

بررسی اطلاعات نابرابر و کارایی در بازار بیمه تصادفات اتومبیل ایران (چکیده پایان نامه)

نشان می دهد، از عوامل کاهش کارایی در بازارهای بیمه محسوب می شود.

هدف از این پژوهش، بررسی وجود نابرابری اطلاعاتی شامل انتخاب وارون و مخاطرات اخلاقی در بازار بیمه اتومبیل ایران (مورد شرکت بیمه ایران) است. با استفاده از روش های پارامتری (معادله پروبیت، پروبیت دو متغیره) و تعاریف و مفاهیم ریسک و پوشش بیمه پیشنهاد شده توسط کوهن به آزمون اطلاعات نابرابر می پردازیم. داده های این پژوهش از اطلاعات موجود در پرونده ۵۴۲۷۲ بیمه گذار بیمه بدنه اتومبیل شرکت بیمه ایران در سال ۱۳۸۶ استخراج شده است. در این پژوهش اصلی ترین پیش بینی مدل های اقتصاد اطلاعات در صورت نابرابری اطلاعاتی یعنی همبستگی مثبت بین ریسک و پوشش بالاتر مورد آزمون قرار گرفته و شواهدی سازگار با وجود نابرابری اطلاعاتی در این بازار به دست آمده است.

نتایج نشان می دهد افراد پرریسک پوشش بالاتری از بیمه را انتخاب کرده اند. البته این همبستگی مثبت بین ریسک و پوشش بالاتر برای بیمه گذاران با سه یا بیش از سه سال تجربه رانندگی وجود دارد. در حقیقت آنها مزیت اطلاعاتی نسبت به بیمه گر دارند و براساس تجربه

دکتر حسین راغفر^۱

دکتر احمد یزدان پناه^۲

دکتر منیژه نخعی^۳

سیده حمیده موسوی سجادی^۴

چکیده

کارایی صنعت بیمه، ارتباط تنگاتنگی با اطلاعات دقیق و صحیح ویژگی های بیمه گذار و خدمات بیمه گر دارد. نابرابری اطلاعاتی بین بیمه گذار و بیمه گر موضوع مطالعات حوزه اقتصاد اطلاعات است که منجر به بروز مسائل گوناگونی از جمله پدیده انتخاب وارون می شود.

بازار بیمه اتومبیل یکی از مهم ترین بازارهای بیمه است که نسبت به نتایج اطلاعات نابرابر بسیار حساس است؛ وجود این پدیده که به دو صورت مخاطرات اخلاقی و انتخاب وارون خود را در بازار بیمه

۱. استاد راهنما

۲. استاد راهنما

۳. استاد مشاور

۴. کارشناس ارشد علوم اقتصادی، دانشگاه الزهرا (س)، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد

رانندگی، شناخت بیشتری نسبت به خود، ریسک و ترجیحاتشان پیدا می‌کنند و در رانندگان کمتر از سه سال تجربه رانندگی شواهدی از وجود مزیت اطلاعاتی مشاهده نمی‌شود و هیچ همبستگی بین ریسک افراد و پوشش بیمه انتخابی وجود ندارد.

واژگان کلیدی: اطلاعات نابرابر، بیمه بدنه اتومبیل، خطرگریزی، انتخاب وارون، مخاطرات اخلاقی

