



ORIGINAL RESEARCH PAPER

Paradigm model of effective factors in life insurance redemption in Iran

A. Helmzadeh, K. Hamdi\*, K. Heidarzadeh Hanzaei

Department of Management and Economics, Business Administration, Islamic Azad University of Tehran, Science and Research Unit, Tehran, Iran

ARTICLE INFO

Article History

Received: 04 January 2019

Revised: 14 February 2019

Accepted: 16 September 2019

Keywords

Paradigm Model; Life Insurance Surrender; Life Insurance; Grounded Theory; Insurance company.

ABSTRACT

Purpose: The redemption of life insurance is one of the harms of the insurance industry, which causes customer dissatisfaction, their bad advertising, disrupting companies' plans for investment, reducing the country's gross domestic income, etc. Since most of the researches conducted in the field of life insurance redemption have focused on economic factors, the main goal of this research is to comprehensively explain the reasons that lead to the redemption of life insurance policies in Iran.

Methodology: The current research, using a qualitative method and using data base theory (Strauss and Corbin's approach), has calculated the conditions of life insurance redemption at the request of policyholders and related interactions and its consequences.

Findings: The research data were obtained through interviews with high-ranking employees and life insurance redemption experts of some active insurance companies in the country.

Conclusion: The results show that causal conditions include dimensions related to the structure of life insurances and intervention conditions include dimensions related to the insurer and policyholder and background conditions include dimensions related to the structure of Iranian society that cause the redemption of life insurances and with interactions such as re-advising and providing facilities or not giving advice, the resulting consequences include, respectively, cancellation of redemption and feeling of satisfaction and continuation of life insurance or redemption, feeling of dissatisfaction, loss of trust from the insurer and viral advertisements against the insurer. In addition, certain conditions such as economic or political instability at the macro level and things such as the employment status and income of the policyholder at the micro level, as well as the essential characteristics of life insurance, such as complexity, long-term and intangibility, also affect the redemption of life insurance.

\*Corresponding Author:

Email: [k.hamdi@srbiau.ac.ir](mailto:k.hamdi@srbiau.ac.ir)

DOI: [10.22056/ijir.2019.03.03](https://doi.org/10.22056/ijir.2019.03.03)



## مدل پارادایمی عوامل موثر در بازخرید بیمه‌های عمر در ایران

اباذر حلیم‌زاده، کریم حمدی\*، کامبیز حیدرزاده هنزایی

گروه مدیریت و اقتصاد، مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

### اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴ دی ۱۳۹۷  
تاریخ داوری: ۲۵ بهمن ۱۳۹۷  
تاریخ پذیرش: ۲۵ شهریور ۱۳۹۸

### چکیده:

هدف: بازخرید بیمه‌های عمر از آسیب‌های صنعت بیمه است که موجب نارضایتی مشتریان، تبلیغات سوء آن‌ها، برهم‌زدن برنامه‌های شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری، کاهش درآمد ناخالص داخلی کشور و... می‌شود. از آنجایی که بیشتر تحقیقات صورت‌گرفته در زمینه بازخرید بیمه‌های عمر بر عوامل اقتصادی متمرکز بوده‌اند، هدف اصلی این تحقیق آن است که به تبیین همه‌جانبه عللی بپردازد که موجب بازخرید بیمه‌نامه‌های عمر در ایران می‌شوند.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر، به روش کیفی و با استفاده از نظریه داده‌بنیاد (رویکرد استراوس و کوربین)، شرایط بازخرید بیمه عمر به درخواست بیمه‌گذاران و تعامل‌های مربوط به آن و پیامدهای ناشی از آن را احصا کرده است.

یافته‌ها: داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه با کارکنان عالی‌رتبه و کارشناسان بازخرید بیمه‌های عمر برخی شرکت‌های بیمه فعال در کشور به‌دست آمده‌اند.

نتیجه‌گیری: نتایج نشان می‌دهند شرایط علی شامل ابعاد مربوط به ساختار بیمه‌های عمر و شرایط مداخله‌ای شامل ابعاد مرتبط با بیمه‌گر و بیمه‌گذار و شرایط زمینه‌ای شامل ابعاد مربوط به ساختار جامعه ایران می‌شوند که موجب بازخرید بیمه‌های عمر می‌شوند و با تعامل‌هایی مانند مشاوره مجدد و ارائه تسهیلات یا ندادن مشاوره، پیامدهای حاصله به ترتیب شامل انصراف از بازخرید و احساس رضایت و تداوم بیمه عمر یا بازخرید، احساس نارضایتی، سلب اعتماد از بیمه‌گر و تبلیغات ویروسی علیه بیمه‌گر هستند. به‌علاوه، شرایط خاصی مانند بی‌ثباتی اقتصادی یا سیاسی در سطح کلان و مواردی چون وضعیت شغلی و درآمد بیمه‌گذار در سطح خرد، همچنین ویژگی‌های ماهوی بیمه عمر از جمله پیچیدگی، بلندمدت بودن و ناملموس بودن هم در بازخرید بیمه عمر تأثیرگذارند.

### کلمات کلیدی

مدل پارادایمی  
بیمه عمر  
بازخرید بیمه عمر  
نظریه داده بنیاد  
شرکت بیمه

\*نویسنده مسئول:

ایمیل: [k.hamdi@srbiau.ac.ir](mailto:k.hamdi@srbiau.ac.ir)

DOI: 10.22056/ijir.2019.03.03

بررسی خطرهای ناشی از بازخرید بیمه‌های عمر اهمیت زیادی در ثبات صنعت بیمه دارد. در منابع علمی، تأثیری که بازخرید بیمه عمر ممکن است بر بیمه‌گر بگذارد به سه گروه تقسیم می‌شود: (۱) چون بازخرید موجب توقف جریان حق بیمه می‌شود، ممکن است بیمه‌گر حق بیمه کافی را، برای پوشش هزینه‌های اولیه قبل از صدور بیمه‌نامه، دریافت نکند؛ (۲) چون بیمه‌گذاران بیمار، با باور به زندگی کمتر از متوسط، قصدی برای بازخرید بیمه‌های عمر خود ندارند، وقتی نرخ بازخرید افزایش یابد، این افزایش می‌تواند موجب شود که ظرفیت بیمه‌شدگان یک شرکت بیمه کسر بالاتری از خطرات را داشته باشد؛ (۳) چون بیشتر بیمه‌نامه‌های عمر بیمه‌گذاران را از ارزش بازخرید نقد مطمئن می‌کنند، نرخ بالای بازخرید ممکن است موجب مشکلات نقدینگی بیمه‌گر شود. اگر مشخص شود که تخصیص دارایی‌های بیمه‌گر بدون به حساب آوردن نرخ بازخرید یا با استفاده از نرخ بازخریدی اشتباه برآورد شده است، ممکن است بیمه‌گر قادر به نقد کردن مقدار کافی از دارایی‌های خود برای انجام دادن تعهداتش نباشد. بنابراین، برای بیمه‌گر بسیار مهم است که ارزیابی واقع‌بینانه‌ای از نرخ بازخرید و نوسانات آن در طول زمان داشته باشد.

تحقیقات تجربی در این حوزه، که به موضوع عوامل مؤثر در رفتار بازخرید بیمه‌های عمر به درخواست بیمه‌گذاران می‌پردازند، بیشتر یا به محیط اقتصادی، از جمله مواردی چون نرخ رشد، نرخ بهره و نرخ بیکاری توجه دارند؛ مانند اوتروویل<sup>۱</sup> (۱۹۹۰)، کاگراوکا<sup>۲</sup> (۲۰۰۵)، کیم<sup>۳</sup> (۲۰۰۵)، کیسنباور<sup>۴</sup> (۲۰۱۲)، راسل و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۳)، یا به ویژگی‌های بیمه‌نامه پرداخته‌اند؛ مانند رنشاو و هابرمین<sup>۶</sup> (۱۹۸۶)، سرچیاراو همکاران<sup>۷</sup> (۲۰۰۸)، میلهاود و همکاران<sup>۸</sup> (۲۰۱۱)، الینگ و کیسنباور<sup>۹</sup> (۲۰۱۴)، موئینگ و ژیو<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۸) و مک‌کی و همکاران<sup>۱۱</sup> (۲۰۱۷). فقط در سال‌های اخیر عواملی چون ویژگی‌های فردی یا خانوادگی در سطح خرد در کشورهای دیگر بررسی شده‌اند؛ مانند فنگ و کونگ<sup>۱۲</sup> (۲۰۱۲)، فیر و لیبنبرگ<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۳)، بلیگورود و همکاران<sup>۱۴</sup> (۲۰۱۴)، مولهلند و فینکه<sup>۱۵</sup> (۲۰۱۴)، نولت و اشنايدر<sup>۱۶</sup> (۲۰۱۵) و سیرک<sup>۱۷</sup> (۲۰۱۵).

اما شناخت این عوامل نمی‌تواند کمک چندانی به شرکت‌های بیمه کند؛ چراکه این شرکت‌ها تأثیر کمی در بازخریدهایی دارند که از عوامل اقتصادی و فردی ناشی شده است و علاوه بر این، عوامل خانوادگی یا فردی، به بافت فرهنگی کشور مورد مطالعه مرتبط است. در نتیجه، چون تاکنون بررسی کیفی همه‌جانبه‌ای در زمینه عوامل مؤثر در بازخرید بیمه‌های عمر در ایران انجام نشده است و نیز به علت اهمیت موضوع و لزوم اقدام برای رفع مشکلات مربوط به هریک از محرک‌های این رفتار، این تحقیق درصدد است، با استفاده از تئوری داده‌بنیاد، به تعیین

<sup>1</sup>. Outreville

<sup>2</sup>. Kagraoka

<sup>3</sup>. Kim

<sup>4</sup>. Kiesenbauer

<sup>5</sup>. Russell et al.

<sup>6</sup>. Renshaw & Haberman

<sup>7</sup>. Cerchiara et al.

<sup>8</sup>. Milhaud et al.

<sup>9</sup>. Eling & Kiesenbauer

<sup>10</sup>. Moenig & Zhu

<sup>11</sup>. MacKay et al.

<sup>12</sup>. Fang & Kung

<sup>13</sup>. Fier & Liebenberg

<sup>14</sup>. Belaygorod et al.

<sup>15</sup>. Mulholland & Finke

<sup>16</sup>. Nolte & Schneider

<sup>17</sup>. Sirak

همه‌جانبه این عوامل مؤثر اقدام کند و مدلی پارادایمی را برای علل بازخرید بیمه‌های عمر استخراج کند. در این تحقیق پس از بررسی مبانی نظری و سوابق پژوهش، روش تحقیق شرح داده می‌شود؛ سپس با شرح کدگذاری‌های مصاحبه‌های صورت‌گرفته و تبیین مقوله‌های عمده و توضیحات مصاحبه‌شوندگان و کدگذاری گزینشی، مدل پارادایمی تحقیق ارائه می‌شود.

## مبانی نظری پژوهش

گسترش بیمه عمر، از شکاف طبقاتی و فقر جلوگیری می‌کند و از وظایف دولت در برابر بخش بیمه‌های اجباری و تأمین اجتماعی می‌کاهد (مهدوی کلیشمی و ماجد، ۱۳۹۰).

برخلاف بیمه‌گر، که منشأ قرارداد بیمه عمر است، مالک بیمه‌نامه عمر این امکان را دارد که، در هر زمانی، قرارداد را بازخرید یا فسخ کند. اگر اقدام به فسخ بیشتر از انتظار بیمه‌گر باشد یا تعداد زیادی از بیمه‌گذاران تصمیم بگیرند که بیمه‌نامه‌های خود را بازخرید کنند، امکان لغو قرارداد ممکن است تأثیر معکوسی بر توانگری مالی بیمه‌گر داشته باشد (فیر و لینبرگ، ۲۰۱۳).

در ایران، بیمه‌گذاران بیشتر در سال‌های اولیه دوره بیمه اقدام به فسخ قرارداد با شرکت‌های بیمه می‌کنند و این امر پرتفوی بیمه‌های عمر را در مقایسه با پرتفوی کل بیمه‌نامه‌ها کاهش می‌دهد و در تضعیف تأمین هزینه‌های فوت هم مؤثر است و برنامه‌ریزی بیمه‌گر و بیمه‌گذار را تغییر می‌دهد (عباسی و سازگار، ۱۳۸۳).

اهمیت موضوع بازخرید بیمه‌های عمر از دو منظر قابل‌بررسی است. یکی از دیدگاه بیمه‌گذاران (خریداران بیمه‌نامه‌ها) و دیگری از نگاه بیمه‌گران (شرکت‌های بیمه). در خصوص بیمه‌گذاران آنچه مسلم است این است که یک بیمه‌گذار، به‌رغم داشتن مشکلات مالی، به قصد ایجاد زمینه انتقال و بهره‌برداری مناسب به خرید بیمه‌نامه اقدام می‌کند. بدیهی است که بیمه‌گذار در ابتدا به‌هیچ‌عنوان قصد فسخ قرارداد را ندارد؛ باین‌حال، ممکن است در میانه راه، بنا به دلایلی، امکان ادامه قرارداد برایش فراهم نباشد و طبیعتاً از هدف خود دور بماند.

از طرفی، شرکت‌های بیمه با ایجاد یک فعالیت بازرگانی اقتصادی در پی به‌دست‌آوردن منافعی هستند که به‌طور طبیعی درصد قابل‌توجهی از آن نصیب بیمه‌گذاران خواهد شد. شرکت‌های بیمه و جوه بیمه‌گذاران را، که به‌صورت ذخایر فنی در اختیار دارند، دارایی سودآور می‌دانند و آن را در فعالیت‌های مناسب اقتصادی سرمایه‌گذاری می‌کنند. این شرکت‌ها در قالب مؤسسات مالی، می‌توانند وجوه مترکمه‌شده بیمه‌گذاران را در مؤسسات صنعتی و بازرگانی متعلق به دولت و بخش خصوصی سرمایه‌گذاری کنند. در بازارهای بزرگ، صنعت بیمه در توسعه بازارهای مالی و سرمایه‌ای و نیز کسب ارزش خارجی، که موجب بهبود تراز پرداخت‌ها در شرایط رکود اقتصادی است، می‌تواند مشارکت مستمر و مؤثری داشته باشد (پیکارجو، ۱۳۸۰).

بازخرید بیمه عمر معمولاً برای بیمه‌گذار هزینه‌بر است و لزوماً هم برای شرکت بیمه مزیتی ندارد. باینکه در صورت فسخ قرارداد از طرف بیمه‌گذار، شرکت‌های بیمه متعهد به پرداخت ارزش بازخرید مشخصی هستند، اما فسخ بیش‌ازحد بیمه‌نامه‌ها ممکن است به کمبود نقدینگی بیمه‌گر منجر شود. بنابراین، شرکت بیمه در معرض خطر فسخ قرار می‌گیرد؛ یعنی خطر از دست‌رفتن یا تغییرات معکوس در ارزش تعهدات بیمه‌ای که ناشی از تغییرات در میزان یا تلاطم نرخ‌های فسخ بیمه‌نامه، خاتمه، تمدیدها و بازخریدهاست؛ بنابراین، شرکت‌های بیمه علاقه‌مندند که تعیین‌کننده‌های فسخ قرارداد را، که ناشی از ارزیابی‌های سامانمند و پیش‌بینی‌پذیرند، درک کنند. این کار آن‌ها را قادر می‌سازد به‌موقع واکنش نشان دهند و از طریق طراحی مناسب چنین بیمه‌نامه‌هایی، پیامدهای فسخ و بازخرید را کاهش دهند (نولت و اشتایدر، ۲۰۱۷). نرخ بالای بازخرید ممکن است شهرت بیمه‌گر را هم به خطر بیندازد که این هم می‌تواند به نوبه خود منجر به این شود که حتی بیمه‌گذاران بیشتری اقدام به بازخرید کنند. از سوی دیگر، پایین‌بودن نرخ بازخرید هم می‌تواند این خطر را به دنبال داشته باشد که بیمه‌گر نتواند تعهدات ناشی از تضمین‌های زیاد در گذشته را انجام دهد. روشن است که خطرهای ناشی از گزینه بازخرید به درخواست بیمه‌گذاران، به قرارداد و

به‌ویژه به تضمین حداقل بهره در قرارداد بستگی دارد (بورکارت،<sup>۱</sup> ۲۰۱۸).

استخراج محرک‌های بازخرید بیمه عمر می‌تواند به پیش‌بینی نرخ‌های آینده بازخرید کمک کند. با توجه به رفتار بازخرید، که مرتبط با ویژگی‌های خاصی از بیمه‌نامه است، بخشی از ادبیات آکادمیک به این موضوع پرداخته است که چگونه شرکت‌های بیمه می‌توانند با طراحی مناسب بیمه‌نامه، نرخ بازخرید را کاهش دهند. باین‌حال، شرکت‌های بیمه تأثیر کمی در نرخ‌های بازخریدی که ناشی از عوامل اقتصادی و ویژگی‌های فردی است دارند. از آنجایی که خاتمه پیش از موعد بیمه عمر، در هنگام کمبود نقدینگی، می‌تواند برای خانواده مزایایی به دنبال داشته باشد، بازخرید بیمه عمر می‌تواند بخشی از راهبرد مدیریت خطر نقدینگی خانوار باشد (گممو و گوتز،<sup>۲</sup> ۲۰۱۶).

با وجود سهم ناچیز بیمه عمر از حق بیمه‌های تولیدی در بازار بیمه ایران، درصد قابل توجهی از بیمه‌نامه‌های عمر نیز بازخرید می‌شوند و صنعت بیمه با خطری تحت عنوان خطر بازخرید روبه‌روست. با وجود خطر بازخرید، نقدینگی و سود بیمه‌گران به علت رویارویی با هزینه‌های صدور بیمه‌نامه‌ها و بازاریابی، انتخاب نامساعد و ارزش بازخرید بیمه‌نامه‌ها تحت تأثیر قرار می‌گیرد؛ بنابراین، برای حفظ توان مالی بیمه‌گران و جلوگیری از هزینه‌های اضافی، باید رفتار بیمه‌گذاران بازخریدی دقیق مطالعه و بررسی شود (مهدوی کلیشمی و همکاران، ۱۳۹۴).

### مروری بر پیشینه پژوهش

بررسی پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه علل بازخرید بیمه‌های عمر در ایران نشان می‌دهد که در معدود پژوهش‌های صورت‌گرفته در این زمینه عوامل احصاشده ابعاد بسیار محدودی داشته‌اند؛ یعنی یا اغلب عوامل اقتصادی مورد توجه محققان بوده‌اند یا صرفاً یک بعد دیگر، مانند عوامل فردی یا مرتبط با شرکت بیمه، بررسی یا تبیین شده است و هیچ‌یک نگاه همه‌جانبه‌ای به این موضوع نداشته‌اند. مثلاً در پژوهشی که عباسی و سازگار (۱۳۸۳)، با عنوان کلی «بررسی علل بازخرید بیمه‌های عمر» انجام داده‌اند، عواملی که شناسایی شده‌اند یا اقتصادی‌اند، مانند کاهش درآمد خانوار؛ یا ناشی از فقدان آموزش صحیح بیمه‌گذارند، مانند بی‌اطلاعی بیمه‌گذار از معافیت‌ها و مزایای مالیاتی؛ و سایر عوامل احتمالی مغفول مانده‌اند (عباسی و سازگار، ۱۳۸۳). در سایر پژوهش‌های صورت‌گرفته، صرفاً عوامل اقتصادی بررسی شده‌اند و در یک مورد هم (مهدوی کلیشمی و همکاران، ۱۳۹۴)، فقط یک عامل خاص (ریسک‌گریزی) بررسی شده است.

در تحقیقات خارجی انجام‌شده در کشورهای مختلف هم، معمولاً یک یا دو بعد بررسی شده‌اند و بیش از همه، عوامل اقتصادی کانون تمرکز بوده‌اند. در جدول ۱، مهم‌ترین نتایج پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه علل بازخرید بیمه‌های عمر ارائه شده است.

<sup>1</sup>. Burkhart

<sup>2</sup>. Gemmo & Gotz

جدول ۱: خلاصه‌ای از اهم پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه بازخرید بیمه‌نامه‌های عمر

ردیف	عنوان مقاله	نویسندگان (سال)	عوامل احصاشده
۱	تحلیل عوامل مؤثر بر بازخرید بیمه‌های عمر و پس‌انداز	عابد و سازگار؛ (۱۳۹۷)	خریداری پوشش فوت در اثر حادثه، معافیت از پرداخت حق بیمه، مدت‌زمان بیمه‌نامه‌های عمر و پس‌انداز، نحوه پرداخت حق بیمه به صورت ماهیانه، میزان حق بیمه پرداختی، واحدهای صدور مختلف، سال‌های صدور
۲	بررسی عوامل مؤثر بر بازخرید بیمه عمر و سرمایه‌گذاری با تأکید بر عوامل خرد اقتصادی	حبیبی مرند؛ (۱۳۹۵)	متغیرهای سن، درآمد، تأهل و بعد خانوار فرد بیمه‌شده در بازخرید بیمه عمر و سرمایه‌گذاری تأثیر معنادار دارند.
۳	بررسی اثر ریسک‌گریزی بر بازخرید بیمه‌نامه‌های عمر	مهدوی کلیمشی و همکاران؛ (۱۳۹۴)	تأثیر ریسک‌گریزی از طریق عواملی چون وضعیت تأهل، جنسیت و سن
۴	عوامل اقتصادی مؤثر بر بازخرید بیمه‌نامه عمر و پس‌انداز شهر تهران	قدمیان؛ (۱۳۹۲)	عوامل اقتصادی نظیر نسبت حق بیمه پرداختی به درآمد، شاخص تورم، نرخ بازده نقدی بورس اوراق بهادار و قیمت جهانی طلا
۵	بررسی علل بازخرید بیمه‌های عمر و پس‌انداز شرکت سهامی بیمه ایران در شهر ارومیه	آقازاده و رزمجوی؛ (۱۳۸۶)	نداشتن تخصص و مهارت شبکه فروش، تناسب‌نداشتن سرمایه بیمه با ارزش زمانی پول، نارضایتی بیمه‌گذاران از خدمات شرکت بیمه، نداشتن تناسب مالی بیمه‌گذاران و درنهایت متنوع و جذاب نبودن بیمه‌نامه عمر
۶	شناخت علل بازخرید بیمه‌نامه‌های عمر و پس‌انداز	عباسی و سازگار؛ (۱۳۸۳)	تورم، بالا بودن هزینه‌های زندگی خانواده‌ها و ناآگاهی بیمه‌گذاران عمر از معافیت‌ها و مزایای مالیاتی بیمه‌نامه و بی‌اطلاعی از مزایای ناشی از ریسک فوت بیمه‌شده و تلقی نادرست بیمه‌گذار از دریافت وام بر اساس بیمه‌نامه
۷	وسوسه بازخرید: توجیه رفتاری برای بازخرید بیمه عمر	نولت و اشنایدر؛ (۲۰۱۷)	سواد مالی و مشورت مالی می‌تواند وسوسه رفتاری برای فسخ بیمه‌نامه را کاهش و اتکا به فرایندهای کاوشی می‌تواند احتمال فسخ را افزایش دهد.
۸	بیمه‌های عمر و تغییرات جمعیت‌شناختی: تحلیل تجربی تصمیمات بازخرید با پنل دیتا	گممو و گوتز؛ (۲۰۱۶)	عوامل اقتصادی اجتماعی: وجود گزینه بازخرید در بیمه‌نامه، نیاز به نقدینگی، رویدادهای چرخه زندگی که منجر به شوک نقدینگی می‌شوند (مانند تولد فرزند و طلاق)، خرید خانه، بیکاری، وام ضروری
۹	تحلیل تجربی پویایی‌های بازخرید در شرکت‌های بیمه عمر تایوان	هاونگ؛ <sup>۱</sup> (۲۰۱۶)	متغیرهای اقتصاد کلان (نسبت مالکیت مسکن به نسبت حق بیمه) و متغیرهای خاص شرکت (سن شرکت، رشته‌های فعالیت، شهرت بیشتر و اندازه بزرگ‌تر)
۱۰	تحلیل تجربی فعالیت بازخرید بیمه‌نامه بیمه عمر	راسل و همکاران؛ (۲۰۱۳)	وام ضروری، نرخ بهره، جایگزینی بیمه‌نامه
۱۱	تعیین‌کننده‌های اصلی لغو بیمه‌نامه عمر در صنعت بیمه آلمان	کیسنباور؛ (۲۰۱۲)	اطمینان خریدار، بازده فعلی، توسعه GDP، سن شرکت، نرخ مشارکت
۱۲	بیمه عمر و رفتار لغو بیمه‌نامه	فیر و لیبنبرگ؛ (۲۰۱۳)	عوامل اقتصاد خرد: شوک‌های شدید درآمدی، تغییر در درآمد
۱۳	گرایش به بازخرید یک قرارداد مستمر متغیر: تحلیل تجربی رفتار پویای بیمه‌گذار	کنولرو همکاران؛ <sup>۲</sup> (۲۰۱۱)	بیشترشدن ارزش بازخرید از ارزش منصفانه قرارداد، محدودیت‌های نقدینگی، سواد مالی و ثروت بیمه‌گذار
۱۴	محرک‌های بازخرید در بیمه عمر: ویژگی‌های اصلی مؤثر بر رفتار بازخرید در یک بافت اقتصادی کلاسیک چه هستند؟	میلهاود و همکاران؛ (۲۰۱۱)	ویژگی‌های بیمه‌نامه (سود و گزینه‌های مزایا)
۱۵	ویژگی‌های بیمه‌نامه، مؤثر بر لغو بیمه عمر: تحلیل بازار آلمان	الینگ و کیسنباور؛ (۲۰۱۴)	ویژگی‌های بیمه‌نامه شامل نوع محصول یا طول قرارداد و ویژگی‌های بیمه‌گذار شامل سن و جنسیت
۱۶	بازخرید بیمه‌نامه عمر و تأثیر آن بر بازار بیمه عمر هند	کنان و همکاران؛ <sup>۳</sup> (۲۰۰۸)	سن بیمه‌گذار در زمان خرید، نوع محصول بیمه‌ای، نرخ‌گذاری و نحوه پرداخت حق بیمه

منبع: یافته‌های تحقیق

1. Hwang

2. Knoller et al.

3. Kannan et al.

همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، عواملی که در پژوهش‌های مختلف بررسی و تحلیل شده‌اند بسیار محدودند و به‌نظر می‌رسد محرک‌های دیگری هم که می‌توانند بر تصمیم‌بیمه‌گذاران به‌منظور بازخرید بیمه‌های عمر مؤثر باشند مغفول مانده‌اند. بنابراین، انجام پژوهشی با نگاه همه‌جانبه، که به‌جز عوامل فردی و اقتصادی ابعاد گسترده‌تری را هم بررسی کند، ضروری به نظر می‌رسد؛ زیرا به شرکت‌های بیمه و فروشندگان بیمه‌عمر این آگاهی را می‌دهد که مانع این رفتار بیمه‌گذاران شوند یا، با مشاهده چنین شاخص‌هایی در مشتریان، با احتیاط بیشتری به فروش بیمه‌نامه اقدام کنند.

## روش‌شناسی پژوهش

تعیین عوامل مؤثر در بازخرید بیمه‌های عمر نیازمند استفاده از نظریات متخصصان و خبرگان حوزه بیمه‌عمر است؛ بنابراین، پژوهش حاضر، برای شکل‌دهی چارچوب مفهومی یا تدوین تئوری، نیاز به آشکارسازی دانش ضمنی خبرگان در این حوزه دارد؛ تا بتواند از استراتژی «نظریه داده‌بنیاد» بهره‌برد. روش نظریه داده‌بنیاد، شیوه‌ای از پژوهش کیفی است که در آن، با استفاده از دسته‌ای از داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. ایده اصلی این راهبرد آن است که نظریه‌پردازی از داده‌های در دسترس ناشی نمی‌شود، بلکه بر اساس داده‌های حاصل از مشارکت‌کنندگان، که فرایند موردپژوهش را طی کرده‌اند، ایجاد یا مفهوم‌سازی می‌شود (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸).

در استراتژی تئوری داده‌بنیاد، سه طرح غالب وجود دارد: نظام‌مند، خودجوش و ساخت‌گرا. طرح نظام‌مند که در سال ۱۹۹۰ استراوس و کوربین آن را مطرح کردند، بر استفاده از کدگذاری سه‌مرحله‌ای باز، محوری و انتخابی استوار است و در این راستا از پارادایم منطقی یا تصویر نموداری تئوری خلق‌شده استفاده می‌کند. آن دسته از پژوهش‌های مبتنی بر استراتژی داده‌بنیاد که رویکرد نظام‌مند را در پیش می‌گیرند، با شکل‌گیری فرضیه‌ها خاتمه می‌یابند که ممکن است رابطه میان طبقه‌ها در پارادایم، کدگذاری محوری را تصریح کند (دانایی‌فرد و اسلامی، ۱۳۹۰). برای انجام پژوهش حاضر از این طرح الگو گرفته شده است؛ تا درنهایت مدل پارادایمی علل بازخرید بیمه‌های عمر حاصل شود.

در این راهبرد، سه عنصر مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها ارکان اصلی‌اند. در پی جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، مفاهیم و از کنار هم قرارگرفتن چند مفهوم مقوله شکل می‌گیرد و درنهایت با بیان روابط تعمیم‌یافته بین یک مقوله و مفاهیم آن و بین مقوله‌های معین و سپس طبقه‌بندی روابط این عناصر، در بستر و فرایند آن پدیده (موضوع مورد تحقیق محقق)، مدل مفهومی تبیین‌کننده پدیده آشکار می‌شود (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۳).

روش گردآوری داده‌ها در این راهبرد پژوهش، مصاحبه بر اساس نمونه‌گیری نظری است که نقطه مقابل نمونه‌گیری تصادفی - آماری است (دانایی‌فرد و اسلامی، ۱۳۹۰). نمونه‌گیری نظری نوعی نمونه‌گیری هدفمند است که پژوهشگر سعی می‌کند با بهره‌گیری از نظرات و دانش آگاه‌ترین افراد درباره موضوع پژوهش به واکاوی و موشکافی رویداد و پدیده موردنظر بپردازد. به عبارت دیگر، نوع نمونه‌گیری تصادفی نیست، بلکه تعمدی و قضاوتی است (بازرگان، ۱۳۸۷).

در این پژوهش با استفاده از نمونه‌گیری نظری، یازده نفر از کارکنان عالی رتبه حوزه بیمه‌های عمر و کارشناسان بازخرید بیمه‌های عمر شرکت‌های بیمه کشور، برای مصاحبه انتخاب شده‌اند. طبق روش نظریه داده‌بنیاد، نمونه‌گیری نظری، تا زمانی که مقوله‌ها به کفایت نظری برسند، ادامه یافت. ضمن اینکه ابزار گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر مصاحبه است.

## تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر سعی شده است با استفاده از مفهوم پارادایم استراوس و کوربین (۱۹۹۸)، شرایط، تعامل و پیامدهای پدیده بازخرید بیمه‌عمر به درخواست بیمه‌گذاران، شناسایی گردد. پارادایم اصطلاحی است که استراوس و کوربین به‌منظور ارائه طرحی از پدیده که توضیحی همه‌جانبه از چرایی، چگونگی و نتایج حاصل از رخ‌دادن آن را نشان می‌دهد ارائه می‌کنند. ارائه طرح پارادایمی از پدیده به‌منظور درک ماهیت پویا و متحول رویدادهاست که از طریق تحلیل توأم با ساختار و فرایند اتفاق می‌افتد. اجزای تشکیل‌دهنده و مؤلفه‌های پارادایم به قرار زیر است:

الف) شرایط: اشاره به کل اوضاع و احوال یا موقعیتی دارد که پدیده در آن جای دارد. شرایط رخداد یک پدیده از طریق پاسخ به پرسش‌های چرأ، در کجا، چگونه، چگونه می‌شود که و چه‌وقت مشخص می‌گردد، که شامل دو نوع شرایط علی و شرایط مداخله‌گر است.

1. Strauss & Corbin

ب) عمل/ تعامل‌ها: پاسخ‌هایی راهبردی یا معمولی‌اند که افراد یا گروه‌ها به مسائل و امور و رویدادهایی می‌دهند که در آن شرایط پدید می‌آیند.

ج) پیامدها: به برون‌دادها یا نتایج کنش یا واکنش اشاره می‌کند. کنش یا کنش متقابلی که در پاسخ به یک پدیده یا اداره آن پدیده نشان داده می‌شود پیامدها و نتایجی دارد. این پیامدها همیشه پیش‌بینی‌پذیر نیستند یا به منظور خاصی ایجاد نشده‌اند. هدف اصلی در این تحقیق، شناسایی عوامل مؤثر در بازخرید بیمه عمر به درخواست بیمه‌گذاران بوده است. برای این منظور مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته‌ای با مصاحبه‌شوندگان شده است.

موضوع مهم، در فرایند تحلیل یافته‌های کیفی حاصل از مصاحبه، کدگذاری است. فرایند تفکیک داده‌های حاصل از نمونه‌گیری و توصیف و بیان آن‌ها با عباراتی کوتاه در یک جدول را کدگذاری گویند. فرایند تحلیل شامل سه نوع کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است؛ بنابراین، پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان این پژوهش، با این سه نوع کدگذاری تحلیل شده‌اند. در جداول ۲ تا ۵، یافته‌ها و خروجی‌های حاصل از هر سه مرحله کدگذاری ارائه شده‌اند.

#### الف) کدگذاری باز

جدول ۲: کدگذاری باز عوامل مؤثر در بازخرید بیمه عمر از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان

عوامل مرتبط با ساختار جامعه	
مقوله	
نابسامانی اقتصادی	آریتراژ در اقتصاد (به هم خوردن تعادل دو تا بازار)
تأثیر تورم بر کاهش نرخ سود بیمه عمر	فقدان اعتماد سیاسی در جامعه
تأثیر تورم بر سلب اعتماد از شرکت‌های خصوصی	آشنا نبودن مردم با بیمه‌های عمر
تأثیر تورم بر بازخرید بیمه‌های با حق بیمه بالا	

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۳: کدگذاری باز عوامل مؤثر بر بازخرید بیمه عمر از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان

عوامل مرتبط با ساختار بیمه عمر	
مقوله	
نبود تنوع در پوشش‌های بیمه عمر	تفاوت نرخ سود بیمه عمر و بانک
فقدان پوشش‌های جایگزین برای کاهش کارمزد نماینده‌ها	تفاوت سپرده‌گذاری بین بیمه و بانک
بی‌اعتمادی به بیمه (به‌ویژه شرکت‌های خصوصی)	تفاوت هزینه‌های بین بیمه و بانک
ارائه‌ندادن آمار و ارقام از میزان سرمایه‌ها و توان مالی شرکت‌های بیمه	تفاوت گردش سرمایه بین بیمه و بانک
ضعف در سیستم نرم‌افزاری بیمه عمر	تفاوت برداشت سپرده بین بیمه و بانک
رابطه معکوس میزان پوشش و سرمایه فوت در بیمه عمر	تفاوت در میزان حمایت از فرد بین بیمه و بانک
رابطه مستقیم میزان پوشش و کارمزد نماینده	تفاوت ماهیت بیمه عمر با بانک
محسوس نبودن بیمه عمر	کم‌رنگ شدن بُعد بیمه‌های عمر
بلندمدت بودن بیمه‌های عمر	تضاد منافع بین دست‌اندرکاران
نوپا بودن بیمه‌های عمر	تعریف‌نشدن اصول اخلاق و رفتار حرفه‌ای در صنعت بیمه
پیچیدگی بیمه‌های عمر	رسیدگی نکردن به تخلفات شرکت‌های بیمه
ترکیب سود و مشارکت	آسان نبودن شیوه پرداخت حق بیمه
ترکیب بیمه و سرمایه در بیمه عمر	ناتوانی در مدیریت سرمایه‌های حاصل از بیمه عمر
تقلید از بانک‌ها در سرمایه‌گذاری	افزایش فروش
نبود رسانه خاص برای بیمه عمر	

منبع: یافته‌های تحقیق



جدول ۴: کدگذاری باز عوامل مؤثر در بازخرید عمر از دیدگاه مصاحبه شوندهگان

عوامل مرتبط با بیمه گر <sup>۱</sup>	
مقوله	
ارائه اطلاعات کاذب درباره پوشش های بیمه عمر از سوی نماینده	ثبت نشدن حق بیمه از جانب کارگزار یا نماینده بیمه
ارائه اطلاعات کاذب درباره نحوه بازپرداخت سرمایه از سوی نماینده	نبود ارتباط مداوم نماینده با بیمه گذار
ارائه اطلاعات کاذب درباره سود بیمه عمر از سوی نماینده	آینده نگر نبودن نماینده ها
فروش پوشش های بیشتر برای افزایش کارمزد از سوی نماینده	تبلیغات منفی نماینده ها علیه یکدیگر
نداشتن شناخت کامل نماینده از شرایط بیمه عمر	بی بهره بودن فروشندهگان بیمه عمر از آموزش تخصصی
ارائه نشدن اطلاعات کامل از سوی نماینده	فقدان نیروی فروش متخصص
عمل نکردن شرکت های بیمه به وعده ها	

منبع: یافته های تحقیق

جدول ۵: کدگذاری باز عوامل مؤثر در بازخرید بیمه عمر از دیدگاه مصاحبه شوندهگان

عوامل مرتبط با بیمه گذار	
مقوله	
توجه صرف بیمه گذار به بُعد سرمایه ای بیمه عمر (بی توجهی به بُعد بیمه ای آن)	تحصیلات پایین بیمه گذار
سرپرست خانوار نبودن	رده شغلی و نوع شغل بیمه گذار
ناآگاهی بیمه گذار از مزیت های بیمه عمر نسبت به سایر بیمه ها	تناسب نداشتن نیاز مشتری با محصول فروخته شده
ناآگاهی بیمه گذار از شرایط بیمه عمر	سن پایین
ناآگاهی بیمه گذار از مرکز رسیدگی به شکایات	مهاجرت
بی اطلاعی بیمه گذار از سرمایه های فوت	آینده نگر نبودن بیمه گذار
ناآگاهی بیمه گذار از چگونگی سرمایه گذاری در بیمه عمر	ارزیابی تطبیقی منفی از سود بیمه
مشکلات مالی بیمه گذار	

منبع: یافته های تحقیق

(ب) کدگذاری محوری

کدگذاری محوری، فرایند ایجاد ارتباط بین کدها (دسته بندی ها و مشخصات) با یکدیگر است (علی احمدی و سعید نهایی، ۱۳۸۶). در این مرحله محقق به دنبال نظم بخشیدن به عناوین به دست آمده در کدگذاری باز و همچنین تخصیص عنوانی کلی تر و عام تر به هر دسته از عناوین است.

با واکاوی محتوایی و مفهومی مصاحبه ها، مقوله های عمده استخراج شده و با ارجاع به دیدگاه مصاحبه شوندهگان مستندسازی و ارائه شده است. در نهایت، با توجه به مقوله های استخراج شده، مدل پارادایمی مبتنی بر داده های گردآوری شده و مقوله های عمده آن ها ترسیم و تفسیر شده است. در جداول ۶ تا ۸، مقوله های عمده حاصل از کدگذاری محوری و مؤلفه های تشکیل دهنده آن ها آورده شده اند.

جدول ۶: کدگذاری محوری تعاملات و پیامدهای پس از اقدام به بازخرید بیمه گذار

مقوله ۱	
مشاوره ندادن نماینده برای ممانعت از بازخرید	مشاوره و تغییر در بیمه نامه
سوق دادن بیمه گذار به سمت بیمه های دیگر از سوی نماینده	بازخرید در نتیجه بی اعتمادی
مشاوره دادن از سوی بیمه گر	تبلیغات منفی بیمه گذار علیه بیمه گر
احساس رضایت مشتری پس از مشاوره	

منبع: یافته های تحقیق

<sup>۱</sup> در تحلیل کیفی مصاحبه ها، منظور از بیمه گر تمامی عوامل درگیر در فروش بیمه نامه است، اعم از شرکت بیمه، نماینده، کارگزار و بازاریاب.

جدول ۷: کدگذاری محوری عوامل مؤثر بر بازخرید بیمه عمر از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان

مقوله ۱	مقوله ۲	مقوله ۳
عوامل مرتبط با ساختار جامعه	بی‌ثباتی اقتصادی و سیاسی	به‌هم‌خوردن تعادل دو بازار، تورم، افزایش قیمت‌ها، کاهش ارزش نرخ سود
	نظام شبه‌بانکی بیمه عمر	به‌لحاظ سپرده‌گذاری، نرخ سود، برداشت، گردش سرمایه، نوع حمایت، سیاست سرمایه‌گذاری بیمه عمر
	تناقض ماهوی بیمه عمر / جنبه‌های منفی بیمه عمر	پیچیدگی، قسطی بودن، طولانی بودن، نامحسوس بودن، مشارکتی بودن، جذابیت نداشتن پوشش‌ها
عوامل مرتبط با ساختار بیمه عمر	نحوه محاسبه کارمزد	پرداخت نکردن کارمزد در سال‌های میانی تا پایانی بیمه عمر
	ناتوانی در مدیریت سرمایه حاصل از بیمه عمر	راکد بودن سرمایه‌ها، ارائه ندادن آمار و ارقام از میزان سرمایه‌ها و توان مالی شرکت‌های بیمه
عوامل مرتبط با فروشندگان (نماینده و بازاریاب و...)	فقدان سیستم نظارتی	تخلفات در حق مشتری (نپرداختن خسارت، سوءاستفاده از حق بیمه پرداختی بیمه‌گذار و ...)، تخلفات بین بیمه‌گران
	رفتار فروش غیراخلاقی	ارائه پوشش‌های اضافی، اطلاعات کاذب درباره نحوه بازپرداخت سرمایه و نرخ سود، ارائه ندادن اطلاعات کامل درباره شرایط بیمه عمر، چگونگی سرمایه‌گذاری و تبلیغات منفی نماینده‌ها علیه یکدیگر و ...
عوامل مرتبط با فروشندگان (نماینده و بازاریاب و...)	بی‌تخصصی	نداشتن شناخت کامل از بیمه عمر: بازخرید، وام، محاسبه سود، آینده‌نگر نبودن
	نبود حمایت و پشتیبانی	عمل نکردن به وعده‌ها، نداشتن ارتباط مداوم با مشتری
عوامل مرتبط با بیمه‌گذار	بی‌اعتمادی به شرکت‌های بیمه	بی‌اعتمادی به شرکت‌های بیمه، بی‌اعتمادی به شرکت‌های خصوصی
	ناآگاهی از بیمه و شرایط آن	نحوه سرمایه‌گذاری، میزان سود، چگونگی رسیدگی به تخلفات بیمه‌گر، سرمایه فوت
	کژگزینی/ انتخاب نامساعد مشخصه روان‌شناختی (آینده‌نگر نبودن)	مشخصه‌های اجتماعی (تحصیلات، شغل، سن، سرپرست خانوار نبودن، مشکلات مالی)

جدول ۸: کدگذاری محوری کنش‌های پس از اقدام به بازخرید

مقوله ۱	مقوله ۲
کنش‌های بیمه‌گر	مشاوره
	ندادن مشاوره
	تغییر در بیمه‌نامه
	ارائه تسهیلات
کنش‌های بیمه‌گذار	انصراف از بازخرید
	بازخرید
	سلب اعتماد از بیمه‌گر
	تبلیغات ویروسی علیه بیمه‌گر

منبع: یافته‌های تحقیق

در ایجاد مقوله‌های عمده سعی شده است که هر کدام از مقوله‌ها، به لحاظ نظری، دارای انسجام مقبولی باشند. در جدول ۹، جمع‌بندی نظر مصاحبه‌شوندگان دربارهٔ هریک از مقوله‌های عمده و مؤلفه‌های آن‌ها ارائه شده است.

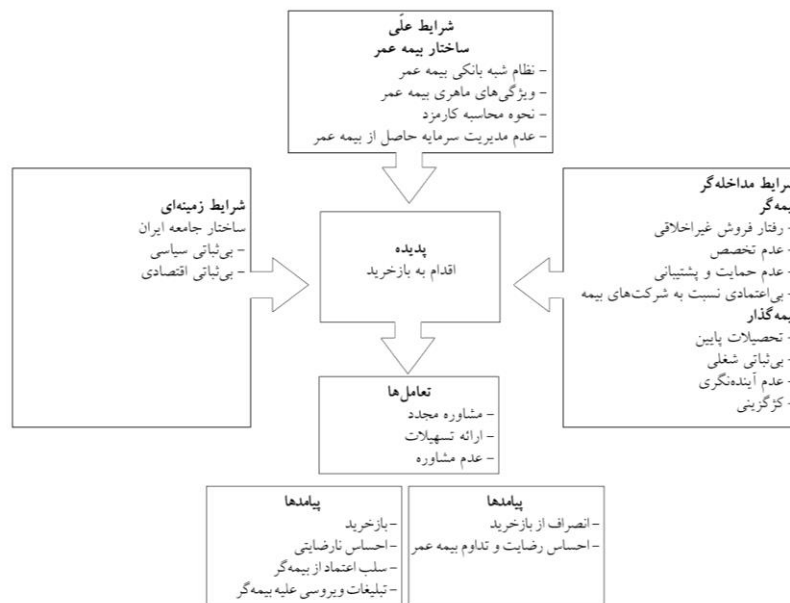
جدول ۹: مقوله‌های عمده و توضیح مصاحبه‌شوندگان

مقوله	مؤلفه‌ها	شرح
عوامل مرتبط با ساختار جامعه	بی‌ثباتی سیاسی بی‌ثباتی اقتصادی	نگرانی از تغییرات سیاسی جامعه و احتمال ورشکستگی یا برچیده‌شدن شرکت‌های بیمه ناسامانی اقتصادی ایران که به‌صورت تورم، برهم‌خوردن تعادل بازار، افزایش قیمت‌ها و نهایتاً ارزیابی تطبیقی منفی سود بیمه نمود می‌یابد. تورم و افزایش قیمت‌ها و تغییر نکردن میزان درآمد افراد باعث می‌شود که قدرت خرید و همچنین قدرت پرداخت حقیقهٔ افراد کاهش یابد؛ در نتیجه یکی از راه‌حل‌های موردنظر افراد، حذف مخارج غیرضروری مانند بیمهٔ عمر است.
عوامل مرتبط با ساختار بیمه	ویژگی‌های ماهوی بیمهٔ عمر	۱) بیمهٔ عمر بلندمدت است، به همین خاطر نه تنها محاسبهٔ پرداخت‌ها و سودهای آن در درازمدت برای بیمه‌گذار به‌راحتی محاسبه‌پذیر نیست، بلکه ممکن است با گذشت زمان شرایط بیمه‌نامهٔ خود را به فراموشی بسپارد؛ ۲) بیمهٔ عمر در مقایسه با سایر بیمه‌ها پیچیدگی بسیاری دارد؛ ۳) قسطی بودن بیمهٔ عمر، که گاه چند دهه ادامه می‌یابد، برای بیمه‌گذار خسته‌کننده است؛ ۴) نامحسوس بودن بیمهٔ عمر، که فرد نمی‌تواند به‌زودی محصول نتیجهٔ سرمایه‌گذاری خود را دریافت کند و در هنگام خرید تصور دقیقی از محصول و نتیجهٔ آن داشته باشد، بر جنبهٔ خسته‌کنندگی بیمهٔ عمر می‌افزاید؛ ۵) بیمه‌های عمر نوباست؛ ۶) پوشش‌های بیمهٔ عمر جذاب نیستند.
عوامل مرتبط با ساختار بیمه	نظام شبه‌بانکی بیمهٔ عمر	بیمهٔ عمر از سیستم بانکی تبعیت می‌کند و بر همین اساس بیمه‌گذاران انتظاراتشان از بیمهٔ عمر همانند بانک‌هاست و بیش از همه، بُعد سرمایه‌گذاری بیمهٔ عمر برای بیمه‌گذاران اهمیت دارد. درحالی‌که بیمهٔ عمر به‌لحاظ ماهیت با بانک متفاوت است و در مقایسه با بانک مزایا و معایبی دارد. سهولت در برداشت سپرده، کسر نکردن هزینه از سپرده و گردش سرمایه و امکان افزایش سود سپرده از مزایای سیستم بانکی در مقایسه با بیمهٔ عمر است.
عوامل مرتبط با ساختار بیمه	نحوهٔ محاسبهٔ کارمزد	میزان پرداخت کارمزد به نماینده با میزان پوشش بیمه‌نامه‌ای که بیمه‌گذار خریده است رابطهٔ مثبت و مستقیمی دارد؛ یعنی هر چه میزان پوشش‌های فروخته‌شده به بیمه‌گذار بیشتر باشد، بر میزان کارمزد نماینده افزوده می‌شود. از طرف دیگر، بین میزان کارمزد و طول عمر بیمه‌نامه رابطهٔ معکوس وجود دارد؛ بدین معنا که پس از سال‌های آغازین بیمه‌نامه، که نماینده بیشترین کارمزد را دریافت می‌کند، میزان کارمزد کاهش می‌یابد. ویژگی‌های دریافت کارمزد بیمه‌نامه سبب بی‌اخلاقی و تخلفاتی در فروش بیمه‌نامه از سوی نماینده می‌شود که در آینده یکی از دلایل اصلی بازخرید بیمهٔ عمر خواهد بود.
عوامل مرتبط با ساختار بیمه	ناتوانی در مدیریت سرمایه حاصل از بیمهٔ عمر	سرمایه‌های حاصل از بیمهٔ عمر عموماً راکد باقی می‌ماند و برای سرمایه‌گذاری در امور دیگر استفاده نمی‌شود. درحالی‌که سرمایه‌گذاری مجدد سرمایه‌های حاصل از بیمهٔ عمر پشتوانهٔ مناسبی را برای افزایش سود بیمه‌های عمر و یا ارائهٔ خدمات بیمه‌ای بیشتر به بیمه‌گذاران فراهم می‌آورد. شرکت‌های بیمه هیچ اطلاعاتی دربارهٔ میزان سرمایه و توان مالی خود ارائه نمی‌دهند؛ در نتیجه مشخص نمی‌شود که با توجه به تعداد زیاد بیمه‌گذارانی که تحت پوشش قرار داده‌اند و سالانه مبالغ زیادی از بیمه‌گذاران دریافت و سرمایه‌گذاری می‌شود، شرکت‌های بیمه توان پرداخت مبالغ و خسارت‌های اعلام‌شده را دارند.
عوامل مرتبط با بیمه‌گر	رفتار فروش غیراخلاقی	رفتار کوتاه‌مدت فروشنده با مشتری که به فروشنده اجازه می‌دهد با هزینهٔ مشتری سود ببرد؛ مواردی چون دروغ یا بزرگنمایی مزایای محصول یا خدمت و فروش محصول یا خدمتی که افراد به آن نیازی ندارند؛ دروغ دربارهٔ سودمند بودن محصول یا خدمت؛ دروغ دربارهٔ وضعیت بازار؛ پاسخ فروشنده به سؤالاتی که پاسخ درست آن‌ها را نمی‌داند و کاربرد فنون فروش پرفشار، مثال‌هایی از رفتار فروش غیراخلاقی است. رفتار فروش غیراخلاقی نوعی دیدگاه کوتاه‌مدت و مصلحتی است که عاری از هر نوع احساس مسئولیت اجتماعی است.
نداشتن تخصص		بیمهٔ عمر، با توجه به پیچیدگی و متفاوت بودن ویژگی‌های آن با سایر بیمه‌ها، به نیروی تخصصی در سیستم فروش نیاز دارد که، طبق نظر مصاحبه‌شوندگان، خلأ بیمه‌گران متخصص در سیستم فروش کاملاً احساس می‌شود؛ همچنین، به‌علت طولانی بودن زمان بیمه‌های عمر، آموزش نیروهای فروش باید مداوم باشد که چنین رویه‌ای در نظام بیمهٔ عمر وجود ندارد.
فقدان حمایت و پشتیبانی		با کاهش میزان کارمزد در سال‌های آتی، نمایندگان دیگر چندان انگیزه‌ای برای تداوم بیمهٔ عمر ندارند و ترجیح می‌دهند که زمان و هزینهٔ خود را، به جای نگهداری بیمه‌های قبلی، وقف فروش بیمه‌های عمر بیشتر کنند. بر همین اساس، اگر بیمه‌گذاری برای بازخرید بیمهٔ عمر مراجعه کند، تلاشی برای منصرف کردن او نمی‌کنند و به‌راحتی بازخرید وی را می‌پذیرند. در مواردی دیگر، نماینده یا کارگزار به‌علت

مقوله	مؤلفه‌ها	شرح
عوامل مرتبط با بیمه‌گر	بی‌اعتمادی به شرکت‌های بیمه	کاهش کارمزد، با بیان مزایای بیمه‌های عمر سایر شرکت‌ها بیمه‌گذار را ترغیب به بازخرید و خرید بیمه عمر از شرکتی دیگر می‌کنند. اعتماد نوعی باور مطمئن مشتری است، از این بابت که فروشنده باید در حصول منافع بلندمدت وی قابل‌انکا باشد. بی‌اعتماد شدن به فروشنده بیمه، بی‌اعتمادی به شرکت بیمه را به همراه خواهد آورد. مصاحبه‌شوندگان نیز بر این اعتقادند که تجربه بیمه‌گذار یا اطرافیان وی نشان داده است که شرکت‌های بیمه به آنچه در بیمه‌نامه متعهد شده عمل نکرده‌اند یا در تحقق وعده‌های خود به بیمه‌گذار فرایند نامناسبی را طی کرده‌اند که این امر سبب سلب اعتماد و اطمینان خاطر بیمه‌گذار می‌شود.
عوامل مرتبط با بیمه‌گذار	ناآگاهی از بیمه و شرایط آن کژگزینی یا انتخاب نامساعد	چه در زمان فروش و چه در طول مدت بیمه عمر، بیمه‌گذار از شرایط بیمه عمر، میزان سرمایه‌گذاری، میزان سود، سرمایه فوت و حتی چگونگی پیگیری شکایات خود از بیمه عمر آگاهی و شناختی ندارد. با ارائه اطلاعات کاذب یا ناقص از سوی فروشنندگان، نداشتن شناخت کامل فروشنندگان از بیمه عمر و در نتیجه ناآگاهی بیمه‌گذار، بیمه‌ای به بیمه‌گذار فروخته می‌شود که چندان تطابقی با نوع نیاز یا ویژگی‌های شغلی، درآمدی و سنی بیمه‌گذار ندارد. تبعات این‌گونه فروش در طول مدت بیمه عمر آشکار می‌شود و در برخی موارد، به اعتقاد مصاحبه‌شوندگان، منجر به بازخرید بیمه عمر می‌شود.
مشخصه‌های اجتماعی بیمه‌گذار	مشکلات مالی: فرد به سبب مشکلات مالی و یا کمبود سرمایه برای سایر برنامه‌های زندگی خود، اقدام به بازخرید بیمه عمر می‌کند. به اعتقاد مصاحبه‌شوندگان بیشتر بیمه‌گذارانی که برای بازخرید اقدام می‌کنند، علت اقدام خود را مشکلات مالی و یا ناتوانی در پرداخت حق بیمه اعلام می‌کنند.	بی‌ثباتی شغلی: وضعیت شغلی یکی از متغیرهای مهم تأثیرگذار در بازخرید بیمه عمر است. چنان‌که افرادی که به علت تغییرات شغلی و یا از دست دادن شغل میزان درآمدشان کاهش یافته است اقدام به بازخرید بیمه عمر می‌کنند.
عوامل مرتبط با بیمه‌گر	مشخصه‌های روان‌شناختی	تحصیلات پایین: افرادی که تحصیلات پایین دارند عمدتاً شناخت کمتری از بیمه‌های عمر دارند و به سبب ناآگاهی، اطلاعات کمتری از مزایا و شرایط بیمه عمر دارند. میزان تحصیلات، در بازخرید بیمه عمر، تأثیر غیرمستقیم می‌گذارد.
عوامل مرتبط با بیمه‌گر	مشخصه‌های روان‌شناختی	سن پایین: افراد کم‌سن عمدتاً بیمه عمر را با هدف سرمایه‌گذاری می‌خرند؛ اما به تدریج، به خاطر شرایط اقتصادی و یا پوشش‌های بهبود یافته بیمه‌نامه‌شان، به این نتیجه می‌رسند که سود کمی از طریق بیمه عمر به دست می‌آورند، در حالی که سرمایه‌گذاری در سایر زمینه‌ها سود بیشتری عایدشان می‌کند؛ در نتیجه این گروه سنی اقدام به بازخرید بیمه عمر می‌کنند. افراد در سنین پایین، بیشتر با هدف سرمایه‌گذاری و نه بیمه، اقدام به خرید بیمه عمر می‌کنند.
عوامل مرتبط با بیمه‌گر	مشخصه‌های روان‌شناختی	سرپرست خانوار نبودن: مصاحبه‌شوندگان اذعان داشتند که افرادی که سرپرست خانواده نیستند، بیشتر اقدام به بازخرید می‌کنند؛ در حالی که سرپرستان خانواده به خاطر تأمین آتیه خانواده و پیشگیری از مشکلات احتمالی برای اعضای خانواده در نبود خود، بیمه خود را حفظ می‌کنند.
تعاملات و پیامدهای پس از اقدام به بازخرید	مشخصه‌های روان‌شناختی	آینده‌نگر نبودن: به گفته مصاحبه‌شوندگان، یکی از عوامل بازخرید بیمه عمر، آینده‌نگر نبودن بیمه‌گذار است که بدون در نظر گرفتن مزایایی که بیمه عمر در تأمین آتیه دارد اقدام به بازخرید بیمه عمر می‌کند. به‌ویژه در این گروه بُعد بیمه‌ای بیمه عمر کم‌رنگ است و بیشتر بُعد سرمایه‌ای آن مطرح است.
منبع: یافته‌های تحقیق		رفتار بیمه‌گر پس از اقدام به فروش بیمه‌گذار نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. نماینده یا فروشنده می‌تواند در هنگام بازخرید، با مشاوره مجدد و آگاهی‌بخشی به بیمه‌گذار یا تغییر و انطباق لازم در بیمه‌نامه یا ارائه تسهیلات لازم از قبیل وام یا برداشت از سپرده، وی را از بازخرید منصرف کند؛ اما بر حسب نظر مصاحبه‌شوندگان گاه نماینده فروش، به علت آنکه کارمزد مورد نظر خود را در سال‌های اولیه دریافت کرده است و پس از آن میزان کارمزد قابل توجه نیست، برای منصرف کردن بیمه‌گذار تلاشی نمی‌کند. به‌ویژه بیمه‌گذارانی که از عملکرد بیمه‌گر خود به هر دلیلی ناراضی بوده‌اند و اقدام به بازخرید کرده‌اند، نه تنها به فروشنده، بلکه به شرکت بیمه و حتی صنعت بیمه بی‌اعتماد می‌شود و می‌توانند نقش یک بازارباز و ویروسی را علیه نماینده و شرکت بیمه ایفا کنند که به تخریب هویت آن در بین اطرافیان خود اقدام می‌کنند.

### ج) کدگذاری گزینشی

کدگذاری گزینشی یا انتخابی، مرحله اصلی نظریه‌پردازی است که بر اساس نتایج دو مرحله قبلی کدگذاری، به تولید نظریه می‌پردازد. به این ترتیب که مقوله محوری را به شکل نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط می‌دهد، آن روابط را اثبات پژوهشی می‌کند و طبقه‌هایی را که به بهبود و توسعه بیشتر نیاز دارند اصلاح می‌کند. در واقع پژوهشگر سعی دارد با کنار هم چیدن طبقه‌ها و بر اساس روابط بین آن‌ها، یک تصویر ایجاد کند (دانایی‌فرد و اسلامی، ۱۳۹۰). تصویر ایجادشده از اجرای راهبرد نظریه داده‌بنیاد در این پژوهش مدل پارادایمی عوامل مؤثر در بازخرید بیمه‌های عمر است که در شکل ۱ آمده و در آن فرایند تأثیرگذاری عوامل در بازخرید و پیامدهای آن نشان داده شده است.



شکل ۱: مدل پارادایمی عوامل مؤثر در بازرخرد بیمه عمر  
منبع: یافته‌های پژوهش

## جمع‌بندی و پیشنهادها

بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش کیفی، به‌جز عوامل اقتصادی، عوامل زیادی در بازرخرد بیمه‌های عمر به درخواست بیمه‌گذاران مؤثرند. همان‌گونه که در بخش‌های قبلی تحقیق بیان شد، کانون تمرکز پژوهش‌های داخلی و خارجی، که قبلاً در این زمینه انجام شده، یا عمدتاً معطوف به محیط اقتصادی و عواملی چون نرخ رشد، نرخ بهره و نرخ بیکاری بوده یا متوجه ویژگی‌های بیمه‌نامه بوده است؛ البته، در موارد معدودی، عواملی مانند ویژگی‌های فردی یا خانوادگی، در برخی کشورها بررسی شده‌اند.

در این پژوهش، که به بررسی همه‌جانبه عوامل مؤثر بر بازرخرد بیمه‌های عمر پرداخته است، به‌جز موارد احصاشده در پژوهش‌های پیشین، عواملی چون ساختار بیمه عمر (شامل مواردی مانند نظام شبه‌بانکی بیمه عمر، ویژگی‌های ماهوی بیمه عمر، نحوه محاسبه کارمزد و ناتوانی در مدیریت سرمایه حاصل از بیمه عمر)، شرایط بیمه‌گر (مانند رفتار فروش غیراخلاقی، نداشتن تخصص، نبود حمایت و پشتیبانی بیمه‌گران و بی‌اعتمادی به آن‌ها) و بیمه‌گذار (تحصیلات پایین، بی‌ثباتی شغلی، نداشتن آینده‌نگری، ناآگاهی و انتخاب نامساعد یا کژگزینی) و ساختار جامعه ایران (بی‌ثباتی سیاسی و اقتصادی) نیز احصا شده‌اند که موجب بروز پدیده بازرخرد بیمه عمر می‌شوند. در این میان، بیمه‌گران و فروشندگان می‌توانند با مشاوره مجدد و ارائه تسهیلات، بیمه‌گذاران را از بازرخرد منصرف کنند و احساس رضایتمندی آن‌ها را افزایش دهند تا بیمه عمرشان تداوم یابد؛ اما در صورت بی‌توجهی و ندادن مشاوره و تسهیلات، بازرخرد اتفاق می‌افتد و احساس نارضایتی از بیمه‌گران باعث سلب اعتماد مشتریان می‌شود و ممکن است مشتریان با تبلیغات و پیروسی علیه بیمه‌گر، که امروزه با ابزارهای فناوری اطلاعات و فضای مجازی به‌آسانی امکان‌پذیر است، در درازمدت برای او مشکل‌ساز شوند. همه این عوامل و نتایج در مدل پارادایمی ارائه‌شده در پژوهش (شکل ۱) نمایش داده شده‌اند.

در مدل پارادایمی عوامل مؤثر در بازرخرد بیمه‌های عمر، پدیده اقدام به بازرخرد در محور اصلی مدل قرار دارد. مجموعه عوامل ناشی از ساختار بیمه، که شرایط علی هستند، در کنار شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر، منجر به تصمیم بازرخرد بیمه‌نامه می‌گردد. بدین معنا که ساختار بیمه عمر دارای ویژگی‌هایی است که علاوه بر بیمه‌گذار، بیمه‌گر را نیز متأثر می‌کند و این ویژگی‌ها به‌تدریج زمینه لازم برای بازرخرد بیمه‌های عمر را فراهم می‌سازد.

البته ظهور شرایط خاصی، ازجمله بی‌ثباتی اقتصادی و یا سیاسی در برهه‌ای از زمان، به شرایط مؤثر در بازرخرد بیمه عمر دامن می‌زند. در

سطح کلان، تأثیرات عمده بی‌ثباتی سیاسی و اقتصادی به صورت کاهش در نرخ سود بیمه عمر و فضای روانی حاصل از آن، یعنی بی‌اعتمادی به صنعت بیمه و بیمه عمر، بروز می‌کند. در سطح خرد وضعیت شغلی و درآمد بیمه‌گذار را متأثر می‌سازد. در چنین شرایطی بیمه‌گذار به چند علت اقدام به بازخرید می‌کند: (۱) سود حاصل از بیمه عمر را در مقایسه با سایر سرمایه‌گذاری‌ها کم‌ارزش تلقی می‌کند. (۲) توان مالی‌اش برای پرداخت حق بیمه عمر کاهش یافته است. (۳) بی‌ثباتی شرایط سیاسی و اقتصادی جامعه و بی‌اعتمادی به آن را به صنعت بیمه و بیمه عمر سرایت می‌دهد.

شرایط بیمه‌گر و بیمه‌گذار می‌تواند به صورت عوامل مداخله‌گر، شدت تأثیرات منفی عوامل زمینه‌ای را کاهش یا افزایش دهد. در چنین شرایطی، بیمه‌گذاران کم‌سن یا کم‌تحصیلات بیشتر اقدام به بازخرید می‌کنند؛ همچنین بیمه‌گذارانی که شرایط شغلی و درآمدی آن‌ها تنزل یافته است، به بازخرید بیمه عمر اقدام می‌کنند. در چنین وضعیتی، بیمه‌گر غیرمتخصص و غیراخلاقی تأثیرات منفی را تشدید می‌کند. بیمه‌گر غیرمتخصص، بیمه‌گذار را از تسهیلات بیمه عمر (وام یا برداشت) و امکان تغییر در بیمه‌نامه مطلع نمی‌کند؛ همچنین درباره شرایط بیمه عمر و اهمیت بُعد بیمه‌ای بیمه عمر (در مقایسه با سایر سرمایه‌گذاری‌ها) اطلاعات لازم را ارائه نمی‌دهد و در نهایت منجر به بازخرید بیمه عمر می‌شود.

طبق یافته‌های تحقیق، شرایط ساختاری بیمه عمر نیز به منزله شرایط علی، به طرق گوناگون در بازخرید بیمه عمر مؤثرند. نظام بیمه عمر بنا به تقلیدی نادرست از نظام بانکی، بیشتر بر بُعد سرمایه‌گذاری و سود حاصله تأکید کرده است؛ در حالی که بیمه عمر از لحاظ هزینه و گردش سرمایه (دو عامل تعیین‌کننده نرخ سود) متفاوت است. در بیمه عمر هزینه‌ای بابت دریافت کارمزد از سرمایه‌گذار کسر می‌شود. از طرف دیگر، به سبب گردش‌نداشتن سرمایه‌ها در بیمه عمر، امکان افزایش نرخ سود بیمه عمر، در مقایسه با سایر سرمایه‌گذاری‌ها، وجود ندارد. در زمان فروش بیمه عمر، بیمه‌گر با تأکید بر بُعد سرمایه‌ای آن انتظار دریافت سودی مطابق با بانک را برای بیمه‌گذار ایجاد می‌کند. برآورده‌نشده انتظار بیمه‌گذار در آینده و ارزیابی منفی وی از تفاوت نرخ سود حاصل از بیمه عمر منجر به بازخرید می‌گردد.

از سوی دیگر، ویژگی‌های ماهوی بیمه عمر، از جمله پیچیدگی، بلندمدت بودن و نامحسوس بودن، در بازخرید بیمه عمر مؤثر است؛ البته چنین شرایطی زمینه را برای فروش غیراخلاقی بیمه‌گر و از سوی دیگر کزگزینی بیمه‌گذار فراهم می‌کند. پیچیدگی بیمه عمر برای بیمه‌گذاران با تحصیلات پایین دوچندان می‌شود و احتمال انتخاب نامساعد این افراد افزایش می‌یابد. همچنین بلندمدت بودن بیمه عمر، علاوه بر اینکه بیمه‌گذار را از پرداخت حق بیمه خسته می‌کند، سبب می‌شود به تدریج شرایط بیمه‌نامه خود را به فراموشی بسپارد. از سوی دیگر، این ویژگی زمینه را برای وعده‌های بی‌اساس بیمه‌گر، درباره نرخ سود و پوشش‌های بیمه، فراهم می‌کند که محقق‌نشده این وعده‌ها در آینده موجبات بازخرید بیمه عمر را فراهم می‌آورد.

طبق نظر مصاحبه‌شوندگان، نحوه محاسبه کارمزد نیز موجب فروش غیراخلاقی بیمه‌گر و کزگزینی بیمه‌گذار می‌شود. در دو نقطه، محاسبه کارمزد بیمه‌نامه تحت‌الشعاع قرار می‌گیرد: زمان فروش بیمه‌نامه و زمان بازخرید بیمه‌نامه. بیمه‌گر، در زمان فروش به منظور کسب حداکثر سود، پوشش‌های غیرضروری را به بیمه‌نامه اضافه می‌کند و موجب کزگزینی بیمه‌گذار می‌شود. در طول مدت بیمه، بیمه‌گذار به هر علتی، از جمله آگاهی‌یافتن از انتخاب نادرست خود، اقدام به بازخرید بیمه عمر می‌کند. بیمه‌گر، به علت کاهش کارمزد در سال‌های بعد، برای منصرف کردن بیمه‌گذار از بازخرید تلاشی نمی‌کند و ترجیح می‌دهد که انرژی خود را صرف فروش بیمه‌نامه‌های جدید کند.

تعاملاتی که پس از تصمیم به بازخرید رخ می‌دهد، نقش تعیین‌کننده‌ای در بازخرید یا بازخریدنکردن بیمه عمر دارد. چنانچه بیمه‌گر متخصص و مقید به فروش اخلاقی باشد، مجدداً به بیمه‌گذار مشاوره می‌دهد و او را هدایت می‌کند تا بیمه‌نامه خود را حفظ کند. مثلاً اگر بیمه‌گذار به‌خاطر نداشتن توان مالی تصمیم به بازخرید گرفته باشد، بیمه‌گر او را در راه چگونگی انطباق بیمه‌نامه با درآمد یا نحوه برداشت از سرمایه خود یا دریافت وام هدایت می‌کند. به اعتقاد مصاحبه‌شوندگان، ایجاد چنین تعاملاتی سبب می‌شود که بخش زیادی از بیمه‌گذاران از بازخرید بیمه عمر منصرف شوند و با کسب آگاهی و آموزش مجدد، بیمه‌نامه خود را با رضایت خاطر ادامه دهند و حتی درصدد بهبود و ارتقای شرایط بیمه‌نامه خود برآیند.

شق دیگر تعاملات پس از اقدام به بازخرید، به این شکل است که بیمه‌گر بنا به هر دلیلی، از جمله نداشتن تخصص یا رفتار غیراخلاقی یا کاهش کارمزد، به بیمه‌گذار مشاوره نمی‌دهد و وی را از مزایا و یا تسهیلات بیمه عمر مطلع نمی‌سازد. پیامدهای منفی ناشی از مشاوره‌ندادن به بیمه‌گذارانی که به علت نداشتن توان مالی اقدام به بازخرید می‌کنند به بازخرید بیمه عمر محدود می‌شود؛ اما در مورد بیمه‌گذارانی که به سبب

احساس خسران در سود حاصله یا آگاهی از فروش غیراخلاقی بیمه‌گر و یا کزگزینی اقدام به بازخرید می‌کنند، پیامدهای منفی تنها به بازخرید بیمه عمر ختم نمی‌شود، بلکه بیمه‌گذار هم از نماینده و هم از شرکت بیمه سلب اعتماد می‌کند و بی‌اعتمادی خود را به اطرافیان سرایت می‌دهد و تبلیغات و ویروسی بیمه‌گذار ناراضی به ضرر صنعت بیمه و بیمه‌گران تمام خواهد شد.

بر اساس یافته‌های تحقیق و با توجه به اینکه رفتار بیمه‌گر جزء شرایط مداخله‌گر در رفتار بازخرید بیمه عمر است، پیشنهاد می‌شود که شرکت‌های بیمه برای آموزش نمایندگان و سایر واسطه‌های فروش بیمه عمر و نیز تحت‌نظر داشتن رفتار اخلاقی آن‌ها اقدام لازم را به عمل آورند؛ همچنین شرکت‌های بیمه می‌توانند قبل از اجرای فرایند بازخرید، مطمئن شوند که به بیمه‌گذاران متقاضی بازخرید مشاوره مناسب داده شده است و در صورتی که دریافتند آن‌ها مشاوره مناسبی نگرفته‌اند، شرایط مشاوره‌دادن را فراهم کنند. به‌علاوه می‌توانند سازوکارهای کنترلی مناسب را، برای اطمینان از رفتار و مشاوره مناسب در قبال بیمه‌گذاران متقاضی، تهیه و تدوین نمایند.

به شرکت‌های بیمه پیشنهاد می‌شود که بازخرید بیمه‌نامه‌های عمر خود را یا با ایجاد واحدی مستقل و مستقر در شرکت‌های بیمه و صرفاً با کمک افراد آموزش‌دیده انجام دهند یا آن را به نمایندگانی که پایین‌ترین میزان بازخرید را با توجه به میانگین سطح فروش دارند، واگذار نمایند تا بدین‌وسیله از داده‌شدن مشاوره مناسب به متقاضیان بازخرید اطمینان حاصل شود.

شرکت‌های بیمه نیز می‌توانند، با بررسی منافع بیمه‌های عمر در سایر کشورهای پیشرو در این زمینه و عرضه پوشش‌های نوین در بیمه‌نامه‌های موجود، عوامل مربوط به نقش بیمه‌گر در بازخرید بیمه‌های عمر را کاهش دهند و با اضافه کردن پوشش‌های کاربردی به بیمه‌نامه، بیمه‌گذار را به ادامه قرارداد مشتاق کنند.

از طرف دیگر، شرکت‌های بیمه می‌توانند برای نمایندگان خود، به‌منظور تمدید پروانه نمایندگی، دوره‌های اجباری و امتیازی، در بحث بازخرید بیمه‌های عمر، برگزار کنند و به‌این‌ترتیب نقش مؤثری در به‌روزرسانی اطلاعات نمایندگان، در باب آسیب‌های بازخرید، ایفا کنند. همچنین، می‌توانند پرسشنامه‌ای طراحی کنند و در هنگام بازخرید در اختیار بیمه‌گذار قرار دهند تا بیمه‌گذار بتواند آزادانه دلایل بازخرید بیمه‌نامه را به بیمه‌گر اطلاع‌رسانی کند.

برای پژوهش‌های آتی هم پیشنهاد می‌شود که با توجه به تبیین شاخص‌های همه‌جانبه مربوط به عوامل مؤثر بر بازخرید بیمه‌های عمر در این تحقیق، این شاخص‌ها در جوامع آماری مناسب بررسی شوند و در صورت تأیید وجود این روابط، از نظر آماری، پرسش‌نامه‌های مناسبی طراحی شود و قبل از فروش بیمه عمر در اختیار مشتریان قرار گیرد تا بتوان چنین رفتاری را در آن‌ها پیش‌بینی کرد و در فروش بیمه‌نامه، به افرادی که نمرات بالایی در این شاخص‌ها دریافت می‌کنند، احتیاط لازم به عمل آورد.

به‌علاوه، محققان آتی می‌توانند درباره نحوه پرداخت کارمزد نماینده از سوی بیمه‌گر، در سال‌های میانی و پایانی بیمه‌نامه و ارتباط آن با کاهش بازخرید تحقیق کنند.

## منابع و ماخذ

- آقازاده، لطیف و رزمجوی، محرم (۱۳۸۶). بررسی علل بازخرید بیمه‌های عمر و پس‌انداز شرکت سهامی بیمه ایران در شهر ارومیه بین سال‌های ۱۳۸۰ لغایت ۱۳۸۵. چهاردهمین همایش بیمه و توسعه، تهران.
- بازرگان، عباس (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته؛ رویکردهای متداول در علوم رفتاری. تهران: نشر دیدار.
- پیکارجو، کامبیز (۱۳۸۰). بررسی حجم بازده سرمایه‌گذاری شرکت‌های بیمه دولتی و پیامدهای خصوصی‌سازی در بازار سرمایه. فصلنامه صنعت بیمه، ۱۶ (۴)، ۳۱-۶۰.
- حبیبی مرند، نازی (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر بازخرید بیمه عمر و سرمایه‌گذاری با تأکید بر عوامل خرد اقتصادی (مطالعه موردی: بیمه پارسیان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- دانایی‌فرد، حسن و اسلامی، آذر (۱۳۹۰). کاربرد استراتژی پژوهشی نظریه داده‌بنیاد در عمل: ساخت نظریه بی‌تفاوتی سازمانی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.
- دانایی‌فرد، حسن، الوانی، مهدی و آذر، عادل (۱۳۸۳). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: انتشارات صفار- اشراقی.
- عابد، مجتبی و سازگار، احمد (۱۳۹۷). تحلیل عوامل مؤثر بر بازخرید بیمه‌نامه‌های عمر و پس‌انداز. سمینار توسعه بیمه‌های زندگی، تهران.

- عباسی، ابراهیم و سازگار، احمد (۱۳۸۳). شناخت علل بازخرید بیمه‌نامه‌های عمر و پس‌انداز در شرکت بیمه ایران. فصلنامه صنعت بیمه، ۱۹(۲)، ۷۸-۱۱۹.
- علی‌احمدی، علیرضا و سعید نهایی، وحید (۱۳۸۶). توصیفی جامع از روش‌های تحقیق (پارادایم‌ها، استراتژی‌ها، طرح‌ها، رویکردهای کمی، کیفی و ترکیبی). تهران: انتشارات تولید دانش.
- قدمیان، شراره (۱۳۹۲). عوامل اقتصادی مؤثر بر بازخرید بیمه‌نامه عمر و پس‌انداز شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب.
- مهدوی کلیشمی، غدیر و ماجد، وحید (۱۳۹۰). تحلیل عوامل اقتصادی، اجتماعی و روان‌شناختی مؤثر بر تقاضای بیمه عمر در ایران. فصلنامه تحقیقات مدل‌سازی اقتصادی دانشگاه خوارزمی، ۵، ۲۱-۴۶.
- مهدوی کلیشمی، غدیر، افقی، رضا و عابد، مجتبی (۱۳۹۴). بررسی اثر ریسک‌گریزی بر بازخرید بیمه‌نامه‌های عمر: مطالعه موردی بازار بیمه ایران. پژوهشنامه بیمه، ۳۰(۳)، ۶۱-۷۵.

- Burkhardt, T.; Surrender., (2018) Risk in the context of the quantitative assessment of participating life insurance contracts under solvency II.
- Risks Belaygorod, A.; Zardetto, A.; Liu, Y., (2014). Bayesian modeling of shock lapse rates provides new evidence for emergency fund hypothesis. *North American Actuarial Journal*, 18(4), 501-514.
- Cerchiara, R.R.; Edwards, M.; Gambini, A., (2008). Generalized linear models in life insurance: decrements and risk factor analysis under Solvency II. In 18th international AFIR colloquium.
- Eling, M.; Kiesenbauer, D., (2014). What policy features determine life insurance lapse? An analysis of the German market. *Journal of Risk and Insurance*, 81(2), 241-269.
- Fang, H.; Kung, E., (2012). Why do life insurance policyholders lapse? The roles of income, health and bequest motive shocks (No. w17899). National Bureau of Economic Research.
- Fier, S.G.; Liebenberg, A.P., (2013). Life insurance lapse behavior. *North American Actuarial Journal*, 17(2), 153-167.
- Gemmo, I.; Goetz, M.R., (2016). Life insurance and demographic change: An empirical analysis of surrender decisions based on panel data. ICIR Working Paper Series, No. 24/16, International Center for Insurance Regulation. Goethe University Frankfurt, Frankfurt am Main.
- Hwang, Y., (2016). Empirical analysis of surrender dynamics in Taiwan life insurance companies. *bulletin français d'actuariat*, 16 (2), 115-127.
- Kagraoka, Y., (2005). Modeling insurance surrenders by the negative binomial model pp. 3-6. Working paper.
- Kannan, R.; Sarma, K.P.; Rao, A.V.; Sarma, S.K., (2008). Lapsation and its impact on Indian life insurance industry (2002-07). Insurance Regulatory and Development Authority, Occasional Paper, 04.
- Kiesenbauer, D., (2012). Main determinants of lapse in the German life insurance industry. *North American Actuarial Journal*, 16(1), 52-73.
- Kim, C., (2005). Modeling surrender and lapse rates with economic variables. *North American Actuarial Journal*, 9(4), 56-70.
- Knoller, C.; Kraut, G.; Schoenmaekers, P., (2011). On the Propensity to Surrender a Variable Annuity



- Contract. Discussion paper, Working Paper, Ludwig Maximilian Universitaet Munich.
- MacKay, A.; Augustyniak, M.; Bernard, C.; Hardy, M.R., (2017). Risk management of policyholder behavior in equity linked life insurance. *Journal of Risk and Insurance*, 84(2), 661-690.
- Milhau, X.; Loisel, S.; Maume-Deschamps, V., (2011). Surrender triggers in Life Insurance: What main features affect the surrender behavior in a classical economic context? *Bulletin Français d'Actuariat, Institutdes Actuaires*, 11 (22), 5-48.
- Moenig, T.; Zhu, N., (2018). Lapse and reentry in variable annuities. *Journal of Risk and Insurance*, 85(4), 911-938.
- Mulholland, B.S.; Finke, M.S., (2014). Does cognitive ability impact life insurance policy lapsation? Available at SSRN 2512076.
- Nolte, S.; Schneider, J.C., (2015). Don't lapse into temptation: A behavioral explanation for policy surrender . Available at SSRN 2555268.
- Nolte, S.; Schneider, J.C., (2017). Don't lapse into temptation: A behavioral explanation for policy surrender. *Journal of Banking & Finance*, 79, 12-27.
- Outreville, J.F., (1990). Whole-life insurance lapse rates, and the emergency fund hypothesis. *Insurance: Mathematics and Economics*, 9(4), 249-255.
- Renshaw, A.E.; Haberman, S., (1986). Statistical analysis of life assurance lapses. *Journal of the Institute of Actuaries*, 113(3), 459-497.
- Russell, D.T.; Fier, S.G.; Carson, J.M.; Dumm, R.E., (2013). An empirical analysis of life insurance policy surrender activity. *Journal of Insurance Issues*, 36(1), 35-57.
- Sirak, A.S., (2015). Income and unemployment effects on life insurance lapse. Working Paper.
- Strauss, A.; Anselm L.; Corbin, J., (1990). *Basics of Qualitative Research: William Newman and J. V. Charlese Summer, the Process of Management Concept Behaviour and Practice; Mc Graw-Hill Book Co.* 1965.
- Strauss, A.; Corbin, J., (1998). *Basics of qualitative research techniques.* Thousand Oaks, CA: Sage publications.