

شناسایی نهادها و کسب‌وکارهای پشتیبان مورد نیاز، جهت توسعه

بیمه زندگی ایران

1 محمود متوسلی

2 غدیر مهدوی

3 یحیی میرزائی پری

تاریخ دریافت مقاله: 1391/02/30

تاریخ پذیرش مقاله: 1391/06/11

چکیده

عدم رشد و توسعه بیمه زندگی همواره از مسائل پیش‌روی صنعت بیمه بوده است. براین‌اساس استفاده از رویکرد جامع برای بررسی ابعاد مختلف این مسئله ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین با توجه به جامعیت رویکرد نهادی، این رویکرد، مبنای علمی و میدانی تحقیق حاضر قرار گرفته است.

هدف از این مطالعه، شناسایی نهادها و کسب‌وکارهای پشتیبان بیمه زندگی کشور ایران، براساس رویکرد نهادی است. در این تحقیق ضمن مرور ادبیات و تشریح مفاهیم مرتبط با رویکرد نهادگرایی، به خصوص الگوی چهار سطح تحلیل نهادی ویلیامسون، نهادها و کسب‌وکارهای فعال در بازار بیمه زندگی آمریکا و هند مطالعه شده و اطلاعات به‌دست‌آمده از این مرحله، مبنای بخش میدانی تحقیق قرار گرفته است. در بخش میدانی، اطلاعات به‌دست‌آمده از طریق روش مصاحبه، گردآوری و از طریق روش کدگذاری باز و محوری، تجزیه و تحلیل گردیده است. در نهایت یافته‌های اصلی تحقیق شامل نهادها و کسب‌وکارهای فعال در کشورهای مورد مطالعه، نهادهای مؤثر بر تقارن اطلاعات بین بیمه‌گر و بیمه‌گذار، کسب‌وکارهای قابل برون‌سپاری و نهادها و کسب‌وکار مورد نیاز بازار بیمه ایران، ارائه شده است.

واژگان کلیدی: بیمه زندگی، نهاد، رویکرد نهادگرایی جدید، مدل چهار سطحی تحلیل

نهادی ویلیامسون

(Email: motavaselim@yahoo.com)

1. استاد دانشگاه تهران

(Email: mahdavi@eco.ac.ir)

2. استادیار دانشگاه علامه طباطبایی

(Email: y.mirzaie.p@ut.ac.ir)

3. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

1. مقدمه

بررسی روند چندساله بیمه زندگی¹ در کشور ایران حاکی از عدم رشد و توسعه این صنعت است (World Insurance in 2009, 2010).

این در حالی است که بیمه‌های زندگی دارای تأثیرات اجتماعی و اقتصادی متعددی است. در بخش اجتماعی، بیمه زندگی همانند سایر بیمه‌ها، پاسخ‌گوی تشویش و نگرانی خاطر افراد یک جامعه است (ریاحی فر، 1387). بیمه با ارائه خدمات چند بعدی تأثیر بسزایی در رشد بازارهای مالی و در نتیجه رشد اقتصادی ایفا می‌کند (Sadhak, 2009). تأثیر رشد بیمه‌های عمر در اقتصاد به حدی است که بسیاری از تحقیقات کاربردی به یک رابطه یک به یک، بین آن و توسعه و رشد اقتصادی با ضرایب معناداری بالا، دست یافته‌اند (مهدوی، 1388).

به‌طور کلی، عوامل کمی و کیفی بسیاری بر توسعه بیمه زندگی تأثیرگذار است. بنابراین استفاده از روشی که بتواند همه عوامل مختلف را هم‌زمان و در ارتباط با هم مورد مطالعه قرار دهد، بسیار حائز اهمیت است. از آنجاکه رشته نهادگرایی جدید، رشته‌های اقتصاد، حقوق، نظریه سازمان، علوم سیاسی، جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی را ترکیب می‌کند که به درک مناسبی از نهادهای اجتماعی، سیاسی و بازرگانی برسد (متوسلی، نیکو نسب‌تی و فرضی‌زاده، 1389)، سعی شده است از این رویکرد در این تحقیق استفاده شود.

2. سؤالات تحقیق

در تحقیقات کیفی برخلاف روش‌های کمی، فرضیه کاربرد ندارد، و در عوض پژوهشگران صرفاً از سؤال‌های پژوهشی استفاده می‌کنند (دانایی‌فرد، الوانی و آذر، 1387). در این نوع تحقیقات، معمولاً از رویکردها و نظریه‌های قیاسی صرفاً به‌عنوان راهنمای عمومی تحقیق و تدوین سؤال‌های اولیه آن استفاده می‌شود (محمدپور،

1389). براین اساس، سؤالات اصلی و فرعی تحقیق به شرح زیر تدوین شده است؛

- سؤال اصلی

• چه نهادها¹ و کسب‌وکارهای پشتیبانی برای توسعه بیمه زندگی ایران لازم است؟

• سؤالات فرعی

- چه نهادهایی در کشورهای هند و آمریکا مرتبط با بیمه زندگی وجود دارد؟
- چه کسب‌وکارهایی در کشورهای هند و آمریکا مرتبط با بیمه زندگی فعالیت می‌کنند؟
- نهادهای مؤثر بر تقارن اطلاعات بین بیمه‌گر و بیمه‌گذار بیمه زندگی کدام‌اند؟
- کسب‌وکارهای پشتیبان قابل برون‌سپاری جهت توسعه بیمه زندگی در ایران کدام‌اند؟

3. ادبیات تحقیق

3-1. نهاد

سه تعریف اصلی در متون اقتصاد نهادگرا برای نهاد ارائه شده است: اول، نهادها قوانین بازی و مجموعه‌ای از هنجارهای شناخته‌شده بین افراد هستند که بین آنها ایجاد نظم می‌کنند. دوم، نهادها، بازیگران بازی (سازمان‌های خصوصی و عمومی فعال در صحنه اقتصادی و اجتماعی) هستند. سرانجام سومین تعریف، نهادها را هم به عنوان باورها در نظر می‌گیرد و هم مؤسسات فعال در صحنه اقتصاد. در این نگاه بازیگران علاوه بر موقعیت خودتعدادی، توانایی بهبود داشته و می‌توانند اصلاح شوند. این تعریف وجه اشتراک زیادی با بازی‌های تکاملی² و تکرارشونده³ دارد (Gagliardi f., 2008).

3-2. رویکرد نهادگرایی جدید⁴

از آنجاکه نظام اقتصادی در قلمرو نظام اجتماعی قرار دارد، تعداد بی‌شماری متغیر را

-
1. Institution
 2. Evolutionary Game
 3. Repeated Game
 4. New Institutional Approach

در برمی گیرد، و در نتیجه به صورت نظامی باز تلقی می شود (دوسوتو، 1386). یک رویکرد جامع برای مطالعه تفاوت های موجود در سیستم های اقتصادی، توسعه مطالعاتی است که می تواند تحت عنوان رویکرد نهادگرا یاد شوند. این رویکرد تأکید می کند که ساختارها و نهادها به زمینه هایی که در آن قرار دارند حساس بوده و بنابراین در ساختارهایی که الگوهای متفاوتی از سازمان اقتصادی را شکل می دهند، متفاوت هستند (Gagliardi, 2009). ارزیابی نهادها می تواند یک محیط مناسب برای انطباق با راه حل های مبتنی بر همکاری که تغییرات و رشد اقتصادی را تسریع می کند به وجود آورد (Gagliardi, 2008). کیفیت نهادها تأثیر شگفتی بر رقابت پذیری و رشد دارد. کیفیت نهادها بر تصمیمات سرمایه گذاری و نحوه تولید تأثیر می گذارد و نقش کلیدی در تحمل هزینه ها و توزیع منافع حاصل از سیاست های توسعه و رشد جوامع ایفا می کند (جنتی فرد، نیک رفتار و صفدری، 1389).

از نقطه نظر تئوریک می توان سه رویکرد گسترده را در مطالعات مباحث نهادی شناسایی کرد. اولین رویکرد را می توان به عنوان رویکرد تاریخی معرفی کرد که اولین بار توسط نورس¹ ارائه شد. دومین چهارچوب تفسیری، تجزیه و تحلیل نهادی تطبیقی است که به صورت ماهرانه و پویاتر توسط آوکی² به وجود آمد. سومین ردیف تجزیه و تحلیل، تئوری اطلاعات ناقص است که نهادها را با اصطلاح رفتار استراتژیک، و تحت اطلاعات نامتقارن بین بازیگران مختلف تشریح می کند. هریک از تئوری های مذکور محدودیت هایی در مسیر تجزیه و تحلیل خود داشتند، برای رفع این مسئله الیور ویلیام سونبا دید جامع تر و پویاتری به مفهوم نهاد داد و مدلی را توسعه داد که به نوعی کلیه محدودیت های تئوری های مذکور را مرتفع ساخت.

1. North, 1990

2. Aoki, 2001

3-3. چهار سطح تحلیل اجتماعی (نهادی)

ویلیامسون¹ اقتصاد نهادگرا را در چهار سطح تحلیل اجتماعی مورد بررسی قرار می‌دهد که خود نشان‌دهنده فرایند رو به تکامل اقتصاد نهادگرایی است (متوسلی، 1387). او تفاوت این چهار سطح را در افق تغییر آنها، تقدم و تأخر آنها نسبت به یکدیگر و تئوری‌های حاکم بر هر سطح می‌داند.

آنچنان که در شکل 1 مشخص است، سطح اول نهادی شامل نهادهایی است که عمدتاً موضوع علم جامعه‌شناسی بوده و مفاهیمی نظیر فرهنگ، مذهب و ... را دربرمی‌گیرد. افق تغییرات این سطح بین 100 تا 1000 سال بوده و شیوه تغییر آن نیز خودبه‌خودی و ناخودآگاه² است. در واقع هیچ‌گونه برنامه‌ریزی قبلی یا تدوین قانون توسط خردمندان و اشخاص موثر اجتماع در این سطح قابل تصور نیست.

سطح دوم نهادی که افقی در حد 10 تا 100 سال دارد، سطحی است که در آن خرد جمعی انسان‌ها به تدوین قوانین بازی پرداخته است، این دسته از قواعد را می‌توان در قوانین رسمی کشور یا قراردادها³ و یا تعهدات درون‌گروهی⁴ جستجو نمود. در سطح سوم نهادی، آنچه اهمیت دارد ایجاد ساختاری حاکمیتی است به گونه‌ای که از اجرای قواعد، اطمینان حاصل گردد. مواردی نظیر آیین‌نامه‌های اجرایی، سازمان‌های رسمی که برای اطمینان از اجرای قوانین تأسیس شده‌اند، همگی مثال‌هایی از سطح سوم نهادی هستند. ارتباط بین این سطوح دوطرفه بوده و بین آنها بازخورد نیز وجود دارد. سطح چهارم، لایه‌ای است که بازیگران با فرض ثابت انگاشتن قواعد و درجه‌ای که قواعد مورد قبول واقع می‌شوند، اقدام به تخصیص منابع می‌کنند. در اینجا وجه تمایز رویکرد نهادگرا با بهینه‌سازی‌های متداول روشن می‌گردد. زیرا پیش از آنکه یک سیستم اقتصادی بخواهد تخصیص منابع بدهد و خود را بهینه سازد ابتدا باید به این پرسش

1. Williamson, 2000
2. Unconscious
3. Contract
4. Nexus

پاسخ دهد که قواعد حاکم بر بازی، بستر را برای کارایی بالاتر آماده ساخته است یا خیر؟ بر این اساس، بر هر یک از سطوح فوق تئوری ای حاکم است که در ادامه تشریح می‌گردد.

شکل 1. مدل چهار سطح تحلیل اجتماعی ویلیامسون

هدف	فراوانی (سال)	سطح	سطح
اغلب غیر قابل محاسبه و خود به خودی	1000 تا 100	شامل: نهادهای غیررسمی، عادت‌ها، عرف‌ها، سنت‌ها، هنجارها و مذهب	سطح یکم
نیل به محیط نهادها	100 تا 10	محیط نهادی: قوانین رسمی بازی، به خصوص حقوق مالکیت (سیاسی، قضایی و دیوانسالاری)	سطح دوم
نیل به ساختار حکمرانی	10 تا 1	حکمرانی: بازی کردن در بازی (هم‌راستا کردن ساختارهای حکمرانی با مبادلات)	سطح سوم
نیل به قوانین مربوط به شرایط نهایی	مستمر	تخصیص منابع و نیروی کاری (قیمت‌ها و مقادیر، هم‌ترازی مشوق‌ها)	سطح چهارم

(Williamson, 2000)

سطح اول: تئوری اجتماعی

سطح دوم: اقتصادهای حقوق مالکیت/ تئوری سیاسی اثباتی

سطح سوم: اقتصادهای هزینه مبادله

سطح چهارم: تئوری نهادگرایی جدید/ تئوری نمایندگی

1-3-3. حقوق مالکیت

به اعتقاد کامونز¹، حقوق مالکیت، حقوق مربوط به کمیابی بوده و شامل تمام فعالیت‌ها و حقوقی است که افراد یا جامعه در انجام، عدم انجام یا تملک آن آزاد می‌باشند. کامونز نشان می‌دهد که حقوق مالکیت، محصول یک کنش جمعی است (صمدی، رنانی و دلالی اصفهانی، 1389). بروملی² حقوق مالکیت را جریانی از منافع تعریف می‌کند که دولت حاضر است از طریق اختصاص وظایف به برخی افراد یا از طریق دخالت در آنها، این منافع را تحت پوشش قرار دهد (Prasad, 2003).

2-3-3. تئوری هزینه مبادله

تئوری هزینه مبادله اولین بار توسط کوز³ معرفی شد. تا زمان معرفی این مفهوم از جانب کوز، هزینه اصلی و مشخص، هزینه تولید بود که توسط مکانیسم قیمت شناسایی می‌شد. اما او عنوان کرد که در کنار هزینه‌های اصلی، هزینه مذاکره، همکاری و مشارکت نیز باید به حساب آید. هزینه مبادله، هزینه‌هایی است که طرفین قرارداد برای کسب اطلاعات، یا به خاطر عدم اجرای مفاد قرارداد از سوی طرف مقابل، یا به منظور کنترل و نظارت و اعمال قانونی قراردادهای متحمل می‌شوند (رنانی، 1376).

3-3-3. تئوری کارگزاری

یکی از کاربردهای قدیمی تئوری کارگزاری در زمینه بیمه است؛ جایی که معضل کارگزار و کارفرما [موکل] تجزیه و تحلیل می‌شود (Janda, 2006). تئوری کارگزاری سعی در تشریح دو معضل دارد که در روابط کارگزار و کارفرما رخ می‌دهد. معضل نخست، تعارض اهداف و تمایلات کارفرما و کارگزار است که هزینه نظارت کارفرما را در پی دارد و دومین معضل نیز مرتبط با تقسیم ریسک است و زمانی رخ می‌دهد که کارفرما و کارگزار نگرش متفاوتی نسبت به ریسک دارند (Eisenhardt, 1989).

1. John R. Commons

2 Daniel w. Bromley

3. Coase, 1937

4. بیمه‌های زندگی، نهادی متشکل و متأثر از سایر نهادها

مطابق با مفهوم رویکرد نهادگرایی، بیمه زندگی نیز از مجموعه نهادهایی تشکیل شده است که زمینه اجرا و پیاده‌سازی آن را فراهم می‌کنند، بنابراین از این دیدگاه، عدم توفیق آن باید در مجموعه نهادهای مرتبط جستجو شود. از دیدگاه نهادی می‌توان سه وضعیت را در زمینه تبدلات بیمه زندگی در نظر گرفت؛ نهادهای موجود، کارا عمل می‌کنند یا فاقد کارایی لازم برای مرتفع کردن موانع و تسهیل تبادل هستند یا اساساً نهاد مقتضی وجود ندارد. به منظور بررسی بهتر موارد عنوان‌شده، در این بخش مهم‌ترین نهادهای موجود بیمه زندگی بر اساس مدل ویلیامسون تجزیه و تحلیل می‌شود.

سطح اول نهادی، موضوع تئوری‌های علوم اجتماعی، علوم الهیات و مانند آن است که با توجه به گستره وسیع و شرایط ویژه حاکم بر آنها، از حوزه بررسی این تحقیق، خارج است.

سطح دوم نهادی مدل ویلیامسون با تئوری حقوق مالکیت مرتبط است. یکی از نمودهای بارز تئوری حقوق مالکیت در صنعت بیمه، مصوبات شورای عالی بیمه و آیین‌نامه‌های بیمه مرکزی است. تئوری حقوق مالکیت از آنجاکه تمرکز بالایی بر نهاد دارد، محیط سیاسی و تجزیه و تحلیل سیاست عمومی و نیز قرارداد در سطح خرد را نیز مورد بررسی و توجه قرار می‌دهد. از این رو نه تنها افراد را متقاعد به تعقیب منافعشان در قواعد موجود می‌سازد بلکه موجب می‌گردد که افراد منابعشان را جهت تغییر قواعد مالکیت، متناسب با مزایای خود به کار گیرند (Kim and Mahoney, 2005).

سطح سوم مدل ویلیامسون، حکمرانی است. میزان انطباق رفتار بازیگران با قواعد بازی که در سطح دوم از نظر گذشت و ایجاد سازوکاری برای ضمانت پیاده‌سازی قواعد بازی، موضوع اصلی این سطح است. در این سطح، نهادهای زیادی (بازیگران زیادی) معمولاً درگیرند، اما حضور برخی از بازیگران پررنگ است و برخی کم‌رنگ. بیمه مرکزی ج.ا.ا. (به عنوان اصلی‌ترین شریک شرکت‌های بیمه و نیز مرجع ناظر)، شرکت‌های بیمه همراه با کلیه نمایندگان و بازاربابان، سندیکای بیمه‌گران ایران (به

عنوان نهاد جمعی شرکت‌های بیمه)، بازار بورس و بانک‌ها از جمله مهم‌ترین بازیگران صنعت می‌باشند.

تمرکز سطح چهارم آنچنان که گذشت، بر روابط بین کارگزار و موکل قرار دارد. مفهوم کارگزار و موکل، دامنه وسیعی داشته و ممکن است یک پدیده در وضعیتی موکل و در وضعیت دیگر کارگزار باشد. مثلاً شرکت بیمه، کارگزار بیمه‌گذاران رشته زندگی است و به نیابت از ایشان اقدام به سرمایه‌گذاری ذخایر ریاضی آنها می‌کند. شرکت بیمه از دیگر سو فروش بیمه‌نامه‌ها را از طریق کارگزارانی مانند نماینده حقیقی، حقوقی و بازاریاب انجام می‌دهد که در این موقعیت، شرکت بیمه موکل و شبکه فروش، کارگزار است. در این سطح، موضوع دیگر مورد تاکید مدل ویلیامسون، تخصیص نیروی کار و منابع مطابق با متن قرارداد است. در این سطح روابط متقابل بین کارگزار و موکل و هزینه‌های مرتبط و همچنین پیش‌بینی مفاد قرارداد مورد بررسی قرار می‌گیرد.

علاوه بر موارد فوق، اهمیت اطلاعات در این صنعت موجب می‌گردد که بحث تقارن اطلاعات نیز در قالب رویکرد نهادی و به طور مجزا، مورد توجه ویژه قرار گیرد. مشخصه مهم بازار بیمه که این بازار را از سایر بازارها متمایز می‌کند مسئله بنیادی «اطلاعات نامتقارن دوجانبه» است. این جنبه از عدم تقارن به عنوان «عدم شفافیت» شناخته می‌شود (هادی‌فر، 1389). موضوع تقارن اطلاعات می‌تواند در همه سطوح حائز اهمیت باشد.

5. روش تحقیق

در این تحقیق برای پاسخ به سؤالات، چند مرحله جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل منسجم انجام شده است؛ در ابتدا با روش الگوگیری به شناسایی نهادها و کسب‌وکارهای پشتیبان صنعت بیمه در کشورهای هند و آمریکا پرداخته شد. در مرحله دوم، با استفاده از اطلاعات به‌دست‌آمده در مرحله اول، سؤالاتی در خصوص اهمیت و جایگاه این نهادها و کسب‌وکارها در توسعه بازار بیمه ایران تهیه شده و در نهایت با

استفاده از روش کیفی و از طریق ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته و روش تجزیه و تحلیل کدگذاری به سؤالات تحقیق پاسخ داده شده است.

جامعه آماری این تحقیق شامل دو گروه افراد به شرح زیر بوده است:

- خبرگان دانشگاهی که در زمینه بیمه و به طور خاص بیمه زندگی تخصص دارند.

- مدیران، کارشناسان و خبرگان صنعت بیمه

تعداد مناسب شرکت کنندگان انتخاب شده برای پژوهش کیفی به نوع سؤال پژوهش، نوع روش کیفی، منابع مادی، زمان و همچنین تعداد پژوهشگران درگیر در پژوهش بستگی دارد. برخی از متون پژوهشی، تعداد واحدهای نمونه را برای گروه‌های همگون، 6 تا 8 واحد و برای گروه‌های ناهمگون بین 12 تا 20 پیشنهاد می‌کنند (هومن، 1385). در این تحقیق ابتدا 12 نفر از متخصصان دانشگاهی و صنعت به عنوان نمونه انتخاب شدند. اما پس از انجام مصاحبه‌ها، دو مورد از مصاحبه‌ها به خاطر اریب از موارد مصاحبه شده، کنار گذاشته شده و تجزیه و تحلیل بر 10 مصاحبه باقی مانده به عمل آمد. روش نمونه‌گیری گلوله برفی¹ به عنوان روش مناسب جهت انتخاب متخصصان دانشگاهی و روش نمونه‌گیری ملاکی نیز جهت انتخاب مدیران و کارشناسان مطلع استفاده شده است.

بر اساس چهارچوب روش‌های تحقیق کیفی برای آنکه پژوهش کیفی تکرارپذیر و از پایایی قابل قبول برخوردار باشد می‌توان روش‌های کیفی استاندارد و فرایند مستندسازی را به طور مناسب به‌کاربرد (هومن، 1385). در این راستا، در این تحقیق سعی شده است کلیه اطلاعات جمع‌آوری شده مستند و نگه‌داری شود. روایی درونی (اعتمادپذیری، قابلیت اطمینان و اعتقاد، موجه بودن یافته‌ها و نتایج پژوهش) و روایی بیرونی (تعمیم‌پذیری یا کاربردپذیری نتایج، یافته‌ها و نتیجه‌ها در شرایط دیگر) تحقیق نیز از طریق جمع‌آوری اطلاعات اولیه از دو کشور هند و آمریکا و به بحث و تجزیه و تحلیل قرارداد آنها با خبرگان داخلی، هرچه بیشتر با شرایط واقعی صنعت

نزدیک شده و از درجه قابل قبولی برخوردار گردید.

تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌ها به وسیله روش تحلیل محتوا انجام گرفته است. در این روش پژوهشگر در پی یافتن ساختارها و نظم و نسق‌های الگومند در متن و استنباط بر پایه این نظم و نسق‌هاست (دانایی فرد، الوانی و آذر، 1383). بر این اساس، داده‌های پراکنده باید در مجموعه‌هایی معنی‌دار¹ گرد هم آیند تا کار تحلیل تسهیل شود (ساروخانی، 1386). این مهم از طریق روش کدگذاری² انجام می‌پذیرد. در روش کدگذاری پس از گردآوری داده‌ها و تنظیم آن به صورت نوشتاری، بخش‌هایی از این متن نوشتاری مثل عبارت یا جمله انتخاب و به صورت اطلاعات کدگذاری شده، شماره‌گذاری می‌شود. سپس کدهای تدوین شده مرور و در دسته‌های عمده‌تر اطلاعات ادغام می‌شود. سپس دسته‌های تکراری حذف و دسته‌های کوچک‌تر در دسته‌های عمده‌تر (مقوله‌ها) ادغام می‌شود و این دسته‌ها به چند موضوع تبدیل می‌شود (بازرگان، 1387).

6. تجزیه و تحلیل داده‌ها

6-1. شناسایی نهاد و کسب‌وکارهای پشتیبان بیمه زندگی در کشورهای هند

و آمریکا

دلایل انتخاب کشور آمریکا به عنوان یکی از کشورهای مورد مطالعه، جایگاه این کشور در بازار بیمه زندگی جهان (داشتن بیش از 21 درصد حق بیمه تولیدی بیمه زندگی جهان) و نیز بلوغ نهادها و کسب‌وکارهای مرتبط با بیمه زندگی در این کشور است که جایگاه فوق را برای این کشور به وجود آورده است. دلیل انتخاب بازار بیمه هند نیز مشابهت شرایط مالکیت شرکت‌های بیمه در این کشور با ایران است. بدین صورت که در این کشور نیز از سال 2000 فعالیت شرکت‌های بیمه خصوصی آغاز شده و فعالیت آنها موجب افزایش ضریب نفوذ بیمه زندگی این کشور از 1/77 در سال 2000

1. Meaningful Ensembles
2. Coding Method

به 4/6 در سال 2010 گردیده است.

2-6. تحلیل داده‌های کیفی تحقیق

پس از جمع‌آوری اطلاعات به دست آمده از مرحله میدانی تحقیق، تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده با توجه به مفاهیم سطوح دوم، سوم و چهارم مدل ویلیامسون انجام گرفت. با توجه به حجم بالای جدول تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها، بخشی از این جدول به عنوان نمونه نمایش داده شده است.

جدول 1. نمونه‌ای از کدگذاری اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌ها

ردیف	مفاهیم کدگذاری محوری	مفاهیم کدگذاری باز	گزاره کلامی مستخرج از مصاحبه	کد مصاحبه‌شونده	فراوانی
4	قوانین مالی و سرمایه‌گذاری	رویه‌های سرمایه‌گذاری	اصول و قوانین حسابداری باعث کنترل عملکرد و برنامه‌ریزی بلندمدت‌تر برای سرمایه‌گذاری شرکت‌های بیمه می‌گردد.	$I_1' I_3' I_5'$ I_{10}	
8	مؤسسات نظارتی بیرونی	نظارت حرفه‌ای نهادهای تخصصی	نظارت حرفه‌ای و مستقل بر شرکت‌های بیمه موجب افزایش شفافیت، رقابت مثبت و در نتیجه رشد بیمه‌های زندگی می‌گردد.	$I_1' I_2' I_3' I_4'$ $I_5' I_8' I_9' I_{10}$	

7. جمع‌بندی بر اساس مبانی نظری و سؤال‌های تحقیق

باتوجه به تعریف گاگلیاردی¹، معنای نهاد همه موضوعات مطرح‌شده را پوشش می‌دهد اما همان‌طورکه در مقدمات تحقیق عنوان گردید برای تحلیل بهتر اطلاعات حاصل‌شده، نهادهایی که می‌توانند به‌صورت کسب‌وکار و سازمان فعالیت کنند جدا در نظر گرفته و در سؤال دوم تحلیل می‌گردد.

۱-۷. چه نهادهایی در کشورهای مورد مطالعه مرتبط با بیمه زندگی وجود دارد؟

طبق مطالعه به عمل آمده، نهادها (بدون احتساب کسب‌وکارها و سازمان‌ها) در دو بخش هند و آمریکا در جدول 2 ارائه شده است. با توجه به پیچیدگی زیاد در تعداد و نوع نهادهای فعال در هر یک از این بازارها و نیز محدودیت‌های زمانی و دسترسی در این تحقیق، وجود جزئیات بیشتر در کشورهای مذکور قابل تصور است:

جدول 2. نهادهای شناسایی‌شده در بازار بیمه زندگی هند و آمریکا

ردیف	شرح نهادهای شناسایی‌شده در بازار بیمه زندگی کشور هندوستان	شرح نهادهای شناسایی‌شده در بازار بیمه زندگی کشور آمریکا
1	اصلاحات 1991 و 1999 در قوانین و مقررات و رویه‌های بیمه	قوانین و مقررات مربوط به فعالیت بیمه - بانک
2	قوانین و مقررات منشعب از آزادی اقتصادی و ورود به بازارهای جهانی	قوانین مربوط به فعالیت شرکت‌های بیمه خارجی
3	قوانین مربوط به سرمایه‌گذاری و فعالیت شرکت‌های بیمه خارجی	مؤسسات نظارتی و قانون‌گذار ایالتی
4	قوانین و مقررات منعطف در سرمایه‌گذاری سرمایه و دارایی‌ها	قوانین مربوط به سرمایه‌گذاری در بازار سهام
5	تشکیل دپارتمان بیمه جهت نظارت و کنترل همه شرکت‌های بیمه	قوانین مربوط به سرمایه‌گذاری دارایی‌های شرکت‌های بیمه
6	قوانین مربوط به ثبت اجباری شرکت‌های بیمه جهت ضبط بازده سرمایه‌گذاری و شرایط مالی آنها	قوانین مربوط به مالکیت شرکت‌های بیمه تحت عناوینی چون شرکت‌های سهامی، تعاونی، ائتلافی و ...

ردیف	شرح نهادهای شناسایی شده در بازار بیمه کشور هندوستان	شرح نهادهای شناسایی شده در بازار بیمه زندگی کشور آمریکا
7	قوانین توانگری مالی برای جلوگیری از سیاست‌های تخصیص مالی نامناسب	استانداردهای حسابداری بیمه زندگی
8	قوانین و مقررات مربوط به منع تخفیفات توسط نمایندگان	قوانین مربوط به مدت، فسخ و توقف مجوز فعالیت نماینده و کارگزار
9	قوانین و مقررات جهت محدودیت در میزان و دوره پرداخت کارمزدها	قوانین مجزای مربوط به واگذاری و قبولی اتکایی بیمه‌های زندگی
10	قوانین مربوط به استانداردهای اکچوئرال و مالی	مجوزهای مورد نیاز برای فعالیت نمایندگان، کارگزاران، بازاریابان
11	قوانین سرمایه‌گذاری محصولات بیمه زندگی	رویه‌های مربوط به استفاده و به کارگیری تکنولوژی جدید
12	قوانین اصلاح شده سیستم‌های تأمین اجتماعی	قوانین مربوط به میزان و دوره پرداخت کارمزدها
13	قوانین مالیاتی و دسترسی به تأمین اجتماعی	قوانین تهدیدکننده در زمینه ارائه تخفیفات از سوی نمایندگان
14	رویه و مقررات مربوط به جریان آزاد اطلاعات	قوانین حاشیه توانگری
15	رویه‌های مربوط به استفاده و به کارگیری تکنولوژی‌های جدید	قوانین مربوط به تضمین کلی سرمایه شرکت‌ها توسط هر ایالت
16	قوانین، مقررات و رویه‌های لازم برای هم‌گرایی و ادغام بازار مالی	قوانین و مقررات مربوط به تبلیغات شرکت‌های بیمه
17	قوانین اجباری جهت فعالیت در بخش روستایی و اجتماعی	رویه‌ها و عرف‌های مربوط به آموزش و تربیت فعالین بازار
18	استانداردهای اکچوئرال بیمه‌های زندگی و جداول مرگ و میر ملی	قرارداد بیمه زندگی مستمری
19	استانداردهای حسابداری خاص بیمه‌های زندگی	قرارداد بیمه عمر زمانی
20	قرارداد بیمه بازنشستگی، مستمری بازنشستگی و درمان	قراردادهای مربوط به محصولات متنوع
21	قراردادهای مربوط به بیمه‌های خرد	بانک‌های اطلاعات
22	قرارداد بیمه یونیت لینک	جداول مرگ و میر ملی

(Annual Report 2009-10, 2010) (Aflac Annual Report, 2009) (Brady, et al, 1995) (Lencsis, 1997) (Life insurance Fact Book 2010, 2010) (Long, 2009) (Ranade & Ahuja, 1999) (Rao, 2008) (Sadhak, 2009) (Sinha, 2004) (Lakshmikutty and Baskar, 2006)(World Insurance in 2009, 2010)

2-7. چه کسب‌وکارهایی در کشورهای مورد مطالعه مرتبط با بیمه زندگی

فعالیت می‌کنند؟

جدول 3. کسب‌وکارهای پشتیبان شناسایی شده در بازار بیمه زندگی هند و آمریکا

ردیف	شرح کسب‌وکارها و سازمان‌های شناسایی شده در بازار هندوستان	شرح کسب‌وکارها و سازمان‌های شناسایی شده در بازار آمریکا
1	شرکت‌های بیمه	شرکت‌های بیمه
2	کارگزاران، نمایندگان و بازاریابان بیمه زندگی	مؤسسات نظارتی و مقررات‌گذار ایالتی
3	شرکت‌های بیمه زندگی خارجی	نمایندگان تخصصی بیمه زندگی
4	بانک - بیمه	شرکت‌های سرمایه‌گذاری مستقل و یا در زیر مجموعه شرکت‌های بیمه
5	دپارتمان بیمه جهت نظارت و کنترل همه شرکت‌های بیمه	بیمه - بانک
6	صندوق‌های تعاونی برای سرمایه‌گذاری منابع شرکت‌ها	سیستم اطلاعات قوانین بیمه (IRIS)
7	مؤسسات رتبه‌بندی اعتباری	مؤسسات رتبه‌بندی
8	واحد‌های مدیریت ریسک و اکچوئری	مراکز ارتباط با مشتری
9	مؤسسات آموزشی	نمایندگان و کارگزاران نامستقر
10	مؤسسات و واحد‌های مدیریت دارایی	نمایندگان جنرال (MGAs) و مدیران ثالث (TPAs)
11	مؤسسات تهیه‌کننده بانک‌های داده	مشاوران بیمه و ارزیابان خسارت مستقل و عمومی
12	مراکز پاسخ‌گویی به شکایات مشتریان	مؤسسات آموزشی
13		مؤسسات مربوط به بانک‌های اطلاعات

(Annual Report 2009-10, 2010) (Aflac Annual Report, 2009) (Brady, et al. 1995) (Lencsis, 1997) (Life insurance Fact Book 2010, 2010) (Long, 2009) (Ranade and Ahuja, 1999) (Rao, 2008) (Sadhak, 2009) (Sinha, 2004) (Lakshmikutty and Baskar, 2006) (World Insurance in 2009, 2010)

3-7. نهادهای مؤثر بر تقارن اطلاعات بین بیمه‌گر و بیمه‌گذار کدام‌اند؟

جدول 4. نهادهای مؤثر بر تقارن اطلاعات بین بیمه‌گر و بیمه‌گذار

ردیف	نهادهای مرتبط با افزایش تقارن اطلاعات	نهادهای و کسب‌وکارهای مرتبط با تقارن اطلاعات در بازار بیمه هند و آمریکا
1	قوانین مالی و سرمایه‌گذاری	استانداردهای حسابداری
2	نرخ‌گذاری	استانداردهای اکچوئرال
		جدول مرگ و میر ملی
3	قوانین مرتبط با بازیگران جدید	قوانین مربوط به شرکت تخصصی زندگی
4	تبلیغات	قوانین مربوط به تبلیغات شرکت‌های بیمه
5	قراردادهای مربوط به محصولات بیمه زندگی	قرارداد یونیت لینک
6	بانک‌های اطلاعات	بانک‌های اطلاعات (شکایت‌ها، قوانین و مقررات، فعالیت‌های خاص و ...)
7	مؤسسات نظارتی بیرونی	مؤسسات رتبه‌بندی اعتباری
		شرکت‌های تخصصی کشف تقلب
8	بازارهای مالی سرمایه‌گذاری	بانک - بیمه
9	نهاد نظارت داخلی شرکت‌ها	مدیریت ریسک

4-7. کسب‌وکارهای پشتیبان قابل برون‌سپاری کدامند؟

باتوجه به گزاره‌های کلامی حاصل از مصاحبه‌ها، کسب‌وکارهای ارائه‌شده در

جدول 5 قابلیت برون‌سپاری در بازار بیمه زندگی ایران را دارند.

جدول 5. کسب‌وکارهای قابل برون‌سپاری بازار بیمه زندگی کشور

ردیف	کسب‌وکارهای قابل برون‌سپاری	کسب‌وکارهای برون‌سپاری شده فعال در بازار هند و آمریکا
1	بانک‌های اطلاعات	بانک‌های اطلاعات (شکایت‌ها، قوانین و مقررات، آمار، اطلاعات و ...)
2	مؤسسات نظارتی بیرونی	مؤسسات رتبه‌بندی اعتباری
		شرکت‌های تخصصی کشف تقلب
3	مؤسسات و بازارهای مالی سرمایه‌گذاری	مؤسساتی که مدیریت دارایی و سرمایه‌گذاری شرکت‌های بیمه را انجام می‌دهند
4	آموزش	مؤسسات آموزش و پرورش کارکنان و فعالین صنعت بیمه
5	نهاد نظارت داخلی شرکت‌ها	مؤسسات مدیریت ریسک

5-7. سؤال اصلی تحقیق: چه نهادها و کسب‌وکارهای پشتیبانی برای توسعه

بیمه زندگی ایران لازم است؟

در جدول 6 نهادهای رسمی و غیر رسمی، کسب‌وکارها و سازمان‌های قابل

پیااده‌سازی در ایران ارائه شده است.

جدول 6. نهادهای مورد نیاز جهت توسعه بیمه زندگی کشور

نهادهای رسمی و غیررسمی			
ردیف	سرفصل	شرح نهاد	نتیجه
1	قوانین مالی و سرمایه‌گذاری	قوانین و مقررات سرمایه‌گذاری	قوانین موجود، محدودیت‌های قابل توجهی برای شرکت‌های بیمه ایجاد کرده‌اند و تغییر در آنها لازم به نظر می‌رسد.
		استانداردهای حسابداری جداگانه	بایستی استانداردهای حسابداری جداگانه برای بیمه‌های زندگی وضع شود.
		قوانین مرتبط با حفظ کرانه توانگری (نظامنامه)	پیااده‌سازی نظام توانگری جزء لازم بازار بیمه به‌طور عام و بیمه زندگی به‌طور خاص است.
2	قوانین و مقررات نرخ‌گذاری	جدول مرگ‌ومیر ملی	تدوین جدول مرگ‌ومیر ملی جهت نرخ‌دهی عادلانه‌تر و پیااده‌سازی استانداردهای اکچوئرال لازم است.
		استانداردهای اکچوئرال	تدوین و پیااده‌سازی استانداردهای اکچوئرال از ضروریات بازار بیمه است.

3	بازیگران جدید	قوانین مربوط به شرکت تخصصی زندگی	در توسعه بیمه زندگی مؤثر می باشد اما سرمایه گذاران انگیزه ای برای ورود به این بخش ندارند.
4	قوانین خارج از صنعت	قوانین استانی با توجه به بستر فرهنگی و اجتماعی	با توجه به تمرکز کسب و کارها در تهران امکان پذیر نبوده و از طرف دیگر قوانین و مقررات موجود چندان دست و پاگیر نیستند.
		قوانین مربوط به فعالیت در بخش روستایی، اجتماعی	لرومی به اعمال چنین قوانین و مقرراتی نیست، ذات رقابت بین شرکت های بیمه آنها را به این سمت سوق خواهد داد.
		قوانین تأمین اجتماعی	تأمین اجتماعی در ایران کارا عمل نکرده است و ایجاد اصلاحات در آن ضروری به نظر می رسد.
5	قوانین مربوط به امور نمایندگان	قوانین مربوط به کارمزدها	موضوع کارمزد نمایندگی ها بحث حائز اهمیت و تأثیر گذاری است و باید مطالعه و برنامه ریزی دقیق تری برای این موضوع اعمال شود.
		قوانین مربوط به تخفیفات	این موضوع تأثیر قابل توجهی در بازار بیمه زندگی ندارد.
		قوانین دریافت مجوز و شروع به کار نمایندگان تخصصی	در شرایط کنونی تخصصی شدن نماینده ها تأثیری بر رشد بازار نخواهد داشت.
6	تبلیغات در شرکت های بیمه	قوانین مرتبط با تبلیغات	با توجه به تأثیر منفی تبلیغات نامناسب و از طرف دیگر اهمیت پاسخ گویی به تعهدات شرکت های بیمه، بسیار حائز اهمیت بوده و نیازمند تدوین قوانینی در این زمینه است.
7	قراردادهای مربوط به محصولات بیمه زندگی	محصولات جدید	در توسعه و رشد بازار بیمه زندگی بسیار حائز اهمیت است.
		قرارداد بیمه بازنشستگی و مستمری	محصولات موجود مستمری و بازنشستگی برای بیمه گذاران مطلوب نبوده است. بازار بالقوه بسیار مناسبی وجود دارد که به علت عدم اطلاع رسانی با اقبال مواجه نشده است.
		قرارداد بیمه های خرد	تأثیر بیمه های خرد در توسعه بیمه زندگی غیر قابل انکار است. این محصول می تواند در بخش های روستایی و ضعیف تأثیر گذار باشد.

<p>ارائه محصولات بین بازاری با بازدهی بالا می‌تواند تأثیر قابل توجهی در جذب افرادی که در بحث سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر می‌باشند به دنبال داشته باشد.</p>	<p>قراردادهای یونیت لینک</p>		
<p>جزئی بدیهی برای توسعه بازار بیمه کشور است. می‌تواند شفافیت و کیفیت خدمات صنعت بیمه را بالا برده و اعتمادپذیری مشتریان را افزایش دهد.</p>	<p>بانک اطلاعات</p>	<p>بانک‌های اطلاعات</p>	<p>8</p>
<p>منشورهای اخلاقی ضمانت اجرایی ندارند. منشورهای اخلاقی در کنار قوانین و مقررات مناسب به ویژه در تبلیغات، نرخ‌دهی و رقابت می‌تواند زمینه رشد کلی صنعت بیمه را به دنبال داشته باشد.</p>	<p>قوانین و منشورهای مربوط به اصول اخلاقی</p>	<p>قوانین و منشورهای اصول اخلاقی</p>	<p>9</p>

Archive of SID

جدول 7. سازمان‌ها و کسب‌وکارهای مورد نیاز برای توسعه بیمه زندگی کشور

سازمان‌ها و کسب‌وکارهای پشتیبان			
ردیف	سرفصل	شرح کسب‌وکار پشتیبان	نتیجه
1	بخش فروش صنعت بیمه	شرکت‌های بیمه	افزایش تعداد شرکت‌های بیمه باعث تماس بیشتر با مشتریان می‌گردد.
		شرکت‌های بیمه خارجی	شرکت‌های داخلی می‌توانند از طریق همکاری مشترک با شرکت‌های خارجی، تجارب و مهارت‌های آنها را وارد بازار داخل کنند.
		نمایندگان بیمه زندگی	افزایش تعداد نمایندگان باعث افزایش سطح دسترسی و تماس مشتریان می‌گردد.
2	خدمات پس از فروش	مشاوران بیمه و ارزیابان خسارت مستقل و عمومی	ارزیابان خسارت مستقل و عمومی در بخش غیر زندگی مؤثر است و در بیمه‌های زندگی نمی‌تواند چندان تأثیرگذار باشند.
		نمایندگان جنرال و مدیران ثالث	نمایندگان جنرال می‌توانند موجب تسهیل فرایندها و سرعت پاسخ‌گویی مشتریان شوند.
		مراکز ارتباط با مشتری	از طریق پاسخ‌گویی به مشتریان، افزایش رضایت و نیز خدمات پس از فروش، در توسعه بیمه زندگی تأثیرگذار است.
3	مؤسسات نظارتی بیرونی	مؤسسات رتبه‌بندی اعتباری	رتبه‌بندی موجب افزایش شفافیت، رقابت مثبت و در نتیجه رشد بیمه‌های زندگی می‌گردد.
4	بازارهای مالی سرمایه‌گذاری	بانک - بیمه	با توجه به بانک‌محور بودن اقتصاد ایران و تعداد زیاد شعب بانک و اعتماد مشتریان به بانک‌ها، فعالیت بانک - بیمه تأثیر قابل توجهی بر صنعت بیمه زندگی خواهد داشت.
		نهادهایی که مدیریت دارایی‌ها را انجام می‌دهند	از جمله ضروریات فعلی بیمه‌زندی سرمایه‌گذاری و نهاد یا مؤسسه‌ای است که این کار را انجام دهد.
5	آموزش	مؤسسات آموزش و پرورش کارکنان و فعالین صنعت	فعالیت چنین مؤسساتی می‌تواند در افزایش مهارت‌ها و تخصص مؤثر بوده و زمینه رشد و بالندگی بیمه زندگی را به دنبال داشته باشد.
6	نهاد نظارت داخلی شرکت‌ها	مدیریت ریسک	با توجه به ریسک مالی و بیمه‌ای شرکت‌های بیمه، وجود چنین واحدی در شرکت‌های بیمه می‌تواند کنترل و نظارت بیشتر سازمان بر عملکرد خود را به دنبال داشته باشد.

8. بحث و نتیجه‌گیری

چنانکه عنوان گردید، بر اساس رویکرد نهادی، عدم رشد و توسعه بیمه زندگی در کشور ایران را می‌توان در نارسایی نهادی موجود در این صنعت جستجو کرد. به‌طورکلی، تفاوت زیادی در بخش قواعد بازی (نهادهای سطح دوم) صنعت بیمه زندگی ایران با کشورهای مورد مطالعه وجود دارد که زمینه ابهام در حقوق مالکیت طرفین مبادله را ایجاد کرده است. همچنین، براساس تجزیه و تحلیل به‌عمل‌آمده، کاستی قابل توجهی در بازیگران صنعت بیمه (نهادهای سطح سوم) مشاهده می‌شود که نبود آنها باعث افزایش هزینه مبادله در بین بازیگران بیمه‌های زندگی گردیده است. براساس تئوری کارگزاری در سطح چهارم نیز باید روابط بین کارگزار و موکل به نوعی طراحی گردد که تضاد بین طرفین مرتفع و منافع آنها حاصل شود.

پیشنهادهای کاربردی حاصل از تحقیق را می‌توان در بخش‌های مختلف بیمه مرکزی ج.ا.ا، سندیکای بیمه‌گران، پژوهشکده بیمه، شرکت‌های بیمه و سرمایه‌گذاران جهت توجه و پیاده‌سازی به شرح زیر ارائه کرد:

- بازنگری در قوانین و مقررات سرمایه‌گذاری شرکت‌های بیمه و به‌طور خاص بیمه زندگی با هدف انعطاف‌پذیری و جذب سرمایه بیشتر؛
- تدوین و ایجاد استانداردهای حسابداری مجزای بیمه زندگی؛
- پیاده‌سازی نظام توانگری مالی در شرکت‌های بیمه به‌صورت رشته‌ای؛
- ایجاد شرکت‌های تخصصی بیمه زندگی از طریق تفکیک بخش زندگی شرکت‌های بیمه از بخش غیرزندگی؛
- تفکیک بخش اتکایی بیمه مرکزی ج.ا.ا تحت عنوان شرکتی جدید؛
- ایجاد و راه‌اندازی بانک‌های اطلاعات؛
- طراحی و تدوین محصول بیمه مستمری با ویژگی شفاف، قابل درک و جذاب؛
- ارائه محصولات یونیت لینک؛
- همکاری مشترک با شرکت‌های بیمه خارجی و دریافت تجارب علمی، کاری و

نیز آموزش نیروی کاری شرکت‌ها از این طریق؛

• همکاری مشترک با یک بانک و عملیاتی‌سازی سیستم بانک- بیمه (Bancassurance)؛

• ایجاد شرکت‌های سرمایه‌گذاری در زیرمجموعه شرکت‌های بیمه؛

• مشارکت و همکاری با مؤسسات و نهادهای بیمه‌ای جهت راه‌اندازی بانک‌های

اطلاعات؛

• ایجاد مؤسسات رتبه‌بندی اعتباری شرکت‌های بیمه و به صورت رشته‌ای؛

• ایجاد مؤسسات آموزشی برای خدمات‌رسانی به شرکت‌های بیمه؛

Archive of SID

منابع

1. بازرگان، ع.، 1387 مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته: رویکردهای متداول در علوم رفتاری، تهران: نشر دیدار، چ 1.
2. جنتی فرد، م.، نیک رفتار، ح. و صفدری، ف.، 1389. گزارش رقابت‌پذیری ایران. 2010-2011، تهران: اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران.
3. دانایی فرد، ح.، الوانی، س. و آذر، ع.، 1383. تهران: انتشارات صفار. چ 3.
4. دوستو، ه.، 1386. راز سرمایه: چرا سرمایه‌داری در غرب موفق می‌شود و در جاهای دیگر شکست می‌خورد، تهران: نشر نی، چ 3.
5. رنانی، م.، 1376. بازار یا نابازار؟ بررسی موانع نهادی کارایی نظام اقتصادی بازار در اقتصاد ایران. تهران: سازمان برنامه و بودجه. چ 3.
6. ساروخانی، ب.، 1386. روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی: اصول و مبانی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، چ 13.
7. صمدی، ع. ح. رنانی، م. و دلالی اصفهانی، ر.، 1389. مفهوم و آثار اقتصادی حقوق مالکیت: رویکرد نهادی. فصلنامه حقوق، سال چهارم، ش 1، صص 101-183.
8. متوسلی، م.، 1387. توسعه اقتصادی: مفاهیم، مبانی نظری، رویکرد نهادگرایی و روش‌شناسی. تهران: سمت. چ 3.
9. متوسلی، م.، نیکو نسبتهی، ع. و فرضی‌زاده، ز.، 1389. اقتصاد نهادی. تهران، دانشگاه تهران، چ 1.
10. محمدپور، الف.، 1389. ضد روش (منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی). تهران: جامعه‌شناسان. چ 1.
11. مهدوی‌کلیشمی، غ.، 1388. بررسی عوامل کمی و کیفی مؤثر بر تقاضای بیمه عمر و راهکارهای توسعه و گسترش نفوذ آن در صنعت بیمه کشور. تهران: پژوهشکده بیمه.
12. هومن، ح.، 1385. راهنمای عملی پژوهش کیفی. تهران: سمت. چ 1.
13. هادی فر، د.، 1389. نهادهای حقوقی تنظیم مقررات؛ ساختار و سازوکار اجرایی. تهران: عترت نو. چ 1.

14. Aflac Annual Report., 2009. Afac Incorporated Annual Report for 2008. Columbus, Georgia: Afac Incorporated.
15. *Annual Report 2009-10.*, 2010. Hyderabad: Insurance Regulatory and Development Authority. *Life insurance Fact Book 2010.*, 2010. Washington, D.C: American Council of Life Insurance.
16. Aoki, M. 2001. *Toward a comparative institutional analysis*, Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
17. Brady, J. L., Mellinger, J. H., Scoles, K. N., and Hamilton, K. L., 1995. *The Regulation of insurance. pennsylvania: insurance institute of America*, 1st ed.
18. Coase, H.R. 1937. The nature of the firm. *Economica, New Series*, 4, (16), pp. 386-405.
19. Eisenhardt, K.M, 1989 Agency theory: an assessment and review. *Academy of Management Review*, 14, (1), pp. 57-74.
20. Gagliardi, F. 2008. Institutions and economic change: A critical survey of the new institutional approaches and empirical evidence. *The Journal of Socio-Economics*, Journal of Socio-Economics, No. 37, pp.416-443
21. Gagliardi, F. 2009. *Firm performance and institutional context: a theoretical exploration with evidence from the Italian cooperative sector*. Hertfordshire: Submitted to the University of Hertfordshire in partial fulfillment of the requirement of the Degree of Doctor of Philosophy.
22. Janda, K., 2006. Agency theory approach to the contracting between lender and borrower. *Acta Oeconomica Pragensia*, Vol. 14, No. 3, pp.34-47
23. Kim, J and Mahoney, J.T., 2005. Property right theory, transaction cost theory, and agency theory: an organizational economics approach to strategic management. *Managerial and decision economics*, 26, (4), pp. 223-42.
24. Lakshmi Kutty, S., and Baskar, S. 2006. *Insurance distribution in India: a perspective*. Bangalore: Domain Competency Group Infosys Technologies.
25. Lencis, P.M., 1997. *Insurance regulation in the United States: an overview for business and government*. United States of America: Quorum book. 1st ed.
26. Long, A. (2009). *The present masons guide to insurance distribution, law and regulation*. London and Philadelphia: Present Masons. Kogan Page; Second Edition.
27. North, D.C. 1990. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press. First edition.

28. Prasad, B.C., 2003. Institutional economics and economic development the theory of property right, economic development, good governance and the environment. *International Journal of Social Economic*, 30, (6), pp. 741-62.

29. Rao, L.V., 2008. Innovation and new service development in select private life insurance companies in India. *Communications of the IBIMA*, 1, pp.128-36.

30. Ranade , A., and Ahuja, R. 1999. Life insurance in India: emerging issues. *Economic and Political Weekly*, 34, (3/4), pp. 16-29.

31. Sadhak, H., 2009. *Life insurance in India: opportunities, challenges and strategic perspective*. New Delhi: Sage Publications Pvt. Ltd, 1st ed.

32. Sinha, S.U., 2004. New Pension Scheme (NPS) the road ahead and future challenges. *The Journal ICDC*, Joint Secretary (Capital Markets), Department of Economic Affairs, Ministry of Finance, New Delhi. pp. 31-7.

33. Williamson, O. E., 1979. Transaction cost economic: the governance of contractual relations. *Journal of Law and economics*, 22, (2), pp. 233-61.

34. Williamson, O. 2000. The new institutional economics: taking stock, looking ahead. *Journal of Economic Literature*, 38, (3), pp. 595-613.

35. Williamson, O. E. 2009. Transaction cost economics: the natural progression. Prize lecture. *American Economic Review*, 100, (3), pp. 673-90.

36. World Insurance in 2009. *Economic Research and consulting*, (2010), Switzarland, Zurich: swiss reinsurance company Ltd, No.2