف و سازگار، الف (1383) «شناخت علل بازخرید بیمه‌نامه‌های عمر و پس‌انداز در شرکت بیمه ایران»، فصلنامه صنعت بیمه، سال نوزدهم، شماره 2، صص 78-119.
- مهدوی، غ. افقی، ر. عابد، م (1393)، «بررسی اثر ریسک‌گریزی بر بازخرید بیمه‌نامه‌های عمر: مطالعه موردی بازار بیمه ایران»، پژوهشنامه بیمه، سال سی‌ام، شماره 3، 1394، صص 61-75.
- سیمپسون، ر.ل. مترجم ذکایی، س. (1370) «نظریه‌های مبادله اجتماعی»، مجله فرهنگ، شماره 9، صص 117-142.
- مجیدی، ع. قهرمانی، الف. محمود آبادی، ع. (1387) «بررسی رابطه بین ابعاد توانمندسازی و امنیت شغلی کارکنان دانشگاه علوم انتظامی»، مطالعات مدیریت انتظامی، شماره 4، صص 437-451.
- میچل، ترنس (1373). مردم در سازمان‌ها، ترجمه حسین شکرشکن، تهران، رشد.

- Doherty, A.; Hal, J., (2002). "The Benefits of a Secondary Market for Life Insurance Policies," Wharton Financial Institutions Center Working Paper 02-41.
- Eling, M.; Kiesenbauer, D., (2011). "What policy features determine life insurance lapse? An analysis of the German market". Working papers on risk management and insurance no. 95.
- Eling, M.; Kiesenbauer, D., What policy features determine life insurance lapse? An analysis of the german market. (2011), working papers on risk management and insurance no. 95.
- Fier, G.; Liebenberg, A., (2013). "Life Insurance Lapse Behavior". North American Actuarial Journal. 17. 10.1080/10920277.2013.803438.
- Fier, G.; Stephen & Liebenberg, Andre., (2013). Life Insurance Lapse Behavior. North American Actuarial Journal. 17. 10.1080/10920277.2013.803438.
- Gatzert, N.; Gudrun, H.; Hato, S., (2009), "The Impact of the Secondary Market on Life Insurers' Surrender Profits," Journal of Risk and Insurance, 76(4): 887-908.
- Gemmo, I.; Götz, M., (2016). "Life insurance and demographic change: An empirical analysis of surrender decisions based on panel data", ICIR Working Paper Series, No. 24/16, International Center for Insurance Regulation, Goethe University Frankfurt, Frankfurt am Main.

- Hwang, Y., (2016). Empirical analysis of surrender dynamics in Taiwan life insurance companies, bulletin français d'actuariat, Vol. 16, pp. 115 – 127.
- Kannan, R.; Sarma, K.P.; Rao, A.V.; Sarma, S.K., (2008). "Lapsation and its compact on Indian life insurance". Journal of IRDA, 1(2008).
- Kiesenbauer, D., (2012) "Main determinants of lapse in the German life insurance industry", Fakultät für Mathematik und Wirtschaftswissenschaften.
- Kim, Changki., (2005). "Modeling Surrender and Lapse Rates with Economic Variables," North American Actuarial Journal, 9(4): 56-70.
- Knoller, Ch.; Kraut, G.; Schoenmaekers, P., (2011). "On the Propensity to Surrender a Variable Annuity Contract: An Empirical Analysis of Dynamic Policyholder Behaviour", Working Paper, Munich Risk and Insurance Center (MRIC) & Munich Reinsurance Company.
- Kuo, W.; Chenghsien, T.; Wei-Kuang, Ch., (2003). "An Empirical Study on the Lapse Rate: The Cointegration Approach," Journal of Risk and Insurance, 70(3): 489-508.
- Lawshe, C.H., (1975). A quantitative approach to content validity. Personnel psychology, 28, pp. 563–575.
- Li, D.; Moshirian, F.; Nguyen, P.; Wee, T., (2007). "The Demand for Life Insurance in OECD Countries," Journal of Risk and Insurance, 74(3): 637-652.
- Milhaud, X. LOISEL, S.; Maume-deschamps, V., (2011). "Surrender triggers in life insurance: what main features affect the surrender behavior in a classical economic context?", bulletin français d'actuariat, Vol. 11, pp. 5-48.
- Outreville, J.; Francois., (1990). "Whole-Life Insurance Lapse Rates and the Emergency Fund Hypothesis," Insurance: Mathematics and Economics, 9: 249-255.
- Russell, David T.; Fier.; Stephen G.; Carson.; James, M.; and Randy, E., (2013). "An Empirical Analysis of Life Insurance Policy Surrender Activity", Journal of Insurance Issues, Vol. 36, No. 1, PP. 35\_57.