

Challenges of Implementing Micro Takaful in Iran and Proposed Solutions for Its Operationalization

Yazdan Gudarzi Farahani* | Omidali Adeli

Stable URL: <https://doi.org/10.30497/ifr.2025.247482.1938>

چالش‌های پیاده‌سازی تکافل خرد در ایران و ارائه راه‌حل جهت اجرایی‌سازی

نویسندگان: یزدان گودرزی فراهانی* | امیدعلی عادل



Copyright 2025 The Author(s).

Published by *Imam Sadiq University*, Tehran, Iran.

This work is fully Open Access under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license, allowing non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited and not modified. *Islamic Finance Researches* strictly follows the ethical guidelines of the Committee on Publication Ethics (COPE), which all readers, authors, reviewers, and editors are expected to observe and uphold.



Challenges of Implementing Micro Takaful in Iran and Proposed Solutions for Its Operationalization

Yazdan Gudarzi Farahani: Assistant Professor, Department of Economics, Faculty of Economics, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding Author).

yazdan.gudarzi@ut.ac.ir | 0000-0002-6551-776X

Omidali Adeli: Associate Professor, Department of Islamic Economics, Faculty of Management and Accounting, University of Qom, Qom, Iran.

oa.adali@qom.ac.ir | 0000-0002-4183-4189

Abstract

1. Introduction and Objective

Microinsurance has emerged as a pivotal instrument for financial inclusion and risk protection among low-income populations worldwide. Designed to provide affordable and accessible coverage for vulnerable groups, microinsurance mitigates the socio-economic impacts of unforeseen events such as illness, natural disasters, or the loss of livelihood. Within Islamic financial systems, this role is complemented and sometimes substituted by Takaful, an insurance mechanism rooted in Islamic jurisprudence and built upon the principles of ta'āwun (mutual cooperation) and tabarru' (voluntary contribution). Unlike conventional insurance, which is often criticized in Islamic jurisprudence for containing elements of uncertainty (gharar), gambling (maysir), or usury (ribā), Takaful offers a Sharia-compliant alternative that redistributes risk through solidarity and shared responsibility among participants.

The concept of micro-Takaful represents a convergence of these two frameworks: the affordability and accessibility of microinsurance, and the ethical, faith-based principles of Takaful. It seeks to provide coverage tailored to the needs of low-income groups in Muslim-majority contexts. By emphasizing cooperation and redistribution of resources, micro-Takaful has the potential to serve as both a financial safety net and a tool for poverty alleviation.

The Iranian context underscores the necessity of exploring micro-Takaful. Despite the high prevalence of economic risks—ranging from health vulnerabilities and agricultural uncertainties to macroeconomic instability—insurance penetration remains low. A significant portion of Iran's population, particularly in rural and low-income communities, lacks awareness of insurance products or the

financial capacity to purchase them. At the same time, Iran's socio-religious environment, with a population predominantly Muslim, provides fertile ground for Sharia-based financial products.

This study, therefore, aims to explore the feasibility of implementing micro-Takaful in Iran. The central objectives are:

- To investigate global models of micro-Takaful and extract their key characteristics.
- To assess how such models can be adapted to the Iranian context.
- To identify challenges and barriers to implementation, including regulatory, cultural, and financial factors.
- To propose practical solutions that can strengthen the foundations for micro-Takaful development in Iran.

The study contributes to the growing body of literature on Islamic finance by offering a systematic and context-specific analysis of how micro-Takaful can enhance financial inclusion, social protection, and sustainable development in Iran.

2. Methods and Materials

This research employed an exploratory qualitative design complemented by analytical methods. The study was conducted in three main phases:

Phase One: Literature Review and Comparative Study.

A comprehensive review of existing scholarship and industry reports on Takaful and microinsurance was conducted. The literature covered diverse geographical contexts, including Malaysia, Indonesia, Nigeria, Bangladesh, and Middle Eastern countries. Particular attention was given to comparative studies of Takaful and conventional insurance, the historical evolution of micro-Takaful, and empirical research on consumer behavior, regulatory environments, and market structures.

Phase Two: Data Collection through Expert Interviews.

Given the absence of large-scale empirical data on micro-Takaful in Iran, expert opinions were prioritized. Semi-structured interviews were conducted with academics, policymakers, senior managers of insurance companies, and specialists in Islamic finance. Participants were selected using purposive and snowball sampling techniques, ensuring diversity in expertise. At least 15 experts with more than a decade of experience in insurance and finance were interviewed.

Phase Three: Analytical Framework Using SWOT.

The SWOT framework—strengths, weaknesses, opportunities, and threats—was used to systematize findings. Expert opinions, supported by secondary data, were coded and categorized to identify internal capacities and external factors influencing the feasibility of micro-Takaful in Iran. Additionally, quantitative elements were introduced through pairwise comparison matrices and the logarithmic least squares method, enabling prioritization of factors and determination of weightings.

The methodological combination of qualitative exploration and analytical modeling allowed for both in-depth understanding and structured evaluation of the prospects for micro-Takaful in Iran.

3. Research Findings

The findings highlight multiple dimensions of both promise and challenge:

A. Key Challenges

1. **Lack of Public Awareness:** One of the most critical barriers is the limited understanding among the general population of what Takaful is, how it operates, and why it differs from conventional insurance. Misconceptions equating Takaful with standard insurance undermine trust and willingness to participate.
2. **Regulatory and Legal Deficiencies:** Iran currently lacks a comprehensive legal and regulatory framework specifically addressing Takaful. This gap creates uncertainty for operators and participants, deterring investment and limiting institutional growth.
3. **Financial Constraints:** Low-income households, the primary target group, face difficulties in paying even minimal premiums. Affordability remains a pressing issue that can hinder widespread adoption.
4. **Cultural and Institutional Limitations:** Limited familiarity among policymakers and practitioners with micro-Takaful models results in hesitancy and fragmented implementation strategies.

B. Opportunities and Strengths

1. **Religious and Cultural Alignment:** Iran's strong Islamic identity provides a natural foundation for Takaful products, which are likely to resonate with the values and preferences of consumers.

2. **Potential Market Size:** With a significant portion of the population living near or below the poverty line, demand for affordable financial protection mechanisms is high.
3. **Existing Microfinance Infrastructure:** The presence of microfinance institutions and rural development programs provides a distribution channel that can be leveraged for Takaful expansion.
4. **Technological Penetration:** Widespread use of mobile phones and digital banking systems in Iran enables cost-effective delivery and management of micro-Takaful products.

C. Proposed Strategies and Solutions

1. **Education and Awareness Campaigns:** Conducting workshops, seminars, and targeted outreach to build trust and familiarity among potential participants.
2. **Product Innovation:** Designing micro-Takaful products tailored to specific risks, such as agricultural losses, health emergencies, and natural disasters.
3. **Regulatory Reform:** Establishing clear legal guidelines and supervisory frameworks to standardize operations and protect consumers.
4. **Technology Integration:** Using mobile platforms for registration, premium collection, and claims processing to lower costs and enhance accessibility.
5. **Strategic Partnerships:** Collaborating with NGOs, microfinance institutions, and community organizations to expand reach.

4. Discussion and Conclusion

The analysis underscores that micro-Takaful has the potential to become a transformative instrument in Iran's financial and social landscape. Its dual foundation—addressing financial inclusion while aligning with Islamic principles—makes it particularly well-suited to the country's socio-economic context.

However, realizing this potential requires addressing critical challenges. Awareness gaps must be bridged through sustained educational initiatives, while regulatory reforms are essential to provide stability and clarity for both providers and participants. Affordability issues necessitate innovative pricing models and possibly integration with charitable mechanisms such as zakāt and waqf.

From a comparative perspective, successful experiences in Malaysia and Indonesia demonstrate that strong governance, consumer trust, and institutional innovation are prerequisites for the growth of micro-Takaful. Iran can draw valuable lessons from these contexts but must also tailor solutions to its unique socio-economic and regulatory environment.

The findings of this study also highlight the broader implications of micro-Takaful for sustainable development. By reducing vulnerability to risks and shocks, micro-Takaful can contribute to poverty alleviation, enhance resilience among marginalized groups, and foster social solidarity. Moreover, its integration with digital platforms aligns with global trends in financial technology, offering opportunities for scalability and efficiency.

Conclusion:

This study concludes that while the road to establishing micro-Takaful in Iran is fraught with challenges, it is also rich with opportunities. With appropriate legal frameworks, innovative product design, and strategic collaboration, micro-Takaful can evolve into a vital component of Iran's financial system. Its development will not only strengthen the insurance sector but also advance the broader objectives of financial inclusion, social protection, and sustainable economic growth.

5. Keywords

Takaful; Microinsurance; Cooperative; Challenge; Opportunity.

6. JEL Classification: G22, G23, G28, I32, O16, Z12.

چالش‌های پیاده‌سازی تکافل خرد در کشور و ارائه راه حل جهت اجرایی‌سازی آن

یزدان گودرزی فراهانی: استادیار، گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده
مسئول). y.gudarzi@qom.ac.ir

امیدعلی عادلی: دانشیار، گروه اقتصاد اسلامی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران.
oa.adali@qom.ac.ir

چکیده

۱. مقدمه و هدف

بیمه‌های خرد به‌عنوان یکی از ابزارهای تأمین مالی خرد، نقشی مهم در حمایت از اقشار کم‌درآمد ایفا می‌کند. امروزه این نوع بیمه به‌عنوان راهکاری کلیدی برای بهبود شرایط زندگی جمعیت‌های آسیب‌پذیر شناخته می‌شود. در کشورهای اسلامی، نوعی مشارکت مالی به نام تکافل وجود دارد که برگرفته از اصل «کفالت همگانی» است و شکلی از حفاظت مالی بر پایه‌ی کمک متقابل و توزیع مشترک ریسک به شمار می‌رود. تکافل، نظامی مبتنی بر تعاون (کمک متقابل) و تبرع (همکاری داوطلبانه) است که در آن، ریسک به‌صورت داوطلبانه و اشتراکی میان مشارکت‌کنندگان تقسیم می‌شود. هدف این پژوهش، توسعه و تعمیق تکافل در ایران و بررسی چالش‌های پیاده‌سازی محصولات تکافل خرد در کشور است؛ موضوعی که با توجه به سطح بالای ریسک و تعدد خطرات پیش‌رو، نیازمند توجه جدی است.

۲. مواد و روش‌ها

این پژوهش با رویکردی اکتشافی به بررسی محصولات تکافل خرد و ویژگی‌های آن در کشورهای مختلف پرداخته است. پس از شناسایی نمونه‌ها در دیگر کشورها، امکان‌سنجی پیاده‌سازی این محصولات در ایران بر پایه قواعد شرعی و اسلامی و از طریق مصاحبه با خبرگان صورت گرفت. داده‌های گردآوری‌شده سپس با آزمون‌های آماری تحلیل شدند و اهداف تحقیق بر اساس نتایج حاصل از مطالعه SWOT مورد بررسی قرار گرفتند.

۳. یافته‌های تحقیق

نتایج نشان داد که یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در ایران، کمبود آگاهی عمومی درباره مفهوم و کارکرد تکافل است. چالش دیگر، فقدان چارچوب قانونی و نظارتی مناسب برای حمایت از این صنعت محسوب می‌شود. در مقابل، فرصت‌هایی همچون افزایش توجه به مفاهیم مالی اسلامی و تمایل جامعه به استفاده از خدمات مالی منطبق با اصول شرعی می‌تواند زمینه‌ساز رشد این صنعت باشد.

برگزاری کارگاه‌ها و سمینارهای آموزشی برای معرفی مزایا و سازوکار تکافل خرد به جامعه هدف، اقدامی مؤثر در افزایش آگاهی است. این آموزش‌ها باید شامل توضیحاتی درباره اصول شریعت و چگونگی انطباق تکافل خرد با آن باشد. همچنین طراحی محصولات متناسب با نیازهای جامعه هدف - مانند پوشش حوادث طبیعی، بیماری‌های رایج و سایر خطرات روزمره - می‌تواند نقش مهمی در جذب مشتریان ایفا کند.

۴. نتیجه‌گیری

بر پایه نتایج به‌دست‌آمده، دولت‌ها باید چارچوب‌های قانونی و نظارتی مناسبی برای حمایت از تکافل خرد فراهم آورند. این اقدامات شامل تسهیل فرآیند ثبت‌نام شرکت‌ها و ارائه مشوق‌های مالی برای توسعه این صنعت است. افزون بر این، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین همچون بانکداری همراه و سامانه‌های آنلاین می‌تواند دسترسی به خدمات تکافل خرد را تسهیل کند؛ به‌گونه‌ای که فرآیندهایی مانند ثبت‌نام، پرداخت حق بیمه و دریافت خسارت ساده‌تر و سریع‌تر انجام شوند.

همچنین همکاری با سازمان‌های غیردولتی، مؤسسات خیریه و جوامع محلی به گسترش دامنه دسترسی و معرفی خدمات تکافل خرد کمک خواهد کرد. در نهایت، انجام تحقیقات بازار برای شناسایی دقیق نیازها و ترجیحات مشتریان، به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که محصولات خود را کارآمدتر طراحی کنند و راهبردهای بازاریابی مؤثرتری را به اجرا بگذارند.

واژگان کلیدی: تکافل؛ بیمه خرد؛ تعاون؛ چالش؛ فرصت.

مقدمه

ریشه واژه «تکافل» از واژه عربی «کفالت» به معنای ضمانت یا مسئولیت گرفته شده است. با توجه به اکثریت مسلمانان در ایران، انتظار می‌رود امور مالی اسلامی، به‌ویژه تکافل، بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد و بتواند در کنار مالیه متعارف در کشور فعالیت کند. بر این اساس، تدوین و طراحی الگوهای مناسب برای پذیرش تکافل ضروری است. در عین حال، باید توجه داشت که با وجود ضریب نفوذ پایین این حوزه در کشور، سطح آگاهی عمومی نسبت به این نوع مالیه نیز پایین است (Rapi et al, 2022).

کهنده و شرف‌الدین^۱ (۲۰۲۱م) عوامل تعیین‌کننده پذیرش تکافل توسط مصرف‌کنندگان در نیجریه را بر اساس پاسخ مشتریان این کشور بررسی کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که دیدگاه شرعی، محل سکونت، پذیرش مصرف‌کننده، کیفیت خدمات، نگرش، آگاهی، هنجار ذهنی و کنترل رفتار درک‌شده از جمله عوامل مؤثر بر سطح آگاهی و پذیرش تکافل در نیجریه هستند.

رازک و دیگران (۲۰۱۲م) با انجام مصاحبه با چهار مشتری، سطوح پذیرش محصولات تکافل را در میان جوامع مالزیایی شناسایی کردند و مهم‌ترین عواملی را که خرید این محصولات را تحت تأثیر قرار می‌دهد، مشخص ساختند.

این اطلاعات بیانگر توجه روزافزون جهان اسلام و حتی برخی کشورهای غیر اسلامی به تکافل و روند رو به رشد این صنعت است. همچنین ظرفیت بالقوه این بازار نشان می‌دهد که توجه به این مقوله، چه از نظر نظری و چه از نظر عملی، توجیه‌پذیر است (Jaiyeoba et al, 2022).

امروزه افراد بسیاری در سراسر جهان به دلیل درآمد اندک برای تأمین نیازهای ضروری خود با خطرها و ریسک‌های گوناگونی مواجه‌اند؛ از جمله آسیب‌های اجتماعی، از دست دادن کسب‌وکار و به خطر افتادن سلامت (Nadzli & Yahaya, 2023). اقشار آسیب‌پذیر با همان ریسک‌هایی روبه‌رو هستند که افراد ثروتمند نیز

تجربه می‌کند، اما میزان و دفعات مواجهه آن‌ها با این ریسک‌ها بیشتر است (امیرپور، ۱۳۹۷).

با وجود گستره وسیع نیاز افراد کم‌درآمد به حمایت‌های بیمه‌ای، تنها بخش کوچکی از این افراد به آن دسترسی دارند. طبق آمار بانک جهانی، از میان چهار میلیارد نفر از ساکنان کره زمین که درآمدی کمتر از دو دلار در روز دارند، تنها ۱۰ میلیون نفر تحت حمایت قرار دارند.

در سال‌های اخیر، در کشورهای در حال توسعه و فقیر، بیمه خرد به‌منظور کاهش فقر و حمایت از قشر کم‌درآمد به‌عنوان ابزاری مناسب برای تأمین مالی و حفاظت اجتماعی مطرح شده است. بنابراین، بیمه‌های خرد باید به نیازهای فوری و اساسی این قشر پاسخ دهند، به‌سادگی قابل درک باشند و امکان پرداخت حق بیمه برای آن‌ها فراهم باشد.

در بیمه‌های خرد، حداقل بیمه متناسب با احتمال و هزینه ریسک و عدم اطمینانی که خانوارها با آن روبه‌رو هستند دریافت می‌شود. بیمه‌های خرد با ماهیت خاص خود، در مقایسه با سایر بیمه‌های بازرگانی، غیرانتفاعی بوده و عمدتاً هدفشان مشارکت در همبستگی‌های اجتماعی است. بنابراین، در صورت فرهنگ‌سازی مناسب و انتخاب الگویی متناسب با جوامع روستایی ایران، می‌تواند پاسخگوی نیازهای بیمه‌ای این مناطق باشد.

طبق جدیدترین گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، نرخ خط فقر طی یک دهه از ۱۹ درصد به بیش از ۳۰ درصد افزایش یافته است. بر اساس آمار رسمی مرکز آمار ایران، خط فقر در سال ۱۴۰۱ به‌طور میانگین برای هر نفر در کل کشور ۲ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان و برای خانوار چهارنفره حدود ۷ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان بوده است. این عدد برای ساکنان تهران بالاتر است؛ به‌طوری‌که برای خانوار چهارنفره حدود ۱۴ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان برآورد شده است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۲).

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 آشکار می‌سازد. از آنجا که اغلب افراد در سطوح درآمدی پایین با فرهنگ بیمه‌آشنایی

ندارند و غالباً نزدیک یا زیر خط فقر قرار دارند، ضرورت پرداختن به بیمه‌های خرد برای ساکنان مناطق روستایی و اقشار کم‌درآمد دوجندان می‌شود. در خصوص آمارهای جهانی، در جدول (۱) شاخص‌های رتبه‌بندی نظام توسعه تکافل در برخی کشورها در سال ۲۰۲۴ بررسی شده است.

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

کشور	رتبه	امتیاز IFDI	عملکرد مالی	حاکمیت شرکتی	تحمل‌پذیری مالی	آگاهی عمومی
مالزی	۱	۱۴۴	۱۵۷	۱۰۱	۱۲۸	۱۴۷
عربستان	۲	۱۱۹	۱۴۶	۷۲	۹۶	۹۰
امارات	۳	۸۸	۷۷	۸۵	۳۹	۶۸
اندونزی	۴	۸۵	۶۳	۷۹	۳۳	۲۰۰۰
پاکستان	۵	۷۵	۴۰	۷۸	۲۴	۱۱۹
کویت	۶	۷۰	۵۵	۸۰	۲۸	۲۴
بحرین	۷	۶۸	۴۵	۸۵	۲۸	۳۷
ایران	۸	۶۵	۱۲۳	۵۵	–	۱۰
قطر	۹	۴۵	۳۰	۶۵	۲۷	۱۵
ترکیه	۱۰	۴۵	۴۱	۶۳	۲۲	۵۸
بنگلادش	۱۱	۴۱	۳۳	۸۵	۲۳	۲۰
عمان	۱۲	۳۵	۱۴	۷۵	۲۴	۲۳
برونئی	۱۳	۲۹	۱۱	۷۱	۱۴	۲۳
اردن	۱۴	۲۹	۱۵	۵۰	۴۶	۳۷
نیجریه	۱۵	۲۸	۷	۶۸	۲۲	۱۸

منبع: (Islamic Finance Development Report, 2024)

همان‌گونه که در جدول (۱) مشاهده می‌شود، عملکرد برخی کشورهای فعال در حوزه تکافل در شاخص‌های رتبه‌بندی IFDI نشان می‌دهد که مالزی در این زمینه

عملکرد مناسبی داشته است. در جدول (۲) نیز رتبه برخی کشورها در حوزه چشم‌انداز مالی اسلامی در سال ۲۰۲۱ میلادی بررسی شده است.

جدول (۲): چشم‌انداز مالی اسلامی کشورها در سال ۲۰۲۱ میلادی

کشور	شاخص دارایی مالی اسلامی (میلیارد دلار)	دارایی مربوط به بانکداری اسلامی (میلیارد دلار)	میزان دارایی بخش تکافل (میلیارد دلار)	میزان دارایی نهادهای اسلامی مالی غیربانکی و غیر تکافلی (میلیارد دلار)
ایران	۱۳۵۴	۱۱۵۹	۳۶	۵۱
عربستان	۹۷۸	۷۱۵	۲۴	۲۹
مالزی	۸۷۴	۲۸۴	۱۶	۶۴
امارات	۳۱۶	۲۲۵	۵	۱۱
قطر	۲۲۱	۱۶۹	۳	۱۶

منبع: (Islamic Finance Development Report, 2024)

بر اساس آمارهای منتشرشده توسط سازمان توسعه مالی اسلامی، میزان دارایی مالی اسلامی ایران در سال ۲۰۲۴ معادل ۱.۳۵ میلیارد دلار بوده است. از این میان، دارایی مربوط به بانکداری اسلامی کشور ۱.۱۵ میلیارد دلار، دارایی بخش تکافل ۳۶ میلیارد دلار و دارایی نهادهای مالی اسلامی غیربانکی و غیرتکافلی ۵۱ میلیارد دلار گزارش شده است.

محصولات تکافل خرد ابزارهایی مطابق با شریعت هستند که برای حمایت از مشاغل کوچک حلال و افراد کم‌درآمد طراحی شده‌اند (Mahmood et al, 2019). در حالی که بازار تکافل خرد هنوز در مرحله آغازین توسعه قرار دارد، در مالزی بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک و افراد کم‌درآمد همچنان بدون پوشش حمایتی باقی مانده‌اند. تکافل خرد در راستای تضمین تأمین‌کنندگان وام، گسترش فرهنگ مسئولیت اجتماعی، محدود کردن ریسک‌های اقتصادی و کمک به ریشه‌کنی فقر فعالیت می‌کند. بر این اساس، در این مقاله به بررسی و امکان‌سنجی اجرای تکافل خرد در کشور پرداخته خواهد شد.

۱. پیشینه پژوهش

مهم‌ترین محصولات تکافل با تحلیل دقیق نیازهای مشتریان توسعه می‌یابند. اپراتورهای بزرگ تکافل برای ارائه پوشش مناسب در برابر ریسک، باید گزینه‌های یکپارچه‌سازی تکافل را در برنامه‌های سود خود بگنجانند. توزیع یکی از عوامل محدودکننده است که می‌توان با مشارکت بانک‌ها و کارگزاران بزرگ آن را برطرف کرد. در کشورهای پرجمعیت مسلمان با درآمدهای متوسط و پایین، تکافل خرد ابزار کارآمدی محسوب می‌شود. همچنین، شرکت‌های تکافلی باید در طراحی و نوآوری محصولات و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین بازاریابی، بیشترین استفاده را داشته باشند (Hassan, 2020).

در حال حاضر، محصولات تکافل خرد در سه دسته: «تکافل خانواده»، «تکافل عمومی» و «تکافل اتکایی» عرضه می‌شوند. بسیاری از این محصولات در حوزه‌هایی مانند تکافل زندگی، تکافل تمام عمر، تکافل سلامت، تکافل کشاورزی، تکافل دامداری، تکافل بازنشستگی و تکافل گردشگری کاربرد دارند. در گروه تکافل عمومی نیز محصولاتی همچون تکافل حوادث، تکافل دریایی و تکافل منازل مسکونی قرار می‌گیرند. بسیاری از این محصولات با قیمت مناسب برای پوشش بخش بزرگی از جمعیت زیر خط فقر طراحی شده‌اند. روش‌های اصلی اجرای تکافل خرد در دو دسته زیر تقسیم‌بندی می‌شوند (آزادبخت، احمدزاده، نورانی و بردال، ۱۴۰۲، ص. ۴۵).

الف) روش نخست بر قشر فقیر جامعه متمرکز دارد. در این روش، منابع مالی خیرخواهانه مانند زکات و وقف به کار گرفته می‌شود و خدمات از طریق سازمان‌های غیرانتفاعی توزیع می‌شوند.

ب) روش دوم بر جنبه تجاری متمرکز دارد. در این روش، منابع مالی لازم از محل سهم مشارکت تأمین می‌شود و جامعه هدف افراد برخوردار هستند. این خدمات توسط سازمان‌های انتفاعی ارائه می‌شود.

در خصوص دلایل عملی اجرای تکافل خرد در کشور، شایان ذکر است که در شعائر نبوی و شیعی، علاوه بر ربا و قمار - که از اصول حرام دینی به شمار می‌آیند و

در آیات متعدد قرآنی بر آن تأکید شده است - غرر یا نااطمینانی نیز به طور کامل نفی و نهی شده است. افزون بر این، آمار موجود در بازارهای مالی جهان اسلام نشان می‌دهد که صنعت بیمه در ایران به عنوان صنعتی مبتنی بر بیمه‌های اسلامی شناخته می‌شود. همچنین تقاضای بالای بیمه‌گذاران اهل سنت برای محصولات تکافل و توسعه موفق مؤسسات مالی و بانک‌های اسلامی در تأمین ابزارهای مالی مدیریت سرمایه و دارایی طی سال‌های گذشته، ضرورت توجه به این موضوع را در کشور برجسته کرده است. در سازوکار عملیاتی، دو الگوی تکافل و بیمه متعارف تفاوت‌هایی دارند؛ از جمله در نحوه محاسبه و پرداخت حق بیمه، زمان و شیوه تملک حق بیمه، چگونگی بازتوزیع منافع و مازاد و...؛ این تفاوت‌ها نیازمند بررسی‌های دقیق اکیچوئری است. رابی و کاسم^۲ (۲۰۲۳) ادراک و قصد مشارکت در طرح تکافل خرد در میان اندونزیایی‌ها را بررسی کرده‌اند. این پژوهش یک مدل نظری توسعه‌یافته از رفتار برنامه‌ریزی‌شده ارائه می‌دهد و با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری، داده‌های گردآوری‌شده از ۴۲۸ پاسخ‌دهنده را تحلیل می‌کند. پاسخ‌ها از طریق ترکیبی از نظرسنجی‌های آنلاین و توزیع سنتی پرسشنامه کاغذی به دست آمد. یافته‌ها نشان می‌دهد تمایل بالایی برای مشارکت 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 دارند. در این میان، سازگاری تأثیر مثبتی بر نگرش نسبت به تکافل خرد داشته و باور هنجاری نیز تأثیر مثبتی بر هنجار ذهنی دارد. با این حال، نتایج نشان می‌دهد مزیت نسبی تأثیر منفی بر نگرش نسبت به تکافل خرد دارد و همچنین نگرش و قیمت تأثیر منفی بر قصد مشارکت در این محصولات نشان می‌دهند. به طور کلی، قصد مثبتی نسبت به تکافل خرد در میان پاسخ‌دهندگان وجود دارد؛ با این حال، دانش و قیمت‌گذاری از مهم‌ترین عواملی هستند که مانع توسعه این صنعت در اندونزی می‌شوند.

دی و دیگران^۳ (۲۰۲۳) به بررسی ادبیات تکافل و بیمه متعارف در کشور بنگلادش پرداختند. در این پژوهش، نویسندگان بیش از ۳۰ مقاله را در یک دوره هجده‌ساله از ۲۰۰۶ تا ۲۰۲۳ میلادی مرور کرده‌اند. بر اساس این مرور ادبیات، مقاله شرحی از یافته‌های اصلی ارائه کرده و میزان تأثیر بیمه بر بخش‌های مالی را از نظر چالش‌ها و عوامل مرتبط بررسی می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد صنعت تکافل در بنگلادش با چالش‌هایی همچون نبود آگاهی کافی در میان مشتریان، موانع نظارتی، ضعف کمیته‌های تخصصی شریعت و ناکارآمدی‌های عملیاتی مواجه است. در عین حال، عواملی مانند دینداری، نقش هیئت شرعی و چارچوب‌های نظارتی در ارتقای صنعت تکافل در بنگلادش مؤثر هستند.

انصاری^۴ (۲۰۲۲) به بررسی ادبیات تکافل در یک بازه زمانی بیست‌ساله با رویکرد سیستمی پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که تحقیقات تکافل به‌طور گسترده حوزه‌هایی مانند بازاریابی، مالی، منابع انسانی، حاکمیت و مسائل حقوقی را پوشش داده است. در این پژوهش از هر دو روش کیفی و کمی استفاده شده است و شکاف‌های تحقیق بر اساس حوزه‌های مربوطه طبقه‌بندی شده‌اند. بخش قابل توجهی از ادبیات تکافل نیز به بررسی کاربرد مبانی رفتاری در مطالعه قصد رفتاری برای بهره‌گیری از خدمات تکافل اختصاص دارد.

لویدز^۵ (۲۰۲۰) به بررسی فرصت‌ها در بیمه‌های خرد پرداخته است. در این مطالعه، ضمن اشاره به چشم‌انداز محصولات و بازار بیمه‌های خرد، اولویت‌های این محصولات در کشورهای منتخب مانند اوگاندا، مالاوی، فیلیپین، ویتنام و اندونزی بررسی شده است. نتایج نشان می‌دهد که در مناطق روستایی، علاوه بر بهداشت و سلامت و مرگ نان‌آور خانوار، از دست رفتن محصولات کشاورزی و دام نیز از نگرانی‌های اصلی و دارای اولویت به شمار می‌رود.

در سال ۱۴۰۳، پژوهشکده بیمه گزارشی با عنوان «عرضه محصولات تکافل در ایران؛ مطالعه شرکت بیمه دانا» منتشر کرد. بر اساس این گزارش، شرکت بیمه دانا

3. Dey et al

4. Ansari

5. Loyds

به‌عنوان نخستین شرکت بیمه‌ای که به ارائه محصولات تکافلی اقدام کرده است، الگوی اجرایی تکافل خود را برای نخستین بار در دومین جلسه کارگروه تکافل در تاریخ ۱۴۰۱/۰۳/۰۴ مطرح نمود. این الگو طی پنج جلسه پیاپی و فشرده مورد بررسی اعضای کارگروه قرار گرفت و سرانجام در جلسه ششم کارگروه تکافل در تاریخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۵ به تصویب رسید. پیرو مجوز صادره مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۲۹ مبنی بر موافقت بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران با عرضه تکافل خانواده و عمومی توسط شرکت بیمه دانا، این شرکت از اسفند ۱۴۰۱ به‌عنوان نخستین شرکت بیمه‌ای فعالیت خود را در رشته تکافل خانواده آغاز کرد. همچنین با ایجاد مدیریت تکافل در ساختار سازمانی خود، فعالیت در این عرصه را تحت عنوان «پنجره تکافل» در کنار ارائه خدمات بیمه‌ای رایج اجرایی ساخت. این اقدام در بستر سامانه بیمه‌های عمر و پس‌انداز و به موازات فعالیت در رشته‌های زندگی صورت گرفت و حاصل آن، صدور ۱۱۳۵ فقره تکافل خانواده بود. با توجه به پایین بودن ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی در کشور و لزوم نوآوری برای پاسخ‌گویی به نیازها و سلاقی گوناگون مردم، محصول تکافل خانواده می‌تواند سهم مهمی در تکامل سبد محصولات بیمه زندگی ایفا کند. علی‌رغم نوپا بودن تکافل و تازگی موضوع، و با وجود نبود تبلیغات و بازاریابی گسترده، حجم صدور تکافل‌نامه توسط بیمه دانا از زمان دریافت مجوز تاکنون نشان‌دهنده جذابیت بالای این محصول برای مردم است.

نیلی احمدآبادی، نیاکان و حیدری احمدی (۱۴۰۲) در مقاله‌ای عوامل مؤثر بر انتخاب تکافل توسط بیمه‌گذاران شرکتی را بررسی کرده‌اند. جامعه آماری پژوهش شامل همه مدیران عامل بیمه‌گذاران حقوقی، مانند مؤسسات صنعتی، کشاورزی و خدماتی (پالایشگاه، مجموعه ورزشی، معادن، دانشگاه، بیمارستان، مجموعه هواپیمایی و پتروشیمی) بوده است که در مجموع ۱۰۱ بیمه‌گذار را شامل می‌شود. روش نمونه‌گیری به صورت قضاوتی و از نوع در دسترس بوده و تعداد نمونه ۴۰ بیمه‌گذار است. داده‌ها از طریق پرسشنامه، مصاحبه و مطالعات کتابخانه‌ای گردآوری شده است. عوامل اولیه در هفت دسته طبقه‌بندی شده‌اند: نوآوری و فنی، سیاست بازاریابی و تبلیغات، منابع انسانی، عوامل مالی، عوامل بیرونی و کنترلی، ساختار سازمانی و عوامل

عقیدتی. به‌منظور تعیین اهمیت معیارها و وزن‌دهی به شرکت‌ها از روش بهترین - بدترین (BWM) استفاده شده است. همچنین برای تعیین وزن بیمه‌گذاران نمونه از روش تاپسیس و برای رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب تکافل از روش واسپاس فازی بهره گرفته شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که عوامل عقیدتی، توان مالی شرکت‌ها در عمل به تعهدات، انطباق عوامل بیرونی و کنترلی با نیاز مشتری، نوآوری در محصولات و خدمات تکافل، انطباق سطح عمومی قیمت‌ها نسبت به بیمه متعارف، ساختار سازمانی برای پذیرش خدمات نوین، منابع مالی کافی برای توسعه و ارائه خدمات، حفاظت و پشتیبانی در ارائه خدمات، ارائه طیف گسترده‌ای از خدمات، معرفی انواع محصولات تکافل، اطلاعات کافی کارکنان شرکت‌ها و شناسایی و ترغیب مشتریان، همگی از عوامل تأثیرگذار بر تقاضای تکافل توسط بیمه‌گذاران شرکتی هستند. در این میان، عوامل عقیدتی بیشترین اثر را داشته است.

توحیدی، رضائی هنجنی و ناصری منشادی (۱۴۰۲) در مقاله‌ای به بررسی تکافل خرد به‌عنوان ابزاری مناسب برای حمایت از کسب‌وکارهای خرد با هدف شمول مالی و توسعه پایدار پرداختند. در این گزارش، با استناد به مطالعات انجام‌شده در حوزه تکافل خرد بیان شده است که برای ایفای نقش مؤثر تکافل خرد در شمول مالی و کاهش فقر، وجود مداخلات نظارتی که توسعه و توزیع محصول را تسهیل کند، ضروری است.

عزیزالهی (۱۴۰۱) در مقاله‌ای به بررسی صنعت تکافل در مالزی پرداخت. در این مقاله بیان شده است که برای انتفاع صنعت تکافل، حفظ شفافیت و تمامیت این تجارت و نیز ارتباط آن با شکایات و نزاع‌های مصرف‌کنندگان به‌منظور ایجاد اعتماد عمومی، اهمیت زیادی دارد.

پارسا (۱۴۰۱) در مقاله‌ای به بررسی بازار جهانی بیمه تکافل: ترسیم نقشه راه دستیابی به بازارهای انبوه پرداخت. در این مقاله بیان شده است که مدیران ارشد ارائه‌دهنده تکافل باید ارزیابی چالش‌های مطرح‌شده در این گزارش را آغاز کنند؛ چالش‌هایی که می‌تواند بر توانایی آن‌ها در ایجاد رشد و سودآوری تأثیر بگذارد.

حاجی علی اکبری، زبان دان و جعفرلی (۱۳۹۹) در مقاله‌ای به بررسی عوامل مؤثر در اجرای بیمه اسلامی (تکافل) در سطح بیمه میهن پرداختند. این مقاله از نظر روش، توصیفی - اکتشافی بود و با شیوه دلفی و مصاحبه با خبرگان انجام شد. نمونه آماری شامل ۳۰ نفر از کارشناسان و خبرگان امور بیمه‌ای شرکت بیمه میهن بود که با روش گلوله‌برفی انتخاب شدند. این فرایند تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و در مجموع ۳۰ مصاحبه انجام شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود که بر پایه منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان تهیه شد. برای تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی دلفی استفاده شد و تحلیل‌های توصیفی با نرم‌افزار SPSS22 انجام گرفت. نتایج نشان داد از دید خبرگان امور بیمه، چهار مؤلفه «بهای تمام شده ارائه خدمات بیمه‌ای»، «قوانین و دستورالعمل‌های ابلاغی»، «تحقیقات آماری» و «شفافیت اطلاعات ارائه شده» در اجرای بیمه تکافل در سطح بیمه میهن بیشترین اهمیت را دارند. در این میان، مؤلفه بهای تمام شده بیشترین اثر مستقیم را داشته است.

عسگری و محمدی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای به تحلیل مقایسه‌ای الگوهای تکافل و آسیب‌شناسی آن‌ها از منظر ذی‌نفعان پرداختند. در این مطالعه، ساختار و مدل‌های مختلف تکافل در دو سطح عمومی و خانواده به صورت جامع بررسی شد و آسیب‌شناسی و مقایسه این مدل‌ها از منظر ذی‌نفعان و مالکان اصلی تکافل (مشارکت‌کنندگان) با استفاده از روش تحلیل محتوا صورت گرفت. نتایج نشان می‌دهد که با وجود تغییرات ساختاری در الگوهای تکافل، هدف مطالعه یعنی دستیابی به قیمت‌گذاری عادلانه و همسویی منافع ذی‌نفعان بر اساس رهبری مشارکت‌کنندگان محقق نمی‌شود. راهکار پیشنهادی، کاهش هزینه‌های عامل در تکافل، نزدیک شدن به ساختار بیمه متقابل، محدود کردن اختیارات متصدی تکافل و افزایش اختیارات مشارکت‌کنندگان همراه با همسوسازی منافع دو طرف است.

واحدی (۱۳۸۵) در مقاله‌ای به بررسی بیمه خرد پرداخت. در این مقاله اشاره شده است که فروش بیمه‌نامه‌های کوچک و پاسخ‌گویی به تقاضاهای خاص، در کنار مدیریت ریسک و هزینه‌های ارائه بیمه‌نامه، نیازمند نوآوری‌ها و سازگاری‌های فراوان است. بیمه‌گران خرد برای طراحی انواع بیمه خرد باید مشخصه‌های بازار، از جمله

محیط اجتماعی - فرهنگی، میزان تقاضا و مخاطرات خانوارهای کم‌درآمد را به‌خوبی بشناسند. بیمه خرد به‌عنوان الگویی مبتنی بر بازار فعالیت می‌کند؛ و با وجود چالش‌های متعدد، تجربه نشان داده است که محصولات بیمه خرد می‌توانند سودآور باشند. حتی زمانی که شرکت‌های بیمه در چارچوب مسئولیت اجتماعی خود وارد بازارهای کم‌درآمد می‌شوند، اغلب درمی‌یابند که این رویکرد نوعی راهبرد اجرایی در توسعه است که می‌تواند تأثیرات مثبتی بر فعالیت اصلی آن‌ها داشته باشد.

با مرور مطالعات پیشین، نوآوری پژوهش حاضر در امکان‌سنجی اجرای تکافل خرد در کشور است. در این مطالعه، پس از بررسی امکان‌سنجی اجرای نظام تکافل و تکافل خرد در کشور، راهکارهای اجرای محصولات تکافل خرد با استفاده از رویکردی اکتشافی و تحلیلی بررسی خواهد شد.

۲. 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 به‌صورت پیمایشی و با استفاده از روش SWOT اجرا شده است.

در این مطالعه، نظریه‌ها و تجربه‌های مرتبط با اجرای محصولات تکافل خرد گردآوری و با محصولات بیمه‌های خرد در ایران و کشورهای مورد مطالعه تطبیق داده می‌شود. سپس قابلیت اجرای این روش‌ها در ایران امکان‌سنجی شده و بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، روش‌های مناسب برای ایران ارائه و بررسی می‌شود.

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

جامعه آماری پژوهش، خبرگان صنعت بیمه شامل اساتید دانشگاه‌ها، مدیران عامل، مدیران، کارشناسان و صاحب‌نظران در شرکت‌های بیمه است. نمونه آماری بر اساس روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند و شبکه‌ای (گلوله‌برفی) انتخاب شده است. حداقل مدرک تحصیلی افراد کارشناسی ارشد و حداقل سابقه کاری آن‌ها در صنعت بیمه ده سال در نظر گرفته شده است. در این پژوهش، برای اشباع‌شدگی نمونه آماری از اطلاعات گردآوری شده از ۱۵ خبره استفاده شده است.

۳. شناسایی مؤلفه‌ها و تحلیل نتایج

تکافل خرد می‌تواند از طریق کانال‌های مختلف ارائه شود و معمولاً به حمایت مستقیم یا غیرمستقیم دولت نیاز دارد. این حمایت می‌تواند شامل همکاری با بانک‌ها، سازمان‌های غیردولتی و نهادهای اجتماعی باشد. به‌عنوان نمونه، در کشورهای مختلف، تکافل خرد از طریق مدل‌هایی مانند «شریک - نماینده» ارائه می‌شود که متکی بر همکاری با سازمان‌های غیردولتی، اتحادیه‌ها و شرکت‌های تجاری است. برای کاهش هزینه‌های معرفی محصولات نیز شرکت‌های تکافل می‌توانند از زیرساخت‌های موجود بهره ببرند و با سازمان‌های معتبر همکاری کنند.

۴. چالش‌های محصولات تکافل خرد

در حالی که تکافل به‌عنوان جریانی قابل‌تقدیر در کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس و دیگر مناطق آسیا شناخته می‌شود، میزان آگاهی، نفوذ و امکان بهره‌مندی از آن در بازارهای غربی همچنان نامطمئن است. تکافل که گاهی با صندوق‌های تعاونی اشتباه گرفته می‌شود، شکلی اخلاقی از بیمه است که هنوز برای بسیاری از شرکت‌های بیمه غربی مفهومی ناآشنا به شمار می‌رود و همین موضوع مانعی در مسیر گسترش جهانی آن است. چندین چالش، سد راه این پیشرفت است:

۱) **فقدان دانش و درک تکافل:** مفهوم تکافل و اصول آن برای بسیاری از افراد، از جمله شرکت‌های بیمه و مشتریان غربی، همچنان ناآشنا است. این ناآشنایی می‌تواند به توسعه محدود آن در محیط‌های مناسب، برداشت‌های نادرست از مفاهیم تکافل یا بی‌میلی به مشارکت در محصولات مالی اسلامی منجر شود. برخی

تکافل را تنها شاخه‌ای از بیمه رایج در چارچوب اسلام می‌دانند و در مورد پابندی آن به اصول شرعی تردید دارند. گروهی دیگر، امنیت مالی تکافل را دست‌کم گرفته و به نظام‌های تأمین اجتماعی متداول تکیه می‌کنند. غلبه بر این چالش‌ها، مستلزم طراحی برنامه‌های آموزشی برای ارتقای درک تکافل و بهبود رویه‌های مدیریت ریسک فردی در میان جوامع مسلمان و غیرمسلمان است. در حال حاضر، مخاطبان اصلی آموزش تکافل فعالان و سرمایه‌گذاران هستند و تلاش اندکی برای پوشش‌های آگاه‌سازی جمعی در میان عموم مخاطبان صورت گرفته است (Salleh & Padzim, 2018)

(۲) **چالش‌های تنظیم مقرراتی و فقدان استانداردسازی:** چارچوب‌های مقرراتی موجود چالش‌های بزرگی را برای عملیات تکافل ایجاد می‌کنند؛ به‌ویژه در حوزه‌های قضایی غربی که قوانین اساساً بر الگوهای بیمه رایج بنا شده‌اند. ادغام مفاهیم تکافل در چارچوب‌های گزارش‌گری مالی غربی، فرایندی پیچیده و زمان‌بر است که گاهی به نتایج غیرقابل اعتماد منجر می‌شود. این وضعیت نه تنها مانعی برای فعالیت‌های برون‌مرزی و نوآوری در محصولات است، بلکه بر فرایندهای تطبیق با قانون نیز تأثیر منفی می‌گذارد. فقدان مقررات استاندارد شده علاوه بر محدود ساختن توسعه بازار، مانع پیشرفت کلی صنعت تکافل می‌شود. شرکت‌های تکافل ناگزیرند حجم بزرگی از الزامات مقرراتی را رعایت کنند که این امر به کاهش اعتماد مشتریان و کاهش توان بالقوه آن‌ها در یکپارچه‌سازی و بهره‌وری عملیاتی می‌انجامد (Saeed, 2019). برای مقابله با این مسائل، سازمان حسابداری و حسابرسی مؤسسات مالی اسلامی^۶ تاکنون ۱۱۷ استاندارد و بیانیه فنی تدوین کرده است که گزارش‌گری مالی شرکت‌های تکافل و تکافل اتکایی را یکپارچه و استاندارد می‌کند و اطمینان از تطبیق آن‌ها با اصول شرعی را فراهم می‌آورد.

(۳) **چالش‌های فرهنگی و منطقه‌ای:** تصورات منفی نسبت به تکافل عمده‌تأ ریشه در آگاهی محدود و برداشت‌های نادرست از مالی اسلامی دارد. اختلاف در تفسیر اصول اسلامی بر نگرش مشتریان نسبت به وفاداری تکافل به ارزش‌های دینی تأثیر

می‌گذارد. این سوءبرداشت‌ها که از نادیده‌گرفتن تفاوت‌های فرهنگی ناشی می‌شوند، می‌توانند به بی‌اعتمادی بیانجامند. برای غلبه بر این موانع، اجرای راهبردهایی مانند بازبینی محصولات قابل ارائه، بهره‌گیری از روش‌های ارتباطی معتبر و تقویت شفافیت فرهنگی ضروری است. افزایش آگاهی از هم‌سویی چارچوب تکافل با اصول مالی اخلاقی، نقشی کلیدی در رفع موانع ناشی از مسائل فرهنگی و دینی دارد (Ahmad Mokhtar, Abdul Aziz & Md Hilal, 2017).

(۴) **فقدان متخصصان شریعت با تحصیلات لازم:** راه‌اندازی یک هیئت نظارت شرعی - که معمولاً متشکل از سه یا چند متخصص است - پیش‌نیاز هر شرکت تکافل به شمار می‌رود. هنگام توسعه فعالیت‌ها، شرکت‌های تکافل ترجیح می‌دهند این مسئولیت را به علمای بومی بسپارند تا از اعتبار بیشتری برخوردار شوند. این علما مسئول اطمینان از انطباق با اصول شرعی هستند؛ وظیفه‌ای که مستلزم درک عمیق از عملیات تکافل و فقه اسلامی است. با این حال، کمبود متخصصانی که هم در فقه اسلامی و هم در بیمه تخصص داشته باشند، موجب می‌شود علما در چندین هیئت به‌طور هم‌زمان عضویت یابند؛ امری که به تعارض منافع و کاهش کیفیت مشاوره منجر می‌شود. افزون بر این، دسترسی محدود به چنین علمایی هزینه تشکیل هیئت‌های شرعی را افزایش داده و مانعی برای ورود تازه‌واردان به بازار تکافل ایجاد می‌کند (Salleh & Padzim, 2018).

(۵) **حق وکالت تحمیلی و هزینه سرمایه:** چالش‌های مربوط به کارمزدهای وکالت و هزینه سرمایه تأثیر چشمگیری بر پایداری مالی و کارایی عملیاتی شرکت‌های تکافل دارند. افزایش کارمزدهای وکالت می‌تواند به کاهش مشارکت مالی بیمه‌گذاران و کاهش قدرت رقابت در بازار بینجامد. در برخی حوزه‌های قضایی، کارمزدها از صندوق سهامداران و حق وکالت کسر می‌شوند و گاه سقف قانونی دارند؛ وضعیتی که شرکت‌های تکافل را در رقابت با بیمه‌گران متعارف در موقعیت نامطلوبی قرار می‌دهد. بنابراین، شرکت‌های تکافل باید از تعیین کارمزدها در حد

معقول و باقی ماندن مازاد کافی برای پوشش هزینه‌های عملیاتی و ایجاد سود سهام اطمینان یابند.

این محدودیت‌ها در مورد بیمه‌گران متعارف اعمال نمی‌شود؛ به همین دلیل دستیابی به تعادلی ظریف میان پوشش هزینه‌ها و ارائه بازده رقابتی به مشارکت‌کنندگان و سهامداران ضروری است. افزون بر این، هزینه سرمایه اثر عمیقی بر راهبردهای سرمایه‌گذاری و عملکرد مالی دارد. رویکردی دقیق که منافع مشارکت‌کنندگان را در اولویت قرار دهد، با الزامات قانونی سازگار باشد و پایداری بلندمدت را تضمین کند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (Ali & Nisar, 2023).

۶) **چالش‌های پذیرش ریسک:** پذیرش ریسک در تکافل با چالش‌های متعددی همراه است که عمدتاً از تفاوت دیدگاه‌های علمای دینی اهل سنت ناشی می‌شود. این موضوع در تکافل عمومی برجسته‌تر است، زیرا علما درباره دامن ریسک‌های مجاز نظرات متفاوتی دارند. این مسئله به‌ویژه با مفهوم تضمین متقابل در ارتباط است که معمولاً در طرح‌هایی با مشارکت محدود، مانند طرح‌های دولتی که دولت به‌عنوان مشارکت‌کننده اصلی عمل می‌کند، مشاهده می‌شود. مباحث مرتبط با ریسک در تکافل همواره میان ریسک‌های مجاز و غیرمجاز در نوسان است و این امر نیاز به وجود شیوه‌های منسجم برای ارزیابی ریسک را آشکار می‌سازد.

۷) **فقدان مسیرهای سرمایه‌گذاری مجاز:** یکی از چالش‌های مهم پیش روی شرکت‌های تکافل، محدودیت در مسیرهای سرمایه‌گذاری است. بازارهای مالی معمولاً تحت سلطه ابزارهای بهره‌ای هستند که در شریعت اسلامی مجاز نیستند و همین امر انتخاب‌های شرکت‌های تکافل را محدود می‌کند. این وضعیت با نیاز به ایجاد تعادل میان پایداری بلندمدت و سودآوری کوتاه‌مدت پیچیده‌تر می‌شود. فشار برای کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و تمرکز بر دارایی‌هایی مانند سهام و املاک، شرکت‌های تکافل را در برابر یک دوراهی اخلاقی قرار می‌دهد.

محصولات تکافل خرد به‌عنوان گونه‌ای از بیمه اسلامی برای گروه‌های کم‌درآمد طراحی شده‌اند. این محصولات با هدف ارائه پوشش‌های مقرون‌به‌صرفه

و در دسترس برای افرادی که توانایی استفاده از بیمه‌های سنتی را ندارند، توسعه یافته‌اند. ویژگی کلیدی این محصولات طراحی آن‌ها به گونه‌ای است که نیازهای بیمه‌ای این گروه‌ها را پاسخ دهد، بدون آن‌که بار مالی سنگینی بر آنان تحمیل کند.

• **چالش‌ها و فرصت‌ها:** گسترش محصولات تکافل خرد با چالش‌های متعددی همراه است. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، ناآگاهی و شناخت ناکافی این محصولات در میان گروه‌های کم‌درآمد است. مطالعات نشان می‌دهد بسیاری از افراد این گروه‌ها از وجود و مزایای تکافل خرد بی‌اطلاع هستند و همین امر مانع استفاده گسترده و مؤثر از آن می‌شود. افزون بر این، مشکلاتی مانند عدم انطباق کامل با مقررات شریعت و هزینه‌های مرتبط نیز به‌عنوان موانع مهم مطرح می‌شوند.

• **تأثیر درآمد بر تقاضا:** تحقیقات نشان می‌دهد سطح درآمد تأثیر چشمگیری بر تقاضا برای محصولات تکافل خرد دارد. افراد با درآمد بالاتر معمولاً تمایل بیشتری به خرید این محصولات دارند؛ زیرا توانایی پرداخت حق بیمه را دارند و از مزایای آن آگاهی بیشتری کسب کرده‌اند. در مقابل، افراد کم‌درآمد به دلیل محدودیت‌های مالی و نبود آگاهی کافی، کمتر از این محصولات بهره‌مند می‌شوند. این تفاوت تقاضا هم به دلیل ناتوانی مالی و هم به علت فقدان شناخت از مزایا قابل توضیح است.

• **مدل‌های مورد استفاده:** برای ارائه محصولات تکافل خرد، مدل‌های گوناگونی به‌کار می‌رود که یکی از رایج‌ترین آن‌ها «مدل هیبریدی» است. این مدل که در بسیاری از کشورهای اسلامی رواج دارد، ترکیبی از اصول تکافل و نمایندگی است و برای تأمین پوشش بیمه‌ای مقرون‌به‌صرفه برای گروه‌های کم‌درآمد طراحی شده است. هدف اصلی آن، کاهش هزینه‌ها و فراهم‌آوردن پوشش‌های مناسب برای گروه‌های هدف است.

• **تأثیر آموزش و دانش:** آموزش و ارتقای دانش در زمینه محصولات تکافل خرد، به‌ویژه در میان گروه‌های کم‌درآمد، نقشی اساسی در گسترش استفاده از

این محصولات دارد. افزایش آگاهی بیمه‌ای و شناخت مزایای تکافل خرد می‌تواند به بهبود پوشش بیمه‌ای و تأمین نیازهای مالی این گروه کمک کند. مطالعات نشان داده‌اند افرادی که دانش بیشتری در زمینه بیمه دارند، به‌طور مؤثرتری از محصولات تکافل خرد بهره‌مند می‌شوند.

- **مشکلات و نیازهای اساسی:** افراد کم‌درآمد به دلیل محدودیت‌های مالی، اغلب برای جبران هزینه‌های غیرمنتظره به روش‌هایی مانند پرداخت نقدی یا قرض گرفتن متوسل می‌شوند. این وضعیت آن‌ها را بیش از پیش در معرض آسیب‌های مالی قرار می‌دهد. محصولات تکافل خرد با طراحی مناسب و هزینه‌های پایین می‌توانند این آسیب‌پذیری را کاهش داده و به بهبود وضعیت مالی این گروه‌ها کمک کنند.

- **قرار گرفتن در معرض ضرر:** مطالعات متعددی نشان داده‌اند ریسک به احتمال از دست‌دادن ثبات مالی بر اثر رویدادهای غیرمنتظره اطلاق می‌شود. افراد کم‌درآمد به دلیل زندگی در شرایط پرخطر و محدودیت منابع برای مقابله با بحران‌ها، بیشتر در معرض آسیب قرار دارند. چرچیل^۷ (۲۰۰۶م) تأکید می‌کند که فقر و آسیب‌پذیری رابطه‌ای مستقیم دارند. در این زمینه، افراد کم‌درآمد در مناطق روستایی و شهری معمولاً در برابر شرایط اضطراری مالی بی‌پناه باقی می‌مانند.

۴. عوامل مهم در ماتریس SWOT

تحلیل SWOT ابزاری کارآمد برای شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در زمینه اجرای محصولات تکافل خرد در ایران است. با توجه به شرایط خاص بازار ایران و همچنین تجربیات کشورهای منتخب، عوامل زیر به‌عنوان اجزای کلیدی در این تحلیل بررسی می‌شوند.

نقاط قوت	نقاط ضعف
ظرفیت بالای تقاضا: ایران جمعیت بزرگی از خانوارهای کم‌درآمد دارد	آگاهی و درک محدود: تکافل خرد مفهومی نسبتاً جدید است و سطح

نقاط قوت	نقاط ضعف
که به بیمه‌های سنتی دسترسی ندارند. این شرایط، بازار بالقوه‌ای وسیع برای تکافل خرد ایجاد می‌کند. همخوانی فرهنگی و مذهبی: با توجه به ایمان و پایبندی گسترده به اصول اسلامی در ایران، محیطی مساعد برای گسترش محصولات مالی اسلامی از جمله تکافل خرد فراهم است. وجود بخش نسبتاً توسعه‌یافته تأمین مالی خرد در ایران می‌تواند توزیع و دسترسی به محصولات تکافل خرد را تسهیل کند. نفوذ بالای موبایل: استفاده گسترده از تلفن همراه در ایران، زمینه بهره‌گیری از فناوری موبایل برای عملیات تکافل خرد را فراهم می‌سازد و موجب افزایش بهره‌وری و دسترسی می‌شود.	آگاهی از مزایا و کارکردهای آن در میان مخاطبان هدف در ایران پایین است. ابهام در چارچوب نظارتی: اطلاعات روشنی درباره محیط نظارتی تکافل خرد در ایران وجود ندارد. برای روشن‌شدن ابعاد قانونی و مقرراتی، تحقیقات بیشتری مورد نیاز است. چالش‌های احتمالی در توان مالی: تضمین مقرون‌به‌صرفه بودن خدمات برای اقشار آسیب‌پذیر جامعه ایران از عوامل حیاتی موفقیت تکافل خرد است. در این راستا، طراحی دقیق محصولات و تدوین راهبردهای مناسب قیمت‌گذاری ضرورت دارد.
فرصت‌ها	تهدیدها
شراکت‌های راهبردی: همکاری با مؤسسات تأمین مالی خرد (MFIs)، سازمان‌های غیردولتی (NGOs) و اپراتورهای تلفن همراه، با بهره‌گیری از شبکه‌ها، اعتبار و زیرساخت‌های موجود، می‌تواند دستیابی مؤثر به بازار هدف را تسهیل کند. نوآوری محصول: توسعه محصولات تکافل خرد متناسب با نیازها و ریسک‌های خاص خانوارهای کم‌درآمد - مانند بیمه خرد کشاورزی یا بیمه خرد درمانی - می‌تواند جذابیت این محصولات را به شکل چشم‌گیری افزایش دهد.	ناپایداری اقتصادی: نوسانات اقتصادی در ایران می‌تواند بر توان مالی خانوارها و سطح مشارکت در برنامه‌های تکافل خرد اثر منفی بگذارد. رقابت از سوی بیمه‌های سنتی: ارائه‌دهندگان بیمه‌های متعارف ممکن است به بازار اقشار کم‌درآمد ورود کنند و رقابتی جدی برای ابتکارات تکافل خرد به وجود آورند. کمبود نیروی متخصص: فقدان افراد متخصص در حوزه مالی اسلامی و بیمه خرد می‌تواند مانعی برای مدیریت و اجرای مؤثر برنامه‌های تکافل خرد باشد.

نقاط قوت	نقاط ضعف
یکپارچه‌سازی فناوری: به‌کارگیری فناوری تلفن همراه برای جمع‌آوری حقیقه، پردازش خسارت‌ها و اجرای برنامه‌های ارتقای سواد مالی می‌تواند کارایی عملیاتی را بهبود بخشد، هزینه‌ها را کاهش دهد و دسترسی مشارکت‌کنندگان را گسترش دهد.	

- براساس سوپر ماتریس، مراحل محاسبه وزن مؤلفه‌ها عبارتند از:
- مرحله اول: برای تجمع نظرات خبرگان، از مقایسه‌های زوجی پاسخ‌دهندگان، میانگین هندسی گرفته می‌شود.
 - مرحله دوم: در این مرحله، بردار ویژه محاسبه می‌شود. برای این منظور، از جداول مقایسه زوجی تجمع‌شده و با استفاده از رابطه (۱) بر پایه روش لگاریتمی حداقل مجذورات، محاسبه صورت می‌گیرد.

$$w_k^s = \frac{\left(\prod_{j=1}^n a_{kj}^s \right)^{1/n}}{\sum_{i=1}^n \left(\prod_{j=1}^n a_{ij}^m \right)^{1/n}}, \quad s \in \{l, m, u\} \quad \text{رابطه (۱)}$$

به‌طوری‌که:

رابطه (۲):

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

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

ردیف	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)

مردار ویژه	t	o	w	s	ملف
(0.163,0.188,0.212)	(2.639,3.272,3.866)	(4.095,5.165,6.207)	(1,1,1)	(0.105,0.117,0.132)	w
(0.065,0.075,0.088)	(1.32,1.719,2.169)	(1,1,1)	(0.161,0.194,0.244)	(0.132,0.153,0.181)	o
(0.058,0.067,0.079)	(1,1,1)	(0.461,0.582,0.758)	(0.259,0.306,0.379)	(0.149,0.175,0.213)	t

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول (۴): میانگین مقایسات زوجی نسبت به s

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

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول (۵): میانگین مقایسات زوجی نسبت به w

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

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول (۶): میانگین مقایسات زوجی نسبت به o

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

W	(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)
T					

منبع: (یافته‌های تحقیق)

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)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول (۸): ماتریس وزنی W_{22}

	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)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

- 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)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

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

رابطه (۳): $W_i^* = W_{ii} \times W_{i(i-1)} \times W_{i-1}^*$

در صورتی که برای یک سطح ماتریس W_{ii} وجود نداشت، لازم است یک ماتریس یکه هم درجه جایگزین آن گردد. به عبارت دیگر می بایست از رابطه (۳) استفاده نماییم.

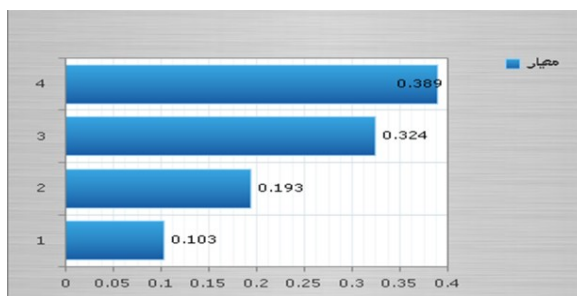
رابطه (۴): $W_i^* = I \times W_{i(i-1)} \times W_{i-1}^*$

جداول و نمودارهای زیر اوزان نهایی را نشان می دهد.

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

مؤلفه	وزن فازی نهایی	وزن قطعی نهایی مؤلفه ها
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

منبع: (یافته های تحقیق)



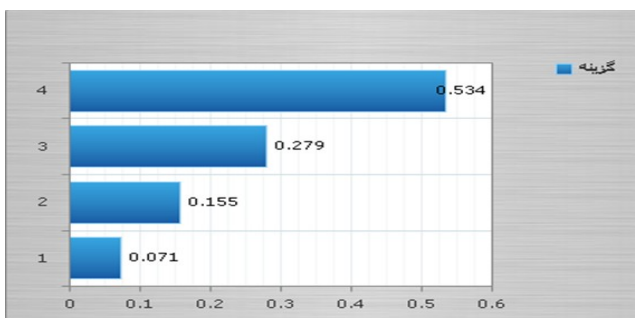
نمودار (۱): اوزان نهایی معیارها نسبت به هدف

منبع: (یافته های تحقیق)

جدول (۱۱): ماتریس اوزان نهایی گزینه ها نسبت به هدف

مؤلفه	وزن فازی نهایی گزینه ها	وزن قطعی نهایی گزینه ها	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

منبع: (یافته های تحقیق)



نمودار (۲): اوزان نهایی گزینه‌ها نسبت به هدف

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول (۱۲): ماتریس مقایسات زوجی سازوکارهای 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)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جداول زیر ماتریس‌های بردار ویژه را نشان می‌دهد.

جدول (۱۳): ماتریس بردار ویژه سازوکارهای SO

S O	b1	b2	b3	b4	b5	b6
b 1	(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)
b 2	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)
b 3	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)
b 4	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)
b 5	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)

S O	b1	b2	b3	b4	b5	b6
b 6	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)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول (۱۴): ماتریس بردار ویژه نقاط قوت و فرصت‌ها به سازوکار SO

	b1	b2	b3	b4	b5	b6
نقاط قوت (ب)	(0.44,0.556, 0.711)	0.425,0.541 (,0.695)	(0.477,0.61 5,0.749)	0.475,0.61, (0.76)	0.49,0.634, (0.789)	(0.426,0.57 4,0.744)
فرصت (ب)	(0.347,0.44 4,0.561)	0.357,0.459 (,0.584)	(0.316,0.38 5,0.496)	0.313,0.39, (0.501)	0.294,0.366 (,0.474)	(0.328,0.42 6,0.574)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

با استفاده از رابطه زیر:

$$W_i^* = I \times W_{i(i-1)} \times W_{i-1}^* \quad \text{رابطه (۵):}$$

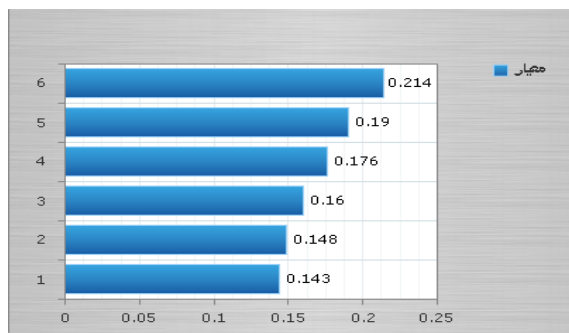
جداول و نمودارهای اوزان نهایی به صورت زیر است.

جدول (۱۵): ماتریس اوزان نهایی سازوکارهای SO

رتبه	وزن قطعی نهایی مؤلفه‌ها	وزن فازی نهایی	مؤلفه	سازوکارهای 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

رتبه	وزن قطعی نهایی مؤلفه‌ها	وزن فازی نهایی	مؤلفه	سازوکارهای SO
				شمول مالی و تقویت مالی اسلامی
۶	۰/۱۴۴	(0.098,0.14,0.202)	b6	ایجاد سازوکارهای مدیریت ریسک برای مقابله با رقابت و دسترسی محدود به تکافل

منبع: (یافته‌های تحقیق)



نمودار (۳): اوزان نهایی سازوکارهای SO

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول (۱۶): ماتریس مقایسات زوجی سازوکارهای ST

S T	d1	d2	d3	d4	d5	d6
d 1	(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)
d 2	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)
d 3	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)
d 4	0.483,0.776 (,1.364)	0.514,0.839 (,1.312)	0.414,0.721 (,1.428)	(1,1,1)	0.898,1,1.1 (13)	0.898,1,1.1 (13)
d 5	0.483,0.776 (,1.364)	0.478,0.811 (,1.283)	0.381,0.693 (,1.536)	0.898,1,1.1 (13)	(1,1,1)	0.898,1,1.1 (13)
d 6	0.483,0.776 (,1.364)	0.439,0.78, (1.38)	0.525,0.864 (,1.536)	0.898,1,1.1 (13)	0.898,1,1.1 (13)	(1,1,1)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جداول زیر ماتریس های بردار ویژه را نشان می دهد.

جدول (۱۷): ماتریس بردار ویژه سازوکارهای 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)

منبع: (یافته های تحقیق)

جدول (۱۸): ماتریس بردار ویژه نقاط قوت و تهدیدها به سازوکار ST

S T	d1	d2	d3	d4	d5	d6
قوت ها	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)
تهدید ها	0.345,0.437 (,0.579)	(0.368,0.45 6,0.564)	0.329,0.438 (,0.583)	(0.301,0.40 5,0.572)	0.346,0.42, (0.519)	0.341,0.442 (,0.551)

منبع: (یافته های تحقیق)

با استفاده از رابطه زیر:

$$W_i^* = I \times W_{i(i-1)} \times W_{i-1}^* \quad \text{رابطه (۶):}$$

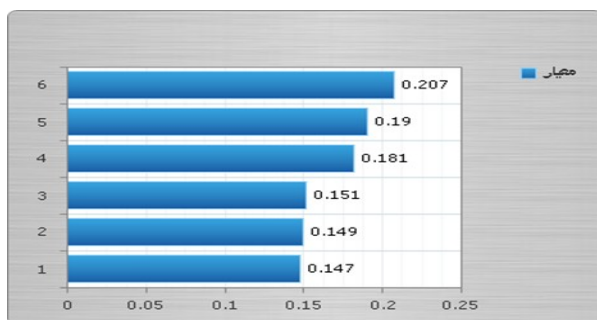
جداول و نمودارهای اوزان نهایی به صورت زیر است:

جدول (۱۹): ماتریس اوزان نهایی سازوکارهای ST

رتبه	وزن قطعی نهایی مؤلفه ها	وزن فازی نهایی	مؤلفه
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

رتبه	وزن قطعی نهایی مؤلفه‌ها	وزن فازی نهایی	مؤلفه
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

منبع: (یافته‌های تحقیق)



نمودار (۴): اوزان نهایی سازوکارهای S T

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول (۲۰): ماتریس مقایسات زوجی سازوکارهای WO

W O	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	0.392,0.67,1.3 (57)	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)	0.475,0.75,1.2 (61)	0.502,0.75,1.1 (92)	0.776,1.017,1. (239)	(1,1,1)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول (۲۱): ماتریس بردار ویژه سازوکارهای WO

	هدف
a1	(0.156,0.253,0.371)
a2	(0.166,0.232,0.32)

هدف	
a3	(0.144,0.203,0.285)
a4	(0.106,0.152,0.232)
a5	(0.113,0.161,0.24)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول (۲۲): ماتریس بردار ویژه نقاط ضعف و فرصتها به سازوکار WO

W O	a1	a2	a3	a4	a5
نقاط ضعف	0.529,0.702,0. (9)	0.526,0.678,0. (864)	0.528,0.69,0.8 (31)	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)	0.257,0.31,0.4 (05)	0.231,0.283,0. (365)	0.254,0.326,0. (444)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

با استفاده از رابطه زیر:

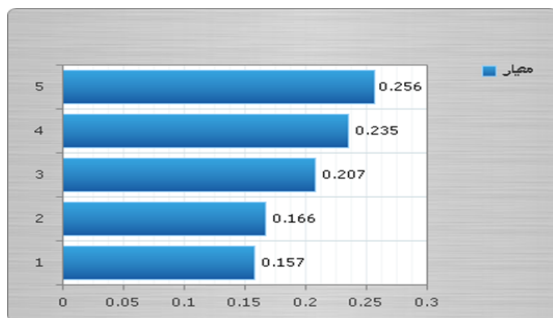
$$W_i^* = I \times W_{i(i-1)} \times W_{i-1}^* \quad \text{رابطه (۷):}$$

جداول و نمودارهای اوزان نهایی به صورت زیر است.

جدول (۲۳): ماتریس اوزان نهایی سازوکارهای WO

رتبه	وزن قطعی نهایی مؤلفه‌ها	وزن فازی نهایی	مؤلفه
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

منبع: (یافته‌های تحقیق)



نمودار (۵): اوزان نهایی سازوکارهای WO

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول (۲۴): ماتریس مقایسات زوجی سازوکارهای WT

W T	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)	1.239,1.87,2.7 (28)
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)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جداول زیر ماتریس‌های بردار ویژه را نشان می‌دهد.

جدول (۲۵): ماتریس بردار ویژه سازوکارهای 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)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول (۲۶): سوپر ماتريس SWOT

	Goal	s	w	o	t	S O	S T	W O	W T
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)	(0.336,0.3 68,0.398)	(0.336,0.3 77,0.415)	(0.33,0.37 3,0.413)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)
w	(0.163 ,0.188, 0.212)	(0.339,0.3 79,0.416)	(0.5,0.5,0. 5)	(0.08,0.08 9,0.099)	(0.072,0.0 83,0.094)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)
o	(0.065 ,0.075, 0.088)	(0.078,0.0 89,0.099)	(0.079,0.0 9,0.102)	(0.5,0.5,0. 5)	(0.04,0.04 5,0.053)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)
T	(0.058 ,0.067, 0.079)	(0.029,0.0 33,0.038)	(0.037,0.0 41,0.048)	(0.03,0.03 4,0.039)	(0.5,0.5,0. 5)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)
SO	(0,0,0)	(0.556,0.6 43,0.725)	(0.574,0.6 53,0.729)	(0.5,0.568 ,0.631)	(0.553,0.6 38,0.718)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)
ST	(0,0,0)	(0.161,0.1 97,0.231)	(0.168,0.2 01,0.232)	(0.219,0.2 58,0.297)	(0.18,0.21 4,0.248)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)
WO	(0,0,0)	(0.076,0.0 9,0.106)	(0.075,0.0 88,0.103)	(0.09,0.10 8,0.131)	(0.082,0.0 96,0.114)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)	0,0 (,0)
WT	0,0,0))	(0.059,0.0 7,0.09)	(0.05,0.05 8,0.071)	(0.056,0.0 66,0.08)	(0.046,0.0 52,0.061)	) 0,0 (,0)	) 0,0 (,0)	) 0,0 (,0)	) 0,0 (,0)

منبع: (يافته‌های تحقيق)

جدول (۲۷): ماتريس بردار ويژه نقاط ضعف و فرصت‌ها به سازوکار WT

W T	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)

منبع: (يافته‌های تحقيق)

با استفاده از رابطه زیر:

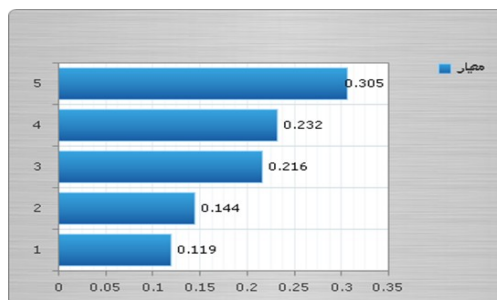
$$W_i^* = I \times W_{i(i-1)} \times W_{i-1}^* \quad \text{رابطه (۸):}$$

جداول و نمودارهای اوزان نهایی به صورت زیر است.

جدول (۲۸): ماتریس اوزان نهایی سازوکارهای WT

رتبه	وزن قطعی نهایی مؤلفه‌ها	وزن فازی نهایی	مؤلفه
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

منبع: (یافته‌های تحقیق)



نمودار (۶): اوزان نهایی سازوکارهای WT

منبع: (یافته‌های تحقیق)

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این مطالعه توسعه و تعمیق تکافل در ایران و بررسی چالش‌های اجرای محصولات تکافل خرد در کشور بود. با وجود میزان بالای ریسک و تعدد مواجهه با خطرات در ایران، توجه به این حوزه ضروری است.

در این پژوهش، با استفاده از رویکردی اکتشافی به بررسی محصولات تکافل خرد و ویژگی‌های آن در کشورهای مختلف پرداخته شد. سپس، پس از شناسایی محصولات در سایر کشورها، امکان‌سنجی اجرای این محصولات در ایران با بهره‌گیری از قواعد شرعی و اسلامی و از طریق مصاحبه با خبرگان انجام گرفت. داده‌های گردآوری‌شده با

آزمون‌های آماری مورد تحلیل قرار گرفت و فرضیه‌های تحقیق بر اساس نتایج حاصل از تحلیل SWOT آزمون شدند.

یافته‌ها نشان دادند که یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، کمبود آگاهی عمومی درباره مفهوم و کارکرد تکافل است. چالش دیگر، فقدان چارچوب قانونی و نظارتی مناسب برای حمایت از این صنعت است. در مقابل، از جمله فرصت‌های موجود می‌توان به افزایش توجه جامعه به مفاهیم مالی اسلامی و تمایل به استفاده از خدمات مالی منطبق با اصول شرعی اشاره کرد؛ عواملی که می‌توانند به رشد این صنعت یاری رسانند.

برای بهبود اجرای تکافل خرد در ایران، چندین راهکار مؤثر پیشنهاد می‌شود:

۱) **افزایش آگاهی و آموزش:** برگزاری کارگاه‌ها و سمینارها برای آموزش جامعه هدف درباره مزایای تکافل خرد و نحوه کارکرد آن می‌تواند در ارتقای آگاهی نقش مؤثری داشته باشد. این آموزش‌ها باید شامل آشنایی با اصول شریعت و نحوه انطباق تکافل خرد با این اصول باشد.

۲) **توسعه محصولات متناسب:** طراحی محصولات تکافل خرد متناسب با نیازهای خاص جامعه هدف، می‌تواند به جذب بیشتر مشتریان کمک کند. این محصولات می‌توانند پوشش‌هایی برای حوادث طبیعی، بیماری‌های رایج و سایر خطرات مرتبط با زندگی روزمره فراهم آورند.

۳) **ایجاد چارچوب‌های قانونی و نظارتی:** دولت‌ها باید چارچوب‌های قانونی و نظارتی مناسبی برای حمایت از تکافل خرد تدوین کنند. این امر شامل تسهیل فرآیند ثبت‌نام شرکت‌ها و ارائه مشوق‌های مالی برای توسعه این صنعت است.

۴) **بهره‌گیری از فناوری اطلاعات:** استفاده از فناوری‌های نوین، به‌ویژه بانکداری همراه، می‌تواند دسترسی به خدمات تکافل خرد را تسهیل کند. این فناوری‌ها فرآیندهایی مانند ثبت‌نام، پرداخت حق‌بیمه و دریافت خسارت را ساده‌تر و سریع‌تر می‌سازند.

۵) **همکاری با نهادهای محلی:** مشارکت با سازمان‌های غیردولتی، مؤسسات خیریه و جوامع محلی می‌تواند دامنه دسترسی به تکافل خرد را گسترش دهد.

این نهادها قادرند به عنوان واسطه‌هایی عمل کنند که خدمات تکافل خرد را به جامعه هدف معرفی و ترویج می‌کنند.

۶) **تحقیقات بازار:** انجام مطالعات بازار به شناسایی نیازها و ترجیحات مشتریان کمک می‌کند. این اطلاعات به شرکت‌ها امکان می‌دهد محصولات خود را به صورت هدفمند طراحی کرده و راهبردهای بازاریابی مؤثرتری اجرا کنند.

۷) **ترویج فرهنگ همبستگی اجتماعی:** تقویت فرهنگ همبستگی و تعاون در جوامع محلی می‌تواند به پذیرش بیشتر تکافل خرد منجر شود. این امر می‌تواند از طریق فعالیت‌های اجتماعی و خیریه‌ای تحقق یابد که بر اساس اصول تکافل طراحی و اجرا می‌شوند.

در مجموع، این راهکارها می‌توانند بستری مناسب برای توسعه تکافل خرد در کشورهای در حال توسعه فراهم کنند و به تأمین نیازهای مالی اقشار آسیب‌پذیر یاری رسانند.

ملاحظات اخلاقی

- پیروی از اصول حقوقی

تمامی اصول اخلاقی در پژوهش در این مقاله رعایت شده است.

- تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، این مقاله تعارض منافع ندارد.

بنابر اظهار نویسندگان، این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی با عنوان «امکان سنجی پیاده سازی تکافل خرد در کشور» که به سفارش پژوهشکده بیمه با مدیریت علمی آقای یزدان گودرزی فراهانی در سال ۱۴۰۳ تدوین شده است.

کتابنامه

- ۱) امیرپور، حیدر (۱۳۹۷). بررسی مبانی فقهی و حقوقی بیمه تکافل و مقایسه آن با عقود مشابه. *دانش حقوق مدنی*، ۷(۱)، ۱۱-۲۰.
- ۲) 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*. ایران، تهران: پژوهشکده بیمه.

- ۳) پارسا، امیرحسین (۱۴۰۱). بازار جهانی بیمه تکافل ترسیم نقشه راه دستیابی به بازارهای انبوه. گزارشش موردی، ۱۲(۷۰)، ۱-۳۷.
- ۴) توحیدی، محمد؛ رضائی هنجنی، محمدعلی؛ و ناصری منشادی، امیرمحمد (۱۴۰۲). تکافل خرد ابزاری مناسب جهت حمایت از کسب‌وکارهای خرد باهدف شمول مالی و توسعه پایدار، گزارشش موردی، ۱۳(۷۶)، ۲۸-۴۹.
- ۵) حاجی علی‌اکبری، فیروزه؛ زبان‌دان، الهام؛ و جعفرلی، فریماه (۱۳۹۹). بررسی عوامل مؤثر در پیاده‌سازی بیمه اسلامی (تکافل) در سطح بیمه میهن. پژوهشنامه بیمه، ۹(۴)، ۱۶۳-۱۹۸.
- ۶) عزیزالهی، محمدمهدی (۱۴۰۱). صنعت تکافل در مالزی، گزارشش موردی، ۱۲(۷۱)، ۱۸-۳۵.
- ۷) عسگری، محمدمهدی (۱۴۰۲). روند تکاملی تکافل و مالی اسلامی در ایران. ایران، تهران: پژوهشکده بیمه.
- ۸) عسگری، محمدمهدی؛ و محمدی، مهدی (۱۳۹۲). تحلیل مقایسه‌ای الگوهای تکافل و آسیب‌شناسی آن‌ها از منظر ذی‌نفعان. تحقیقات مالی اسلامی، ۳(۱)، ۱۵۳-۱۸۴. DOI: [10.30497/ifr.2013.1652](https://doi.org/10.30497/ifr.2013.1652)
- ۹) نیلی احمدآبادی، مجید؛ نیاکان، لیلی؛ و حیدری احمدی، مهسا (۱۴۰۲). بررسی عوامل مؤثر بر انتخاب تکافل توسط بیمه‌گذاران شرکتی. تحقیقات مالی اسلامی، ۱۲(۴)، ۸۷۵-۹۰۶. DOI: [10.30497/ifr.2024.245189.1857](https://doi.org/10.30497/ifr.2024.245189.1857)
- ۱۰) واحدی، اسماعیل (۱۳۸۵). بیمه خرد، بازار جدیدی برای صنعت بیمه. تازه‌های جهان بیمه، ۲۷(۱۰۵)، ۱۹-۲۵.

Reference

- 1) Ali, M., Hussain, H. I., Nisar, Q. A., Yenwen, C., Hamid, B. A., & Mahomed, Z. (2023). Developing a social security micro-takaful model for gig economy workforce. *Cuadernos de Economía*, 46(130), 73-86.
- 2) Ansari, Z. (2022). A review of 20 years of takaful literature using a systematic method. *Asian Journal of Economics and Banking*, 6(1), 2-25.
- 3) Amīrpūr, H. (1397 SH/2018). Barrasī-ye Mabānī-ye Feqhī va Hoqūqī-ye Bīmeh-ye Takāful va Moqāyeseh-ye Ān bā 'Oqūd-e Šābeh [An Examination of the Jurisprudential and Legal Foundations of Takaful Insurance and Its Comparison with Similar Contracts]. *Dāneš-e Hoqūq-e Madanī [Civil Law Knowledge]*, 7(1), 11-20. [in Persian]

- 4) Azīz-Allāhī, M. M. (1401 SH/2022). Şan'at-e Takāful dar Mālezī [The Takāful Industry in Malaysia]. *Gozareh-e Moredī [Case Report]*, 12(71), 18-35. [in Persian]
- 5) Asgarī, M. M. (1402 SH/2023). *Ravand-e Takāmoli-ye Takāful va Mālī-ye Eslāmī dar Īrān [The Evolutionary Process of Takāful and Islamic Finance in Iran]*. Tehran, Iran: Pazhūheškadeh-ye Bimeh [in Persian]
- 6) Bank Negara Malaysia. (2010). Development of the financial sector. <https://www.bnm.gov.my/files/publication/fsps/en/2010/cp02.pdf>
- 7) Dey, R., Shahriar, F., & Shahriar, S. (2023). A Review of Literature on Takāful and Conventional Insurance. Evidence from Bangladesh. Munich Personal RePEc Archive.
- 8) Hassan, H. A. (2020). Takāful models: origin, progression and future. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1801-1819.
- 9) Hājji 'Alī-Akbarī, F., Zabān-Dān, E., & Jafarī, F. (1399 SH/2020). Barrasī-ye 'Awāmel-e Mo'atter dar Piyāde-Sāzi-ye Bimeh-ye Eslāmī (Takāful) dar Satha-ye Bimeh-ye Miḥan [Investigating the Factors Affecting the Implementation of Islamic Insurance (Takāful) in Miḥan Insurance]. *Pazhūheš-Nāmeḥ-ye Bimeh [Insurance Research Journal]*, 9(4), 163-198. [in Persian]
- 10) IFSB. (2009a). IFSB-8: Guiding Principles on Governance for Takāful (Islamic Insurance) Undertaking. Kuala Lumpur: Islamic Financial Service Board.
- 11) Islamic Finance Development Raport (2024).
- 12) Jaiyeoba, H. B., Abdullah, M. A., Ahmad, W. M. N. W., & Fernando, Y. (2022). Do microtakāful schemes as risk management tools contribute to halal small business sustainability? Evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Finance*, 11(2), 126-137.
- 13) Kehinde, L. H., & Sharofiddin, A. (2021). The level of acceptance and awareness of Takāful in Nigeria. *Journal of Islamic Finance*, 10(1), 46-58.
- 14) Micro Insurance Network (2021). Takāful, microtakāful, and the foundations of inclusion.
- 15) Rapi, M. Z. H., Salaudeen, A. O., Ravi, M. I. M. R., Wongsangiam, R., & Redzuan, N. H. (2022). Micro takāful programs for the poor: the Malaysian experience. *International Journal of Accounting*, 7(45), 65-81.
- 16) Rapi, M. Z. H., & Kassim, S. (2023). Perception and Intention to Participation in MicroTakāful Scheme among Indonesians. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(1), 133-166.
- 17) Saeed, M. (2019). Challenges of Islamic insurance (Takāful) globally. *Journal of Islamic Finance*, 4(1), 62-87.
- 18) Takāful Ikhlas. (2023). Malaysian Takāful. Retrieved from Malaysian Takāful.
- 19) Āzādbakht, F., Aḥmadzādeh, 'A., Nūrānī, V., & Berdāl, Z. (1402 SH/2023). *Moṭāle'eh-ye Moqarrarāt-e Bimeh-ye Takāful dar Keşvarhā-ye*

- Montaxab va Arāyeh-ye Peiš-Nevīs-e Qavānīn va Moqarrarāt-e Lāzem barāye Ejād-e Nezām-e Takāful dar Īrān* [A Study of Takaful Insurance Regulations in Selected Countries and Drafting Necessary Rules and Regulations for Establishing a Takaful System in Iran]. Tehran, Iran: Pazhūheškadeh-ye Bīmeh [in Persian]
- 20) Pārsā, A. H. (1401 SH/2022). Bāzār-e Jahānī-ye Bīmeh-ye Takāful: Taršīm-e Naqše-ye Rāh-e Dast-Yābī be Bāzār-hā-ye Anbūh [The Global Takaful Insurance Market: Mapping the Roadmap to Access Mass Markets]. *Gozaresh-e Moredī* [Case Report], 12(70), 1-37. [in Persian]
 - 21) Tohidī, M., Rezā'ī Hanjanī, M. 'A., & Nāserī Manšādī, A. M. (1402 SH/2023). Takāful-e Xord: Abzārī Monāseb Jahat-e Hemāyat az Kasb-o-Kārhā-ye Xord bā Hadaf-e Šomūl-e Mālī va Towse'eh-ye Pāydār [Microtakaful: An Appropriate Tool for Supporting Small Businesses with the Aim of Financial Inclusion and Sustainable Development]. *Gozaresh-e Moredī* [Case Report], 13(76), 28-49. [in Persian]
 - 22) Nīlī Aḥmad-Ābādī, M., Nīākān, L., & Heydarī Aḥmadī, M. (1402 SH/2023). Barrasī-ye 'Awāmel-e Mo'atṭer bar Entexāb-e Takāful Tavasot-e Bimeguzārān-e Šerkatī [Investigating the Factors Affecting the Selection of Takaful by Corporate Policyholders]. *Tahqīqāt-e Mālī-ye Eslāmī* [Islamic Finance Research], 12(4), 875-906. DOI: 10.30497/ifr.2024.245189.1857 [in Persian]
 - 23) Vāhedī, E. (1385 SH/2006). Bīmeh-ye Xord: Bāzār-e Jadīdī barāye Šan'at-e Bīmeh [Microinsurance: A New Market for the Insurance Industry]. *Tāzeh-hā-ye Jahān-e Bīmeh* [Insurance World Updates], 27(105), 19-25. [in Persian]
 - 24) Qian, Y. H., & Darman, H. (2023). Acceptance level of takaful insurance products among non-Muslims in Malaysia. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 389, p. 09038). EDP Sciences.
 - 25) Nadzli, N. S. M., Mohd, N. A., Yahaya, M. H., & Mohamad, S. N. A. (2024). Adoption Model Of Microtakaful In Malaysia: A Concept Paper. *al-Qanatir: International Journal of Islamic Studies*, 33(3), 211-226.
 - 26) Loyds, N. D. (2020). Insurance in Developing Countries: Exploring Opportunities in Microinsurance. *Business and Economy*, 2(1), 55-67.
 - 27) Asgari, M. M. and Mohamadi, M. (2013). A Comparative Analysis of Takafol Models and Identifying its Vulnerabilities and Weaknesses from the Perspective of Stakeholders. *Islamic Finance Researches*, 3(1), 153-184. DOI: 10.30497/ifr.2013.1652 [in Persian]

- 28) Salleh, M. C. M., & Padzim, F. Z. (2018). The prevalence of micro takaful products in the eyes of malaysian SMEs. *International Academic Journal of Business Management*, 5(3), 49-65.
- 29) Ahmad Mokhtar, H. S., Abdul Aziz, I., & Md Hilal, N. (2017). Corporate demand for general takāful in Malaysia. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 9(2), 164-184.
- 30) <https://amar.org.ir/>