

# بیمه مسئولیت محصول



● دکتر عباسعلی لطفی

● محمد رود بارانی

کارشناس ارشد

مدیریت بازرگانی

● مقاله ارائه شده

در سمینار «صنعت و بیمه»

آبان ۱۳۸۴ - مشهد مقدس

جامعه امروزی با حجم عظیمی از کالاهای متنوع روبروست. هر یک از این کالاها، محصول یک فرایند است، فرایندی که در آن عوامل مختلف تولید به کار گرفته می شود. گوناگونی عوامل تولید، معیوب و ناقص بودن یک یا چند نمونه از کالا را اجتناب ناپذیر می نماید. بدیهی است که تولید کننده در این شرایط مخاطراتی دارد که عمدتاً ناشت گرفته از مسئولیت وی در قبال مصرف کننده است. بدین معنی که اگر مصرف کننده به جهت مصرف آن کالا متحمل ضرر و زبانی شود تولیدکننده مسئول جبران آن خواهد بود. با توجه به مبنای منطقی این موضوع، مسئولیت تولیدکننده یکی از وجوه مشترک قوانین مسئولیت مدنی در بسیاری از کشورهاست. هر چند حدود این مسئولیت در کشورهای مختلف متفاوت است ولی مسئولیت مطلق یا محدود تولیدکننده و تزیاید دامنه مسئولیت وی با افزایش حجم تولید، منشاء پیدایش گونه نسبتاً جدیدی از بیمه نامه های مسئولیت مدنی به نام بیمه مسئولیت محصول شده است. موضوع بیمه مسئولیت محصول جبران خسارات جانی و مالی وارد شده به مصرف کنندگان کالا است که در نتیجه عدم ایمنی و وجود عیب و نقص در کالای تولید شده به وقوع پیوسته باشد. همچنین عدم کیفیت و کارایی نامطلوب کالا نیز طبق این بیمه نامه تحت پوشش قرار می گیرد. با توجه به مطالب فوق این مقاله در ابتدا ضمن تبیین مبانی حقوقی و ویژگی های بیمه مسئولیت محصول به بررسی نقش آن در تداوم و گسترش فعالیت های تولیدی می پردازد. در ادامه با توجه به نقش حمایتی بیمه مسئولیت محصول از حقوق مصرف کننده، با نگاهی گذرا به بازار بیمه مسئولیت محصول در ایران، موانع توسعه این بیمه را در کشور مورد بررسی قرار خواهد داد.

## مبانی حقوقی بیمه مسئولیت محصول

مالی توسط عامل زیان تأکید می کند. ماده یک این قانون چنین اشعار می دارد: «هر کس بدون مجوز قانونی عمداً و یا در نتیجه بی احتیاطی به جان، مال، آزادی، حیثیت و شهرت تجاری و یا به حق دیگری که به موجب قانون برای افراد ایجاد گردیده لطمه ای وارد نماید که موجب ضرر مادی و معنوی دیگر شود مسئول جبران خسارت ناشی از عمل خود می باشد.» در قانون مدنی ایران موضوع

همانگونه که در مقدمه بحث اشاره شد، بیمه مسئولیت محصول در سراسر دنیا تابع قوانین مسئولیت مدنی است. کشور ما نیز از این قاعده مستثنی نبوده و علاوه بر قانون مسئولیت مدنی، موادی از قانون مدنی، قانون مقررات امور پزشکی و داروئی و مواد خوردنی و آشامیدنی و قانون نظام صنفی نیز ناظر بر مسئولیت تولیدکنندگان کالا می باشد. قانون مسئولیت مدنی بر جبران خسارات جانی و

تأثیر آن در راستای همان قوانین خواهد بود. نقش اجتماعی دیگر بیمه مسئولیت محصول تأثیر مثبت آن بر افزایش آرامش و امنیت خاطر تولید کننده و مصرف کننده و تبعاً جامعه خواهد بود. به این جهت که تولیدکننده نگران مخاطرات نشأت گرفته از مسئولیت قانونی و تعهدات محتمل خود نخواهد بود و مصرف کننده نیز نگرانی درباره تبعات زیان آور استفاده از کالا نخواهد داشت (حتی در صورت ورشکستگی و اعسار تولید کننده).

### ب) نقش‌های اقتصادی

بیمه مسئولیت محصول همانند سایر رشته‌های بیمه‌ای نقش



غیر قابل انکاری در بهبود و ترمیم وضعیت اقتصادی اعضای جامعه ایفا می‌کند. اما نقش اقتصادی بیمه مسئولیت محصول به دلیل ارتباط این بیمه با بخش تولیدی جامعه اهمیت ویژه‌ای دارد. تولیدکننده‌ای که حجم عمده‌ای از نقدینگی خود را جهت جبران خسارات احتمالی ذخیره می‌کند می‌تواند با پرداخت مبلغ اندکی به عنوان حق بیمه و اخذ بیمه‌نامه مسئولیت محصول، نقدینگی خود را در فعالیت مولدش بکار گرفته و کارآفرینی نماید. از سوی دیگر بیمه‌گر که از کاهش تواتر و شدت خسارت نفع می‌برد همواره افراد متخصص را بکار می‌گیرد تا ضمن شناسایی عوامل خطرزا در فرایند تولید، پیشنهادهای را در جهت کاهش خسارات به تولیدکننده ارائه نماید. این موضوع علاوه بر حفظ سرمایه‌های ملی همواره نقش مثبتی در بهبود کیفیت کالاها به ویژه کالاهای صنعتی داشته است.

### بیمه مسئولیت محصول، راهکار حمایت از حقوق مصرف‌کننده

در یک جامعه مدنی قوانین مسئولیت مدنی در صدد حمایت از حقوق زیاندیدگان هستند. اما گاهی این قوانین نمی‌تواند به نحو شایسته از حقوق زیاندیدگان حمایت نماید و احتمال اعسار عامل

مسئولیت مدنی تحت عنوان ائتلاف و تسبیب ضمن مواد ۳۲۸ تا ۳۲۵ قانون مدنی آمده است. در ماده ۳۲۸ در خصوص ائتلاف گفته شده است: «هر کس مال غیر را تلف کند ضامن آن است و باید مثل یا قیمت آنرا بدهد.» ماده ۳۳۱ در خصوص تسبیب می‌گوید «هر کس سبب تلف مالی شود باید مثل یا قیمت آنرا بپردازد.»

### ویژگی‌های اساسی بیمه مسئولیت محصول

ویژگی مشترک بیمه مسئولیت محصول با سایر بیمه‌های مسئولیت، تحقق مسئولیت بیمه‌گر به تبع تحقق مسئولیت بیمه‌گذار است. بر این اساس مسئولیت مدنی بیمه‌گذار وقتی تحقق پیدا می‌کند که زیان و زیان‌دیده‌ای وجود داشته و رابطه علیت بین خسارت وارد شده و فعل یا ترک فعل عامل زیان موجود باشد. ویژگی دیگر بیمه مسئولیت محصول را می‌توان از تعریف آن استخراج نمود و آن معیار تمیز بیمه مسئولیت محصول از بیمه‌نامه‌های مسئولیت حرفه‌ای است. در بیمه مسئولیت محصول کالایی وجود دارد که عیب و نقص آن موجب ایجاد مسئولیت برای بیمه‌گذار (تولیدکننده) و بیمه‌گرمی شود ولی در بیمه‌نامه‌های مسئولیت حرفه‌ای آنچه باعث تعهد می‌شود قصور در خدمتی است که بیمه‌گذار ارائه آن را به عهده گرفته است. این ویژگی از دیدگاه مسائل بازاریابی نیز قابل تأمل است چرا که تفاوت‌های واضح کالاها و خدمات، شاخص مهمی در تعیین استراتژی‌های بازاریابی است. اما ویژگی دیگری که در کشور ما تولیدکنندگان را به تهیه بیمه‌نامه مسئولیت محصول علاقه‌مند نموده است نگرش به این بیمه‌نامه به عنوان ابزاری جهت تبلیغ کالا و جلب اعتماد عمومی است. تولیدکننده به خوبی دریافته است که باور عمومی جامعه نسبت به امکان دریافت خسارت ناشی از کالای معیوب از تولیدکننده بسیار ضعیف است بنابراین با تهیه بیمه‌نامه مسئولیت محصول و استفاده از نام و نشان (Brand) بیمه‌گر در تبلیغ کالای خود، اعتقاد عمومی جامعه را نسبت به پیگیری خسارت از شرکت‌های بیمه افزایش داده و بازار فروش کالای خود را رونق می‌بخشد.

### نقش‌های اجتماعی - اقتصادی بیمه مسئولیت محصول در جامعه

تبیین نقش‌های اجتماعی - اقتصادی بیمه مسئولیت محصول به این معنی نیست که این شاخه از بیمه هیچگونه تأثیری در سایر ابعاد جامعه ندارد. مرتبط دانستن و اعتراف به تأثیر یکایک ابعاد جامعه در یکدیگر انکارناپذیر و لازمه هر تفکر سیستمی است ولی در این مجال به دلیل اهمیت بیشتر نقش‌های اجتماعی - اقتصادی بیمه مسئولیت محصول به بیان آنها می‌پردازیم:

### الف) نقش‌های اجتماعی

اولین نقش بیمه مسئولیت محصول ارتقاء سطح مدنیت در جامعه است و این بیمه مکمل قوانین مدنی به شمار می‌آید. بدیهی است هر گونه فعالیتی که مبانی آن براساس قوانین مدنی جامعه باشد

- بیمه‌های C.M.R ( اعم از صادراتی، وارداتی و ترانزیت )

- بیمه F.B.L

- عملیات ساختمانی

- پارکینگ، نمایشگاه و تعمیرگاه

- آژانسهای مسافرتی

- نمایندگان و کارگزاران بیمه

- تضمین عبور موقت خودرو

- مهندسين ناظر

- مدیریت و ناجیان استخر

- مسئولین فنی بیمارستانها

با توجه به تعدد بیمه‌های مذکور به نظر می‌رسد سهم بیمه مسئولیت محصول از اعداد و ارقام ذکر شده در طبقه سایر بیمه نامه‌های جداول ۱ و ۲ بسیار کم باشد. تعداد اندک بیمه نامه‌ها و حق بیمه دریافتی شرکت سهامی بیمه ایران جدول شماره ۳ با در نظر گرفتن فعالیت چندین ساله این شرکت در بیمه‌های مسئولیت، مؤید این موضوع می‌باشد.

بازار بالقوه بیمه مسئولیت محصول با توجه به کثرت واحدهای تولیدی، نیازمند آشنا ساختن صاحبان صنایع و واحدهای تولیدی

زبان امری است که با وجود پذیرش و اعمال قواعد مسئولیت مطلق، حقوق مصرف‌کننده را در زمینه جبران خسارت وارده و برگرداندن وضعیت او به زمان قبل از وقوع حادثه زیانبار تهدید می‌کند. از اینرو بیمه مسئولیت محصول علاوه بر نقش حمایتی خود از تولیدکننده، یک راهکار حمایتی از حقوق مصرف‌کننده نیز می‌باشد.

#### بازار بیمه مسئولیت محصول در ایران

بررسی دقیق بازار بیمه مسئولیت محصول در ایران به دلیل موجود نبودن آمار تفکیک شده این رشته از سایر بیمه‌های مسئولیت مقدور نیست ولی جدول‌های ذیل می‌تواند تا حدودی میزان رشد بیمه مسئولیت محصول و سهم بازار هر یک از شرکتهای بیمه دولتی را در این عرصه مشخص نماید. جدول شماره ۱ تعداد کل بیمه‌نامه‌های صادره در مجموعه بیمه‌های مسئولیت و جدول شماره ۲ میزان حق بیمه دریافتی شرکت‌های بیمه دولتی را در سال ۱۳۸۲ و ۱۳۸۳ در شرکتهای بیمه دولتی نشان می‌دهد.

در جدول‌های ۱ و ۲ بیمه‌مسئولیت محصول در ردیف سایر بیمه‌نامه‌ها طبقه‌بندی شده است. علاوه بر بیمه مسئولیت محصول، بیمه‌های مسئولیت ذیل نیز در این طبقه قرار می‌گیرند:

جدول شماره ۱. تعداد بیمه‌نامه‌های صادره شرکتهای بیمه دولتی

	بیمه ایران		بیمه آسیا		بیمه البرز		بیمه دانا		جمع کل
	سال ۱۳۸۲	سال ۱۳۸۳	سال ۱۳۸۲	سال ۱۳۸۳	سال ۱۳۸۲	سال ۱۳۸۳	سال ۱۳۸۲	سال ۱۳۸۳	
مسئولیت	کارفرما در برابر کارکنان	۳۶/۳۴۹	۳۹/۵۹۶	۳/۷۹۳	۵/۸۵۸	۷/۳۱۱	۱۱/۶۷۶	۹/۱۷۸	۶۷/۰۱۰
	متصدیان حمل و نقل داخلی	۲۱/۳۶۶	۲۳/۲۷۵	۱/۲۰۴	۱۰/۱۹۰	۵۰۳	۱/۲۶۹	۴۰۲	۳۵/۱۵۳
	حرفه‌ای پزشکان	۱۷/۲۰۷	۱۸/۸۵۳	۸/۲۲۰	۸/۱۳۹	۰	۰	۵/۴۶۸	۳۲/۸۵۹
	اعتبارات	۴/۲۳۰	۴/۷۱۷	۳	۰	۲	۰	۰	۴/۷۲۱
	سایر بیمه‌نامه‌ها	۹۰/۸۸۱	۹۹/۰۰۰	۹۹	۶۶۲	۰	۰	۲۷۲	۹۱/۰۹۶
	تعداد کل بیمه‌نامه‌های صادره	۱۷۰/۲۳۳	۱۸۵/۴۴۱	۱۳/۳۱۸	۲۴/۸۴۹	۷/۸۱۴	۱۲/۹۴۷	۱۵/۱۶۴	۲۰۶/۵۲۹

جدول شماره ۲. حق بیمه صادره شرکتهای بیمه دولتی

	بیمه ایران		بیمه آسیا		بیمه البرز		بیمه دانا		جمع کل
	سال ۱۳۸۲	سال ۱۳۸۳	سال ۱۳۸۲	سال ۱۳۸۳	سال ۱۳۸۲	سال ۱۳۸۳	سال ۱۳۸۲	سال ۱۳۸۳	
مسئولیت	کارفرما در برابر کارکنان	۱۰۴/۹۱۵	۱۴۷/۹۰۸	۱۶/۰۴۲	۲۶/۷۱۶	۲۰/۸۱۶	۵۴/۲۰۶	۳۴/۳۷۰	۲۷۶/۷۳۴
	متصدیان حمل و نقل داخلی	۵۶/۰۸۶	۷۶/۰۶۹	۴۶/۳۶۰	۵۷/۰۰۱	۹/۲۲۰	۱۴/۷۵۳	۱۵/۴۷۵	۱۶۷/۷۷۱
	حرفه‌ای پزشکان	۱۱/۳۰۷	۱۵/۹۴۰	۲۱/۵۴۰	۱۸/۲۲۳	۰	۰	۲/۸۰۶	۳۷/۴۵۲
	اعتبارات	۴۶/۱۸۹	۶۹/۳۴۶	۱/۰۳۸	۲۶/۸۹۴	۲/۸۳۷	۳/۸۲۷	۶۱۶	۱۰۰/۶۹۰
	سایر بیمه‌نامه‌ها	۱۲۰/۰۹۴	۱۶۹/۳۰۶	۴/۸۶۸	۹/۱۶۸	۰	۰	۳/۱۱۹	۱۸۲/۷۹۲
	کل حق بیمه‌های صادره	۳۴۱/۵۹۱	۴۸۱/۴۶۹	۸۹/۸۴۸	۱۳۸/۰۰۲	۳۲/۸۷۳	۷۲/۷۸۶	۵۶/۲۸۶	۵۲۰/۶۹۸

(ارقام به میلیون ریال)

کالاهاست. نظارت محدود و ناکافی این سازمانها از یک سو احساس نیاز تولیدکننده را نسبت به اخذ بیمه مسئولیت محصول از بین می برد، از سوی دیگر بیمهگر بعلت نامطمئن بودن از عملکرد تولیدکننده در صدور بیمه نامه تردید و تأخیر می نماید.

در پایان ذکر این نکته ضروری است که با توجه به تنوع و تعدد کالاهای تولیدی، ارزیابی ریسک و نرخ گذاری در بیمه مسئولیت محصول یکی از فنی ترین امور در فرآیند صدور این بیمه نامه ها بشمار می رود. در ارزیابی ریسک محصول معیارهای مختلفی باید مورد توجه قرار گیرد که از جمله این معیارها می توان نوع کالا، کیفیت و مشخصات محصول، شدت خطرها، ماهیت خطرها، تعدد خطرهای محتمل ناشی از مصرف کالا، عمر مفید کالا، وجود گواهی استاندارد، تجربه و تخصص کارکنان فرآیند تولید، نحوه مدیریت عمومی و کنترل کیفیت تولید محصول، سوابق، نوع و میزان ادعای مصرف کنندگان و اشخاص ثالث و میزان تعهد تولیدکننده در مقابل اشخاص ثالث را نام برد. بنابراین با توجه به تعدد معیارهای ارزیابی ریسک بیمه مسئولیت محصول، بکارگیری افراد کارآموده و تربیت نیروی انسانی متخصص توسط بیمه گران می تواند عامل مهمی در پاسخگویی به نیاز مشتریان و رفع موانع فنی توسعه نیافتگی بیمه های مسئولیت محصول باشد. همچنین تعامل بیشتر بخش تولیدی و صنعت بیمه برای شناخت متقابل از فعالیتهای تولیدی و خدمات بیمه ای متناسب با نیاز تولیدکننده، تمرکز بر ارائه بیمه مسئولیت محصول از طریق اصناف و ارگانهای نظارت کننده بر تولید کالا، اولویت بخشیدن به رفع موانع فنی توسعه بیمه مسئولیت محصول توسط بیمه گران (بعنوان عوامل در دسترس و محیط قابل کنترل) و سرانجام تهیه و تدوین برنامه های تبلیغاتی به منظور آشنا نمودن بخش تولیدی جامعه با ریسکهای فرا روی آنها می تواند تأثیر قابل ملاحظه ای در رفع موانع توسعه بیمه مسئولیت محصول داشته باشد.

سال ۱۳۸۳	سال ۱۳۸۲	سال ۱۳۸۱	
۰	۷	۲	تعداد بیمه نامه دولتی
۴۶	۸۳	۸۴	تعداد بیمه نامه مستقیم
۱۰۹۵	۴۲۰	۴۶۸	تعداد بیمه نامه غیر مستقیم
۱۱۴۱	۵۱۰	۵۵۴	تعداد کل بیمه نامه های صادره
۰	۱۲۱	۱۳	حق بیمه صادره دولتی
۱۲۱	۳۷۶	۱۶۴	حق بیمه صادره مستقیم
۲۸۲۰	۱۹۵۳	۱۷۵۲	حق بیمه صادره غیر مستقیم
۲۹۴۱	۲۴۵۰	۱۹۲۸	جمع کل حق بیمه صادره

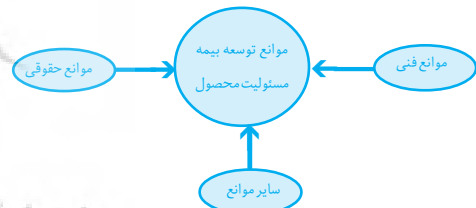
با مزایای این بیمه نامه و تلاش دست اندرکاران صنعت بیمه در جهت رفع موانع موجود بر توسعه بیمه مسئولیت محصول می باشد.

### موانع توسعه بیمه مسئولیت محصول در ایران

موانع توسعه بیمه مسئولیت محصول را می توان در دو بعد حقوقی و فنی (بیمه ای) بررسی نمود. در بعد فنی عوامل ذیل مهم ترین موانع رشد بیمه های مسئولیت محصول در ایران به شمار می روند:

۱. ضعف مراکز صدور بیمه مسئولیت محصول در پاسخگویی به نیازهای مشتریان به دلیل تنوع و وسعت دامنه کالاهای تولیدی.
۲. نرخ های ناهمگون و غیر متعارف بیمه گران برای پذیرش ریسک و گاهی اجتناب از پذیرش ریسک.
۳. طرح پرسشهای مختلف و مطالبه مدارک گوناگون از مشتری و نارضایتی وی بدلیل آمد و شدهای زیاد.

نمودار موانع توسعه بیمه مسئولیت محصول



منابع:

- کریمی، آیت. کلیات بیمه، بیمه مرکزی ایران، چاپ هفتم، تهران، ۱۳۸۲.
- محمود صالحی، جانعلی. حقوق زیاندیدگان و بیمه شخص ثالث، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ۱۳۷۲.
- کریمی، آیت. بیمه اموال و مسئولیت، دانشکده اموراتقصادی، چاپ دوم، تهران، ۱۳۷۷.
- حیدری، محمد. بیمه های مسئولیت، شرکت سهامی بیمه ایران، تهران، ۱۳۸۱.
- میرزایی، حبیب اله. جزوه آموزشی اصول بیمه، دانشکده اموراتقصادی، تهران، ۱۳۷۷.
- نصیری، میترا. تعیین عوامل مؤثر بر رشد بازار بیمه مسئولیت محصول، فصلنامه صنعت بیمه، تهران، شماره ۶۰.
- گریوانی، ام کلثوم. بیمه مسئولیت سازندگان و فروشندگان کالا، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز، ۱۳۸۱.
- معاونت امور بانکی، بیمه و شرکتهای دولتی وزارت امور اقتصادی و دارایی. اداره آمار و انفورماتیک شرکت سهامی بیمه ایران.

پاورقی:

### ۱- Product Liability Insurance

اما از نظر حقوقی عوامل ذیل مهم ترین موانع توسعه بیمه مسئولیت محصول در ایران محسوب می گردند. این موانع اصولاً نشأت گرفته از ضعف قوانین مرتبط با مسئولیت تولیدکننده است که تأثیر غیرمستقیم بر عدم توسعه بیمه مسئولیت محصول دارد:

۱. عدم شفافیت قوانین مربوط به مسئولیت تولیدکننده و تفاسیر مختلف از این قوانین.

۲. ضمانت اجرایی ناکافی قوانین موجود.

۳. غالب بودن نظریه تقصیر بر مبنای حقوقی بیمه مسئولیت محصول. براساس این نظریه اثبات تقصیر تولیدکننده در تولید کالا به عهده زیان دیده است. بنابراین چنانچه تولیدکننده مسئولیت خود را جهت جبران خسارت نپذیرد زیان دیده جهت اثبات تقصیر تولیدکننده دچار مشکل خواهد بود.

علاوه بر عوامل فوق یکی دیگر از موانع توسعه بیمه های مسئولیت محصول عملکرد نامناسب سازمان های نظارتی بر تولید