

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد نوآوری بر پذیرش تکافل با توجه به نقش میانجی اعتماد ادراک شده: مورد مطالعه ایران

محل انتشار:

بیست و نهمین همایش ملی و دهمین همایش بین المللی بیمه و توسعه با موضوع «توسعه دانش بنیان صنعت بیمه» (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسنده:

زهرا عالی پور - کارشناسی ارشد آکچوئری، دانشگاه علامه طباطبایی (موسسه اکو)، مدیر ریسک و آکچوئری شرکت بیمه امید تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این مقاله تعیین اهداف برای پذیرش تکافل با توجه به نقش میانجی اعتماد ادراک شده در موردایران است. روش شناسی تحقیق- این مطالعه از مزیت نسبی، سازگاری و ساختارهای پیچیدگی به عنوان عوامل اصلی نظریه ابعاد نوآوری (DOI) استفاده می کند. علاوه بر این، سه ساختار خارجی آگاهی، فرهنگ و اعتماد به ساختارهای DOI اضافه گردید. محقق ۴۱۹ پرسشنامه را بین مشارکت کنندگان مطالعه توزیع نمود. این نظرسنجی با استفاده از روش نمونه گیری آسان در استان هرمزگان انجام شد و پاسخ دهندگانما کاربران بالقوه محصول تکافل بودند. مدل نظری DOI از طریق مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) مورد آزمایش قرار گرفت. یافته ها نشان می دهد که مزیت نسبی، سازگاری، فرهنگ با واسطه گری اعتماد ادراک شده بر پذیرشتکافل تاثیر مثبت و معناداری دارد. از سوی دیگر پیچیدگی و آگاهی درک شده رابطه مثبتی با پذیرشتکافل دارد و اعتماد درک شده در رابطه بین ابعاد نوآوری بر پذیرش تکافل نقش میانجی دارد. این تحقیق تلاشی اصیل برای بررسی عواملی است که با تغییر نظریه DOI، پذیرش محصولات تکافل را در مورد مشتریان با واسطه اعتماد در ایران تعیین می کند. بنابراین، کمک منحصر به فردی به میدان تکافل در زمینه ایران ارائه می دهد.

کلمات کلیدی:

نوآوری، پذیرش تکافل، اعتماد ادراک شده، ابعاد نوآوری (DOI)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1770300>

