

موانع رشد بیمه زلزله

میثم موسایی*، سعید براتی**

طرح مسأله: در این مقاله علل عدم رشد بیمه زلزله در شهر تهران به منظور شناخت موانع موجود برای گسترش این نوع پوشش بیمه‌ای بررسی شده است. روش: پژوهش حاضر توصیفی - پیمایشی از نوع شاخه میدانی است. روش نمونه‌گیری از نوع نمونه‌گیری تصادفی ساده و با استفاده از ابزار پرسشنامه در حجم ۴۰۰ نمونه است.

یافته‌ها و نتایج: مهمترین عوامل مرتبط با بر خرید بیمه نامه زلزله به شرح زیر می‌باشد:

- پایین بودن سطح درآمد خانوارها؛
- عدم پذیرش بیمه به عنوان یک ضرورت در زندگی؛
- عدم آشنایی و اطلاع کافی از وجود بیمه نامه زلزله؛
- ذهنیت منفی مردم در باره پیشینه منفی شعبات شرکت‌های بیمه در پرداخت خسارت‌ها.

کلید واژه‌ها: بیمه، زلزله، بیمه زلزله، تهران

تاریخ پذیرش: ۱۶/۱/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۵/۱۱/۵

* دانشجویار گروه برنامه ریزی اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران <mousaeei@ut.ac.ir>

** کارشناس ارشد علوم اجتماعی (برنامه ریزی و رفاه اجتماعی) دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

مقدمه

حوادث طبیعی از دیرباز با انسان همراه بوده است. خسارت‌های جانی و مالی ناشی از حوادث طبیعی در سطح جهانی، سنگین هستند و همواره روند رو به رشد داشته‌اند. اما این خسارت‌ها در کشورهای در حال توسعه وسیع‌تر از کشورهای توسعه یافته هستند. همچنین، تحمل و جذب این خسارت‌ها در کشورهای در حال توسعه با مشکلات بیشتری مواجه است.

در عین حال دستاوردهای بشری تا کنون بخشی از این حوادث را تا حد امکان تحت کنترل در آورده و از خسارات و زیان‌های آن کاسته است. از جمله این حوادث طبیعی زلزله است که، به هنگام وقوع، خسارت‌ها و زیان‌های مالی و جانی در سطحی بسیار گسترده اتفاق می‌افتد. زلزله از جمله بدترین حوادث طبیعی همراه با پیامدهای ناگوار است که سالانه به طور متوسط حدود پانزده هزار نفر در جهان تلفات می‌گیرد. تعداد کشته‌ها در کشورهای توسعه نیافته چهار برابر کشورهای توسعه یافته است (قراگوزلو ۱۳۸۱: ۲).

مطالعات و بررسی‌های زلزله خیزی سرزمین ایران نشان می‌دهند که تمامی فلات ایران در نوار زلزله خیز میان قاره‌ای قرار گرفته است. زلزله‌های ویرانگر اخیر نظیر زلزله بم، رودبار و منجیل، طبس، بوئین زهرا و... گویای این مطلب است که هر لحظه احتمال وقوع زلزله‌ای نظیر زلزله‌های فوق در کشور وجود دارد. بر اساس مطالعات انجام شده، شهر تهران هم به شدت زلزله خیز است. وقوع زمین لرزه‌های تاریخی سده بیستم و وجود گسل‌های فراوان در این منطقه نمایانگر این واقعیت است که تهران و شهرهای اطراف آن از این خطر طبیعی مصون نیستند. تقریباً هیچ کارشناسی نیست که وقوع زلزله در تهران را رد کند اما کسی قادر نیست زمان آن را پیش بینی کند. گسل‌هایی که تهران را محاصره کرده اند فعال هستند. با توجه به ساخت و سازهای بی رویه، نامناسب و نامطمئن، یک زلزله ۷ ریشتری نه تنها این شهر را با یک فاجعه تمام عیار انسانی بلکه کشور را با مشکلات اساسی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی روبرو خواهد کرد.

یکی از جلوه‌های بارز مشارکت عمومی و تعاون در هنگام وقوع بلایای طبیعی و غیرطبیعی، بیمه است که به عنوان یکی از راه کارهای اصلی و اساسی برای جبران خسارت مصیبت دیدگان حوادث، مورد توجه و اهمیت قرار گرفته است. اگر چه بشر نتوانسته است با این درجه از پیشرفت علم و تکنولوژی، قبل از زمان وقوع زلزله آن را پیش بینی کند ولی می‌توان با به کارگیری ابزار خسارات وارده را کاهش داد. یکی از این ابزارها بیمه است. بیمه زلزله این امکان را می‌دهد که موسسات بیمه با اخذ مبلغی به عنوان حق بیمه از ساکنان منطقه زلزله خیز، در صورت وقوع حادثه به کمک و جبران خسارتهای اهالی آن مناطق بشتابند.

زلزله مصیبت‌بار بم، از سویی ضرورت اشاعه فرهنگ بیمه را در جامعه و از سوی دیگر توجه ویژه به فراگیر شدن مدیریت بحران را در کشورمان مطرح ساخت. کمتر از یک درصد از ساختمانهای مسکونی در بم دارای بیمه زلزله بودند. اگر این آمار در حد قابل قبولی بود بیمه به عنوان یکی از بازوان توانای مدیریت بحران قادر بود فشار اصلی را از دوش دولت و مصیبت دیدگان خارج و بخشی از هزینه‌های مالی را با بیمه اتکائی به شرکت‌های بیمه منتقل نماید. بیمه زلزله در کشور ما برعکس کشورهای توسعه یافته هنوز برای اکثر مردم ما ناشناخته است. در ایران که گسل‌های زلزله خیز تقریباً مانند شاخه‌های درخت در همه جای آن گسترده شده است کمتر از ۵ درصد منازل مسکونی کشور بیمه زلزله دارند (قراگوزلو ۱۳۸۱: ۱).

در کشور ما، تأمین کننده منابع مالی جبران خسارتهای فیزیکی و مادی ناشی از حوادث زلزله در وهله اول، دولت و مردم هستند اما ممکن است که خسارتهای قدری زیاد باشد که تأمین آنها در کوتاه مدت برای دولت و کمک‌های مردمی امکان‌پذیر نباشد. لذا در کشورهای توسعه یافته بیمه یکی از راههای مطمئن تأمین منابع مالی زیانهای ناشی از حوادثی نظیر زلزله است.

جبران خسارتهای جانی و مالی ناشی از زلزله در شهر بزرگی چون تهران از قدرت و توان دولت و خانوارها خارج است و برای جبران خسارتهای، نهادی چون بیمه می‌تواند

نقش مهمی ایفا نماید. علیرغم این نقش مهم، درصد بسیار ناچیزی از خانوارها دارای بیمه زلزله می‌باشند. بررسی علل این پدیده می‌تواند به اتخاذ سیاست‌هایی برای ترغیب و تشویق مردم به بیمه کردن منازل خود کمک کند.

چارچوب نظری

براساس نظریه تقاضا در اقتصاد که برگرفته از نظریه حداکثر کردن مطلوبیت مصرف کننده با محدودیت‌ها و قیدهای درآمد و غیر درآمدی است، اگر بیمه را به عنوان یک کالا در نظر بگیریم عوامل مرتبط با خرید بیمه‌نامه زلزله توسط مردم عبارت‌اند از:

عوامل کمی و اقتصادی شامل:

درآمد خانوارها؛

قیمت کالا (بیمه نامه زلزله)؛

قیمت سایر کالاهای مشابه و جانشین.

و عوامل فرهنگی و اجتماعی شامل:

میزان آشنایی و اطلاع راجع به بیمه نامه زلزله

میزان گرایش و اعتماد خانوارها به بیمه نامه زلزله

نحوه عملکرد شرکت‌های بیمه

تبلیغات مناسب

مشکلات مربوط به شرکت‌های بیمه نظیر دولتی بودن و عدم رقابت بین آنها

میزان آینده نگری و نگرانی خانوارها نسبت به آینده خود و فرزندان

این عوامل تحت تأثیر جنسیت افراد پاسخگو، وضعیت تأهل، مقدار هزینه‌های خانوار،

نوع واحد مسکونی، نوع مالکیت بر واحد مسکونی، مقدار تحصیلات، شغل، منطقه محل

سکونت و همچنین مقدار آشنایی با بیمه نامه زلزله و بواسطه آن مقدار آگاهی و گرایش و

به عبارتی اعتماد خانوارها به موضوع بیمه و همچنین نحوه عملکرد شرکت‌های بیمه و ...

تعیین می‌شود.

به عبارتی دیگر با توجه به چارچوب نظری تحقیق، عوامل مؤثر بر رشد و توسعه بیمه نامه زلزله به شرح زیر مورد بررسی قرار گرفته شده‌اند:

سن، وضعیت تأهل، نوع شغل، تحصیلات، منطقه محل سکونت، نوع واحد مسکونی، نوع مالکیت بر واحد مسکونی، هزینه‌های خانوار، آشنایی با بیمه نامه زلزله، مبلغ حق بیمه نامه زلزله، تبلیغات شرکت‌های بیمه در زمینه بیمه نامه زلزله، مشکلات ساختار شرکت‌های بیمه نظیر دولتی بودن و عدم رقابت در بین آنها، عملکرد مناسب شرکت‌های بیمه، نحوه نگرش و اعتماد خانوارها نسبت به بیمه، عدم آینده‌نگری و اعتقاد خانوارها به قضا و قدر.

روش تحقیق

جامعه آماری این تحقیق خانوارهای ساکن شهر تهران در تیرماه ۱۳۸۴ می‌باشند که از میان آنها ۴۰۰ خانوار با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. شهر به ۵ قسمت شمال، جنوب، غرب، شرق و مرکز تقسیم شده است و واحدهای نمونه‌گیری در بلوک‌های مختلفی که در این ۵ منطقه مشخص شدند، به صورت تصادفی انتخاب شده‌اند.

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ۹/۳ درصد پاسخگویان تحت پوشش بیمه نامه زلزله قرار داشته و ۸۸/۸ درصد آنها تحت پوشش بیمه زلزله نبوده‌اند. همچنین مطابق جدول‌های ۱ تا ۸، داشتن بیمه نامه زلزله با ویژگی‌های زیر دارای ارتباط معنا دار است:

- درجه آشنایی با بیمه زلزله
- اعتقاد به بالا بودن نرخ حق بیمه
- اعتقاد به بالا بودن تأثیر تبلیغات
- اعتقاد به بالا بودن تأثیر عملکرد شرکت‌های بیمه در پرداخت خسارت
- اعتقاد به بالا بودن تأثیر تورم و کاهش قدرت خرید بر استقبال از بیمه
- اعتقاد به قضا و قدر، عدم آینده‌نگری، و اتکا به قسمت و شانس
- اقتصاد به تأصیر تخصص بخشی از بودجه عمومی کشور و کمک‌های مردمی و بلاعوض
- اعتقاد به تأثیر دولتی بودن و عدم رقابت بین شرکت‌های بیمه

جدول شماره ۱: توزیع نمونه بر حسب درجه آشنایی با بیمه زلزله داشتن یا نداشتن آن

جمع	زیاد	متوسط	کم	آشنایی با بیمه زلزله	
				داشتن یا نداشتن بیمه زلزله	
۳۷	۲۷	۱۰	۰	تعداد	بلی
۱۰/۲	۷/۴	۲/۷	۰	درصد	
۳۲۷	۱۰۸	۱۹۷	۲۲	تعداد	خیر
۸۹/۸	۲۹/۷	۵۴/۱	۶/۰	درصد	
۳۶۴	۱۳۵	۲۰۷	۲۲	تعداد	جمع
۱۰۰	۳۷/۱	۵۶/۹	۶/۰	درصد	

$N^2=23.239$ Df=2 Sig=0.000 Cramer's V=0/253

جدول شماره ۲: توزیع نمونه بر حسب دو متغیر اعتقاد به بالا بودن نرخ حق بیمه زلزله و داشتن یا نداشتن آن

جمع	زیاد	متوسط	کم	اعتقاد به بالا بودن نرخ	
				داشتن یا نداشتن بیمه زلزله	
۳۷	۱۸	۱۵	۴	تعداد	بلی
۱۰/۰	۴/۹	۴/۰	۱/۱	درصد	
۳۳۴	۴۲	۸۸	۲۰۴	تعداد	خیر
۹۰/۰	۱۰/۳	۲۳/۷	۵۵/۰	درصد	
۳۷۱	۶۰	۱۰۳	۲۰۸	تعداد	جمع
۱۰۰	۱۶/۱	۲۷/۸	۵۶/۱	درصد	

$N^2=68/260$ Df=4 Sig=0.000 Cramer's V=0/429

جدول شماره ۳: توزیع نمونه بر حسب دو متغیر تبلیغات مناسب و داشتن و نداشتن بیمه نامه زلزله

جمع	کم	متوسط	زیاد	اعتماد به تأثیر تبلیغات داشتن یا نداشتن بیمه زلزله	
				تعداد	بلی
۳۷	۰	۲۰	۱۷	تعداد	بلی
۹/۸	۰	۵/۳	۴/۵	درصد	
۳۴۲	۲۹	۲۷۰	۴۳	تعداد	خیر
۹۰/۲	۷/۷	۷۱/۲	۱۱/۳	درصد	
۳۷۹	۲۹	۲۹۰	۶۰	تعداد	جمع
۱۰۰	۷/۷	۷۶/۵	۱۵/۸	درصد	

$N^2=29/330$ Df=3 Sig=0.000 Cramer's V=0/278

جدول شماره ۴: توزیع نمونه بر حسب دو متغیر اعتقاد به تأثیر عملکرد مناسب شرکت‌های بیمه در پرداخت خسارات و داشتن یا نداشتن بیمه نامه زلزله

جمع	کم	متوسط	زیاد	اعتماد به تأثیر عملکرد داشتن یا نداشتن بیمه زلزله	
				تعداد	بلی
۳۶	۰	۲۸	۸	تعداد	بلی
۱۱/۳	۰	۸/۸	۲/۵	درصد	
۲۸۳	۷۵	۱۲۷	۶۱	تعداد	خیر
۸۸/۷	۲۳/۵	۴۶/۱	۱۹/۱	درصد	
۳۱۹	۷۵	۱۷۵	۶۹	تعداد	جمع
۱۰۰	۲۳/۵	۵۴/۹	۲۱/۶	درصد	

$N^2=84/075$ Df=4 Sig=0.000 Cramer's V=0/513

جدول شماره ۵: توزیع نمونه بر حسب دو متغیر اعتقاد به تأثیر تورم و کاهش قدرت خرید و داشتن یا نداشتن بیمه نامه زلزله

جمع	زیاد	متوسط	کم	اعتقاد به تأثیر تورم داشتن یا نداشتن بیمه زلزله	
				تعداد	بلی
۳۷	۸	۱۶	۱۳	تعداد	بلی
۹/۵	۲/۱	۴/۱	۳/۴	درصد	
۳۵۱	۲۲	۱۱۷	۲۱۲	تعداد	خیر
۹۰/۵	۵/۷	۳۰/۲	۵۴/۶	درصد	
۳۸۸	۳۰	۱۳۳	۲۲۵	تعداد	جمع
۱۰۰	۷/۸	۳۴/۳	۵۸/۰	درصد	

$\chi^2=21/210$ Df=4 Sig=0.000 Cramer's V=0/234

جدول شماره ۶: توزیع نمونه بر حسب دو متغیر موافقت با جملاتی نظیر ارزش نداشتن بیمه پس از مرگ، حال را در نظر گرفتن و خوشبینی نسبت به آینده (قضا و قدر، عدم آینده‌نگری و اتکا به شانس) و داشتن یا نداشتن بیمه نامه زلزله

جمع	زیاد	متوسط	کم	اعتقاد به قضا و قدر و ... داشتن یا نداشتن بیمه زلزله	
				تعداد	بلی
۳۶	۲۴	۰	۱۲	تعداد	بلی
۹/۸	۶/۶	۰	۳/۳	درصد	
۳۳۲	۱۹۰	۱۲۸	۱۴	تعداد	خیر
۹۰/۲	۵۱/۶	۳۴/۸	۳/۸	درصد	
۳۶۸	۲۱۴	۱۲۸	۲۶	تعداد	جمع
۱۰۰	۵۸/۲	۳۴/۸	۷/۱	درصد	

$\chi^2=58/334$ Df=4 Sig=0.000 Cramer's V=0/398

جدول شماره ۷: توزیع نمونه بر حسب دو متغیر اعتقاد به تأثیر تخصیص بخشی از بودجه عمومی کشور و کمک‌های بلاعوض و کمک‌های مردمی و داشتن یا نداشتن بیمه‌نامه زلزله

جمع	زیاد	متوسط	کم	آشنایی با بیمه زلزله داشتن یا نداشتن بیمه زلزله	
				تعداد	بلی
۳۷	۱۵	۱۶	۶	تعداد	بلی
۹/۴	۳/۹	۴/۱	۱/۶	درصد	
۳۵۵	۳۸	۱۶۴	۱۵۳	تعداد	خیر
۹۰/۶	۹/۷	۴۱/۸	۳۹/۱	درصد	
۳۹۲	۵۳	۱۸۰	۱۵۹	تعداد	جمع
۱۰۰	۱۳/۶	۴۵/۹	۴۰/۷	درصد	

$$N^2=29/621 \quad Df=4 \quad Sig=0.000 \quad Cramer's V=0/275$$

جدول شماره ۸: توزیع نمونه بر حسب دو متغیر اعتقاد به تأثیر دولتی بودن و عدم رقابت بین شرکت‌های بیمه و داشتن یا نداشتن بیمه‌نامه زلزله

جمع	زیاد	متوسط	کم	آشنایی با بیمه زلزله داشتن یا نداشتن بیمه زلزله	
				تعداد	بلی
۳۷	۱۸	۶	۱۳	تعداد	بلی
۹/۷	۴/۷	۱/۶	۳/۴	درصد	
۳۴۵	۱۵	۱۷۷	۱۵۳	تعداد	خیر
۹۰/۳	۴/۰	۴۶/۳	۴۰/۱	درصد	
۳۸۲	۳۳	۱۸۳	۱۶۶	تعداد	جمع
۱۰۰	۸/۷	۴۷/۹	۴۳/۵	درصد	

$$N^2=116/348 \quad Df=4 \quad Sig=0.000 \quad Cramer's V=0/552$$

همچنین مقدار همبستگی پیرسون بین متغیرهای اصلی و متغیر وابسته به صورت زیر می‌باشد:

بین دو متغیر آشنایی با بیمه نامه زلزله و داشتن یا نداشتن بیمه نامه زلزله رابطه در سطح ۹۹ درصد معنادار می‌باشد ($r = -0/244$ و $p \text{ value} = 0/000$). علامت منفی نشان‌دهنده این است که دو متغیر در جهت عکس یکدیگر حرکت می‌کنند.

بین دو متغیر اعتقاد به بالا بودن نرخ حق بیمه و داشتن یا نداشتن آن رابطه در سطح ۹۹ درصد معنادار می‌باشد ($r = -0/284$ و $p \text{ value} = 0/000$). بین دو متغیر اعتقاد به تأثیر تبلیغات و داشتن یا نداشتن بیمه نامه زلزله نیز رابطه در سطح ۹۹ درصد معنادار می‌باشد ($r = 0/257$ و $p \text{ value} = 0/000$). علامت مثبت نشان‌دهنده این است که تغییرات در هر دو متغیر در یک جهت اتفاق می‌افتد.

بین دو متغیر اعتقاد بر تأثیر عملکرد مناسب شرکت‌های بیمه در جهت پرداخت خسارات ناشی از زلزله و داشتن یا نداشتن بیمه نامه زلزله رابطه در سطح ۹۹ درصد معنادار می‌باشد ($r = 0/214$ و $p \text{ value} = 0/000$).

بین دو متغیر اعتقاد به تأثیر تورم و کاهش قدرت خرید مردم و داشتن یا نداشتن بیمه نامه زلزله رابطه در سطح ۹۹ درصد معنادار می‌باشد ($r = -0/199$ و $p \text{ value} = 0/000$).

بین دو متغیر موافقت با جملاتی نظیر ارزش نداشتن بیمه پس از مرگ، حال را در نظر گرفتن و خوشبینی نسبت به آینده (قضا و قدر، عدم آینده‌نگری و اتکا به شانس) و داشتن یا نداشتن بیمه نامه زلزله رابطه معنادار وجود ندارد چون ($r = 0/047$ و $p \text{ value} = 0/370$).

بین دو متغیر تخصیص بخشی از بودجه عمومی کشور و کمک‌های بلاعوض همچنین کمک‌های مردمی و داشتن یا نداشتن بیمه نامه زلزله با ۹۹ درصد اطمینان رابطه وجود دارد ($r = -0/209^{**}$ و $p \text{ value} = 0/000$).

بین دو متغیر اعتقاد به تأثیر دولتی بودن و عدم رقابت بین شرکت‌های بیمه و داشتن یا نداشتن بیمه نامه زلزله رابطه معنادار وجود دارد ($r = -0/313$ و $p \text{ value} = 0/000$). همچنین همبستگی بین متغیر وابسته تحقیق (داشتن یا نداشتن بیمه نامه زلزله) و متغیرهای عمومی تحقیق (سن، جنسیت، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، شغل سرپرست خانوار، منطقه محل سکونت، نوع واحد مسکونی، نوع مالکیت بر واحد مسکونی، میزان هزینه‌های خانوار) محاسبه شد که بر اساس اطلاعات به دست آمده از جدول همبستگی تنها بین دو متغیر منطقه محل سکونت و نوع واحد مسکونی با متغیر وابسته رابطه معنا دار وجود داشت: بین متغیر وابسته و منطقه محل سکونت ($r = -0/139$ و $p \text{ value} = 0/006$). بین متغیر وابسته و نوع واحد مسکونی ($r = -0/157$ و $p \text{ value} = 0/002$).

نتیجه گیری

متأسفانه در راه تقویت و بهبود نظام بیمه مشکلات و مسائل زیادی وجود دارد که باید آنها را در نظر گرفت. از جمله مشکلات موجود در این زمینه مشکل اقتصادی مردم می‌باشد. یکی از دلایلی که سبب شده است که مردم علی‌رغم نیازشان و وجود بیمه نامه‌های مناسب به سراغ بیمه نروند درآمد خانواده‌هاست. در بیشتر مواقع درآمد سرپرست خانواده‌ها به قدری پایین است که نمی‌توان در سبد هزینه‌های ضروری خانواده‌ها جایی برای بیمه در نظر گرفت.

از دیگر مشکلات موجود در این زمینه مشکلات فرهنگی می‌باشد. به نظر می‌رسد که مردم ما هنوز بیمه را به عنوان یک ضرورت نپذیرفته اند هر چند که شرکت‌های بیمه‌ای تا حدودی با شیوه‌های مختلف تبلیغاتی، سعی در رواج این فرهنگ و آگاه کردن مردم از ضرورت بیمه شدن دارند اما هنوز این تبلیغات نتوانسته است توجه مردم را به بیمه جلب کند و تنها پس از هر زلزله مردم نسبت به بیمه شدن توجه نشان می‌دهند و علی‌رغم تبلیغات صورت گرفته اکثر مردم ما از نرخ‌ها و قیمت‌های ناچیز بیمه زلزله آگاهی ندارند که دلیل آن را می‌توان اطلاع رسانی نامناسب رسانه‌ها و شرکت‌های بیمه‌ای دانست.

ساختار دولتی شرکت‌های بیمه و بازاریابی ضعیف برای فروش نیز از مشکلات اساسی در این زمینه به شمار می‌رود. از دیگر مشکلات موجود در این زمینه پیشینه منفی شعبات پرداخت خسارت‌های شرکت‌های بیمه در ذهن مردم می‌باشد. متأسفانه مردم ما بیمه را از بیمه اتومبیل می‌شناسند و از آنجا که بیمه شخص ثالث اتومبیل در کشور ما زیان ده است این شرکتها تمایل چندانی به ارائه آن ندارند و در پرداخت خسارت نیز با مشکلاتی مواجه هستند و اکثر اوقات مشتریان به دلیل اختلاف برآورد هزینه خسارت از سوی شرکت‌های بیمه با تعمیرگاهها، نسبت به شرکت‌های بیمه بدبین شده‌اند. البته عدم پرداخت سریع و وجود دیوانسالاری طولانی در دریافت خسارت نیز از دلایل بی‌اعتمادی مردم به شرکت‌های بیمه است که این مساله را می‌توان یکی از دلایل اصلی عدم وجود باور جدی مردم به بیمه دانست.

پیشنهادها

- انجام تبلیغات صحیح و اصولی در زمینه آشنایی مردم با بیمه نامه زلزله با تکیه بر فرهنگ و اعتقادات جامعه.
- اطلاع رسانی دقیق در مورد بیمه زلزله، نرخها و قیمت‌های بیمه زلزله، مزایای بیمه زلزله.
- اجباری کردن بیمه نامه زلزله تا سرمایه‌ای معین که از این طریق به دلیل افزایش تقاضا برای این نوع بیمه نامه نرخ آن پس از مدتی کاهش یافته است و بیمه نامه زلزله با هزینه‌های کمتر در اختیار مردم قرار بگیرد.
- رسیدگی سریع به اختلاف بین شرکت‌های بیمه و مردم در صورت محق بودن بیمه‌گذاران، بیمه‌گر به پرداخت کامل خسارت محکوم شود تا از این طریق شرکت‌ها به کسب رضایت مشتریان ترغیب شوند.
- تشویق و ترغیب شرکت‌های خصوصی بیمه جهت ورود به بازار بیمه کشور که با توجه به انگیزه‌های شرکت‌های خصوصی، ارائه خدمات متفاوت می‌تواند به توسعه این بیمه نامه و رقابت و بیداری شرکت‌های قدیمی در کشور کمک کند.

- با توجه به اینکه بیمه نامه زلزله به صورت یکی از زیر مجموعه‌های بیمه نامه آتش سوزی ارائه می‌شود، بیمه نامه‌ای مناسب و مستقل برای زلزله طراحی شود که صدور آن مانند بسیاری از بیمه نامه‌ها در زمانی کوتاه صورت گیرد.

- کریمی، آیت. (۱۳۸۱)، کلیات بیمه، بیمه مرکزی ایران.
- طالب، مهدی. (۱۳۷۳)، بررسی الگوی مناسب بیمه خطر زلزله در ایران، مرکز مطالعات مقابله با سوانح طبیعی ایران.
- ابریشمی، حمید. (۱۳۷۲)، اقتصاد ایران، نشر نی.
- سالواتوره، دومینیک. (۱۳۳۷)، تئوری و مسائل اقتصاد خرد، ترجمه حسن سبحانی، نشر نی.
- مهرگان، نادر. (۱۳۷۹)، اقتصاد خرد، انتشارات نور علم.
- کلانتری، خلیل. (۱۳۸۲)، پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی، نشر شریف.
- واس، دس‌ای‌د. (۱۳۸۲)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نائی، نشر نی.
- سهرابی، مجتبی. (۱۳۷۲)، مدیریت ایمنی خطر زلزله و زمین لغزه و نقش بیمه در جبران خسارات آنها، مجموعه مقالات دومین سمینار زمین لغزه و کاهش خسارت‌های آن جلد اول، مؤسسه بین المللی زلزله شناسی و مهندسی زلزله.
- سهرابی، مجتبی. (۱۳۷۱)، برنامه‌ها و طرح‌های مقابله با خطر زلزله (بیمه زلزله وسیله‌ای جهت جبران بخشی از زیان‌های اقتصادی خطر مذکور در مناطق شهری)، مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی بلایای طبیعی در مناطق شهری.
- معینی کربکندی، حمید. (۱۳۷۵)، بررسی علل عدم رشد بیمه زلزله در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- علی دوستی، سیروس. (۱۳۷۱)، کاربرد مدیریت بحران در کاهش ضایعات ناشی از زلزله، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، گروه مدیریت دولتی.
- صفائی، سامیا. (۱۳۸۳)، بررسی عوامل مؤثر بر خرید بیمه نامه عمر، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- پور ریاحی، پروانه. (۱۳۶۸)، کاربرد بیمه در جبران ضایعات زلزله، فصلنامه بیمه مرکزی ایران، شماره ۲.
- کریمی، آیت. (۱۳۶۸)، بیمه خطرهای فاجعه‌آمیز، فصلنامه بیمه مرکزی ایران، شماره ۲.
- شاکرین، مهدی. (۱۳۷۱)، نقش بیمه در جبران خسارات بلایای طبیعی، فصلنامه بیمه مرکزی ایران، سال هفتم، شماره ۳.
- شمس احمدی، غلامعلی. (۱۳۷۲)، کاربرد بیمه در جبران خسارت‌های زلزله، فصلنامه بیمه مرکزی ایران، سال هشتم، شماره ۲.

- ایثاری، بهزاد. (۱۳۷۲). ضرورت بیمه زلزله، فصلنامه بیمه مرکزی ایران، سال هشتم، شماره سوم.
- شمس احمدی، غلامعلی. (۱۳۷۲). لزوم پیشگیری و کاهش خطر زلزله یا مدیریت بحران، فصلنامه بیمه مرکزی ایران، سال هشتم، شماره سوم.
- نجفی، محمدعلی. (۱۳۷۸). حوادث طبیعی و نقش مهم و تعیین کننده بیمه، فصلنامه صنعت بیمه، شماره ۵۵.
- معینی، حمید. (۱۳۷۸). نقش بیمه در جبران خسارت‌های ناشی از زمین لرزه، فصلنامه صنعت بیمه، شماره ۵۵.
- غفوری، آشتیانی. (۱۳۷۸). زمین لرزه آثار اقتصادی بیمه، فصلنامه صنعت بیمه، شماره ۵۵.
- خواجه‌ای، سعید. (۱۳۷۸). حوادث طبیعی و نقش بیمه، فصلنامه صنعت بیمه، شماره ۵۵.
- جباری، غلامحسین. (۱۳۷۸). نقش بیمه در مقابله با خطرات بزرگ، فصلنامه آسیا، شماره ۱۲.
- ابوترابی، اصغر. (۱۳۷۹). نیاز امروز بیمه زلزله، فصلنامه آسیا، شماره ۱۶.
- حسن نژاد، مسعود. (۱۳۸۲). مدیریت بحران رفتارها و عملکردهای قبل و بعد از وقوع زلزله، فرهنگ ایمنی (فصلنامه پژوهشی آموزشی و اطلاع رسانی)، انتشارات سازمان شهرداری‌های کشور، سال دوم، شماره ۵.
- خوشحال، یاسین. (۱۳۸۳). بیمه زلزله و مدیریت بحران، نشریه اندیشه صادق، دانشگاه امام صادق، شماره ۱۳-۱۴.
- اکبرنژاد، فاطمه. (۱۳۸۳). راهنمای بیمه زلزله برای مالکان منازل مسکونی، تازه‌های جهان بیمه، شماره ۸۷.
- عطرچیان، محمد رضا. (۱۳۸۱). پیشینی زلزله تهران و ارتباط آن با وضعیت خاک تهران، ماهنامه کارشناس، سال نوزدهم، شماره ۳۵.
- مومنی فراهانی، فرشید. (۱۳۸۰). زلزله در تهران، ماهنامه صنعت تأسیسات، شماره ۱۴.
- جعفروند، علی. خسارات زمین لرزه را می‌توان مهار کرد، روزنامه نشاط، ۱۳۷۸/۶/۷.
- کیامنش، بیژن. بیمه زلزله چه هنگام جدی تلقی می‌شود؟ روزنامه آسیا، ۱۳۸۱/۴/۱۱.
- قراگزلو، علیرضا. بیمه زلزله را جدی بگیریم، روزنامه آسیا، ۱۳۸۱/۴/۱۹.
- ناطق‌الهی، فریبرز. زلزله و پیامدهای آن، روزنامه توسعه، ۱۳۸۱/۴/۲۴.

