

## Investigating factors affecting the tendency to life insurance surrender

Abazar Helmzadeh<sup>1</sup> Karim Hamdi<sup>2</sup> Kambiz Heidarzadeh Hanzaei<sup>3</sup>

Received: 2019 January 4

Accepted: 2019 September 16

### Abstract

**Objective:** Life insurance in Iran is not only not well-developed but also at low risk of early surrender, causing long-term disruption to insurance companies and insurers' dissatisfaction. This is due to the difficult rules of early life insurance surrender. In recent years, there has been a lot of effort in the insurance industry to increase the share of the life insurance portfolio. Currently, this share is negligible compared to global statistics, and some of them are surrendered annually. Regarding the fact that the researches in the field of life insurance all had a backward perspective and none of them sought to predict this behaviour in the customers, this research aims to measure the tendency of people to life insurance surrender, by independent variables including fatalism, social capital, awareness of the benefits of life insurance, the value of life insurance benefits to the individual, the sense of political security, the sense of economic security, occupational security and contextual variables, and thus the prediction of life insurance surrendering behaviour in life insurance policyholders.

**Method:** The method used in this study is correlation and regression tests.

**Findings:** According to the research findings, which is based on a sample of 400 policyholders of the life insurance of one insurance company in 2011-2016, there is only a direct relationship between social capital with a tendency to surrender, and other variables had inverse relationships with it. Also, the hypothesis of the existence of an inverse relationship between the tendency to surrender with economic security was rejected. Among the contextual variables, the level of education has the strongest relationship with the tendency to surrender, which is also inverse. In addition, according to the results of the regression test, among the variables studied, the fatalism variable is the most powerful in the tendency to life insurance surrender, and afterwards, the value of life insurance benefits and a sense of political security. The variables of hope for future and sense of economic security have the least overall effect and have less explanatory power than the other variables.

**Conclusion:** Therefore, given the importance of the value of life insurance benefits, insurers and life insurance salespeople should do their best to understand the real benefits of life insurance coverage to the customer or life insurance insurer. To do this, continuous training of agents and brokers, as well as the use of control mechanisms to ensure that life insurance vendors are properly informed about the benefits of insurance, have special importance.

**Keywords:** life insurance, life insurance surrender, tendency, life insurance policyholder, insurance companies.

**JEL Classification:** G32·G23·G22.

---

1. PhD candidate in business administration, Islamic Azad University, Science and research branch. tehran.iran.abazarhelmzade2020@gmail.com.

2. Associate Professor; business management, faculty of management and economics, Islamic Azad University, Science and research branch, tehran, iran. (Corresponding Author) karimhamdi3030@gmail.com

3. Associate Professor, department of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran. heidarzadeh@srbiau.ac.ir

## بررسی عوامل موثر بر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

اباذر حلم‌زاده<sup>۱</sup>، کریم حمدی<sup>۲</sup>، کامبیز حیدرزاده هنزایی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۰/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۲۵

### چکیده

**هدف:** در سال‌های اخیر، در صنعت بیمه تلاش زیادی صورت گرفته تا سهم پورتفوی 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. با توجه 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 ۴۰۰ نفری از بیمه‌گذاران عمر شرکت بیمه در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ 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. به علاوه، 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.

**کلید واژه‌ها:** بیمه عمر، بازخرید بیمه عمر، گرایش، بیمه‌گذار عمر، شرکت‌های بیمه.

۱. دانشجوی دکتری پژوهش محورمدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران  
abazarhelmzade2020@gmail.com
۲. دانشیار دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران (نویسنده مسئول)  
karimhamdi3030@gmail.com
۳. دانشیار، مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی تهران، واحد علوم و تحقیقات  
heidarzadeh@srbiau.ac.ir

طبقه‌بندی موضوعی JEL: G22, G23, G32

## مقدمه

بیمه‌های عمر به عنوان یکی از شاخص‌های شناخته‌شده 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 ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ نشان می‌دهد که هر ساله از کل بیمه‌نامه‌های عمر صادره به ترتیب ۱۱٪، ۱۰٪، ۱۰٪، ۶٪ و ۴٪ از بیمه‌نامه‌ها باز خرید شده‌اند (یک شرکت بیمه، ۱۳۹۵). این آمار، در مقایسه با آماری که در سال ۱۳۹۴ برای باز خرید بیمه عمر در کل کشور توسط بیمه مرکزی اعلام شده، ارقام بالایی را نشان می‌دهد. طبق آمار اعلامی بیمه مرکزی<sup>۱</sup>، میانگین رقم باز خرید بیمه‌های عمر در کشور در سال‌های ۹۰ تا ۹۳ به ترتیب ۲/۴، ۲/۶، ۲/۲ و ۲/۱ درصد می‌باشد که نشان‌دهنده 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، حتی‌المقدور 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

۱. قابل دسترسی در:

<https://www.centinsur.ir/index.aspx?fkeyid=&siteid=1&pageid=273&newsview=794>

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.

## ۱- 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 بازخرید یا فسخ نماید. اگر اقدام به فسخ بیشتر از انتظار بیمه‌گر باشد یا سهم زیادی از بیمه‌گذاران تصمیم بگیرند که بیمه‌نامه‌های خود را بازخرید 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 بازخرید کند، بیمه‌گر باید راهی را برای بازیابی آن هزینه‌ها پیدا کند. دوم این‌که، بازخرید 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 بازخرید را برآورده نماید. سوم این‌که بازخرید بیش از حد بیمه‌نامه می‌تواند روی قیمت‌گذاری هم تاثیر بگذارد و این زمانی است که بازخریدها 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 توجیحات مختلفی را برای رفتار بازخرید بیمه عمر توسط بیمه‌گذاران یافته‌اند. بررسی ادبیات موجود در زمینه دلایل بازخرید 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 بازخرید

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 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 ۱، نتایج برخی دیگر از پژوهش‌های انجام شده در دو دهه اخیر نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱. خلاصه‌ای از اهم پژوهش‌های انجام شده در زمینه بازر خرید بیمه‌نامه‌های عمر

ردیف	موضوع پژوهش	نویسندگان (سال)	علل یافت شده
۱	عوامل موثر بر بازر خرید بیمه عمر و سرمایه گذاری با تاکید بر عوامل خرد اقتصادی	حبیبی مرند (۱۳۹۵)	برخی متغیرهای فردی (متغیرهای سن، درآمد، تأهل و بعد خانوار فرد بیمه شده)
۲	اثر ریسک‌گریزی بر بازر خرید بیمه‌نامه‌های عمر	مهدوی و همکاران (۱۳۹۴)	تأثیر ریسک‌گریزی از طریق عوامل زمینه‌ای فردی
۳	عوامل اقتصادی موثر بر بازر خرید بیمه‌نامه عمر و پس انداز	قدمیان (۱۳۹۲)	نسبت حق بیمه پرداختی به درآمد، شاخص تورم، نرخ بازده نقدی بورس اوراق بهادار و قیمت جهانی طلا
۴	علل بازر خرید بیمه‌های عمر و پس انداز	آقازاده و رزمجوی (۱۳۸۶)	شبهه فروش، عدم تناسب سرمایه بیمه با ارزش زمانی پول، رضایت بیمه‌گذاران، تناسب مالی بیمه‌گذاران، تنوع و جذابیت‌های بیمه‌نامه عمر
۵	شناخت علل بازر خرید بیمه-نامه‌های عمر و پس انداز	عباسی و سازگار (۱۳۸۳)	عوامل اقتصادی، ناآگاهی بیمه‌گذاران
۶	تصمیمات بازر خرید با توجه به تغییرات جمعیت‌شناختی	Gemmo & Götz (2016)	عوامل اقتصادی- اجتماعی

ردیف	موضوع پژوهش	نویسندگان (سال)	علل یافت شده
۷	تحلیل تجربی پویایی های باخرید	Hwang (2016)	متغیرهای اقتصاد کلان و متغیرهای خاص شرکت
۸	تحلیل تجربی فعالیت باخرید بیمه نامه عمر	Russell, et.al (2013)	وام ضروری، نرخ بهره، جایگزینی بیمه نامه
۹	تعیین کننده های اصلی لغو بیمه نامه عمر	Kiesebauer (2012)	اطمینان خریدار، بازده فعلی، توسعه GDP، سن شرکت، نرخ مشارکت
۱۰	بیمه عمر و رفتار لغو بیمه نامه	Fier & Liebenberg (2012)	برخی عوامل اقتصاد خرد
۱۱	گرایش به باخرید یک قرارداد مستمری متغیر	Knoller, et.al (2011)	بیشتر شدن ارزش باخرید از ارزش منصفانه قرارداد، برخی ویژگی های فردی بیمه گذار
۱۲	محرك های باخرید در بیمه عمر در یک بافت اقتصادی کلاسیک	Milhaud, et.al (2011)	برخی ویژگی های بیمه نامه
۱۳	ویژگی های بیمه نامه، موثر بر لغو بیمه عمر	Eling & Kiesebauer (2011)	نوع محصول یا طول قرارداد و برخی ویژگی های بیمه گذار
۱۴	باخرید بیمه نامه عمر و تاثیر آن بر بازار بیمه	Kannan, et.al (2008)	سن بیمه گذار در زمان خرید، نوع محصول بیمه ای، نرخ گذاری و نحوه پرداخت حق بیمه

مأخذ: یافته های تحقیق

ملاحظه می شود که اولاً در اکثریت قریب به اتفاق پژوهش های انجام شده، تمرکز اصلی محققان بر عوامل اقتصادی موثر بر باخرید بیمه های عمر بوده است. ثانیاً، تقریباً در همه پژوهش های داخلی و خارجی صورت گرفته، جامعه آماری تحقیق شامل افرادی بوده است که بیمه نامه خود را باخرید کرده بودند و هیچ یک تلاشی برای پیش بینی رفتار باخرید و گرایش به باخرید در بیمه گذاران انجام نداده اند. در واقع نوع رویکرد تحقیقات انجام شده در زمینه باخرید بیمه های عمر پس نگر بوده و نگاه پیش گیرانه و پیش نگرانه نداشته اند.

این در حالی است که هر مشتری بیمه عمر یا هر بیمه گذاری که در حال حاضر دارای بیمه نامه عمر است، می تواند از لحاظ میزان گرایش به باخرید بیمه نامه اش 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:

- ۱- بعد شناختی به این معنا که انسان در ذهن خودش آگاه است که یک چیز به چه علت خوب یا بد است.
- ۲- بعد احساسی به این معنی که انسان بر اساس احساس، نسبت به پدیده‌های اطراف خود عکس‌العمل‌های ارزیابی‌کننده نشان می‌دهد.
- ۳- 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، ۱۳۷۸). البته باید توجه داشت که گرایش سازه‌ای فرضی است. از این‌رو، با آن که پیامدها و نتایج آن قابل مشاهده هستند، اما خود گرایش‌ها ملموس و قابل رؤیت نیستند (میچل، ۱۳۷۳). بنابراین لازم است شاخص‌هایی برای هر یک از ابعاد گرایش تعیین شوند تا به وسیله آن‌ها این سازه فرضی قابل سنجش و اندازه‌گیری شود.

## ۲- 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 ۱۱ مورد به اشباع رسیدند. در جدول شماره ۲، شاخص‌های مورد بررسی به همراه تعریف نظری آن‌ها و برآیند نظر مصاحبه‌شوندگان در مورد تاثیر آن بر بازخرید بیمه‌های عمر ارائه شده‌اند.



جدول ۲. شاخص های احصاشده از مصاحبه با خبرگان حوزه بیمه عمر

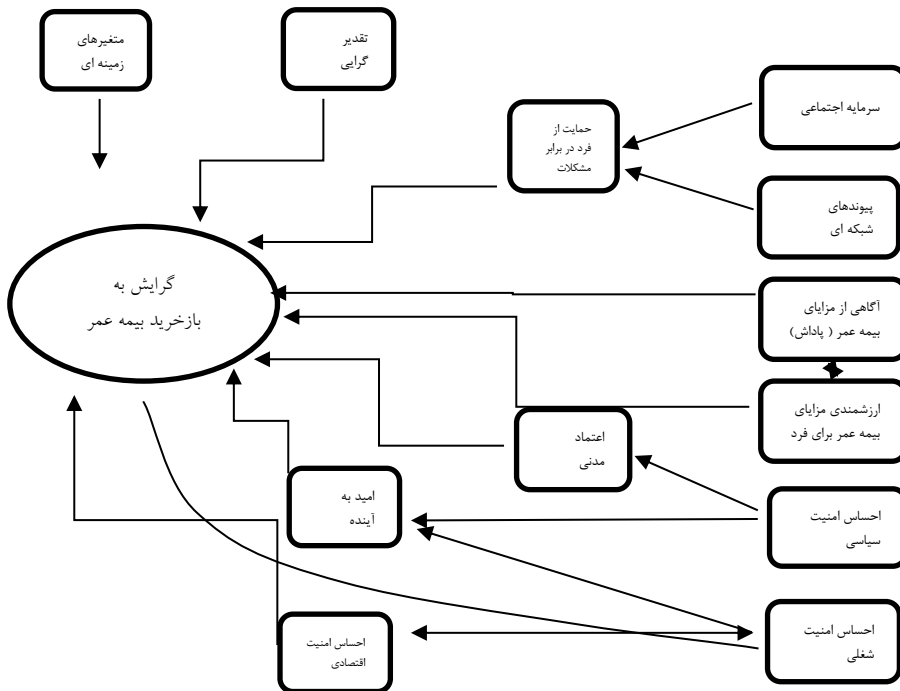
ردیف	شاخص	تعریف نظری	نظر مصاحبه‌شوندگان درباره تأثیر بر گرایش به بازخرید
۱	سرمایه اجتماعی	عاملی مهم بر انتخاب‌ها و کنش‌های اجتماعی افراد. بده‌بستان، هنجارها و قواعد رفتاری که افراد برای سامان بخشیدن به مناسبات بین فردی، مبادلات و تعاملاتی که برای بقای خود ضروری می‌دانند وضع می‌کنند. بده‌بستان زمانی صورت می‌گیرد که بدانیم که سرمایه اجتماعی همچون صندوقی از سپرده‌های اجتماعی، نفع مفیدی است که تلاش جزیی و اندک هر یک از ما می‌تواند به تناسب، بهره لازم را از آن ببرد (ذکایی، ۱۳۸۰).	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.
۲	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، ۱۳۷۴).	هرچه افراد، تقدیرگراتر باشند و شرایط بهروزی خود را به عوامل ماورائی و خارج از 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.
۳	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 دیگر ترجیح می‌دهند (سیمپسون، ۱۳۷۰)	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

ردیف	شاخص	تعریف نظری	نظر مصاحبه‌شوندگان درباره تأثیر بر گرایش به بازخرید
			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 خیر 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.
۴	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 ۱۳۷۷). - 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، ۱۳۷۵).	- 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.
۵	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، ۱۳۷۹). - نوعی ذهنیت و جهت‌گیری روانی مثبت شهروندان نسبت به عدم تضييع حقوق سیاسی خود توسط دولت و سازمان‌های سیاسی (حیدری و همکاران، ۱۳۹۰)	- 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.
۶	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، ۱۳۸۱). - سرمایه‌گذاری اقتصادی مستلزم تامین امنیت	- 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

ردیف	شاخص	تعریف نظری	نظر مصاحبه‌شوندگان درباره تأثیر بر گرایش به بازخرید
۷	نظریه DGP یا الگوی تکامل گرایان معوق (امید به آینده)	اقتصادی در کلیه شئون مرتبط با آن (رسولی و فرزین‌وش، ۱۳۹۳).  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.	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.
۸	امنیت شغلی	احساس داشتن یک شغل مناسب و اطمینان از تداوم آن در آینده و فقدان عوامل تهدیدکننده 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، ۱۳۸۷).	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 بازخرید نماید.
		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 بازخرید بیمه عمر خود کنند.	

منبع: یافته‌های تحقیق

پس از احصای شاخص‌ها، این شاخص‌ها در قالب مدل مفهومی تحقیق (شکل ۱) 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 متناوب را مشخص نمود، می‌توان از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم استفاده نمود (میرزایی، ۱۳۹۲). برای این کار، پس از دریافت آمار فروش بیمه‌های عمر در یک شرکت بیمه به صورت تفکیک شده در ۳۱ شعبه در سراسر کشور، نمونه‌ای شامل ۴۰۰ نفر (با استفاده از فرمول کوکران برای حجم نمونه با جامعه آماری معلوم) از بیمه‌گذاران یک شرکت بیمه بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ بر مبنای سهم فروش هر شعبه از کل کشور انتخاب گردید.



شکل ۱- مدل نظری تحقیق

منبع: یافته‌های 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 (۱۲ سوال) می‌سنجید و عوامل دیگری به عنوان متغیر مستقل از قبیل تقدیرگرایی (۶ سوال)، پیوند اجتماعی (۳ سوال)، ارزشمندی مزایای بیمه عمر (۳ سوال)، امید به آینده (۳ سوال)، احساس امنیت اقتصادی (۴ سوال)، احساس امنیت سیاسی (۴ سوال)، احساس امنیت شغلی (۲ سوال)، آگاهی از مزایای بیمه عمر (۷ سوال)، سرمایه اجتماعی (۳ سوال) و اعتماد مدنی (۷ 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 (CVR<sup>1</sup>)، از تعدادی از خبرگان در حوزه‌های مرتبط (شامل متخصصان جامعه‌شناسی، روانشناسی، بازاریابی و بیمه) کسب نظر شد که از این میان، ۱۴ نفر نظرات خود را منعکس کردند. مقدار CVR مورد نیاز برای تأیید روایی با این تعداد خبره، عدد ۰/۵۱ 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، ۰/۸۹ 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 ۱: هر چه سرمایه اجتماعی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.

فرضیه ۲: هر چه تقدیرگرایی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر بیشتر است.

## 1. Content Validity Ratio

فرضیه ۳: هر چه پیوند اجتماعی فرد قوی‌تر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.

فرضیه ۴: هر چه آگاهی فرد از مزایای بیمه عمر بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.

فرضیه ۵: هر چه ارزشمندی مزایای بیمه عمر بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.

فرضیه ۶: هر چه احساس امنیت سیاسی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.

فرضیه ۷: هر چه احساس امنیت شغلی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.

فرضیه ۸: هر چه احساس امنیت اقتصادی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.

فرضیه ۹: هر چه میزان اعتماد مدنی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.

فرضیه ۱۰: هر چه امید به آینده در فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.

فرضیه ۱۱: بین متغیرهای زمینه‌ای و گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه معنی‌داری وجود دارد.

### ۳- 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 ۳ 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 ۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس جنسیت و سن

جنسیت	مرد	زن	تعداد بی پاسخ	تعداد نمونه معتبر
	%۵۴	%۴۶	۱۳	۳۸۷
وضعیت تاهل	مجرد	متاهل	همسر فوت شده یا مطلقه	بی پاسخ
	%۳۲/۳	%۶۳/۳	%۴/۴	۱۰

منبع: محاسبات تحقیق

هم چنین، در رابطه با متغیرهای زمینه‌ای (جدول ۴)، 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 ۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس متغیرهای زمینه‌ای بررسی شده

گروه سنی	زیر ۲۰ سال	۲۰-۲۹ سال	۳۰-۳۹ سال	۴۰-۴۹ سال	۵۰-۵۹ سال	۶۰ سال و بالاتر	بی پاسخ
	%۱/۹	%۳۰/۸	%۴۰/۴	%۱۶/۲	%۸/۸	%۱/۹	۳۶
سطح تحصیلات	بی سواد و ابتدایی	راهتمایی و دبیرستان	دیپلم	فوق دیپلم و دانشجو	لیسانس	فوق لیسانس و بالاتر	بی پاسخ
	%۷/۲	%۱۷/۸	%۳۹/۷	%۱۳/۹	%۱۴/۷	%۶/۷	۱۲
تعداد فرزندان	بدون فرزند	یک فرزند	دو فرزند	سه فرزند	چهار فرزند	پنج فرزند و بیشتر	بی پاسخ
	%۲۲/۵	%۲۴/۶	%۲۰/۱	%۱۴/۳	%۷/۴	۱۱/۱	۱۲۶
وضعیت اشتغال	شاغل	بیکار	اشتغال پاره وقت	خانه‌دار	محصل و دانشجو	بازنشسته	بی پاسخ
	%۴۸/۳	%۵/۹	%۱۶	%۱۴/۷	%۵/۹	%۵/۲	۱۳
مدت زمان خرید بیمه	کمتر از ۱ سال	۱-۲ سال	۲-۴ سال	۴-۶ سال	۶-۱۰ سال	بالای ۱۰ سال	بی پاسخ
	%۱۳/۶	%۳۶/۸	%۲۷/۲	%۱۳/۱	%۵/۱	%۴/۱	۱۱
مبلغ حق بیمه پرداختی (به هزار تومان)	کمتر از ۲۰۰	۲۰۰-۳۴۹	۳۵۰-۴۹۹	۵۰۰-۶۹۹	۷۰۰-۹۹۹	بیشتر از ۱۰۰۰	بی پاسخ
	%۰/۵	%۲۱/۵	%۶/۳	%۲۵/۹	%۱۴/۴	%۳۱/۳	۳۳

منبع: محاسبات تحقیق

در ادامه تحلیل آماری، برای بررسی رابطه دوجه‌دوی 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 ۵ است.

جدول ۵. نتایج آزمون همبستگی و وضعیت فرضیات تحقیق

وضعیت	سطح معناداری (sig)	ضریب تعیین ( $R^2$ )	مقدار R پیرسون	فرضیه
تایید	۰/۰۰۰	۰/۰۳۳	-۰/۱۸۲	فرضیه ۱: هر چه سرمایه اجتماعی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	۰/۰۰۰	۰/۲۳۶	۰/۴۸۶	فرضیه ۲: هر چه تقدیر گرایی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر بیشتر است.
تایید	۰/۰۰۰	۰/۰۶۰	-۰/۲۴۵	فرضیه ۳: هر چه پیوند اجتماعی فرد قوی‌تر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	۰/۰۰۰	۰/۱۹۴	-۰/۴۴۰	فرضیه ۴: هر چه آگاهی فرد از مزایای بیمه عمر بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	۰/۰۰۰	۰/۱۹۲	-۰/۴۳۸	فرضیه ۵: هر چه ارزشمندی مزایای بیمه عمر بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	۰/۰۰۰	۰/۱۱۴	-۰/۳۳۸	فرضیه ۶: هر چه احساس امنیت سیاسی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	۰/۰۰۰	۰/۱۲۲	-۰/۳۴۹	فرضیه ۷: هر چه احساس امنیت شغلی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
رد	۰/۰۰۷	۰/۰۱۸	۰/۱۳۶	فرضیه ۸: هر چه احساس امنیت اقتصادی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	۰/۰۰۰	۰/۱۴۰	-۰/۳۷۴	فرضیه ۹: هر چه میزان اعتماد مدنی فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.
تایید	۰/۰۰۰	۰/۰۶۵	-۰/۲۵۵	فرضیه ۱۰: هر چه امید به آینده در فرد بیشتر باشد، گرایش او به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر است.

منبع: یافته‌های تحقیق



هم‌چنین در جدول ۶، نتایج حاصل از بررسی معناداری رابطه میان متغیرهای زمینه‌ای و گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر (فرضیه ۱۱)، 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 ۱۱ 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 ۶. وضعیت آزمون همبستگی متغیرهای زمینه‌ای با گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

وضعیت	تفسیر	آزمون		فرضیه
رد	بین متغیر سن افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر، رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود ندارد.	مقدار R پیرسون	-۰/۰۸۲	فرضیه ۱-۱۱- بین سن و گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری وجود دارد.
		ضریب تعیین (R <sup>2</sup> )	۰/۰۰۷	
		سطح معناداری (sig)	۰/۱۱۶	
رد	بین متغیر جنس و میزان گرایش افراد به بازخرید بیمه‌های عمر، رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود ندارد.	مقدار F	-۰/۰۷۳	فرضیه ۲-۱۱- بین جنس و گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری وجود دارد.
		درجه آزادی (df)	۳۸۳	
		سطح معناداری (sig)	۰/۲۰۳	
رد	بین متغیر وضعیت تأهل افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود ندارد.	مقدار F	۲/۹۴۶	فرضیه ۳-۱۱- بین وضعیت تأهل و گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری وجود دارد.
		درجه آزادی (df)	۳۸۷	
		سطح معناداری (sig)	۰/۰۵۴	
تایید	بین متغیر میزان تحصیلات افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه منفی (معکوس) و معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود	مقدار rho اسپیرمن	-۰/۲۶۸	فرضیه ۴-۱۱- بین میزان تحصیلات و گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری وجود دارد.
		سطح معناداری (sig)	۰/۰۰۰	

وضعیت	تفسیر	آزمون		فرضیه
	دارد. بدین معنی که هر چه میزان تحصیلات افراد بیشتر باشد میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر کمتر می‌باشد.			
تایید	بین متغیر وضعیت شغلی افراد و میزان گرایش آنان به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد. یعنی، میانگین میزان گرایش افراد شاغل به بازخرید بیمه‌های عمر بطور معناداری نسبت به افراد خانه‌دار و بیکار کمتر بوده است. همچنین میانگین میزان گرایش افراد محصل و دانشجو به بازخرید بیمه‌های عمر بطور معناداری نسبت به شاغلین بیشتر بوده است.	۲/۳۴۷	مقدار F	فرضیه ۵-۱۱- بین وضعیت شغلی و گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر رابطه معناداری وجود دارد.
		۳۸۴	درجه آزادی (df)	
		۰/۰۳۱	سطح معناداری (sig)	

منبع: یافته‌های تحقیق

«اباذر حلم‌زاده و همکاران: بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر»

### ۳-۱- 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.

## ۲-۳- 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 ۷، متغیرهای وارد شده و متغیرهای خارج شده از معادله رگرسیون را نشان می‌دهد. همچنین جدول ۸، شاخص‌ها و آماره‌های تحلیل رگرسیونی را مشخص می‌کند.

جدول ۷. مدل رگرسیون چندمتغیره برای تبیین گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

متغیرهایی که وارد معادله شده‌اند					
Sig	مقدار t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		متغیرها
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۵/۵۴۰	۰/۲۶۰	۰/۰۴۳	۰/۲۳۶	تقدیرگرایی
۰/۰۰۰	-۵/۱۴۳	-۰/۰۲۴۸	۰/۰۳۵	-۰/۱۸۲	ارزشمندی مزایای بیمه عمر
۰/۰۰۰	-۵/۳۱۵	-۰/۲۲۹	۰/۰۴۵	-۰/۲۴۰	احساس امنیت سیاسی
۰/۰۰۰	-۴/۱۵۰	-۰/۲۱۵	۰/۰۲۴	-۰/۱۱۰	آگاهی از مزایای بیمه عمر
۰/۰۰۰	۱۴/۸۹۹	---	۴/۳۵۶	۶۴/۸۹۶	مقدار ثابت
متغیرهایی که از معادله خارج شده‌اند					
Sig	مقدار t	متغیرها			
۰/۵۵۹	-۰/۵۸۵	سن			
۰/۱۳۳	-۱/۵۰۴	میزان تحصیلات			
۰/۹۴۰	-۰/۰۷۵	احساس امنیت اقتصادی			
۰/۱۱۹	۱/۵۶۳	احساس امنیت شغلی			
۰/۱۱۸	-۱/۵۶۶	اعتماد مدنی			
۰/۵۰۹	-۰/۶۶۱	سرمایه اجتماعی			
۰/۹۵۱	-۰/۰۶۱	پیوند اجتماعی			
۰/۰۶۰	۱/۸۹۰	امید به آینده			

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۸ شاخص‌ها و آماره‌های تحلیل رگرسیونی برای تبیین گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

۰/۶۳۹	ضریب همبستگی چندگانه
۰/۴۰۹	ضریب تعیین
۰/۴۰۲	ضریب تعیین تعدیل شده
۱۴/۰۵۷	خطای استاندارد

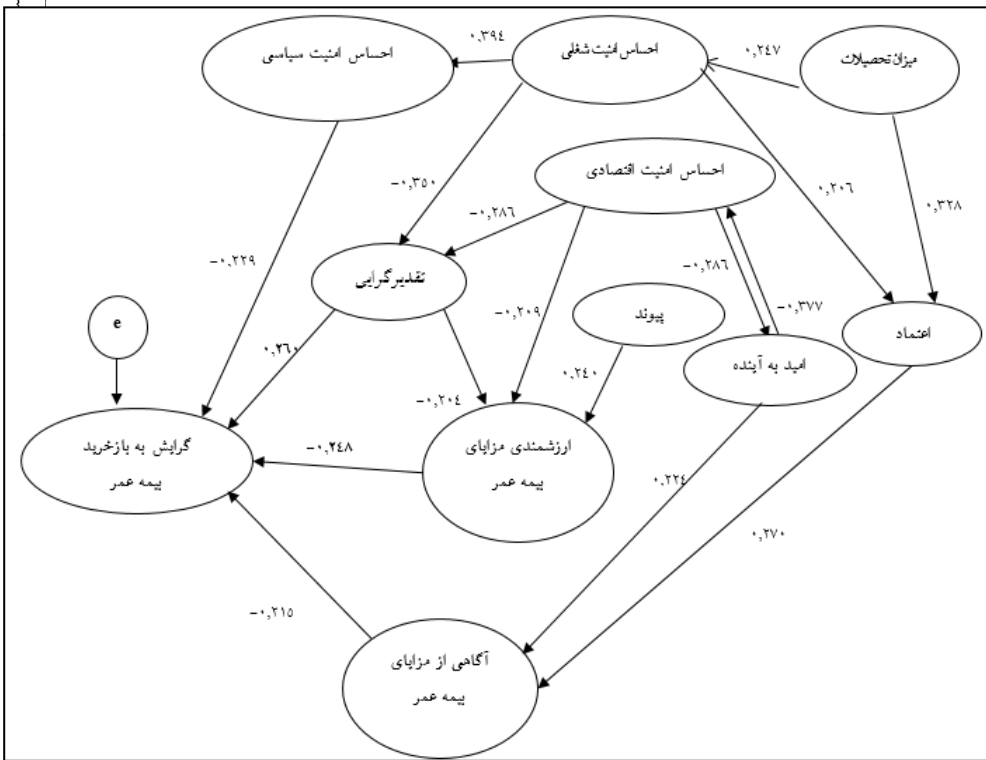
منبع: یافته‌های تحقیق

همانگونه که در جدول ۸ ملاحظه می‌شود، ضریب همبستگی چندگانه برابر با ۱  $M.R=0/639$ ، ضریب تعیین<sup>۲</sup> برابر با  $R^2=0/409$  و ضریب تعیین تعدیل شده برابر  $0/402$  می‌باشد و بیانگر این مطلب است که بیش از ۴۰ 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 ۷، 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.

1. Multiple Correlation R
2. R Square

### ۳-۳. 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 ۲ بدست آمد که بر حسب میزان تأثیر (بتا) می‌باشد.



شکل ۲. عوامل مؤثر بر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی چندگانه متغیرهای فوق را می‌توان به صورت استاندارد شده و به شکل ریاضی چنین نوشت:

$$+0/769 \text{ (احساس امنیت سیاسی)} - 0/229 \text{ (ارزشمندی مزایای بیمه عمر)} - 0/248 \text{ (آگاهی از مزایای بیمه عمر)} - 0/215 \text{ (تقدیرگرایی)} = 0/360 \text{ گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر}$$

جدول ۹. میزان تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر گرایش به بازخرید بیمه‌های عمر

متغیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
تقدیرگرایی	۰/۲۶۰	۰/۰۵۱	۰/۳۱۱
ارزشمندی مزایای بیمه عمر	-۰/۲۴۸	ندارد	-۰/۲۴۸
احساس امنیت سیاسی	-۰/۲۲۹	ندارد	-۰/۲۲۹
آگاهی از مزایای بیمه عمر	-۰/۲۱۵	ندارد	-۰/۲۱۵
احساس امنیت شغلی	ندارد	-۰/۱۴۳	-۰/۱۴۳
میزان تحصیلات	ندارد	-۰/۱۰۶	-۰/۱۰۶
پیوند اجتماعی	ندارد	-۰/۰۶۰	-۰/۰۶۰
اعتماد مدنی	ندارد	-۰/۰۵۸	-۰/۰۵۸
امید به آینده	ندارد	-۰/۰۳۹	-۰/۰۳۹
احساس امنیت اقتصادی	ندارد	-۰/۰۲۳	-۰/۰۲۳

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به مدل علی در شکل ۲ و نیز جدول شماره ۹، مشخص می‌شود که متغیر تقدیرگرایی با دارا بودن اثر کل مثبت به اندازه ۰/۳۱۱ 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 ۰/۰۳۹- و ۰/۰۲۳-، 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.

#### ۴- نتیجه‌گیری و پیشنهادهای کاربردی

امروزه بیمه‌های عمر در هر جامعه‌ای به عنوان مهم‌ترین شاخصه 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 برهم خوردن برنامه‌های بلندمدت شرکت‌های بیمه و نارضایتی بیمه‌گذاران (به دلیل قواعد سخت باز خرید زود هنگام بیمه‌های عمر) می‌شود. بنابراین، تحقیق حاضر به دنبال یافتن و آزمون عوامل مؤثر 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 ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴) 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 ن فروشند.

- 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 بیمه‌ای 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 باز خرید می نمایند.

همچنین، از میان متغیرهای مورد بررسی، متغیر تقدیرگرایی در گرایش به باز خرید بیمه های عمر از بیشترین قدرت برخوردار است و پس از آن، به ترتیب ارزشمندی مزایای بیمه عمر و احساس امنیت سیاسی در رتبه های بعدی قرار دارند. متغیرهای امید به آینده و احساس امنیت اقتصادی، از کمترین اثر کل برخوردارند و قدرت تبیین-کنندگی کمتری نسبت به دیگر متغیرها دارند.

بر این اساس، با توجه به اهمیت شاخص ارزشمندی مزایای بیمه عمر (و این که شرکت های بیمه قدرت چندانی برای اثرگذاری بر شاخص های تقدیرگرایی و احساس امنیت سیاسی ندارند)، به بیمه گران و فروشندگان بیمه های عمر پیشنهاد می شود حداکثر تلاش خود را برای فهماندن مزایای واقعی و ارزشمند پوشش بیمه عمر، به مشتری یا بیمه گذار 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 بیمه نامه توسط فروشندگان بیمه عمر، می تواند مفید باشند.

همچنین، به پژوهشگران آتی پیشنهاد می شود که با توجه به قدرت پیش بینی کنندگی این شاخص ها، 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 یابند، از پرسشنامه مربوطه (با جرح و تعدیل لازم) در شرکت های بیمه استفاده شود تا با بررسی نگرش مصرف کننده در زمان قبل از فروش بیمه نامه عمر، اقدامات احتیاطی یا آگاهی بخش لازم به عمل آید و از این طریق ریسک باز خرید بیمه های عمر برای شرکت های بیمه کاهش یابد.

## منابع

آقازاده، ل. رزمجوی، م. (۱۳۸۶) «بررسی علل بازخرید بیمه‌های عمر و پس‌انداز شرکت سهامی بیمه ایران در شهر ارومیه بین سال‌های ۱۳۸۰ لغایت ۱۳۸۵»، مجموعه مقالات چهاردهمین سمینار بیمه و توسعه بیمه‌های عمر.

حبیبی مرند، ن. (۱۳۹۵) «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. (۱۳۹۲) «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 (۱۳۸۳) «شناخت علل بازخرید بیمه‌نامه‌های عمر و پس‌انداز در شرکت بیمه ایران»، فصلنامه صنعت بیمه، ۱۹(۲)، صص ۷۸-۱۱۹.

مهدوی، غ. افقی، ر. عابد، م (۱۳۹۳)، «بررسی اثر ریسک‌گریزی بر بازخرید بیمه‌نامه‌های عمر: مطالعه موردی بازار بیمه ایران»، پژوهشنامه بیمه، ۳۰(۳)، صص ۶۱-۷۵.

سیمپسون، ر.ل. مترجم ذکایی، س. (۱۳۷۰) «نظریه‌های مبادله اجتماعی»، مجله فرهنگ، ۹(۱۳) ، صص ۱۱۷-۱۴۲.

مجیدی، ع. قهرمانی، الف. محمود آبادی، ع. (۱۳۸۷) «بررسی رابطه بین ابعاد توانمندسازی و امنیت شغلی کارکنان دانشگاه علوم انتظامی»، مطالعات مدیریت انتظامی، ۴(۲۵) ، صص ۴۳۷-۴۵۱.

میچل، ترنس (۱۳۷۳). مردم در سازمان‌ها، ترجمه حسین شکرشکن، تهران، رشد.

Doherty, A. and 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.
- G Fier, Stephen & Liebenberg, Andre. (2013). Life Insurance Lapse Behavior. *North American Actuarial Journal*. 17. 10.1080/10920277.2013.803438.
- Gatzert, N. Gudrun H. and 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*, 16(3) , pp. 115 – 127.
- Kannan, R., Sarma, K.P., Rao, A.V. and 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. and 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(7) , pp. 563–575
- Li, D. Moshirian, F. Nguyen, P. and 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*, 11(9) , pp. 5-48.
- Outreville, J. Francois, (1990), "Whole-Life Insurance Lapse Rates and the Emergency Fund Hypothesis," *Insurance: Mathematics and Economics*, 9(4) : 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.

## ملاحظات اخلاقی

### حامی مالی

این مقاله حامی مالی ندارد.

### مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان در آماده‌سازی این مقاله مشارکت کرده‌اند.

### تعارض منافع

بنابه اظهار نویسندگان، در این مقاله هیچگونه تعارض منافی وجود ندارد.

### تعهد کپی‌رایت

طبق تعهد نویسندگان، حق کپی‌رایت (CC) رعایت شده است.