

## عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر مراجعه مجدد خرید اینترنتی بیمه

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بازیابی تعاملی اطلاعات (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

شهرام شبیانی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، معاون فنی بیمه ایران استان خراسان رضوی، بیمه ایران، مشهد، ایران.

تکتم سالاری - استادیار و عضو هیات علمی گروه مدیریت و حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.

## خلاصه مقاله:

اینترنت یکی از ابزارهای نوین عصر اطلاعات است که به سرعت در حال نفوذ در همه جنبه های زندگی بشر است. یکی از مهمترین عرصه های نفوذ اینترنت در تجارت و سیستم های اقتصادی است. این تحقیق به بررسی عوامل موثر بر مراجعه مجدد خرید اینترنتی بیمه می پردازد در قانون تجارت بیمه های بازرگانی استفاده بیشتری برای جذب مشتری از این تکنولوژی میکنند. خدمات اینترنتی، فروش اینترنتی بیمه نامه، پرداخت خسارت اینترنتی و غیره شامل مجموعه خدمات شرکتهای بیمه میشود. این تحقیق کاربردی بوده و توصیفی پیمایشی می باشد. جامعه آماری مشتریان بیمه ایران می باشند که خرید اینترنتی داشته اند و تحقیق با روش نمونه گیری تصادفی ساده و توزیع پرسشنامه که روایی و پایایی آن تایید شده انجام پذیرفته است. برای بررسی داده ها در سطح استنباطی از معادلات ساختاری استفاده شده است. داده های حاصل از این تحقیق با استفاده از نرم افزار اس پی اس اس و اسمارت پلاس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند. نگرش مشتریان، هنجارهای ذهنی مشتریان، کنترل رفتاری درک شده مشتریان، گرایش رفتاری مشتریان بر قصد مراجعه مجدد خرید بیمه از طریق اینترنت تاثیر مثبتی دارد.

## کلمات کلیدی:

خرید اینترنتی، رفتار مشتری، قصد مراجعه مجدد، بیمه ایران

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/952702>

