



چالش‌های پیاده‌سازی تکافل خرد در کشور*

یزدان گودرزی فراهانی

استادیار گروه اقتصاد اسلامی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران، (نویسنده مسئول)
y.gudarzi@qom.ac.ir

امیدعلی عادل

دانشیار گروه اقتصاد اسلامی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران.
oa.adeli@qom.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۰۶

چکیده

بیمه‌های خرد به عنوان یکی از ابزارهای تامین مالی خرد در جهت حمایت از اقشار کم درآمد عمل می‌کند. در حال حاضر بیمه‌های خرد به عنوان یک راه حل کلیدی برای بهبود شرایط زندگی جمعیت‌های کم درآمد مطرح است. در کشورهای اسلامی نوعی مشارکت مالی به نام تکافل که برگرفته از اصل کفالت همگانی بوده و شکلی از حفاظت مالی بر پایه کمک متقابل و توزیع مشترک ریسک است، وجود دارد. تکافل نظامی است که بر اصل کمک متقابل (تعاون) و همکاری داوطلبانه (تبرع) مبتنی است و در آن، ریسک داوطلبانه و به طور اشتراکی بین مشارکت کنندگان تسهیم می‌شود. هدف این مطالعه توسعه و تعمیق تکافل در ایران و بررسی چالش پیاده‌سازی محصولات تکافل خرد در کشور بود که علیرغم بالا بودن میزان ریسک و تعداد دفعات مواجهه با خطرات آن در کشور نیازمند توجه به این بخش است. در این مطالعه با استفاده از یک رویکرد اکتشافی به بررسی محصولات تکافل خرد و ویژگی‌های آن در کشورهای مختلف پرداخته شد. در ادامه پس از شناسایی محصولات در کشورهای دیگر به منظور امکان‌سنجی پیاده‌سازی این محصولات در ایران با استفاده از قواعد شرعی و اسلامی از طریق مصاحبه با خبرگان اطلاعات مورد نظر جمع‌آوری و سپس با استفاده از آزمون‌های آماری، اهداف تحقیق مبتنی بر نتایج حاصل شده از مطالعه SWOT مورد بررسی قرار گرفت. نتایج بدست آمده از این مطالعه بیانگر این بود که یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها، کمبود آگاهی عمومی درباره مفهوم و کارکرد تکافل است. چالش دیگری که باید به آن توجه کرد، فقدان چارچوب قانونی و نظارتی مناسب برای حمایت از صنعت تکافل است. از فرصت‌های موجود نیز می‌توان به افزایش توجه به مفاهیم مالی اسلامی و تمایل جامعه به استفاده از خدمات مالی منطبق با اصول شرعی، می‌تواند به رشد این صنعت کمک کند اشاره کرد.

واژه‌های کلیدی: تکافل، بیمه خرد، تعاون، چالش، فرصت.

* مقاله حاضر مستخرج از طرح پژوهشی با حمایت پژوهشکده بیمه بوده است.

۱- مقدمه

ریشه کلمه تکافل از کلمه عربی "کفالت" به معنای ضمانت یا مسئولیت گرفته شده است. با توجه به وجود اکثریت مسلمانان در ایران، انتظار می‌رود که امور مالی اسلامی و به ویژه تکافل بیشتر مورد توجه قرار گیرد و تکافل بتواند در کنار مالیه متعارف در ایران فعالیت کند. بر این اساس لازم است الگوهای مناسبی برای پذیرش تکافل تدوین و طراحی شود. در عین حال توجه به این نکته ضروری است که با توجه به ضریب نفوذ پایین این رشته در کشور، سطح آگاهی مردم نسبت به این نوع مالیه نیز پایین است (Rappi & et al, 2022). کهنینه و شرف دین^۱ (۲۰۲۱) به بررسی عوامل تعیین کننده پذیرش تکافل توسط مصرف کنندگان در نیجریه بر اساس پاسخ مشتریان نیجریه‌ای تکافل می‌پردازند. نتایج نشان می‌دهد که دیدگاه شرعی، مکان سکونت، پذیرش مصرف کننده، کیفیت خدمات، نگرش، آگاهی، هنجار ذهنی و کنترل رفتار درک شده عوامل مؤثر بر آگاهی و سطح پذیرش تکافل در نیجریه هستند. رازک و همکاران (۲۰۱۲) با استفاده از مصاحبه با ۴ مشتری، سطوح پذیرش محصولات تکافل را در میان جوامع در مالزی شناسایی کرده و بیشترین عواملی را که جوامع در مالزی را برای خرید محصولات تکافل تحت تاثیر قرار می‌دهند، تعیین می‌کنند. اطلاعات حاکی از توجه روز افزون جهان اسلام و حتی کشورهای غیر اسلامی به تکافل و روند رو به رشد این صنعت در جهان اسلام و پتانسیل بالقوه این بازار است، لذا، توجه بیشتر به این مقوله چه از بعد نظری و چه در عمل، دارای توجیه است (Jaiyeoba & et al, 2022).

در بیمه‌های خرد یک حداقل، بیمه متناسب با احتمال و هزینه ریسک و عدم اطمینانی که خانوارها با آن روبرو هستند دریافت می‌گردد بیمه‌های خرد با ماهیت خاص خود در مقایسه با سایر بیمه‌های بازرگانی، دارای خصوصیت غیر انتفاعی بوده و عموماً هدفشان شرکت در همبستگی‌های اجتماعی است، لذا در صورت فرهنگ سازی مناسب و انتخاب الگویی متناسب با جوامع روستایی ایران میتواند پاسخگوی نیازهای بیمه‌ای این مناطق در کشور باشد.

بر اساس آمار سالنامه آماری سال ۱۴۰۱ حدود ۲۱ میلیون نفر از جمعیت ایران در مناطق روستایی زندگی میکنند این موضوع اهمیت توجه به تکافل خرد در ایران را مشخص می‌کند. از آنجایی اغلب افراد در سطوح درآمدی پایین با فرهنگ بیمه ناآشنا هستند و از آنجا که این افراد غالباً به لحاظ درآمدی نزدیک خط فقر یا زیر خط فقر هستند ضرورت پرداختن به بیمه‌های خرد برای ساکنین مناطق روستایی کشور و کم درآمد دو چندان می‌گردد. در خصوص آمارهای جهانی در حوزه تکافل در جدول (۱) به بررسی شاخص‌های رتبه بندی نظام توسعه تکافل در برخی از کشورها در سال ۲۰۲۲ پرداخته شده است.

همانگونه که در جدول (۱) مشاهده می‌شود عملکرد برخی از کشورهای فعال در حوزه تکافل در شاخص‌های رتبه بندی IFDI نشان می‌دهد که کشور مالزی در این زمینه عملکرد مناسبی داشته است. در جدول (۲) به بررسی رتبه برخی از کشورهای در حوزه چشم انداز مالی اسلامی در سال ۲۰۲۱ پرداخته شده است.

¹Kehinde and Sharofiddin

جدول (۱): شاخص‌های رتبه‌بندی نظام تکافل در سال ۲۰۲۲

| کشور | رتبه | امتیاز IFDI | عملکرد مالی | حاکمیت شرکتی | تحمل پذیری مالی | دانش تخصصی | آگاهی عمومی |
|---------|------|-------------|-------------|--------------|-----------------|------------|-------------|
| مالزی | ۱ | ۱۱۳ | ۹۸ | ۹۴ | ۱۱۷ | ۱۴۷ | ۱۷۲ |
| عربستان | ۲ | ۷۴ | ۶۵ | ۴۹ | ۸۹ | ۷۵ | ۱۴۳ |
| اندونزی | ۳ | ۶۱ | ۳۱ | ۶۵ | ۳۰ | ۱۹۵ | ۵۶ |
| بحرین | ۴ | ۵۹ | ۳۵ | ۸۶ | ۳۶ | ۴۹ | ۱۱۲ |
| کویت | ۵ | ۵۹ | ۴۲ | ۷۵ | ۲۰ | ۲۱ | ۱۵۷ |
| امارات | ۶ | ۵۲ | ۳۳ | ۷۱ | ۲۸ | ۳۴ | ۱۱۶ |
| عمان | ۷ | ۴۸ | ۱۶ | ۸۹ | ۴۵ | ۲۸ | ۹۴ |
| پاکستان | ۸ | ۴۳ | ۲۲ | ۷۵ | ۲۴ | ۵۲ | ۵۸ |
| قطر | ۹ | ۳۸ | ۲۵ | ۴۷ | ۲۱ | ۱۶ | ۱۰۲ |
| بنگلادش | ۱۰ | ۳۶ | ۳۰ | ۶۱ | ۱۸ | ۱۴ | ۴۷ |
| مالدیو | ۱۱ | ۳۲ | ۱۶ | ۷۲ | ۳۵ | ۱۲ | ۱۹ |
| برونئی | ۱۲ | ۳۱ | ۱۴ | ۵۸ | ۱۰ | ۳۲ | ۴۸ |
| اردن | ۱۳ | ۲۹ | ۱۵ | ۴۰ | ۵۱ | ۴۳ | ۱۷ |
| سودان | ۱۴ | ۲۷ | ۳۲ | ۵۱ | ۳ | ۹ | ۵ |
| سنگاپور | ۱۵ | ۲۷ | ۴ | ۶۶ | ۶۱ | ۴ | ۸ |

منبع: Islamic finance development report, 2022

جدول (۲): چشم انداز مالی اسلامی کشورها در سال ۲۰۲۱

| کشور | شاخص دارایی مالی اسلامی (میلیارد دلار) | دارایی مربوط به بانکداری اسلامی (میلیارد دلار) | میزان دارایی بخش تکافل (میلیارد دلار) | میزان دارایی نهاد های اسلامی مالی غیربانکی و غیر تکافلی (میلیارد دلار) |
|---------|--|--|---------------------------------------|--|
| ایران | ۱۲۳۵ | ۱۰۳۹ | ۳۰ | ۴۵ |
| عربستان | ۸۹۶ | ۶۰۶ | ۱۸ | ۲۵ |
| مالزی | ۶۵۰ | ۲۶۲ | ۱۲ | ۵۸ |
| امارات | ۲۵۲ | ۱۹۲ | ۳ | ۶ |
| قطر | ۱۸۶ | ۱۵۴ | ۱ | ۱۲ |

منبع: Islamic finance development report, 2022

بر اساس آمارهای گزارش شده توسط سازمان توسعه مالی اسلامی میزان دارایی مالی اسلامی ایران در سال ۲۰۲۱ معادل ۱۲۳۵ میلیارد دلار بوده است. میزان دارایی مربوط به بانکداری اسلامی کشور ایران در سال ۲۰۲۱ معادل

۱۰۳۹ میلیارد دلار و همچنین میزان دارایی بخش تکافل کشور در سال ۲۰۲۱ معادل با ۳۰ میلیارد دلار بوده است. همچنین میزان دارایی نهادهای اسلامی مالی غیربانکی و غیرتکافلی معادل با ۴۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ گزارش شده است.

محصولات تکافل خرد ابزاری مطابق با شریعت هستند که برای ارائه محافظت از مشاغل کوچک حلال و افراد کم درآمد طراحی شده‌اند (Mahmood & et al, 2019). در حالی که بازار تکافل خرد هنوز در مرحله اولیه توسعه خود است، چندین کسب و کار کوچک و افراد کم درآمد بدون پوشش حمایتی در مالزی وجود دارد. تکافل خرد در راستای تضمین تامین کنندگان وام و نیز در جهت گسترش فرهنگ مسئولیت اجتماعی و محدود کردن ریسک‌های اقتصادی و کمک به ریشه کنی فقر فعالیت می‌کند. بر این اساس در این مقاله به بررسی و امکان سنجی پیاده سازی تکافل خرد در کشور پرداخته خواهد شد.

۲. پیشینه پژوهش

مهمترین محصولات تکافل به صورت تجزیه و تحلیل دقیق از نیازهای مشتریان برای توسعه محصولات، اپراتورهای بزرگ تکافل برای ارائه پوشش لازم در مقابل ریسک سراسر اپراتورها باید گزینه‌های یکپارچه سازی تکافل را در برنامه های سود بگنجانند، توزیع عاملی محدود کننده است که برای رفع آن می‌توان با بانک و کارگزاران بزرگ مشارکت کرد، در کشورهای پر جمعیت مسلمان که معمولاً درآمدهای متوسط رو به پایین دارند می‌توان از تکافل خرد استفاده کرد. شرکت‌های تکافلی باید در طراحی و نوآوری محصولات و استفاده از فناوری‌های نوین جهت بازاریابی بهترین بهره را ببرند (Hassan, 2019).

در حال حاضر محصولات تکافل خرد در سه طبقه تکافل خانواده، تکافل عمومی و تکافل اتکایی مورد عرضه قرار می‌گیرد. بسیاری از محصولات تکافل خرد برای تکافل خرد زندگی، تکافل خرد تمام عمر، تکافل خرد سلامت، تکافل خرد کشاورزی، تکافل خرد دامداری، تکافل بازنشستگی، تکافل گردشگری و ... مورد استفاده بوده است. در گروه تکافل عمومی محصولاتی مانند تکافل حوادث، تکافل دریایی تکافل منازل مسکونی و ... قرار دارند. بسیاری از محصولات قیمت مناسبی برای هدف قرار دادن تعداد زیادی از جمعیت زیر خط فقر دارند. روش‌های اصلی پیاده سازی تکافل خرد شامل دو دسته زیر می‌شود (آزادبخت و همکاران، ۱۴۰۲، ص. ۴۵):

(الف) روش اول که بر قشر فقیر جامعه تمرکز می‌کند. در این روش از منابع مالی خیرخواهانه نظیر زکات و وقف استفاده می‌شود و خدمات توسط سازمان‌های غیر انتفاعی توزیع می‌شود.

(ب) روش دوم بر جنبه تجاری تمرکز دارد. در این روش منابع مالی لازم از محل سهم مشارکت تأمین می‌شود. جامعه هدف افراد برخوردار بوده و توسط سازمان‌های انتفاعی توزیع می‌شود.

در خصوص دلایل عملی اجرای تکافل خرد در کشور لازم به ذکر است که در شعائر نبوی شیعی علاوه بر ربا و قمار که از اصول حرام دینی محسوب شده و در آیات متعدد قرآنی بر این امر اشاره شده است، غرر یا ناطمینانی نیز کاملاً نفی و نهی شده‌اند. علاوه بر این آمار موجود در بازارهای مالی جهان اسلام موید این ادعا است که صنعت بیمه در ایران را به عنوان صنعتی مبتنی بر بیمه‌های اسلامی بر می‌شمارند. همچنین تقاضای بالای بیمه‌گذاران اهل سنت

برای محصولات تکافل و توسعه موفق موسسات مالی و بانک‌های اسلامی تامین کننده ابزارهای مالی برای مدیریت سرمایه و دارایی‌های مالی در سال‌های گذشته ضرورت توجه به این موضوع در کشور را مشخص کرده است. در سازوکار عملیاتی دو الگوی تکافل و بیمه متعارف از جمله نحوه محاسبه و پرداخت حق بیمه، زمان و نحوه تملک، حق بیمه، نحوه باز توزیع، منافع و مازاد و ... تفاوت‌هایی وجود دارد که نیازمند بررسی‌های آکچوئری است.

لویدز (۲۰۲۰) به بررسی فرصت‌ها در بیمه‌های خرد پرداخت. در این مطالعه ضمن اشاره به چشم انداز محصولات و بازار بیمه‌های خرد، به اولویت‌های محصولات بیمه‌های خرد در کشورهای منتخب اوگاندا مالاوی، فیلیپین، ویتنام، اندونزی، لائوس و... پرداخته و نتیجه‌گیری میکند که در مناطق روستایی علاوه بر بهداشت و سلامت و مرگ نان آور خانوار از دست رفتن محصولات کشاورزی و دام نیز از نگرانی‌های دارای اولویت است.

انصاری^۱ (۲۰۲۲) به بررسی ادبیات تکافل در یک بازه زمانی ۲۰ ساله با رویکرد سیستمی پرداخت. ادبیات و مولفه‌های استخراج شده در این مطالعه بیانگر این بود که در تحقیقات تکافل به طور گسترده‌ای بازاریابی، مالی، منابع انسانی، حاکمیت و تاکید بر مسائل حقوقی آن را پوشش داده است. هر دو روش کیفی و کمی استفاده شده است. شکاف‌های تحقیق بر اساس حوزه‌های مربوطه طبقه بندی شده‌اند. سهم بزرگی از مجموعه ادبیات فعلی تکافل را مطالعات مربوط به کاربرد تئوری‌های رفتاری برای بررسی قصد رفتاری برای انجام خدمات تکافل تشکیل می‌دهد.

راپی و کاسم^۲ (۲۰۲۳) به بررسی ادراک و قصد شرکت در طرح تکافل خرد در میان اندونزیایی‌ها را مورد بررسی قرار دادند. این مطالعه یک مدل تئوری توسعه یافته رفتار برنامه ریزی شده را توسعه می‌دهد و از مدل سازی معادلات ساختاری برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع آوری شده از ۴۲۸ پاسخ دهنده استفاده می‌کند. پاسخ‌ها از طریق ترکیبی از نظرسنجی‌های آنلاین و توزیع سنتی پرسشنامه مبتنی بر کاغذ به دست آمد. یافته‌ها نشان می‌دهد که تمایل بالایی برای شرکت در تکافل خرد در میان پاسخ‌دهندگان وجود دارد، به طوری که هنجار ذهنی، قیمت و دانش تأثیر مثبتی بر قصد شرکت در محصولات تکافل خرد دارد. در این میان، سازگاری تأثیر مثبتی بر نگرش نسبت به تکافل خرد دارد و باور هنجاری تأثیر مثبتی بر هنجار ذهنی دارد. با این حال، نتایج نشان می‌دهد که مزیت نسبی تأثیر منفی بر نگرش نسبت به تکافل خرد دارد و نگرش و قیمت تأثیر منفی بر قصد مشارکت در محصولات تکافل خرد نشان می‌دهند. به طور کلی، در میان پاسخ‌دهندگان، قصد مثبتی نسبت به تکافل خرد وجود دارد. با این حال، دانش و قیمت گذاری عوامل مهمی هستند که مانع توسعه صنعت تکافل خرد در اندونزی می‌شوند.

دی^۳ و همکاران (۲۰۲۳) به بررسی ادبیات تکافل و بیمه متعارف در کشور بنگلادش پرداختند. در این مطالعه نویسندگان توانسته‌اند بیش از ۳۰ مقاله را در یک دوره هجده ساله از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۲۳ مرور کنند. از طریق بررسی ادبیات، این مقاله شرحی از یافته‌های اصلی ادبیات را ارائه می‌کند و همچنین میزان تأثیر بیمه بر بخش‌های مالی را از نظر چالش‌ها و عوامل بررسی می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد که صنعت تکافل در بنگلادش با چالش‌هایی مانند عدم آگاهی مشتریان، موانع نظارتی، کمیته‌های تخصصی شریعت و ناکارآمدی‌های عملیاتی مواجه

¹ Ansari

² Rapi and Kassim

³ Dey and et al

است. در حالی که عواملی مانند دینداری، هیئت شرعی و چارچوب نظارتی بر ارتقای صنعت تکافل در بنگلادش تأثیر دارند.

واحدی (۱۳۸۵) به بررسی بیمه خرد پرداخت. در این مطالعه اشاره شد که فروش بیمه‌نامه‌های کوچک و برآورد کردن تقاضاهای خاص، در کنار مدیریت ریسک و هزینه‌های ارائه بیمه‌نامه، نیازمند نوآوری‌ها و سازگاری‌های زیادی است: بیمه‌گران خرد برای طراحی نوعی بیمه خرد نیازمند شناخت مشخصه‌های بازار از جمله محیط اجتماعی فرهنگی و میزان تقاضا و مخاطرات خانوارهای کم‌درآمد است. بیمه خرد به عنوان الگوی مبتنی بر بازار فعالیت می‌کند؛ برخلاف تمام چالش‌های موجود، تجربه نشان داده است که محصولات بیمه خرد می‌تواند سودآور باشد، حتی وقتی شرکت‌های بیمه در سایه مسئولیت‌های اجتماعی خود وارد بازارهای کم‌درآمد می‌شوند، اغلب درمی‌یابند که این امر نوعی راهبرد قابل اجرای توسعه است که قادر است تأثیرات مثبتی در فعالیت اصلی آنها ایجاد کند.

عسگری و محمدی (۱۳۹۲) به تحلیل مقایسه ای الگوهای تکافل و آسیب شناسی آن‌ها از منظر ذی نفعان پرداختند. در این مطالعه با بررسی جامع ساختار و مدل‌های مختلف تکافل در دو سطح عمومی و خانواده و به آسیب شناسی و مقایسه این مدل‌ها از منظر ذی نفعان و مالکان اصلی تکافل (مشارکت کنندگان) با استفاده از روش تحلیل محتوا پرداخته شد. به نظر می‌رسد که با تغییرات ساختاری الگوهای مختلف تکافل هدف ما از قیمت گذاری عادلانه و نیز همسویی منافع ذی نفعان بر اساس رهبری مشارکت کنندگان محقق نخواهد شد و راهکار کاهش هزینه‌های عامل در تکافل، نزدیک شدن به ساختار بیمه متقابل و محدود کردن اختیارات متصدی تکافل و افزایش اختیارات مشارکت کنندگان و نیز همسو سازی منافع متصدی تکافل و مشارکت کنندگان است.

عربی و محمودی (۱۳۹۵) به بررسی تکافل، چشم انداز و چالش‌های صنعت تکافل پرداختند. این مطالعه در جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده کرده و به لحاظ روش از نوع توصیفی - تحلیلی بوده و به لحاظ هدف از نوع ترویجی و توسعه ای است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که صنعت تکافل ویژگی‌هایی دارد که این صنعت را از صنعت بیمه متعارف متمایز می‌کند. عملیات تکافل نسبت به بیمه متعارف از شفافیت مالی بیشتری برخوردار است. بعلاوه برخلاف بیمه رایج، تکافل شوندگان در مازاد پذیره نویسی و سود حاصل از سرمایه گذاری سهیم هستند و از این جهت به عدالت نزدیک تر است. برای توسعه صنعت تکافل علاوه بر آگاهی مشتریان و توسعه محصولات، همگن سازی و استاندارد سازی الگوهای تجاری و مقررات حائز اهمیت است.

مصباح و همکاران (۱۳۹۷) به امکان‌سنجی به کارگیری بیمه خرد روستایی در مناطق روستایی ایران پرداختند. روش تحقیق از نظر راهبرد، توصیفی و از نظر مسیر اجرا، پیمایشی و نیز از لحاظ هدف، کاربردی بود. جامعه آماری تحقیق را ۸۱ نفر از کارشناسان تشکیل می‌دادند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن توسط پانل اساتید و پایایی آن از طریق آزمون مقدماتی و آلفای کرونباخ، ۰/۹۳ تعیین شد، که بسیار قابل قبول است. تحلیل آماری تحقیق با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی و با بهره‌گیری از نرم افزارهای SPSS22 و AMOS18 صورت گرفت و نتایج بیانگر آن بود که الزامات اجتماعی با بار عاملی ۰/۹۲۹، بیشترین و الزامات آموزشی - ترویجی با بار عاملی ۰/۵۶۴، کمترین تأثیر را بر به کارگیری بیمه خرد روستایی دارند.

حاجی علی اکبری و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی عوامل مؤثر در پیاده‌سازی بیمه اسلامی (تکافل) در سطح بیمه میهن پرداختند. این پژوهش از لحاظ روش توصیفی-اکتشافی بود که به شیوه دلفی و مصاحبه با خبرگان انجام پذیرفت. نمونه آماری شامل ۳۰ نفر از کارشناسان و خبرگان امور بیمه‌ای شرکت بیمه میهن بود که به روش گلوله برفی انتخاب و این فرایند تا رسیدن به اشباع نظری محقق ادامه یافت و مجموعاً ۳۰ مصاحبه صورت گرفت. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود که با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان تهیه شد. در تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و روش استنباطی دلفی استفاده شد که تحلیل‌های توصیفی با نرم افزار SPSS22 انجام شد. نتایج نشان داد از دید خبرگان امور بیمه چهار مؤلفه بهای تمام شده (هزینه) ارائه خدمات بیمه‌ای، قوانین و دستورالعمل‌های ابلاغی، تحقیقات آماری و شفافیت اطلاعات ارائه شده در پیاده‌سازی بیمه تکافل در سطح بیمه میهن بیشترین اهمیت را دارند که مؤلفه بهای تمام شده بیشترین اثر مستقیم را داشته است.

عزیزالهی (۱۴۰۱) در گزارشی به بررسی صنعت تکافل در مالزی پرداخت. این مطالعه صورت گرفته بیان کرد که در جهت انتفاع صنعت تکافل، حفظ شفافیت و تمامت این تجارت و افزودن ارتباط آن با شکایات و نزاع‌های مصرف‌کنندگان برای ایجاد اعتماد عمومی به این صنعت، خیلی مهم است.

پارسا (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای موردی به بررسی بازار جهانی بیمه تکافل: ترسیم نقشه راه دستیابی به بازارهای انبوه پرداخت. این مطالعه بیان می‌کند که مدیران ارشد ارائه دهنده تکافل، باید ارزیابی چالش‌های مطرح شده در این گزارش را آغاز کنند که ممکن است بر توانایی آن‌ها برای ایجاد رشد و سودآوری تاثیر بگذارد.

توحیدی و همکاران (۱۴۰۲) در یک گزارش موردی به بررسی تکافل خرد ابزاری مناسب جهت حمایت از کسب و کارهای خرد با هدف شمول مالی و توسعه پایدار پرداختند. در این گزارش با استناد به مطالعات صورت گرفته در حوزه تکافل خرد بیان شد که برای اینکه تکافل خرد نقش مهمی در شمول مالی و کاهش فقر ایفا کند، مداخلات نظارتی که توسعه و توزیع محصول را تسهیل کند، مورد نیاز است.

با مروری بر مطالعات پیشین نوآوری مطالعه حاضر در امکان‌سنجی پیاده‌سازی تکافل خرد در کشور بوده است. در این مطالعه پس از بررسی امکان‌سنجی اجرای نظام تکافل و تکافل خرد در کشور به بررسی راهکارهای پیاده‌سازی محصولات تکافل خرد در کشور با استفاده از یک رویکرد اکتشافی و تحلیلی پرداخته خواهد شد.

۳. مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر با توجه به هدف کاربردی، از نظر زمانی مقطعی و از لحاظ متغیر کیفی است. این پژوهش در دسته پژوهش‌های توصیفی قرار می‌گیرد که به صورت پیمایشی و با استفاده از روش SWOT اجرا شده است.

در این مطالعه به جمع‌آوری نظریات و تجربه‌ها در حوزه پیاده‌سازی محصولات تکافل خرد و تطبیق آن با محصولات بیمه‌های خرد در ایران و کشورهای مورد مطالعه پرداخته می‌شود، سپس قابلیت اجرای این روش‌های احصا شده در ایران امکان‌سنجی گردیده و پس از آن، با توجه به نتایج به دست آمده، روش‌های مناسب ایران ارائه و بررسی می‌شود.

بر همین اساس، پس از شناسایی راهکارهای موجود پرسشنامه‌ای طراحی می‌گردد. پرسشنامه مذکور، فقط از لحاظ روایی ظاهری و محتوایی با بهره‌مندی از نظر اساتید دانشگاهی، متخصصان و خبرگان ارزیابی خواهد شد. با توجه به نوع پرسشنامه، نوع روش و همچنین، ادبیات روش تحقیق، به بررسی پایایی و روایی پرسشنامه پرداخته می‌شود. در این مطالعه کشورهای برتر در حوزه تکافل شامل عربستان، مالزی، اندونزی، امارات و پاکستان مورد بررسی و ارزیابی قرار خواهند گرفت.

| نقاط قوت | نقاط ضعف |
|--|---|
| <p>پتانسیل بالای تقاضا: ایران دارای جمعیت بزرگی از خانوارهای کم‌درآمد است که به بیمه‌های سنتی دسترسی ندارند و این موضوع بازار بالقوه بزرگی برای تکافل خرد ایجاد می‌کند.</p> <p>همخوانی فرهنگی و مذهبی: ایمان قوی به اصول اسلامی در ایران محیطی مناسب برای محصولات مالی اسلامی مانند تکافل خرد فراهم می‌کند.</p> <p>زیرساخت‌های موجود در میکروفاینانس: وجود بخش نسبتاً توسعه‌یافته‌ای از میکروفاینانس در ایران می‌تواند توزیع و دسترسی به محصولات تکافل خرد را تسهیل کند.</p> <p>نفوذ بالای موبایل: استفاده گسترده از تلفن همراه در ایران امکان بهره‌گیری از فناوری موبایل برای عملیات تکافل خرد را فراهم کرده و بهره‌وری و دسترسی را افزایش می‌دهد.</p> | <p>آگاهی و درک محدود: تکافل خرد یک مفهوم جدید است و ممکن است آگاهی از مزایای آن در میان مخاطبان هدف در ایران کم باشد.</p> <p>ابهام در چارچوب نظارتی: منابع اطلاعات مشخصی درباره محیط نظارتی تکافل خرد در ایران ارائه نمی‌دهند. تحقیقات بیشتری برای درک چارچوب قانونی و نظارتی مورد نیاز است.</p> <p>چالش‌های احتمالی در توان مالی: اطمینان از مقرون‌به‌صرفه بودن برای آسیب‌پذیرترین اقشار جامعه ایران برای موفقیت تکافل خرد حیاتی است. طراحی و استراتژی‌های قیمت‌گذاری دقیق ضروری است.</p> |
| فرصت‌ها | تهدیدها |
| <p>شراکت‌های استراتژیک: همکاری با مؤسسات تامین مالی خرد (MFIs)، سازمان‌های غیردولتی (NGOs) و اپراتورهای تلفن همراه می‌تواند با بهره‌گیری از شبکه‌های موجود، اعتبار و زیرساخت آن‌ها به دستیابی مؤثر به بازار هدف کمک کند.</p> <p>نوآوری محصول: توسعه محصولات تکافل خرد متناسب با نیازها و ریسک‌های خاص خانوارهای کم‌درآمد مانند بیمه خرد کشاورزی یا بیمه خرد درمانی می‌تواند جذابیت آن‌ها را به طور قابل توجهی افزایش دهد.</p> <p>یکپارچه‌سازی فناوری: استفاده از فناوری موبایل برای جمع‌آوری حق بیمه، پردازش خسارت‌ها و ابتکارات سواد مالی می‌تواند کارایی عملیاتی را بهبود بخشیده، هزینه‌ها را کاهش داده و دسترسی را برای شرکت‌کنندگان افزایش دهد.</p> | <p>ناپایداری اقتصادی: نوسانات اقتصادی در ایران می‌تواند بر توان مالی و مشارکت در برنامه‌های تکافل خرد تأثیر بگذارد.</p> <p>رقابت از سوی بیمه‌های سنتی: ارائه‌دهندگان بیمه سنتی ممکن است تلاش کنند وارد بازار اقشار کم‌درآمد شوند و رقابت احتمالی برای ابتکارات تکافل خرد ایجاد کنند.</p> <p>کمبود نیروی متخصص: ممکن است کمبود افرادی با تخصص لازم در حوزه مالی اسلامی و بیمه خرد برای مدیریت و اجرای مؤثر برنامه‌های تکافل خرد وجود داشته باشد.</p> |

جامعه آماری این پژوهش، خبرگان صنعت بیمه شامل اساتید دانشگاه‌ها، مدیران عامل، مدیران و کارشناسان و صاحب‌نظران در شرکت‌های بیمه است. نمونه آماری بر اساس روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند و شبکه‌ای (گلوله برفی) انتخاب می‌شوند. حداقل مدرک تحصیلی این افراد کارشناسی ارشد و حداقل سابقه کاری در صنعت بیمه ۱۰ سال در نظر گرفته می‌شود.

تحلیل SWOT ابزاری کارآمد برای شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در زمینه پیاده‌سازی محصولات تکافل خرد در ایران است. با توجه به شرایط خاص بازار ایران و تجربیات کشورهای منتخب، عوامل زیر به عنوان اجزای کلیدی در این تحلیل مورد بررسی قرار می‌گیرند. براساس سوپرماتریس، مراحل محاسبه وزن مؤلفه‌ها عبارتند از:

مرحله اول: جهت تجمیع نظرات خبرگان، از مقایسات زوجی پاسخ‌دهندگان میانگین هندسی گرفته می‌شود.
مرحله دوم: محاسبه بردار ویژه: برای محاسبه بردار ویژه هر یک از جداول مقایسات زوجی تجمیع شده، طبق رابطه ۱ از روش لگاریتمی حداقل مجذورات، استفاده می‌شود.

$$w_k^s = \frac{(\prod_{j=1}^n a_{kj}^s)^{1/n}}{\sum_{i=1}^n (\prod_{j=1}^n a_{ij}^m)^{1/n}}, s \in \{l, m, u\}$$

معادله ۱:

به‌طوری‌که:

$$\tilde{w}_k = (w_k^l, w_k^m, w_k^u) k = 1, 2, 3, \dots, n$$

جداول زیر میانگین هندسی نظرات خبرگان را نشان می‌دهد. در ستون آخر این جداول، بردار ویژه نشان داده شده است.

جدول (۳). میانگین مقایسات زوجی نسبت به هدف

| هدف | s | w | o | t | بردار ویژه |
|-----|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| s | (1,1,1) | (7.553,8.559,9.564) | (5.533,6.544,7.553) | (4.704,5.72,6.732) | (0.593,0.67,0.744) |
| w | (0.105,0.117,0.132) | (1,1,1) | (4.095,5.165,6.207) | (2.639,3.272,3.866) | (0.163,0.188,0.212) |
| o | (0.132,0.153,0.181) | (0.161,0.194,0.244) | (1,1,1) | (1.32,1.719,2.169) | (0.065,0.075,0.088) |
| t | (0.149,0.175,0.213) | (0.259,0.306,0.379) | (0.461,0.582,0.758) | (1,1,1) | (0.058,0.067,0.079) |

جدول (۴). میانگین مقایسات زوجی نسبت به s

| s | SO | ST | WO | WT | بردار ویژه |
|----|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| SO | (1,1,1) | (6.207,7.237,8.258) | (5.533,6.544,7.553) | (3.482,4.514,5.533) | (0.556,0.643,0.725) |
| ST | (0.121,0.138,0.161) | (1,1,1) | (3.482,4.514,5.533) | (2,3,4) | (0.161,0.197,0.231) |
| WO | (0.132,0.153,0.181) | (0.181,0.222,0.287) | (1,1,1) | (1.741,2.408,3.031) | (0.076,0.09,0.106) |
| WT | (0.181,0.222,0.287) | (0.25,0.333,0.5) | (0.33,0.415,0.574) | (1,1,1) | (0.059,0.07,0.09) |

جدول (۵). میانگین مقایسات زوجی نسبت به **w**

| w | SO | ST | WO | WT | بردار ویژه |
|----|---------------------|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| SO | (1,1,1) | (6.355,7.361,8.365) | (5.86,6.882,7.897) | (4.338,5.348,6.355) | (0.574,0.653,0.729) |
| ST | (0.12,0.136,0.157) | (1,1,1) | (3.288,4.36,5.404) | (3.031,4.076,5.102) | (0.168,0.201,0.232) |
| WO | (0.127,0.145,0.171) | (0.185,0.229,0.304) | (1,1,1) | (2,2.667,3.288) | (0.075,0.088,0.103) |
| WT | (0.157,0.187,0.231) | (0.196,0.245,0.33) | (0.304,0.375,0.5) | (1,1,1) | (0.05,0.058,0.071) |

جدول (۶). میانگین مقایسات زوجی نسبت به **o**

| o | SO | ST | WO | WT | بردار ویژه |
|----|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| SO | (1,1,1) | (4.095,4.663,5.21) | (4.441,5.524,6.575) | (3.288,3.876,4.441) | (0.5,0.568,0.631) |
| ST | (0.192,0.214,0.244) | (1,1,1) | (3.482,4.584,5.65) | (3.288,4.36,5.404) | (0.219,0.258,0.297) |
| WO | (0.152,0.181,0.225) | (0.177,0.218,0.287) | (1,1,1) | (2.297,3.323,4.338) | (0.09,0.108,0.131) |
| WT | (0.225,0.258,0.304) | (0.185,0.229,0.304) | (0.231,0.301,0.435) | (1,1,1) | (0.056,0.066,0.08) |

جدول (۷). میانگین مقایسات زوجی نسبت به **t**

| T | SO | ST | WO | WT | بردار ویژه |
|----|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| SO | (1,1,1) | (5.724,6.871,7.962) | (4.704,5.809,6.875) | (5.102,6.119,7.13) | (0.553,0.638,0.718) |
| ST | (0.126,0.146,0.175) | (1,1,1) | (3.288,4.36,5.404) | (3.776,4.829,5.86) | (0.18,0.214,0.248) |
| WO | (0.145,0.172,0.213) | (0.185,0.229,0.304) | (1,1,1) | (2.491,3.16,3.776) | (0.082,0.096,0.114) |
| WT | (0.14,0.163,0.196) | (0.171,0.207,0.265) | (0.265,0.316,0.401) | (1,1,1) | (0.046,0.052,0.061) |

جدول (۸). ماتریس وزنی **W22**

| | S | W | O | T |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| S | (0.5,0.5,0.5) | (0.336,0.368,0.398) | (0.336,0.377,0.415) | (0.33,0.373,0.413) |
| W | (0.339,0.379,0.416) | (0.5,0.5,0.5) | (0.08,0.089,0.099) | (0.072,0.083,0.094) |
| O | (0.078,0.089,0.099) | (0.079,0.09,0.102) | (0.5,0.5,0.5) | (0.04,0.045,0.053) |
| T | (0.029,0.033,0.038) | (0.037,0.041,0.048) | (0.03,0.034,0.039) | (0.5,0.5,0.5) |

مرحله سوم: تشکیل ماتریس‌های بردار ویژه (W_{ij}): این ماتریس‌ها شامل بردارهای ویژه‌ای هستند که از مقایسات زوجی مرحله دوم به دست آمده‌اند.

جدول (۹). ماتریس بردار ویژه گزینه‌ها نسبت به معیارها و زیرمعیارها

| | S | W | O | T |
|----|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| SO | (0.375,0.454,0.537) | (0.383,0.455,0.531) | (0.369,0.444,0.524) | (0.377,0.453,0.532) |
| ST | (0.274,0.346,0.422) | (0.283,0.351,0.422) | (0.285,0.351,0.419) | (0.282,0.352,0.425) |
| WO | (0.095,0.119,0.148) | (0.096,0.119,0.146) | (0.102,0.128,0.158) | (0.099,0.123,0.151) |
| WT | (0.065,0.081,0.103) | (0.061,0.075,0.094) | (0.063,0.078,0.098) | (0.059,0.072,0.09) |

مرحله چهارم: محاسبه اوزان نهایی سطوح: برای محاسبه وزن نهایی مؤلفه‌های هر سطح (W_i^*) می‌بایست حاصلضرب ماتریس بردار ویژه روابط درونی در بردار ویژه همان سطح را در وزن نهایی سطح بالاتر ضرب کنیم.

$$W_i^* = W_{ii} \times W_{i(i-1)} \times W_{i-1}^*$$

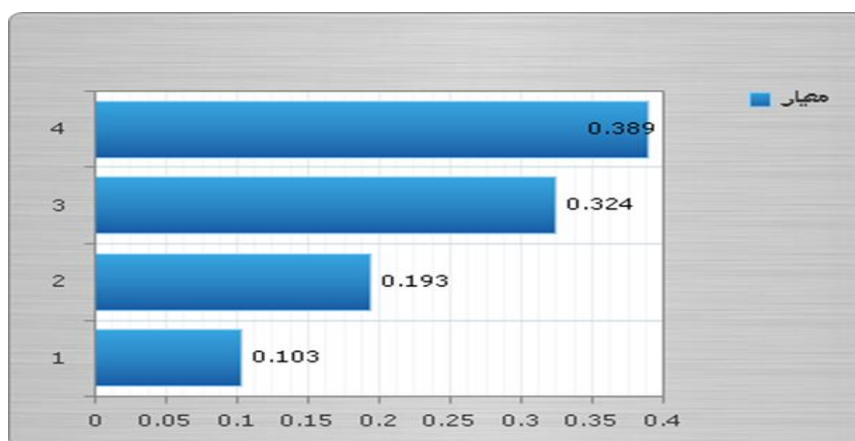
در صورتیکه برای یک سطح ماتریس W_{ii} وجود نداشت، لازم است یک ماتریس یکه هم درجه جایگزین آن گردد. به عبارت دیگر می‌بایست از فرمول زیر استفاده نماییم.

$$W_i^* = I \times W_{i(i-1)} \times W_{i-1}^*$$

جداول و نمودارهای زیر اوزان نهایی را نشان می‌دهد.

جدول (۱۰). ماتریس اوزان نهایی معیارها نسبت به هدف

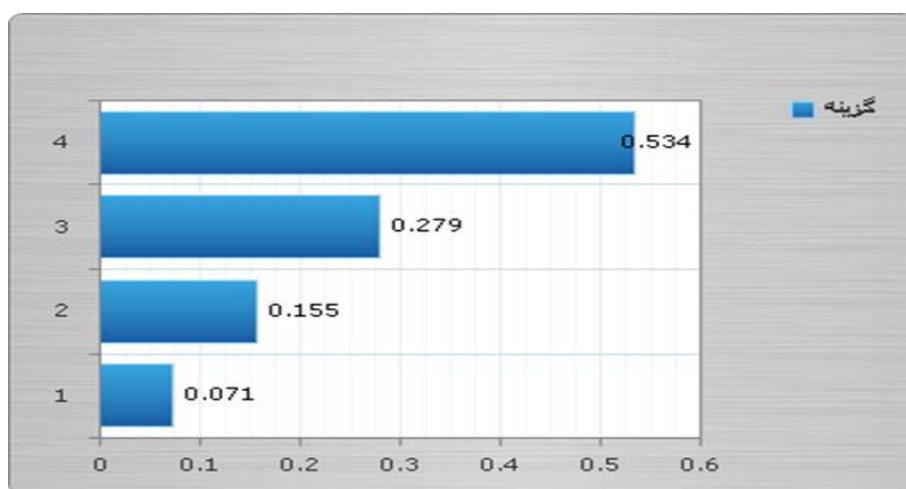
| مؤلفه | وزن فازی نهایی | وزن قطعی نهایی مؤلفه‌ها |
|-------|---------------------|-------------------------|
| s | (0.393,0.457,0.525) | ۰/۴۵۷ |
| w | (0.292,0.36,0.431) | ۰/۳۶۲ |
| o | (0.094,0.117,0.144) | ۰/۱۱۹ |
| t | (0.054,0.065,0.081) | ۰/۰۶۵ |



نمودار (۱). اوزان نهایی معیارها نسبت به هدف

جدول (۱۱). ماتریس اوزان نهایی گزینه‌ها نسبت به هدف

| مولفه | وزن فازی نهایی گزینه‌ها | وزن قطعی نهایی گزینه‌ها | اولویت بندی بر اساس وزن قطعی |
|-------|-------------------------|-------------------------|------------------------------|
| SO | (0.314,0.453,0.63) | ۰/۴۵۹ | ۱ |
| ST | (0.232,0.349,0.498) | ۰/۳۵۴ | ۲ |
| WO | (0.08,0.121,0.176) | ۰/۱۲۵ | ۳ |
| WT | (0.052,0.078,0.116) | ۰/۰۸۱ | ۴ |



نمودار (۲). اوزان نهایی گزینه‌ها نسبت به هدف

جدول (۱۲). ماتریس مقایسات زوجی استراتژی‌های SO

| | هدف |
|----|---------------------|
| b1 | (0.095,0.142,0.225) |
| b2 | (0.099,0.168,0.283) |
| b3 | (0.13,0.209,0.315) |
| b4 | (0.119,0.185,0.281) |
| b5 | (0.109,0.156,0.228) |
| b6 | (0.098,0.14,0.202) |

جداول زیر ماتریس‌های بردار ویژه را نشان می‌دهد:

جدول (۱۳). ماتریس بردار ویژه استراتژی های SO

| SO | b1 | b2 | b3 | b4 | b5 | b6 |
|----|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| b1 | (1,1,1) | (0.522,0.898,1.662) | (0.569,0.934,1.545) | (0.449,0.725,1.29) | (0.499,0.78,1.29) | (0.55,0.849,1.527) |
| b2 | (0.602,1.113,1.914) | (1,1,1) | (0.514,1.023,2.048) | (0.502,0.988,1.904) | (0.553,0.967,1.749) | (0.553,1.04,1.947) |
| b3 | (0.647,1.07,1.759) | (0.488,0.978,1.947) | (1,1,1) | (0.825,1.67,2.731) | (0.868,1.467,2.254) | (1.04,1.634,2.305) |
| b4 | (0.775,1.38,2.229) | (0.525,1.012,1.991) | (0.366,0.599,1.212) | (1,1,1) | (0.988,1.606,2.254) | (0.967,1.467,2.025) |
| b5 | (0.775,1.282,2.002) | (0.572,1.035,1.809) | (0.444,0.681,1.152) | (0.444,0.623,1.012) | (1,1,1) | (0.967,1.267,1.634) |
| b6 | (0.655,1.177,1.82) | (0.514,0.962,1.809) | (0.434,0.612,0.962) | (0.494,0.681,1.035) | (0.612,0.789,1.035) | (1,1,1) |

جدول (۱۴). ماتریس بردار ویژه نقاط قوت و فرصتها به استراتژی SO

| | b1 | b2 | b3 | b4 | b5 | b6 |
|----------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| نقاط قوت | (0.44,0.556,0.711) | (0.425,0.541,0.695) | (0.477,0.615,0.749) | (0.475,0.61,0.76) | (0.49,0.634,0.789) | (0.426,0.574,0.744) |
| فرصتها | (0.347,0.444,0.561) | (0.357,0.459,0.584) | (0.316,0.385,0.496) | (0.313,0.39,0.501) | (0.294,0.366,0.474) | (0.328,0.426,0.574) |

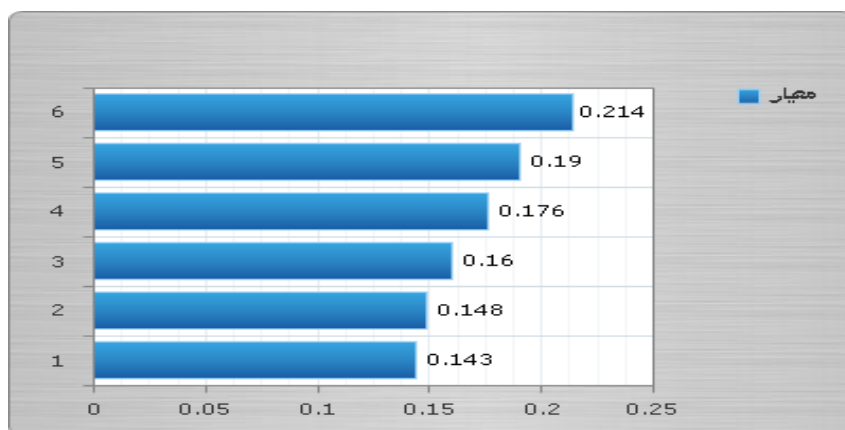
با استفاده از فرمول زیر :

$$W_i^* = I \times W_{i(i-1)} \times W_{i-1}^*$$

جداول و نمودارهای اوزان نهایی بصورت زیر است:

جدول (۱۵). ماتریس اوزان نهایی استراتژی های SO

| رتبه | وزن قطعی نهایی مولفه‌ها | وزن فازی نهایی | مولفه | استراتژی‌های SO |
|------|-------------------------|---------------------|-------|---|
| ۵ | ۰/۱۴۸ | (0.095,0.142,0.225) | b1 | طراحی محصولات متناسب با نوسانات اقتصادی |
| ۳ | ۰/۱۷۵ | (0.099,0.168,0.283) | b2 | توسعه زیرساخت‌های فناوری برای پشتیبانی از ارائه محصولات تکافل خرد |
| ۱ | ۰/۲۱۴ | (0.13,0.209,0.315) | b3 | بهره‌گیری از تطابق با ارزش‌های اسلامی برای جلب اعتماد و تشویق پذیرش عمومی |
| ۲ | ۰/۱۹۲ | (0.119,0.185,0.281) | b4 | استفاده از تجربیات موفق سایر کشورها برای طراحی مدل‌های کارآمد |
| ۴ | ۰/۱۶۵ | (0.109,0.156,0.228) | b5 | حمایت از سیاست‌های دولتی برای افزایش شمول مالی و تقویت مالی اسلامی |
| ۶ | ۰/۱۴۴ | (0.098,0.14,0.202) | b6 | ایجاد استراتژی‌های مدیریت ریسک برای مقابله با رقابت و دسترسی محدود به تکافل |



نمودار (۳). اوزان نهایی استراتژی‌های SO

جدول (۱۶).- ماتریس مقایسات زوجی استراتژی‌های ST

| ST | d1 | d2 | d3 | d4 | d5 | d6 |
|----|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| d1 | (1,1,1) | (0.681,1.246,2.025) | (0.733,1.289,2.071) | (0.733,1.289,2.071) | (0.733,1.289,2.071) | (0.733,1.289,2.071) |
| d2 | (0.494,0.803,1.467) | (1,1,1) | (0.789,1.219,1.979) | (0.762,1.192,1.946) | (0.779,1.233,2.094) | (0.724,1.282,2.28) |
| d3 | (0.483,0.776,1.364) | (0.505,0.821,1.268) | (1,1,1) | (0.701,1.387,2.413) | (0.651,1.442,2.627) | 0.651,1.158,1.904) |
| d4 | (0.483,0.776,1.364) | (0.514,0.839,1.312) | (0.414,0.721,1.428) | (1,1,1) | (0.898,1,1.113) | (0.898,1,1.113) |
| d5 | (0.483,0.776,1.364) | (0.478,0.811,1.283) | (0.381,0.693,1.536) | (0.898,1,1.113) | (1,1,1) | (0.898,1,1.113) |
| d6 | (0.483,0.776,1.364) | (0.439,0.78,1.38) | (0.525,0.864,1.536) | (0.898,1,1.113) | (0.898,1,1.113) | (1,1,1) |

جدول زیر ماتریس‌های بردار ویژه را نشان می‌دهد.

جدول (۱۷). ماتریس بردار ویژه استراتژی‌های ST

| | هدف |
|----|---------------------|
| d1 | (0.126,0.203,0.302) |
| d2 | (0.123,0.183,0.286) |
| d3 | (0.107,0.176,0.274) |
| d4 | (0.109,0.146,0.2) |
| d5 | (0.106,0.144,0.202) |
| d6 | (0.111,0.148,0.204) |

جدول (۱۸). ماتریس بردار ویژه نقاط قوت و تهدیدها به استراتژی ST

| ST | d1 | d2 | d3 | d4 | d5 | d6 |
|----------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| نقاط قوت | (0.425,0.563,0.714) | (0.44,0.544,0.673) | (0.422,0.562,0.749) | (0.421,0.595,0.8) | (0.469,0.58,0.704) | (0.447,0.558,0.723) |
| تهدیدها | (0.345,0.437,0.579) | (0.368,0.456,0.564) | (0.329,0.438,0.583) | (0.301,0.405,0.572) | (0.346,0.42,0.519) | (0.341,0.442,0.551) |

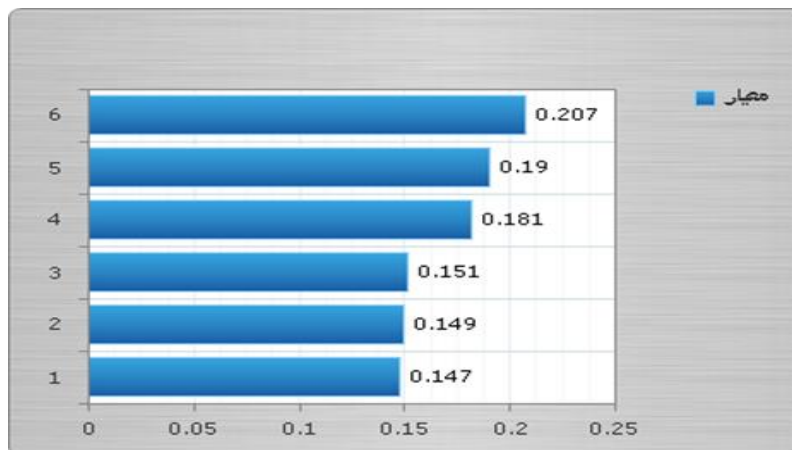
$$W_i^* = I \times W_{i(i-1)} \times W_{i-1}^*$$

با استفاده از فرمول زیر :

جداول و نمودارهای اوزان نهایی بصورت زیر است:

جدول (۱۹). ماتریس اوزان نهایی استراتژی های ST

| رتبه | وزن قطعی نهایی مولفه‌ها | وزن فازی نهایی | مولفه |
|------|-------------------------|---------------------|-------|
| ۱ | ۰/۲۰۷ | (0.126,0.203,0.302) | d1 |
| ۲ | ۰/۱۹۱ | (0.123,0.183,0.286) | d2 |
| ۳ | ۰/۱۸۲ | (0.107,0.176,0.274) | d3 |
| ۵ | ۰/۱۴۹ | (0.109,0.146,0.2) | d4 |
| ۶ | ۰/۱۴۷ | (0.106,0.144,0.202) | d5 |
| ۴ | ۰/۱۵۱ | (0.111,0.148,0.204) | d6 |



نمودار (۳). اوزان نهایی استراتژی ها ST

جدول (۲۰). ماتریس مقایسات زوجی استراتژی‌های WO

| WO | a1 | a2 | a3 | a4 | a5 |
|----|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| a1 | (1,1,1) | (0.898,1.225,1.597) | (0.709,1.274,2.048) | (0.737,1.492,2.553) | (0.685,1.526,2.89) |
| a2 | (0.626,0.816,1.113) | (1,1,1) | (0.967,1.267,1.634) | (0.903,1.662,3.038) | (0.793,1.334,2.107) |
| a3 | (0.488,0.785,1.411) | (0.612,0.789,1.035) | (1,1,1) | (0.839,1.435,2.217) | (0.839,1.334,1.991) |
| a4 | (0.392,0.67,1.357) | (0.329,0.602,1.108) | (0.451,0.697,1.192) | (1,1,1) | (0.807,0.983,1.289) |
| a5 | (0.346,0.655,1.46) | (0.475,0.75,1.261) | (0.502,0.75,1.192) | (0.776,1.017,1.239) | (1,1,1) |

جدول (۲۱). ماتریس بردار ویژه استراتژی‌های WO

| | هدف |
|----|---------------------|
| a1 | (0.156,0.253,0.371) |
| a2 | (0.166,0.232,0.32) |
| a3 | (0.144,0.203,0.285) |
| a4 | (0.106,0.152,0.232) |
| a5 | (0.113,0.161,0.24) |

جدول (۲۲). ماتریس بردار ویژه نقاط ضعف و فرصتها به استراتژی‌های WO

| WO | a1 | a2 | a3 | a4 | a5 |
|----------|---------------------|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| نقاط ضعف | (0.529,0.702,0.9) | (0.526,0.678,0.864) | (0.528,0.69,0.831) | (0.555,0.717,0.878) | (0.494,0.674,0.864) |
| فرصتها | (0.232,0.298,0.395) | (0.253,0.322,0.415) | (0.257,0.31,0.405) | (0.231,0.283,0.365) | (0.254,0.326,0.444) |

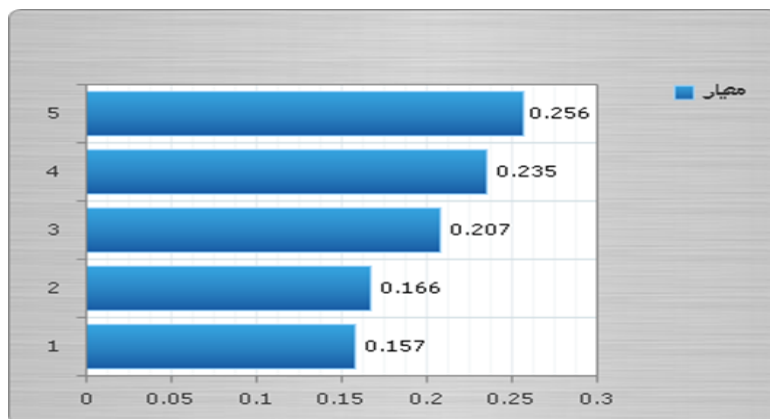
با استفاده از فرمول زیر :

$$W_i^* = I \times W_{i(i-1)} \times W_{i-1}^*$$

جداول و نمودارهای اوزان نهایی بصورت زیر است:

جدول (۲۳). ماتریس اوزان نهایی استراتژی‌های WO

| رتبه | وزن قطعی نهایی مولفه‌ها | وزن فازی نهایی | مولفه |
|------|-------------------------|---------------------|-------|
| ۱ | 0.256 | (0.156,0.253,0.371) | a1 |
| ۲ | 0.235 | (0.166,0.232,0.32) | a2 |
| ۳ | 0.207 | (0.144,0.203,0.285) | a3 |
| ۵ | 0.157 | (0.106,0.152,0.232) | a4 |
| ۴ | 0.166 | (0.113,0.161,0.24) | a5 |



نمودار (۴). اوزان نهایی استراتژی‌ها WO

جدول (۲۴). ماتریس مقایسات زوجی استراتژی‌های WT

| WT | s1 | s2 | s3 | s4 | s5 |
|----|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| s1 | (1,1,1) | (0.874,1.218,1.697) | (1,1.588,2.535) | (1.788,2.594,3.398) | (1.211,2.059,3.231) |
| s2 | (0.589,0.821,1.144) | (1,1,1) | (0.878,1.443,2.178) | (0.785,1.184,1.767) | (1.239,1.87,2.728) |
| s3 | (0.394,0.63,1) | (0.459,0.693,1.139) | (1,1,1) | (2.106,3.343,4.661) | (0.789,1.239,1.808) |
| s4 | (0.294,0.385,0.559) | (0.566,0.845,1.274) | (0.215,0.299,0.475) | (1,1,1) | (0.663,0.913,1.26) |
| s5 | (0.309,0.486,0.826) | (0.367,0.535,0.807) | (0.553,0.807,1.267) | (0.794,1.095,1.509) | (1,1,1) |

جداول زیر ماتریس‌های بردار ویژه را نشان می‌دهد.

جدول (۲۵). ماتریس بردار ویژه استراتژی‌های WT

| | هدف |
|----|---------------------|
| s1 | (0.215,0.301,0.408) |
| s2 | (0.165,0.229,0.31) |
| s3 | (0.149,0.213,0.297) |
| s4 | (0.089,0.116,0.159) |
| s5 | (0.104,0.141,0.198) |

سوپر ماتریس SWOT

| | Goal | s | w | o | t | SO | ST | WO | WT |
|------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------|---------|---------|---------|
| Goal | (0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) |
| s | (0.593,0.67,0.744) | (0.5,0.5,0.5) | (0.336,0.368,0.398) | (0.336,0.377,0.415) | (0.33,0.373,0.413) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) |
| w | (0.163,0.188,0.212) | (0.339,0.379,0.416) | (0.5,0.5,0.5) | (0.08,0.089,0.099) | (0.072,0.083,0.094) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) |
| o | (0.065,0.075,0.088) | (0.078,0.089,0.099) | (0.079,0.09,0.102) | (0.5,0.5,0.5) | (0.04,0.045,0.053) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) |
| T | (0.058,0.067,0.079) | (0.029,0.033,0.038) | (0.037,0.041,0.048) | (0.03,0.034,0.039) | (0.5,0.5,0.5) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) |
| SO | (0,0,0) | (0.556,0.643,0.725) | (0.574,0.653,0.729) | (0.5,0.568,0.631) | (0.553,0.638,0.718) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) |
| ST | (0,0,0) | (0.161,0.197,0.231) | (0.168,0.201,0.232) | (0.219,0.258,0.297) | (0.18,0.214,0.248) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) |
| WO | (0,0,0) | (0.076,0.09,0.106) | (0.075,0.088,0.103) | (0.09,0.108,0.131) | (0.082,0.096,0.114) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) |
| WT | (0,0,0) | (0.059,0.07,0.09) | (0.05,0.058,0.071) | (0.056,0.066,0.08) | (0.046,0.052,0.061) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) | (0,0,0) |

جدول (۲۶). ماتریس بردار ویژه نقاط ضعف و فرصتها به استراتژی WT

| WT | s1 | s2 | s3 | s4 | s5 |
|----------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| نقاط ضعف | (0.419,0.51,0.619) | (0.455,0.577,0.711) | (0.546,0.663,0.774) | (0.506,0.652,0.826) | (0.407,0.536,0.643) |
| تهدیدها | (0.404,0.49,0.597) | (0.343,0.423,0.536) | (0.289,0.337,0.409) | (0.275,0.348,0.449) | (0.387,0.464,0.611) |

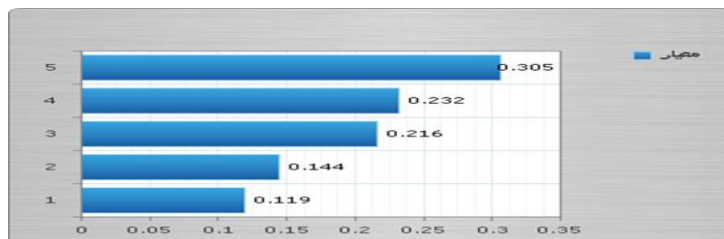
با استفاده از فرمول زیر:

$$W_i^* = I \times W_{i(i-1)} \times W_{i-1}^*$$

جدول و نمودارهای اوزان نهایی بصورت زیر است:

جدول (۲۷). ماتریس اوزان نهایی استراتژی های WT

| رتبه | وزن قطعی نهایی مولفه‌ها | وزن فازی نهایی | مولفه |
|------|-------------------------|---------------------|-------|
| ۱ | ۰/۳۰۵ | (0.215,0.301,0.408) | s1 |
| ۲ | ۰/۲۳۲ | (0.165,0.229,0.31) | s2 |
| ۳ | ۰/۲۱۵ | (0.149,0.213,0.297) | s3 |
| ۵ | ۰/۱۱۹ | (0.089,0.116,0.159) | s4 |
| ۴ | ۰/۱۴۴ | (0.104,0.141,0.198) | s5 |



نمودار (۵). اوزان نهایی استراتژی های WT

۵. بحث و نتیجه‌گیری

هدف این مطالعه توسعه و تعمیق تکافل در ایران و چالش پیاده‌سازی محصولات تکافل خرد در کشور بود که علیرغم بالا بودن میزان ریسک و تعداد دفعات مواجهه با خطرات آن در کشور نیازمند توجه به این بخش است. در بخش این مطالعه با استفاده از یک رویکرد اکتشافی به بررسی محصولات تکافل خرد و ویژگی‌های آن در کشورهای مختلف پرداخته شد. در ادامه پس از شناسایی محصولات در کشورهای دیگر به منظور امکان‌سنجی پیاده‌سازی این محصولات در ایران با استفاده از قواعد شرعی و اسلامی از طریق مصاحبه با خبرگان اطلاعات مورد نظر جمع‌آوری و سپس با استفاده از آزمون‌های آماری، فرضیه‌های تحقیق مبتنی بر نتایج حاصل شده از مطالعه SWOT مورد آزمون قرار گرفت. نتایج بدست آمده از این مطالعه بیانگر این بود که یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها، کمبود آگاهی عمومی درباره مفهوم و کارکرد تکافل است. چالش دیگری که باید به آن توجه کرد، فقدان چارچوب قانونی و نظارتی مناسب برای حمایت از صنعت تکافل است. از فرصت‌های موجود نیز می‌توان به افزایش توجه به مفاهیم مالی اسلامی و تمایل جامعه به استفاده از خدمات مالی منطبق با اصول شرعی، می‌تواند به رشد این صنعت کمک کند اشاره کرد. به منظور توسعه تکافل خرد در ایران پیشنهادهایی به صورت زیر ارائه می‌شود:

- ◀ شناسایی ریسک‌های مختلف افراد کم درآمد به تفکیک مناطق روستایی و شهری و مناطق مختلف در کشور
- ◀ شناسایی ابزارهای تکافل خرد موجود در سایر کشورها و انطباق این محصولات با فقه شیعه و شرع مقدس
- ◀ طراحی ابزارهای مناسب تکافل خرد به صورت متنوع با توجه به نیازهای پوشش ریسک برای افراد کم درآمد
- ◀ اطلاع‌رسانی، تبلیغات و آموزش ذینفعان و جامعه هدف به منظور آشنایی با ابزارهای تکافل خرد پوشش ریسک و تشریح ابعاد و مزایای این ابزارها و فرهنگ‌سازی در این زمینه
- ◀ هدف‌گذاری ارائه خدمات به تفکیک افراد فقیر و کم درآمد و بخش غیر رسمی از جمله کارگران بخش غیررسمی و فاقد پوشش‌های بیمه‌ای متعارف
- ◀ تشویق بخش خصوصی و سازمان‌های غیردولتی و سایر نهادها به منظور همکاری با همدیگر جهت ارائه محصولات تکافل خرد و حمایت مستقیم و غیرمستقیم دولت از آنها هم به صورت تجاری که بر دوام و تأمین مالی خود متکی است و هم به صورت مدلی که به منابع مالی خود هم‌چون نذورات و زکات و ... مبتنی است.
- ◀ ارزیابی دوره‌ای اقدامات انجام شده در زمینه تکافل خرد توسط بیمه مرکزی و تقویت نقاط قوت و برطرف نمودن نقاط ضعف.
- ◀ ارائه مشوق‌های مالیاتی مختلف به ارائه‌کنندگان محصولات تکافل خرد.

فهرست منابع

- امیرپور، حیدر (۱۳۹۷). بررسی مبانی فقهی و حقوقی بیمه تکافل و مقایسه آن با عقود مشابه. دوفصلنامه علمی دانش حقوق مدنی، ۷(۱)، ۱۱-۲۰.
- آزادبخت، فاطمه، احمدزاده، عزیز، نورانی، وحیده و بردال، زهرا (۱۴۰۲). مطالعه مقررات بیمه تکافل در کشورهای منتخب و ارائه پیشنویس قوانین و مقررات لازم برای ایجاد نظام تکافل در ایران، پژوهشکده بیمه.
- پارسا، امیرحسین (۱۴۰۱). بازار جهانی بیمه تکافل ترسیم نقشه راه دستیابی به بازارهای انبوه، دومهنامه آموزشی، پژوهشی، تحلیلی، شماره ۷۰.
- توحیدی، محمد، رضائی هنجنی، محمدعلی، ناصری منشادی، امیرمحمد (۱۴۰۲). تکافل خرد ابزاری مناسب جهت حمایت از کسب و کارهای خرد با هدف شمول مالی و توسعه پایدار، دومهنامه آموزشی، پژوهشی، تحلیلی، شماره ۷۶.
- حاجی علی اکبری، فیروزه، زبان دان، الهام، و جعفرلی، فریماه (۱۳۹۹). بررسی عوامل مؤثر در پیاده‌سازی بیمه اسلامی (تکافل) در سطح بیمه میهن. پژوهشنامه بیمه، ۹(۴)، ۱۶۳-۱۹۸.
- ریاحی فر، مهدی (۱۴۰۱). محصولات بیمه اسلامی با جستاری در اصول، روندها و ساختار، انتشارات پژوهشکده بیمه.
- شهیدی نسب، مصطفی، موسویان، سیدعباس و نگارش، حمید (۱۴۰۱). بررسی تطبیقی تأثیر برنامه‌های تأمین مالی خرد در ایران و جهان با تأکید بر کشورهای اسلامی. اقتصاد اسلامی، ۲۲(۸۷)، ۲۳-۶۰.
- عربی، سید هادی، و محمودی، فاطمه (۱۳۹۵). بررسی تکافل، چشم انداز و چالش های صنعت تکافل. نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۵(۱۴)، ۷-۳۱.
- عزیزالهی، محمدمهدی (۱۴۰۱). صنعت تکافل در مالزی، دومهنامه آموزشی، پژوهشی، تحلیلی، شماره ۷۱.
- عسگری، محمد مهدی (۱۴۰۲). روند تکاملی تکافل و مالی اسلامی در ایران، پژوهشکده بیمه.
- مصباح، اردشیر، امید نجف‌آبادی، مریم، کیانی راد، علی (۱۳۹۷). امکان‌سنجی به‌کارگیری بیمه خرد روستایی در مناطق روستایی ایران. روستا و توسعه، ۲۱(۱)، ۹۱-۱۱۳.
- واحدی، اسماعیل (۱۳۸۵). بیمه خرد، بازار جدیدی برای صنعت بیمه، تازه های جهان بیمه، ۱۰۵، ۱۹-۲۵.
- Ali. M., Hussain, H., Ali Nisar, Q., Yenwen, C., & Mahomed, Z. (2023). Developing A Social Security Micro-Takaful Model for Gig Economy Workforce, *Cudernos de economia*, Vol. 46 No. 130.
- Ansari, Z. (2022). A review of 20 years of takaful literature using a systematic method, *Asian Journal of Economics and Banking*, 6, 2-25.
- Bank Negara Malaysia. (2010). Development of the financial sector. <https://www.bnm.gov.my/files/publication/fsps/en/2010/cp02.pdf>
- Dey, R., Shahriar, F. and Shahriar, S. (2023), A Review of Literature on Takaful and Conventional Insurance, Evidence from Bangladesh.
- Dey, R., Ullah, N., Shahriar, F., and Shahriar, Sh. (2023). A Review of Literature on Takaful and Conventional Insurance. Evidence from Bangladesh. Munich Personal RePEc Archive.
- Hassan, H.A. (2019). Takaful models: Origin, progression, and future, *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1801-1819.
- IFSB. (2009a). IFSB-8: Guiding Principles on Governance for Takaful (Islamic Insurance) Undertaking. Kuala Lumpur: Islamic Financial Service Board.

- Islamic Finance Development Raport (2022).
- Jaiyeoba, H. B., Abdullah, M. A., Wan Ahmad, W. M., & Fernando, Y. (2022). Do microtakaful schemes as risk management tools contribute to Halal small business sustainability? Evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Finance*, 11 (2). 126-137. ISSN 2289-2109 E-ISSN 2289-2117.
- Kehinde, L.H. and Sharofiddin, A. (2021), The level of acceptance and awareness of Takaful in Nigeria, *Journal of Islamic Finance*, 10(1), 46-58.
- Micro Insurance Network (2021). Takaful, microtakaful, and the foundations of inclusion.
- Pieńkowska-Kamieniecka, S. & Walczak, D. (2016). Willingness of Polish households to save for retirement. *European Financial Systems 2016. Proceedings of the 13th International Scientific Conferences, Brno, June 27–28, 588–595*
- Rapi, M. Z. H., & Kassim, S. (2023). Perception and Intention to Participation in MicroTakaful Scheme among Indonesians. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(1), 133-166.
- Rapi, M. Z. H., & Salaudeen, A. O., Muhammad, R. R., Muhammad, I., Wongsangiam, R., & Redzuan, N. H. (2022) Micro Takaful programs for the poor: the Malaysian experience. *International Journal of Accounting, Finance and Business*, 7 (45). 65-81. E-ISSN 0128-1844.
- Saeed, M. (2019), Challenges of Islamic insurance (Takaful) globally, *COMSATS Journal of Islamic Finance*, 4(1), 62-87.
- Takaful Ikhlas. (2023). Malaysian Takaful. Retrieved from Malaysian Takaful.
- Wofuma, G., Namono, R., Munobe, W., & Isiagi, E. (2024). Determinants for the uptake of takaful insurance in Uganda: an exploratory mixed approach, *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JIABR-07-2023-0222>.
- Yusoff, N. D., Roslan, A., & Arifin, A. M. (2020). Purchasing Decision of Microtakaful Among B40 Income Group. *International Journal of Business and Economy*, 2(1), 1–13.

Challenges of Implementing Micro Takaful in the Country

Yazdan Gudarzi Farahani

Assistant Professor, Department of Islamic Economics, Faculty of Economic and Administrative Sciences,
University of Qom, Qom, Iran.
y.gudarzi@qom.ac.ir

Omid Ali Adeli

Associate Professor, Department of Islamic Economics, Faculty of Economic and Administrative Sciences,
University of Qom, Qom, Iran,
oa.adeli@qom.ac.ir

Abstract

Micro insurance acts as a micro financing tool to support low-income groups. Currently, micro insurance is considered as a key solution to improve the living conditions of low-income populations. In Islamic countries, there is a type of financial participation called Takaful, which is derived from the principle of universal sponsorship and is a form of financial protection based on mutual assistance and joint risk distribution. Takaful is a system that is based on the principle of mutual assistance (cooperation) and voluntary cooperation (donation), in which the risk is shared voluntarily and jointly between the participants. The aim of this study was to develop and deepen Takaful in Iran and to examine the challenge of implementing microtakaful products in the country, which, despite the high level of risk and the frequency of exposure to its risks in the country, requires attention to this sector. In this section, an exploratory approach was used to examine microtakaful products and their characteristics in different countries. After identifying products in other countries in order to assess the feasibility of implementing these products in Iran using Sharia and Islamic rules, the desired information was collected through interviews with experts and then, using statistical tests, the research objectives were examined based on the results of the SWOT study. The results of this study indicated that one of the biggest challenges is the lack of public awareness about the concept and function of Takaful. Another challenge that should be addressed is the lack of an appropriate legal and regulatory framework to support the Takaful industry. Among the existing opportunities, increasing attention to Islamic financial concepts and the willingness of society to use financial services in accordance with Sharia principles can help the growth of this industry.

Keywords: Takaful, microinsurance, cooperative, challenge, opportunity.