

بررسی موانع توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان کالا در مقابل مصرف کنندگان

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۲۶

کد مقاله: ۶۲۱۱۷

سید محتشم حسینیان^{۱*}، مانی شجاعی^۲،

مرتضی فاتحی پور^۳، مروارید شجاعی^۴

چکیده

این پژوهش باهدف بررسی موانع رشد بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف کنندگان انجام شد. بر این اساس با طرح سه فرضیه ۱- رابطه بین ناآگاهی تولیدکنندگان کالا و توسعه نیافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان، ۲- رابطه بین عدم اطمینان بیمه گذاران به شرکت های بیمه و توسعه نیافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان و ۳- رابطه بین شرایط بی ثباتی اقتصادی کشور و توسعه نیافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان کالا، به بررسی علمی روابط بین متغیرهای وابسته و مستقل پرداخته شد. روش پژوهش حاضر از نوع تحقیقات همبستگی یا پس رویدادی بوده و ابزار جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده گردید. جهت تحلیل داده های به دست آمده از تحلیل رگرسیون چند متغیری و تحلیل همبستگی استفاده شد. جامعه آماری مشتمل بر کارشناسان و مدیران سازمان بیمه مرکزی و شرکت های بیمه مانند بیمه ایران و آسیا و سایر شرکت هایی که بیمه های مسئولیت را می پذیرند در سطح شهر تهران انتخاب شدند. نمونه گیری از طریق روش طبقه بندی تصادفی و خوشه ای انجام شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد که متغیرهای ناآگاهی تولیدکنندگان کالا، عدم اطمینان بیمه گذاران به شرکت های بیمه و نیز شرایط بی ثباتی اقتصادی کشور از قدرت پیش بینی کنندگی معناداری بر روی عدم توسعه یافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف کنندگان برخوردار بودند.

واژگان کلیدی: بیمه مسئولیت، توسعه، تولیدکننده، مصرف کننده

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بیمه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال. (نویسنده مسئول)

۲- دانشجوی دکتری کارافرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

۳- استادیار گروه مدیریت کارافرینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان

۴- دانشجوی دکتری مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

مسئله اصلی این پژوهش بررسی موانع توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان کالا در مقابل مصرف‌کننده است به‌طور کل اگرچه بیمه مسئولیت تأمین برای اشخاص ثالث در قبال مخاطرات ناشی از فعالیت و زیست بیمه‌گذار می‌باشد اما بیمه‌گذار با توجه به جبران خسارت از سوی بیمه‌گر (شرکت بیمه) آرامش و اطمینان خاطر در زمان فعالیت خود کسب خواهد نمود. با توجه به مسئولیت‌های بی‌شماری که هر یک از ما در قبال سایر افراد جامعه داریم می‌توان تعداد بسیار متنوعی از بیمه‌های مسئولیت را برشمرد اما با توجه به میزان استقبال مردم از انواع نسبتاً محدود این نوع بیمه و عدم آشنایی با گونه‌های دیگر آن شرکت‌های بیمه نیز به‌طور معمول تعداد اندکی از این پوشش‌ها را به مردم می‌فروشند. علیرغم گسترش مراکز تجاری و تولیدی در کشور بیمه مسئولیت گسترش متناسبی نیافته و بعضاً آشنایی کافی با بیمه مسئولیت وجود ندارد و طبق بررسی‌های اولیه در این زمینه تحقیقات زیادی انجام نگرفته است و به نظر می‌رسد شناخت ابعاد و عوامل مؤثر بر رشد و گسترش بیمه مسئولیت تولیدکنندگان کالا در مقابل مصرف‌کنندگان می‌تواند به رشد و شکوفایی مؤسسات تولیدی و تجاری کمک کند و موجب رشد و شکوفایی اقتصاد شود. با توجه به بی‌ثباتی نسبی اقتصادی و اجتماعی در کشور و آسیب‌پذیر بودن مراکز تولیدی از نوسانات بازار، قیمت‌ها، ارزش پول و وابستگی اقتصاد کشور به خارج، بررسی موانع گسترش بیمه‌های مسئولیت به‌ویژه در حوزه تولید اهمیت خاصی پیدا می‌کند. بیمه عملی است که اشخاص با پرداخت پولی مسئولیت کالا یا سرمایه یا جان خود را به عهده دیگری می‌گذارند و بیمه‌کننده در هنگام زیان باید مقدار زیان را بپردازد (صالحی، ۱۳۸۹؛ ص ۲۴). بیمه نوعی تعاونی است که با همیاری اجتماعی و به‌منظور سرشکن کردن زیان فرد یا افراد معدود دنبال می‌شود شیوه تعاون با نقش و جایگاهی که قانون اساسی برای آن تعریف و تعیین کرده می‌تواند جریان اصلی و منشأ بروز تحولات عظیم اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باشد و مشارکت خود را به‌طور فزاینده‌ای در سهم ساختار اقتصادی و اجتماعی افزایش دهد (Avram, Nguyen, Skully, 2010). امروزه نگرانی‌های فزاینده‌ای به بازار مسئولیت هجوم آورده است. در موارد اختلافی از وضع قوانین سخت و دشوار تا داوری‌های آزادی خواهان وجود دارد که نتیجه آن کاهش سود در بخش بیمه مسئولیت است (Tan, 2004). بیمه مسئولیت بخشی از سیستم رایج مربوط به خطرات سرمایه‌گذاری است به‌طور کلی اگرچه بیمه مسئولیت تأمین برای اشخاص ثالث در قبال مخاطرات ناشی از فعالیت و زیست بیمه‌گذار می‌باشد اما بیمه‌گذار با توجه به جبران خسارت از سوی بیمه‌گر (شرکت بیمه) آرامش و اطمینان خاطر در زمان فعالیت خود کسب خواهد نمود. درواقع بیمه‌های مسئولیت ازجمله رشته‌های بیمه‌ای است که به‌طور مستقیم در تنظیم روابط اجتماعی افراد جامعه، شناخت افراد از حقوق و مسئولیت‌های یکدیگر و تأمین امنیت حرفه‌ای مشاغل و فعالیت‌ها تأثیرگذار می‌باشد (پژوهشکده‌ی بیمه، ۱۳۷۷: ۳۵). از این رو در این پژوهش به ارزیابی و تحلیل موانع توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان کالا در مقابل مصرف‌کننده پرداخته شده است.

۲- مبانی نظری

۲-۱- بیمه مسئولیت

بیمه مسئولیت عقدی است که به‌موجب آن بیمه‌گر به ازای دریافت حق بیمه مقرر از بیمه‌گذار متعهد است در صورت تحقق خطر موضوع بیمه خسارات وارد به اشخاص ثالث را جبران کند.

۲-۲- انواع بیمه‌های مسئولیت

انواع بیمه‌های مسئولیت شامل بیمه‌های مسئولیت کارفرما در مقابل کارکنان، بیمه‌های مسئولیت حرفه‌ای، بیمه‌های مسئولیت تولیدکنندگان و فروشندگان محصولات، بیمه‌های مسئولیت قراردادی و بیمه‌های مسئولیت عمومی است. از این میان بیمه مسئولیت تولیدکنندگان و فروشندگان محصولات به شرح زیر می‌باشد:

تولیدکنندگان و فروشندگان کالاهای صنعتی و تجاری، محصولات و لوازم‌خانگی، مواد غذایی و... در برابر عیب و نقص، عدم کارایی و کیفیت نامطلوب و عدم ایمنی محصولات تولیدشده مسئولیت دارند و ملزم به جبران خسارت بدنی و مالی وارده به مصرف‌کنندگان و اشخاص ثالث می‌باشند. این نوع مسئولیت در قانون مسئولیت مدنی و مقررات امور پزشکی و دارویی و مواد خوراکی و آشامیدنی و قانون نظام صنفی بر تولیدکننده و عرضه‌کننده محصولات تکلیف گردیده است (کهزادی، ۱۳۸۶ ص ۲۲). در دنیای امروز مقوله امنیت اقتصادی از اهمیت زیادی برخوردار است بطوریکه لازمه رشد و توسعه اقتصادی هر کشور در درجه اول امنیت اقتصادی است تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان کالا، کارفرمایان و کارگران و به‌طور کلی همه متصدیان اقتصاد جامعه نیازمند امنیت شغلی و تجاری هستند به همین علت از زمان شکل‌گیری کارگاه‌های صنعتی، مؤسسات بیمه تأسیس شدند و

توانستند امنیت اقتصادی را برای کارخانه‌ها و مؤسسات مالی فراهم نمایند. (سالنامه آماری کارکنان دستگاه‌های اجرایی پایان سال ۱۳۸۲ ص ۲۸).

۲-۳- عدم رشد بیمه مسئولیت به دلیل نرخ شکنی و نبود آگاهی بیمه‌گذار

یکی از نکات مهم در بحث بیمه مسئولیت نرخ‌های بیمه مسئولیت است که در صورت افزایش، بیمه‌گذاران را دچار مشکل می‌سازد. عوامل زیادی دخیل هستند تا نرخ‌های بیمه مسئولیت را افزایش دهد یکی از این عوامل افزایش نرخ‌هایی است که در جای دیگر ایجاد شده و اثر آن به‌طور جانبی بر نرخ‌های مسئولیت کارفرمایان نیز سرایت می‌کند به‌عنوان مثال افزایش هزینه‌های پزشکی بر هزینه‌های بیمه مسئولیت تأثیر زیادی می‌گذارد (Swiss Re, 2004).

به دلیل عدم رعایت ضوابط و نرخ فنی‌های دقیق از سوی شرکت‌های بیمه‌ای متأسفانه در حال حاضر نرخ شکنی‌ها به یک معضل تبدیل شده و صنعت بیمه را تهدید می‌کند؛ که در صورت وقوع این اتفاق ضریب نفوذ بیمه تنها افزایش نخواهد یافت بلکه احتمالاً کاهش قابل توجهی را نیز در آینده شاهد خواهد بود. در حال حاضر شرکت‌های بیمه در یک رقابت ناسالم با یکدیگر فعالیت می‌کنند به صورتی که برای کسب بازار بیشتر و سبقت از یکدیگر حتی از ارائه نرخ‌های فنی و نامعقول نیز کوتاهی نمی‌کنند. نرخ شکنی صنعت بیمه کشور را به نابودی می‌کشاند (کهزادی، ۱۳۸۶ ص ۲۳).

به این شکل و با توجه به چشم‌انداز تعیین شده برای صنعت بیمه و دستیابی به آرمان‌های اقتصادی و توسعه در بازار بیمه‌ای کشور لزوم تعریف دقیقی از نرخ شکنی فنی (از منظرهای مالی و فنی) و وضع مقررات ضد نرخ شکنی فنی و همچنین تهیه مدل تحلیلی و تعیین نرخ از موارد ضروری است که در حال حاضر جامعه بیمه به آن نیازمند است (تدبیری، ۱۳۸۳ ص ۱۳).

نبود آگاهی و شناخت کافی مردم برای خرید انواع بیمه‌نامه‌های مسئولیت رایج در کشور، نبود تبلیغات گسترده در جهت توسعه فرهنگ این بیمه در کشور از جمله دلایل رشد ناپذیری بیمه مسئولیت در کشور در مقایسه با کشورهای پیشرفته و صنعتی است. از دیگر دلایل عدم رشد این رشته بیمه‌ای می‌توان به خواسته‌های غیرمعقول بیمه‌گذاران به دلیل عدم شناخت اصول بیمه‌ای و استانداردهای آن، وجود فضای رقابتی ناسالم و نرخ شکنی‌های غیراصولی و غیر فنی در بین شرکت‌های بیمه‌گر برای جذب پرتفوی بیشتر بدون در نظر گرفتن ماهیت ریسک، عدم تناسب بین حق بیمه و ریسک‌های تحت پوشش بیمه‌های مسئولیت که متأثر از افزایش میزان دیه و ایجاد ضریب خسارت بالا برای شرکت‌های بیمه است. مشکل دیگری که در این زمینه وجود دارد عدم اطمینان بیمه‌گذاران به بیمه‌گران در هنگام بروز خسارت و عدم وجود یک بانک اطلاعاتی مشترک بین شرکت‌های بیمه‌ای برای جلوگیری از هرگونه سوءاستفاده است (نصیری، ۱۳۸۹ ص ۲۶).

خوشبختانه در چند سال گذشته با راه‌اندازی پژوهشکده بیمه در بيمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران تحقیقات قابل توجهی در زمینه‌های مختلف بیمه انجام شده. ولی بیشتر این تحقیقات در حوزه‌های رایج بیمه، مانند بیمه شخص ثالث، بدنه و مسئولیت کارفرمایان انجام شده و کمتر به بیمه مسئولیت تولیدکنندگان کالا در مقابل مصرف‌کنندگان پرداخته شده و در این حوزه خلاء تحقیقاتی به‌وضوح دیده می‌شود.

۳- پیشینه تحقیق

کاتوزیان (۱۳۹۱) کتابی با عنوان وقایع حقوقی و مسئولیت مدنی منتشر کرد ایشان در این کتاب به جنبه حقوقی مسئولیت مدنی را به‌تفصیل شرح داده است همچنین دکتر کاتوزیان در چند مقاله به مسئولیت تولیدکنندگان سیگار، مسئولیت ناشی از تخریب محیط‌زیست و سایر موضوعات مرتبط پرداخته است درواقع وی یکی از صاحب‌نظران در این زمینه هستند.

نصیری (۱۳۸۹) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان تعیین عوامل مؤثر بر بیمه مسئولیت نوشت و تأثیر محیط‌های قانونی، اقتصادی و اجتماعی بر استقبال مردم از بیمه را در دانشگاه شهید بهشتی بررسی کرده است در این تحقیق او دریافت که محیط قانونی به نسبت سایر محیط‌ها تأثیر بیشتری بر استقبال مردم از بیمه دارد.

محمدی فر (۱۳۸۸) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد تحت عنوان ارائه راهکارهایی جهت افزایش بیمه مسئولیت به بررسی راه‌های گسترش بیمه مسئولیت در دانشگاه علامه طباطبائی پرداخت. رشدی نوید (۱۳۸۳) در تحقیق خود با عنوان عوامل مؤثر بر رشد بازار فروش بیمه عواملی را همچون تبلیغات اطلاع‌رسانی و شفاف‌سازی قوانین را از جمله عوامل توسعه بازار بیمه بیان کرده است.

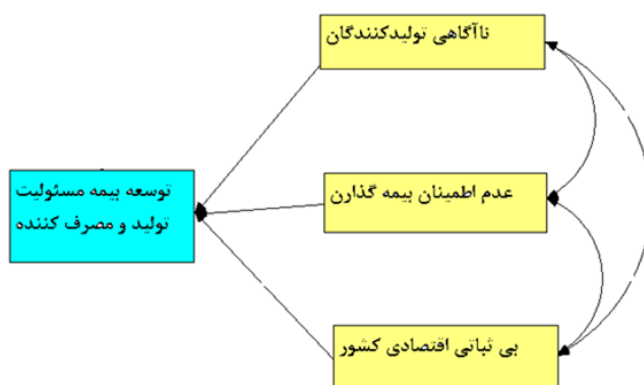
قاسمی و پری خالیدی دوبرجی (۱۳۹۱) باهدف بررسی آسیب‌ها و صدمات ناشی از مصرف کالای معیوب یا خطرناک به‌منظور حمایت از مصرف‌کننده گزارش کردند که در این زمینه، تدوین و به‌کارگیری قوانین و مقررات پیش‌گیری‌کننده از ورود خسارت، گام اول است. وضع قواعد جبران‌کننده ضرر وارده به مصرف‌کننده، گام ضروری بعدی و شناسایی مسئولیت عرضه‌کنندگان کالاها یا معیوب یا خطرناک برای جبران خسارت وارده به مصرف‌کنندگان این قبیل کالاها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

در زمینه مسئولیت عرضه‌کنندگان کالاها یا معیوب یا خطرناک و جبران خسارت مصرف‌کننده این قبیل کالاها، علاوه بر مقررات عام حقوقی و قوانین خاص حمایت‌کننده از حقوق مصرف‌کننده، می‌توان از قوانین و مقرراتی بهره‌برداری نمود که الزاماً با اندیشه حاکم بر حقوق مصرف‌تدوین نشده‌اند. (قاسمی و پری خالدي؛ ۱۳۹۱ ص ۵۸).

مسئله مهمی که در بحث مربوط به نظارت بر شرکت‌های بیمه‌ای وجود دارد، بحث بوروکراسی و قوانین دست و پاگیر است. در گذشته برای صدور یک بیمه‌نامه کوچک حتماً می‌بایست از بیمه مرکزی کسب اجازه می‌شد یا نرخ‌ها باید به تأیید بیمه مرکزی می‌رسید؛ اما امروز نوع نظارت به صورت نظارت‌های مالی تبدیل شده است. یعنی نهاد ناظر، اطلاعاتی را در حد کلیات می‌گیرد تا اطمینان حاصل نماید آیا توان مالی یک شرکت برای جبران تعهداتش کافی است یا نه. به عبارتی باید بین تعهدات و توان مالی شرکت تناسبی وجود داشته باشد. تا زمانی که این تناسب وجود دارد دیگر نیازی به دخالت‌های بیشتر نیست. زیرا دخالت‌های بی‌مورد دولتی باعث جلوگیری از ابتکار خلاقیت‌ها خواهد شد در نتیجه رضایت مشتریان برای حضور بیشتر در این صنعت کاهش خواهد یافت. باید اشاره شود که در دوران مختلف، شیوه‌های تغییر فرهنگ مردم توسط بیمه‌ها نیز متفاوت است؛ اما شرکت‌های بیمه در کل نه‌تنها باید خسارت‌ها را به‌راحتی پرداخت کنند و خود را در چارچوب قوانین ریز موجود در بیمه‌نامه‌ها حبس نکنند بلکه باید مردم را جذب همکاری بیشتر با این صنعت کنند تا علاقه‌مندی و جذب آن‌ها افزایش یابد که در اصل فرهنگ مردم نسبت به صنعت بیمه مثبت‌تر خواهد شد. دولت می‌بایست صرفاً به نقش سیاست‌گذاری آن‌هم به صورت کلی و هدفمند و نظارت‌های مالی بسنده کند و اجازه دهد که اجرا کاملاً در اختیار بخش خصوصی قرار گیرد. منتها شرایط رقابت می‌بایست در یک حالت مساوی و برابر با حذف تبعیض‌هایی که در گذشته وجود داشت صورت گیرد تا امکان رقابت یکسان در شرایط یکسان برای همه شرکت‌های بیمه فراهم شود (جهانگرد، ۱۳۷۶ ص ۱۷).

با توجه به مطالب مذکور که به شرح برخی موانع توسعه‌یافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان کالا در مقابل مصرف‌کنندگان پرداخته است، مطالعه حاضر به منظور بررسی نقش متغیرهایی همچون ناآگاهی تولیدکنندگان، عدم اطمینان بیمه‌گذاران و بی‌ثباتی اقتصادی در توسعه‌نیافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان شهر تهران و از منظر کارشناسان و خبرگان شرکت‌های بیمه تدوین و انجام پذیرفت.

پژوهش حاضر به بررسی موانع توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان کالا در مقابل مصرف‌کننده در سطح شهر تهران را مورد بررسی قرار می‌دهد. شکل زیر چهارچوب تحقیق را نشان می‌دهد. در شکل ۱ نمایش گرافیکی رابطه بین متغیرهای پژوهش نشان داده شده است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

۴- متدولوژی تحقیق

در این پژوهش با استفاده از منابع ثانویه، شامل کتب، مقالات و پایان‌نامه و استفاده از منابع اینترنتی و انجام مطالعات کتابخانه‌ای و مشاوره با اساتید فن، مدل مورد استفاده برای این تحقیق انتخاب گردید. در این راستا، پرسشنامه‌ای استخراج شد؛ به منظور طراحی پرسشنامه، با مطالعه ادبیات و پیشینه تحقیق‌های انجام شده و باراهنمایی و اعمال نظرات اساتید محترم راهنما و مشاور پرسشنامه‌ای در قالب طیف لیکرت طراحی شد که در آن ابعاد مدل مزبور بر اساس طیف ۵ درجه‌ای سنجیده می‌شوند و در کنار این با استفاده از نتایج مطالعه آزمایشی^۱، به جرح و تعدیل و بومی‌سازی پرسشنامه پرداخته و مطابق با شرایط صنعت مذکور، پرسشنامه نهایی تنظیم گردید.

جامعه آماری این پژوهش کارشناسان و مدیران سازمان بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه مانند بیمه ایران و آسیا و سایر شرکت‌هایی که بیمه‌های مسئولیت را می‌پذیرند در سطح شهر تهران است. با توجه به اطلاعاتی که دریافت شد، تعداد کارشناسان و مدیران در سطح شهر تهران نامحدود بوده است. تعداد نمونه آماری این تحقیق از طریق جدول تعیین حجم نمونه، به روش کرجسی و مورگان انجام گرفته است. بر طبق این جدول برای نامحدود N میزان تعداد نمونه برابر $n=384$ می‌باشد؛ که بعد از بررسی پرسشنامه‌ها تعداد ۲۰۰ پرسشنامه سالم مورد تأیید و تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

روش نمونه‌گیری، تصادفی خوشه‌ای دو مرحله است. جامعه آماری ما در این پژوهش کارشناسان و مدیران سازمان بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه مانند بیمه ایران و آسیا و سایر شرکت‌هایی که بیمه‌های مسئولیت را می‌پذیرند در سطح شهر تهران هستند.

با تعریف دقیق هر یک از سازه‌های پژوهش، معیارهای سنجش هر سازه و مقیاس‌های مرکب از این معیارها از اعتبار محتوای پرسشنامه اطمینان حاصل شد. به منظور سنجش روایی سازه پرسشنامه، یک پیش‌آزمون شامل ۳۰ نمونه انجام شده و پس از بررسی‌های آماری، جرح و تعدیل انجام گرفته و سپس پرسشنامه نهایی بین تمامی افراد نمونه توزیع گردید.

جهت برآورد پایایی از روش (آلفای کرونباخ) استفاده شده است. که میزان آن برابر 0.771 و در حد قابل قبول است.

۵- یافته‌های پژوهش

برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در این تحقیق، ابتدا آمار توصیفی که به بررسی متغیرهای جمعیت شناختی تحقیق شامل جنسیت، سن، میزان تحصیلات و... می‌پردازد با استفاده از آزمون آنووا (ANOVA) یا تحلیل واریانس مورد بررسی قرار گرفت. پس از آن آمار استنباطی مطرح می‌گردد. در آمار استنباطی این تحقیق که با استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل عامل تأییدی نیز با استفاده از نرم‌افزار آماری LISREL و SPSS انجام شد، محاسبه و برازش مدل مفهومی با استفاده از مدل معادلات ساختاری پرداخته شد.

۵-۱- یافته‌های توصیفی

جدول شماره ۱) بررسی همبستگی بین ابعاد موانع (ناآگاهی تولیدکنندگان، عدم اطمینان بیمه‌گذاران، بی‌ثباتی اقتصادی) با توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان.

متغیرها	نوع آزمون	توسعه بیمه مسئولیت	ناآگاهی تولیدکنندگان	عدم اطمینان بیمه‌گذاران	بی‌ثباتی اقتصادی
توسعه بیمه مسئولیت	همبستگی پیرسون	1	-0.210**	-0.311**	-0.346**
	سطح معناداری		0.003	0	0
	تعداد	200	200	200	200
ناآگاهی تولیدکنندگان	همبستگی پیرسون	-0.210**	1	.448**	.283**
	سطح معناداری		0.003	0	0
	تعداد	200	200	200	200
عدم اطمینان بیمه‌گذاران	همبستگی پیرسون	-0.311**	.448**	1	.194**
	سطح معناداری		0	0	0.006
	تعداد	200	200	200	200
بی‌ثباتی اقتصادی	همبستگی پیرسون	-0.346**	.283**	.194**	1
	سطح معناداری		0	0.006	
	تعداد	200	200	200	200

**معنادار در سطح $(P<0/01)$ *معنادار در سطح $(P<0/05)$

با توجه به داده‌های جدول شماره ۱) همه موانع که عبارت بودند از: ناآگاهی تولیدکنندگان، عدم اطمینان بیمه‌گذاران، بی‌ثباتی اقتصادی به ترتیب با ضریب همبستگی $r = -0.21$ ، $r = -0.31$ و $r = -0.35$ در سطح معناداری $a = 0/000$ با رابطه معناداری از لحاظ آماری دارند.

۵-۲- یافته‌های استنباطی مربوط به فرضیه‌ها

تحلیل عاملی تأییدی: پس از انجام تحلیل عامل اکتشافی و استخراج عوامل سه‌گانه برازش مدل از طریق تحلیل عوامل تأییدی مورد بررسی قرار گرفته است که نتایج مربوط به شاخص‌های برازندگی مدل مورد نظر در ادامه توضیح داده شده و در جدول زیر نشان داده شده است.

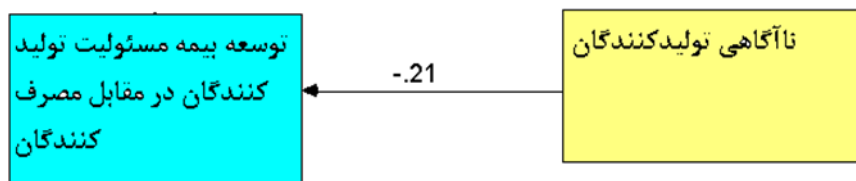
جدول ۲. شاخص‌های نیکویی برازش یا برازندگی تحلیل عامل تأییدی مدل

شاخص‌ها	χ^2	P	درجه آزادی	درجه آزادی/ χ^2	NFI	(NNFI)	IFI	GFI	TLI	CFI	RMSEA
مدل	۵۵۹	۰/۰۴۹	۱۹۵	۲/۸۷	۰/۹۹	۰/۹۹	۱/۰۰	۰/۹۹	۰/۹۱	۱/۰۰	۰/۰۸
ملاک	۵	۰/۰۱	-	-	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۸۵	۰/۸۹	۰/۰۹

با توجه به جدول شماره ۲ شاخص‌های برازندگی مدل، می‌توان نتیجه گرفت که همه شاخص‌ها در سطح مطلوبی حاصل شده و مدل فوق از برازندگی مطلوبی برخوردار است. با توجه به شاخص‌های بالا، می‌توان نتیجه گرفت که الگوی پیشنهادی از نیکویی برازش قابل قبولی برخوردار می‌باشد. شکل ۱ تحلیل مسیر الگوی پیشنهادی را نشان می‌دهد. همچنان که در شکل شماره ۱ مشاهده می‌شود رابطه ضعیفی در حد $۰/۰۲$ - بین ناآگاهی تولیدکنندگان و توسعه بیمه مسئولیت به‌دست‌آمده است که نشان می‌دهد هرچقدر ناآگاهی تولیدکنندگان بیشتر باشد توسعه بیمه مسئولیت کمتر می‌شود. در نتیجه ناآگاهی به‌عنوان مانعی برای توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان به شمار می‌رود. در حالی که رابطه تقریباً نیرومندی در حد $۰/۲۵$ - بین عدم اطمینان بیمه‌گذاران و توسعه بیمه مسئولیت به‌دست‌آمده است که نشان می‌دهد هرچقدر عدم اطمینان بیمه‌گذاران بیشتر باشد توسعه بیمه مسئولیت کمتر می‌شود. در نتیجه عدم اطمینان بیمه‌گذاران به‌عنوان مانعی برای توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان به شمار می‌رود. همچنین رابطه نیرومندی در حد $۰/۲۹$ - بین بی‌ثباتی اقتصادی و توسعه بیمه مسئولیت به‌دست‌آمده است که نشان می‌دهد هرچقدر بی‌ثباتی اقتصادی بیشتر باشد توسعه بیمه مسئولیت کمتر می‌شود. در نتیجه بی‌ثباتی اقتصادی به‌عنوان مانعی برای توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان به شمار می‌رود. از آنجایی که همبستگی منفی است، می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که موانع سه‌گانه مورد بررسی اثر منفی بر توسعه بیمه مسئولیت دارند.

۵-۳- یافته‌های مربوط فرضیه‌های پژوهش

فرضیه ۱: ناآگاهی تولیدکنندگان بر توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان تأثیر منفی دارد. در (شکل ۲) نمایش گرافیکی رابطه بین ناآگاهی تولیدکنندگان و توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان.



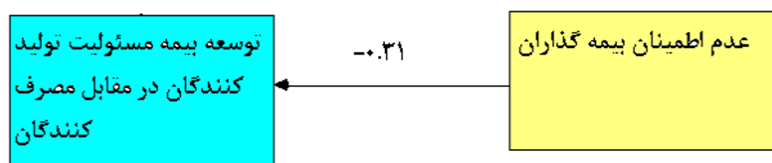
شکل ۲- نمایش گرافیکی رابطه بین ناآگاهی تولیدکنندگان و توسعه بیمه مسئولیت تولید

همچنان که در شکل فوق مشاهده می‌شود رابطه نیرومندی در حد $۰/۲۱$ - بین ناآگاهی تولیدکنندگان و توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان به‌دست‌آمده است که بیانگر مانع بودن آن بر توسعه بیمه مسئولیت است. در حالی که در کنار دیگر بخش‌های ناآگاهی تولیدکنندگان به‌دست‌آمده از تحلیل مسیر که در شکل شماره ۱ به نمایش درآمده است این مقدار همبستگی $۰/۰۲$ - بوده است. این کاهش در همبستگی چندگانه نشان از همپوشی بین متغیرها در تحلیل چندگانه است؛ اما در تحلیل مستقل هر متغیر علی، مقدار همبستگی به خاطر ترکیب با مقادیر همپوش، بالا می‌رود؛ بنابراین از آنجاکه همبستگی منفی است، پس می‌توان نتیجه گرفت که ناآگاهی تولیدکنندگان اثر منفی بر توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل

مصرف‌کنندگان دارد که این اثر در سطح معناداری $a = 0/0001$ معنادار است. این نتیجه تأییدکننده فرضیه اول مبنی بر مانع بودن ناآگاهی تولیدکنندگان بر توسعه بیمه مسئولیت است.

علاوه بر این قابل ذکر است که همبستگی به‌دست‌آمده از طریق همبستگی پیرسون بین ناآگاهی تولیدکنندگان و توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان (جدول شماره ۱) برابر با $0/۲۱$ می‌باشد که مقدار قابل توجهی بوده و دقیقاً برابر با مدل فوق به‌دست‌آمده است. این نوع همبستگی از نوع دو متغیری است.

فرضیه ۲: بین عدم اطمینان بیمه‌گذاران و توسعه نیافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان رابطه وجود دارد. در شکل ۳، نمایش گرافیکی رابطه بین عدم اطمینان بیمه‌گذاران و توسعه نیافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان را نشان می‌دهد

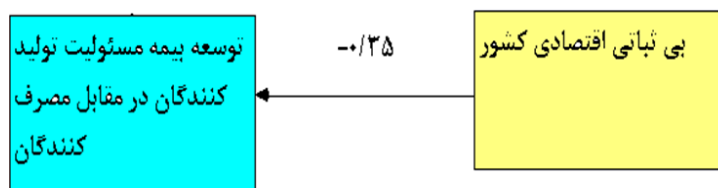


شکل ۳- عدم اطمینان بیمه‌گذاران و توسعه نیافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان

همچنان که در شکل فوق مشاهده می‌شود، رابطه نیرومندی در حد $0/۳۱$ بین عدم اطمینان بیمه‌گذاران و توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان به‌دست‌آمده است که مقدار همبستگی عدم اطمینان بیمه‌گذاران با توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان در کنار دیگر متغیرها $0/۲۵$ درصد به‌دست‌آمده بود که تا حدودی نزدیک به هم هستند (شکل ۱). این مقادیر بیانگر اثربخشی عدم اطمینان بیمه‌گذاران بر توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان است. چون همبستگی منفی است، پس می‌توان نتیجه گرفت که عدم اطمینان بیمه‌گذاران اثر منفی بر توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان دارد که در سطح معناداری $a = 0/0001$ معنادار است. این نتیجه تأییدکننده فرضیه دوم مبنی بر مانع بودن عدم اطمینان بیمه‌گذاران بر توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان است.

علاوه بر این قابل ذکر است که همبستگی به‌دست‌آمده از طریق همبستگی پیرسون بین عدم اطمینان بیمه‌گذاران و توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان (جدول شماره ۱) برابر با $0/۳۱$ می‌باشد که مقدار قابل توجهی بوده و خیلی متفاوت نسبت با مدل فوق به‌دست‌آمده است. این نوع همبستگی از نوع دو متغیری است.

فرضیه ۳: بی‌ثباتی اقتصادی کشور بر توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان تأثیر منفی دارد. در شکل ۴، نمایش گرافیکی رابطه بین بی‌ثباتی اقتصادی و توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان را نشان می‌دهد.



شکل ۴- نمایش گرافیکی رابطه بین بی‌ثباتی اقتصادی و توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان

همچنان که در شکل فوق مشاهده می‌شود رابطه نیرومندی در حد $0/۳۵$ بین بی‌ثباتی اقتصادی کشور و توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان به‌دست‌آمده است. در حالی که در مدل اصلی و در کنار دیگر متغیرهای علی، مقدار همبستگی برابر با $0/۲۹$ به‌دست‌آمده بود که احتمالاً به خاطر همپوشی با دیگر متغیرها است. لازم به ذکر است که این یافته بیانگر اثر منفی آن بر توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان است. چون همبستگی منفی است، پس می‌توان نتیجه گرفت که بی‌ثباتی اقتصادی به‌عنوان مانعی برای توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان به شمار رفته و در سطح معناداری $a = 0/0001$ اثر معناداری است. این نتیجه تأییدکننده فرضیه سوم مبنی بر مانع بودن بی‌ثباتی اقتصادی کشور برای توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان است.

علاوه بر این قابل ذکر است که همبستگی به دست آمده از طریق همبستگی پیرسون بین بی‌ثباتی اقتصادی و توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان (جدول شماره ۱) برابر با $0.35-$ می‌باشد که مقدار قابل توجهی بوده و برابر با مدل فوق به دست آمده است. این نوع همبستگی از نوع دو متغیری است.

۴-۵- خلاصه‌سازی یافته‌های مربوط به روابط مستقیم متغیرهای مدل

در جدول ۳ مسیرها و ضرایب استاندارد آن‌ها را در مدل بر اساس خروجی LISREL نشان می‌دهد.

جدول ۳ - الگوی توسعه بیمه مسئولیت: مسیرها و ضرایب استاندارد در الگوی اصلی

مسیر	β	سطح معنی‌داری
توسعه بیمه مسئولیت ← تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان	-۰/۲۱	۰/۰۰۱
توسعه بیمه مسئولیت ← تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان	-۰/۳۱	۰/۰۰۱
توسعه بیمه مسئولیت ← تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان	-۰/۳۵	۰/۰۰۱

بر اساس نتایج جدول فوق ناآگاهی تولیدکنندگان ضعیف‌ترین رابطه را با توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان داشته است و بعد از آن عدم اطمینان بیمه‌گذاران و در نهایت بی‌ثباتی اقتصادی قوی‌ترین همبستگی را با توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان نشان داده است.

جدول ۴- آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی متغیرهای عامل

رتبه میانگین‌ها	متغیرها
1	بی‌ثباتی اقتصادی
2	عدم اطمینان بیمه‌گذاران
3	ناآگاهی تولیدکنندگان

بر اساس نتایج جدول ۴ متغیر بی‌ثباتی اقتصادی اولین رتبه را در تأثیرگذاری بر توسعه بیمه مسئولیت کسب کرده است. و عدم اطمینان بیمه‌گذاران دومین رتبه تأثیرگذاری و ناآگاهی تولیدکنندگان سومین رتبه را کسب کرده است.

۶- بحث و نتیجه‌گیری

در این قسمت به نتیجه‌گیری و بحث در مورد یافته‌های آمار توصیفی پرداخته می‌شود و سپس به نتیجه‌گیری و بحث پیرامون فرضیه‌ها پرداخته می‌شود.

بر اساس نتایج حاصل از پژوهش در بحث مربوط به یافته‌های آمار توصیفی همان طوریکه در جدول شماره (۱) نشان داده شده است، بین ناآگاهی تولیدکنندگان و توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین عدم اطمینان بیمه‌گذاران و توسعه بیمه مسئولیت رابطه‌ای منفی ولی معنادار به دست آمد. همچنین بی‌ثباتی اقتصادی نیز رابطه‌ای منفی و معنادار با توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان نشان داد. این یافته‌ها همسو با نتایج مطالعات پژوهشگران دیگر می‌باشد.

در بررسی این فرضیه اول مبنی بر وجود رابطه معنادار بین ناآگاهی تولیدکنندگان کالاها و توسعه‌نیافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان از تحلیل همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج به دست آمده نشان داد که بین ناآگاهی تولیدکنندگان و توسعه‌نیافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان رابطه منفی وجود دارد که معنادار بود. این مقدار رابطه در بررسی روابط هم‌زمان موانع بر روی توسعه‌نیافتگی بیمه مسئولیت با استفاده از مدل معادلات ساختاری کمتر شده بود که به میزان قابل توجهی کاهش یافته است و کاهش آن به خاطر همپوشی با دیگر موانع بوده است. با این حال بازم رابطه معنادار بوده است و می‌توان نتیجه گرفت که ناآگاهی تولیدکنندگان کالاها به‌عنوان مانعی در برابر توسعه‌نیافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان می‌باشد.

این یافته همسو با یافته‌های دیگر پژوهشگران است که نشان داده‌اند: اگر مردم با مزایای بیمه مسئولیت آشنا می‌شدند، تقاضا برای خرید این نوع بیمه در کشور افزایش قابل توجهی می‌یافت (بت، کی کی آر، ۱۳۸۳ ص ۸۸). به عبارت دیگر اگر مردم بدانند زمانی که به افراد از روی تساهل و غفلت آسیبی می‌رسانند و ملزم به پرداخت خسارت می‌شوند با تحت پوشش قرارگرفته در این

بیمه‌نامه می‌تواند خسارات را پرداخت نکنند تا حد قابل ملاحظه‌ای انگیزه آن‌ها برای خرید این بیمه‌ها افزایش می‌یابد (هورویتز، ژاک، ۱۳۸۰). در نتیجه ناآگاهی تولیدکنندگان ارتباط تنگاتنگی با توسعه‌نیافتگی بیمه مسئولیت دارد. براین اساس فرضیه اول پژوهش تأیید می‌شود.

در بررسی فرضیه دوم پژوهش مبنی بر وجود رابطه بین عدم اطمینان بیمه‌گذاران و توسعه‌نیافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان، بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش حاضر در نمودار شماره ۱، این یافته حاصل شد که بین عدم اطمینان بیمه‌گذاران و توسعه بیمه مسئولیت رابطه منفی معنادار وجود داشت. این یافته همسو با یافته‌های دیگران است که گزارش کرده‌اند بی‌ثباتی اقتصادی کشور بر توسعه بیمه مسئولیت اثر منفی دارد. به‌طور مثال عدم ارائه خدمات مناسب بیمه‌گران در هنگام بروز خسارت به بیمه‌گذاران و عدم وجود یک بانک اطلاعاتی مشترک بین شرکت‌های بیمه‌ای برای جلوگیری از هرگونه سوءاستفاده از موارد منتج به عدم اطمینان بیمه‌گذاران به بیمه‌گران می‌باشد.

در بررسی فرضیه سوم مبنی بر وجود رابطه بین بی‌ثباتی اقتصادی کشور و توسعه‌نیافتگی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان، بر طبق یافته‌های حاصل از تحلیل معادلات ساختاری، بین بی‌ثباتی اقتصادی و توسعه بیمه مسئولیت همبستگی معناداری مشاهده شد که می‌توان استنباط کرد هر دو ناآگاهی تولیدکنندگان و عدم اطمینان بیمه‌گذاران قادر به پیش‌بینی توسعه بیمه مسئولیت بودند.

به‌طور کلی وضعیت صنعت بیمه و توسعه آن به‌طور کامل به شرایط اقتصادی کشور بستگی دارد. چنانچه وضع اقتصادی کشور رونق داشته باشد و درآمد سرانه نیز افزایش یابد می‌توان امید داشت که فرهنگ بیمه در بین نگاه‌های اقتصادی و همچنین در بین اشخاص حقیقی رونق گیرد. متأسفانه در حال حاضر متقاضی زیادی برای خرید بیمه‌نامه‌ها به دلیل عدم تبلیغات و فعالیت‌های لازم برای شناسایی رشته‌های مختلف از بیمه به مردم و شرایط اقتصادی آن‌ها وجود ندارد.

به‌طور کلی قدرت اقتصادی عامه مردم هر کشور و توسعه بیمه ارتباط دوجانبه دارد. بدین مفهوم که هرچه درآمد سرانه مردم بیشتر باشد اقبال عمومی به بیمه بیشتر است؛ و از سوی دیگر هرچه درآمد ضریب نفوذ بیمه در یک کشور بیشتر باشد، نشانگر وضعیت مناسب اقتصادی عامه مردم است.

بنابراین فقر و پایین بودن درآمد سرانه در رابطه با بیمه‌پذیری یک مانع عمده است و البته راهکار ارتقاء سطح درآمدها خارج از صنعت بیمه و قابل مدیریت در این صنعت نیست؛ اما صنعت بیمه تاکنون نسبت به ارائه طرح‌های بیمه‌ای جهت اقشار کم‌درآمد (بیمه‌های خرد) اقدام مؤثری به عمل نیاورده است (تدبیری و همکاران، ۱۳۸۵ ص ۲۳).

در جمع‌بندی می‌توان گفت که یکی از مهم‌ترین موانع توسعه بیمه مسئولیت تولیدکننده در مقابل مصرف‌کننده، بی‌ثباتی اقتصادی کشور می‌باشد.

از این یافته‌ها و برای تعیین اینکه از بین سه عامل ناآگاهی تولیدکنندگان، عدم اطمینان بیمه‌گذاران و بی‌ثباتی اقتصادی هر کدام در توسعه بیمه مسئولیت چه جایگاهی دارند و برای رتبه‌بندی و تعیین جایگاه این موانع از آزمون فریدمن بر روی توسعه بیمه مسئولیت استفاده شد که مقدار اثر هر یک از موانع را مقایسه کرده است. بر اساس یافته‌های گزارش شده در جدول ۴، بی‌ثباتی اقتصادی کشور به‌عنوان یکی از موانع، بیشترین اثر را بر توسعه بیمه مسئولیت داشته است؛ و سپس عدم اطمینان بیمه‌گذاران با مقدار اثری در حد متوسط، دومین مانع اثرگذار بر توسعه بیمه مسئولیت شناخته شده است. همچنین ناآگاهی تولیدکنندگان کمترین اثر معنادار را بر توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان داشته است.

۷- پیشنهادهای پژوهش

- با توجه به ناآگاهی تولیدکنندگان از شرایط بیمه‌نامه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان، شرکت‌های بیمه در همایش‌ها، هم‌اندیشی‌ها، کنفرانس‌ها و سایر جلساتی که تولیدکنندگان کالاهای مختلف در آن حضور دارند، با ارائه مقالات، پوستر، برگزاری کارگاه‌های آموزشی و غیره، نسبت به معرفی این رشته بیمه‌ای اهتمام ورزند. این تحقیق از منظر بیمه‌گران به بررسی موانع رشد و توسعه بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان پرداخته است، لذا پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده در جامعه تولیدکنندگان و حتی مصرف‌کنندگان کالا نیز صورت پذیرد.
- شرکت‌های بیمه نسبت به معرفی بیمه مسئولیت تولیدکنندگان در مقابل مصرف‌کنندگان در شهرک‌های صنعتی از طریق اعزام کارشناس، تبلیغات محیطی و سایر موارد جدید به خرج دهند.
- بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران نسبت به معرفی این رشته بیمه‌ای در دانشگاه‌های فنی و مهندسی توجه ویژه مبذول نماید.

منابع

۱. ارشدی نوید، هانیه، ۱۳۸۳، عوامل مؤثر بر رشد بازار فروش بیمه مسئولیت مدنی تولیدکنندگان کالا؛ دانشکده مدیریت تهران جنوب.
۲. بت، کی کی آر، ۱۳۸۳، فراتر از رضایت مشتری پیش به سوی جلب وفاداری مشتری کلید سود آوری بیشتر. ترجمه سید سعید مهدوی، تهران: سازمان مدیریت و برنامه ریزی.
۳. پژوهشکده بیمه، ۱۳۷۷، بررسی موانع توسعه بیمه مسئولیت مدنی و ارائه راهکارهای مناسب جهت توسعه آن.
۴. تدبیری سیروس و عاصمی پور، محمد جواد، تابستان ۱۳۸۵، تبیین استراتژی‌های صنعت بیمه کشور و طراحی ساختار مناسب جهت تحقق آن. فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۵۰.
۵. تدبیری، سیروس، بهار ۱۳۸۳، تعیین استراتژی های صنعت بیمه کشور و طراحی ساختار مناسب آن. فصلنامه صنعت بیمه، شماره ۷۳.
۶. جهانگرد، اسفندیار؛ ۱۳۷۶، نقش صنعت بیمه در ایجاد امنیت اقتصادی ایران، مجله برنامه و بودجه، شماره‌های ۲۲ و ۲۳، سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
۷. سالنامه آماری کارکنان دستگاه های اجرایی پایان سال ۱۳۸۲؛ ۱۳۸۴، تهران، سازمان مدیریت برنامه ریزی.
۸. صالحی، محمود؛ جانعلی و رستمی، حمید رضا، بهار ۱۳۸۹، علل توسعه نیافتگی و راهکارهای مناسب توسعه حرفه فروشندگی حضوری خدمات بیمه. فصلنامه صنعت بیمه، شماره ۶۱.
۹. قاسمی، عباس؛ خالدی، پری؛ ۱۳۹۱، بررسی آسیبها و صدمات ناشی از کالاهای معیوب.
۱۰. کاتوزیان، ناصر، ۱۳۹۱؛ وقایع حقوقی و مسئولیت مدنی.
۱۱. کهزادی، نوروز، ۱۳۸۶، روزنامه دنیای اقتصاد، شماره ۱۳۸۳، ۱۳۸۶/۸/۲۲.
۱۲. محمدی فر، یوسف؛ ۱۳۸۸؛ ارائه راهکارهایی جهت افزایش بیمه مسئولیت.
۱۳. نصیری، میترا؛ ۱۳۸۹؛ تعیین عوامل مؤثر بر بیمه مسئولیت، اقتصاد، پژوهشنامه بیمه.
۱۴. هورویتر، ژاک. هفت کلید استراتژی خدمات. ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، ۱۳۸۰، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
15. Avram, K, Nguyen, Y & Skully, M 2010, 'insurance and economic growth: a cross country examination, Department of Accounting and Finance.
16. Cummins JD & Weiss, MA 2009, 'Convergence of insurance and financial markets: hybrid and securitized risk-transfer solutions', The Journal of Risk and Insurance, vol. 76, no. 3, pp.493-545.
17. Swiss Re (2004), Sigma Series: Exploiting the Growth Potential of Emerging Insurance Markets China and India in the Spotlight.
18. Tan khay Boon (2004) Do Commercial Banks , Stock Market and Insurance Market Promote Economic Growth: An analysis of the singapore Economy; School of Humanities and Social Studies Nanyang Technological University.