

## تبیین ریزش بیمه گذاران بیمه ایران با تاکید بر مولفه های شناختی و رفتاری

زهرا قربانی نصراله آبادی<sup>۱</sup>

سمانه سلطانی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۲۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۱/۰۶/۰۲

### چکیده

ریزش بیمه گذاران یکی از مهمترین شاخص هایی است که در صنعت بیمه از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در پژوهش های مختلف عوامل فراوانی به عنوان عوامل موثر بر ریزش بیمه گذار مورد بررسی قرار گرفته است؛ اما هدف اصلی این پژوهش تبیین ریزش بیمه گذاران بیمه ایران با تاکید بر مولفه های شناختی و رفتاری است. این پژوهش بر اساس هدف از نوع کاربردی، بر حسب گردآوری داده نیز توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش بیمه گذاران بیمه ایران در استان گیلان بود و روش نمونه گیری در این پژوهش از نوع غیراحتمالی در دسترس است که تعداد ۳۵۲ نفر به عنوان نمونه در نظر گرفته شده اند. ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش نیز پرسشنامه است که از طریق بررسی روایی و پایایی مورد تایید قرار گرفت. در این پژوهش برای تحلیل در بخش حداقل مربعات جزئی از نرم افزار *Smart PLS* و برای رتبه بندی عوامل موثر بر ریزش مشتریان از تکنیک تاپسیس استفاده شد که در این بخش از نرم افزار *Topsis Solver* استفاده شده است. نتیجه آزمون فرضیه های پژوهش نشان داد که متغیرهای حجم خرید بیمه گذار، عادات و سرشت بیمه گذار، واکنش عاطفی بیمه گذار و سابقه خرید بیمه گذار بر ریزش مشتریان تاثیر منفی و معنی داری دارند و تاثیر مصرف گرایی بیمه گذار و ارزیابی شناختی بیمه گذار بر ریزش مشتریان مورد تایید قرار نگرفته است. در بررسی فرضیه های تعدیل گری نیز همین دو فرضیه مورد تایید قرار نگرفتند. با توجه به نتایج به دست آمده برای کاهش ریزش مشتریان، سیاستگذاران و بازاریابان بیمه ایران باید به تقویت حجم خرید، تقویت عادات و سرشت بیمه گذار در راستای خرید، تقویت واکنش عاطفی بیمه گذار و سابقه ی خرید بیمه گذاران توجه ویژه ای نمایند.

### واژگان کلیدی

ریزش بیمه گذار، مولفه های شناختی، مولفه های رفتاری، بیمه ایران.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، رشت، ایران.

۲. مدرس، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، رشت، ایران. [Soltani.samaneh@yahoo.com](mailto:Soltani.samaneh@yahoo.com)