





دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده مدیریت- گروه مدیریت دولتی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش: "مالی"

عنوان:

بررسی عوامل مؤثر بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر از دیدگاه کارشناسان شرکت سهامی

بیمه ایران

استاد راهنما:

دکتر حاجیه رجیبی فرجاد

استاد مشاور:

دکتر نیلوفر میرسپاسی

پژوهشگر:

زهرا پیری

زمستان ۱۳۹۳



**Islamic Azad University**

**Central Tehran Branch**

**Faculty Of Management – Department of Public Management**

**"M.A" Thesis**

**On : " Financial "**

**Subject:**

**Survey the Factors Influencing on Increased Penetration Ratio of Life  
Insurance (In Iran Insurance Experts)**

**Advisor:**

**Hajieh Rajabi Farjad (Ph.D)**

**Reader:**

**Niloofer Mir Sepasi (Ph.D)**

**By:**

**Zahra Piry**

**Winter 2015**

## تشکر و قدردانی

الهی ادای شکر ترا هیچ زبان نیست و دریای فضل ترا هیچ کران نیست و اسرار حقیقت تو بر هیچ کس عیان نیست ، هدایت کن ما را به راهی که بهتر از آن نیست.

یارب ز ره راست نشانی خواهم  
از نعمت خود چو بهره‌مندم کردی  
از باده آب و خاک جانی خواهم  
در شکر گزاریت زبانی خواهم

خداوند را سپاسگزارم که با کمک‌ها و عنایت‌های او توانستم این پایان‌نامه را تدوین نمایم چرا که دانش من ذره ای ناچیز از مرحمت و لطف لایزال اوست.

بدین‌وسیله از راهبری‌های پژوهشی استاد ارجمند سرکار خانم دکتر **حاجیه رجبی فرجاد** که علی‌رغم مشغله زیاد صمیمانه راهنمایی این پایان‌نامه را پذیرا شدند و از همیاری و همگامی‌های استاد گرامی سرکار خانم دکتر **نیلوفر میرسپاسی** به عنوان استاد مشاور پایان‌نامه که در انجام این کار تحقیقی مرا یاری نمودند تشکر و قدردانی می‌نمایم.

بر خود لازم می‌دانم از دلسوزی‌ها و زحمات اساتید گرانقدر دوران تحصیلم که از محضرشان کسب علم و دانش نموده‌ام خالصانه تشکر و سپاسگزاری نموده و از خداوند منان برای آنان که در قید حیات‌اند آرزوی سلامت، سعادت و بهروزی و برای آنان که از این دنیا سفر کرده‌اند رحمت، مغفرت و سعادت ابدی طلب نمایم.

در پایان نیز از حمایت‌های پدر و مادرم و تشویق‌های دلگرم‌کننده همسرم که در دوران تحصیلم و انجام این تحقیق همراهیم نمودند سپاسگزاری نموده و صمیمانه از آنها تشکر می‌نمایم.

تقدیم به :

پدر بزرگوارم، مادر مهربانم، همسر عزیزم  
و آنان که از خواسته‌هایشان گذشتند، سختی‌ها  
را به جان خریدند و خود را سپر بلای مشکلات  
و نا ملایقات کردند تا من به جایگاهی که اکنون  
در آن ایستاده‌ام برسم به امید آن که بتوانم  
پاسخگوی دریای بیکران الطافشان باشم.

## فهرست مطالب

۱	چکیده
۲	فصل اول: کلیات تحقیق
۳	مقدمه
۴	۱-۱- بیان مسئله
۶	۲-۱- اهداف تحقیق
۶	۳-۱- اهمیت موضوع تحقیق و انگیزش انتخاب آن
۱۱	۴-۱- سوالات و فرضیه های تحقیق
۱۱	۱-۴-۱- سوالات تحقیق
۱۱	۲-۴-۱- فرضیه های تحقیق
۱۱	۵-۱- مدل تحقیق
۱۲	۶-۱- تعاریف عملیاتی متغیرها و واژه های کلیدی
۱۴	۷-۱- روش تحقیق
۱۵	۸-۱- قلمرو تحقیق
۱۵	۹-۱- جامعه و حجم نمونه
۱۶	فصل دوم: مبانی نظری پژوهش
۱۷	مقدمه
۱۷	۱-۲- تعاریف
۱۷	۱-۱-۲- تعریف لغوی و فنی بیمه
۱۸	۲-۱-۲- تعریف قانونی بیمه
۱۸	۳-۱-۲- تقسیم بندی انواع بیمه
۲۱	۴-۱-۲- تعریف بیمه عمر
۲۲	۲-۲- اهمیت بیمه عمر در ایران و جهان
۲۲	۱-۲-۲- اهمیت بیمه عمر در جهان
۲۴	۲-۲-۲- اهمیت بیمه عمر در ایران
۲۵	۳-۲- تاریخچه پیدایش و گسترش بیمه
۲۷	۴-۲- آغاز عملیات بیمه ای در کشور
۲۸	۵-۲- جایگاه صنعت بیمه بعد از انقلاب اسلامی ایران
۲۹	۶-۲- انواع و کارکردهای بیمه عمر رایج
۳۰	۱-۶-۲- بیمه های عمر به شرط فوت
۳۲	۲-۶-۲- بیمه های عمر به شرط حیات
۳۳	۳-۶-۲- بیمه های عمر و پس انداز
۳۴	۷-۲- روند رو به رشد بیمه های عمر
۳۵	۸-۲- عوامل موثر بر بازار بیمه ی عمر
۳۵	۱-۸-۲- عوامل اقتصادی

۳۷	..... عوامل اجتماعی
۴۰	..... عوامل روانشناختی
۴۰	..... ۱-۳-۸-۲ نظریه بهزیستی روانشناختی
۴۱	..... ۲-۳-۸-۲ تعریف سلامت روانی
۴۳	..... ۳-۳-۸-۲ خصوصیات افراد دارای سلامت روانی
۴۳	..... ۴-۳-۸-۲ اهمیت سلامت روان
۴۴	..... ۵-۳-۸-۲ نظریات مرتبط با سلامت روانی
۵۰	..... ۴-۸-۲ عوامل دموگرافیک
۵۱	..... ۹-۲ جایگاه بیمه ی عمر در ایران و کشورهای دیگر
۵۱	..... ۱-۹-۲ جایگاه بیمه عمر در کشورهای دیگر
۵۳	..... ۲-۹-۲ جایگاه بیمه عمر در کشور ایران
۵۴	..... ۱۰-۲ ضریب نفوذ
۵۴	..... ۱-۱۰-۲ ضریب نفوذ بیمه
۵۴	..... ۲-۱۰-۲ ضریب نفوذ بیمه عمر
۵۴	..... ۱-۲-۱۰-۲ تقاضای بیمه عمر
۵۵	..... ۱۱-۲ فایده ها و مزایای بیمه
۵۷	..... ۱۲-۲ مزایای بیمه های عمر
۶۰	..... ۱۳-۲ پیشینه تحقیق
۶۰	..... ۱-۱۳-۲ پیشینه داخلی تحقیق
۶۳	..... ۲-۱۳-۲ پیشینه خارجی تحقیق
۶۶	..... ۱۴-۲ چهارچوب نظری
۶۹	..... فصل سوم: روش تحقیق
۷۰	..... مقدمه
۷۰	..... ۱-۳ روش تحقیق
۷۱	..... ۲-۳ جامعه آماری
۷۱	..... ۳-۳ حجم نمونه و روش اندازه گیری
۷۲	..... ۴-۳ ابزار جمع آوری اطلاعات
۷۵	..... ۱-۴-۳ مقیاس (ابزار) اندازه گیری
۷۵	..... ۵-۳ روش تجزیه و تحلیل داده ها
۷۵	..... ۱-۵-۳ آمار توصیفی
۷۵	..... ۲-۵-۳ آمار استنباطی
۷۷	..... فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها
۷۸	..... مقدمه
۷۹	..... ۱-۴ توصیف داده ها
۸۳	..... ۲-۴ آمار استنباطی: تجزیه و تحلیل فرضیات پژوهش

۸۴	۱-۲-۴- تجزیه و تحلیل فرضیه های تحقیق
۸۹	فصل پنجم : نتیجه گیری و پیشنهادات
۹۰	مقدمه
۹۰	۱-۵- نتایج بررسی فرضیه های پژوهش
۹۲	۲-۵- محدودیت های تحقیق
۹۳	۳-۵- پیشنهادات تحقیق
۹۳	۱-۳-۵- پیشنهادات مبتنی بر نتایج پژوهش
۹۴	۲-۳-۵- پیشنهادات به محققان دیگر
۱۰۴	پیوست ها و ضمائم
۹۵	منابع و ماخذ
۱۱۶	چکیده لاتین



## فهرست جداول

- جدول ۱-۲- حق بیمه صنعت بیمه در جهان ..... ۵۲
- جدول ۲-۲- میزان حق بیمه تولیدی و سهم بیمه های زندگی طی برنامه های سوم ..... ۵۳
- جدول ۳-۲- پیشینه داخلی تحقیق ..... ۶۲
- جدول ۴-۲- پیشینه خارجی تحقیق ..... ۶۵
- جدول ۱-۳- جدول آلفای کروناخ پرسشنامه تحقیق ..... ۷۴
- جدول ۲-۳- مقیاس سنجش نگرش ها بر اساس طیف بندی لیکرت در پرسشنامه ..... ۷۵
- جدول ۱-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنسیت ..... ۷۹
- جدول ۲-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن ..... ۸۰
- جدول ۳-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات ..... ۸۱
- جدول ۴-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سابقه خدمت ..... ۸۲
- جدول ۵-۴- نتایج آزمون نرمال بودن مقادیر متغیر مستقل و وابسته در مدل رگرسیونی ..... ۸۳
- جدول ۶-۴- همبستگی بین عوامل اقتصادی و افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر ..... ۸۴
- جدول ۷-۴- همبستگی بین عوامل اجتماعی و افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر ..... ۸۵
- جدول ۸-۴- همبستگی بین عوامل روانشناختی و افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر ..... ۸۵
- جدول ۹-۴- همبستگی بین عوامل دموگرافیک و افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر ..... ۸۶
- جدول ۱۰-۴- نتایج حاصل از رگرسیون با ورود همزمان برای بررسی تاثیر پیش بینی عوامل موثر ..... ۸۷
- جدول ۱۱-۴- آزمون فریدمن برای بررسی اولویت بندی عوامل مؤثر بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر ..... ۸۸
- جدول ۱-۵- خلاصه نتایج تحقیق ..... ۹۲

### فهرست نمودارها

- نمودار ۴-۱: نمودار فراوانی مربوط به حسب جنسیت در جامعه هدف..... ۷۹
- نمودار ۴-۲: نمودار فراوانی مربوط به حسب سن در جامعه هدف..... ۸۰
- نمودار ۴-۳: نمودار فراوانی مربوط به تحصیلات در جامعه هدف..... ۸۱
- نمودار ۴-۴: نمودار فراوانی مربوط به حسب سابقه خدمت در جامعه هدف..... ۸۲

فهرست شکل ها

شکل ۱-۱- مدل مفهومی پژوهش ..... ۱۲

## چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر از دیدگاه کارشناسان شرکت سهامی بیمه ایران به روش توصیفی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری کارشناسان و خبرگان حوزه بیمه های اشخاص شرکت سهامی بیمه ایران در شهر تهران می باشد که حجم آنها طبق آخرین آمار در سال ۱۳۹۳ مجموعاً ۲۱۵ نفر می باشد. از جامعه آماری پژوهش نمونه ای به حجم ۱۳۸ نفر با به کارگیری فرمول نمونه گیری کوکران انتخاب شد. به منظور نمونه گیری نیز پس از برآورد حجم نمونه از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده گردید. به این منظور برای سنجش عوامل مؤثر بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر از پرسشنامه ای که محقق تدوین کرده است، با همین عنوان استفاده شد. جهت تحلیل داده ها از آزمون همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون استفاده شد. یافته های پژوهش حاضر حاکی از آن است که بین عوامل اقتصادی با افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر رابطه مستقیم و مثبتی وجود دارد و بین عوامل اجتماعی با افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین بین عوامل روانشناختی با افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر رابطه مستقیم و مثبتی وجود دارد و بین عوامل دموگرافیک با افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر رابطه مستقیم و مثبتی وجود دارد.

**کلید واژه ها:** عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل روانشناختی، عوامل دموگرافیک، ضریب نفوذ بیمه عمر

# فصل اول

## کلیات تحقیق

## مقدمه:

جهان ما شاهد تحولات و دگرگونی‌های شگفت‌انگیزی در تمام ابعاد است و تکنولوژی پیشرفته حاصل از این دگرگونی‌ها، محیط اطراف انسان را پیچیده‌تر نموده و وی را در معرض خطرهای متعددی از قبیل از دست دادن اموال و داراییها، صدمه بدنی در محیط کار، از کارافتادگی و ناتوانی و مرگ قرار داده است. برای کاهش اثرات ناگوار ناشی از این حوادث، بیمه عمر به عنوان موثرترین و مقبول‌ترین ابزار در بسیاری از کشورهای جهان عمل می‌کند. بیمه زندگی به افراد اطمینان خاطر می‌بخشد تا در آینده بتوانند از کارایی بهتری برخوردار باشند. بنابراین هم از جنبه رفاه مادی و هم آسایش فکری و روحی بسیار موثر است. همچنین می‌توانند بصورت یک وسیله پس انداز برای افراد عمل نمایند. بیمه‌های عمر با توجه به گسترش وسیع آن در جهان مخصوصاً در کشورهای توسعه یافته، نقش مهمی را در اقتصاد این کشورها ایفا می‌نماید. دولت‌ها با هدایت سرمایه‌های ناشی از بیمه عمر به سوی سرمایه‌گذاری‌های مورد نیاز کشورشان، از بیمه عمر به عنوان ابزاری جهت رشد و توسعه اقتصادی استفاده می‌کنند. با گسترش بیمه عمر در کشورها، بار تامین نیازهای مالی آتی افراد به دوش خود آنها افتاده و دولت‌ها اقدام به سرمایه‌گذاری در قسمت‌های دیگر اقتصاد می‌نمایند. همچنین گسترش بیمه‌های عمر از عمیق شدن شکاف طبقاتی جلوگیری می‌کند، زیرا از سقوط یک باره خانوارها و فقر مطلق جلوگیری می‌نماید. با وجود کارکردهای بسیار با اهمیت بیمه عمر، این صنعت در کشور ما، مانند اکثر کشورهای در حال توسعه ناشناخته باقی مانده و ضریب نفوذ این بیمه در کشور پایین بوده و نقش آن در اقتصاد کشور و زندگی خانواده‌ها ناچیز می‌باشد. با مقایسه آمار و ارقام مربوط به میزان حق بیمه‌های عمر و ضریب نفوذ آن در کشورهای مختلف جهان با ایران، به نهایت عقب ماندگی آن در کشور پی خواهیم برد (عزیززاده نیاری، ۱۳۷۸، ۲۳)

با وجود اهمیت زیادی که بیمه عمر در زندگی کنونی انسان‌ها دارد، در کشور ما این بیمه دارای وضعیت نامناسبی می‌باشد و به همین دلیل ضروری است که تحقیقات وسیعی برای روشن شدن ابعاد مسئله و افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر صورت پذیرد. در این تحقیق عواملی را که در افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر موثرند را از دیدگاه کارشناسان و خبرگان این رشته در

شرکت سهامی بیمه ایران بررسی می‌نماییم تا با مشخص نمودن میزان اثر پذیری افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر از این عوامل، قدم مثبتی را برای گسترش بیمه عمر و افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر برداشته باشیم (سلامی و عین‌الهی، ۱۳۸۰، ۲۷)

## ۱-۱- بیان مسئله

یکی از معروف‌ترین آگهی‌های بیمه در مطبوعات اروپا طی دهه هفتاد میلادی با این عبارت آغاز

می‌شد "اگر خسارت دیده‌اید و روحتان آزرده شده است، نگران نباشید، ما زخم‌های روحی شما را التیام می‌بخشیم". این آگهی نشان می‌دهد که شرکتهای بیمه با کاوش در علوم جامعه‌شناسی و روانشناسی می‌خواهند اطمینان را در تمامی زمینه‌های اجتماعی ایجاد کنند. تقریباً تمامی بیمه‌گذاران با مراجعه به نزدیکترین شعبه بیمه سعی می‌کنند تا دلواپسی‌ها و نگرانی‌های مختلف خود را به اطمینانی در خور توجه تبدیل کنند اما در کشور ما هنوز خدمات گوناگون صنعت بیمه برای مراجعه‌کنندگان به خوبی تشریح نشده و واژه کلیدی اطمینان نمی‌تواند در بیمه‌گذاران اثر قابل توجهی بگذارد. از طرف دیگر زندگی در جامعه نوین با پیچیدگی‌هایی که داراست و همواره توأم با خطر است؛ هرچه شهرها بزرگتر و گسترده‌تر شود و از ماشین بیشتر بهره گرفته شود، خطرات نیز بیشتر و صدمات ناشی از آن وسیع‌تر می‌شود. در عصر جدید، دگرگونی عظمت مصائب وابسته به آن‌ها، چندان هولناک است که کمک‌ها و مساعدت‌های خیرخواهانه آن را مداوا نمی‌کند و احتیاج به سازمانهایی گسترده و با تجربه مانند بیمه به خوبی نمایان می‌شود. بنابراین اگر وقایعی ناگزیر اتفاق می‌افتند باید برای زدودن و کم‌کردن آثار ناشی از آن چاره‌اندیشی کرد و باید باور کنیم که بیمه در هنگام وقوع حوادث می‌تواند کارساز باشد (ریاحی‌فر، ۱۳۸۶، ۷۳).

یکی از انواع بیمه‌های اشخاص بیمه عمر است که در حقیقت خطرات و صدمات وارده به افراد را پوشش می‌دهد. امروزه بیمه عمر در کشورهای توسعه‌یافته نه تنها به عنوان یک نوع بیمه نامه بلکه به عنوان ابزاری برای سرمایه‌گذاری نیز در نظر گرفته می‌شود. لذا با توجه به جذابیت‌های ایجاد شده برای این محصول، ضریب نفوذ آن برای این کشورها بسیار بالاست. اما متأسفانه در کشور ما هنوز این بیمه نامه در میان افراد جامعه حتی نخبگان جایگاه واقعی خود را نیافته و برخی نیز هیچگونه شناختی نسبت به این نوع بیمه نامه و مزایای آن ندارند. همین امر موجب شده است تا ضریب نفوذ بیمه عمر در ایران کم باشد. (صالحی، ۱۳۷۶، ۱۸).

با استناد به آمار و اطلاعات منتشر شده از مراجع بیمه‌ای کشور، متأسفانه بیمه‌های عمر هم از جهت تراکم و هم از جهت سهم این بیمه در تولید ناخالص کشور نسبت به سایر کشورهای پیشرفته و حتی هم‌رده در سطح نازلی قرار دارند. این که حق بیمه‌های اخذ شده یا سهم بیمه عمر در تولید ناخالص داخلی کم باشد، تنها محدود به این رشته نیست؛ بلکه در کل صنعت بیمه، چنین وضعی وجود دارد. لیکن در این رشته بیمه‌ای این ضعف بسیار چشمگیرتر است. لذا با توجه به اینکه این نوع بیمه‌ها یکی از شاخص‌های رفاه اجتماعی محسوب می‌شوند و هر

جامعه ای که بیمه های عمر در آن از رشد خوبی برخوردار باشند، از لحاظ اقتصادی پیشرفته محسوب می شود و با در نظر گرفتن عدم توسعه یافتگی کشور، لزوم توسعه این نوع بیمه ها ضروری به نظر می رسد (همتی، ۱۳۷۶، ۷۶).

یکی از شاخص های توسعه یافتگی صنعت بیمه در دنیا، سهم فعالیت های بیمه های عمر از بازار بیمه است. سهم بیمه عمر از بازار بیمه در ایران، به دلیل سطح بالای تورم، پایین بودن درآمد سالانه و فعالیت کم مؤسسات، در سال های گذشته هیچ گاه حدود ۱۰٪ نبوده است. حرکت صنعت بیمه بر اساس این روند، سهمی حدود ۱۰٪ از کل حق بیمه های بازار تا پایان سال ۱۳۹۲ رقم خواهد زد و با فرصتی خوشبینانه تا سال ۱۴۰۴ به حدود ۱۵٪ افزایش خواهد یافت (باصری و همکاران، ۱۳۹۰، ۳۵)، در صورتیکه در حال حاضر سهم بیمه های عمر از کل صنعت بیمه (ضریب نفوذ بیمه عمر) در کشورهای توسعه یافته طبق آخرین آمار منتشره در سالنامه ۱۳۹۱ بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران حدود ۶۰ درصد اعلام شده است.

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 سبب مصرفی خانواده های ایرانی جایگاه مطمئنی به دست نیاورده است. مطالعه آمار و ارقام کشور و مقایسه ی شاخصهائی چون میزان تولید حق بیمه، حق بیمه سرانه و سهم آن از تولید ناخالص ملی با کشورهای همتراز ایران نشان می دهد که متأسفانه با وجود گذشت نزدیک به هشتاد سال از عمر بیمه در ایران، بیمه عمر ما بسیار مهجور بوده و تقاضای آن بسیار پایین تر از دیگر انواع بیمه است. (فتحي زاده، ۱۳۷۶، ۲۸).

نتایج تحقیق مهدوی کلیشمی و ماجد (۱۳۹۰) نشان می دهد که عوامل مختلف زیادی بر افزایش ضریب نفوذ بیمه تأثیر می گذارند که از آن جمله می توان به عوامل اقتصادی (تورم، درجه ی ریسک گریزی، شاغل بودن همسر و ...)، اجتماعی (شدت اعتقادات مذهبی و ...)، روانشناختی (سلامتی روانی، سلامت انتظاری فرد)، دموگرافیک (سن، جنسیت و ..) اشاره نمود. لذا به همین منظور، این پژوهش با این مسئله مواجه است که عوامل مؤثر بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر کدامند و تأثیر آن ها به چه میزان است؟! نتایج این پژوهش اطلاعات و دانش لازم را در زمینه عوامل مؤثر بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر در اختیار مدیران و کارشناسان بیمه قرار می دهد.



## ۲-۱- اهداف تحقیق

### هدف کلی:

مشخص کردن عوامل مؤثر بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر از دیدگاه کارشناسان شرکت سهامی بیمه ایران.

### اهداف فرعی:

۱. تعیین تأثیر عوامل اقتصادی بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر.
۲. تعیین تأثیر عوامل اجتماعی بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر.
۳. تعیین تأثیر عوامل روانشناختی بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر.
۴. تعیین تأثیر عوامل دموگرافیک بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر.

## ۳-۱- اهمیت موضوع تحقیق و انگیزش انتخاب آن

بیمه بدون شک یکی از دستاوردهای خلاقانه جامعه بشری به منظور مقابله با رخدادها و حوادث ناگوار است. حوادث طبیعی نظیر آتش سوزی، زلزله، سیل و طوفان و نیز مصائبی همچون فوت، بیماری، کهولت، از کار افتادگی و .... وقایعی است که از زمان های دور همه انسان ها را مورد تهدید قرار داده است.

اندیشه ایجاد تامین در مقابل مخاطرات پیش رو از طریق همیاری و تعاون و راهکارهای از این نوع، ریشه در ادوار تاریخ دارد. پیشرفت های گسترده علمی و تکنولوژیکی عصر جدید نیز اگرچه به انسان کمک نموده است که بعضی از خطرات طبیعی را مهار نماید اما خود، خطرات جدیدی را به همراه داشته که به پوشش های حمایتی خاص نیازمند است. فایده اصلی بیمه، دادن اطمینان به افراد در جهت مقابله با خطرات احتمالی است که در قاموس بیمه به آن ریسک اطلاق می گردد. فارغ از نوع بیمه می توان گفت بیمه علاوه بر ایجاد محیطی امن برای فعالیت های اقتصادی، باعث ایجاد اطمینان برای کار و تولید و سرمایه گذاری و به طور کلی ایجاد فضای امن و آرام برای فعالیت های اجتماعی و اقتصادی است. (تاجیک، ۱۳۸۶، ۴۳).

بازار سنتی و انحصاری بیمه در کشور ما از سال ۱۳۸۲ به بازار پویا و رقابتی تبدیل شده است و بدون تردید شرکت های بیمه خصوصی با آغاز فعالیت خود موجب خلاقیت، نوآوری و عرضه محصولات جدید خواهند شد. در نتیجه فروش بیمه نامه فقط به روش سنتی دیگر پاسخ گوی صنعت بیمه نوگرای کشور ما که بیش از ۶۰ درصد جامعه آن را جوانان تشکیل می دهد نخواهد بود. بستر فعالیت و احیای بازار بالقوه عظیم در کلیه رشته های بیمه آماده است؛ بازار متحول آینده نیازمند محصولات جدید و فروشندگان حرفه ای است. اگر این فروشندگان، به تکنیک های روز که در بازار بیمه توسعه یافته تجزیه شده است مجهز نشوند ره به جایی نخواهند برد. و در واقع می توان گفت که تنها راه حل باقی مانده برای شرکت های بیمه برای ادامه حیات در بازار های منطقه ای و جهانی و حتی در بازارهای داخلی، حرکت در مسیر به کارگیری خلاقیت و نوآوری های منطبق بر نیاز مشتریان و بازار است و ضروری است این

بنگاه های اقتصادی مهم کشور در فرآیند تغییر و بهبود استراتژی های خود موارد جدیدی را هم در قالب چارچوب استراتژی نوآوری مدنظر قرار دهند (چوپانی، ۱۳۹۰، ۲۶).

امروزه صنعت بیمه از طرفی یکی از عمده ترین نهادهای اقتصادی و از طرف دیگر قویترین نهاد پشتیبانی سایر نهادهای اقتصادی و خانوارها تلقی می شود (آقازاده، ۱۳۸۶، ۷۱). در بین رشته ها و انواع مختلف بیمه، بیمه اشخاص و بخصوص بیمه عمر و پس انداز از درخشندگی و جایگاه ویژه ای برخوردار است، زیرا این نوع بیمه با مزایایی که در قسمت عمر آن نهفته است یعنی پرداخت سرمایه کامل در زمان فوت عادی و سه برابر و یا احیاناً بیشتر در زمان فوت در اثر حادثه و عدم پرداخت حق بیمه در زمان ازکارافتادگی و مزایای قسمت پس انداز شامل پرداخت سرمایه کامل در صورت حیات فرد در پایان مدت بیمه، سود مشارکت در منافع و... می تواند یک پوشش کامل برای هر فرد باشد. در واقع این نوع بیمه نامه ها علاوه بر اینکه به عنوان یک بیمه عمر، آسایش و آرامش را برای بیمه گذار فراهم می کنند، بلکه به عنوان یک گزینه سرمایه گذاری نیز مطرح هستند (تاجیک، ۱۳۸۶، ۲۷).

از آن جا که گسترش و توسعه فعالیت های هر سازمانی اعم از خدماتی و تولیدی، در گرو وجود تقاضا در بازار برای کالا یا خدمت سازمان مربوط است، اهمیت مشتریان در بقاء یا نابودی یک سازمان دو چندان آشکار می شود. آن چه که اکنون به اصل مشتری مداری و سپس رضایت مشتریان را دو چندان کرده است فزونی عرضه بر تقاضا در سال های اخیر است. برای تولید کنندگان و ارائه دهندگان خدمات چاره ای جز جلب رضایت مشتری باقی نمانده است. در هر گوشه ای از جهان امروز که اقتصاد رقابتی، اقتصاد انحصاری را در هم شکسته، نگرش مشتری مداری و کسب رضایت مشتری قانون کسب و کار تلقی شده است و عدم رعایت این قانون سبب حذف از صحنه رقابت می شود (ریاحی فر، ۱۳۸۶، ۹۶).

از طرف دیگر از سوی شرکت های بیمه در مقاطع مختلف کوشش هایی برای توسعه بیمه عمر به عمل آمده است و در سال ۱۳۵۲ بیمه مرکزی ایران تجدیدنظر کلی در مبانی و ضوابط بیمه عمر به عمل آورد و مقررات تازه ای وضع کرد. دولت نیز با وضع ضوابط جدید در زمینه معافیت های مالیاتی به حمایت از بیمه عمر پرداخت. گفتنی است که در حال حاضر بر اساس مقررات قانونی که توسط وزارت امور اقتصادی و دارایی اعمال می شود، درآمدی که به مصرف پرداخت حق بیمه عمر برسد از مالیات معاف است. همچنین حق بیمه ای که کارفرما بابت بیمه عمر کارمندان خود پرداخت می کند. از هزینه های قابل قبول تلقی می شود و علاوه بر اینها سرمایه بیمه عمر که به ذینفع پرداخت می گردد نیز به هر مقدار که باشد مشمول مالیات نیست اما متأسفانه باید گفت که اکثر کارفرمایان و اقشاری که به بیمه عمر نیاز دارند از همه این امتیازات بی خبر هستند (شاکرین، ۱۳۷۶، ۲۹).

از آنجا که جمعیت سالمندان سال به سال افزایش می یابد و به نسبت، جمعیت نسبی شاغلین کم

می شود، امکان پوشش مناسب مستمري در آینده کاهش می یابد، بنابراین بیمه عمر می تواند جانشین خوبی برای تأمین اجتماعی باشد و از نگرانی خانوارها در زمان بازنشستگی بکاهد و از طرفی دیگر می تواند رفاه خانوار را در صورت فوت سرپرست خانوار تأمین نموده و از وقوع بحرانهای اجتماعی بکاهد (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۹، ۸۶).

سولومان اس. هوبنر<sup>۱</sup>، پدر بیمه های نوین عمر، مفهوم "ارزش عمر انسان" را به عنوان چارچوب اصلی، اقتصادی و فلسفی بیمه عمر، بیان می کند. مفهوم ارزش عمر انسان هوبنر، چیزی بیش از این مسئله است که عمر انسان، یک ارزش اقتصادی است. از نظر ادراکی، ارزش عمر انسانی، دارای چندین عنصر واقعی و مهم در میان ویژگی ها و روابط اقتصادی – اجتماعی است.

ارزش عمر انسان، سرمایه گذاری درآمدهای فردی است که از اعضای خانواده، بستگان و شرکای تجاری حمایت می کند. ارزش زندگی یک فرد در ارتباط با فرد دیگر، مبنای بیمه عمر و درمان محسوب می شود. ارزش پولی عمر انسان، از هوش و استعداد فرد و تمایل به استفاده بهره ورانه از آنها نشئت می گیرد. هوبنر اشاره می کند که ارزش عمر انسانی به شدت از تمام ارزش های کالاهای دیگر، پراهمیت تر است. بدون ارزش عمر انسانی، دنیا هیچ ارزش کالایی ندارد. بیمه عمر به افراد اجازه می دهد تا خطرات را جمع و هزینه ها را برای حمایت مالی از وابستگان خود در برابر زیان ها، بدون تحمیل هیچ مسئولیتی بر جامعه و عموم مردم تسهیم کنند (تاجیک، ۱۳۸۶، ۸۲).

در کنار کمک های دولت، بیمه عمر بهترین تامین کننده امنیت اجتماعی و اقتصادی برای افراد به شمار می رود (ریاحی فر، ۱۳۸۶، ۱۰۲).

نظر به اشتغال اینجانب در وزارت امور اقتصادی و دارایی و حوزه فعالیت در زمینه شرکت های بیمه دولتی و خصوصی و دریافت آمار و ارقام از صنعت بیمه کشور و مطابقت آن با سایر کشورهای جهان که در این صنعت پیشرو می باشند، همچنین رویت این چالش عمده در صنعت بیمه کشور که بیمه شخص ثالث که اجبار قانونی برای دریافت آن وجود دارد درصد بالایی از حق بیمه تولیدی صنعت بیمه کشور را به خود اختصاص داده است (حدوداً ۴۵ درصد)، در حالیکه بیمه های اختیاری نظیر بیمه عمر که عمدتاً رویکرد آرامش بخشی و نه جنبه پرداخت خسارت دارند، سهم اندکی از پرتفوی صنعت بیمه کشور را به خود اختصاص داده است،

---

1. Hobner

لذا اینجانب را بر آن داشت تا به بررسی مقالات موجود در پژوهشکده بیمه و سایر مقالات مرتبط در زمینه مذکور پرداخته و با تکیه بر مطالعات انجام شده در این زمینه، عوامل موثر بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد.

انواعی از بیمه عمر علاوه بر فواید و منافی که هر نوع بیمه دارد به لحاظ آمیختگی آن با پس انداز از اهمیت خاصی برخوردار است. به عبارت دیگر بیمه عمر یکی از طرق پس انداز و تأمین آتیه برای خانواده هاست و از این جهت در افزایش پس انداز عمومی نیز مؤثر است. به عبارت دیگر بیمه عمر در حد پیشرفته آن از عوامل مؤثر در بازار سرمایه است و از دید برنامه ریزان اقتصاد کشور اهمیت بسیار دارد (شاکرین، ۱۳۷۶، ۶۲).

لذا با توجه مراتب فوق، پژوهش حاضر به بررسی عوامل مؤثر بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر از دیدگاه کارشناسان شرکت سهامی بیمه ایران می پردازد. در مجموع این پژوهش از دو جنبه دارای اهمیت است. الف) اهمیت نظری که امید است بتوان فرضیه های قابل قبولی بین سازه های مورد مطالعه تدوین نمود و ب) اهمیت عملی که امید است بتوان راهکارهای عملی در خصوص توسعه بیمه عمر در اختیار مسئولین ذیربط قرار داد.

**جنبه نوآوری تحقیق:** در این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر برای اولین بار در شرکت سهامی بیمه ایران و از دیدگاه کارشناسان آن، انجام شده است.

## ۴-۱- سوالات و فرضیه های تحقیق:

### سوال اصلی

چه عواملی بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر از دیدگاه کارشناسان شرکت سهامی بیمه ایران تاثیر دارد؟

### ۴-۱-۱- سوالات تحقیق

۱. آیا عوامل اقتصادی بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر تاثیر دارد؟
۲. آیا عوامل اجتماعی بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر تاثیر دارد؟
۳. آیا عوامل روانشناختی بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر تاثیر دارد؟
۴. آیا عوامل دموگرافیک بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر تاثیر دارد؟

### ۴-۱-۲- فرضیه های تحقیق

۱. عوامل اقتصادی بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر تاثیر دارد.
۲. عوامل اجتماعی بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر تاثیر دارد.
۳. عوامل روانشناختی بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر تاثیر دارد.
۴. عوامل دموگرافیک بر افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر تاثیر دارد.