

بررسی تأثیر عوامل اقتصادی و اجتماعی بر تقاضای بیمه عمر (مطالعه موردی: بیمه ایران)

حمیدرضا رضوانی^۱، افسانه علی آبادی^۲، سارا دانیالی^۳

چکیده:

بیمه ی عمر به عنوان ابزاری برای سرمایه گذاری و همچنین، به منظور غلبه بر مشکلات ناشی از مرگ سرپرست خانواده و پیری و کهولت است. در بسیاری از کشورها با بیمه های عمر، منبع مالی عظیمی در کل جامعه از حق بیمه های گرفته شده به دست می آید که میتواند برای توسعه ی خود صنعت بیمه و یا دیگر بخش ها و خدمات رسانی بیشتر استفاده کرد. با وجود پیشرفت همه جانبه ی این بیمه در کشورهای توسعه یافته و حتی بسیاری از کشورهای در حال توسعه، محصولات بیمه ی عمر که نیاز مبرم زندگی امروز است، در سبد مصرفی خانواده های ایرانی جایگاه مطمئنی به دست نیاورده است. بنابراین، هدف از این مطالعه بررسی تأثیر عوامل اقتصادی و اجتماعی بر تقاضای بیمه عمر در بیمه ایران می باشد. پژوهش حاضر از نوع پیمایشی- کاربردی بوده و مبتنی بر روش های مدل سازی معادلات ساختاری در حالت زمینه یابی است. داده های مورد نیاز، از طریق پرسشنامه عوامل اجتماعی و اقتصادی از نمونه ای ۳۸۴ نفری از مشتریان بیمه ایران می باشد که به روش نمونه گیری تصادفی جمع آوری گردید. ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، پایایی مناسبی را برای پرسشنامه نشان داد. آزمون مدل مفهومی با روش حداقل مربعات جزئی و آزمون همبستگی متغیرها و با به کارگیری نرم افزار SMART-PLS انجام شد. چندین یافته مهم مشاهده شده است. میزان تمایل به تقاضای بیمه عمر بر عوامل اقتصادی و اجتماعی تأثیرگذار است. عوامل اقتصادی بر میزان درآمد پایین، قابل مقایسه بودن بیمه عمر سنتی با سایر فعالیت های سرمایه گذاری و میزان تمایل به تقاضای بیمه عمر موثر است و عوامل اجتماعی بر عدم فرهنگ سازی از طریق رسانه های اجتماعی و ناآشنایی مردم با بیمه های عمر تأثیر معنی داری دارد.

واژه های کلیدی: عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی، تمایل به تقاضای بیمه عمر، حداقل مربعات جزئی، بیمه ایران

Review:

Yuhe can be used as a guide to capital and a means of capitalization, with the goal of overcoming the problems caused by the death of the head of the family and old age. In many Mujahideen living conditions, huge financial resources are available to the entire community from the rights of the experts at your disposal to achieve that you can own the industry for yourself and also from your specialized services. Use. With comprehensive progress and the ability to develop advanced services and even using the received services, providing commercial and health products and urgent need, daily life, in the consumer basket of Iranian families, not to gain virtual positions. Therefore, the aim of this study was to investigate the effect of economic and social factors on the demand for life insurance in Iran Insurance. The present study is a survey-application type and is based on the methods of modeling structural equations in the field of grounding. The required data, through a questionnaire of social and economic factors, is a sample of 384 people from Iran Insurance customers, which was collected by random sampling method. Cronbach's alpha coefficient and combined reliability showed a good reliability for the questionnaire. The conceptual model test was performed using partial least squares method and variable correlation test using SMART-PLS software. Several important findings have been observed. The tendency to demand life insurance affects economic and social factors. Economic factors affect low income, comparability of traditional life insurance with other investment activities and the tendency to demand life insurance, and

^۱ حمیدرضا رضوانی؛ استادیار؛ گروه مدیریت بازرگانی؛ دانشکده مدیریت؛ دانشگاه مهرالبرز تهران؛ تهران؛ ایران rezvani@yahoo.com

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریاب- مرکز الکترونیک مهرالبرز aliabadi@yahoo.com

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی مرکز الکترونیک مهرالبرز danyali@yahoo.com

social factors have a significant effect on the lack of culture through social media and people's unfamiliarity with life insurance.

Keywords: social factors, economic factors, tendency to demand life insurance, partial minimum squares, Iran insurance

مقدمه

گسترش جامعه خویش مشارکت می‌نمایند. بیمه‌های عمر در مراحل بدوی خود بر پایه اصول علمی و فنی در رابطه با جدول های حق بیمه و نحوه انتخاب مخاطرات پایه‌گذاری نشده بود و در واقع پیدایش جدول مرگ و میر نقطه عطفی در تاریخچه بیمه عمر محسوب می‌شود و به همین دلیل امروزه بیمه‌گران در زمان گزینش بیمه‌گذاران عوامل زیر را برای قبول یا رد یک پیشنهاد و تعیین حق بیمه مناسب وضعیت سنی و سلامت بیمه‌گذار در نظر می‌گیرند (مهرآرا، ۱۳۸۵؛ حافظی، ۱۳۹۱).

بیمه عمر با توجه به ویژگی های خاص آن می‌تواند در فعال نمودن بازار سرمایه نقش اساسی ایفاء نماید. ذخایر ریاضی تجمیع شده در شرکت‌های بیمه عمر می‌توانند باعث فعالیتهای اقتصادی سودآور گردند. از آنجا که در بیمه عمر معمولاً فاصله زمانی قابل توجهی بین زمان دریافت حق بیمه توسط شرکت‌های بیمه عمر و زمان پرداخت خسارت وجود دارد، ذخایر ریاضی قابل ملاحظه ای در رابطه با هر قرارداد تشکیل می‌شود که شرکت بیمه با استفاده بهینه از آنها می‌تواند بازار سرمایه را فعال نموده و نقش جدیدتری در فعالیتهای سرمایه گذاری داشته باشد که به نوبه خود باعث افزایش اشتغال و رشد اقتصادی است. تأثیر رشد بیمه‌های عمر در اقتصاد به حدی است که بسیاری از تحقیقات کاربردی به یک رابطه یک به یک بین آن و توسعه و رشد اقتصادی با ضرایب معناداری بالا دست یافته اند (مهدوی، ۱۳۸۸).

با وجود کار های بسیار با اهمیت انجام گرفته این صنعت در کشور ما مانند اکثر کشور های در حال توسعه ناشناخته باقی مانده و نقش آن در اقتصاد کشور و زندگی خانواده ها ناچیز می باشد با مقایسه ی آمار مربوط به میزان حق بیمه های عمر در کشور های مختلف جهان با ایران ، به نهایت عقب ماندگی آن در کشور پی خواهیم برد. این امر در مورد اکثر کشور های در حال توسعه صدق می کند. کمیته امور نامرئی و مالی مربوط به تجارت در هشتمین جلسه خود در دسامبر ۱۹۸۲، با صدور قطعنامه ای درباره « بیمه عمر در کشور های در حال توسعه » از دفتر « کنفرانس سازمان ملل درباره رشد و تجارت^۴ » خواسته است تا تحقیقاتی را در رابطه با جنبه های مختلف مالی موضوع انجام دهد و همچنین اقداماتی

امروزه بیمه به عنوان یکی از مظاهر پیشرفت به شمار می رود و در بسیاری از کشورهای دنیا در زندگی افراد تاثیر گذار است. مردم از بیمه ی عمر به عنوان ابزاری برای سرمایه گذاری ، 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. حجم گسترده ی سرمانه ی شرکت های بیمه به ویژه شرکت های بیمه ی عمر در جهان، این شرکت ها را که از اجزای بازارهای مالی جهانی هستند ، به انجام فعالیت های بازرگانی و اقتصادی واداشته است. این شرکت ها بخشی از سود به دست آمده را به بیمه گذاران داده و نیزریال برای افزایش تقاضا و بازاریابی و عرضه ی محصولات بهتر به صورت گسترده ای فعالیت می کنند (تقی زاده، ۱۳۸۹). از جمله روشهایی که انسان هوشمند برای رویارویی با خطرها و تامین شرایط اقتصادی - اجتماعی و روانی خود فراهم آورده پدیده « بیمه » است ؛ زیرا بیمه ، ابزاری است که علاوه برای جبران زیان های اقتصادی ناشی از حوادث ، تامین آینده ، ارتقای سطح زندگی افراد و ایجاد بستری مطمئن برای رشد و توسعه اقتصادی موجب آرامش خاطر اعضای جامعه می شود که این موضوع به نوبه خود ، موجب پویایی حیات اجتماعی ، رشد و شکوفایی استعدادها و افزایش کارایی و بهره وری در جامعه می شود خانواده ، هنگامی که منبع اصلی در آمدش در اثر خطراتی از قبیل مرگ زودرس، از کارافتادگی، بیکاری و یا فرا رسیدن ایام پیری و بازنشستگی از بین می رود ؛ در صورتی که منابع دیگری برای جایگزینی نداشته باشد دروضع بسیار بدی قرار می گیرد در چنین شرایطی با مکانیسم بیمه های زندگی می توان با چنین پیامدهای سوئی مقابله کرد (مهدوی و ماجد، ۱۳۹۰؛ لويس، ۱۹۸۹).

بیمه‌های اشخاص (عمر، حادثه، درمانی) یکی از شاخص های شناخته شده برای سنجش میزان تأمین و رفاه مردم کشورهاست و کشورهای که افراد آن به فراخور نیاز خود از این تأمین برخوردارند، با اطمینان و اعتماد بیشتری در برنامه‌ریزی توسعه و

^۴ UNCTAD

های بزرگی مواجه می شوند که آن را بیمه نکرده باشند ممکن است به ورشکستگی و تعطیلی مواجه شوند. در چنین مواردی، نه تنها این شرکت ها ارزش خود را از دست می دهند بلکه کمکی که آن ها می توانستند به اقتصاد بکنند نیز از بین می رود که از جمله ضررهای ناشی از ورشکستگی، می توان از بیکاری کارگران و کارفرمایان، همچنین از دست رفتن فرصت خریداری مشتریان از آن شرکت و حذف درآمد مالیاتی دولت نام برد. بنابراین ثبات فراهم شده بوسیله شرکت های بیمه (صنعت بیمه)، افراد و شرکت ها را در خلق ثروت با این تضمین که سرمایه آن ها در مقابل خطرات بیمه پذیر، بیمه شده است، حمایت می کند (حسن زاده و حیدری، ۱۳۸۶).

با توضیحات بیان شده در ارتباط با این کارکرد و هم چنین مدل نظری ارائه شده می توان گفت این کارکرد بیشتر از طریق بهره وری کل عوامل تولید و نسبت سرمایه گذاری به پس انداز بر نرخ رشد اقتصادی موثر باشد.

ب) بیمه جانشین و تکمیل کننده ای برای برنامه های تأمین اجتماعی دولت است: بیمه، بویژه بیمه عمر می تواند جایگزینی برای برنامه های تأمین اجتماعی دولت باشد. هم چنین بیمه های عمر انفرادی، برنامه های تأمین اجتماعی را تکمیل می کنند. بنابراین با بیمه های عمر انفرادی فشار بر سیستم های تأمین اجتماعی کاهش می یابد و هم چنین این بیمه ها به افراد اجازه می دهند تا برنامه های امنیتی خود را با ترجیحات خود تنظیم کنند. مطالعات نشان می دهند که هزینه های انفرادی بالاتر در بیمه های عمر با کاهش هزینه های دولت در زمینه برنامه های بیمه اجتماعی در ارتباط هستند. نکته دیگر اینکه با توجه به چالش های مالی رو به رشدی که سیستم های بیمه اجتماعی کشورها با آن مواجه اند، این نقش جانشینی و تکمیل کنندگی صنعت بیمه بسیار با ارزش خواهد بود. با توجه به مطالب ارائه شده می توان گفت این کارکرد، بیشتر از طریق نرخ پس انداز و بهره وری عوامل تولید بر نرخ رشد اقتصادی موثر باشد (جعفری و کارگر، ۱۳۸۶).

ج) بیمه، تجارت و معاملات را تسهیل می کند: تولیدات و خدمات زیادی تنها هنگامی که بیمه مناسب موجود باشد، تولید و فروخته خواهند شد. به عبارت دیگر پوشش بیمه ای شرطی برای وارد شدن در چنین فعالیت هایی است. سرمایه گذاران سرمایه خود را زمانی به پروژه های با ریسک بالا اختصاص می دهند که سرمایه آن ها از بیمه مناسبی برخوردار باشد. به عبارت دیگر اگر کارآفرینان از بیمه مناسبی برخوردار باشند (پوشش بیمه ای مناسبی داشته باشند) معاملات و تجارت را گسترش می دهند. در نتیجه می توان

را که کشورهای در حال توسعه عضو یونکتاد باید در قالب رقابت بودن بیمه عمر در مقایسه با سایر سپرده ها انجام دهند توصیه نموده است (سیگما، ۲۰۰۹). یکی از شاخص های توسعه یافتگی صنعت بیمه در دنیا، سهم فعالیت های بیمه های عمر از بازار بیمه است. سهم بیمه عمر در بازار بیمه در ایران، به دلیل سطح بالای تورم، پایین بودن درآمد سرانه و فعالیت کم موسسات، در سال های گذشته هیچ گاه حدود ۱۰٪ نبوده است. حرکت صنعت بیمه بر اساس این روند، سهمی حدود ۱۰٪ از کل حق بیمه های بازار را تا سال ۱۳۹۲ رقم خواهد زد و با فرضی خوشبینانه تا سال ۱۴۰۴ به حدود ۱۵۵ خواهد رسید (بیمه مرکزی ج.ا. ۱۳۸۸). بنابراین مساله اصلی این پژوهش، بررسی تأثیر عوامل اقتصادی و اجتماعی بر تقاضای بیمه عمر از دیدگاه مشتریان بیمه ایران می باشد.

مبانی نظری پژوهش

امروزه بیمه واقعیتی است که در پرتو آن مسیر رسیدن به این هدف هموار می گردد. بیمه تکیه گاه مناسبی است که در زمان هایی خاص به کمک افراد آمده و وضعیت اقتصادی آنها را سر و سامان داده و امنیت خاطر و رفاه مالی آنان را فراهم می سازد. اصولاً بیمه یک قرارداد و توافق بین شرکت یا سازمان بیمه ای با افراد و اقضار جامعه است. هر گونه توافقی که شده باشد لازم الاجراست. نظر به اینکه افراد به نوعی تحت پوشش یکی از انواع بیمه ها می باشند در شرایط عمومی هر یک از بیمه ها در ابتدا تعاریف مختصری راجع به بعضی از واژه های مربوطه ارائه شده است (روبايه، ۲۰۰۰؛ کارگزار، ۱۳۸۵).

صنعت بیمه یک مؤسسه مالی غیربانکی است لذا علی رغم فقدان ادبیات نظری آشکار در زمینه توسعه بیمه و رشد اقتصادی، ما با بیان مطالعات نظری و بررسی مطالعات تجربی انجام شده و هم چنین تمرکز بر کانال های اثرگذاری صنعت بیمه روی رشد اقتصادی سعی در پوشش این شکاف داریم. در این خصوص اسکیر (۱۹۹۸) بیان کرد که از دیدگاه عملکردی شرکت های بیمه می توانند روی رشد اقتصادی تأثیر داشته باشند که این عملکرد در هفت زمینه می باشد:

الف) بیمه باعث افزایش ثبات مالی می شود: بیمه با خسارت دادن به آن هایی که ضرر و زیان دیده اند به استحکام و ثبات مالی افراد، خانوارها و سازمان ها کمک می کند. بدون بیمه افراد و خانوارها از لحاظ مالی فقیر شده و مجبور می شوند برای کمک دست نیاز به سمت اقوام، دوستان یا دولت دراز کنند. شرکت هایی که با خسارت

افزایش بهره‌وری کل عوامل تولید کمک می‌کند (برات پور، ۱۳۹۰؛ چو، ۲۰۰۰).

ه) بیمه مدیریت ریسک را تسهیل می‌کند: فرآیند مدیریت ریسک شامل مراحل: (۱) شناسایی ریسک (۲) اندازه‌گیری ریسک (۳) ارزیابی ریسک (۴) کنترل ریسک می‌باشد. واسطه‌ها و سیستم مالی، ریسک را قیمت‌گذاری، انتقال و جمع‌آوری و کاهش می‌دهند. هر چه سیستم مالی خدمات مدیریت ریسک را بهتر فراهم کند، محرک‌های سرمایه‌گذاری و پس‌انداز افزایش یافته و منابع کارآتر تخصیص می‌یابند. حال سوال این است که موسسات مالی چگونه ریسک را قیمت‌گذاری می‌کنند؟ قیمت‌گذاری ریسک برای تمام واسطه‌های مالی اساسی است. بیمه‌گران ریسک را در دو سطح، قیمت‌گذاری می‌کنند: الف - بیمه‌گران احتمال خسارت موسسات، اشخاص و اموالی که برای آن‌ها بیمه‌خرداری می‌شود را ارزیابی می‌کنند، حال هر چه احتمال خسارت بیشتر باشد، قیمت بالاتر می‌رود. به عبارت دیگر با افزایش احتمال خسارت، قیمت ریسک افزایش می‌یابد. بیمه‌گران در ارزیابی احتمال خسارت از بیمه‌شدگان می‌خواهند عوامل افزایش یا کاهش ریسک را شرح دهند. بنابراین بیمه‌گران به طور منطقی تر با ریسک روبرو می‌شوند.

ب- بیمه‌گران وضعیت سرمایه‌گذاران متقاضی وام را نیز دقیقاً مورد بررسی قرار می‌دهند که موفقیت آن‌ها در پروژه‌های سرمایه‌گذاری شده قبلی چگونه بوده است و به عبارت دیگر اعتبار آن‌ها مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. این فرایند به بیمه‌گران امکان می‌دهد که در مورد مشخصات ریسک شرکت، اطلاعات بهتری کسب کنند. در خصوص انتقال ریسک می‌توان گفت، بیمه به موسسات و افراد اجازه می‌دهد که ریسک خود را به جهت برطرف کردن نیازهایشان انتقال دهند. ریسک اموال، مسئولیت، از دست دادن درآمد و سایر ریسک‌ها قابل انتقال به یک بیمه‌گر برای قیمت‌گذاری هستند. به علاوه بیمه‌گران عمر با تنظیم قراردادهای مناسب به افراد کمک می‌کنند که پس‌اندازشان را به یک وضعیت با ریسک مطلوب تغییر دهند. جمع‌آوری ریسک در قلب بیمه قرار دارد (مرکز اصلی بحث بیمه است). جمع‌آوری ریسک نیز همانند قیمت‌گذاری ریسک در دو مرحله صورت می‌گیرد.

الف- بیمه‌گران در جمع‌آوری ریسک افراد بطور منطقی می‌توانند کل خسارت را برآورد کنند. هر چه تعداد بیمه‌شده بیشتر باشد، تجربه بیمه‌گر پایدارتر و قابل پیش‌بینی تر خواهد بود. نکته دیگر اینکه هر چه تعداد بیمه‌شده بیشتر باشد، منجر به کاهش در ضریب خسارت خواهد شد و به بیمه‌گران اجازه می‌دهد که حق

گفت بیمه فعالیت کارآفرینان و تجارت جهانی را پایه‌گذاری می‌کند و بدون بیمه، تجارت و معاملات کاهش خواهند یافت. به عبارت دیگر بیمه در درجه باز بودن یک اقتصاد نقش آفرینی می‌کند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۹).

د) بیمه به تجهیز پس‌اندازها کمک می‌کند: مطالعات انجام شده نشان می‌دهند که به طور متوسط کشورهایایی که پس‌انداز بیشتری دارند، سریع‌تر رشد می‌یابند. به عبارت دیگر پس‌انداز موتور رشد اقتصادی هر کشور می‌باشد. حال بیمه‌گران (صنعت بیمه) می‌توانند نقش مهمی در تجهیز پس‌انداز و تخصیص آن در سرمایه‌گذاری ایفا نمایند (همان منبع).

در این خصوص بیمه‌گران (صنعت بیمه) به سه طریق، کارایی سیستم مالی را افزایش می‌دهند. الف) بیمه‌گران هزینه‌های معامله مربوط به گردآوری پس‌انداز کنندگان و وام‌دهندگان را کاهش می‌دهند. بدین صورت که، هزاران نفر به طور نسبی حق بیمه می‌پردازند و سپس بیمه‌گران این پول را به عنوان وام در اختیار مؤسسات و شرکت‌های سرمایه‌گذار قرار می‌دهند. وقتیکه بیمه‌گران این کار واسطه‌ای را انجام می‌دهند به بیمه‌گذاران انفرادی کمک می‌کنند تا از کارهای پرهزینه و وقت‌گیر وام‌دادن و سرمایه‌گذاری مستقیم اجتناب کنند. بیمه‌گران در مقایسه با افراد می‌توانند اطلاعات لازم برای سرمایه‌گذاری مستقیم اجتناب کنند. بیمه‌گران در مقایسه با افراد می‌توانند اطلاعات لازم برای سرمایه‌گذاری سالم را با کارایی بیشتری بدست آورند، در نتیجه منافع حاصل از سرمایه‌گذاری در پروژه‌های با بازدهی بالا از طریق کاهش در حق بیمه وصولی در صدور بیمه‌نامه در سال‌های آتی به طور غیرمستقیم در اختیار بیمه‌گذاران قرار می‌گیرد.

ب) بیمه‌گران با دریافت حق بیمه از بیمه‌گذاران، قادرند وجوه نقد را به صورت وام‌های بلندمدت و دیگر سرمایه‌گذاری‌ها اختصاص دهند به عبارت دیگر بیمه‌گران نقدینگی ایجاد می‌کنند و عدم نقدینگی را از طریق پرداخت وام کاهش می‌دهند. ج) بیمه‌گران صرفه‌های اقتصادی مقیاس را در سرمایه‌گذاری‌ها ایجاد می‌کنند. زیرا بیشتر پروژه‌های سرمایه‌گذاری که کاملاً بزرگ هستند نیاز مالی بالایی دارند که بیمه‌گران قادرند با جمع‌آوری حق بیمه بیمه‌گزاران، نیازهای مالی چنین پروژه‌هایی را تأمین کنند. در نتیجه بیمه‌گران با گسترش پروژه‌های سرمایه‌گذاری و با تشویق کارایی اقتصادی به اقتصاد ملی کمک می‌کنند. بدین ترتیب این کارکرد صنعت بیمه دقیقاً در ارتباط با نرخ پس‌انداز و نسبت سرمایه‌گذاری به پس‌انداز تأثیرگذاری توسعه بیمه و رشد اقتصادی در مدل پاگانو می‌باشد. همچنین به طور غیرمستقیم به

بیمه کمتری مطالبه کنند، بنابراین حق بیمه در سطح پایین تری حفظ می شود. ب- بیمه گران از جمع آوری حق بیمه و سرمایه گذاری این وجوه سود می برند، به عبارتی شرکت های بیمه از فعالیت های سرمایه گذاری سود می برند. بیمه گران با جمع آوری حق بیمه از افراد و مؤسسات در یک دامنه گسترده به پرتفوی سرمایه گذاری خود تنوع خواهند بخشید. هم چنین قصو و کوتاهی برخی از وام گیرندگان بوسیله تعداد بیشتر سرمایه گذاران قوی و سالم جبران خواهد شد. هر چه تجربه سرمایه گذاری بیمه گر پایدارتر و قابل پیش بینی تر باشد، برای وام دادن کمتر هزینه خواهد کرد. به عبارت دیگر در وام دادن کمتر دچار مشکل خواهد شد. بدین ترتیب این کارکرد صنعت بیمه می تواند از طریق افزایش نسبت سرمایه گذاری به پس انداز، روی نرخ رشد اقتصادی اثر بگذارد.

(و) بیمه به کاهش خسارت کمک می کند: شرکت های بیمه برای کمک به بیمه شدگان جهت کاهش و جلوگیری از خسارت از انگیزه های اقتصادی بهره می گیرند. علاوه بر این دانش دقیق هر شرکت بیمه در مورد حوادث و فعالیت های زیان آور به آن امکان می دهد که زمینه کنترل و ارزیابی خسارت با سایر شرکت های بیمه رقابت کند. وقتی که قیمت گذاری و دسترسی به بیمه به تجربه خسارت و رفتار ریسکی وابسته باشد، بیمه گذاران ابزارهای اقتصادی کنترل خسارت را به دست می آورند. بیمه گران از برنامه ها و ابزارهای کنترل خسارت از قبیل جلوگیری از آتش سوزی، فعالیت های بهداشتی و سلامت کار، جلوگیری از زیان صنعتی، کاهش در خسارت اتومبیل، سرقت و حادثه حمایت زیادی می کنند. این برنامه و ابزارها، خسارت وارده به مؤسسات و افراد را کاهش داده و مدیریت ریسک را تکمیل می کنند. به عبارت دیگر جامعه نیز به طور کلی از کاهش چنین خسارت هایی سود می برند. خدماتی که شرکت بیمه برای پیشگیری و کنترل خسارت ارائه می دهد، کاهش فراوانی و شدت خسارت را مورد هدف قرار می دهد. از آنجا که کاهش خسارت ها باعث افزایش سود مورد انتظار و کاهش حق بیمه ای مرتبط می شود، وجود فعالیت های مربوط به کنترل و پیشگیری از خسارت، به یک نیاز اساسی برای شرکت های بیمه تبدیل شده است. این عملکرد بیمه می تواند از طریق بهره وری کل عوامل تولید بر نرخ رشد اقتصادی موثر باشد (آل احمد و همکاران، ۱۳۹۱).

سرمایه گذاران جمع آوری می کنند. پس انداز کنندگان و سرمایه گذاران انفرادی ممکن است وقت، منابع و توانایی به عهده گرفتن، جمع آوری و پردازش این اطلاعات را نداشته باشند. اما بیمه گران در این زمینه مزیت دارند و در تخصیص سرمایه مالی و کنترل ریسک بیمه بهتر عمل می کنند. بیمه گران سالمترین و کارآمدترین شرکت ها، پروژه ها و مدیران را انتخاب کرده و برای آن ها بیمه و سرمایه مالی تهیه می کنند. بیمه گران گرایش دائمی به شرکت ها، مدیران و پروژه هایی دارند و آن هایی را تدارک سرمایه مالی می کنند که به بهترین نحو به سود سهامداران کار کنند. با انجام این کار بیمه گران (شرکت های بیمه) جهت تدارک مالی، به طور محسوس شرکت هایی که از مدیریت خوب برخوردار هستند را انتخاب می کنند. از این طریق شرکت های بیمه نه تنها باعث تخصیص کارآمدتر سرمایه می شوند بلکه کنترل ریسک را نیز سرعت می بخشند. هم چنین این عملکرد بیمه می تواند از طریق افزایش سرمایه گذاری به پس انداز روی نرخ رشد اقتصادی اثر بگذارد. به طور خلاصه صنعت بیمه با هفت عملکرد خود از دو کانال، الف) انباشت سرمایه (فیزیکی، انسانی) و

ب) نوآوری فنی، می تواند روی رشد اقتصادی تأثیر بگذارد (صمیمی، کارگر، ۱۳۸۶).

موانع پیش روی توسعه بیمه های عمر در ایران

براساس مطالعات گوناگونی که در زمینه شناسایی موانع توسعه بیمه های عمر با رویکردهای مختلف در کشور صورت گرفته ، مهمترین موانع به چهار عامل زیر تقسیم می شود :

(رشنوادی، ۱۳۸۷)

عوامل اقتصادی :

بالا بودن نرخ تورم، پایین بودن درآمد سرانه، عدم ثابت سیاست های اقتصادی در کشور، بار تکفل بالا یا ابعاد خانواده، قابل رقابت نبودن بیمه های عمر سنتی با سایر فعالیتهای سرمایه گذاری (ونگ، ۲۰۰۵).

عوامل ساختاری : عدم ارائه برنامه مناسب برای مشارکت بیمه گذاری در منافع حاصل از سرمایه گذاری ذخایر ریاضی توسط شرکت های بیمه، فقدان فعالیت های تخصصی در زمینه بیمه های زندگی، فقدان برنامه ریزی در زمینه آموزش و آگاهی به شبکه های فروش، دولتی بودن شرکت بیمه، عدم انگیزه کافی در شرکت های خصوصی برای بازاریابی و تبلیغات به دلیل واگذاری سهم ۵۰ درصدی به بیمه مرکزی ایران و هزینه های بالای تبلیغات، وضع قوانین و مقررات دست و پا گیر، عدم توجه به مساله بازخرید بیمه

نامه های الگوی استاندارد برای شرایط عمومی بیمه نامه، کمبود نیروی انسانی کار آمد در عرضه خدمات بیمه ای از جمله بیمه های زندگی، عدم انگیزه در فروشنده برای بهبود و افزایش کیفیت و مطلوبیت مداوم مهارت های حرفه ای خود، کمبود تبلیغات مناسب و اطلاع رسانی صحیح به جامعه از طرف شرکت های بیمه، عدم برنامه ریزی در تشخیص نیازهای بیمه گذاران بالقوه در جهت ایجاد طرح های مناسب با نیازهای اقشار مختلف جامعه، فقدان برنامه ریزی در زمینه آموزش، عدم تاسیس شرکت بیمه تخصصی (۱): یکی از مهم ترین مشکلات ساختاری کشورهای جهان سوم نظیر ایران این است که اختلافات طبقاتی زیادی بین دهک های جامعه وجود دارد و اکثریت جامعه در سطح افراد کم درآمد و یا به عبارتی نسبتاً فقیر هستند و درصد بسیار کمی ثروتمند و مرفه و درصد کمی نیز در سطح متوسط قرار دارند (مهدوی، ۱۳۹۱).

عوامل اجتماعی: عدم فرهنگ سازی در جامعه از طریق رسانه های جمعی و با حمایت دولت، نا آشنایی مردم با بیمه های عمر و مترادف دانستن آنها با بیمه تامین اجتماعی (لی، ۲۰۰۸).

عوامل فرهنگی: عدم اعتقاد به اولویت خرید بیمه نامه عمر در مقایسه با سایر امکانات، فرهنگ تقدیر گرایی و توجه غیر اصولی به پدیده سرنوشت، نبود تفکر و اندیشه آینده نگر (لی، ۲۰۰۸).

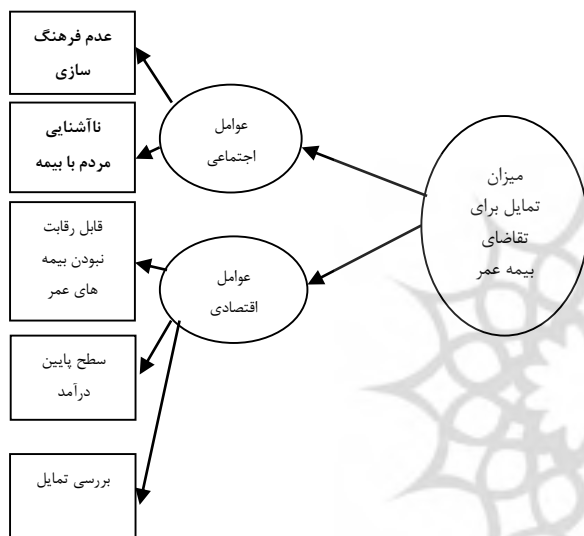
فرضیه های پژوهش

فرضیه های اصلی:

۱. میزان تمایل به تقاضای بیمه عمر بر عوامل اقتصادی تاثیر معنی داری دارد.
۲. میزان تمایل به تقاضای بیمه عمر بر عوامل اجتماعی تاثیر معنی داری دارد.

فرضیه های فرعی:

۱. درآمد پایین بر عوامل اقتصادی تاثیر معنی داری دارد.
۲. قابل مقایسه نبودن بیمه عمر سنتی بر عوامل اقتصادی تاثیر معنی داری دارد.
۳. میزان تمایل برای تقاضای بیمه عمر بر عوامل اقتصادی تاثیر معنی داری دارد.
۴. عدم فرهنگ سازی در جامعه از طریق رسانه های اجتماعی بر عوامل اجتماعی تاثیر معنی داری دارد.
۵. ناآشنایی مردم با بیمه عمر بر عوامل اجتماعی تاثیر معنی داری دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش تحقیق

روش شناسی پژوهش

نمونه: نمونه انتخابی در این مطالعه، مشتریان بیمه عمر در بیمه ایران در سطح کلان شهر تهران می باشند. پرسشنامه ها به بر اساس اطلاعات از ۴۵۰ مشتری در کلیه شعبات بیمه ایران، ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شد که بر اساس نمونه گیری تصادفی در شعبات بیمه ایران صورت گرفت، در کل ۳۸۴ نفر در این مطالعه شرکت نمودند.

اعتبار و پایایی: یک ابزار پیمایشی باید با استفاده از تکنیک های اماری مانند تست پایایی برای تایید پیوستگی درونی معیارها و تجزیه و تحلیل عوامل جهت تایید روایی ساخت که شامل روایی همگرا و افتراقی است مورد بررسی قرار گیرد. مقادیر آلفای کرونباخ از ۰,۷۹۹ تا ۰,۹۵۴ در نظر گرفته شده که برای همه ی ابعاد از

سوالات ما بین ۰,۷ و ۱ محاسبه می‌شود که هر چقدر به ۱ نزدیکتر باشد، مطلوب‌تر می‌باشد. پایایی ترکیبی هر یک از سازه‌ها، از ضریب دیلون - گلدشتاین (CR) استفاده شد. مقادیر قابل پذیرش باید ۰,۷ یا بیشتر باشند. مقادیر میانگین واریانس استخراج شده - AVE-۰,۵ و بیشتر برای این شاخص توصیه شده است و این امر به معنای آن است که سازه مورد نظر حدود ۵۰ درصد یا بیشتر واریانس نشانگرهای خود را تبیین می‌کند.

جدول ۱. آماره‌های اصلی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پنهان	ابعاد متغیرهای پنهان	میانگین واریانس استخراجی	اعتبار مرکب	ضریب تعیین	آلفای کرونباخ
عوامل اجتماعی	رسانه‌های اجتماعی	۰/۶۷	۰/۸۱	۰/۸۲۲	۰/۸۸
	ناآشنایی مشتریان	۰/۶۱	۰/۷۶	۰/۴۲۶	۰/۸۵
عوامل اقتصادی	درآمد پایین	۰/۵۸	۰/۷۲	۰/۷۸۷	۰/۷۹
	بیمه‌های سنتی	۰/۵۵	۰/۷	۰/۴۲۹	۰/۷۵
	میزان تمایل	۰/۱۶	۰/۷۵	۰/۴۵۴	۰/۸۴
میزان تمایل		۰/۵۲	۰/۷		۰/۷۳

مدل درونی

پس از آزمون مدل بیرونی، اکنون لازم است تا مدل درونی که نشانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش است، آرایه شود. با استفاده از مدل درونی می‌توان به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخت. مدل درونی پژوهش با کاربرد نرم‌افزار SMARTPLS انجام شد. مدل مفهومی آزمون شده در شکل ۲ و ۳ آرایه شده است.

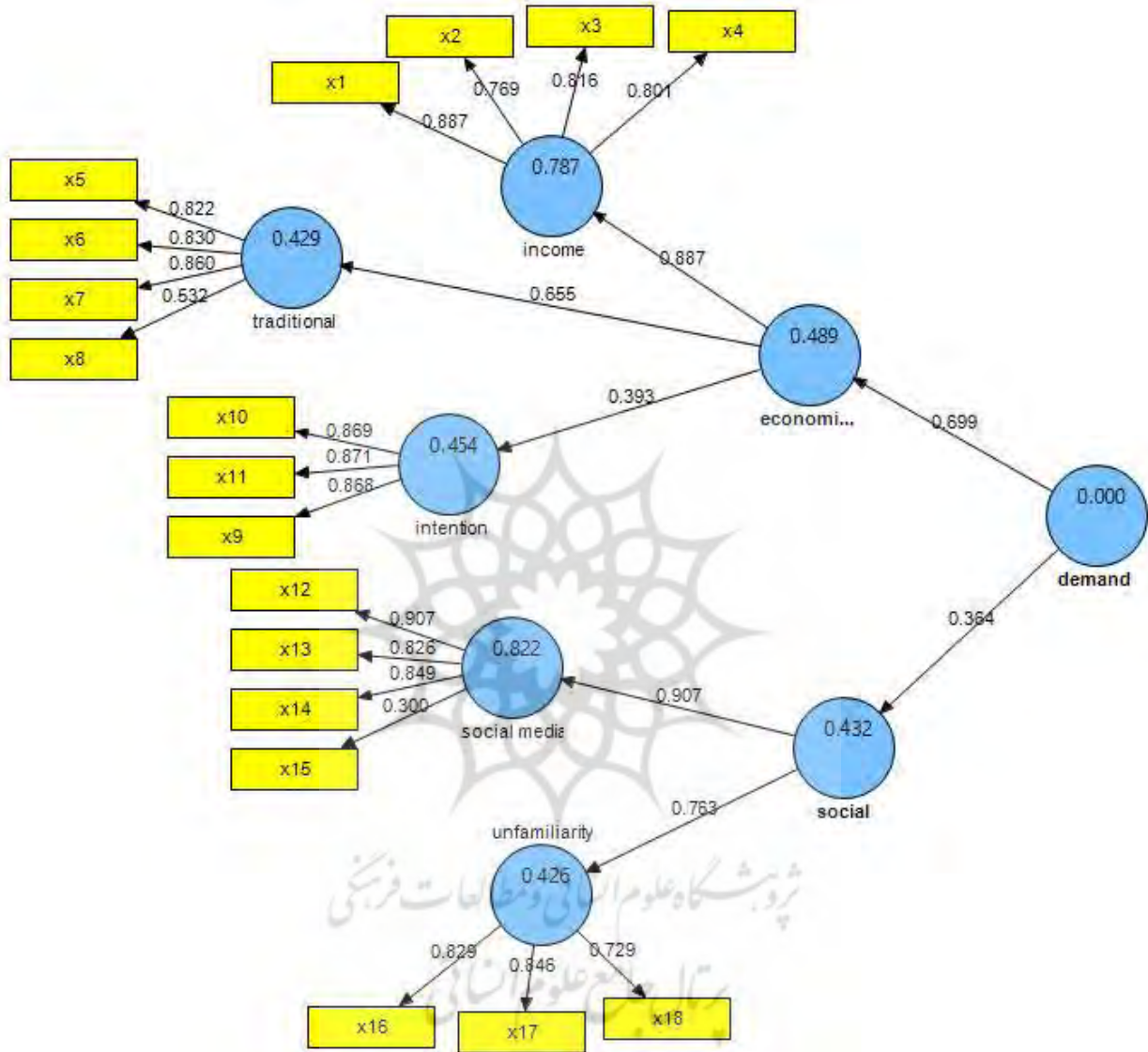
۰,۷ از بیشتر است. از این رو همه شاخص‌ها از پایایی لازم برخوردار هستند.

سنجش متغیرها: بر اساس اصول طراحی مقیاس پیشنهاد شده توسط چرچیل (۱۹۷۹)، یک پرسشنامه با مقیاس پنج نقطه‌ای لیکرت به عنوان منبع اندازه‌گیری سازه‌های تعیین شده در مدل طراحی شد و در تحقیق حاضر، مورد آزمایش قرار گرفت. پرسشنامه‌ها، به دقت از مطالعات مرتبط جمع‌آوری شده‌اند.

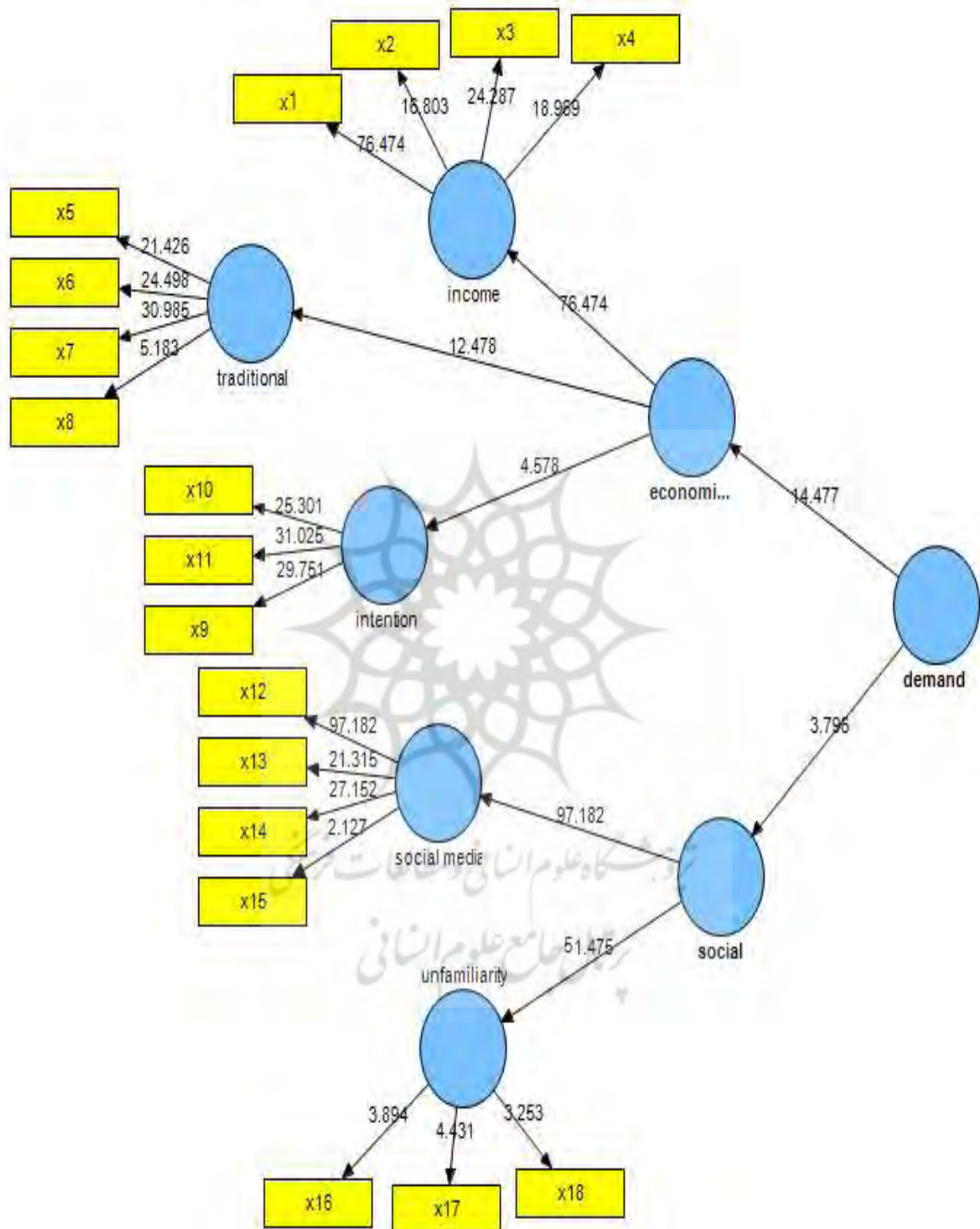
روش تحلیل داده‌ها: برای آزمون مدل مفهومی پژوهش، از روش تحلیل مسیر استفاده شده است. روش تحلیل مسیر تعمیمی از رگرسیون معمولی است که قادر است علاوه بر بیان آثار مستقیم، آثار غیر مستقیم و اثر کل هر یک از متغیرهای مستقل را بر متغیرهای وابسته نشان دهد و با بیان منطقی روابط و همبستگی مشاهده شده آنها را تفسیر کند. این روش ترکیب ریاضی و آماری پیچیده‌ای از تجزیه و تحلیل عاملی و رگرسیون چند متغیره است که در یک سیستم پیچیده گرد هم آمده تا پدیده‌های پیچیده را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد. از طریق این فنون پژوهشگران می‌توانند ساختارهای فرضی (مدل‌ها) را رد یا انطباق آنها را با داده‌ها تایید کنند (آکر و جکوبسون، ۱۹۹۴). نرم‌افزار مورد استفاده، Smart-PLS است. این نرم‌افزار از روش حداقل مربعات جزئی برای آرایه مدل‌های معادلات ساختاری استفاده می‌کند و قابلیت آزمون هر دو نوع متغیر (تشکیل‌دهنده و انعکاسی) را داراست، همچنین نسبت به وجود شرایطی مانند هم‌خطی متغیرهای مستقل، نرمال نبودن داده‌ها، کوچک بودن حجم نمونه سازگار است (همان منبع).

مدل بیرونی و جدول داده‌ها

در مدل‌های PLS دو مدل آزمون می‌شود. مدل اول شامل مدل بیرونی است که هم‌ارز مدل اندازه‌گیری در معادلات ساختاری است. مدل دوم، مدل درونی است که هم‌ارز مدل ساختاری در مدل‌های معادلات ساختاری است. شاخص‌های برازش رایج در مدل‌های اندازه‌گیری PLS برای چهار متغیر مکنون پژوهش در قالب جدول ۲ آرایه شده است. آماره‌های اصلی (پایایی، بارهای عاملی تأییدی، میانگین واریانس استخراج شده و پایایی مرکب) برای تمامی متغیرهای پژوهش در جدول ۱، نشان داده شده است. ضریب پایایی



شکل ۲. مدل آزمون شده حاصل از نرم افزار حداقل مربعات جزئی در حالت استاندارد



شکل ۳. مدل آزمون شده حاصل از نرم افزار حداقل مربعات جزئی در حالت سطح معنی داری

جدول (۳): همبستگی بین متغیرهای تحقیق

نآشنایی مشتری	رسانه اجتماعی	تمایل به بیمه گذار	بیمه عمر سنتی	درآمد پایین	اجتماعی	اقتصادی	
						۰,۷۲۸	اقتصادی
					۰,۷۲۱	۰,۴۶۸	اجتماعی
				۰,۷۹۴	۰,۴۶۱	۰,۷۱۷	درآمد پایین
			۰,۷۶۲	۰,۵۷۱	۰,۴۸۹	۰,۵۷۹	بیمه عمر سنتی
		۰,۸۱۹	۰,۶۲۵	۰,۴۷۲	۰,۳۸۸	۰,۷۱۸	تمایل به بیمه گذاری
	۰,۷۴۲	۰,۷۱۳	۰,۴۹۶	۰,۵۰۸	۰,۷۴۸	۰,۶۷۶	رسانه اجتماعی
۰,۸۷۶	۰,۳۴۲	۰,۸۸۷	۰,۴۳۳	۰,۸۸۸	۰,۳۴۱	۰,۶۸۹	نآشنایی مشتری

جدول ۲. نتایج مربعات جزئی (PLS) برای فرضیه‌ها

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	آماره T	فرضیه	نتیجه نهایی
میزان تمایل به تقاضای بیمه عمر	عوامل اقتصادی	۰/۶۹۹	۱۴,۴۷۷	H _۱	تأیید
عوامل اقتصادی	عوامل اجتماعی	۰/۳۶۴	۳,۷۹۶	H _۲	تأیید
عوامل اجتماعی	درآمد پایین	۰/۸۸۷	۷۶,۴۷۴	H _۳	تأیید
عوامل اجتماعی	بیمه های سنتی	۰/۶۵۵	۱۲,۴۷۸	H _۴	تأیید
عوامل اجتماعی	میزان تمایل	۰/۳۹۳	۴,۵۷۸	H _۵	تأیید
عوامل اجتماعی	رسانه های اجتماعی	۰/۹۰۷	۹۷,۱۸۲	H _۶	تأیید
عوامل اجتماعی	نآشنایی مشتریان	۰/۷۶۳	۵۱,۴۷۶	H _۷	تأیید

بحث و نتیجه گیری

با توجه به اینکه برای هر کدام از موارد بررسی در این تحقیق شاخص‌هایی تعیین شده است، لذا پیشنهاد می‌شود که جهت بهبود هر کدام از عوامل مذکور، با توجه به شاخص‌های مربوطه، به شرح زیر اقدام گردد:

الف: در جهت بهبود و ارتقاء عامل سطح پایین درآمد موثر بر تقاضای بیمه عمر پیشنهاد می‌گردد:

- با توجه به تأثیر درآمد بر تقاضای بیمه‌های عمر و پایین بودن درآمد سرانه کشور به نظر می‌رسد که شرکت‌های بیمه باید از طریق ایجاد بیمه‌های عمر با حق بیمه پایین، افراد کم درآمد را تشویق به خرید بیمه عمر کنند.
- افزایش درآمد سرانه و حمایت از دهک‌های پایین جامعه و استفاده از طرح‌های تشویقی جهت حمایت از این گروه‌ها برای استفاده از بیمه‌های عمر.
- سرمایه‌گذاری‌های مناسب از درآمد‌های حق بیمه‌های عمر و طرح‌های مناسب و سهام‌کردن بیمه‌گذاران در سود حاصل.

همبستگی بین متغیرهای پژوهش

در پژوهش حاضر علاوه بر سنجش اثرات یکطرفه توسط آزمون‌های رگرسیونی در بخش قبلی به سنجش روابط تعاملی نیز اقدام شده است. همبستگی بین متغیرها نیز در جدول ۳، آرایه شده است که قطر این ماتریس مجذور مقادیر میانگین واریانس استخراج شده را نشان می‌دهد که برای تمام متغیرها، بالاتر از ۰,۵ می‌باشد.

بر این مبنا نتایج آزمون همبستگی پیرسون در سطح معنی‌داری یک درصد، وجود همبستگی بین هوش بازاریابی، هوش رقبا، هوش تکنولوژیکی، هوش راهبردی با عملکرد بازاریابی را نشان می‌دهد. شایان ذکر است که کمترین همبستگی در مدل تحقیق مربوط به همبستگی عوامل اجتماعی و نآشنایی مشتریان با مقدار ۰,۳۴۱ می‌باشد و بیشترین همبستگی در مدل تحقیق مربوط به همبستگی درآمد پایین و نآشنایی مشتریان برابر با ۰,۸۸۸ می‌باشد. همانطور که مشهود است، نتایج آزمون همبستگی و آزمون حداقل مربعات جزئی وجود رابطه معنی‌دار و مثبت بین متغیرهای تحقیق را تأیید می‌کند و گواهی بر تأیید فرضیه‌ها است.

پیشنهاد به محققین آتی :

- ❖ برای کار آینده پیشنهاد برای گسترش مجموعه ای از متغیرهای اجتماعی و اقتصادی برای انتظار وجود دارد طول عمر، شهرنشینی، و نظام رفاه اجتماعی است.
- ❖ با توجه به محدودیت های مالی و زمانی این تحقیق در شهرستان رشت انجام گرفته که در تحقیقات آتی تاثیر عوامل اقتصادی و اجتماعی بر تقاضای بیمه عمر در سایر بخش ها نیز انجام پذیرد.
- ❖ بررسی سایر عوامل تاثیر گذار بر تمایل به تقاضای بیمه عمر از جمله عوامل فرهنگی و ساختاری صورت پذیرد.

منابع و ماخذ

- آل احمدی ایتسام ، سلطانی حامد ، دقیقی اصلی علی رضا ، مومنی وصالیان هوشنگ (۱۳۹۱) ، تحلیل تاثیر تورم بر تقاضای بیمه های عمر ، پنجمین کنفرانس و جشنواره کسب و کار بیمه
- برات پور مصطفی ، امام دری قدرت الله ، دقیقی اصلی علیرضا ، بیژن باصری (۱۳۹۰) ، عوامل موثر بر بیمه عمر ، پژوهشنامه بیمه ، صص ۱-۲۹
- بیمه مرکزی ج.ا.ا ۱۳۸۸ ، صنعت بیمه در ایران ، چالش ها و راهکارها ، انتشارات بیمه مرکزی
- تقی زاده، محمدرضا (۱۳۸۹). ارزیابی تاثیر عناصر آمیخته بازاریابی خدمات بر تمایل به خرید بیمه های عمر و پس انداز (مطالعه موردی: شرکت بیمه ایران، استان گیلان)
- جعفری صمیمی، احمد؛ کارگر، ابراهیم (۱۳۸۶). توسعه بیمه و رشد اقتصادی: تحلیل نظری و تجربی در اقتصاد ایران ۱۳۳۸-۱۳۸۳، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۵، صص ۸۵-۱۱۳.
- حافظی محمد حسن ، (۱۳۹۱) تاریخچه ای از صنعت بیمه در ایران ، جهان ، پیک بیمه ، شماره ۲۱۷
- حسن زاده، علی وحیدری، حسن (۱۳۸۶)، بررسی نقش بیمه های خرد در کاهش فقر و نقش بیمه عمر در آن، مجموعه مقالات چهاردهمین سمینار بیمه و توسعه، صص ۶۱.
- خاکی غلامرضا ، ۱۳۹۰ ، روش تحقیق در مدیریت ، چاپ ششم ، تهران ، انتشارات بازتاب

- ب: در جهت بهبود و ارتقاء عامل قابل رقابت نبودن بیمه های عمر سنتی با سایر فعالیت های سرمایه گذاری موثر بر تقاضای بیمه عمر پیشنهاد می گردد:
- جهت دادن حق بیمه ها به سمت طرح های عمرانی و سازندگی که بازده مناسبی دارند.
- استفاده از کالا هایی که برای افراد جذاب می باشد مانند تهیه مسکن در انتهای طرح برای بیمه گذاران.
- اطمینان از اینکه حرکت سالانه سود سرمایه بیمه گذار با تورم کشور همخوانی دارد.
- مطالعات جدی از عملکرد صنعت بیمه عمر در کشورهای موفق صورت گیرد تا از ابتکارات مدیریتی و انگیزشی آنها بهره گرفته شود. به عبارت دیگر از سعی و خطا که مستلزم هزینه های هنگفت است پرهیز شده و از تجربیات دیگران به نحو احسن استفاده شود.
- ج: در جهت بهبود و ارتقاء عامل عدم فرهنگ سازی در جامعه از طریق رسانه های جمعی و با حمایت دولت موثر بر تقاضای بیمه عمر پیشنهاد می گردد:
- ایجاد برنامه های آموزشی برای کودکان در رسانه ها برای اینکه در آینده بیمه های عمر بخشی از زندگی افراد به حساب آید.
- ورود فرهنگ بیمه در کتب درسی دانش آموزان از طریق حمایت های دولت از این صنعت.
- تبلیغ و معرفی خدمات ارزشمند بیمه عمر و تسهیلات و مزیت هایی چون معافیت های مالیاتی که بر آن مرتبط است توسط بیمه مرکزی صورت گیرد تا مردم آگاهی کافی در مورد ماهیت و سودمندی بیمه عمر پیدا کنند. طبیعی است در مراحل بعدی شرکت های بیمه عمر خصوصی مبلغ بیمه نامه های خود خواهند بود.
- د: در جهت بهبود و ارتقاء عامل ناآشنایی مردم با بیمه های عمر و مترادف دانستن آنها با بیمه تامین اجتماعی و درمان موثر بر تقاضای بیمه عمر پیشنهاد می گردد:
- ایجاد شبکه های فروش جدا از سایر بخش ها و شناساندن این نوع بیمه به افراد
- آموزش درست و کامل در مورد بیمه های عمر و تربیت افراد مجرب برای فروش و ترویج انواع بیمه عمر در کشور به منظور بالا تر بردن سطح آگاهی افراد جامعه از این نوع بیمه و مزایای آن.

- insurance market in Singapore*, *managerial Auditing Journal* ۱۵.No.۷ pp. ۳۷۲-۳۸۲
- Li, M (۲۰۰۸), *Factors influencing household's demand of life insurance, In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Master of Science, at the University of Missouri-Columbia. Viewed ۵ August ۲۰۱۰* <<http://www.mospace.umsystem.edu/u/xmlui/bitstream/handle/۱۰۳۵۵/۵۷۲۴/public.pdf?sequence=۱>>.
 - Lim C, Haberman S (۲۰۰۳). "Macroeconomic variables and the demand for life Insurance in Malaysia". Faculty of Actuarial Science and Statistics, FASS Business School, City University, London.
 - Lweis, f.d. (۱۹۸۹). *Dependents and the demand for life insurance, American review, no. ۷۹, pp ۴۵۲-۴۶۷.*
 - Outre' ville, j.f. (۱۹۹۲). *The relationship between insurance financial development & market structure in developing countries UNCTAD review, ۳:۳۵-۶۹.*
 - Rubayah, Y. and Zaidi, I., (۲۰۰۰). *Prospek industri insurers hayat abad ke-۲۱, Utara Management Review, vol. ۱, no. ۲, pp. ۶۹-۷۹.*
 - Sigma, ۲۰۰۹, 'World Insurance in ۲۰۰۸', *Swiss Re, no. ۳.*
 - Trute, d.b.; trute, l.j. (۱۹۹۰). *The demand for life insurance in mexico & united states: a comparative study, journal of risk & insurance, ۵۷:۳۲۱-۳۲۸.*
 - Wang libo, Michael and Pritt zhu bo (۲۰۰۵), *Competitors cluster: A phenomenon in the field of retail locating, public administration and international business, p ۲۷.*
 - دانایی فرد حسن، سید مهدی الوانی، عادل آذر، ۱۳۸۹، *روشن شناسی پژوهش کمی در مدیریت رویکردی جامع، انتشارات صفار - اشرافی*
 - رشنوادی، یعقوب و دهنوی، مجید، (۱۳۸۷) *نقش بیمه عمر در افزایش رفاه و عدالت اجتماعی، تازه های جهان بیمه شماره های ۱۲۱ و ۱۲۲،*
 - عزیززی، فیروزه. (۱۳۸۵). *رابطه میان متغیرهای کلان اقتصادی و تقاضا برای بیمه عمر در ایران (۱۳۶۹-۱۳۸۳)*، *مدرس علوم انسانی، ۱۰ (۴) (پیاپی ۴۹) ویژه نامه مدیریت*، ص ص ۱۳۵-۱۵۰.
 - کارگزار رضا (۱۳۸۵)، *تعریف سرمایه گذاری و انواع سرمایه گذاران، نشریه موج، برگرفته از سایت www.aftabir.com*
 - مهدوی کلیشمی، غدیر؛ ماجد، وحید. (۱۳۹۰). *تحلیل عوامل اقتصادی، اجتماعی و روانشناختی موثر بر تقاضای بیمه ی عمر در ایران، فصلنامه تحقیقات مدلسازی اقتصادی، دوره ۲، شماره ۵، ص ص ۲۱-۴۶.*
 - مهدوی، غدیر. (۱۳۸۸). *تقاضای بیمه عمر تصادفی کاربردی از اقتصاد در شرایط عدم اطمینان، تحقیقات اقتصادی، شماره ۸۸، ص ص ۲۲۱-۲۴۲.*
 - مهدوی، غدیر؛ فرزین وش، اسدالله؛ حسن زاده مقیمی، آرش. (۱۳۸۹). *تحلیل وجود کزگزینی در بازار بیمه عمر ایران، فصلنامه صنعت بیمه، سال بیست و پنجم، شماره ۱، شماره مسلسل ۹۷، ص ص ۳-۳۹.*
 - مهرآرا، محسن؛ اعظم رجبیان، محمد. (۱۳۸۵). *تقاضا برای بیمه عمر در ایران و کشورهای صادرکننده نفت، تحقیقات اقتصادی، (۷۴)، ص ص ۵۷-۸۱.*
- References:**
- Babble, D.F. (۱۹۸۱). *inflation, indexation and life insurance sales in brazil, journal of risk & insurance, ۴۸:۱۵-۱۳۵.*
 - Brown, M.J.; Kim, K. (۱۹۹۳). *an international analysis of life insurance demand, journal of risk & insurance, vol ۶۰, no ۴, pp ۶۱۶-۶۳۴.*
 - Chow chua, Clare and Lim, Geraldine (۲۰۰۰), *A demand audit of the*