

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر تقاضای بیمه عمر (مان) در شرکت سهامی بیمه ایران

مهکام گوزل زاده^{۱*}، امیر خانلری^۲، حمیدرضا معصومی خلجی^۳

خلاصه

بیمه 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 میتوان 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. این تحقیق از بعد هدف، کاربردی است و از حیث روش گردآوری داده ها در زمره پژوهش های توصیفی - پیمایشی است. نرم افزار مورد استفاده در این نرم افزار SPSS می باشد. فرضیات این تحقیق بر اساس مدل سه شاخگی مطرح شده است با توجه به نمره t-value در فرض اول بین نگرش سرمایه گذاری افراد و تقاضای آنها برای بیمه عمر (مان) ارتباط معناداری وجود دارد. با توجه به فرضیه چهارم با اطمینان می توان گفت بین اعتماد افراد به شرکت بیمه ایران و تقاضای آنها برای بیمه عمر (مان) ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین بر اساس آزمون فریدمن می توان گفت که اعتماد بالاترین رتبه را دارد و نگرش پس از آن است.

کلمات کلیدی: بیمه عمر، تقاضا، شرکت سهامی بیمه ایران، عوامل اجتماعی

مقدمه

جستجوی آرامش خیال و اندیشیدن به آینده ای مطمئن و بدون دغدغه، یکی از ویژگی های انسان های امروزی به شمار می رود. انسان ها در تلاش هستند تا برای مقابله با خطرات و چالش های تهدیدکننده زندگی شان راه حل پیدا کرده و کمترین آسیب را برگزینند. در این میان فاکتورهای مهم زیادی وجود دارد که یکی از آنها در صنعت بیمه، بیمه عمر می باشد. به طوری که در کشورهای پیشرفته، بیمه عمر بیشترین سهم از صنعت بیمه را به خود اختصاص داده است و این ناشی از شناخت درست از آن است. اهمیت بیمه در زندگی نوین بشری در حدی است که دولت ها به آن توجه بیشتری داشته و در بسط و توسعه آن، برنامه ریزی و سیاست گذاری های لازم را در جهت نشان دادن جایگاه واقعی بیمه در عرصه اقتصادی و اجتماعی زندگی افراد اتخاذ نموده اند. بیمه های زندگی از جهات گوناگون حایز اهمیت هستند که مهم ترین آنها، تأمین آتیه زندگی افراد جامعه و خانوار و دیگری نقش پس اندازی بیمه های زندگی می باشد. که به عنوان یکی از ابزارهای مالی در جهت سرمایه گذاری قابل بهره برداری هستند. همچنین، اهمیت بیمه عمر تا آنجاست که به عنوان یکی از شاخص های سنجش رفاه و تأمین جوامع توسعه یافته به شمار می رود. پس در جامعه ای که افراد به فراخور نیاز خود از این تأمین برخوردار هستند با اعتماد و اطمینان بیشتری در این برنامه ریزی توسعه و گسترش جامعه مشارکت خواهند نمود. به رغم اهمیت بیمه های زندگی، بیمه عمر و پس انداز، این نوع بیمه در کشور ایران حجم بسیار کمی از پرتفوی صنعت بیمه را تشکیل می دهد و در فضای فرهنگی موجود، این شاخه از بیمه به حد کافی شناخته نشده است. بدیهی است در گام اول، بر عهده شرکت های بیمه (بیمه گران) است که با شناسایی عوامل مؤثر راه های مناسب را برای اشاعه بیمه های عمر و جلب اعتماد بیمه گذاران بالقوه پیدا کنند؛ و در گام

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل، تهران-ایران *

^۱ Email:mahkam.gozalzadeh@gmail.com

^۲ استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران-ایران

^۳ کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، تهران-ایران