



Current Trends in the Life Insurance Industry and Their Impact on Market Development (Case Study: Iran Insurance Company in East Azerbaijan Province)

Akbar Valizadeh Oghani^{*1}, Nazi Pourshiri² and Amirata Alizadeh³

1. Assistant Professor, Department of Management and Accounting, Sara. C., Islamic Azad University, Sarab, Iran.

akbar.valizadeh@iau.ac.ir

2. MSc., Department of Financial Management, Insurance Branch, Shams Institute of Higher Education in Science and Technology, Tabriz, Iran. karyabietedal37@gmail.com

3. MSc., Department of Accounting, Seraj Institute of Higher Education, Tabriz, Iran. amirata622@gmail.com

ABSTRACT

Received: 23 May 2025
Revised: 8 June 2025
Accepted: 22 June 2025
Available Online: 1 July 2025

Article type: Research Paper
DOI:

In recent years, understanding the factors influencing customer behavior in the life insurance market has become a fundamental focus of socio-economic analyses. Variables such as inflation rate, economic stability, household income level, life expectancy, social security, and insurance literacy are key elements in explaining and analyzing the behavior of life insurance consumers. Therefore, the present research aims to investigate the prevailing trends in the life insurance industry and their impact on market development, with a specific focus on Iran Insurance Company in East Azerbaijan Province. This study is categorized as applied research in terms of its objective, and its nature and methodology are descriptive-survey. Data was collected through a researcher-developed questionnaire with the participation of managers and experts from Iran Insurance Company. The collected data was then analyzed using SPSS software and both descriptive and inferential statistical tests. The findings indicate that inflation has a negative and significant role in the development of the life insurance market. This is because an increase in the general price level weakens household purchasing power, thereby reducing the inclination towards long-term life insurance policies. In contrast, economic stability and household income did not show a significant impact, which could be attributed to structural or cultural factors influencing household behavior. Furthermore, increased life expectancy, enhanced social security, and insurance literacy have a positive and significant impact on life insurance demand, due to the expansion of life's time horizon and increased public awareness.

Keywords: Life Insurance Industry, Market Development, Iran Insurance Company.

^{*}Corresponding author: Akbar Valizadeh
E-mail address: akbar.valizadeh@iau.ac.ir



روندهای فعلی در صنعت بیمه عمر و اثر آن بر توسعه بازار (مورد مطالعه: شرکت بیمه ایران در استان آذربایجان شرقی)

اکبر ولی زاده اوغانی*^۱، نازی پورشیری^۲ و امیرعطا علی زاده^۳

۱. استادیار گروه مدیریت و حسابداری، واحد سراب، دانشگاه آزاد اسلامی، سراب، ایران

akbar.valizadeh@iau.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت مالی گرایش بیمه، موسسه آموزش عالی علم و فناوری شمس، تبریز، ایران.

karyabietedal37@gmail.com

۳. کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی سراج، تبریز، ایران.

amirata622@gmail.com

چکیده

در سال‌های اخیر، شناخت عوامل مؤثر بر رفتار مشتریان در بازار بیمه عمر به یکی از محورهای اساسی تحلیل‌های اقتصادی-اجتماعی بدل شده است. متغیرهایی نظیر نرخ تورم، ثبات اقتصادی، سطح درآمد خانوار، امید به زندگی، امنیت اجتماعی و آموزش بیمه‌ای به‌عنوان عناصر کلیدی در تبیین و تحلیل رفتار مصرف‌کنندگان بیمه عمر مطرح هستند. بنابراین، هدف پژوهش حاضر بررسی روندهای حاکم بر صنعت بیمه عمر و تأثیر آنها بر توسعه بازار با تمرکز بر شرکت بیمه ایران در استان آذربایجان شرقی است. این پژوهش از نظر هدف، در زمره تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-پیمایشی است. داده‌ها از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته و با مشارکت مدیران و کارشناسان شرکت بیمه ایران گردآوری شده و با بهره‌گیری از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های آماری توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. یافته‌ها حاکی از آن است که تورم نقش منفی و معناداری در توسعه بازار بیمه عمر دارد؛ زیرا افزایش سطح عمومی قیمت‌ها با تضعیف قدرت خرید خانوارها تمایل به بیمه‌های بلندمدت عمر را کاهش می‌دهد. در مقابل، ثبات اقتصادی و درآمد خانوار تأثیر معناداری نداشته ناشی از عوامل ساختاری یا فرهنگی در رفتار خانواده‌ها باشد. همچنین افزایش امید به زندگی، ارتقای امنیت اجتماعی و آموزش بیمه‌ای با گسترش افق زمانی زندگی و آگاهی عمومی تأثیر مثبت و معناداری بر تقاضای بیمه عمر دارند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۰۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۳/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۰۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۴/۱۰

مقاله علمی پژوهشی

واژگان کلیدی: توسعه بازار، شرکت بیمه ایران، صنعت بیمه عمر.

* نویسنده مسئول: اکبر ولی زاده

آدرس پست الکترونیک: akbar.valizadeh@iau.ac.ir

مقدمه

صنعت بیمه عمر به‌عنوان یکی از بخش‌های اساسی نظام مالی هر کشور، نقش مهمی در تأمین امنیت مالی افراد و توسعه اقتصادی ایفا می‌کند. این صنعت طی دهه‌های اخیر، تحت تأثیر پیشرفت‌های فناوری، تغییر رفتار مصرف‌کنندگان و تحولات نظارتی قرار گرفته است که این روندها هم در سطح جهانی و هم در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران مشهود است (Kamarlaila, 2024). با وجود رشد صنعت بیمه عمر در ایران، چالش‌هایی مانند پایین بودن ضریب نفوذ بیمه، آگاهی ناکافی عمومی و مشکلات ساختاری در توزیع محصولات بیمه‌ای وجود دارد. شرکت بیمه ایران، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین فعالان این حوزه، نقش قابل توجهی در توسعه بازار بیمه عمر ایفا می‌کند و بررسی روندهای جاری در فعالیت‌های آن، می‌تواند در شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های موجود مفید باشد. به‌ویژه وضعیت بیمه عمر در استان آذربایجان شرقی که دارای ویژگی‌های اقتصادی و اجتماعی خاصی است، می‌تواند زمینه‌ساز ارائه راهکارهای بهبود عملکرد این صنعت باشد. اهمیت بیمه عمر از سه جنبه اقتصادی، اجتماعی و فردی قابل بررسی است؛ از منظر اقتصادی، جمع‌آوری حق بیمه و سرمایه‌گذاری آن در بازارهای مالی به توسعه پایدار کمک می‌کند و نقش مؤثری در رشد اقتصادی و امنیت مالی دارد (Bukin & Zakharova, 2019). فناوری‌های نوین مانند دیجیتال‌سازی، بهره‌وری را افزایش داده و هزینه‌های اجرایی را کاهش داده‌اند (Zhuravka et al., 2023). از بعد اجتماعی، بیمه عمر به‌خصوص در جوامعی با نظام تأمین اجتماعی ضعیف، ابزاری مؤثر برای کاهش فقر و افزایش رفاه به‌شمار می‌رود و افزایش آگاهی عمومی می‌تواند ضریب نفوذ آن را ارتقا دهد (Jyothi & Babu, 2022). در سطح فردی نیز بیمه عمر امکان تأمین مالی آینده را فراهم می‌آورد و استفاده از کانال‌های توزیع نوین مانند فروش آنلاین و بانک بیمه، مشارکت مردم را افزایش می‌دهد (Filina, 2023). در جوامعی با درآمد پایین و تورم بالا، تمایل به سرمایه‌گذاری بلندمدت کاهش می‌یابد. همچنین، عوامل اجتماعی از جمله سطح تحصیلات و امنیت اجتماعی، بر آگاهی و گرایش افراد به مزایای بیمه عمر مؤثرند؛ به‌گونه‌ای که افراد با تحصیلات بالاتر و احساس امنیت بیشتر،

تصمیم‌گیری آگاهانه‌تری دارند. در کنار این عوامل، ثبات اقتصادی به‌عنوان مؤلفه نهادی بر اعتماد عمومی نسبت به نهادهای بیمه‌ای تأثیرگذار است. با توجه به چالش‌های اقتصادی خاص استان آذربایجان شرقی، تحلیل دقیق این متغیرها برای توسعه بازار بیمه عمر ضرورت دارد. یافته‌های پژوهش می‌تواند به شرکت‌های بیمه در تدوین استراتژی‌های هدفمند و به سرمایه‌گذاران در اتخاذ تصمیمات آگاهانه یاری رساند. سؤال اصلی پژوهش این است که عواملی چون ثبات اقتصادی، تورم، امنیت اجتماعی، امید به زندگی و درآمد خانوار تا چه اندازه می‌توانند بر توسعه بازار بیمه عمر در استان آذربایجان شرقی اثرگذار باشند؟

مبانی نظری

توسعه بازار در صنعت بیمه عمر به معنای گسترش بازارهای موجود یا ایجاد بازارهای جدید با هدف افزایش دسترسی عمومی به خدمات بیمه‌ای و ارتقای آگاهی نسبت به مزایای آن است (Enam, 2015). این فرایند بخشی از گذار به اقتصاد بازار بوده که از طریق بهبود شاخص‌هایی مانند تولید ناخالص داخلی، اشتغال و رفاه عمومی، نقش مهمی در بهبود عملکرد اقتصادی ایفا می‌کند (Filippova & Tushynska, 2017). گسترش بازار بیمه عمر نیازمند بازنگری در سیاست‌ها و قوانین مرتبط با بیمه و تقویت ساختارهای نهادی است و مشارکت هماهنگ دولت، نهادهای مالی و شرکت‌های بیمه از الزامات اساسی برای رشد پایدار در این صنعت به شمار می‌رود. بهبود نهادهای بیمه‌ای می‌تواند شفافیت، نظم بازار و توسعه اجتماعی و فرهنگی را ارتقا دهد (Chang, 2020; Cheng & Cheng, 2019). توسعه بازار با ایجاد رقابت سالم و تخصیص بهینه منابع، زمینه‌ساز افزایش بهره‌وری اقتصادی و بهبود کیفیت خدمات است (Fen-yu, 2008) و رویکردهایی مانند M4P با توانمندسازی اقشار فقیر در بهره‌مندی از خدمات بیمه‌ای، نقش مهمی در کاهش فقر ایفا می‌کنند (Enam, 2015). همچنین گشایش بازارها منجر به ورود فناوری‌های نوین و افزایش رقابت‌پذیری صنعت بیمه می‌شود که سهم این صنعت را در اقتصاد کشورها افزایش می‌دهد (Dahan et al., 2011). با وجود این مزایا، توسعه بازار در کشورهای در حال توسعه در صورت فقدان زیرساخت‌های مناسب می‌تواند نابرابری اقتصادی را تشدید و شکاف‌های توزیع فرصت‌ها را عمیق‌تر کند

(Abdi et al., 2018) و نبود چارچوب‌های قانونی و نظارتی مناسب ممکن است به فساد و بی‌ثباتی اقتصادی و اجتماعی بینجامد (Voronkov & Zhukova, 2022). به طور کلی، اگرچه گذار به بازار آزاد در صنعت بیمه عمر منافع اقتصادی به همراه دارد، اما هزینه‌های اجتماعی و اقتصادی قابل توجهی نیز بر ساختارهای موجود تحمیل می‌کند (Smith, 2010). توسعه بازار در صنعت بیمه عمر به‌عنوان استراتژی کلیدی رشد پایدار این صنعت شناخته می‌شود و شامل جذب مشتریان جدید، ورود به مناطق جغرافیایی نو و شناسایی بخش‌های نوین بازار است. موفقیت در این زمینه مستلزم شناسایی فرصت‌های رشد، تحلیل نیازهای مشتریان هدف و ارزیابی روندهای بازار است. همچنین، انطباق محصولات بیمه‌ای با تغییرات اجتماعی و اقتصادی و بهره‌گیری از نوآوری‌های بازاریابی، تسریع توسعه بازار را ممکن می‌سازد (Riyanto et al., 2024). تورم به‌عنوان عاملی اقتصادی، تأثیر قابل توجهی بر توسعه بازار بیمه عمر دارد؛ نوسانات قیمت‌ها و کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان، تقاضا را کاهش داده و باعث تردید در خرید بیمه عمر می‌شود. در این شرایط، شرکت‌های بیمه ملزم به بازنگری در استراتژی‌های فروش و طراحی محصولات هستند (Covalenco, 2023). تورم پایین و پایدار موجب رشد این بازار و تورم بالا باعث کاهش تقاضا می‌شود (García et al., 2024). در دنیای معاصر، سیاست‌گذاران اقتصادی به دنبال ایجاد ثبات اقتصادی پایدار هستند که نقش مهمی در رفاه اجتماعی و امنیت اقتصادی ایفا می‌کند و توسعه بازارهایی مانند صنعت بیمه عمر را تسهیل می‌نماید (Didenko & Yefimenko, 2023). ثبات اقتصادی به معنای حفظ تعادل در متغیرهای کلیدی اقتصادی مانند تولید، اشتغال، قیمت‌ها و نظام مالی است که زمینه‌ساز تصمیم‌گیری‌های بهینه و افزایش سرمایه‌گذاری می‌شود. در صنعت بیمه عمر، این ثبات باعث افزایش اطمینان مصرف‌کنندگان، افزایش توان خرید بیمه‌های عمر به واسطه رشد درآمد و کاهش تورم می‌گردد و به توسعه پایدار این بازار کمک می‌کند (Chaikovskiy & Chaikovskiy, 2024). نرخ تورم پایین و کنترل‌شده نیز به حفظ ارزش پول و قدرت خرید افراد کمک کرده و آن‌ها را ترغیب به سرمایه‌گذاری در محصولات بلندمدت مالی مانند بیمه عمر می‌سازد (Vinnytska et al., 2020). همچنین، ثبات اقتصادی ارتباط مستقیمی

با بهبود شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی دارد و با افزایش امید به زندگی و کیفیت زندگی، تقاضا برای بیمه عمر افزایش می‌یابد (Haubrich, 2023). بهبود اشتغال و درآمد خانوارها نیز توان مالی پرداخت حق بیمه‌ها را ارتقاء می‌دهد. این ثبات علاوه بر تقویت امنیت اجتماعی، موجب افزایش اعتماد عمومی به نهادهای مالی و بیمه‌ای در کشورهای در حال توسعه، شده و استقبال از محصولات بیمه عمر را افزایش می‌دهد (Didenko & Yefimenko, 2023). در نهایت، ثبات اقتصادی زمینه توسعه پایدار بازار بیمه عمر، نوآوری شرکت‌ها و بهبود خدمات را فراهم کرده و حتی در بحران‌های مالی نیز تقاضا و کیفیت خدمات بیمه‌ای را حفظ می‌کند (Zafar et al., 2024).

درآمد خانوار که شامل منابعی نظیر حقوق و دستمزد، سود کسب‌وکار، کمک‌هزینه‌های دولتی و درآمدهای اجاره‌ای است، معیار مهمی برای سنجش توان مالی و رفاه خانوارها محسوب می‌شود (Kaspshyshak, 2023). تغییرات و نوسانات این درآمدها تأثیر قابل توجهی بر رفتارهای اقتصادی افراد دارد و درک آن برای صنعت بیمه عمر اهمیت ویژه‌ای دارد. بسیاری از افراد برای تضمین آینده مالی خود به بیمه عمر روی می‌آورند؛ زیرا این بیمه در مواجهه با ریسک‌های اقتصادی و حوادث غیرمنتظره، آرامش ذهنی فراهم می‌کند (Morrissey et al., 2020). مطالعات نشان می‌دهند که خانوارهای با درآمد پایین به حمایت‌های ویژه نیاز دارند و بیمه عمر می‌تواند با افزایش توان خرید این گروه‌ها، از آسیب‌های مالی بحران‌ها بکاهد و امنیت اجتماعی و روانی آنان را بهبود بخشد (Morelli et al., 2021). همچنین، تغییرات درآمد خانوار بر تمایل به خرید بیمه عمر تأثیرگذار است و در شرایط اقتصادی متزلزل، افراد به دنبال ابزارهای مالی برای کاهش ریسک‌های مالی و خانوادگی هستند که توسعه بازار بیمه عمر می‌تواند این نیاز را پاسخ دهد (Rahman et al., 2013). ساختار و اندازه خانوار نیز بر نیازهای بیمه‌ای تأثیرگذار است؛ به‌گونه‌ای که خانواده‌های با درآمد غیررسمی اولویت‌های متفاوتی نسبت به خانواده‌های با درآمد ثابت دارند و شرکت‌های بیمه باید محصولات متنوع ارائه کنند (Jenkins, 2000). توجه به طبقات درآمدی مختلف و شرایط اقتصادی، توسعه

بازار بیمه عمر و تأمین رفاه عمومی و امنیت اجتماعی را امکان پذیر می سازد (Watson et al., 2013).

در صنعت بیمه عمر، امید به زندگی به عنوان شاخصی کلیدی و محوری در ارزیابی وضعیت بهداشتی و اجتماعی جوامع، نقش مهمی در فرایند تصمیم گیری شرکت های بیمه ایفا می کند (Alvarez et al., 2021). این شاخص امکان پیش بینی طول عمر افراد را فراهم کرده و شرکت ها را قادر می سازد تا نرخ ها و تعهدات بیمه ای را بر اساس داده های دقیق تر مرگومیر تنظیم نمایند (Kashnitsky, 2021). همچنین، تفاوت های امید به زندگی در گروه های نژادی، جنسیتی و طبقاتی، تأثیر مستقیمی بر توسعه بازار بیمه عمر دارد و شرکت ها باید محصولات خود را متناسب با این تفاوت ها طراحی کنند (Gill et al., 2021). با توجه به تأثیر امید به زندگی بر کیفیت زندگی و دسترسی به خدمات بهداشتی (Schooling, 2015)، شرکت های بیمه می توانند با بهره گیری از این داده ها، خدمات و بیمه های تکمیلی سلامت را برای بهبود وضعیت بیمه گذاران ارائه دهند. این موضوع همچنین در سیاست های رفاهی و طراحی سیستم های بازنشستگی اهمیت ویژه ای دارد (Beckfield & Bambra, 2016). در نهایت، افزایش طول عمر به تنهایی به معنای ارتقای کیفیت زندگی نیست و ممکن است همراه با بیماری های مزمن باشد که اثرات منفی بر کیفیت زندگی دارند (Stephan et al., 2020).

امنیت اجتماعی و توسعه بازار در صنعت بیمه عمر به دلیل نقش مشترک شان در تأمین رفاه اقتصادی و کاهش ریسک های اجتماعی، ارتباطی مستقیم دارند. سیستم های امنیت اجتماعی با پرداخت های بیمه ای حمایت مالی از سالمندان، بیکاران و بیماران مزمن را تضمین می کنند و به افراد اطمینان می دهند که در شرایط دشوار، پشتوانه مالی مناسبی خواهند داشت (Pieters, 2006). صنعت بیمه عمر با ارائه محصولاتی نظیر بیمه عمر، بیمه های پس انداز و مستمری، در توسعه امنیت اجتماعی مؤثر است و افراد را در برابر ریسک های سالمندی،

بیماری و از کارافتادگی محافظت می‌کند. این صنعت در سیستم‌های پرداخت به‌اندازه مصرف¹ به تأمین مالی نسل‌های سالخورده کمک می‌نماید (O'Neill, 1980). در کشورهای با تغییرات دموگرافیک و فشارهای اقتصادی، توسعه بازار بیمه عمر اهمیت فزاینده‌ای دارد، زیرا افزایش جمعیت بازنشسته و کاهش جمعیت شاغل ممکن است سیستم‌های تأمین اجتماعی را با چالش مواجه سازد؛ بنابراین بیمه عمر به عنوان ابزاری تکمیلی فشار مالی بر نسل‌های جوان را کاهش می‌دهد (Aaron, 2011). همچنین، توسعه این صنعت می‌تواند شکاف طبقاتی و فقر در سالمندان را کاهش دهد و از طریق تسهیل دسترسی اقشار آسیب‌پذیر به پوشش مالی، امنیت مالی آنان را بهبود بخشد (Diamond & Orszag, 2005). در نهایت، توسعه بازار بیمه عمر و تعامل آن با امنیت اجتماعی می‌تواند با ایجاد ثبات مالی، نقش مهمی در تقویت سیستم‌های اقتصادی ایفا کند و به مقابله با چالش‌های ساختاری و اقتصادی کمک نماید (Favreault, 2005).

در صنعت بیمه عمر، آموزش اطلاعات بیمه عمر و توسعه بازار دو عامل اساسی برای ارتقاء عملکرد و رشد این صنعت محسوب می‌شوند. آموزش دقیق، موجب آگاهی‌بخشی درباره مزایا، شرایط و انواع بیمه‌های عمر شده و انتخاب آگاهانه مشتریان را تسهیل می‌کند، همچنین از بروز سردرگمی و اشتباه در انتخاب بیمه‌نامه جلوگیری کرده و رضایت مشتریان را افزایش می‌دهد (Bate & Ollmann, 1999). توسعه بازار نیز به ایجاد فرصت‌های جدید فروش و گسترش دسترسی به محصولات بیمه عمر اشاره دارد که با معرفی نوآوری‌هایی مانند توافق‌نامه ویاکال (Viatical Settlements) و ادغام بیمه عمر با برنامه‌های بازنشستگی، جذب مشتریان را تقویت می‌کند (Giacalone, 2001; Kehrer & Riebel, 2003). افزون بر این، مزایای مالیاتی بیمه عمر در جوامع توسعه‌یافته، نقش مؤثری در افزایش جذب مشتری و توسعه بازار دارد (Hecht & Hanewald, 2012).

¹ Pay-as-you-go

در ادامه، به بررسی برخی از پژوهش‌های تجربی مرتبط با موضوع پژوهش پرداخته شده است. Soleimani, 2024 به نقش بازاریابی اینترنتی در توسعه بازار شرکت‌ها در ایران پرداخت و نشان داد که بازاریابی اینترنتی، نه تنها به عنوان یک ابزار تبلیغاتی، بلکه به عنوان یک استراتژی کلیدی برای رشد و توسعه پایدار شرکت‌های تولیدی در ایران عمل می‌کند. Abdollahi et al., 2023 در پژوهشی به بررسی مدیریت مبتنی بر بازاریابی: نیمه پنهان عملکرد واقعی شرکت‌های بیمه‌ای در صنعت بیمه ایران پرداختند و نشان دادند که نظام‌های ارزیابی عملکرد این شرکت‌ها عمدتاً بر شاخص‌های مالی سنتی مبتنی بر گزارش‌های حسابداری تمرکز دارند و معیارهای بازارمحور را نادیده می‌گیرند. این رویکرد باعث ایجاد شکاف در سنجش عملکرد واقعی و ممانعت از درک دقیق پتانسیل‌های بازار و عوامل کلیدی رشد شده است. Yeganehzadeh et al., 2022 در پژوهشی به بررسی اقتصاد سیاسی صنعت بیمه در ایران: بررسی الگوی رفتار مصرف‌کننده مبتنی بر رویکرد داده بنیاد پرداختند و به این نتیجه رسیدند که الگوی رفتار مصرف‌کننده در خدمات نوین بیمه بر محور بازاریابی و توسعه شکل می‌گیرد. این الگو تحت تأثیر شرایط علی آغاز شده و بر شیوه‌های جدید خدمت‌رسانی، کاهش ریسک، استراتژی‌ها، اجبار در خرید بیمه، تجربه شخصی و توصیه‌ها تأثیرگذار است. پیامدهای آن برای صنعت بیمه و رفاه ملی اهمیت دارد. Qasemi Aghdami et al., 2021 در پژوهشی به بررسی تأثیر بیمه عمر در سلامت و رفاه اجتماعی پرداختند و نشان دادند که بیمه عمر از طریق افزایش سرمایه‌گذاری، کمک به ثبات مالی و افزایش امید به آینده، تأثیر مثبت و مستقیمی بر سلامت و رفاه اجتماعی دارد. باین‌حال، تأمین اجتماعی و کاهش فقر به‌عنوان یکی از مزایای بیمه عمر، تأثیری منفی و معکوس بر سلامت و رفاه اجتماعی نشان داده است. Daghighi Asli et al., 2021 در پژوهشی به بررسی شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توانمندسازی نیروی فروش در صنعت بیمه پرداختند و به این نتیجه رسیدند که این توانمندسازی تحت تأثیر عوامل فردی نمایندگان، سازمانی تشکیلات نمایندگان، عملکرد نمایندگان، عوامل بیمه مرکزی، شرکت بیمه‌گر و محیطی است.

همچنین، عوامل فردی نمایندگان در اولویت قرار دارد و پس از آن عوامل سازمانی، بیمه مرکزی، محیطی و شرکت بیمه‌گر به ترتیب رتبه‌های دوم تا پنجم هستند.

Laskowska (2024) با تحلیل مقایسه‌ای چندمتغیره و مدل‌های اقتصادسنجی به بررسی توسعه بازار بیمه عمر در ده کشور اروپای مرکزی و شرقی پرداخت و نشان داد این توسعه در کشورها ناهمگون بوده؛ به طوری که لیتوانی و لتونی رشد قابل توجهی داشته‌اند، اما لهستان و جمهوری چک با رکود مواجه بوده‌اند. همچنین، مدل‌های اقتصادسنجی تأثیر مثبت توسعه اقتصادی بر رشد بازار بیمه عمر را تأیید کردند. Zhuravka et al (2023) در پژوهشی روندهای دیجیتالی شدن بازار بیمه را بررسی کردند و نشان دادند که این روند با بهبود خدمات، بهینه‌سازی فرایندها و نوآوری در محصولات، صنعت بیمه را متحول کرده و رشد پایدار را ممکن ساخته است. در اوکراین نیز ادغام فناوری‌های نوین و افزایش سرمایه‌گذاری در فناوری بیمه¹ مشاهده می‌شود. تحلیل‌ها بیانگر نقش کلیدی بهره‌برداری هوشمندانه از فرصت‌های دیجیتالی در توسعه آینده صنعت بیمه است. Jyothi & Babu (2022) در مطالعه‌ای که به بررسی روندهای بیمه در بازار هند پرداختند و نشان دادند که سیاست‌های اقتصادی پایدار، توسعه بیمه عمر را تسهیل کرده‌اند و موجب رشد محصولات بیمه‌ای شده‌اند. Jads & Nadn (2021) مطالعه‌ای در بازار بیمه انجام و نشان دادند که عواملی مانند سن، وضعیت تأهل و میزان درآمد تأثیر مستقیمی بر تصمیم افراد برای خرید بیمه عمر دارند. این مطالعه نشان می‌دهد که افزایش درآمد خانوار باعث افزایش تقاضا برای بیمه‌های بلندمدت و سرمایه‌گذاری در بیمه‌های عمر می‌شود.

با توجه به مبانی نظری و ادبیات پژوهش‌های پیشین بیان‌شده، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر ارائه می‌شود:

فرضیه اول: تغییرات تورم بر توسعه بازار در صنعت بیمه عمر تأثیر دارد.

فرضیه دوم: ثبات اقتصادی بر توسعه بازار در صنعت بیمه عمر تأثیر دارد.

¹ InsurTech

- فرضیه سوم: درآمد خانوار بر توسعه بازار در صنعت بیمه عمر تأثیر دارد.
- فرضیه چهارم: امید به زندگی بر توسعه بازار در صنعت بیمه عمر تأثیر دارد.
- فرضیه پنجم: امنیت اجتماعی بر توسعه بازار در صنعت بیمه عمر تأثیر دارد.
- فرضیه ششم: آموزش اطلاعات بیمه عمر بر توسعه بازار در صنعت بیمه عمر تأثیر دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش بصورت کاربردی و پیمایشی و با هدف بررسی نگرش‌ها و رفتارهای مشتریان بیمه عمر انجام شده است. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای محقق ساخته می‌باشد که بر اساس مدل مفهومی پژوهش و مطالعات پیشین طراحی شده و مشتمل بر دو بخش است: بخش نخست به اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان اختصاص دارد و بخش دوم شامل ۲۳ پرسش در قالب مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت است. جامعه آماری این تحقیق، مدیران و کارشناسان شرکت بیمه ایران در استان آذربایجان شرقی بوده که با نمونه‌گیری غیرتصادفی و در دسترس و طبقه‌ای انتخاب شدند. با توجه به نامشخص بودن حجم دقیق جامعه، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و با در نظر گرفتن سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۵ درصد تعیین شده است. روایی محتوایی پرسشنامه با بهره‌گیری از نظرات متخصصان حوزه مدیریت بیمه و بازاریابی مورد تأیید قرار گرفته و پایایی آن نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ سنجیده شده است که برای کلیه ابعاد، بالاتر از ۰/۷ گزارش شده و نشان از قابلیت اعتماد ابزار دارد. داده‌ها در دو مرحله گردآوری شده‌اند: نخست، مطالعه کتابخانه‌ای جهت تدوین مبانی نظری و پیشینه پژوهش؛ و سپس، مطالعه میدانی از طریق توزیع پرسشنامه میان اعضای نمونه. تحلیل داده‌ها با بهره‌گیری از نرم‌افزار SPSS انجام شده و از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، جداول فراوانی) و آمار استنباطی (آزمون نرمال بودن کولموگروف-اسمیرنوف، تحلیل همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون) برای بررسی فرضیه‌ها استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان‌دهنده روایی و پایایی مناسب ابزار گردآوری داده‌ها و کفایت روش تحلیل برای پاسخ‌گویی به اهداف پژوهش می‌باشند.

یافته‌های پژوهش

• آمار توصیفی

در اغلب پژوهش‌های کیفی، نظرات پاسخ‌دهندگان زن و مرد با یکدیگر متفاوت است؛ این تفاوت‌ها در پژوهش حاضر نیز از اهمیت برخوردارند. جدول (۱) تعداد پاسخ‌دهندگان به سؤالات را بر اساس جنسیت آن‌ها نشان می‌دهد.

جدول (۱): توزیع فراوانی افراد نمونه بر اساس جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
زن	۱۵۲	٪۳۹
مرد	۲۳۳	٪۶۱
کل	۳۸۵	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر

در جدول (۱)، حدود ۴۰ درصد از پاسخ‌دهندگان را زنان تشکیل می‌دهند، در حالی که مردان بخش عمده‌ای از مشارکت‌کنندگان در پژوهش را به خود اختصاص داده‌اند. این امر ممکن است ناشی از نقش سنتی مردان در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و مالی خانواده‌ها در جامعه ایرانی باشد. با این حال، مشارکت ۴۰ درصدی زنان نیز قابل توجه است و می‌تواند نشانه‌ای از افزایش آگاهی مالی و نقش فعال‌تر آن‌ها در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی خانواده باشد. این یافته‌ها بیانگر آن است که شرکت‌های بیمه برای توسعه بازار و تدوین برنامه‌های بازاریابی مؤثر، باید به هر دو گروه زنان و مردان به‌طور هم‌زمان توجه داشته باشند. سن افراد می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر نحوه پاسخگویی آن‌ها به سؤالات پرسشنامه داشته باشد. با افزایش سن پاسخ‌دهنده، تجربه فرد نیز افزایش یافته و این امر می‌تواند دیدگاه او را نسبت به بیمه عمر تغییر دهد. به همین دلیل، گروه‌های سنی مختلف ممکن است در پاسخ به سؤالات تفاوت‌هایی داشته باشند جدول ۲، فراوانی نمونه‌ها را بر اساس گروه سنی آن‌ها نمایش می‌دهند.

جدول (۲): توزیع فراوانی بر اساس گروه سنی

سن	فراوانی	درصد فراوانی
زیر ۲۵ سال	۹۲	۲۴٪
۲۶ الی ۳۵	۹۶	۲۵٪
۳۶ الی ۴۵	۱۱۲	۲۹٪
۴۶ الی ۵۵	۶۷	۱۷٪
۵۶ به بالا	۱۸	۵٪
مجموع	۳۸۵	۱۰۰٪

منبع: یافته‌های پژوهشگر

بر اساس جدول (۲)، پاسخ‌دهندگان در ترکیب‌های سنی متنوعی قرار دارند. از مجموع ۳۸۵ نفر پاسخ‌دهنده، ۹۲ نفر (معادل ۲۴ درصد) زیر ۲۵ سال سن دارند. تعداد ۹۶ نفر در بازه سنی ۲۶ تا ۳۵ سال، ۶۷ نفر در بازه سنی ۳۶ تا ۴۵ سال و ۱۸ نفر بالای ۵۶ سال سن دارند. بیشترین تعداد پاسخ‌دهندگان در بازه سنی ۳۶ تا ۴۵ سال قرار دارند که شامل ۱۱۲ نفر و معادل ۳۰ درصد از کل نمونه‌ها می‌شود. این نشان‌دهنده تنوع گروه‌های سنی در میان پاسخ‌دهندگان است و کمترین تعداد پاسخ‌دهندگان در گروه سنی بالای ۶۵ سال قرار گرفته‌اند. جدول (۳)، ترکیب پاسخ‌دهندگان را بر اساس سطح و مقطع تحصیلی نشان می‌دهد.

جدول (۳): توزیع فراوانی بر اساس سطح تحصیلات

تحصیلات	فراوانی	درصد
دکتری	۲۴	۶٪
کارشناسی ارشد	۲۰۱	۵۲٪
کارشناسی	۱۲۸	۳۳٪
کاردانی	۳۲	۸٪
جمع کل	۳۸۵	۱۰۰٪

منبع: یافته‌های پژوهشگر

نتایج جدول (۳) نشان می‌دهد که بیش از نیمی از افراد نمونه دارای تحصیلات فوق لیسانس هستند، که این امر اهمیت بالای تحصیلات مدیران و کارشناسان در شرکت‌های بیمه ایران را آشکار می‌کند. این افراد نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی بیمه‌ای ایفا می‌کنند.

معمولاً افراد با تحصیلات بالاتر تمایل بیشتری به استفاده از خدمات بیمه عمر دارند و آگاهی بیشتری نسبت به مزایای آن دارند. علاوه بر این، حدود ۳۳ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات کارشناسی هستند، ۶ درصد مدرک دکتری دارند و ۸ درصد نیز دارای مدرک فوق‌دیپلم هستند. این ترکیب تحصیلی نشان می‌دهد که نمونه انتخابی برای پاسخ به سؤالات پژوهش معقول و مطابق با انتظارات محقق بوده است. مدیران و کارشناسانی که به سؤالات پرسشنامه پاسخ داده‌اند، در سطوح درآمدی متنوعی قرار دارند، اما این سطوح تا حد زیادی به هم نزدیک هستند. جدول (۴)، توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان را بر اساس سطح درآمد آن‌ها نشان می‌دهد.

جدول (۴): توزیع فراوانی بر اساس سطح درآمد (تومان)

درصد	فراوانی	تحصیلات
۴٪	۱۴	کمتر از ۱۰ میلیون
۱۸٪	۶۸	۱۰ الی ۲۰ میلیون
۴۹٪	۱۸۸	۲۰ الی ۳۰ میلیون
۳۰٪	۱۱۵	بیشتر از ۳۰ میلیون
۱۰۰٪	۳۸۵	جمع کل

منبع: یافته‌های پژوهشگر

بر اساس اطلاعات مربوط به سطوح درآمد، بیشتر پاسخ‌دهندگان (۱۸۸ نفر) دارای درآمد ماهانه بین ۲۰ تا ۳۰ میلیون تومان بوده‌اند. تعداد ۱۴ نفر درآمد ماهانه‌ای کمتر از ۱۰ میلیون تومان، ۶۸ نفر درآمدی بین ۱۰ تا ۲۰ میلیون تومان، و ۱۱۵ نفر نیز درآمدی بالای ۳۰ میلیون تومان داشته‌اند. اطلاعات درآمدی ماهانه افراد نشان‌دهنده توانایی مالی نسبتاً خوب کارشناسان و مدیران شرکت بیمه ایران است. این افراد احتمالاً از جمله کسانی هستند که خود از خدمات بیمه عمر استفاده می‌کنند، و در واقع این وضعیت فرصتی مناسب برای شرکت‌های بیمه به‌شمار می‌آید تا محصولات خود را با شرایط متناسب برای گروه‌های درآمدی مختلف طراحی و برنامه‌ریزی کنند. در عین حال، حدود ۴ درصد از پاسخ‌دهندگان درآمد

ماهانه‌ای زیر ۱۰ میلیون تومان دارند. شرکت‌های بیمه باید برای جذب این گروه، گزینه‌های بیمه‌ای انعطاف‌پذیرتر و مناسب‌تری را برنامه‌ریزی کنند.
جدول (۵)، افراد نمونه را بر اساس سابقه کاری و بیمه‌ای آن‌ها نشان می‌دهد.

جدول (۵): توزیع فراوانی بر اساس سابقه کار و بیمه

درصد	فراوانی	تحصیلات
٪۱۷	۶۶	۵ سال و کمتر از آن
٪۱۴	۵۴	۶ الی ۱۵ سال
٪۲۴	۹۱	۱۶ الی ۲۵ سال
٪۴۵	۱۷۴	بیشتر از ۲۵ سال
٪۱۰۰	۳۸۵	جمع کل

منبع: یافته‌های پژوهشگر

براساس اطلاعات موجود در جدول (۵)، از مجموع ۳۸۵ نفر پاسخ‌دهنده، ۶۶ نفر سابقه کاری و بیمه‌ای کمتر از ۵ سال دارند، ۵۴ نفر بین ۶ تا ۱۵ سال سابقه، ۹۱ نفر بین ۱۶ تا ۲۵ سال، و ۱۷۴ نفر بیش از ۲۵ سال سابقه کاری و بیمه‌ای دارند. این داده‌ها نشان می‌دهد که بیش از ۶۰ درصد از پاسخ‌دهندگان بیش از ۱۶ سال سابقه کاری و بیمه‌ای دارند، و حدود ۴۵ درصد از آن‌ها بیش از ۲۵ سال سابقه در این زمینه دارند. به نظر می‌رسد این ترکیب سابقه‌ای می‌تواند دیدگاه‌های مناسبی برای پاسخ دادن به سؤالات پژوهش فراهم کند.
وضعیت فعلی متغیرهای پژوهش بر اساس نظرات پاسخ‌دهندگان بررسی می‌شود تا مشخص گردد که داده‌های جمع‌آوری شده تا چه اندازه برای پاسخ به سؤالات و آزمون فرضیه‌ها مناسب و قابل اعتماد هستند. با استفاده از جدول آماری، ویژگی‌های موجود در داده‌ها قابل بررسی است. در جدول (۶)، نتایج آماری متغیرهای پژوهش از طریق ابزارهایی مانند میانگین، انحراف معیار، چولگی، کشیدگی و سایر شاخص‌ها آورده شده است.

جدول (۶): توصیف آماری متغیرهای پژوهش - تعداد نمونه ۳۸۵ نفر

متغیرها	نوع متغیر	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین	چولگی	کشیدگی
---------	-----------	---------	--------------	--------	---------	-------	--------

-۰/۵۴۸	-۰/۴۲۳	۵	۲/۴۷	۰/۵۴۹	۳/۸۵۱	وابسته	توسعه بازار بیمه عمر
-۱/۱۱۶	۰/۴۸۲	۵	۱/۶۰	۰/۴۸۶	۴/۱۱۶	مستقل	تغییرات تورمی
-۰/۳۲۵	-۰/۴۲۱	۵	۲/۱۶	۰/۴۰۵	۴/۱۶۱	مستقل	ثبات اقتصادی
-۰/۵۰۲	-۰/۳۳۱	۵	۲	۰/۳۸۲	۴/۲۳۶	مستقل	درآمد خانوارها
۰/۳۳۹	۰/۶۶۴	۵	۲/۸۰۱	۰/۴۳۴	۴/۱۲۳	مستقل	امید به زندگی
-۰/۳۵۶	-۰/۴۴۱	۵	۳/۴۰۰	۰/۳۶۵	۴/۱۲۷	مستقل	امنیت اجتماعی
۰/۴۹۰	۰/۶۶۵	۵	۲/۲۲۳	۰/۳۱۵	۴/۱۱۲	مستقل	آموزش اطلاعات بیمه عمر

منبع: یافته‌های پژوهشگر

براساس اطلاعات موجود در جدول (۶)، مقادیر میانگین پاسخ‌دهندگان برای توسعه بازار بیمه در استان آذربایجان شرقی برابر با ۳/۸۵۱ است که بالاتر از میانگین طیف لیکرت (۳) قرار دارد. این نشان می‌دهد که گسترش بازار بیمه عمر از نظر مدیران و کارشناسان شرکت بیمه ایران از اهمیت بالایی برخوردار است. همچنین، متوسط امتیاز بدست‌آمده برای مؤلفه روندهای فعلی در بازار بیمه عمر، شامل تغییرات تورمی، ثبات اقتصادی، امید به زندگی، آموزش اطلاعات و امنیت اجتماعی، نشان‌دهنده اهمیت بالای این عوامل در تبیین توسعه بازار بیمه عمر است، چرا که این مؤلفه‌ها امتیاز بالایی کسب کرده‌اند. به‌طور کلی، مقادیر میانگین بالا نشان‌دهنده نگرش مثبت افراد نسبت به عوامل بررسی شده است. با توجه به اینکه انحراف معیار بین ۱- و ۱+ برای داده‌ها مطلوب به نظر می‌رسد، در این جدول نیز تمامی متغیرها انحراف معیاری بین ۰ و ۱+ دارند. این نشان می‌دهد که پراکندگی داده‌ها در حول میانگین مطلوب است و به این معنی است که پاسخ‌دهندگان برداشت مشابهی از اهمیت متغیرها داشته‌اند. با این حال، در مورد "تغییرات تورمی" (با انحراف معیار ۰/۴۸۶)، نظرات تنوع بیشتری داشته که احتمالاً به دلیل پیچیدگی یا تفاوت در تجربه افراد از تورم است. به‌طور کلی، انحراف معیار توزیع متغیرها در مقایسه با همدیگر اعداد مناسبی است و تمامی آن‌ها بین صفر تا یک قرار دارند. بنابراین، می‌توان توزیع اکثریت داده‌ها را در حول محور میانگین مناسب توصیف کرد که این امر در اجرای مدل‌های آماری قابل اعتماد خواهد بود. تمامی متغیرها از لحاظ امتیاز کمینه و بیشینه در بازه ۱ تا ۵ قرار دارند که این بازه مقیاس

لیکرت را منعکس می‌کند. این نشان می‌دهد که داده‌های جمع‌آوری شده مطابق طراحی پرسشنامه هستند و هیچ داده‌ای خارج از محدوده وجود ندارد. ضرایب چولگی و کشیدگی داده‌ها در تمامی متغیرها بین +1 و -1 قرار دارند که نشان‌دهنده توزیع مناسب و نرمال بودن توزیع داده‌ها در تمامی متغیرها است.

• **آزمون همبستگی پیرسون**

در این پژوهش، با توجه به استفاده از مدل‌های رگرسیونی برای آزمون فرضیه‌ها، بررسی پیش‌فرض‌های کلاسیک از جمله وجود رابطه دو متغیره میان متغیرهای اصلی ضروری است. اگرچه آزمون همبستگی به‌تنهایی نمی‌تواند وجود رابطه علی میان متغیرها را اثبات کند، اما در تفسیر نتایج حاصل از رگرسیون نقش مهمی دارد. به‌منظور سنجش میزان و جهت رابطه بین متغیرهای پژوهش، از ضریب همبستگی پیرسون که با نماد r نمایش داده می‌شود، استفاده شده است. با توجه به نتایج آمار توصیفی که نرمال بودن توزیع متغیرها را تأیید کرد، آزمون همبستگی پیرسون به‌عنوان روش مناسب انتخاب شد. این تحلیل در نرم‌افزار SPSS و با سطح اطمینان ۹۵ درصد (سطح خطای ۵ درصد) انجام شد و نتایج آن در جدول (۷) ارائه گردیده است.

جدول (۷): ضریب همبستگی پیرسون

متغیرها مقدار آماره سطح معناداری	توسعه بازار بیمه عمر	تغییرات تورمی	ثبات اقتصادی	درآمد خانوارها	امید به زندگی	امنیت اجتماعی	آموزش اطلاعات
توسعه بازار بیمه عمر	۱						
تغییرات تورمی	۰/۵۳۳ ۰۰/۰	۱					

				۱	۰/۷۷۱ ۰۰/۰	۰/۳۵۱ ۰۰/۰	ثبات اقتصادی
			۱	۰/۷۸۵ ۰۰/۰	۰/۵۳۳ ۰۰/۰	۰/۱۷۳ ۰۰/۰	درآمد خانوارها
		۱	۰/۷۰۶ ۰۰/۰	۰/۶۶۵ ۰۰/۰	۰/۴۷۶ ۰۰/۰	۰/۳۱۲ ۰۰/۰	امید به زندگی
	۱	۰/۷۰۹ ۰۰/۰	۰/۷۲۵ ۰۰/۰	۰/۴۴۶ ۰۰/۰	۰/۵۳۵ ۰۰/۰	۰/۲۸۱ ۰۰/۰	امنیت اجتماعی
۱	۰/۷۱۰ ۰۰/۰	۰/۶۸۰ ۰۰/۰	۰/۷۳۸ ۰۰/۰	۰/۵۸۱ ۰۰/۰	۰/۴۸۵ ۰۰/۰	۰/۳۷۴ ۰۰/۰	آموزش اطلاعات بیمه عمر

منبع: یافته‌های پژوهشگر

در جدول (۷) مشخص است که همبستگی بین تغییرات تورمی و توسعه بازار با ضریب ۰/۵۳۳ مثبت و معنادار است، زیرا سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد می‌باشد. همچنین، رابطه همبستگی بین سایر متغیرهای مربوط به روندهای فعلی در شرکت بیمه ایران با توسعه بازار، مستقیم و معنادار است. به عبارت دیگر، هرچه روندهای فعلی بازار در جامعه تقویت شود، منجر به توسعه و گسترش بازار بیمه عمر در استان آذربایجان شرقی خواهد شد. بالاترین ضریب همبستگی توسعه بازار با تغییرات تورمی (۰/۵۳۳) است که نشان‌دهنده رابطه قوی بین این دو متغیر می‌باشد. متغیرهای ثبات اقتصادی و آموزش اطلاعات بیمه عمر نیز به طور قابل توجهی با توسعه بازار همبستگی مثبت دارند. در عین حال، رابطه مثبت بین درآمد و امنیت اجتماعی با توسعه بازار، هرچند معنادار است، اما شدت آن چندان قوی نیست. در خصوص امنیت اجتماعی، بحث این است که امنیت به معنای احساس اطمینان افراد از ثبات و حمایت اجتماعی است. ضریب همبستگی نشان می‌دهد که افرادی که احساس امنیت اجتماعی بیشتری دارند، احتمالاً تمایل بیشتری به سرمایه‌گذاری در بیمه عمر خواهند داشت. در مورد آموزش اطلاعات، نقش آموزش در افزایش آگاهی مردم از مزایای بیمه عمر تأثیر قابل توجهی بر توسعه بازار دارد. این یافته می‌تواند شرکت‌های بیمه را به توسعه برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی ترغیب کند. ثبات اقتصادی و تغییرات تورمی نیز به طور مثبت با توسعه

بازار همبستگی دارند. این رابطه نشان می‌دهد که تأثیر ثبات اقتصادی و تغییرات تورمی بر رفتار بیمه‌شدگان ممکن است پیچیده‌تر باشد و به عوامل دیگری مانند درآمد خانوارها و حتی امید به زندگی آنها نیز بستگی داشته باشد. همچنان که در جدول ۷ مشخص است، هرچند بین تمامی متغیرها رابطه مثبت وجود دارد، اما همبستگی بین آنها مقادیری کمتر از ۰/۸۰ است. بنابراین، رابطه هم‌خطی مشترک بین متغیرها که یکی از مفروضات مدل رگرسیون است، وجود ندارد و مشکلی در اجرای مدل رگرسیون وجود نخواهد داشت.

• آزمون تشخیص هم‌خطی

برای آزمون هم‌خطی متغیرهای توضیح‌دهنده مدل (مستقل‌ها)، از عامل تورم واریانس استفاده شده است که نتایج آن در جدول زیر آورده شده است. در جدول (۸)، همان‌طور که مشخص است، نتایج آزمون تشخیص هم‌خطی با استفاده از شاخص وضعیت و مقادیر ویژه نشان می‌دهد که مقادیر شاخص وضعیت بین ۱ تا ۸۷/۹۷ در نوسان بوده است و مدل فاقد مشکلات جدی هم‌خطی است. زیرا نسبت تورم واریانس (VIF) برای متغیرها در تمامی ابعاد کمتر از ۰/۷۰ بوده و نشان‌دهنده توزیع مناسب واریانس میان متغیرهای مدل است. بنابراین، یافته‌ها بیانگر آن است که هم‌خطی بین متغیرهای مستقل (توضیح‌دهنده مدل رگرسیون) در مدل وجود ندارد و مدل از اعتبار و پایداری مناسبی برخوردار است.

جدول (۸): جدول عامل تورم واریانس برای تست هم‌خطی بین متغیرها

شاخص وضعیت	مقدار ویژه	ابعاد	نسبت تورم واریانس					
			ثابت	تورم	ثبات اقتصادی	درآمد خانوار	امید به زندگی	امنیت اجتماعی
۱	۶/۹۷۷	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۲۸/۴۵۷	۹	۲	۷	۳۶	۲۰	۰	۲	۱
۳۴/۵۷۵	۶	۳	۵۲	۳	۰	۱	۲۴	۱
۴۸/۳۲۱	۳	۴	۱۲	۱۴	۱۵	۹	۱	۲۳
۴۹/۹۵	۳	۵	۱۶	۶	۲	۱۸	۷۰	۴
۷۱/۳۱۵	۱	۶	۵	۱۷	۲۲	۱۶	۲	۶۰

۵۸	۱۲	۲	۵۵	۵۸	۲۵	۷	۷	۱	۸۷/۹۷۱
----	----	---	----	----	----	---	---	---	--------

منبع: یافته‌های پژوهشگر

• آزمون‌های مربوط به باقی‌مانده مدل رگرسیون

برای آزمون باقی‌مانده‌ها یا همان جمله اخلال مدل، از ابزارهای توصیف آماری استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۹) به شرح زیر آورده شده است. تحلیل باقی‌مانده‌ها برای ارزیابی نرمال بودن و همسانی واریانس انجام شد.

جدول (۹): آزمون‌های مربوط به باقی‌مانده مدل رگرسیون

شرح	تعداد نمونه	انحراف معیار	میانگین	بیشینه	کمینه
مقدار پیش‌بینی شده	۳۸۵	۰/۴۲۸	۳/۶۰۱	۴/۴۶۴	۱/۶۶
باقی‌مانده	۳۸۵	۰/۵۱۸	۰۰/۰	۰/۹۲۴	-۱/۶۰۵
مقدار پیش‌بینی شده استاندارد	۳۸۵	۱/۰۰۰	۰۰/۰	۲/۰۱۶	-۴/۵۳۶
باقیمانده استاندارد	۳۸۵	۰/۹۹۲	۰۰/۰	۱/۷۷۱	-۳/۰۷۴

منبع: یافته‌های پژوهشگر

نتایج حاصل از جدول (۹) که به آزمون نرمال بودن باقی‌مانده‌ها اختصاص دارد، نشان می‌دهد که مقدار میانگین باقی‌مانده‌ها برابر با ۰/۰۰ و انحراف معیار آن ۰/۵۱۸ است که نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع باقی‌مانده‌ها است. همچنین، مقادیر باقی‌مانده استاندارد بین -۳/۰۷۴ و ۱/۷۷۱ قرار دارد و حاکی از نرمال بودن آن‌ها است. در خصوص همسانی واریانس، مقادیر حداقل و حداکثر باقی‌مانده‌ها به ترتیب برابر با -۱/۶۰۵ و ۰/۹۲۴ است. نمودار پراکندگی نیز نشان می‌دهد که واریانس باقی‌مانده‌ها به صورت یکنواخت در سراسر مقادیر پیش‌بینی شده توزیع شده است. این یافته‌ها تأیید می‌کنند که مشکلی از نظر ناهمسانی واریانس وجود ندارد. به طور کلی، نتایج تحلیل تشخیص هم‌خطی و آزمون باقی‌مانده‌ها نشان می‌دهد که مدل ارائه‌شده دارای اعتبار آماری مناسب است و داده‌ها از مفروضات کلاسیک رگرسیون پیروی می‌کنند. نرمال بودن و همسانی واریانس باقی‌مانده‌ها حاکی از قابل‌اعتماد بودن نتایج مدل رگرسیونی است و همچنین عدم وجود هم‌خطی میان متغیرهای مستقل تأیید می‌کند که متغیرهای مورد استفاده در مدل به‌طور مستقل بر متغیر وابسته تأثیر می‌گذارند.

¹ Residuals Statistics

• آزمون فرضیه‌های پژوهش

در اجرای مدل رگرسیون، به منظور ارزیابی برازش کلی مدل، ابتدا از آزمون تحلیل واریانس (ANOVA) استفاده شده و آماره F به عنوان شاخص اصلی سنجش معناداری مدل مورد بررسی قرار گرفته است. این آماره مشخص می‌سازد که آیا متغیرهای مستقل به طور جمعی تأثیر معناداری بر متغیر وابسته دارند یا خیر. اگر مقدار سطح معناداری کمتر از ۵ درصد باشد، نشان دهنده آن است که مدل رگرسیونی از برازش مناسبی برخوردار است و متغیرهای توضیحی به صورت معنادار قادر به تبیین تغییرات متغیر وابسته هستند. نتایج دقیق این تحلیل در جدول (۱۰) ارائه شده است.

جدول (۱۰): تحلیل واریانس - تعداد نمونه = ۳۸۵

سطح معناداری	آماره F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	
۰/۰	۴۳/۰۰۳	۱۱/۷۲۵	۶	۷۰/۳۵۱	رگرسیون
		۰/۲۷۳	۳۷۹	۱۰۳/۰۶۶	باقی مانده
			۳۸۵	۱۷۳/۴۱۷	مجموع کلی

منبع: یافته‌های پژوهشگر

محاسبات جدول فوق نشان می‌دهد که سطح معناداری آماره F برابر ۰/۰۰ و کمتر از ۵ درصد است، که نشان دهنده معنادار بودن مدل است. به عبارت دیگر، مدل در آزمون آماره F معنادار بوده و بنابراین مدل رگرسیون قابل اعتماد است و رگرسیون کاذب ایجاد نمی‌شود. جدول (۱۱) نتایج خروجی مدل رگرسیون را بر اساس ضرایب و مقدار t و سطوح معناداری هر یک از متغیرها نشان می‌دهد.

جدول (۱۱): اطلاعات خروجی مدل رگرسیون - متغیر وابسته: توسعه بازار بیمه عمر

سطح معناداری	آماره t	ضرایب غیر استاندارد		مدل
		ضرایب استاندارد	ضرایب استاندارد (Beta)	
۰/۸۲۷	-۰/۲۱۸	-	۰/۳۶۲	مقدار ثابت
۰/۰۰	-۸/۳۱۸	-۰/۵۴۸	۰/۰۹۱	تغییرات تورمی
۰/۶۰۱	۰/۵۲۳	۰/۰۴۸	۰/۱۵۱	ثبات اقتصادی
۰/۰۰	-۶/۰۵۹	-۰/۴۹۸	۰/۱۴۵	درآمد خانوار
۰/۰۰۳	۲/۹۵۴	۰/۱۸۸	۰/۰۹۸	امید به زندگی
۰/۰۰۵	۲/۸۳۴	۰/۲۱۴	۰/۱۳۹	امنیت اجتماعی

آموزش اطلاعات	۱/۰۵۱	۰/۱۶۱	۰/۴۹۳	۶/۵۴۶	۰/۰۰
---------------	-------	-------	-------	-------	------

منبع: یافته‌های پژوهشگر

جدول (۱۱) نشان می‌دهد که ضرایب مثبت بتا برای «تغییرات تورمی» (۰/۵۴۸-) و «آموزش اطلاعات» (۰/۴۹۳) نشان‌دهنده تأثیر قوی و مثبت این متغیرها بر توسعه بازار است. این یافته‌ها اهمیت آموزش اطلاعات بیمه‌ای برای مشتریان و اطلاع‌رسانی گسترده را در کاهش اثرات منفی توسعه بازار بیمه برجسته می‌کنند. با این حال، ضرایب منفی برای «درآمد خانوار» (۰/۴۹۸-) و «امنیت اجتماعی» (۰/۲۱۴) ممکن است به دلیل عوامل خارجی یا محدودیت‌های خاصی در شرایط بازار باشد که نیازمند بررسی عمیق‌تر است. در فرضیه اول، مقدار t برای متغیر تغییرات تورمی $-۸/۳۱۸$ و سطح معناداری آن $۰/۰۰$ و کمتر از ۵ درصد است، بنابراین فرضیه صفر اول رد و فرضیه پژوهش پذیرفته می‌شود. این نشان می‌دهد که تغییرات تورمی با شدت $-۰/۷۵۷$ بر توسعه بازار در صنعت بیمه عمر تأثیر منفی و معناداری دارد. اثر منفی نشان‌دهنده این است که با مدیریت صحیح تورم و آگاه‌سازی افراد از راهکارهای مقابله با کاهش ارزش پول، می‌توان تقاضای بیمه عمر را افزایش داد. در فرضیه دوم، مقدار t برای متغیر ثبات اقتصادی برابر $۰/۵۲۳$ و سطح معناداری آن $۰/۶۰۱$ است که بزرگتر از ۵ درصد است، بنابراین فرضیه صفر دوم رد نمی‌شود و فرضیه پژوهش رد می‌گردد. این نشان می‌دهد که ثبات اقتصادی نمی‌تواند بر توسعه بازار در صنعت بیمه عمر تأثیر معناداری داشته باشد. در فرضیه سوم، با توجه به آماره t با مقدار $-۶/۰۵۹$ و سطح معناداری $۰/۰۰$ برای متغیر درآمد خانوارها که کمتر از ۵ درصد است، فرضیه صفر سوم رد شده و فرضیه پژوهش پذیرفته می‌شود. این بدین معنی است که درآمد خانوارها با شدت $-۰/۸۷۶$ بر توسعه بازار در صنعت بیمه عمر تأثیر منفی و معناداری دارد. اثر منفی غیرمنتظره ممکن است به دلیل اولویت پایین‌تر بیمه عمر در بودجه خانواده‌های با درآمد بالا باشد. در فرضیه چهارم، سطح معناداری مربوط به متغیر امید به زندگی برابر $۰/۰۰۳$ و کمتر از ۵ درصد بوده که نشان از تایید فرضیه پژوهش چهارم دارد و بدین معنی است که امید به زندگی با شدت $+۰/۲۹$ بر توسعه بازار در صنعت بیمه عمر تأثیر مستقیم و معنادار دارد. در فرضیه پنجم، سطح معناداری مربوط به

متغیر امنیت اجتماعی برابر $0/005$ و کمتر از 5 درصد بوده و نشان از تایید فرضیه پنجم پژوهش است. یعنی امنیت اجتماعی با شدت $0/393$ بر توسعه بازار در صنعت بیمه عمر تأثیر مثبت و معنادار دارد. این اثر مثبت ممکن است ناشی از این باشد که افراد در جوامع با امنیت اجتماعی بالا، بیشتر به بیمه عمر به عنوان یک ابزار حمایتی نگاه می کنند. در فرضیه ششم، سطح معناداری مربوط به آموزش اطلاعات برابر صفر و کمتر از 5 درصد بوده و بدین ترتیب فرضیه ششم نیز با اثر مثبت مورد پذیرش قرار می گیرد. آموزش اطلاعات بیمه عمر با شدت مثبت $1/051$ بر توسعه بازار در صنعت بیمه عمر اثر مستقیم و معنادار دارد. این یافته ها اهمیت آموزش و تبلیغات را در صنعت بیمه تأیید می کند. شرکت های بیمه می توانند از طریق کارگاه های آموزشی، کمپین های رسانه ای، و برنامه های اطلاع رسانی، آگاهی عمومی را افزایش و عموم مردم را بر استفاده از بیمه عمر ترغیب نمایند.

برای تحلیل تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، از مدل رگرسیون چندمتغیره بهره گرفته شده است. نتایج حاصل از برآورد این مدل در جدول (۱۲) ارائه شده است.

جدول (۱۲): خلاصه مدل b رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی (R)	ضریب تعیین (R ²)	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد تخمین
	0/637	0/406	0/396	0/522
a. متغیرهای پیش بینی، b. متغیر وابسته				

منبع: یافته های پژوهشگر

در جدول (۱۲)، مقدار ضریب همبستگی برابر با $0/63$ است که نشان دهنده شدت رابطه بین ترکیب متغیرهای مستقل و متغیر وابسته می باشد. یکی از مهم ترین شاخص های مدل های رگرسیون، ضریب تعیین تعدیل شده است که مقدار آن در جدول فوق برابر با $0/396$ و نشان می دهد که واریانس متغیر توسعه بازار بیمه عمر به اندازه حدود 40 درصد توسط یک ترکیب

خطی از متغیرهای توضیح‌دهنده (تغییرات تورم، ثبات اقتصادی، درآمد، امید به زندگی، امنیت و آموزش اطلاعات بیمه) برآورد می‌شود، که عدد مناسبی به نظر می‌رسد. برای ارزیابی صحت و کفایت مدل ارائه‌شده، معیارهای مختلفی مورد بررسی قرار گرفت. بارهای عاملی متغیرها یکی از مهم‌ترین معیارها بودند که برای معناداری، مقدار بالای ۰,۳ در نظر گرفته شد. این مقدار نشان‌دهنده میزان تأثیر هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته است. علاوه بر این، شاخص‌های برازش مدل نیز به‌عنوان معیاری برای سنجش کیفیت مدل مورد استفاده قرار گرفتند. این شاخص‌ها شامل شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI)، و خطای میانگین مربع تقریب (RMSEA) بودند. برای GFI و CFI، مقدار بالای ۰/۹ نشان‌دهنده مدل مناسب و برازش خوب بود، در حالی که مقدار RMSEA کمتر از ۰/۰۸ نشان‌دهنده خطای قابل قبول مدل است. این معیارها در مجموع تأیید کردند که مدل مفهومی پژوهش به‌خوبی با داده‌های جمع‌آوری‌شده همخوانی دارد و نتایج تحلیل قابل استناد هستند. در خصوص کفایت نمونه‌گیری، مقدار KMO برابر با ۰/۸۱ محاسبه شده که نشان‌دهنده کفایت بالای نمونه‌گیری برای تحلیل عاملی است. همچنین، آزمون بارتلت با مقدار χ^2 دو ۶۷۵/۳۴ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ نشان‌دهنده مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی است. برای تعیین برازش مدل، شاخص‌های متنوعی وجود دارد که در جدول (۱۳) به برخی از آن‌ها اشاره شده است.

جدول (۱۳): شاخص‌های برازش مدل

شاخص	مقدار	معیار مناسب	نتیجه
GFI	۰/۹۱	$> ۰/۹۰$	محدوده قابل قبول. مدل دارای برازش مناسب.
CFI	۰/۹۳	$> ۰/۹۰$	محدوده قابل قبول. مدل تأیید شده است.
RMSEA	۰/۰۶	$> ۰/۰۸$	متوسط میانگین خطاهای مدل در حد مطلوب است.

منبع: یافته‌های پژوهشگر

جدول (۱۴)، بارهای عاملی هر یک از متغیرها را بر توسعه بازار بیمه نشان می‌دهد که نتایج تفاسیر آن نیز در این جدول آمده است.

جدول (۱۴): بارهای عاملی متغیرهای پژوهش

متغیر	بار عاملی	سطح معناداری	تفسیر
-------	-----------	--------------	-------

تغییرات تورم	-۰/۷۲	<۰/۰۰۱	با ضریب منفی و معنادار بر توسعه بازار بیمه عمر.
ثبات اقتصادی	۰/۱۸	<۰/۰۰۱	اثر مثبت و محدود بر توسعه بازار بیمه عمر.
درآمد خانوار	-۰/۶۷	<۰/۰۰۱	اثر منفی و متوسط بر توسعه بازار بیمه عمر.
امید به زندگی	۰/۸۵	<۰/۰۰۱	اثر مثبت و قوی بر توسعه بازار بیمه عمر.
امنیت اجتماعی	۰/۷۴	<۰/۰۰۱	اثر مثبت و معنادار بر توسعه بازار بیمه عمر.
آموزش اطلاعات بیمه	۰/۷۸	<۰/۰۰۱	اثر مثبت قابل توجه بر آگاهی و جذب مشتریان بیمه عمر.

منبع: یافته‌های پژوهشگر

تغییرات تورم با بار عاملی ۰/۷۲ تأثیر منفی و معناداری بر توسعه بازار بیمه عمر دارد. این نتیجه نشان می‌دهد که افزایش سطح عمومی قیمت‌ها و کاهش ارزش پول، توانایی مالی خانوارها را برای خرید بیمه عمر کاهش می‌دهد. در چنین شرایطی، سیاست‌های اقتصادی که منجر به کاهش نرخ تورم شوند، می‌توانند نقش مهمی در افزایش تقاضا برای بیمه عمر ایفا کنند. همچنین، ارائه طرح‌های بیمه‌ای با نرخ‌های انعطاف‌پذیر می‌تواند به کاهش اثرات منفی تورم کمک کند. ثبات اقتصادی با بار عاملی ۰/۱۸ نشان‌دهنده تأثیر مثبت محدود بر توسعه بازار بیمه است. در شرایط ثبات اقتصادی، افراد اعتماد بیشتری به آینده مالی خود دارند و تمایل بیشتری برای سرمایه‌گذاری در بیمه عمر نشان می‌دهند. سیاست‌های دولتی که منجر به ایجاد ثبات اقتصادی شوند، نظیر کنترل نرخ بهره و کاهش نوسانات ارزی، می‌توانند به توسعه بازار بیمه کمک کنند. درآمد خانوار با بار عاملی ۰/۶۷، درآمد خانوار تأثیر منفی و متوسطی بر توسعه بازار بیمه عمر دارد. افزایش درآمد خانوارها موجب کاهش رغبت برای تقاضای بیمه عمر می‌شود. شرکت‌های بیمه می‌توانند با ارائه طرح‌های قسطی و بسته‌های متنوع بیمه‌ای، خانوارهای با سطح درآمد متوسط و پایین را جذب کنند. امید به زندگی با بالاترین بار عاملی ۰/۸۵ تأثیر مثبتی بر تقاضای بیمه عمر دارد. این یافته نشان می‌دهد که افراد با طول عمر بیشتر به دنبال تضمین امنیت مالی خود در سال‌های آینده هستند. افزایش آگاهی عمومی درباره اهمیت بیمه عمر در تضمین رفاه دوران بازنشستگی می‌تواند به افزایش تقاضا منجر شود. امنیت اجتماعی با بار عاملی ۰/۷۴ تأثیر مثبت بر توسعه بازار دارد. این نتیجه حاکی از آن است که ایجاد یک سیستم امنیت اجتماعی قوی می‌تواند

اعتماد عمومی به بیمه‌ها را افزایش دهد. دولت‌ها با تقویت برنامه‌های امنیت اجتماعی و همکاری با شرکت‌های بیمه می‌توانند این اثر را تقویت کنند. آموزش اطلاعات بیمه با بار عاملی ۰/۷۸ تأثیر قابل توجهی بر توسعه بازار دارد. آگاهی‌بخشی درباره مزایای بیمه عمر و شفاف‌سازی شرایط بیمه‌نامه‌ها می‌تواند به جذب مشتریان جدید و افزایش رضایت مشتریان فعلی کمک کند. شرکت‌های بیمه باید از ابزارهای آموزشی متنوعی همچون وبینارها، شبکه‌های اجتماعی و بروشورهای آموزشی استفاده کنند.

بحث و نتیجه گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر روندهای فعلی در صنعت بیمه عمر بر توسعه بازار بیمه در استان آذربایجان شرقی است.

نتایج فرضیه اول نشان داد که تغییرات تورمی در جامعه می‌تواند اثر منفی قابل توجهی بر توسعه بازار بیمه عمر داشته باشد. افزایش نرخ تورم منجر به کاهش قدرت خرید خانوارها شده و توان آن‌ها در پرداخت حق بیمه‌های عمر را کاهش می‌دهد. این وضعیت نه تنها به کاهش تعداد بیمه‌گذاران منجر می‌شود، بلکه میزان پوشش‌های بیمه‌ای را نیز محدود می‌سازد. در چنین شرایطی، شرکت‌های بیمه ناگزیرند طرح‌هایی انعطاف‌پذیرتر ارائه دهند تا مشتریان خود را حفظ کنند. به بیان دیگر، اثر منفی تورم بر بازار بیمه عمر نشان می‌دهد که با مدیریت صحیح تورم و افزایش آگاهی عمومی نسبت به روش‌های حفظ ارزش پول، می‌توان تقاضا برای بیمه عمر را تقویت کرد. این نتایج با یافته‌های سلیمانی (۱۴۰۳) و لاسکوفسکا (۲۰۲۴) مرتبط است.

در فرضیه دوم، انتظار می‌رفت ثبات اقتصادی تأثیر مثبتی بر توسعه بازار بیمه عمر داشته باشد. با این حال، نتایج برخلاف انتظار بود و این فرضیه تأیید نشد. شاخص‌هایی مانند نرخ بهره، تولید ناخالص داخلی و نرخ بیکاری، اگرچه در سطح کلان بیانگر ثبات اقتصادی‌اند، اما نتوانسته‌اند اعتماد مالی لازم را در میان شهروندان برای خرید بیمه عمر ایجاد کنند. این مسئله نشان‌دهنده چالشی جدی در مسیر توسعه بازار بیمه در استان است و نیازمند

تحلیل‌های عمیق‌تر در حوزه اعتمادسازی و سیاست‌گذاری اقتصادی می‌باشد. این نتایج با یافته‌های عبداللهی و همکاران (۱۴۰۲) و لاسکوفسکا (۲۰۲۴) مرتبط است.

یافته‌های فرضیه سوم بیانگر آن است که افزایش درآمد خانوارها تأثیر منفی و معناداری بر تقاضای بیمه عمر داشته است. برخلاف انتظار، رشد درآمدی باعث افزایش خرید بیمه عمر نشده، بلکه حتی در برخی موارد منجر به کاهش آن شده است. این نتیجه ممکن است ناشی از اولویت‌دادن خانواده‌های با درآمد بالا به سایر ابزارهای سرمایه‌گذاری یا کاهش تمایل آنان به برنامه‌ریزی مالی بلندمدت از طریق بیمه عمر باشد. این یافته ضرورت طراحی محصولات بیمه‌ای متناسب با سطوح مختلف درآمدی را برای شرکت‌های بیمه برجسته می‌سازد. این نتایج با یافته‌های جادز و نادن (۲۰۲۱) مرتبط است.

نتایج فرضیه چهارم نشان داد که افزایش امید به زندگی در جامعه تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه بازار بیمه عمر، به‌ویژه در بخش بیمه‌های بلندمدت و بازنشستگی دارد. با افزایش طول عمر، نیاز افراد به برنامه‌ریزی‌های مالی برای دوران بازنشستگی بیشتر شده و در نتیجه، تمایل آنان به استفاده از پوشش‌های بیمه‌ای نیز افزایش می‌یابد. این نتایج اهمیت توجه به متغیرهای جمعیت‌شناختی در طراحی سیاست‌های بیمه‌ای را نشان می‌دهد. این نتایج با یافته‌های قاسمی اقدمی و همکاران (۱۴۰۰) و لاسکوفسکا (۲۰۲۴) مرتبط است.

در فرضیه پنجم، امنیت اجتماعی به‌عنوان عاملی مؤثر بر توسعه بازار بیمه عمر شناسایی شد. وجود ساختارهای حمایتی مانند بیمه‌های بازنشستگی دولتی، خدمات درمانی عمومی و کمک‌های رفاهی، باعث افزایش اعتماد عمومی به نظام‌های حمایتی و در نتیجه، افزایش تقاضا برای بیمه عمر می‌شود. همکاری مؤثر میان دولت و شرکت‌های بیمه می‌تواند پوشش بیمه‌ای را در جامعه گسترش داده و نقش کلیدی در توسعه بازار ایفا کند. این نتایج با یافته‌های قاسمی اقدمی و همکاران (۱۴۰۰) و ژوراوکا و همکاران (۲۰۲۳) مرتبط است.

یافته‌های فرضیه ششم نیز نشان داد که آموزش و اطلاع‌رسانی در زمینه بیمه عمر نقش مؤثر و مستقیمی در گسترش بازار این صنعت دارد. آگاهی‌بخشی از طریق رسانه‌ها، کارگاه‌های آموزشی و تبلیغات هدفمند، در افزایش شناخت مشتریان و تسهیل تصمیم‌گیری آنان برای

خرید بیمه عمر نقش بسزایی ایفا می‌کند. استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال نیز دسترسی عمومی به اطلاعات را آسان‌تر کرده و امکان تعامل بیشتر با مخاطبان را فراهم می‌آورد. این نتایج تأکیدی بر ضرورت سرمایه‌گذاری شرکت‌های بیمه در حوزه آموزش، تبلیغات و طراحی کمپین‌های آگاهی‌بخش دارد. این نتایج با یافته‌های ژوراوکا و همکاران (۲۰۲۳) و عبداللهی و همکاران (۱۴۰۲) مرتبط است.

پیشنهادهایی در زیر برای بهبود و توسعه بازار بیمه عمر ارائه می‌شود: با توجه به تأثیر منفی تورم بر قدرت خرید خانوارها و کاهش توان آن‌ها در پرداخت حق بیمه‌های عمر، شرکت‌های بیمه می‌بایست نسبت به طراحی و ارائه محصولات بیمه‌ای با ساختار پرداخت منعطف اقدام نمایند. به‌کارگیری گزینه‌هایی مانند اقساط بلندمدت، تخفیف‌های پلکانی و پاداش وفاداری می‌تواند به حفظ و جذب مشتریان در شرایط تورمی کمک شایانی نماید.

با توجه به عدم تأثیر مثبت ثبات اقتصادی بر توسعه بازار بیمه، لازم است شرکت‌های بیمه به‌ویژه در استان آذربایجان شرقی، به اقدامات اعتمادساز از جمله شفاف‌سازی فرایندهای پرداخت خسارت، افزایش تعامل با مشتریان و ارائه گزارش‌های عملکرد دوره‌ای روی آورند. این رویکرد می‌تواند فاصله میان شاخص‌های کلان اقتصادی و ادراکات فردی از امنیت مالی را کاهش دهد.

با توجه به تأثیر منفی افزایش درآمد خانوارها بر خرید بیمه عمر، لازم است شرکت‌های بیمه طرح‌های متفاوت و متناسب با نیازها و ترجیحات طبقات مختلف درآمدی ارائه دهند. طراحی بسته‌های سرمایه‌گذاری بیمه‌ای برای طبقات با درآمد بالا و طرح‌های حمایتی مقرون‌به‌صرفه برای اقشار با درآمد پایین، می‌تواند باعث گسترش پوشش بیمه‌ای در جامعه شود.

افزایش امید به زندگی، عاملی مهم در گسترش بازار بیمه‌های عمر بلندمدت و بازنشستگی است. در این راستا، پیشنهاد می‌شود نهادهای بیمه‌گر با همکاری نهادهای دولتی، داده‌های جمعیت‌شناختی را به‌صورت منظم تحلیل کرده و سیاست‌گذاری‌های خود را بر مبنای روندهای جمعیتی نظیر سالمندی و افزایش طول عمر بازطراحی کنند.

با توجه به نقش امنیت اجتماعی در توسعه بازار بیمه عمر، لازم است همکاری‌های مؤثری میان دولت و شرکت‌های بیمه جهت ارائه بسته‌های حمایتی تلفیقی شکل گیرد. ارائه طرح‌های بیمه مکمل برای بازنشستگان، پوشش‌های بیمه‌ای هم‌افزا با خدمات درمانی دولتی و بهره‌گیری از منابع مالی عمومی برای ارتقای سطح اطمینان اجتماعی، می‌تواند بستر توسعه بازار بیمه را فراهم آورد.

با توجه به تأثیر مثبت آموزش و آگاهی‌بخشی بر گسترش بازار بیمه عمر، پیشنهاد می‌شود شرکت‌های بیمه، بودجه مشخصی به توسعه کمپین‌های آموزشی، استفاده از رسانه‌های دیجیتال و پلتفرم‌های تعاملی اختصاص دهند. تولید محتوای تخصصی، ساده و قابل فهم برای عموم و به‌کارگیری چهره‌های مورد اعتماد در فرایند اطلاع‌رسانی می‌تواند سطح آگاهی عمومی را به‌طور مؤثری افزایش دهد.

References

- Aaron, H. J. (2011). Social security reconsidered. *National Tax Journal*, 64(2), 385-414.
- Abdi, R., Kumar, D., & Monib, F. A. (2018). Advantages and Disadvantages of the free market in Afghanistan. *International Journal of Management Sciences and Business Research*, 7(10), 35-57.
- Abdollahi, H., Shahroodi, K., Shabgoo Monsef, S. M. & Rahmati, Y. (2023). Marketing-Based Management: The Semi-Hidden Real Performance of Insurance Companies in Iran Insurance Industry. *Journal of Investment Knowledge*, 12(45), 505-524. (In Persian)
- Abdollahi, H., Shahroodi, K., Shabgoo Monsef, S. M. and Rahmati, Y. (2023). Marketing-Based Management: The Semi-Hidden Real Performance of Insurance Companies in Iran Insurance Industry. *Journal of Investment Knowledge*, 12(45), 505-524. (In Persian).
- Alvarez, J. A., Kallestrup-Lamb, M., & Kjærgaard, S. (2021). Linking retirement age to life expectancy does not lessen the demographic implications of unequal lifespans. *Insurance: Mathematics and Economics*, 99, 363-375.
- Bate, O., & Ollmann, M. (1999). Reviving German life insurance. *The McKinsey Quarterly*, (3), 36.

- Beckfield, J., & Bambra, C. (2016). Shorter lives in stingier states: social policy shortcomings help explain the US mortality disadvantage. *Social science & medicine*, 171, 30-38.
- Bukin, B. I., & Zakharova, E. V. (2019). Condition of life insurance market in Russia. *Juvenis Scientia*, 5, 8-10.
- Chaikovskiy, Y., & Chaikovskiy, Y. (2024). Economic Essence of The Financial Stability of The Banking System. *World of finance*, (2 (79)), 55-68.
- Chang, Q. (2020). Late-mover advantages and disadvantages in China's futures market. *China agricultural economic review*, 12(2), 179-191.
- Cheng, J., & Cheng, J. (2019). Dual Intergovernmental Transformation for Market Development. *States, Intergovernmental Relations, and Market Development: Comparing Capitalist Growth in Contemporary China and 19th Century United States*, 45-62.
- Covalenco, L. (2023). Inflation and its impact of the economic development of the European Union countries. In *Simpozion științific al tinerilor cercetători*, 2, 218-221.
- Daghghi Asli, H., Shahroodi, K., Mirbargkar, S. M., & Rahmati, Y. (2021). Identify and rank the factors affecting sales forces empowerment in the insurance industry. *Journal of Human Capital Empowerment*, 4(3), 331-337. (In Persian)
- Daghghi Asli, H., Shahroodi, K., Mirbargkar, S. M., Rahmati, Y. (2021). Identify and rank the factors affecting sales forces empowerment in the insurance industry. *Journal of Human Capital Empowerment*, 4(3), 331-337. (In Persian).
- Dahan, E., Soukhoroukova, A., & Spann, M. (2011). Preference markets in new product development. *GfK Marketing Intelligence Review*, 3(2), 16-25.
- Diamond, P. A., & Orszag, P. R. (2005). Saving social security. *Journal of Economic perspectives*, 19(2), 11-32.
- Didenko, I., & Yefimenko, A. (2023). Evaluation of the Integral Indicator of Macroeconomic Stability. *Economics and Law*, 1, 84-92.
- Enam, M.F. (2015). Market Based Development for Poverty Reduction.
- Favreault, M. (2005). Women and Social Security.
- Fen-yu, Z. (2008). Persisting and Perfecting the Reform of Agriculture Marketization. *Journal of Hubei University of Economics*.
- Filina, M.A. (2023). Choosing an Investment Life Insurance Strategy in The Current Macroeconomic Conditions. *Ekonomika I Upravljenje: Problemy, Resheniya*.
- Filippova, L., & Tushynska, V. (2017). Investigation of advantages and disadvantages of market economy. *Технологический аудит и резервы производства*, 6(5 (38)), 51-57.

- García, J. S., Gómez, E. G., & Rambaud, S. C. (2024). Drivers of inflationary shocks and spillovers between Europe and the United States. *Socio-Economic Planning Sciences*, 95, 101977.
- Ghasemi Aghdami, M., Maleki Bagherabadi, M., & Bayat Manizani, A. (2021). The Impact of Life Insurance on Health and Social Welfare. *International Conference on Management and Industry*. (In Persian).
- Giacalone, J. A. (2001). Analyzing an emerging industry: Viatical transactions and the secondary market for life insurance policies. *Southern Business Review*, 27(1), 1-7.
- Gill, T. M., Zang, E. X., Murphy, T. E., Leo-Summers, L., Gahbauer, E. A., Festa, N., ... & Han, L. (2021). Neighborhood Disadvantage and Active, Disabled and Total Life Expectancy Among Community-living Older Persons. *medRxiv*, 2021-02.
- Haubrich, J. G. (2023). Financial Stability: Frontier Risks, a New Normal, and Policy Challenges. *Economic Commentary*, (2023-14).
- Hecht, C., & Hanewald, K. (2012). Who responds to tax reforms? Evidence from the life insurance market. *The Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice*, 37(1), 5-26.
- Jads, L., & Nadn, N. (2021). An Empirical Study for Life Insurances: A Case Study of Piliyandala Region. *International Journal of Engineering Applied Sciences and Technology*, 5(11), 72-76.
- Jenkins, S. P. (2000). Modelling household income dynamics. *Journal of population economics*, 13, 529-567.
- Jyothi, G., & Babu, S. H. (2022). Emerging Trends in the Indian Life Insurance Industry. *Asian Journal of Managerial Science*, 11(2), 57-59.
- Kamarlaila S, L. (2024). Recent trends in life insurance: Innovations, challenges, and implications. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 9(5), 30503-30506.
- Kashnitsky, I. (2021). What is life expectancy? And, even more important, what it isn't.
- Kaspshyshak, A. (2023). The household as a subject of financial activity: theoretical aspects of the study. *Socio-Economic Problems of the Modern Period of Ukraine*, 164 (6), 39-46.
- Kehrer, K., & Riebel, M. (2003). Delivery Channels for Life Insurance. *ABA Banking Journal*, 95, 35.
- Laskowska, I. (2024). The Development of the Life Insurance Market in Central and Eastern European Countries. *Ekonomia i Prawo. Economics and Law*, 23(3), 477-492.
- Morelli, S., Nolan, B., Palomino, J., & Van Kerm, P. (2021). Inheritance, Gifts and the Wealth Deficit of Low-Income Households. *Journal of European Social Policy*, 31(5) 533–548.

- Morrissey, T. W., Cha, Y., Wolf, S., & Khan, M. (2020). Household economic instability: Constructs, measurement, and implications. *Children and youth services review, 118*, 105502.
- O'NEILL, J. A. (1980). Social Security-Fundamental Economic Problems and Alternative Financing Methods. *National Tax Journal, 33*(3), 359-369.
- Pieters, D. (2006). Social Security: An Introduction to the Basic Principles.
- Qasemi Aghdami, M., Maleki Baqerabadi, M., & Bayat Manizani, A. (2021). The Impact of Life Insurance on Health and Social Welfare. *International Conference on Management and Industry*. (In Persian)
- Rahman, M., Matsui, N., & Ikemoto, Y. (2013). Distribution of Household Income. *Dynamics of Poverty in Rural Bangladesh, 63-75*.
- Riyanto, S., Sudarso, S., & Sumardi, S. (2024). International Market Development Strategy in Companies. *International Journal of Management Science and Information Technology, 4*(1), 137-147.
- Schooling, C. M. (2016). Could androgens be relevant to partly explain why men have lower life expectancy than women?. *J Epidemiol Community Health, 70*(4), 324-328.
- Smith, M. P. (2010). Single market, global competition: regulating the European market in a global economy. *Journal of European Public Policy, 17*(7), 936-953.
- Soleimani, H. (2024). The Role of Internet Marketing in Market Development of Iranian Manufacturing Companies, *10th International Conference on Interdisciplinary Studies in Management and Engineering*. (In Persian).
- Soleimani, H. (2024). The Role of Internet Marketing in Market Development of Iranian Manufacturing Companies, *The 10th International Conference on Interdisciplinary Studies in Management and Engineering*. (In Persian)
- Stephan, A., Schwettmann, L., Meisinger, C., Ladwig, K., Linkohr, B., Thorand, B., Schulz, H., Peters, A., & Grill, E. (2020). Living longer but less healthy: The female disadvantage in health expectancy. Results from the KORA-Age study. *Experimental gerontology, 111*196.
- Vinnytska, O., Chvertko, L., & Korniienko, T. (2020). Theoretical essence and value of the financial stability of the enterprise, *11/3, 25-29*.
- Voronkov, D., & Zhukova, Y. (2022). Advantages and disadvantages of cryptocurrency development in the world financial market. *ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ, 149-152*.
- Watson, D., Maître, B., & Cantillon, S. (2013). Implications of income pooling and household decision-making for the measurement of poverty and deprivation: An analysis of the silc 2010 special module for Ireland.
- Yeganehzadeh, M., Faezi Razi, F. and Heydariyeh, S. A. (2022). The political economy of the insurance industry in Iran: examining the pattern of consumer behavior based on the Foundation's data approach. *International Relations Researches, 12*(2), 293-322. (In Persian).

- Yeganehzadeh, M., Faezi Razi, F., & Heydariyeh, S. A. (2022). The political economy of the insurance industry in Iran: Examining the pattern of consumer behavior based on the Foundation's data approach. *International Relations Researches*, 12(2), 293–322. (In Persian)
- Zafar, Q., Khan, M. A., Warsi, A. Z., & Iqbal, L. (2024). Economic Strain and Recovery Trajectories in Mental Health: The Role of Financial Stability in Mental Health Outcomes. *Review of Applied Management and Social Sciences*, 7(4), 345-358.
- Zhuravka, O. S., Medvid, A., & Zhuravka, A. (2023). Current trends in insurance market digitalization. *Visnyk of Sumy State University. Economy Series*, 2, 24–31.