

عنوان مقاله:

شناسایی و تعیین ارتباط بین ابعاد شخصیت بیمه گذاران با تصمیم به خرید آنها از شرکتهای بیمه گر در شهر سنج

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

اسعد نظری - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بیمه، و مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی سنج

عطاله محمدی - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بیمه، و مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی سنج

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تعیین ارتباط بین ابعاد شخصیت بیمه گذاران باتصمیم به خرید آنها از شرکتهای بیمه گر طراحی و اجرا شده است به این منظور کلیه ی مشتریان شرکتهای بیمه سطح شهر سنج به عنوان جامعه آماری لحاظ و مورد بررسی قرار گرفتند. پژوهش حاضر جزء پژوهش های توصیفی؛ از نوع همبستگی، از منظر هدف کاربردی به لحاظ شیوه ی گردآوری اطلاعات پیاپی، از نگر زمانی، مقطعی - عرضی و به طور مشخص، مبتنی بر مدل معادلات محتوایی است براین اساس برای سنجش مفاهیم اساسی پژوهش به ترتیب پرسشنامه های ابعاد شخصیت بیمه گذاران مدل گلدبرگ در قالب ابعاد: برونگرایی، ثبات هیجانی، انعطاف پذیری، دلیپذیر بودن و وظیفه شناسی، و پرسشنامه تصمیم به مدل کاتلر، در قالب ابعاد: تشخیص مسئله، جستجوی اطلاعات ارزیابی گزینه های موجود، تصمیم خرید، ارزیابی رفتار پس از خرید، به کار برده شد. نمونه آماری شامل 384 نفر از مشتریان شرکتهای بیمه بوده و که از طریق نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده اند. روایی آزمون نیز از دو روش اعتبار محتوا و اعتبار سازه با استفاده از روش تحلیل تأییدی، تأیید شد. یافته های نهایی پژوهش حاکی از وجود ارتباط معنی دار بین ابعاد شخصیت بیمه گذاران و ابعاد آن، باتصمیم به خرید آنها از شرکتهای بیمه گر در شرکتهای بیمه مورد مطالعه است. و همچنین بیشترین ار مربوط به بعد وظیفه شناسی که در بین پیش بینی های تصمیم به خرید دارا می باشد.

کلمات کلیدی:

ابعاد شخصیت بیمه گذاران، تصمیم به خرید، برونگرایی، ثبات هیجانی، انعطاف پذیری، دلیپذیر بودن و وظیفه شناسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/393321>

