

علل توسعه نامطلوب بیمه‌های حمل و نقل زمینی در ایران^۱

شهرام هاشم‌نیا

مقدمه

انسان در کارهای روزمره خویش از دیرباز در معرض حوادث غیرمترقبه جانی و مالی قرار داشته است. به همین دلیل همواره در جست‌وجوی وسیله‌ای بوده است تا با استفاده از آن نوعی تأمین برای خود به‌وجود آورد. این نیاز به تأمین موجب پیدایش بیمه و آسایش خاطر بازرگانان و صاحبان سرمایه شد؛ به سرعت هم رو به توسعه نهاد و دامنه فعالیت آن روز به روز وسیع‌تر شد، به گونه‌ای که در دنیای امروز اهمیت بیمه به حدی است که کمتر فعالیت اقتصادی و اجتماعی را می‌توان یافت که پا به عرصه حیات بگذارد و بدون این عامل پابرجا بماند.

بعد از جنگ جهانی دوم، همزمان با توسعه روند مبادلات بین کشورها، خدمات موردنیاز آن هم رشد چشم‌گیری داشته است و حتی شاید بتوان گفت که یکی از عوامل گسترش تجارت، پیشرفت سریع در صنعت حمل و نقل بوده است و در واقع این دو بر یکدیگر اثر متقابل دارند. چون جابه‌جایی کالا به گونه‌ای است که در طی آن محموله‌ها در معرض خطرهای فراوانی قرار می‌گیرند، لذا صاحبان کالا یا مالکان وسیله حمل و نقل (دریایی، هوایی و زمینی) با توجه به سرمایه‌های عظیم و کلان به کار رفته در این بخش مایلند و باید با اخذ پوشش‌های بیمه‌ای مناسب ضمن حفظ سرمایه‌های خود استمرار حرکت و فعالیت خویش را قوام بخشند. در کشور ما نیز دولتمردان در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی، سرمایه‌گذاری‌های گسترده در بخش‌های مختلف جامعه را برای

۱. نویسنده از دانشکده مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی این مقاله را براساس پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود نوشته است (استاد راهنما: دکتر محمود صالحی، استادان مشاور: دکتر جلیلی خشنود و دکتر حقیقی).

افزایش رفاه اقتصادی افراد جامعه و نیز ارتقای موقعیت جهانی کشور در دستور کار خود قرار داده‌اند. ایجاد و توسعه شبکه‌های حمل و نقل مناسب و کارآمد در کشور، که از ابزارهای اساسی توسعه پایدار است، از جمله این بخش‌هاست. بنابراین وجود مکانیزم‌هایی برای حفظ سرمایه‌های به کار رفته در شبکه‌های حمل و نقل و نیز ایجاد اطمینان خاطر در استفاده‌کنندگان از آن‌ها می‌تواند به توسعه مطلوب آن کمک کند؛ مهم‌ترین مکانیزم، رشد و تعمیم بیمه‌های باربری است.

اهمیت بیمه‌های حمل و نقل زمینی

بیمه ضمن نقشی که در زمینه حفظ وضعیت مالی مؤسسات اقتصادی ایفا می‌کند با روش‌های گوناگون به توسعه مبادلات در سطح ملی و بین‌المللی نیز یاری می‌رساند. بیمه‌های حمل و نقل با ایجاد ثبات و امنیت خاطر متقابل برای طرف‌های ذی‌نفع در قراردادهای تجاری می‌توانند در گسترش مبادلات تجاری سهم به‌سزایی داشته باشند و از ارکان اصلی آن به حساب آیند. اهمیت فزاینده نقش شبکه‌های حمل و نقل جاده‌ای در جابه‌جایی کالا و خدمات به گونه‌ای است که طبق آمار جهانی حمل و نقل سهم آبراه‌های داخلی تقریباً ۱۴ کشور اروپایی در سال ۱۹۹۲ میلادی برابر ۸ درصد از کل حمل و نقل آن‌ها بوده که در مقایسه با ۲۰ سال قبل از آن ۵/۵ درصد کاهش داشته است. در مقابل، در دوره مورد بررسی، حمل و نقل جاده‌ای سهمی رو به تزاید داشته و از ۵۵ درصد به ۷۵ درصد صعود کرده است. در ایران نیز آمار و ارقام مشابهی وجود دارد. برای مثال، از کل کالاهای غیرنفتی حمل شده از مبادی ورودی به داخل کشور در شش ماهه اول سال ۱۳۷۵ سهم راه آهن ۲۳ درصد و سهم جاده ۶۵ درصد بوده است.^۱ با توجه به اهمیت جابه‌جایی کالا در سطح کشور و خطرهایی که همواره در حین حمل و نقل آن وجود دارد، موضوع بیمه باربری و مسؤلیت، به ویژه در حمل و نقل داخلی (به دلیل اختیاری بودن آن) مورد توجه شرکت‌های بیمه قرار دارد تا با اتخاذ سیاست‌های بهینه بتوانند در ارتقا و تأمین آن نقش اساسی داشته باشند.

۱. حسین خنجری مقدم. «حمل و نقل جاده‌ای و نقل کالاهای صادراتی». خبرنامه انجمن شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی ایران، ش ۱۶۲، دی ۱۳۷۵.

سیر تحول بازار بیمه‌های باربری در ایران

۱. تحولات بازار حق بیمه: میزان حق بیمه‌های دریافتی بیمه‌های باربری در سال‌های اولیه کمتر از حق بیمه‌های دریافتی رشته آتش‌سوزی و سهم این رشته در کل حق بیمه‌های دریافتی بازار کمتر از سهم رشته آتش‌سوزی بوده است. در سال‌های بعد، جز برخی از سال‌های خاص، همواره حق بیمه‌های دریافتی رشته‌های باربری بیشتر از حق بیمه‌های دریافتی سایر رشته‌ها بوده و این رشته بالاترین سهم را در کل پورتفوی بازار داشته است. حق بیمه‌های این رشته شامل سه بخش باربری وارداتی، صادراتی و حمل و نقل داخلی است، اما بازار بیمه ایران بیشتر در بخش بیمه وارداتی فعال بوده است. علت توسعه نسبی بازار بیمه وارداتی در ایران حمایت‌های قانونی و وجود مصوبه هیأت وزیران (۱۳ خرداد ۱۳۱۶) بوده است. این مصوبه کلیه بانک‌های کشور را موظف کرد که در هنگام گشایش اعتبار، از واردکنندگان کالا درخواست بیمه باربری کنند. صادرکننده این بیمه‌نامه نیز لزوماً می‌بایست یکی از شرکت‌های بیمه به ثبت رسیده در ایران باشد. به همین سبب حق بیمه در این رشته رابطه مستقیمی با میزان واردات کشور پیدا کرده است.

آمار حق بیمه‌های دریافتی این رشته از سال ۱۳۱۷ در دست است. با توجه به جدول شماره ۱ مشخص می‌شود که آمار حق بیمه‌های این رشته تا سال ۱۳۲۸ در اکثر سال‌ها، رشد مثبت داشته است اما طی سال‌های ۱۳۲۸ تا ۱۳۳۱ با توجه به مشکلات اقتصادی و کاهش درآمدهای کشور، میزان واردات کمتر شده و در نتیجه حق بیمه‌های دریافتی این رشته نیز کاهش یافته است. بعد از این سال‌ها، حق بیمه‌های دریافتی عمدتاً افزایش یافته و روند صعودی داشته‌اند؛ طی سال‌های ۱۳۳۶ تا ۱۳۴۳ این افزایش بسیار چشم‌گیر بوده است. در دی ۱۳۵۳ قیمت جهانی نفت افزایش یافت و در نتیجه درآمدهای کشور از محل فروش نفت از ۵۷۰۳ میلیارد دلار در سال ۱۳۵۲ به ۱۸۰۶۷۲ میلیارد دلار در سال بعد افزایش یافت؛ به تبع آن، حق بیمه‌های دریافتی در رشته باربری نیز در مقایسه با سال ۱۳۵۲ تقریباً سه برابر شد. از این سال به بعد درآمد ارزی کشور، با وجود افزایش تدریجی قیمت نفت تا پایان این دوره تقریباً ثابت ماند اما روند تغییرات حق بیمه، به استثنای سال‌های ۱۳۵۴ و ۱۳۵۷ همواره سیر صعودی داشت. علت کاهش حق بیمه‌های دریافتی در سال ۱۳۵۷، اعتصاب کارکنان کارخانه‌ها، سازمان‌های مختلف

و رکود فعالیت‌ها بود. در این سال حق بیمه دریافتی در رشته باربری ۱۵/۲۸ درصد کاهش یافت.

به دلیل مکانیزم خاصی که بانک‌های کشور در هنگام گشایش اعتبار اسنادی برای خرید کالا از خارج از کشور اعمال می‌کنند و با توجه به مقررات قانونی در ایران، بیمه حمل و نقل کالاهای وارداتی را، که قرار خرید آن در کشور منعقد یا اعتبار اسنادی آن در ایران افتتاح می‌شود، باید مؤسسات بیمه ایرانی انجام دهند. بنابراین، می‌توان گفت که تقریباً تمامی کالاهای وارداتی را مؤسسات داخلی پوشش می‌دهند، اما به سبب آن که برای بیمه‌های حمل کالا، با مبادی حمل داخلی کشور چنین شرایطی وجود ندارد، این وضعیت کالاهای صادراتی را شامل نمی‌شود. بدین ترتیب ملاحظه می‌شود که تولید حق بیمه در این رشته با قدرت خرید از خارج، یا به عبارت دیگر به میزان واردات بستگی زیادی دارد.

در سال‌های ۱۳۵۹ و ۱۳۶۰ با وجود افزایش قیمت جهانی نفت، به علت بروز جنگ تحمیلی و محدودیت‌های تولید نفت و صادرات آن، درآمد ارزی کشور کاهش یافت. در نتیجه حق بیمه دریافتی در رشته باربری نیز در سال ۱۳۶۰ در مقایسه با سال قبل، ۲۱/۷ درصد کاهش پیدا کرد. به دنبال گسترش جنگ و هزینه‌های فراوان آن و فشارهای ناشی از مشکلات اقتصادی، دولت به بهره‌برداری بیشتر از ذخایر نفتی کشور اقدام کرد. طی سال‌های ۱۳۶۱ و ۱۳۶۲ میزان درآمدهای ارزی حاصل از فروش نفت به ۲۰ میلیارد دلار رسید و حجم وسیعی از واردات روانه ایران شد. از این رو، میزان حق بیمه دریافتی در رشته باربری نیز افزایش چشم‌گیری یافت و به رقم بی‌سابقه ۲۴ میلیارد ریال رسید. علت دیگر افزایش بی‌سابقه حق بیمه باربری در سال ۱۳۶۱ اضافه شدن بیمه خطر جنگ به مجموعه پوشش‌های بیمه باربری بود. این امر باعث افزایش غیرواقعی حق بیمه در سال ۱۳۶۱ و کاهش نسبی آن در سال‌های ۱۳۶۲ و ۱۳۶۳ شد. بدین ترتیب که هرگاه بیمه‌گذار اعلام می‌کرد که کالای مورد بیمه از طریق یکی از بندرهای جنوبی کشور وارد خواهد شد شرکت بیمه بیشترین نرخ خطر جنگ را که مربوط به بندر امام خمینی (ره) بود از وی مطالبه می‌کرد؛ اگر هم کالای مورد بحث از طریق بندر دیگری وارد می‌شد مابه‌التفاوت نرخ بیمه خطر جنگ (بین دو بندر) به بیمه‌گذار مسترد می‌شد.

در سال ۱۳۶۵ به دنبال کاهش شدید قیمت جهانی نفت، درآمدهای ارزی کشور به

پایین‌ترین حد خود رسید. دولت ناگزیر هزینه‌های خود را کاهش داد و سیاست‌های صرفه‌جویی ارزی را اتخاذ کرد. در نتیجه، میزان واردات کشور نیز کاهش یافت و از حق‌بیمه‌باربری در مقایسه با سال ۱۳۶۴ حدود ۵۰ درصد کاسته شد. با پایان گرفتن جنگ تحمیلی در تابستان ۱۳۶۷ و اعلام سیاست دولت مبنی بر فروش رسمی ارز به نرخ‌های رقابتی و شناور، فصل جدیدی در تاریخ بیمه‌باربری کشور آغاز شد و در سال‌های بعد حق‌بیمه این رشته بسیار افزایش یافت. هم‌چنین، با کم شدن موانع محدودکننده واردات، میزان آن افزایش یافت و اثر خود را بر حجم حق‌بیمه‌های باربری آشکار کرد. گرچه این رشته در سال ۱۳۷۲ همانند سال‌های قبل از آن بیشترین سهم حق‌بیمه بازار بیمه کشور را به خود اختصاص داده است، به دلیل رشد سریع‌تر بعضی دیگر از انواع بیمه‌ها، بیمه‌باربری در بازار بیمه کشور از سال ۱۳۶۹ به بعد به طور مستمر رو به کاهش بوده است: از ۳۹/۲ درصد در سال ۱۳۶۹ به ۲۶/۱ در سال ۱۳۷۲. به طور کلی، طی سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۷۴ حق‌بیمه‌های دریافتی در این رشته سالانه به طور متوسط ۲۸/۲ درصد رشد داشته‌اند. میانگین سهم حق‌بیمه‌های این رشته از کل حق‌بیمه‌های این دوره ۳۴/۷ درصد بوده است که همانند دوره‌های قبل بالاترین سهم در بین همه رشته‌هاست.

۲. **تحولات بازار خسارت:** آمار خسارت‌های پرداختی این رشته از سال ۱۳۲۸ در دست است. طی سال‌های ۱۳۲۹ تا ۱۳۳۵ در اکثر سال‌ها نرخ رشد خسارت‌های پرداختی منفی بوده اما در طی سال‌های بعد اغلب میزان آن در این رشته افزایش یافته و نرخ رشد در بیشتر سال‌ها مثبت است. بالاترین نرخ رشد خسارت‌های پرداختی طی سال‌های ۱۳۲۸ تا ۱۳۴۹ مربوط به سال ۱۳۳۷ (۱۸۴ درصد) و کمترین آن در سال ۱۳۴۶ (۲۷/۳ درصد) بوده است. نرخ متوسط رشد خسارت‌ها ۲۱/۸۹ درصد است. سهم خسارت‌های این رشته در کل خسارت‌های پرداختی بازار بیمه کشور نیز بالاترین میزان است و در طی سال‌های مزبور به طور متوسط ۲۹/۸۶ درصد از کل خسارت‌های بازار را به خود اختصاص داده است.

ضریب خسارت این رشته طی سال‌های مزبور همواره کمتر از ۵۰ درصد بوده است. متوسط ضریب خسارت این دوره ۲۸/۴۳ درصد است که از متوسط ضریب خسارت اکثر رشته‌ها کمتر است. بین سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۵۷ متوسط میزان خسارت‌های

پرداختی به دلیل شرایط ناشی از افزایش واردات، هر ساله ۴۶ درصد رشد داشته است که بیش از دو برابر رشد متوسط خسارت‌ها در دوره قبل (۲۱/۸۹ درصد) است. میانگین سهم خسارت‌های پرداختی این رشته از کل خسارت‌های پرداخت شده در بازار ۲۵/۷۴ درصد است. ضریب خسارت این رشته در طی این سال‌ها متفاوت بوده است؛ با میانگین ۳۲/۵۹ درصد که از ضریب خسارت برخی رشته‌های دیگر نظیر آتش‌سوزی، اتومبیل و عمر کمتر است. در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی میانگین نرخ رشد خسارت‌های پرداختی ۶۲/۳ درصد بوده است که از میانگین نرخ رشد دوره قبل (۴۶ درصد) بیشتر است. سهم متوسط این رشته از کل خسارت‌ها ۱۶/۸ درصد بوده است. با توجه به آن که ضریب خسارت این رشته در سال‌های قبل از انقلاب پایین بوده است، در سال ۱۳۵۹ بیمه مرکزی ایران نرخ حقیقه باریبری را به میزان ۱۵ درصد

جدول ۱. آمار بازار بیمه باریبری در کشور (۱۳۱۷-۱۳۴۷) (به میلیون ریال)

خسارت پرداختی			حقیقه دریافتی			سال
ضریب خسارت	سهم بازار	نرخ رشد	مقدار	سهم بازار	نرخ رشد	مقدار
-	-	-	-	۲۳/۶۷	-	۳/۳۵
-	-	-	-	۳۲/۸	-۳۰/۷۷	۹/۱۲
-	-	-	-	۵۵/۹	۴۷/۷۱	۴۱/۰۰
۳۱/۶	۱۸/۳۴	۲/۶۴	۱۸/۵۳	۳۰/۲۶	-۲۹/۶۸	۵۸/۶۶
۱۶/۵	۱۱/۰۲	-۱۵/۱	۱۶/۸۲	۲۸/۰۳	۲۹/۵۶	۱۰۱/۷۹
۲۸/۹	۲۱/۶۶	-۲۱/۵	۸۶/۵۵	۳۳/۵۱	-۲	۲۹۹/۵۲
۴۲/۳	۴۳/۷۶	۲۹/۵۴	۲۵۷/۵۲	۴۵/۰۷	۷/۱۹	۶۰۸/۸۶
۲۶/۸	۱۸/۲۲	۶/۶۸	۳۶۰/۰۹	۳۰/۲	۲۳/۹۷	۱۳۴۱/۷۸
۵۸/۴	۳۷/۴	۱۰۰/۶	۴۳۸۷/۸۸	۳۰/۱۳	۲۵/۴۲	۷۵۱۵/۱۸
۲۹/۷	۲۸/۷۷	۷۶/۳۴	۳۱۶۶/۱۴	۳۹/۰۶	-۲۱/۷	۱۰۶۶۳/۷۴
۴۰/۴	۱۷/۹۵	۳۷/۸۲	۳۱۹۶/۰۶	۲۱/۴۲	-۴۹/۰۵	۷۹۱۹/۶۱
۵/۶۷	۶/۸۲	۲۱/۰۱	۳۳۱۴/۳۳	۳۷/۱	۳۹/۱۳	۵۸۴۲۱/۵۶
۱۹/۸۸	۶/۶۶	۶۳۵/۹۸	۲۹۱۴۱/۲۶	۲۰/۱۳	۱۸/۶۶	۱۶۱۵۹۷/۴۲

مأخذ: دفتر مطالعات و پژوهش‌های بیمه‌ای. تحولات بیمه‌های بازرگانی در ایران از آغاز تا سال ۱۳۷۰، بیمه مرکزی ایران، ۱۳۷۲، ص ۳۶-۳۷.

کاهش داد. با وجود این، کاهش نرخ ضریب خسارت این رشته در تمامی سال‌های پس از انقلاب کمتر از ۵۰ درصد بوده است (به ویژه در سال‌های ۱۳۶۹ و ۱۳۷۰ که ضریب خسارت این رشته به ۱۸/۵۹ درصد رسید).

هدف پژوهش

در این پژوهش سعی شده است که ضمن بررسی وضعیت جاری بیمه‌های باربری در حمل داخلی کالا و شناخت عوامل کارکردی مؤثر بر آن، راه‌حل‌های مؤثر در جهت ارتقای جایگاه بیمه‌های باربری ارائه شود. روش تحقیق به کار رفته در این پژوهش، توصیفی و آماری است. برای گردآوری اطلاعات مرتبط با مطالب نظری، روش «کتابخانه‌ای» و برای سایر اطلاعات، روش «میدانی» به کار گرفته شده است. در روش کتابخانه‌ای، موضوع به طور کلی و از لحاظ نظری بررسی شد و سوابق آن به دست آمد. روش میدانی نیز شامل پرسش‌نامه‌ای بود که در بین متصدیان مؤسسات حمل و نقل داخلی، مؤسسات بازرگانی و نمایندگان شرکت‌های بیمه توزیع شد. برای انتخاب جامعه آماری، با توجه به کیفی بودن صفات و نامعلوم بودن واریانس جامعه، از فرمول فاصله اعتماد برای نسبت‌ها استفاده شد و نمونه‌گیری نیز به طریقه تصادفی انجام گرفت.

فرضیه‌های تحقیق

برای تبیین موانع موجود در توسعه مطلوب بیمه‌های حمل و نقل زمینی، شش فرضیه بررسی و تحلیل شد.

فرضیه اول: مؤسسات حمل و نقل به خرید بیمه‌نامه‌های باربری تمایلی ندارند.

فرضیه دوم: متصدیان حمل از ماهیت، مزایا و کاربرد بیمه‌های باربری شناخت کافی ندارند.

فرضیه سوم: شرکت‌های بیمه برای برنامه‌ریزی و تدوین طرح‌های مناسب بیمه‌های باربری الگوی مشخصی ندارند.

فرضیه چهارم: برای توسعه مطلوب بیمه‌های باربری، تبلیغات کافی در شبکه بازاریابی صورت نمی‌گیرد.

فرضیه پنجم: در بیمه‌های باربری، شمار نمایندگی‌های بیمه ناکافی و توزیع آن‌ها نامتناسب است.

فرضیه ششم: در بیمه‌های باربری، پرداخت خسارت رضایت بخش نیست.

نتایج و پیشنهادها

به طور کلی می‌توان گفت که رشد و توسعه نامطلوب بیمه‌های حمل و نقل زمینی در ایران ناشی از عوامل متعددی است. برخی از آن‌ها نشأت گرفته از اوضاع اجتماعی و اقتصادی کشور است که امکان دارد در اکثر کشورهای توسعه نیافته و در حال توسعه وجود داشته باشد و به نحوی مانع پیشرفت مطلوب بیمه‌ها از جمله بیمه‌های حمل و نقل زمینی شود. در زیر، پس از بررسی اجمالی برخی از مهم‌ترین عوامل، پیشنهادهایی نیز ارائه خواهد شد.

۱. با توجه به پژوهش به عمل آمده مشخص شد که آگاهی افراد، به‌ویژه جامعه متصدیان مؤسسات باربری داخلی، از بیمه‌های حمل و نقل بسیار اندک است: برخی از پاسخگویان به پرسش‌نامه هیچ شناختی از مزایای بیمه‌های باربری نداشتند. این امر مشکلات شرکت‌های بیمه را در امر فروش بیمه دو چندان می‌کند. عوامل تشدیدکننده آن عبارتند از: ضعف فرهنگ بیمه در بین عموم؛ ضعف سیاست‌گذاری شرکت‌های بیمه در معرفی بیمه به جامعه؛ و وجود عادات‌ها و طرز تلقی خاص بین افراد جامعه.

۲. از جمله عوامل تأثیرگذار بر توسعه نیافتگی بیمه باربری در کشور، پویا نبودن مدیریت تحقیق و برنامه‌ریزی در ساختار شرکت‌های بیمه است. این کار اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد که متأسفانه تاکنون چندان جدی گرفته نشده است.

۳. مؤسسات بیمه به طور صحیح و مناسب از فعالیت‌های تبلیغی استفاده نمی‌کنند. بیمه‌گران با توجه به ماهیت خاص بیمه، باید تبلیغات را به نحوی ارائه کنند که مردم هرچه بیشتر به ضرورت وجود بیمه در زندگی خود پی ببرند و به خرید بیمه‌نامه تمایل نشان دهند. از آن‌جا که بیمه‌گذاران به علت گرفتاری‌های روزمره، کمتر برای خرید یک خدمت فرصت دارند بنابراین، عرضه خدمات باید با سهولت بیشتر همراه باشد (ایجاد و گسترش شبکه فروش مناسب).

۴. برای جذب بیشتر افراد باید هرچه بیشتر مزایای بیمه و آگاهی لازم در این زمینه به متصدیان حمل و صاحبان کالا گوشزد شود. در این خصوص آموزش در سطح وسیع لازم است. در درازمدت، با همکاری نهادهای آموزشی می‌توان با گنجانیدن مطالبی از بیمه و مفاهیم آن در کتاب‌های درسی دوره‌های آموزش عمومی و دانشگاه، به طور عمیق و گسترده در مورد شناخت و آگاهی توده مردم، به‌ویژه نسل جوان کشور، از

مزایای بیمه اقدام کرد.

۵. شناسایی صحیح نیازهای مشتریان، تأثیر به‌سزایی در موفقیت طرح‌های بیمه‌ای دارد. با استفاده از روش‌ها و اصول علمی تحقیقات بازاریابی می‌توان توجه بیشتر بیمه‌گذاران را به پوشش‌های بیمه‌ای جلب کرد. تشکیل و تقویت مراکز پژوهشی در مؤسسات بیمه و دادن امکانات لازم به آن‌ها برای تحقیق و بالا بردن توان تخصصی و سطح کیفی خدمات بیمه از ضروریات است.

۶. وظیفه خطیر شرکت‌های بیمه در دوران توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور ایجاب می‌کند که برای افزایش آگاهی مردم از مزایای بیمه بر تلاش خود بیفزایند. این امر به‌ویژه در خصوص بیمه‌های باربری با توجه به نقش کلان حمل و نقل در اقتصاد کشور، اهمیت ویژه‌ای دارد. در واقع، هر قدر متصدی حمل و نقل آگاهی بیشتری از بیمه‌های باربری و مزایای آن کسب کند مسلماً از تأمین‌های بیشتری می‌تواند استفاده کند. بنابراین، تبلیغات فراگیر و جامع برای شناساندن بیمه و مزایای آن به مردم، به‌ویژه شاغلان بخش حمل، بسیار مهم و حیاتی است.

۷. نهادهای قانون‌گذاری می‌توانند با تصویب قوانینی مانند اجباری کردن خرید بیمه‌نامه‌های باربری و مسؤلیت متصدی حمل، هم برطرف‌کننده بسیاری از مشکلات احتمالی در این خصوص باشند و هم، افکار عمومی را به سوی استفاده هرچه بهتر از خدمات صنعت سوق دهند. این موضوع به‌ویژه در مورد حمل و نقل درون شهری بار اهمیت به‌سزایی دارد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

۱. آرکورتز، نورمن. مقدمه‌ای بر آمار در علوم اجتماعی، ترجمه حبیب‌الله تیموری، انتشارات نی، تهران: ۱۳۷۴.
۲. جباری، غلامحسین [و همکاران]. مجموعه شرایط بیمه‌های باربری: کلوذهای جدید و قدیم، انتشارات کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌المللی، ۱۳۶۸.
۳. دستباز، هادی. بیمه کالا، کشتی و هواپیما، انتشارات دانشکده امور اقتصادی، تهران: ۱۳۷۴.
۴. دفتر مطالعات و پژوهش‌های بیمه‌ای. تحولات بیمه‌های بازرگانی در ایران از آغاز تا

- سال ۱۳۷۰. بیمه مرکزی ایران، ۱۳۷۲.
۵. شهبازی، شهباز او همکاران. حمل و نقل و بانکداری بین‌المللی، انتشارات کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌المللی، ۱۳۶۹.
۶. کریمی، آیت. بیمه اموال و مسئولیت، انتشارات دانشکده امور اقتصادی، تهران: ۱۳۷۲.
۷. محمدخان، مرتضی. «نقش بیمه در توسعه اقتصادی»، فصلنامه صنعت بیمه، ش ۳۵، پاییز ۱۳۷۳.
۸. محمود صالحی، جانعلی. جزوه درسی بیمه‌های بازرگانی، مدرسه عالی بازرگانی، تهران: ۱۳۵۸.
9. *Dictionary of Marine Insurance (Terms and Clauses)*, Robert Hobrown, 1989.

