

## بررسی عوامل مؤثر بر خرید بیمه عمر شرکت بیمه ایران استان کرمانشاه

علی بساطی<sup>۱</sup>، مجتبی مرادی<sup>۲</sup> و اسما سعیدی بیستونی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد حسابداری دانشگاه فنی و حرفه‌ای کرمانشاه

<sup>۲</sup> کارشناس حسابداری دانشگاه فنی و حرفه‌ای کرمانشاه

<sup>۳</sup> دانشگاه پلیس امین

### چکیده

بیمه عمر به عنوان ابزاری برای سرمایه‌گذاری و همچنین، به منظور غلبه بر مشکلات ناشی از مرگ سرپرست خانواده، پیری و کهولت است. در بسیاری از کشورها با بیمه‌های عمر، منبع مالی عظیمی در کل جامعه از حق بیمه‌های گرفته شده به دست می‌آید که می‌توان برای توسعه خود صنعت بیمه و یا دیگر بخش‌ها و خدمات‌رسانی بیشتر استفاده کرد. با وجود پیشرفت همه جانبه این بیمه در کشورهای توسعه یافته و حتی بسیاری از کشورهای در حال توسعه، محصولات بیمه عمر که نیاز مبرم زندگی امروز است، در سبد مصرفی خانواده‌های ایرانی جایگاه مطمئنی به دست نیاورده است. هدف تحقیق حاضر بررسی اثر عوامل انسانی، اجتماعی و روانشناختی بر خرید بیمه عمر و پس‌انداز است. لذا هدف از این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر خرید بیمه عمر شرکت بیمه ایران استان کرمانشاه است. جامعه آماری این تحقیق شامل ۳۸۴ نفر از مشتریان شرکت بیمه ایران در استان کرمانشاه است که به صورت تصادفی ساده و با استفاده فرمول کوکران به‌عنوان نمونه برای نیمه اول سال ۱۳۹۸ انتخاب شدند. لذا این تحقیق توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی است. جهت جمع‌آوری داده‌ها، از پرسشنامه طراحی شده ای که ساخته محقق است، استفاده شده است. روایی (توسط اساتید) و پایایی (آلفای کرونباخ: ۰.۷۸) پرسشنامه حاکی از آن هستند که ابزار اندازه‌گیری از روایی و پایایی خوبی برخوردار هستند. نتایج حاصل از آزمون فرضیات توسط نرم‌افزار SPSS و با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی (رگرسیون خطی)، نشان داد که عوامل انسانی، اجتماعی و روانشناختی بر خرید بیمه عمر مؤثر هستند.

واژه‌های کلیدی: عوامل انسانی، اجتماعی، روانشناختی، بیمه عمر.

مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری

دوره ۵، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۸، صفحات ۱۹۲-۱۸۸