



بررسی عوامل موثر بر تقاضای بیمه عمر در ایران با تاکید بر عوامل کمی درون و برون سازمانی

سید مهدی احمدی^۱ ✉

الهام غلامی^۲

احسان تفاخر^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۱۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۱۴

چکیده

هدف اصلی مقاله حاضر بررسی عوامل موثر بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای در ایران است. در این راستا هشت عامل شامل چهار عامل کمی درون سازمانی (تعداد شعب و نمایندگان، توانگری مالی، متوسط نرخ حق بیمه و خسارت پرداختی) و چهار عامل کمی برون سازمانی (تولید ناخالص داخلی، متوسط نرخ بهره، نرخ تورم، و بازده بازار سهام) شناسایی و تاثیر آنها بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای با استفاده از مدل رگرسیون چندمتغیره بررسی شده است. این مدل رگرسیونی با استفاده از اطلاعات ۲۰ شرکت بیمه طی سال‌های ۱۳۸۹ الی ۱۳۹۵ به روش داده‌های تابلویی با اثرات ثابت برآورد شد. نتایج برآورد مدل بیانگر آن است که از بین عوامل کمی درون سازمانی تمامی عوامل به جزء تعداد شعب و نمایندگان تاثیر معنی‌دار بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای دارد، بدین ترتیب که خسارت پرداختی و توانگری مالی تاثیر مثبت و متوسط نرخ حق بیمه اثر منفی بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای دارند. علاوه بر این، تمامی عوامل کمی برون سازمانی تاثیر معنی‌داری بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌ها داشته‌اند، بدین ترتیب که تولید ناخالص داخلی تاثیر مثبت و متغیرهای نرخ بهره، نرخ تورم و نرخ بازده بازار سهام اثر منفی بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای دارند.

واژه‌های کلیدی: تقاضا، بیمه عمر، عوامل درون سازمانی، عوامل برون سازمانی، داده‌های تابلویی.

طبقه بندی JEL: G22, C23

۱- گروه اقتصاد، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، نویسنده مسئول. ahmadi_smm@yahoo.com

۲- گروه اقتصاد، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. elham_gholami4@yahoo.com

۳- گروه مدیریت دولتی، واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Tafakhor@gmail.com

۱- مقدمه

بیمه‌های عمر آرامش اجتماعی را برای جامعه و امنیت اقتصادی و رونق بازارهای مالی را برای اقتصاد یک کشور به همراه دارند. بیمه عمر به افراد اطمینان خاطر می بخشد تا در آینده بتوانند از زندگی بهتری برخوردار باشند؛ بنابراین هم از جنبه رفاه مادی و هم آسایش فکری و روحی بسیار مؤثر است. همچنین می تواند به صورت یک وسیله پس انداز برای افراد عمل نماید. مردم از بیمه عمر به عنوان ابزاری برای سرمایه‌گذاری، غلبه بر مشکلات ناشی از مرگ سرپرست خانواده، پیری و کهولت سود می برند. لذا سهمی قابل توجه از درآمد خود را به آن اختصاص می دهند. گسترش بیمه عمر از شکاف طبقاتی و فقر جلوگیری می کند؛ زیرا، مانع سقوط مالی یک خانواده می شود. همچنین، گسترش این نوع بیمه‌های اختیاری از وظایف دولت در بخش بیمه‌های اجباری و تأمین اجتماعی می کاهد و قسمتی از هزینه‌های مربوط به مستمری، از کارافتادگی و غیره را تأمین می کند، پس به دولت اجازه می دهد تا منابع مالی و انسانی خود را برای گسترش بخش‌های دیگر به کارگیرد (عزیز زاده نیاری، ۱۳۷۸).

درباره عامل تقاضای خرید می توان گفت بیمه‌ی عمر کالایی است که باید تقاضای بالفعل خرید درباره‌ی آن وجود داشته باشد، به طوریکه در شرایط وجود تقاضای کافی می‌توان خدمات مناسب بیمه‌ای نیز عرضه کرد. عرضه بیمه عمر شامل سه رکن اساسی شرکت‌های بیمه، نظام فروش و بازاریابی و بیمه‌های صادره است که وجود همه آنها ضروری است. تشکیل و فعالیت یک شرکت بیمه نیازمند سرمایه‌ی کافی و نیروی انسانی آموزش دیده و متخصص است تا بتواند تولیدات خود را با نیازهای جامعه هماهنگ کند (مظلومی، ۱۳۶۸).

صنعت بیمه عمر، نقش مهمی در ارائه‌ی خدمات اجتماعی و فرایند رشد و توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته و برخی کشورهای در حال توسعه ایفا می کند. توسعه بیمه‌ی عمر در این جوامع، از یک طرف با هدایت سرمایه‌های کوچک خانوارها به سمت ایجاد ظرفیت‌های اقتصادی مناسب و از طرف دیگر با گسترش زمینه‌های سرمایه‌گذاری، اثرات مثبت و هدفمند در رشد بازار سرمایه و تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی برجای می‌گذارد. در این جوامع، ذخایر ریاضی تجمیع شده در شرکت‌های بیمه عمر به فعالیت‌های اقتصادی سودآور هدایت می شوند و به دلیل آنکه در نظام فعالیتی بیمه‌ی عمر، فاصله‌ی زمانی منطقی بین دریافت حق بیمه از سوی شرکت‌های بیمه‌ی عمر و پرداخت خسارت وجود دارد، بنابراین شرکت‌های بیمه‌ای با استفاده‌ی بهینه از تشکیل ذخایر قابل ملاحظه طی هر قرارداد بازار سرمایه را فعال کرده و موجبات افزایش اشتغال و رشد اقتصادی را فراهم می آورند (کلیشمی و ماجد، ۱۳۹۰). از طرف دیگر، توسعه‌ی بیمه‌ی عمر به عنوان یک بیمه‌ی اختیاری، با کاهش بخشی از مسئولیت‌های اجباری دولت و انتقال سهم قابل توجهی از

هزینه‌های مستمری و از کارافتادگی به خود افراد ذینفع امکان انجام سرمایه‌گذاری موثر در سایر بخش‌های اقتصادی کشور را به وجود می‌آورد. در این رابطه بسیاری عقیده دارند که دولت با هدایت سرمایه‌های ناشی از بیمه‌ی عمر به سوی سرمایه‌گذاری‌های مورد نیاز کشور از بیمه‌ی عمر به عنوان ابزاری در جهت رشد و توسعه‌ی اقتصادی استفاده می‌کند (جعفری صمیمی و کاردگر، ۱۳۸۵).

بنابراین، با توجه به اهمیت بیمه عمر در این مقاله، بررسی تأثیر عوامل کمی درون سازمانی و برون سازمانی بر تقاضای بیمه عمر در ایران مدنظر است. از اینرو، ساماندهی مقاله حاضر بدین صورت است که بعد از بیان مقدمه، در بخش دوم مبانی نظری و در بخش سوم پیشینه تحقیق ارائه شده است. در بخش چهارم نیز مدل تحقیق و معرفی متغیرهای آن و در بخش پنجم نتایج حاصل از برآورد مدل و آزمون فرضیه‌ها و در آخر پیشنهادات بیان شده است.

۲- مبانی نظری

۲-۱- تعریف بیمه، انواع بیمه و بیمه‌های عمر

بیمه عقدی است که طی آن خطر قریب‌الوقوعی که ممکن است برای دارائی، فعالیت یا جان فردی پیش آید را به شرکت بیمه منتقل می‌کند تا طی آن زیان مادی ناشی از خطر را جبران نماید. (کریمی، ۱۳۹۲). با توجه به انواع ریسک، قراردادهای بیمه نیز انواع متعددی دارد. ماهیت حقوقی بیمه‌نامه‌ها در کلیه موارد یکسان نیست و گهگاه می‌توان تفاوت‌هایی بین آنها تشخیص داد. برای تقسیم‌بندی انواع بیمه‌ها روش‌های مختلفی ارائه شده است. طبقه‌بندی‌های مورد استفاده در زیر بر مبنای کاربرد بیمه در زمینه‌های مختلف انجام گرفته و در عین حال مبین وجود تفاوت‌های حقوقی بین آنها نیز هست. به طور کلی بیمه در دو زمینه کلی زیر مورد استفاده قرار می‌گیرد:

◀ بیمه‌های اجتماعی (اجباری)

بیمه‌های اجتماعی که «بیمه‌های اجباری» یا «بیمه‌های ناشی از قانون» نیز خوانده می‌شود، بیشتر در مورد کارگران و طبقات کم درآمد جامعه کاربرد دارد؛ یعنی افرادی که از یک سو نیروی تولیدی جامعه محسوب می‌شوند و از دیگر سو، خود کمتر به فکر تأمین آینده و معیشت خویش هستند. در نتیجه، دولت در جهت حمایت از این قشر، به موجب قانون، ایشان را زیر چتر حمایت بیمه‌های اجتماعی قرار می‌دهد. ویژگی بیمه‌های اجتماعی این است که اولاً شخص دیگری (کارفرما) در پرداخت قسمت اعظم حق بیمه مشارکت دارد و درصد کمتری را بیمه شده می‌پردازد؛ ثانیاً بر خلاف بیمه‌های بازرگانی که حق بیمه متناسب با ریسک تعیین می‌شود، در بیمه‌های اجتماعی حق بیمه درصدی از حقوق یا دستمزد بیمه شده است و ارتباطی با ریسک ندارد (کریمی، ۱۳۹۲).

◀ بیمه‌های بازرگانی (اختیاری)

بیمه‌های بازرگانی به «بیمه‌های اختیاری» هم معروف هستند و در آن بیمه‌گذار به میل خود و آزادانه به تهیه انواع پوشش‌های بیمه‌ای بازرگانی اقدام می‌کند. در بیمه‌های بازرگانی، بیمه‌گذار و بیمه‌گر در مقابل هم متعهد هستند.

بیمه‌های بازرگانی، با توجه به نوع و طبیعت خطر، به دو دسته بزرگ بیمه‌هایی دریایی و غیر دریایی تقسیم می‌شود. تقسیم‌بندی دیگری که تقریباً منسوخ شده و مورد استفاده نیست، تقسیم به بیمه‌های اموال و اشخاص است. بازارهایی نیز وجود دارند که به موجب آنها بیمه‌های بازرگانی به دو دسته بیمه زندگی (عمر) و غیرزندگی تقسیم می‌شوند. اصولاً بازارهای بیمه‌ای با توجه به قوانین و مقررات بیمه‌ای و ساختار بازار از تقسیم‌بندی‌های مختلف استفاده می‌کنند (کریمی، ۱۳۹۲).

۲-۲- بیمه عمر و تاریخچه آن در ایران

بیمه زندگی (عمر)، قراردادی دو طرفه است که به موجب آن یکی از طرفین تعهد می‌کند که در ازای دریافت وجه یا وجوهی از طرف دیگر سرمایه‌ای را یکجا یا به اقساط در صورت زندگی یا فوت شخص معینی بپردازد. فوت شخص یا حیات شخص در یک زمان معین، خطری است که در این نوع بیمه تضمین می‌شود. بنابراین موضوع تعهد بیمه‌گر، شخص بیمه شده است. میزان تعهد بیمه‌گر، یعنی مبلغ بیمه شده، ارتباطی با غرامت ناشی از بروز واقعه بیمه شده ندارد و به پیشنهاد بیمه‌گذار تعیین می‌شود (حسن زاده و کاظم نژاد، ۱۳۸۹).

بیمه‌عمر در ایران در سال ۱۳۱۴ توسط نمایندگی یک شرکت بیمه آلمانی به نام ویکتوریا، وارد بازار ایران شد. این نمایندگی پس از یک سال فعالیت، منحل شد و پرتفوی آن به شرکت تازه تاسیس بیمه ایران انتقال یافت. شرکت بیمه ایران تا سال ۱۳۳۶ تنها شرکتی بود که در بازار داخلی و در این رشته بیمه فعالیت داشت. در این سال شرکت بیمه ملی و در سال ۱۳۴۰، شرکت بیمه امید نیز در بیمه عمر به فعالیت پرداختند. با افزایش فعالیت بیمه‌ای در کشور در سال ۱۳۵۰ به منظور تنظیم و تعمیم و هدایت امر بیمه در ایران و حمایت از بیمه‌گذاران و بیمه‌شدگان و صاحبان حقوق آنها و همچنین اعمال نظارت دولت بر شرکت‌های بیمه و انجام بیمه اتکائی اجباری برای موسسات بیمه، بیمه مرکزی ایران تاسیس شد.

تا پیش از پیروزی انقلاب اسلامی، در سال ۱۳۵۷ به جز شرکت بیمه ایران که شرکت دولتی بود، شرکت‌های بیمه خصوصی آریا، ملی، آسیا، البرز، امید، ساختمان و کار، حافظ، تهران، دانا و توانا در زمینه بیمه‌های عمر فعالیت داشتند، در این بین، شرکت بیمه توانا که یک شرکت بیمه ایرانی - آمریکایی بود و فقط در زمینه بیمه‌های اشخاص فعالیت می‌کرد، بهترین عملکرد را داشت.

در سال ۱۳۵۸، با تصمیم شورای انقلاب، تمام شرکت‌های بیمه خصوصی، ملی شدند و پروانه فعالیت موسسات بیمه خارجی نیز لغو شد. در سال ۱۳۶۰ به جز شرکت‌های بیمه آسیا و البرز، فعالیت سایر شرکت‌های بیمه ملی شده، متوقف شد و پرتفوی بیمه‌های عمر به همراه اندوخته این شرکت‌ها، به شرکت بیمه آسیا منتقل شد. در دهه ۶۰، بیمه‌های عمر مختلط، به دلیل جنبه پس اندازی، دچار مشکلات فقهی شدند. افزون بر این، شرایط اقتصادی ناشی از جنگ و وجود تورم فزاینده در کشور سبب توقف فروش این نوع بیمه‌ها شد. البته، از سال ۱۳۷۳ مجدداً این نوع بیمه با عنوان بیمه عمر و پس انداز، وارد بازار ایران شد. شرکت بیمه آسیا برای اولین بار این نوع بیمه نامه را صادر کرد. در سال ۱۳۸۳ شمسی، نوع روزآمدی از بیمه عمر را که مزایای بیشتری داشت و مورد استقبال جهانی قرار گرفته بود، شرکت بیمه کارآفرین به بازار عرضه کرد. در حال حاضر نیز بیشتر شرکت‌های بیمه با عناوین مختلفی مانند بیمه عمر و سرمایه‌گذاری، بیمه جامع زندگی، بیمه عمر و تامین آتیه، بیمه عمر و تشکیل سرمایه و بیمه ارمغان زندگی، این بیمه را در بازار عرضه می‌کنند (دنان و باسوکردشامی، ۱۳۹۴).

۲-۳- عوامل موثر بر تقاضای بیمه عمر

الف) عوامل کمی برون سازمانی

• تورم

از عوامل تاثیرگذار بر سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت از جمله سرمایه‌گذاری در بیمه عمر، حفظ ارزش پول و سرمایه در پایان مدت قرارداد از نظر سرمایه‌گذار است. تورم و کاهش ارزش پول، قدرت خرید سرمایه‌ی بیمه‌ی عمر را برای بیمه‌گذار کاهش می‌دهد و باعث دلسردی مصرف‌کننده‌ها برای برنامه‌ریزی آینده با خدمات بیمه‌ای می‌شود. لذا، قابل انتظار است که تورم تاثیر منفی بر تقاضای بیمه‌ی عمر داشته باشد. یافته‌های اوت رویل^۱، براوان^۲ و کیم^۳ نشان می‌دهد که تورم با تقاضای بیمه عمر رابطه منفی معناداری دارد. تورم سبب تاثیر منفی بر بیمه عمر می‌شود. تورم بالا سبب می‌شود که خرید بیمه عمر جذاب بودن خود را به لحاظ بالا رفتن هزینه زندگی از دست بدهد. با این وجود نتایج به دست آمده از تحقیقات کارگیل و تروکسل^۴، روبایا و زیدی^۵ با یافته‌های آنها سازگار و هماهنگ نیست. در مطالعات این محققان رابطه ضعیفی میان بیمه عمر و انتظارهای قیمتی وجود دارد. افزون بر آن، نتایج تحقیق روبایا و زیدی رابطه مثبت، اما فاقد معناداری آماری میان نرخ تورم و تقاضا برای بیمه عمر نشان می‌دهد.

• تولید ناخالص داخلی سرانه

تولید ناخالص داخلی، ارزش کل کالاها و خدمات نهایی تولید شده در کشور در یک بازه زمانی معین است که با واحد پول جاری کشور اندازه گیری می شود. به هر اندازه که درآمد سرانه در کشوری بالاتر رود، قدرت خرید مردم بهبود یافته و سهم بیشتری از درآمدهای خود را پس انداز می کنند تا به بیمه عمر اختصاص دهند. زیرا، انسان با بالا رفتن درآمد خود، مصرفش را نیز تغییر داده و به آن سطح از مصرف عادت می کند و با خرید بیمه عمر، مصرف خود را در برابر تغییرات احتمالی درآمد در آینده تضمین می کند. یافته های چوی و کوک^۵ (۲۰۰۹)، بک و بوت^۶ (۲۰۰۳) و عباسی و درخشیده (۱۳۹۱) نشان می دهد که تولید ناخالص داخلی سرانه اثر مثبت و معنادار بر ضریب نفوذ بیمه عمر دارد.

• نرخ بهره

بیمه عمر یک سرمایه گذاری بلندمدت است که نرخ سودآوری آن برای متقاضی اهمیت زیادی دارد. یکی از پارامترهای ارزیابی برای سنجش میزان سودآوری، نرخ بهره واقعی بازار است. به دلیل وجود تورم، نرخ بهره اسمی نمی تواند ملاک ارزیابی قرار گیرد. بنابراین بایستی از نرخ بهره واقعی در محاسبات استفاده کرد که می تواند بر روی پس انداز افراد جامعه تأثیر داشته باشد. در این تحقیق نرخ بهره واقعی که از تفاضل نرخ سپرده های بانکی و تورم به دست آمده است، به عنوان شاخصی برای این متغیر استفاده شده است (پیکارجو، غفاری و شاهانی، ۱۳۹۰).

در ادبیات تجربی، یافته های بدست آمده از رابطه میان نرخ بهره و تقاضای بیمه عمر بر حسب پراکسی های در نظر گرفته شده برای نرخ بهره بسیار متفاوت می باشد. برای مثال، کارگیل و تروکسل در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که بازده انواع پس انداز رابطه منفی با تقاضای بیمه عمر دارد؛ یعنی نرخ بهره بالاتر انواع پس اندازها سبب می شود که بیمه ها به عنوان یک ابراز مالی برای پس انداز کمتر مورد توجه قرار گیرند. اوت رویل نیز به این نتیجه رسید که نرخ بهره واقعی (مابه التفاوت نرخ جاری تنزیل بانکی از تورم انتظاری) و نرخ بهره وام، عوامل تعیین کننده و موثر بر تقاضای بیمه عمر نیستند. از سوی دیگر روبایا و زیدی در تحقیقات خود سه نوع نرخ بهره شامل نرخ بهره پس انداز شخصی (بهره پرداختی بانکها به پس اندازهای معمولی)، نرخ بهره کوتاه مدت (نرخ بهره اوراق قرضه خزانه سه ماهه) و نرخ بهره جاری (نرخ وام دهی بانکها) معرفی کردند و دریافتند نرخ پس انداز شخصی و نرخ بهره کوتاه مدت تأثیر منفی و معناداری بر تقاضای بیمه عمر ندارند.

• بازده بازار سهام

معمولاً مهمترین معیار ارزیابی عملکرد موسسات، در حال حاضر نرخ بازده بازار سهام است. این معیار به تنهایی دارای محتوی اطلاعاتی برای سرمایه‌گذاران بوده و برای ارزیابی عملکرد مورد استفاده قرار می‌گیرد. وقتی این معیار کاهش یابد زنگ خطری برای شرکت است و عملکرد شرکت را مناسب نشان نمی‌دهد. این معیار دارای محتوی اطلاعاتی زیادی می‌باشد، زیرا ارزیابی عملکرد بر مبنای ارزش بازار، اطلاعات سرمایه‌گذاران را به خوبی منعکس می‌کند. یافته‌های بدست آمده از مطالعه عزیززی (۱۳۸۴)، نشان می‌دهد که بازده بازار سهام رابطه مثبت و معناداری با تقاضای بیمه عمر دارد.

(ب) عوامل کمی درون سازمانی

• توانگری مالی^۷

توانگری مالی به سرمایه ای اطلاق می‌شود که نهاد بیمه ای ناظر، شرکت های بیمه را ملزم می‌دارد تا آن را در اختیار داشته باشند. به بیان ساده تر، توانگری مالی نشان دهنده میزان آمادگی شرکت های بیمه از لحاظ مالی در مواجهه با حوادث غیرقابل پیش بینی است. از اینرو، می‌توان انتظار داشت هر چقدر م شرکت‌های بیمه ای از حیث توانگری مالی در وضعیت مناسبی قرار داشته باشند، از جانب مشتریان اعتماد بیشتری به دست آورند و امکان افزایش تقاضای بیمه های عمر افزایش خواهد یافت.

• تعداد شعب و نمایندگان

تعداد شعب و نمایندگان مربوط به هر شرکت بیمه‌ای سطح دسترسی افراد جامعه به آن شرکتها را نشان می‌دهد و مطمئناً چنانچه تعداد آنها بهینه باشد، می‌تواند تاثیر معنی دار بر تقاضای بیمه عمر داشته باشد.

• خسارت پرداختی

خسارت پرداختی توسط شرکت های بیمه عبارتست از زیان وارده به مورد بیمه که در نتیجه فوت بیمه شده ناشی از کهولت و بیماری و یا وقوع حادثه ایجاد می‌شود و جبران آن در تعهد بیمه گر می‌باشد. براین اساس، هر چقدر افراد جامعه در خصوص توانمندی شرکت‌های بیمه و همچنین خوش حساسی آنها برای پرداخت خسارتها اطمینان بیشتری داشته باشند، می‌توان انتظار داشت تقاضای بیمه عمر این شرکتها در نتیجه پایبندی آنها به تعهداتشان افزایش یابد.

• متوسط نرخ حق بیمه^۸

نسبت حق بیمه‌های عمر به میزان و تعداد بیمه‌ها وابسته است و در واقع هزینه هر ربال (یا هر واحد پولی) پوشش حق بیمه است. به طوریکه، هزینه بالای بیمه سبب عدم ترغیب خرید بیمه عمر می‌شود. براساس ادبیات تجربی قیمت (متوسط نرخ حق بیمه) رابطه منفی و معناداری با تقاضای بیمه‌عمر دارد (براون و کیم^۹، ۱۹۹۳).

۳- پیشینه تحقیق

اکثر مطالعات نظری جدید در زمینه تقاضای بیمه عمر مطالعه یاری^{۱۰} را به عنوان نقطه شروع کار خود قرار داده اند. تقاضای سرپرست خانواده برای بیمه عمر، به تعداد افراد خانواده بستگی دارد. لوئیس^{۱۱}، این ارتباط را، با توسعه ساختار نظری بیمه عمر، و یاری با در نظر گرفتن ترجیحات دیگر اعضای خانواده، مورد بررسی قرار داد. در این حالت، بیمه عمر، توسط افراد تحت تکفل شخص که در طول عمر نیز با درآمد نامطمئن مواجه اند، تقاضا می‌شود. تقاضای آن‌ها برای بیمه عمر، براساس طول عمر سرپرست خانواده، بر پایه مدل چرخه زندگی استوار است که در آن به دلیل نا-اطمینانی درباره طول عمر سرپرست خانواده، درآمد نیز نامطمئن است.

یاری، در مفهوم مدل چرخه زندگی با طول عمر نامطمئن، نشان می‌دهد که یک شخص مطلوب بودن انتظاری خود را با خرید بیمه عمر و دریافت مستمری سالانه، افزایش می‌دهد. روش لوئیس، به این دلیل متمایز است که او، تقاضای بیمه عمر را از دید وارثان مورد بحث قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، بیمه‌عمر، به منظور حداکثر کردن مطلوبیت انتظاری وارثان، تقاضا می‌شود (مهرآرا و دیگری، ۱۳۸۴).

شروع مطالعات قبلی در زمینه تقاضای بیمه‌های عمر به بررسی یاری در سال ۱۹۶۵ باز می‌گردد که تقاضای بیمه عمر را در قالب الگوی مطلوبیت انتظاری مورد مطالعه قرار داد. بررسی‌های پیشین، اثر عوامل مختلف را بر تقاضای بیمه‌های عمر بررسی کرده‌اند. نتایج مطالعات نشان می‌دهد، بیمه‌های عمر برای جبران سرمایه انسانی از دست رفته یا تامین آینده مالی بازماندگان بعد از فوت سرپرست خانوار مورد تقاضای افراد قرار می‌گیرند. عواملی مانند سطح درآمد و میزان تحصیلات اثر مثبت و مستقیم بر روی خرید بیمه‌های عمر از سوی افراد دارند. بار تکفل نیز می‌تواند با خرید بیمه‌های عمر رابطه مستقیم داشته باشد. هم‌چنین تقاضای بیمه‌های عمر از عاملی مانند تورم انتظاری به صورت منفی و معکوس اثر می‌پذیرد. به علاوه، تقاضای این نوع بیمه می‌تواند براساس سرمایه انسانی از دست رفته در هنگام فوت سرپرست خانوار باشد (پژویان و دیگری، ۱۳۸۲).

بک و وب^{۱۲} (۲۰۰۳) در مطالعه خود تحت عنوان «تعیین عوامل اقتصادی و جمعیتی مصرف بیمه عمر در سراسر کشورها»، رابطه بین بیمه زندگی با برخی متغیرهای اقتصادی و جمعیتی را برای ۶۶ کشور با استفاده از روش پانل (با اثرات ثابت) طی دوره ۱۹۶۱-۲۰۰۰ بررسی کردند. یافته‌های بک و وب مؤید این مطلب است که نفوذ هرچه بیشتر بیمه عمر، رشد اقتصادی بیشتر را موجب می‌شود، اما در جوامع مسلمان رابطه مذکور منفی است. بک و وب نشان دادند که وقتی بیمه عمر و بانکداری بطور مکمل خدمات خود را ارائه می‌دهند، اثر به مراتب بیشتری را بر رشد اقتصادی خواهند داشت تا زمانی که اثر تنها یکی از آنها را بر رشد اقتصادی تخمین می‌زنیم. آن‌ها یک رابطه محکم و قوی را بین بیمه‌های زندگی و تولید ناخالص داخلی کشورها، بار تکفل افراد پیر، تورم، توسعه بخش بانکی و نرخ بهره واقعی پیدا کردند و اعلام کردند که کشورهایی با سیستم بانکی توسعه یافته، درآمد بالا، جمعیت سالخورده و تورم پایینتر، مصرف بیمه عمر بالاتری دارند و معتقدند که در شرایطی که تورم کنترل شده است، بین نرخ بهره واقعی و تقاضای بیمه عمر رابطه مثبت وجود دارد. بک و وب هم چنین نشان دادند که متغیرهای امید به زندگی، بار تکفل افراد جوان و تحصیلات اثر معناداری بر خرید بیمه عمر ندارند.

کجوسوسکی^{۱۳} (۲۰۱۲)، به بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای بیمه عمر در ۱۴ کشور اروپای مرکزی و جنوب شرقی با استفاده از روش داده‌های تابلویی با اثرات ثابت طی دوره ۱۹۹۸ تا ۲۰۱۰ پرداخت. نتایج این تحقیقات نشان داد که تولید ناخالص داخلی سرانه، تورم، مخارج سلامت، سطح تحصیلات و نقش قانون قوی‌ترین پیش بینی برای استفاده از بیمه عمر را دارند و به نظر نمی‌رسد که نرخ بهره واقعی، کنترل فساد و اثربخشی دولت چندان بر تقاضای بیمه عمر در کشورهای اروپای مرکزی و جنوب شرقی اثرگذار باشد.

سلیمان، میگیرو ویشیهارگ^{۱۴} (۲۰۱۵)، به بررسی عوامل موثر بر تقاضای بازار بیمه‌های عمر در کشور اتیوپی با استفاده از داده‌های سری زمانی طی یک دوره ۲۸ ساله طی سال‌های ۱۹۷۹ تا ۲۰۰۸ پرداخته است. این تحقیق به بررسی ۱۱ عامل تاثیر گذار که از این میان پنج مورد شامل متغیرهای اقتصادی (تولید ناخالص داخلی، پس انداز، توسعه مالی، نرخ بهره، تورم) و شش مورد شامل متغیرهای جمعیت‌شناختی (جمعیت، نسبت وابستگی جوان، نسبت وابستگی پیری، قیمت بیمه، نرخ مرگ و میر، امید به زندگی) بر تقاضای بیمه در کشور اتیوپی می‌باشد. نتایج گویای وجود ارتباطی متعادل در دراز مدت میان متغیرهای نامبرده است. تورم در این میان دارای اثر قابل توجه و منفی بر عرضه و تقاضای در بازار بیمه عمر می‌باشد. علاوه بر این نتایج آماری گویای یک اثر منفی بر نسبت وابستگی جوانان بر تقاضای بازار بیمه عمر می‌باشد در حالیکه نسبت وابستگی پیری دارای یک اثر معنادار و مثبت با بخش عرضه بیمه عمر بود.

عزیزی (۱۳۸۵)، به بررسی رابطه میان متغیرهای کلان اقتصادی و تقاضا برای بیمه ۱۳۶۹-۱۳۸۳ پرداخت. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که نرخ سپرده‌های بلند مدت، قیمت بیمه، درآمد، بازده سهام بورس اوراق بهادار و امید به زندگی از جمله مهم‌ترین عوامل مؤثر بر تقاضای بیمه عمر در ایران است. در این راستا قیمت بیمه، رابطه معکوس قوی و مهمی با تقاضای بیمه عمر دارد. این یافته کاربرد بسیار زیادی برای سیاست‌گذاری دارد، زیرا که از این نتیجه می‌توان استراتژی‌های قیمت‌گذاری برای بیمه عمر را تنظیم کرد.

سجادی و غلامی (۱۳۸۶)، با استفاده از روش حداقل مربعات معمولی به "بررسی رابطه میان متغیرهای کلان اقتصادی و تقاضا برای بیمه عمر در ایران" پرداختند. اساسی‌ترین یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که تولید ناخالص داخلی و همچنین تورم پیش‌بینی‌شده، رابطه مؤثری با تقاضای بیمه عمر دارند. نتیجه جالب، رابطه مثبت تقاضا با نرخ بیمه است که متناقض به نظرمی-رسد. ضمن آنکه متغیر امید به زندگی کاملاً مؤثر بر تقاضا و با ضریب مثبت ارزیابی شده است. مهرآرا و رجبیان (۱۳۸۷)، در پژوهش خود تحت عنوان "تقاضا برای بیمه‌های عمر در ایران و کشورهای صادرکننده نفت" به بررسی تابع تقاضای بیمه عمر پرداختند، آنها نشان دادند که عمده‌ترین عوامل تعیین‌کننده تقاضای بیمه‌های عمر در ایران، درآمد، میزان تحصیلات و بارتکفل می‌باشد و درآمد، احتمال مرگ سرپرست خانواده، تحصیلات از مهمترین عوامل مؤثر بر تقاضای بیمه‌های عمر در کشورهای نفت خیز با درآمد متوسط می‌باشند. همچنین کشش‌های درآمدی تابع تقاضای بیمه عمر نشان می‌دهند که این محصول در کشورهای نفت خیز با درآمد متوسط لوکس و در ایران ضروری است.

مهدوی و ماجد (۱۳۹۳)، در پژوهش خود با عنوان "اثر عوامل کمی و کیفی موثر بر تقاضای بیمه عمر در کشور" با استفاده از تحلیل دسته بندی چندگانه، نتایج حاکی از آن است که اعتقاد به اینکه فرد تا ۶۵ سالگی دچار بیماری حادی شود بیشترین تأثیر را بر تقاضای بیمه عمر دارد. سن فرد دومین عامل تأثیرگذار است. سایر متغیرهای تأثیرگذار به ترتیب اثرگذاری شامل اعتقاد به ارث-گذاشتن برای فرزندان، قیمت بیمه‌نامه، رعایت اصول اعتقادی و مذهبی و عضویت در صندوق بازنشستگی و در نهایت اشتغال همسر است.

همانطور که از مطالعات تجربی داخلی مشهود است، در این مطالعات صرفاً عوامل کمی برون سازمانی مدنظر قرار گرفتند، با این وجود در این مطالعه علاوه بر عوامل کمی برون سازمانی، عوامل کمی درون سازمانی نیز در ارتباط با تقاضای بیمه عمر در نظر گرفته شده‌اند که جنبه نوآوری مقاله حاضر می‌باشد.

۴- مدل تحقیق و معرفی متغیرهای آن

هدف اصلی در تحقیق حاضر بررسی عوامل کمی درون و برون سازمانی بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای کشور است. برای این منظور، با تعقیب مطالعات تجربی انجام شده در این زمینه یکسری عوامل شناسایی و برای بررسی تاثیر آن بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای از یک مدل رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است که تصریح آن به صورت زیر می‌باشد:

$$\text{LN}(\text{DLIF})_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{RECOM}_{it} + \beta_2 \text{SM}_{it} + \beta_3 \text{NB}_{it} + \beta_4 \text{PR}_{it} + \beta_5 \text{GDP}_{it} + \beta_6 \text{IR}_{it} + \beta_7 \text{INF}_{it} + \beta_8 \text{RS}_{it} + \varepsilon_{it}$$

در مدل فوق، DLIF_{it} تقاضای بیمه عمر شرکت بیمه i در سال t به عنوان متغیر وابسته می‌باشد. دو گروه متغیرهای مستقل مدنظر در این مدل عبارتند از: نرخ تورم (INF)، نرخ بازدهی بازار سهام (RS)، تولید ناخالص داخلی (GDP) و نرخ بهره به صورت متوسط نرخ سپرده‌های بلندمدت بانکی (IR) به عنوان عوامل کمی برون سازمانی و RECOM_{it} خسارت پرداختی شرکت i در سال t ، SM_{it} توانگری مالی (نسبت سرمایه موجود به سرمایه الزامی)^{۱۵} شرکت بیمه i در سال t ، NB_{it} تعداد شعب و نمایندگان شرکت بیمه i در سال t ، PR_{it} متوسط نرخ حق بیمه (نسبت کل حق بیمه عمر سالیانه به کل تعداد بیمه‌های عمر) شرکت بیمه i در سال t به عنوان عوامل کمی درون سازمانی می‌باشند. به علاوه در این مدل ε_{it} جمله اختلال و β ها ضرایب می‌باشند. و نماد $t = 1, \dots, T$ نشان‌دهنده زمان یعنی سال‌های ۱۳۸۹ الی ۱۳۹۵ و نماد i نیز در مدل مذکور بیانگر شرکت‌های بیمه مورد نظر شامل ایران، آسیا، البرز، دانا، پارسیان، توسعه، رازی، کارآفرین، سینا، ملت، امید، حافظ، دی، سامان، ایران معین، نوین، پاسارگاد، معلم، میهن، کوثر می‌باشد.

۵- برآورد مدل تحقیق

۵-۱- انتخاب روش مناسب برآورد مدل

براساس متدولوژی داده‌های تابلویی، قبل از برآورد مدل لازم است از میان سه روش اثر مشترک، اثر ثابت و اثر تصادفی روش مقتضی انتخاب شود. برای انتخاب بین دو روش اثرات مشترک و اثرات ثابت از آزمون F استفاده شده که نتایج در جدول شماره (۱) ارائه شده است. با توجه به نتایج آماره آزمون F معادل ۹/۵ و ارزش احتمال آن صفر است، لذا می‌توان نتیجه گرفت فرضیه صفر این آزمون یعنی برابری عرض از مبدأ در تمام شرکت‌ها (مقاطع) در سطح معنی داری ۵ درصد مورد تایید نمی‌باشد. بنابراین، تخمین مدل با روش داده‌های تابلویی نسبت به روش اثرات مشترک (داده‌های تلفیقی) اولویت دارد. با توجه به این نتیجه در گام بعدی، باید از میان روش‌های

اثرات ثابت و تصادفی، روش مناسب انتخاب گردد که در این ارتباط از آزمون هاسمن استفاده شد. با توجه به نتایج جدول شماره (۱) از آنجا که آماره χ^2 معادل ۷/۱۴ و احتمال متناظر با آن برابر با ۰/۰۰۳ است، لذا، در سطح معنی داری ۵ درصد فرضیه صفر آزمون مذکور مبنی بر اینکه اثرات تصادفی را می توان به جای الگوی اثرات ثابت به کار برد، پذیرفته نمی شود و آزمون هاسمن برآورد مدل به صورت اثرات ثابت را پیشنهاد می کند.

جدول (۱). آزمون راستنمایی اثرات ثابت و آزمون هاسمن مربوط به مدل

آزمون	آماره آزمون	مقدار آماره	ارزش احتمال	نتیجه آزمون
F	F	۹/۵	۰	فرضیه صفر رد می شود
هاسمن	کای دو	۷/۱۴	۰/۰۰۳	فرضیه صفر رد می شود

ماخذ: یافته های پژوهشگر

۵-۲- نتایج برآورد مدل

باتوجه به آزمون های تعیین روش مناسب، روش داده های تابلویی با اثرات ثابت برای برآورد مدل مدنظر انتخاب گردید. لذا مدل تحقیق با استفاده از روش اثرات ثابت و اطلاعات ۲۰ شرکت بیمه ای طی سال های ۱۳۸۹ الی ۱۳۹۵ برآورد شد. لازم به ذکر است، ناهمسانی واریانس در مدل مذکور با بکارگیری روش GLS برطرف شده است. نتایج برآورد مدل در جدول شماره (۲) ارائه شده است.

جدول (۲). نتایج برآورد مدل به روش اثرات ثابت

متغیرها	ضرایب	آماره	ارزش احتمال
عرض از مبدا	۷/۴	۴/۱۱	۰/۰۰۰۱
RECOM _{it}	۰/۰۱۵	۴/۶۳	۰/۰۰۰۹
SM _{it}	۰/۰۱۲	۵/۲۱	۰/۰۰۰۰
NB _{it}	۰/۰۱۷	۰/۹۹	۰/۱۱۲۱
PR _{it}	-۰/۲۲	-۴/۴۷	۰/۰۰۸۱
GDP _{it}	۰/۰۲۱	۳/۳۲	۰/۰۰۰۵
IR _{it}	-۰/۰۱۲	-۳/۶۴	۰/۰۰۲۳
INF _{it}	-۰/۰۰۳	-۲/۷۸	۰/۰۰۱۲
RS _{it}	-۰/۰۱۱	-۴/۸۱	۰/۰۰۰۳
	D.W= ۲/۰۰۱	R ² = ۰/۸۹	F = ۵۴/۱ و P-value = ۰/۰۰۰

ماخذ: یافته های پژوهشگر

با توجه به نتایج جدول (۲) ضریب تعیین برآوردی معادل ۰/۸۹ است که بیانگر قدرت توضیحی بالای مدل تصریح شده در این تحقیق است. از آنجا که احتمال آماره F معادل صفر است، معنی داری کل رگرسیون نیز در سطح معنی داری ۵ درصد پذیرفته شده است. نتایج مربوط به ضرائب متغیرهای مستقل نیز به شرح زیر می باشد:

- خسارت پرداختی تأثیری معنی دار و مثبت بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای دارد، در نتیجه می توان استنباط نمود که هر مقدار شرکت های بیمه ای در عمل به تعهدات خود بیشتر پایبند باشند این موضوع ، موجب جلب رضایت بیشتر مشتریان و تقاضای بیشتر آنها برای بیمه عمر آن شرکت می‌گردد.
- توانگری مالی تأثیری معنی دار و مثبت بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای دارد، در نتیجه می‌توان بیان کرد که هر چقدر شرکت های بیمه دارای توانایی مالی خوبی باشند، این عامل منتج به افزایش فروش بیمه عمر آنها خواهد شد که در کنار سیاست های بازاریابی و فروش خود باید به این موضوع نیز توجه داشته باشند.
- متوسط نرخ حق بیمه تأثیری معنی دار و منفی بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای دارد، در نتیجه می‌توان بیان کرد که هزینه بالای بیمه سبب عدم ترغیب خرید بیمه عمر می‌شود. با توجه به اینکه قیمت بیمه متغیر بسیار مهمی است و با تقاضای بیمه زندگی رابطه معکوس دارد. قیمت بالای بیمه، تمایل برای خرید بیمه زندگی را کم می کند.
- تعداد شعب و نمایندگان شرکت های بیمه تأثیری معنی دار بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای ندارد، در نتیجه می‌توان بیان کرد که در دسترس بودن شرکت‌های بیمه‌ای تأثیر مثبت و معناداری روی موفقیت آنها در فروش بیمه‌های عمر ندارد. و این عامل سبب افزایش تقاضا و عرضه بیمه های عمر نمی‌شود.
- تولید ناخالص داخلی تأثیری معنی دار و مثبت بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای دارد، در نتیجه می‌توان بیان کرد تولید ناخالص داخلی سرانه به عنوان معیاری برای درآمد سرانه در نظر گرفته شده است و به هر اندازه که درآمد سرانه در کشوری بالاتر رود، قدرت خرید مردم بهبود یافته و سهم بیشتری از درآمدهای خود را پس انداز می‌کنند تا به بیمه عمر اختصاص دهند.
- نرخ تورم بیمه تأثیری معنی دار و منفی بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای دارد، در نتیجه می‌توان بیان کرد که هر چقدر تورم بالا باشد سبب می‌شود که خرید بیمه عمر جذاب بودن خود را به لحاظ بالا رفتن هزینه زندگی از دست بدهد.

- بازدهی بازار سهام بیمه تأثیری معنی دار و منفی بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای دارد، در نتیجه می‌توان بیان کرد که هر چقدر بازده بازار سهام شرکت‌های بیمه بالاتر باشد سبب می‌شود تقاضای برای بیمه‌های عمر کاهش می‌یابد و بالعکس.
- نرخ بهره بیمه تأثیری معنی دار و منفی بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای دارد، در نتیجه می‌توان بیان کرد که هر چقدر متوسط نرخ بهره سپرده‌های مدت دار بانکی بالاتر باشد، منجر به کاهش سرمایه‌گذاری افراد جامعه به صورت بیمه عمر می‌شود. به عبارت دیگر، در شرایط بالا بودن نرخ بهره سپرده‌های مدت دار، نظام بانکی به عنوان رقیب صنعت بیمه در حوزه جذب پس اندازهای افراد جامعه محسوب می‌شود.

۶- جمع‌بندی و پیشنهادات

هدف اصلی در این مقاله بررسی میزان اثرگذاری عوامل موثر بر تقاضای بیمه عمر ۲۰ شرکت در صنعت بیمه ایران طی سال‌های ۱۳۸۹ الی ۱۳۹۵ است. برای این منظور، یک مدل رگرسیون چند متغیره که متغیر وابسته آن تقاضای بیمه عمر و متغیرهای مستقل آن عوامل کمی برون سازمانی (تولید ناخالص داخلی، نرخ بهره، بازدهی بازار سهام و نرخ تورم) و عوامل کمی درون سازمانی (خسارت پرداختی و توانگری مالی) است، تصریح و با استفاده از متدولوژی داده‌های تابلویی به روش اثرات ثابت و روش GLS برآورد گردید. نتایج بیانگر آن است که از بین چهار عامل کمی درون سازمانی فقط تعداد شعب و نمایندگان تأثیر معنی داری بر تقاضای بیمه عمر در شرکت‌های بیمه‌ای ندارد. این در حالی است که خسارت پرداختی و توانگری مالی تأثیری معنی دار و مثبت و متوسط نرخ حق بیمه تأثیری معنی دار و منفی بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای دارد. در ارتباط با عوامل کمی برون سازمانی نیز تمامی آنها تأثیر معنی دار بر تقاضای بیمه عمر در شرکت‌های بیمه‌ای دارند، به طوریکه، تولید ناخالص داخلی تأثیری معنی دار و مثبت و نرخ بهره، نرخ تورم و نرخ بازدهی بازار سهام تأثیری معنی دار و منفی بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه‌ای دارد.

با توجه به نتایج حاصل از برآورد مدل پیشنهاداتی به منظور اخذ تصمیمات بهتر توسط شرکت‌های بیمه‌ای به شرح زیر ارائه می‌شود:

- ✓ براساس تایید تأثیر معنی دار و مثبت خسارت پرداختی شرکت‌های بیمه بر تقاضای بیمه عمر آنها، پیشنهاد می‌شود با اطلاع رسانی در مورد بیمه‌های عمر و آشنایی با شیوه‌های پس انداز از طریق این بیمه‌ها و آگاهی دادن به مردم از طریق این بیمه‌ها و آگاهی دادن

- به مردم از طریق رسانه های گروهی، مجلات، نشریات در این زمینه می تواند اقشار جامعه را به خرید بیمه های عمر ترغیب نماید.
- ✓ با توجه به تایید تاثیر معنی دار و مثبت توانگری مالی شرکت های بیمه بر تقاضای بیمه عمر آنها، پیشنهاد می شود ضمن تشکیل مجمع و ارائه گزارش در خصوص وضعیت مالی خود، به صورت اعلان عمومی مشتریان را از وضعیت مالی باخبر نمایند. چرا که این امکان وجود دارد که از بین مشتریان فعلی مشتریانی به صورت وفادار ایجاد شوند که برای شرکت مشتریان جدید را به همراه داشته باشد.
- ✓ از آنجا که تعداد شعب و نمایندگان بر تقاضای بیمه عمر شرکت ها تاثیرگذار نیست، لذا این تصور که شرکتهای بیمه ای با افزایش تعداد شعب و نمایندگان خود می توانند تقاضا برای بیمه عمر را افزایش دهند، نمی راهکار درستی نمی باشد.
- ✓ متوسط نرخ حق بیمه شرکت های بیمه بر تقاضای بیمه عمر تاثیر معنی دار و منفی دارد. براین اساس پیشنهاد می شود با ایجاد تغییرات عمده در روش های پرداخت سرمایه بیمه های عمر و بکار بردن روش های جایگزینی در پرداخت برای افزایش رغبت عمومی به بیمه عمر تا بتوان از این طریق هم به رفاه جامعه و خانواده ها کمک کرد و هم منبع پس انداز بسیار خوبی برای فعالیتهای اقتصادی زیر بنایی کشور ایجاد کرد. این یافته کاربرد بسیار زیادی برای سیاست گذاری دارد، زیرا که از این نتیجه می توان استراتژی های قیمت گذاری برای بیمه عمر را تنظیم کرد.
- ✓ با توجه به اینکه درآمد (تولید ناخالص داخلی) بر تقاضای بیمه های عمر تاثیرگذار است، بنابراین تغییر فرهنگ در جهت اختصاص بخشی از درآمد خانوارها به خرید بیمه عمر ضروری به نظر می رسد. این امر باید به صورت اصولی و برای بلند مدت و به طور مستمر صورت گیرد.
- ✓ نرخ تورم تاثیر معنی و منفی تقاضای بیمه عمر شرکت های بیمه دارد. در شرایط تورمی و با توجه به اینکه بحران های اقتصادی بروز می کنند و دامنه تاثیرگذاری تورم هرچه بیشتر و گسترده تر می شود، توجه جدی مسئولان و برنامه ریزان اقتصادی و به خصوص کارشناسان صنعت بیمه به این نکته توجه کنند که در شرایط اقتصاد تورمی و کاهش ارزش پول و سرمایه گذاری بلندمدت در صنعت بیمه چگونه میتوان جذابیت این بازار را برای افراد حفظ کرد، ضمن اینکه بسیاری از نهادهای مالی و بازارهای جایگزین پیش روی مردم جهت سرمایه گذاری و بهره مندی از پس اندازهایشان وجود دارد.

- ✓ نرخ بهره سپرده‌های بلندمدت بر تقاضای بیمه عمر تاثیر معنی دار و منفی دارد. لذا، شرکت های بیمه بایستی از تغییرات نرخ بهره بازارهای پولی غافل نبوده و سعی در ترغیب مردم به سمت پس اندازهای عمر و رونق سرمایه گذاری در این بخش از بازار داشته باشند.
- ✓ بازده بازار سهام تاثیر معنی دار و منفی بر تقاضای بیمه عمر شرکت‌های بیمه دارد. براین اساس انتظار می رود، در زمان هایی که بورس اوراق بهادار از رونق مطلوبی برخوردار است اغلب سرمایه گذاران به جای خرید بیمه های عمر به سرمایه گذاری در این بازار روی آورند و برعکس در صورت کاهش بازده بازار بورس می توان با تبلیغات سبب افزایش ارزش بیمه های عمر شرکت های بیمه شد و در نتیجه در این مورد با اجرای سیاست های تشویقی و انگیزشی با هدف جلوگیری از کاهش فروش و ایجاد رغبت در مشتریان جهت خرید بیمه عمر لازم و ضروری است.

فهرست منابع

- ۱) کریمی، آیت (۱۳۸۶)، کلیات بیمه، پژوهشکده بیمه وابسته به بیمه مرکزی ج.ا.ا، تهران، چاپ سوم، صفحه ۳۷-۳۳.
- ۲) مهر آرا، مهدوی (۱۳۹۰). تابع تقاضای بیمه عمر خانوارهای شهری تهران. دانشکده اقتصاد، دانشگاه تهران.
- ۳) ماجد، وحید و غدیر مهدوی، (۱۳۹۳)، اثر عوامل کمی و کیفی موثر بر تقاضای بیمه عمر در کشور، پژوهشنامه بیمه، پژوهشکده بیمه، سال بیست و نهم، شماره ۲، صفحات ۳۷-۶۶.
- ۴) مظلومی، نادر (۱۳۶۸)، بیمه ی عمر در کشورهای در حال توسعه، صنعت بیمه، شماره ی ۱۵
- ۵) مهدوی کلیشمی، غدیر، وحید، ماجد (۱۳۹۰)، تحلیل عوامل اقتصادی، اجتماعی و روانشناختی موثر بر تقاضای بیمه ی عمر در ایران، فصلنامه ی تحقیقات مدلسازی، شماره ۵، ص ۴۶-۲۱.
- ۶) جعفری صمیمی، احمد و ابراهیم کاردگر (۱۳۸۵)، ایا توسعه ی بیمه، رشد اقتصادی را حمایت می کند؟ فصلنامه ی پژوهش های اقتصادی، سال ۶، شماره ۲، ص ۲۹-۱۷.
- ۷) عزیززاده نیاری، عارف (۱۳۷۸)، شناسایی و تعیین مهمترین عوامل مؤثر بر تقاضای بیمه عمر در ایران و ارائه یک الگوی مناسب، پایان نامه کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
- ۸) کامبیز پیکار جو، فرهاد غفاری، فهیمه شاهانی (۱۳۹۰). اثرات متغیرهای کلان اقتصادی بر تقاضای بیمه عمر در کشورهای منطقه منا. فصلنامه اقتصاد کاربردی، سال دوم، شماره پنجم، تابستان ۱۳۹۰.
- ۹) سجادی، س.ج. و غلامی، الف.، ۱۳۸۶. بررسی تأثیر متغیرهای کلان اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر تقاضای بیمه عمر. فصلنامه صنعت بیمه، (۲) ۲۲، صص ۲۸-۳.
- ۱۰) عزیزی، ف (۱۳۸۵) رابطه میان متغیرهای کلان اقتصادی و تقاضا برای بیمه عمر در ایران (۱۳۸۳-۱۳۶۹). فصلنامه مدرس علوم انسانی، (۴) ۱۰، صص ۱۴۹-۱۳۵.
- ۱۱) مهرآرا، م.، و رجبیان، م.الف. (۱۳۸۴) تقاضا برای بیمه عمر در ایران و کشورهای صادرکننده نفت. مجله تحقیقات اقتصادی، ۷۴، صص ۸۱-۵۷.
- ۱۲) عباسی، ابراهیم و سمانه درخشنده (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر تقاضای بیمه عمر در ایران، پژوهشنامه بیمه، شماره ۴، صص ۲۴-۱.

- ۱۳) پژوبان، ج؛ و دیگری. (۱۳۸۲). تخمین تابع تقاضای بیمه عمر و پیش‌بینی آن. فصلنامه صنعت بیمه. سال هیجدهم، شماره ۱، صفحات ۲۸-۵.
- ۱۴) مهرآرا، م؛ و دیگری (۱۳۸۴). تقاضا برای بیمه عمر در ایران و کشورهای صادر کننده نفت. مجله تحقیقات اقتصادی. شماره ۷۴، صفحات ۸۱-۵۷.
- ۱۵) گجراتی، دامودار(۱۳۸۷) مبانی اقتصادسنجی، جلد اول، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۱۶) بانک مرکزی ایران، نماگرهای اقتصادی، سال های مختلف.
- ۱۷) بیمه مرکزی ایران- سالنامه آماری، سال های مختلف.
- ۱۸) بورس اوراق بهادار تهران، سالنامه آماری، سالهای مختلف.
- 19) Beck, T. & I. Webb (2003), Economic, Demographic, and Institutional Determinants of Life Insurance Consumption Across Countries, The World Bank Economic Review, Vol. 17, No. 1, PP: 51-88.
- 20) Madheswaran, S. & Subir Sen (2008), An Analysis of Life Insurance Demand Determinants for Selected Asian Economies and India, Asia-Pacific Journal of Risk and Insurance, Vol. 2, Issue 2, PP: 1-26.
- 21) K Josevski, J., (2012) , The determinants of life insurance demand in central and southeastern Europe. International Journal of Economics and Finance, Vol.4, No.3, PP:237-247.
- 22) L.Sulaiman, S. Migiro, T. Yeshihareg (2015), Investigating the Factors Influencing the Life Insurance Market in Ethiopia , Problems and Perspectives in Management, Volume 13, Issue 2.
- 23) Outreville , Francois, J. (1992), The Relationship between Insurance Financial Development and Market Structure In Developing Countries, Unctad Review, No 3.
- 24) Browne, Mark J. & Kihong Kim (1993), An International Analysis of Life Insurance Demand", The Journal of Risk and Insurance, 60, PP: 616-634.
- 25) Booth, P., Chadburn, R., Haberman, S., James, D., Khorasane, Z., Plumb, R.H. and Rickayzen, B., (1999), Modern actuarial theory and practice, Chapman & Hall/CRC
- 26) Yaari, M. (1964). On the Consumer's Lifetime Allocation Process. International Economic Review, 5 (3): 304-317.
- 27) Yaari, M. (1965). Uncertain Lifetime, Life Insurance and the Theory of the Consumer. Review of Economic Studies, 32 (2): 137-150.
- 28) Chui, A.C.W. and Kwok, C.Y. (2009) . Cultural Practices and Life Insurance Consumption: An International Analysis Using Globe Scores. Journal of Multinational Financial Management, Vol. 19, pp.273-290.
- 29) Cargill t. troxel t.y (1979), Modeling lif Insurance Savings: Some Methodological Issues ,The Journal of Risk And Insurance, Vol. 46, No. 2,.
- 30) Outreville, j. (1996) Life Insurance Markets in Developing Countries; Journal Of Risk and Insurance, Vol. 63, No. 2,.

- 31) rubayah y., zaidi i.(2000) , Prospek Industry Insurans Hayat Abad Ke-21; Utara Management Review, vol. I, no.2.
- 32) Babbel D.(1985), The Price Elasticity of Demand for Whole Life Insurance, Journal Of Finance, vol. 40, no.1.

یادداشت‌ها

¹ Outreville

² Browne & Kim

³ Cargill & Troxel

⁴ Rubayah & Zaidi

⁵ Beck & web

⁶ Chui & Kwok

⁷ Solvency Margin

⁸ Premium rate

⁹ Browne & kim

¹⁰ Yaari

¹¹ Lewis

¹² Beck & webb, 2003

¹³ Kjosevski, 2012

¹⁴ Sulaiman,Migiro,Yeshihareg

¹⁴ Ordinary Least Squares

۱۵. سرمایه موجود شامل دارایی‌های قابل قبول به اضافه مزاد ارزش روز نسبت به ارزش دفتری دارایی‌ها منهای بدهی‌های موسسه بیمه است. سرمایه الزامی نیز حداقل سرمایه‌ای است که موسسه بیمه باید برای پوشش ریسک‌هایی که در معرض آن قرار می‌گیرد، در اختیار داشته باشد.