

ارزیابی امکان استفاده از توانمندی‌های صنعت بیمه کشور برای حمایت از بنگاه‌های تولیدی پس از ورود به سازمان جهانی تجارت (WTO)

منیرالسادات میراحسنی^۱

چکیده:

در این مقاله سعی شده که با استفاده از یک الگوی نظری، که در شرایط پیوستن به سازمان جهانی تجارت و موافقت‌نامه تجارت خدمات ارائه شده است، به بررسی تقابل میان روش‌های متفاوت دسترسی به بازار خدمات با توجه به ساختار بازار و مقررات حاکم پرداخته و تأثیر گسترده تعهدات بازار داخلی را برای یک ارائه دهنده خدمت خارجی بر بازار خدمت داخلی بررسی نماییم. با این هدف، با استفاده از آمارها و اطلاعات بیمه مرکزی ایران و با استفاده از مدل **Panel Data**، به مطابقت الگوی تحقیق در صنعت بیمه ایران پرداخته شده است.

۱. این مقاله با استفاده از یافته‌های پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده در رشته برنامه‌ریزی و تحلیل سیستم‌های اقتصادی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات دانشکده اقتصاد نوشته شده است.

واژگان کلیدی

آزادسازی تجاری، سازمان جهانی تجارت WTO، آزادسازی خدمات بیمه‌ای، ساختار بازار آزادسازی و موافقت‌نامه عمومی تجارت خدمات GATS، تقابل میان روش‌های متفاوت تعهدات دسترسی به بازار خدمات (شیوه استقرار ارائه‌دهندگان خدمات در کشور خارجی و شیوه عبور محصولات و خدمات از مرز)، ساختار بازار و مقررات حاکم، اعمال مقررات داخلی، ساختار صنعت بیمه ایران

مقدمه

موضوع تجارت بین الملل و تجارت آزاد در زمینه کالا از سال‌ها پیش مورد توجه سیاست‌گذاران و اقتصاددانان بوده است. در سال ۱۹۴۷ که موافقت‌نامه تعرفه و تجارت (گات)^۱ در هاوانا شکل گرفت، ایجاد شرایط با ثبات برای تجارت کالا مد نظر بود. با تأسیس سازمان جهانی تجارت^۲ در سال ۱۹۹۵ علاوه بر کالا، خدمات نیز تحت موافقت‌نامه عمومی تجارت خدمات^۳ قرار گرفت. موضوع تجارت کالا در همه جای دنیا تثبیت گردیده و واضح است، ولی مبحث تجارت خدمات از مفاهیم جدیدی است که نیاز به بررسی و تأمل بیشتر دارد. از آنجا که کشورهای در حال الحاق، اغلب مشارکت خارجی را در اقتصاد خدمات خود تجربه نکرده‌اند، مفاهیم و موضوعات ناآشنای دیگری نیز وجود دارند.

هدف این پژوهش را می‌توان بررسی الزامات الحاق ایران به سازمان جهانی تجارت در بخش خدمات بیمه برای حمایت از بنگاه‌های تولیدی ذکر نمود. چرا که با شناخت دقیق موافقت‌نامه تجارت خدمات و مفاهیم آزادسازی تجارت خدمات بیمه‌ای، که البته تفاوت زیادی با کالا داشته و انعطاف بیشتری نیز دارد، در شرایط الحاق به

۱. General Agreement on Tariff & Trade (GAT)

۲. World Trade Organization

۳. General Agreement on Trade in Services

سازمان جهانی تجارت، کشور متقاضی الحاق از قدرت چانه‌زنی بیشتری بهره‌مند خواهد شد، لذا شرکت‌های بیمه و صنعت بیمه کشور، متحمل ضرر کمتری شده و این موضوع، به دلیل نقش مؤثر بیمه در اقتصاد، بر سایر بخش‌های اقتصادی و اجتماعی کشور اثر به‌سزایی خواهد گذاشت.

تاریخچه نهضت جهانی شدن

نقطه آغاز نهضت جهانی شدن را در شکل جدید آن می‌توان سال ۱۷۷۶ دانست که کتاب آدام اسمیت^۱ با عنوان «تحقیقی در ماهیت و علل ثروت ملل» انتشار یافت و به طور خلاصه به نام «ثروت ملل» مشهور شد. در این کتاب برای اولین بار اصل «مزیت مطلق»^۲ مطرح شد. در ۱۸۱۷ دیوید ریکاردو^۳ با انتشار کتاب «اصول اقتصاد سیاسی و مالیات ستانی»^۴، نظریه «مزیت نسبی»^۵ را پایه‌گذاری کرد. طی سال‌های طولانی، به خصوص بعد از بحران جهانی ۱۹۲۹-۱۹۳۳ و متعاقب آن جنگ جهانی دوم و اشاعه دیدگاه‌های کینز، مداخلات دولت در اقتصاد توسعه یافت. این مداخلات ابتدا برای جلوگیری از رکود و بحران و ترمیم ویرانی‌های جنگ صورت گرفت، ولی به تدریج برای دولت به عنوان یک منبع مالی و اعمال قدرت درآمد. تجارت بین‌المللی هم از زمان جنگ جهانی دوم به سرعت افزایش یافت. اما مداخلات دولت‌ها در تجارت بین‌الملل و عرضه و تقاضای آزاد کشورها به مرحله‌ای رسید که آزادسازی اقتصادی و مقررات‌زدایی به عنوان راه‌حل نهایی و اضطراری مورد توجه قرار گرفت. نهایتاً موافقتنامه عمومی تعرفه و تجارت موسوم به گات با هدف افزایش تجارت بین‌الملل از

۱. Adam Smit

۲. Absolute Advantage

۳. David Ricardo

۴. Principle of Political Economy and Taxation

۵. Comparative Advantage

طریق حذف موانع تجاری ایجاد شد و پس از حدود پنجاه سال، سازمان جهانی تجارت به منظور تسهیل تجارت بین‌المللی در سال ۱۹۹۵ تأسیس شد.

مکاتب و نظریه‌های تجارت بین‌الملل

طی قرن‌های متمادی مکاتب و نظریه‌های مختلفی درباره تجارت بین‌الملل ارائه شده است. عقاید مرکانتیلیسم^۱ مبتنی بر کسب ثروت از طریق تجارت از حدود قرن پانزدهم تا قرن هجدهم بر اروپا حاکم بود. مکتب کلاسیک با نظریه‌های آدام اسمیت در مورد مزیت مطلق آغاز شد و دیوید ریکاردو نظریه مزیت نسبی را در تکمیل نظریه‌های او مطرح کرد. جان استوارت میل^۲ با تقسیم آثار تجارت راه را ادامه داد و هابلر^۳ نظریه هزینه فرصت را مطرح نمود. مکتب نئوکلاسیک با نظریه‌های هیکچر-اوهلین^۴ و پل ساموئلسون عقاید موافق با تجارت آزاد را رونق بخشید. در این میان کسانی هم بودند که با تجارت آزاد مخالفت می‌کردند و دلایل آنها برای حمایت‌گرایی بیشتر متوجه صنایع نوپای کشورهای در حال توسعه بود. فردریک لیست^۵، راثول پربیش^۶، هانس سینگر^۷، گونار میردال^۸ و مایکل تودارو^۹ از جمله منتقدان تجارت آزاد شمرده می‌شوند. بالاخره برتلین اوهلین^{۱۰} موضوع مزیت پویا را مطرح نمود و تعیین‌کننده اصلی و

۱. Merchantalism
۲. John Stuart Mill
۳. Guttfried Haberler
۴. Heckscher-Ohlin
۵. Friedrich List
۶. Raul Prebisch
۷. Hans Wolfgang Singer
۸. Gunnar Myrdal
۹. Mychel Todarow
۱۰. Bertlin Ohlin

اساسی مزیت نسبی یک کشور را مواهب و دارایی‌های نسبی عوامل عرضه نسبی منابع طبیعی، زمین و سرمایه - که نهاده‌های ضروری تولیدند - برشمرد.

نظریه‌های نوین تجارت بین‌الملل درخصوص تأثیر تجارت بر رشد اقتصادی و ادبیات نظری تأثیر تجارت بر رشد اقتصادی جهت‌گیری‌های خود را در دو دهه اخیر از دست داده است، به طوری که نظریه‌های نوین تجارت بین‌الملل در واقع رویکرد برون‌گرایی نظام تجاری را بر رویکرد درون‌گرا (استراتژی جایگزینی واردات) ترجیح می‌دهند.^۱ در سه دهه اخیر، اقتصادهای باز در مقایسه با اقتصادهایی که از ساختار حمایتی برخوردار هستند رشد سریع‌تری داشته‌اند.

به‌علاوه، اکثر کشورهایی که از سیاست جایگزینی واردات پیروی کرده‌اند با بحران‌های اقتصادی مواجه شده و بعضاً فرو پاشیده‌اند.^۲ مطالعات انجام شده درباره آزادسازی تجاری و مطالعات متعدد در خصوص آزادسازی تجاری نشان می‌دهد که آزادسازی تجاری به رشد اقتصادی کشورها می‌انجامد و رابطه مثبت و معنی‌داری بین این دو قابل مشاهده است: «دالر»^۳، «ادواردز»^۴، «بارو و سالایی مارتین»^۵، «ساجز و وارنر»، «وکزیارگ» و «موکیدیس»^۶ و سایر مطالعات مشابه از طریق مدل‌های رگرسیون مقطعی در مقایسه بین کشورها، مطالعات سری زمانی تحولات اقتصادی کشورهای مختلف در قبل و پس از آزادسازی تجاری و ترکیب داده‌های مقطعی و مجموعه‌های زمانی به صورت پانل (Panel Data) نشان داده‌اند که آزادسازی تجاری به رشد اقتصادی سریع‌تر کشورها منجر می‌شود. از سوی دیگر، براساس مطالعه وموکیدیس

۱. Krueger (۱۹۹۷)

۲. Sachs and Warner (۱۹۹۵)

۳. Dollar

۴. Edwards

۵. Barro and Sala-I-Martin

۶. Vamvakidis

اقتصادهای بازار در دستیابی به رشد اقتصادی موفق‌تر عمل کرده‌اند؛ در حالی که اقتصادهای بسته حتی در صورت حضور در یک بلوک تجارت منطقه‌ای نیز رشد کندتری داشته‌اند.

روند تأسیس سازمان های بین المللی تجاری

اندیشهٔ ایجاد یک سازمان جهانی ناظر بر روابط تجارت بین‌المللی تسهیل کنندهٔ تجارت جهانی به سال‌های پس از خاتمهٔ جنگ جهانی دوم برمی‌گردد. در دسامبر ۱۹۴۵ دولت آمریکا پیشنهاد کرد که کنفرانسی مرکب از نمایندگان کشورها برای بررسی مسائل مربوط به منع محدودیت‌های کمی، کاهش حقوق گمرکی و به طور کلی تأسیس یک سازمان بین‌المللی تجاری^۱ تشکیل شود. این کنفرانس از ۱۸ تا ۲۶ نوامبر ۱۹۴۶ در لندن برگزار گردید. ولی به دلیل مخالفت کشورهای شرکت کننده، بی‌نتیجه پایان یافت. چندی بعد در شورای اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل، اندیشهٔ تشکیل کنفرانسی پیرامون تجارت بین‌الملل به وجود آمد و کمیته‌ای مرکب از نمایندگان کشورهای آمریکا، کانادا، انگلیس، فرانسه و کشورهای بلژیک، هلند و لوکزامبورگ مأمور تدارک مقدمات آن شدند. این کمیته به تهیهٔ پیش‌نویس منشور تجارت جهانی پرداخت و سرانجام کنفرانس هاوانا از ۲۱ نوامبر ۱۹۴۷ تا ۲۴ مارس ۱۹۴۸، با حضور نمایندگان ۵۶ کشور، در پایتخت کوبا تشکیل شد. در این کنفرانس طرح منشور تجارت جهانی از طرف ۵۳ هیئت نمایندگی به امضا رسید. (موافقتنامهٔ عمومی تعرفه و تجارت ، اهداف ، اصول و قواعد گات)

برای تحقق بخشیدن به ظهور زمینه‌های مناسب در عرصهٔ تجارت جهانی و به منظور سازگار نمودن خط مشی‌ها، استراتژی‌ها و سیاست‌های تجاری کشورها موافقتنامهٔ عمومی تعرفه و تجارت تشکیل شد. این توافقنامه به دنبال آن بود که در

۱. International Trade Organization (ITO)

بلندمدت، با ایجاد تفاهم و درک متقابل و چند جانبه میان کشورها، شرایط باثباتی را برای انجام تجارت آزاد پدید آورد. هدف اصلی گات از نظام چند جانبه‌ای که برای تجارت کالا وضع می‌نماید؛ فراهم نمودن محیطی باثبات و قابل پیش بینی برای صنایع و بنگاه‌های کشورهای است که در آن محیط بتوانند تحت شرایط رقابت عادلانه و برابر با یکدیگر تجارت کنند. در عمل، چارچوب گات بر چهار قاعده اصلی حمایت از صنایع داخلی از طریق تعرفه‌ها، تثبیت تعرفه‌ها، تجارت طبق شرط دولت کامله الوداد^۱ و قاعده رفتار ملی بنا شده است.

سازمان جهانی تجارت (WTO)

سازمان جهانی تجارت؛ سازمانی فراگیر و مسئول نظارت بر اجرای تمامی موافقتنامه‌های چندجانبه و دارای چند طرف است که در دور اروگوئه مورد مذاکره قرار گرفتند. اهداف اساسی آن مشابه اهداف گات است که البته به عنوان نهادی جداگانه منحل شد و به بخشی از سازمان جهانی تجارت تبدیل شد.

موافقتنامه عمومی مربوط به تجارت خدمات (GATS)

یکی از دستاوردهای دور اروگوئه، موافقتنامه عمومی مربوط به تجارت خدمات است. قواعد گات تا آن زمان فقط مربوط به تجارت کالا بود، ولی پس از این نشست، طبق توافق صورت گرفته، قواعد اصلی حاکم بر تجارت کالا بر تجارت خدمات نیز اعمال شد. البته این قواعد به طور مناسبی اصلاح شدند تا اختلافات بین کالاها و خدمات و چهار شیوه‌ای که طبق آن تجارت بین‌المللی خدمات انجام می‌گیرد، مشخص شوند.

خدمات مالی در GATS به دو حوزه بزرگ تقسیم می‌شود؛ یکی خدمات بیمه و مرتبط با بیمه و دیگری بانک و سایر خدمات.

۱. Most Favored Nation (MFN)

اختلاف میان کالاها و خدمات

در تعریف اکونومیست از خدمات چنین آمده است: «هر چیزی که در معامله‌ای فروخته شود ولی نتوان آن را رؤیت نمود، یک خدمت محسوب می‌شود.» یکی از ویژگی‌های اصلی خدمات این است که برخلاف کالاها، نامحسوس و غیر قابل لمس هستند. علاوه بر این، خدمات را نمی‌توان ذخیره نمود. همچنین موانع تجارت خدمات برخلاف کالا تعرفه‌ای نیست بلکه به صورت محدودیت‌های قانونی است. مجموعه این ویژگی‌ها موجب شد که موافقتنامه عمومی تجارت خدمات، رویکرد ویژه‌ای را اتخاذ نماید.

اختلاف عمده دیگر میان کالاها و خدمات در روش اعطای حمایت از سوی دولت به صنایع داخلی است. صنایعی که کالا تولید می‌کنند، عموماً با وضع تعرفه‌ها یا سایر اقدامات مرزی نظیر محدودیت‌های کمی حمایت می‌شوند. البته مقررات سازمان جهانی تجارت از کشورها می‌خواهد تا این قبیل حمایت را از طریق تعرفه‌ها انجام دهند و آنها را تشویق می‌کند که از محدودیت‌های کمی یا سایر اقدامات محدود کننده مشابه استفاده نکنند. به دلیل غیر محسوس بودن خدمات و از آنجایی که بسیاری از معاملات خدمات متضمن انتقالات فرامرزی نیست، حمایت از صنایع خدماتی نمی‌تواند از طریق اقدامات گمرکی اعمال شود. صنایع خدماتی عمدتاً با وضع مقررات داخلی ملی در مورد سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و مشارکت عرضه‌کنندگان خارجی خدمات در صنایع داخلی مورد حمایت قرار می‌گیرند. برای مثال این قبیل مقررات ممکن است عرضه‌کنندگان خارجی خدمات (مثل شرکت‌های بیمه و یا بانک‌ها) را از سرمایه‌گذاری یا تأسیس شعبه که برای عرضه خدمات ضروری است، منع نماید.

چهار شیوه معاملات بین المللی خدمات

برخلاف معاملات بین المللی کالاها که مستلزم عبور مادی از مرزهای یک کشور است، خدمات از لحاظ بین المللی مطابق با یک شیوه یا ترکیبی از چهار شیوه عرضه به شرح زیر ارائه می شوند:

۱. عبور محصولات خدمات از مرز: در این حالت عرضه کننده خدمت بدون آن که در کشور دیگر حضور یابد خدمات را به مصرف کننده عرضه می کند. در مورد خدمات بیمه این شیوه رایج است؛ یعنی یک شرکت بیمه خارجی، بدون آن که شعبه یا نمایندگی در کشور دیگری ایجاد نماید، از طریق اینترنت، فاکس و ... به صدور بیمه نامه برای مصرف کننده در کشور دیگر اقدام می نماید. به عبارت دیگر، در این شیوه بیمه گذار در یک کشور و بیمه گر در کشور دیگر حضور دارند. در معاملات بین المللی بیمه این شیوه به خصوص در مورد بیمه های حمل و نقل و اتکایی بسیار رایج است.
۲. مصرف در خارج: در این شیوه مصرف کننده با حضور در کشوری که در آن خدمات عرضه می شود، از آن بهره مند می شود. کاربرد این شیوه عمدتاً در خدمات گردشگری و پزشکی است و می تواند در زمینه بیمه های درمانی، عمر و حوادث شخصی کاربرد داشته باشد.
۳. حضور تجاری: در این حالت عرضه کننده خارجی اقدام به تأسیس شعبه شرکت فرعی یا نمایندگی در کشور مصرف کننده می نماید. این شیوه رایج ترین نوع ارائه خدمات در سطح بین المللی است. در مورد خدمات بیمه تأسیس نمایندگی بیمه، سرمایه گذاری مشترک و تأسیس شعبه بسیار رایج است.
۴. انتقال اشخاص حقیقی: نقل مکان موقت اشخاص حقیقی به کشور دیگر به منظور ارائه خدمات در آن کشور، شیوه ای است که کاربرد محدودی دارد. در مورد خدمات بیمه می توان از حضور مشاوران بیمه و اکچوئرها به عنوان اشخاص حقیقی برای عرضه خدمات جنبی بیمه و یا واسطه گری نام برد.

تعهدات موافقتنامه عمومی تجارت خدمات

• چارچوب قواعد

۱. رفتار دولت های کامله الوداد: متن چارچوب، تعهدی را برای اعمال رفتار دولت کامله الوداد در موارد زیر ایجاد می‌نماید:

- برای محصولات خدمت

- برای عرضه کنندگان خدمت

براساس این اصل کشورهای عضو متعهد می‌شوند که میان عرضه کنندگان خدمات کشورهای مختلف تبعیض قائل نشوند و با خدمات عرضه شده از سوی تمامی کشورهای عضو رفتار یکسانی را در پیش گیرند. طبق این اصل هر اقدامی که در آزادسازی تجارت خدمات به صورت دو جانبه و یا یک جانبه صورت گیرد، به تمامی کشورهای عضو تسری پیدا می‌کند. این اصل به گونه‌ای تفسیر نمی‌شود که اعضا را از اعطای امتیاز به کشورهای همسایه و یا شرکت در موافقتنامه‌های یکپارچگی اقتصادی بازدارد. در گات این اصل بدون قید و شرط اعمال می‌گردد، اما در GATS این امکان وجود دارد که کشورها پیشاپیش در جداول خاصی، خود را از اعمال این اصل در برخی بخش‌ها معاف نمایند.

۲. شفافیت^۱: تأسیس واحدهای تماس و پاسخگو: عرضه‌کنندگان خارجی می‌دانند که تجارت با شرکت های کشورهای دیگر، به دلیل قواعد و مقرراتی که در آنجا اعمال می‌شود، می‌تواند مشکل باشد. شفاف نبودن این قبیل قواعد، حتی در بخش‌های خدمات که مقررات داخلی ابزارهای اصلی مورد استفاده برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی در مقابل رقبای خارجی است، مشکلات جدی تری به وجود می‌آورند. از این رو، موافقتنامه مقرر می‌دارد که هر کشور عضو یک یا چند واحد پاسخگو تأسیس نماید که سایر کشورهای عضو بتوانند از آنها اطلاعاتی درباره قوانین و مقررات مؤثر

بر تجارت در بخش‌های خدمات را، که صنایع کشورهايشان در آنها نفع تجاری دارند، به دست آورند. موافقتنامه مقرر می‌دارد واحدهای تماس در صورت درخواست، به عرضه کنندگان خدمات در کشورهای در حال توسعه اطلاعاتی را دربارهٔ فراهم بودن تکنولوژی خدمات، جنبه های تجاری و فنی عرضه خدمات، ثبت، تأیید و کسب صلاحیت های حرفه‌ای ارائه دهند.

۳. تأیید متقابل صلاحیت‌های مورد نیاز برای عرضه خدمات: شرکت‌ها یا اشخاصی که خدمات را ارائه می‌دهند باید گواهی‌ها، پروانه‌ها یا مجوزهای دیگری را به دست آورند که به آنها اجازه بدهد که تجارت کنند. عرضه‌کنندگان خارجی اغلب در می‌یابند که اخذ این قبیل مجوزها به دلیل الزامات قانونی متفاوت دربارهٔ صلاحیت‌های آموزشی و تجربه کاری، مشکل است. برای غلبه بر این مشکلات، موافقتنامه کشورهای عضو خود را ترغیب می‌کند که ترتیبات دو یا چند جانبه برای تأیید متقابل صلاحیت های مورد نیاز برای اخذ مجوز منعقد کنند.

۴. مقررات حاکم بر انحصارها، عرضه کنندگان انحصاری خدمات و سایر رویه‌های بازرگانی محدودکننده: غالباً صنایع خدماتی در بازار داخلی از قدرت انحصاری برخوردارند. در این قبیل موارد اعضا متعهدند تضمین کنند که این عرضه‌کنندگان از انحصار یا حقوق انحصاری خود سوء استفاده نکرده و یا به شیوه‌ای ناسازگار با تعهدات کلی و ویژه این کشورها طبق موافقتنامه عمل نمی‌کنند.

۵. افزایش مشارکت کشورهای در حال توسعه در تجارت خدمات: ماده ۴ موافقتنامه بیان می‌دارد که توسعهٔ صنایع خدماتی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه متقارن نیست و این مسأله می‌بایست در مذاکرات آزادسازی تجارت در بخش خدمات مورد توجه قرار گیرد. برای کمک به کشورهای در حال توسعه به منظور گسترش صنایع خدماتی در این کشورها رویکردی سه وجهی در موافقتنامه پیش بینی شده است:

الف) در موافقتنامه از کشورها خواسته شده است تا شیوه‌های عرضه و بخش‌های خدماتی‌ای را که کشورهای در حال توسعه در آن نفع تجاری دارند، در اولویت آزادسازی قرار دهند.

ب) طبق این موافقتنامه به منظور ارتقای رشد صنایع خدماتی در کشورهای در حال توسعه، این کشورها می‌توانند اگر لازم باشد، سطوح بالاتر حمایت را، چه در کل و چه در هر یک از بخش‌ها، حفظ کنند. از این رو مقرر می‌دارد که این کشورها باید آزاد باشند تا بخش‌های کمتری را در معرض رقابت وارداتی قرار دهند و در انواع کمتری از معاملات به آزادسازی دست بزنند.

پ) موافقتنامه مقرر می‌دارد که در حین پذیرش تعهد به آزادسازی، کشورهای در حال توسعه می‌توانند شرایطی را وضع نمایند و عرضه‌کنندگان خارجی مایل به سرمایه‌گذاری در صنعت خدمات و تأسیس شرکت در این بخش‌ها، ملزم به سرمایه‌گذاری مشترک به شرکت‌های محلی بشوند. و به شرکت‌های محلی اجازه دسترسی به تکنولوژی آنها و یا دسترسی به اطلاعات مجاری توزیع آنها را بدهند.

• تعهدات آزادسازی

این تعهدات مختص بخش‌های خدمات و زیر بخش‌های آن است که در فهرست جدول تعهدات هر کشور درج شده‌اند (تعهدات کشورهای عضو هرچند که همگی در چارچوب GATS سپرده شده است، اما با یکدیگر تفاوت‌هایی دارند).

• تعهدات دسترسی به بازار

حمایت از صنایع خدماتی داخلی اساساً از طریق مقررات داخلی و نه از طریق اقدامات مرزی (تفاوت کالا با خدمات) اعطا می‌شود. از این رو موافقتنامه تأکید می‌کند که تعهدات برای آزادسازی و دسترسی به بازار باید به شکل تعدیل مقررات داخلی باشد تا دسترسی به بازار برای محصولات خدماتی و عرضه‌کنندگان خدمات در چهار شیوه انجام تجارت خدمات، آسان نماید.

• تعهدات رفتار ملی^۱

قاعده رفتار ملی مانع از آن است که کشورهای عضو بر محصولات وارداتی، که با پرداخت عوارض گمرکی و سایر مخارج به کشور وارد شده است، مالیات بالاتری نسبت به محصول مشابه داخلی وضع کنند یا مقررات را در خصوص محصولات وارداتی نسبت به محصول مشابه داخلی سختگیرانه‌تر اجرا کنند.

از آنجا که کشورها تعرفه‌هایی بر واردات خدمات وضع نمی‌کنند، اعمال اصل رفتار ملی، با الزام کشورها به اعمال مقررات ملی خود به نحوی یکسان نسبت به عرضه‌کنندگان داخلی و خارجی، منجر به از دست رفتن ناگهانی کل حمایت از صنایع خدماتی داخلی خواهد شد. به این دلیل توافق شد که کشورها اصل رفتار ملی را از طریق مذاکراتی تعمیم دهند.

مغایرت قوانین و مقررات حاکم بر صنعت بیمه کشور با الزامات سازمان

جهانی تجارت

براساس موافقتنامه عمومی مربوط به تجارت خدمات، کشورهای عضو نباید مانع اقدامات یک عضو برای حمایت از سرمایه‌گذاران، سپرده‌گذاران، صاحبان اوراق بیمه یا اشخاصی که عرضه‌کننده خدمات مالی هستند، گردند. در حالی که:

الف) به موجب اصل ۴۴ و نیز اصل ۸۱ قانون اساسی، اولاً صنعت بیمه دولتی تلقی گردیده ثانیاً امکان مشارکت شرکت‌های خارجی در سیستم بیمه‌ای کشور ممنوع اعلام شده است.

ب) طبق قانون بیمه ایران، شروع فعالیت مؤسسات بیمه خارجی در ایران و واگذاری سهام مؤسسات بیمه ایرانی غیر دولتی به اشخاص حقیقی تبعه خارج تا ۲۰ درصد، با موافقت بیمه مرکزی ممکن است و بیش از آن با پیشنهاد بیمه مرکزی و

تأیید شورای عالی بیمه و تصویب هیئت وزیران میسر خواهد بود. ضمناً در این مورد، انتقال سود سهام سهام‌داران خارجی در هر سال نباید از ۱۲ درصد مجموع سرمایه پرداخته شده و سود انتقال نیافته سال‌های قبل تجاوز نماید.

اهمیت و نقش صنعت بیمه

پیشرفت بیمه با توسعه اقتصادی کشور مقارن است. ترمیم وضع اقتصادی یک کشور، افزایش مبادلات و ترقی سطح زندگی و توسعه سرمایه‌گذاری موجب پیشرفت بیمه در هر کشور می‌شود و متعاقباً پیشرفت و اشاعه بیمه نیز به بهبود وضع معیشت افراد کشور و حفظ ثروت ملی و تشکیل پس‌اندازهای بزرگ کمک می‌کند. تشخیص این که کدام یک عامل توسعه و اصلاح وضع دیگری است کار ساده‌ای نیست، اما می‌توان گفت که اگر اقتصاد یک کشور متکی به بیمه و تأمین ناشی از آن نباشد، آن اقتصاد در معرض تهدید خطرهای بی‌شمار قرار می‌گیرد.

صنعت بیمه با ارائه خدمات بیمه‌ای و ایجاد پس‌اندازها در سطح کلان و حضور در بازار سرمایه موجب تقویت و تشکیل سرمایه در اقتصاد می‌شود. بدیهی است با برداشتن محدودیت‌های سرمایه‌گذاری بابت حق بیمه‌های دریافتی صنعت بیمه، این صنعت می‌تواند علاوه بر خرید و فروش اوراق قرضه و تأمین مالی بانک‌ها، به طور مستقیم در سرمایه‌گذاری نقش داشته باشد. همچنین با گسترش سرمایه‌گذاری از طریق افزایش امنیت و تشکیل سرمایه، شاهد رشد بیشتری در این صنعت خواهیم بود.

وضعیت صنعت بیمه در جهان و در مقایسه با ایران

سرانه حق بیمه در ایران در مقایسه با کشورهای منطقه خاورمیانه و آسیای مرکزی در سال ۲۰۰۱ نشان می‌دهد که ایران از لحاظ رشد صنعت بیمه در مقایسه با متوسط کشورهای منطقه و همسایگان موقعیت مناسبی نداشته است. برای مثال حق بیمه سرانه کشور مالزی و سهم آن از بازار جهانی بیش از ۶ برابر حق بیمه سرانه و سهم ایران در بازارهای جهانی است. ذکر این نکته لازم است که در سال ۱۳۸۱ هر ایرانی به طور

متوسط ۱۳۸/۸ هزار ریال حق بیمه پرداخت نموده و ضریب نفوذ بیمه ای (نسبت حق بیمه به تولید ناخالص داخلی) از مرز یک درصد گذشته و به ۱/۰۲ درصد رسیده است. جدول ۱. شاخص های مهم بیمه ای در کشورهای منتخب در مقایسه با کشور ایران در سال ۲۰۰۱ (رتبه بر اساس مقدار حق بیمه و بر اساس GDP، نفوذ بیمه ای و تراکم بیمه ای)

نام کشور	رتبه بر اساس مقدار حق بیمه	حق بیمه به میلیون دلار	حق بیمه سرانه به دلار	نسبت حق بیمه به GDP (به درصد)	سهم از کل بازار جهانی بیمه (به درصد)	رتبه بر اساس GDP
امریکا	۱	۹۰۴۰۲۱	۳۲۶۶	۸/۹۷	۳۷/۵۴	۱
ژاپن	۲	۴۴۵۸۴۵	۳۵۰۷/۵	۱۱/۰۷	۱۸/۵۱	۲
انگلیس	۳	۲۱۸۳۸۰	۳۳۹۳/۸	۱۴/۱۸	۹/۰۷	۴
کره جنوبی	۷	۵۰۵۳۷	۱۰۶۰/۱	۱۲/۰۷	۲/۱۰	۱۳
مکزیک	۲۱	۱۱۱۷۶	۱۱۲/۶	۱/۸۱	۰/۴۶	۹
برزیل	۲۴	۱۰۷۷۵	۶۴	۲/۱۴	۰/۴۵	۱۱
مالزی	۳۳	۴۷۱۸	۱۹۸/۳	۵/۱۸	۰/۲۰	۳۹
ایران	۵۰	۷۲۵	۱۱/۲	۰/۸۲	۰/۰۳	۴۰

مأخذ: شرکت بیمه سونیس ری، مجله سیکما، ۲۰۰۲. *مال و مطالعات رسمی*

بررسی و ارائه الگوی مدل به کار رفته در تحقیق

موافقتنامه عمومی تجارت خدمات GATS قصد دارد قواعد پوشش دهنده تجارت کالا را به تجارت خدمات تعمیم دهد. زمانی که کشوری وارد مذاکرات الحاق می شود، کشورهای عضو از او می خواهند که بخش هایی از خدمات خود را به روی کشورهای خارجی باز نماید. مدل مطرح شده در این بخش توسط دو اقتصاددان عضو مؤسسه تینبرگن^۱، به نام های جوزف فرانکوئیس^۲ از دانشگاه روتردام^۳ و یان ووتون^۴ از دانشگاه

۱. Tinbergen Institute

۲. Joseph Francois

۳. Erasmus University Rotterdam

۴. Ian Wooton

کلاسگو^۱ ارائه شده است. این مقاله به بررسی تأثیرهای ساختار بازار و آزادسازی تجاری تحت شرایط پیوستن به سازمان جهانی تجارت و اصول موافقتنامه تجارت خدمات پرداخته است. با توجه به این که ساختار صنعت بیمه در کشور ایران با شرایط مطرح شده در مدل هم‌خوانی و شباهت زیاد دارد، در این فصل به عنوان یک مدل نظری قابل استفاده در کشور (که البته در کشورهای عضو سازمان به صورت تجربی کاربرد داشته است) معرفی و ترجمه قسمت‌هایی از مقاله آورده شده است.

ساختار بازار، آزادسازی و موافقت‌نامه عمومی تجارت خدمات GATS^۲

برای بررسی موضوع، با یک مدل ساده از بخش خدمات داخلی که در رقابت ناقص به سر می برد، شروع می‌کنیم. الیگوپولی داخلی با یک بنگاه بین مرزی رقابت می‌کند. صنعت داخلی از رقابت خارجی حمایت می‌شود. در این چارچوب، به بررسی مفاهیم کاهش این موانع و دسترسی آزاد بنگاه خارجی به مشتریان در کنار بزرگ شدن بنگاه خارجی با استقرار در کشور داخلی می‌پردازیم.

الف) ساختار پایه: به صورت سنتی، بازاری برای خدمت همسان S ، در کشور بومی h در نظر بگیرید. این خدمت به وسیله n بنگاه داخلی یکسان، به صورت یک صنعت مقرراتی ارائه می‌شود، همچنین یک بنگاه واحد خارجی f ، که در خارج پایه‌ریزی شده است، برای خدمت رسانی به مشتریان داخلی با موانعی مواجه است. عکس معادله تقاضا برای این خدمت، قیمت بازار را به مقدار کل عرضه شده در بازار مربوط می‌کند (مجموع محصول بنگاه‌های بومی و بنگاه خارجی):

$$1) \quad p = x - y(nq_h + q_f)$$

۱. University of Glasgow

۲. Francois, Joseph & Wooton, Ian - Market Structure, Trade Liberalization and the GATS- Tinbergen Institute Discussion Paper, ۲۰۰۰

معادله درآمد دو نوع بنگاه، مستقیماً از منحنی تقاضای ۱ استخراج می شود:

$$۲) R_i = [x - y(nq_h + q_f)]q_i, \text{ for } i = h, f$$

بنگاه‌های بومی با هزینه نهایی c مواجه هستند، در حالی که بنگاه خارجی برای ارائه خدمت به مشتریان بومی باید علاوه بر آن، t را نیز پردازد. این هزینه ممکن است به صورت مالیات‌های خارج از مرز بازتاب داشته باشد، اما بهتر است که به عنوان نتایج مقررات و دیگر موانع پیش روی عملیات خارجی در بازار بومی در نظر گرفته شود. البته بنگاه خارجی ممکن است خدمات خود را در یک بازار سومی هم بفروشد. ما در اینجا فرض می‌کنیم که عملاً بازار چند بخشی داریم که با فرض هزینه ثابت نهایی که ادغام می‌شود به ما اجازه می‌دهد که با مدل گسترده در این بخش جلو برویم. در نتیجه، هزینه‌های کل و هزینه‌های نهایی دو نوع بنگاه به ترتیب چنین خواهند بود:

$$۳) \begin{matrix} MC_h = c & C_h = cq_h \\ MC_f = c+t & C_f = (c+t)q_f \end{matrix}$$

درآمد نهایی بنگاه خارجی به وسیله مشتق جزئی از فرمول ۲ به دست می‌آید. بنگاه‌ها با قبول فرض کورنو، استراتژی مقدار را به کار می‌گیرند، در حالی که این فرض، عکس‌العملی که در نتیجه شکل رقابتی بود به ما نمی‌دهد چون $\partial q_h / \partial q_f = 0$ می‌شود و درآمد نهایی که بنگاه‌ها کسب می‌کنند برابر است با:

$$۴) MR_f = x - y(nq_h + 2q_f)$$

باتساوی درآمد نهایی با هزینه نهایی برای بنگاه خارجی تابع عکس‌العمل به دست می‌آید:

$$۵) q_f(q_h) = \frac{x - (c+t) - y n q_h}{2y}$$

درآمد نهایی بنگاه بومی به ساختار مفروض بازار داخلی بستگی دارد. طبق فرض، بنگاه‌های بومی طبق مقررات عمل نموده و طبیعت این مقررات برای رفتار بنگاه سرنوشت ساز است. برای محدود کردن دامنه آثار، دو فرض حدی درباره مقررات انتخاب می‌کنیم. اول اینکه قانون‌گذار مطمئن است که بنگاه‌های داخلی به

طور مستقل رفتار می‌کنند. فرض حدی دیگر این است که قانون‌گذار داخلی بنگاه‌های داخلی را به تبانی و هم‌دستی تشویق می‌نماید، همانند این که به صورت یک کارتل عمل کنند. در هر صورت بنگاه خارجی طبق اولین فرض، یک رقابتگر کورنو است.^۱ در ادامه به موضوع شرکت بنگاه خارجی در تبانی به عنوان یکی از اعضای کارتل می‌پردازیم. ابتدا درآمد نهایی کسب شده برای یک بنگاه بومی غیرمشارکتی نمونه اندیس h_n را در نظر بگیرید که طبق فرض کورنو عمل می‌کند و رقبای داخلی و خارجی او در پاسخ به تغییر محصول او، محصولاتشان را تغییر نمی‌دهند:

$$\partial q_{hk} / \partial q_{hj} = \partial q_f / \partial q_{hj} = 0, \text{ for } k \neq j$$

$$۶) MR_{h_n} = x - y[(n+1)q_h + q_f]$$

به طور قرینه، فرض می‌شود که همه بنگاه‌های داخلی همان سطح محصول را انتخاب می‌کنند. با مطابقت تابع عکس‌العمل برای یک بنگاه بومی غیرمشارکتی منفرد داریم:

$$۷) q_{h_n}(q_f) = \frac{x - c - yq_f}{(n+1)y}$$

این می‌تواند با رفتار بنگاه نمونه، که قسمتی از یک کارتل مقرراتی است، مقایسه شود (نشان داده شده با hc). این بنگاه با بنگاه‌های داخلی دیگر همکاری می‌نماید، یعنی محصول مطابق مقدار پیش‌بینی شده است. در نتیجه درآمد نهایی کسب شده توسط یک بنگاه بومی مشارکتی نمونه برابر است با:

$$۸) MR_{hc} = x - (2nq_h + q_f)$$

تابع عکس‌العمل مشابه چنین است:

$$۹) q_{hc}(q_f) = \frac{x - c - yq_f}{2ny}$$

۱. ما به جای برتراند، فرض رقابت کورنو داریم، متعاقباً نتایج رقابت بین بنگاه‌های بومی و خارجی، قیمت را به سطح رقابتی آن می‌کشاند

ب) تعادل محصول: تابع عکس‌العمل بنگاه خارجی (۵) می‌تواند با هر دو تابع عکس‌العمل کشور داخل یعنی (۷) و (۹)، در حل معادله تعادل بازار برای موارد غیرمشارکتی و کارتل به ترتیب، وارد عمل شود. وقتی که بنگاه‌های بومی با بنگاه‌های خارجی و داخلی، هر دو رقابت داشته باشند سطح محصول تعادلی برابر خواهد بود با:

$$q_{hn}^* = \frac{x - c + t}{(n + 2)y}$$

۱۰)

$$q_{fn}^* = \frac{x - c - (n + 1)t}{(n + 2)y}$$

در مورد رفتار کارتل در قسمت بنگاه‌های بومی، سطوح تعادل بنگاه‌ها برای

محصول برابر است با:

$$q_{hc}^* = \frac{x - c + t}{3ny}$$

۱۱)

$$q_{fc}^* = \frac{x - c - 2t}{3y}$$

تابع عکس‌العمل و تعادل محصول در بنگاه مشارکتی در شکل ۱ آمده است.

چنانچه انتظار می‌رود عرضه بنگاه‌های بومی - وقتی که به صورت غیر مشارکتی عمل می‌کنند - بیشتر است. بنگاه خارجی قادر است به طور آزادانه رفتار محدود کننده کارتل را پیش بگیرد، یعنی با فروش مقدار تعادلی بیشتر از زمانی که بنگاه‌های بومی به صورت غیر مشارکتی رفتار می‌کنند.

ساختار صنعت و دسترسی به بازار

اکنون ما مفاهیم رفاه مصرف کننده و سودآوری بنگاه‌ها را زمانی که ساختار رقابتی صنعت خدمات در نتیجه شرایط تعهدات دسترسی آزاد به بازار تغییر کرده است، مورد توجه قرار می‌دهیم. این تغییر می‌تواند هم دسترسی به بازار بهتر را برای بنگاه خارجی فراهم کند و هم بنگاه‌های بومی را به بیشتر رقابتی عمل نمودن وادار سازد.

الف) توسعه دسترسی به خدمات برون مرزی^۱: دسترسی به بازار برای بنگاه خارجی با کاهش t ، مانعی که بنگاه در ارائه خدمت به بازار بومی از خارج با آن مواجه است، گسترش می‌یابد. اگر $t = 0$ باشد، بنگاه خارجی با رفتار ملی سازگار خواهد شد، یعنی برابر با بنگاه خارجی مستقر در بازار بومی که در یک موقعیت یکسان با بنگاه داخلی است رقابت می‌نماید. درباره بنگاه‌های خارجی که به طور بالقوه کارتل داخلی را ملاقات می‌کنند، در ادامه بحث خواهیم کرد.

می‌توانیم با جای‌گذاری محصول تعادلی (۱۰) در تابع عکس تقاضا (۱)، قیمت خدمتی را که بنگاه‌های داخلی در کشور بومی به صورت غیر مشارکتی ارائه می‌دهند،

$$(۱۲) \quad p_n^* = \frac{x - (n+1)c + t}{n+2} \quad \text{به دست آوریم:}$$

سود یک بنگاه برابر است با اختلاف بین درآمدهای آن (۲) و هزینه‌های آن (۳):

$$(۱۳) \quad \Pi_i = R_i - C_i, \text{ for } i = h, f$$

بنابراین، سود تعادلی به کمک جای‌گذاری (۱۰) در (۱۳) محاسبه می‌شود:

$$\Pi_{hn}^* = \frac{(x - c + t)^2}{(n+2)^2 y}$$

(۱۴)

$$\Pi_{fn}^* = \frac{[x - c - (n+1)t]^2}{(n+2)^2 y}$$

شکل ۲a آثار کاهش مانع تجاری t را بر قیمت p_n^* ، سود بنگاه خارجی π_{fn}^* و سود صنعت بومی Π_{hn}^* (n برابر سود یک بنگاه منفرد π_{hn}^* که در این شبیه‌سازی $n=2$ است) را نشان می‌دهد. مانع بزرگ‌تر بنگاه خارجی، سهم کوچک‌تر بازار آن و سودش است، در حالی که بنگاه‌های داخلی از سطح بالاتر سود قابل دسترس لذت می‌برند، قیمت بازار با وجود مانع بالا می‌رود و بنگاه‌های بومی با رقابت کمتری از خارج، ناشی از یک قیمت رقابتی کمتر مواجه هستند. وقتی که مانع تجاری حذف

می‌شود، همهٔ بنگاه‌ها در شرایط مساوی به رقابت می‌پردازند و همان سطح سود را دریافت می‌کنند (طوری که منافع صنعت داخلی π برابر بنگاه خارجی می‌شود).

محاسبات مشابه می‌تواند سطوح قیمت و سود تعادلی را، زمانی که بنگاه‌های بومی قانونمند به صورت یک کارتل رفتار می‌کنند، به ما بدهد. با جای‌گذاری سطوح محصول تعادلی (۱۱) در درون معادله (۱) برای قیمت خواهیم داشت:

$$15) \quad p_c^* = \frac{x + 2c + t}{3}$$

و اگر در (۱۳) قراردهیم برای سطوح سود بنگاه داریم:

$$\pi_{hc}^* = \frac{(x - c + t)^2}{9ny}$$

۱۶)

$$\pi_{fc}^* = \frac{(x - c - 2t)^2}{9y}$$

شکل ۲b اثر کاهش مانع تجاری را بر قیمت p_c^* ، سود بنگاه‌های خارجی π_{fc}^* و سود صنعت بومی کارتلی نشان می‌دهد $\pi_{hc}^* = n\pi_{fc}^*$ (که دوباره برابر ۲ فرض می‌شود). درجبهٔ بزرگ‌تر، خطوط همان‌هایی هستند که برای صنعت بومی غیرمشارکتی، در شکل ۲a مشخص شده‌اند. اختلاف اساسی این است که وقتی همهٔ موانع حذف شوند (یعنی دادن دسترسی یکسان به بنگاه خارجی) بنگاه خارجی و صنعت بومی سهم برابری از بازار خواهند داشت. دلیل آن چنین است که بنگاه‌های داخلی همانند یک بنگاه واحد رفتار می‌کنند.

ب) سیاست رقابت داخلی: به موضوع سیاست رقابتی برمی‌گردیم. طبق قرار، یک ابزار منطقه‌ای برای شبیه نمودن آثار مقررات داخلی، n ، یعنی تعداد بنگاه‌های بومی است. اگر ما تعادل را برای یک کارتل و یک بنگاه بومی رقابتی واحد محاسبه نماییم (که در آن $n = 1$)، همان نتیجه را به دست می‌آوریم. در نتیجه، می‌توانیم تأثیر الزام یک صنعت بومی کارتلی شده را در رفتار رقابتی بیشتر تعیین نماییم که به وسیلهٔ

محاسبه نتایج تعادل غیرمشارکتی با افزایش دادن ارزش Π بین ۱ و تعداد واقعی بنگاه‌ها در صنعت انجام می‌شود.^۱

نتایج این بررسی را در شکل ۳ نشان داده‌ایم. در شکل، قیمت تعادلی p_n^* و سود بنگاه خارجی π_{fn}^* و صنعت بومی Π_{bn}^* ، به عنوان تابعی از Π ، یعنی تعداد بنگاه‌های صنعت بومی نشان داده شده است. بنگاه خارجی با یک مانع برای تجارت مواجه بوده و بنابراین همیشه سطح کمتری از سود قابل دسترس، نسبت به هم‌تای بومی خود در بازار داخلی داراست. به هر حال، بنگاه‌های داخلی که او باید با آنها رقابت کند، سود بیشتری خواهند داشت. سود صنعت بومی به صورت یکنواخت در تعداد بنگاه‌های بومی تقسیم نشده است. دو بنگاه بومی سهم بزرگ‌تری از بازار را، نسبت به آنچه یک کارتل انجام می‌دهد، می‌ربایند، حتی اگر که بر سرتاسر بازار رقابت بیشتری حاکم باشد، صنعت بومی در کل با رقابت افزوده شده، بهتر عمل می‌کند. به هر حال، تعداد بیشتری از بنگاه‌های بومی غیرمشارکتی به کل سودهای بازار رانده می‌شوند و بنگاه‌های بومی سود کلی کمتری به دست می‌آورند، علی‌رغم این که سهم فروش آنها افزایش یافته است.

پ) اجازه ورود خارجی‌ان به داخل: در ادامه به شیوه استقرار بنگاه و امکان اجازه ورود خارجی‌ان به کارتل می‌پردازیم. کارتل داخلی مذکور، موضوع استقرار را فوراً به صورت پرسشی مطرح می‌نماید - آیا بنگاه خارجی می‌تواند به کارتل وارد شود؟ پاسخ این سؤال به صورت تجربی پیگیری شده است. موارد مثال شامل پاسخ‌های صنعت بیمه کره و سوئیس در مواجهه با فشار آمریکاست (به Cho سال ۱۹۸۸ کره مراجعه

۱. این تکنیک به وسیله نویسندگان در فرانکوئیس و ووتون (۱۹۹۹) و در مباحثات آنها در کنفرانس کشتیرانی و تجارت دریایی استفاده شده است. همچنین می‌توانید به فرانکوئیس و هورن (۱۹۹۸) مراجعه کنید.

کنید). پارچوب بحث ما ثابت می‌کند که علاقهٔ بنگاه خارجی در موافقت با چنین آرایشی، به اندازه هزینه‌های تجاری بستگی دارد.

در شیوهٔ استقرار بنگاه خارجی، یکی از مباحث مهم آن است که چه موقع اجازهٔ ورود به کارتل داخلی و مشارکت به هر نوع، به بنگاه خارجی داده می‌شود. ما درآمد بنگاه‌ها را در هزینه‌های تجاری متفاوت در نظر می‌گیریم، هم زمانی که بنگاه خارجی در رقابت با کارتل است (همانند قبل با اندیس c مشخص شده) و هم زمانی که به او اجازه داده می‌شود که به‌عنوان یک شریک کامل در توافق محدود عمل نماید (اندیس d). نتایج در شکل ۴ آمده است که در آن تعداد بنگاه‌های بومی مجدداً دو مورد در نظر گرفته شده است.

واضح است که در این مورد توضیح داده شده، وقتی که هزینه‌های تجاری ($t > t_2$) بزرگ هستند کارتل می‌خواهد بنگاه خارجی بیرون بماند، درحالی که بنگاه خارجی دوست دارد حتی به‌عنوان قسمتی از کارتل در کشور مستقر شود. زمانی که هزینه‌های تجاری متوسط است ($t_1 < t < t_2$) کارتل داخلی احساس افزایش فشار را بر سود خود می‌کند که از رقابت فزاینده بنگاه خارجی ناشی می‌شود. بنابراین کارتل دوست خواهد داشت که به بنگاه خارجی اجازهٔ ورود به کارتل بدهد، گزینه‌ای که بنگاه خارجی هم آن را ترجیح می‌دهد. در هزینه‌های تجاری پایین ($t < t_1$) بنگاه خارجی ترجیح می‌دهد که با کارتل داخلی رقابت کند تا آن که قسمتی از آن باشد. مصرف‌کننده داخلی همواره مایل است خدمات را از تشکیلاتی غیر از کارتل خریداری نماید حتی اگر کارتل داخلی جلوی افزایش هزینه‌های تجاری در فرآیند ورود شرکت‌های خارجی را بگیرند.

تمایل صنعت داخلی و در اصطلاح موافقت و مخالفت یک بنگاه مستقر، به شرایط دسترسی به شیوه انتقال خدمات از مرز بستگی دارد. موقعیت صنعت می‌تواند با محدودیت‌های مذاکره شده در این شیوهٔ عرضهٔ خدمات دگرگون شود. دلیل این امر،

فرسایش ایجاد شده در قدرت بازار در طی تجارت است، این امکان وجود دارد که صنعت داخلی برگزیدن بخش خارجی و دعوت از این بخش برای ورود به کارتل و سهم شدنش در اجاره‌ها را با صرفه و سودمند بیابد. وقتی که موانع تجاری شیوه عبور خدمات از مرز، به اندازه کافی کم باشند، دور نمای خارجی استقرار بنگاه در کشور چنین است که آنها ترجیح می دهند در مقابل بازی کنند تا آن که با کارتل باشند. در نتیجه، اثر استقرار بنگاه بر رقابت، بستگی به دسترسی بنگاه‌های خارجی به داخل دارد. با هزینه‌های تجاری بالا استقرار بنگاه ممکن است رفاه را در اثر تغییر (انتقال) سود کاهش دهد.

خلاصه

تأکید وظایف موافقتنامه عمومی تجارت خدمات GATS بر دو شیوه گسترده تجارت خدمات، یعنی تجارت عبور محصولات خدمات از مرز (بین‌المللی) و تجارت خدمات با شیوه استقرار بنگاه در کشور منطقه‌ای است. عبور خدمات از مرز، شامل حرکت ارائه دهندگان خدمات، حرکت مشتریان و فروش بین مرزی است. بنابراین، در مقایسه با تجارت کالا، اساس و پایه مذاکرات GATS، بر تشکیل دوجانبه سود ناویژه تجاری و امتیازات سرمایه‌گذاری است. رویکرد ما در این مقاله چنین بوده است: کار با یک مدل رسمی الیگوبولی برای بررسی آثار امتیازهای دسترسی به بازار بنگاه‌های داخلی و خارجی، برای مشتریان داخلی. ما توضیح دادیم که منافع نسبی دو شیوه عبور خدمات از مرز و استقرار، وابسته به امتیازات دسترسی به بازار است که قطعاً به نتایج زیربنایی ساختار بازار و مقررات حاکم مربوط می‌شود، به خصوص قسمتی از تعامیل صنعت داخلی و خارجی، به آثار تجارت بر قدرت بازاری بنگاه‌های داخلی بستگی دارد.

- زمانی که هزینه های تجاری بالا هستند، یک کارتل داخلی تمایل دارد که بنگاه خارجی بیرون بماند (با استقرار بنگاه مخالفت می کند)، در حالی که بنگاه خارجی دوست دارد به جای آن که قسمتی از کارتل باشد، در کشور مستقر شود.
- در مورد هزینه های تجاری متوسط، بنگاه های خارجی و بومی علاقه مند هستند که بنگاه خارجی به کارتل داخلی پیوندند.
- در هزینه های تجاری پایین، بنگاه خارجی ترجیح می دهد با کارتل داخلی رقابت کند تا آن که قسمتی از آن باشد.

تطبیق الگو با ساختار صنعت بیمه در ایران

الگوی ارائه شده تا حد زیادی با ساختار فعلی صنعت بیمه کشور ما همخوانی دارد. شرکت های بیمه کشور، تحت قوانین و مقررات حاکم و در محیط غیر رقابتی (رقابت در مقدار خدمات رسانی وجود دارد، ولی قیمت ها به صورت تعرفه ای به آنها ابلاغ می شود) فعالیت می کنند، به طوری که می توان فرض فعالیت به عنوان یک کارتل را برای آن مطرح نمود. مدل با تابع تقاضای صنعت بیمه کشور آغاز می شود که البته در کشور تاکنون برآوردی برای آن صورت نگرفته است. در این تحقیق مقدار تولید صنعت بیمه، براساس تعداد بیمه نامه های صادره در سال در نظر گرفته شده است. در مورد قیمت محصولات بیمه و یا به عبارتی قیمت انواع رشته های بیمه ای، مبلغ حق بیمه های دریافتی توسط بازار بیمه (شرکت های بیمه) بر تعداد بیمه نامه های همان رشته ها تقسیم شده است و قیمت نسبی و یا پایه ای خدمات بیمه ارائه شده است.

با توجه به هدف اصلی تحقیق، یعنی بررسی توانمندی های صنعت بیمه در افزایش تولید و اشتغال، در شرایط پیوستن به سازمان جهانی تجارت، رشته های بیمه ای مرتبط با این هدف در نظر گرفته شده است. به عبارتی بیمه های اشخاص از حوزه مطالعه تحقیق خارج شده و بیمه های مسئولیت و حوادث، که نقش اصلی را در زمینه کاهش ریسک برای سرمایه گذاری و تولید و بالطبع افزایش اشتغال بر عهده دارند، در این

مطالعه در نظر گرفته شده‌اند. این رشته‌ها عبارتند از: بیمه‌های آتش‌سوزی، باریبری، حوادث، بدنه اتومبیل، بدنه کشتی، هواپیما، مهندسی، پول، مسئولیت و اعتباری. قسمت‌هایی از مدل که با توجه به ساختار بیمه در کشور ایران قابل بررسی نبوده و در مطالعه نمی‌گنجد، در بررسی اقتصادسنجی مدل به کار گرفته نشده است. برای نمونه، قسمتی از مدل به ارزیابی و مقایسه فعالیت و عملکرد یک شرکت بیمه داخلی - که به صورت جداگانه و مستقل از بقیه شرکتها عمل می‌کند^۱ - پرداخته است که چنین موردی در ساختار بیمه‌ای کشور ما وجود ندارد و قابل بررسی نیست. این به یادآوری لازم است که به دلیل محدودیت‌ها و موانع تحقیق - که در فصل اول چندی از آنها ذکر شد - از جمله کمبود آمار و کوتاه بودن دوره بررسی، تأکید ویژه این تحقیق بر روند کار و مدل تحقیق استوار است و بعضی از نتایج برآوردهای اقتصادسنجی در تحقیق حاضر اعتبار لازم را ندارند.

ابزار پژوهش

در این تحقیق برای بررسی الگوی مدل ارائه شده، با استفاده از داده‌ها و اطلاعات آماری بیمه مرکزی ایران، توابع تقاضا، درآمد و هزینه صنعت بیمه کشور را برآورد نموده و آزمون‌های لازم را انجام داده‌ایم. در این راه با کمک نرم افزار Eviews و با استفاده از روش تخمین مدل، از طریق روش حداقل مربعات معمولی^۲ OLS، و پس از آن به دلایلی که عنوان خواهد شد از طریق مشاهدات ترکیبی یا Panel Data، بررسی اقتصادسنجی خود را انجام داده‌ایم.

۱. A non-cooperative individual home firm

۲. Ordinary Least Squares

تخمین ضرایب تابع تقاضای بیمه از طریق OLS

برای برآورد تابع تقاضای بیمه، تعداد بیمه‌نامه‌های صادره در یک سال توسط کل شرکت‌های بیمه (بازار بیمه) را به عنوان مقدار تولید در نظر گرفته و قیمت نسبی را نیز از تقسیم حق بیمه‌های دریافت شده در یک سال بر تعداد بیمه‌نامه‌ها در همان سال به دست آورده‌ایم. در واقع در این بررسی ما از درآمد بیمه به قیمت نسبی آن رسیده‌ایم. ابتدا تخمین به روش حداقل مربعات معمولی صورت گرفت و ضرایب به صورت زیر داده شد:

$$\text{LOGQ} = - ۰.۰۲۳۳۱۱ + ۰.۰۹۲۹۵۴ * \text{LOGP}$$

$$R^2 = ۰.۶۸ \quad t = ۳.۳۰۱۲۴۵ \quad t = -۲.۸۰۰۰۹۴$$

تفسیر ضرایب و نتایج

پس از برآورد تابع، به بررسی نتایج آن می‌پردازیم. مقادیر داده شده به عنوان عرض از مبدأ و ضریب قیمت از نظر آماری اعتبار دارند. قدر مطلق t محاسبه شده از t جدول (در سطح احتمال ۹۵ درصد و با درجه آزادی ۵، ۰/۰۲) بزرگتر است و در کل ضرایب مورد نظر معنی‌دار است. آماره‌های فوق از نظر اقتصادی اعتبار لازم را ندارند. در تخمین مدل فوق رابطه بین مقدار و قیمت، مثبت است و عدد بسیار کوچکی است. یعنی در صنعت بیمه کشور تغییرات مقدار عرضه خدمات وابستگی بسیار کمی (آن هم مثبت) با قیمت دارد. البته به دلیل کوتاه بودن دوره تحقیق از نظر آماری نیز نمی‌توان به این تخمین اعتماد نمود. به همین دلیل برای رفع مشکل و برای زیاد نمودن تعداد مشاهدات به سراغ داده‌های شرکت‌های بیمه، به طور جداگانه می‌رویم و تعداد مشاهدات را از ۷ مشاهده به ۲۸ مشاهده افزایش داده و برآورد را با استفاده از مدل‌های مشاهدات ترکیبی انجام می‌دهیم.

البته ذکر این مطلب ضروری است که در تخمین توابع تقاضا عوامل بسیاری دخیل هستند و برای برآورد هر تابع تقاضایی باید به این عوامل توجه شود که خود پایان‌نامه

مجزایی را طلب می‌کند. فقط در زمینه بیمه‌های زندگی (که خارج از بحث ماست)، پایان‌نامه‌ای به راهنمایی دکتر پژوهان و نوشته میرطاهر پورپررتوی، به برآورد تابع تقاضای بیمه‌های عمر در کشور پرداخته است. امید که در آینده برآوردی از تابع تقاضای کل صنعت بیمه کشور داشته باشیم تا راه‌گشای توسعه تحقیق در زمینه بیمه باشد.

تخمین تابع تقاضای بیمه با استفاده از روش مشاهدات ترکیبی (Panel Data)

در تخمین مدل، با کمک مدل‌های مشاهدات ترکیبی، با توجه به ملاحظات الگوی مدل، از روش تخمین با عرض از مبدأ یکسان برای تمام مشاهدات ($\alpha_{it} = \alpha$) استفاده کرده و با کمک نرم افزار Eviews به تابع تقاضای زیر دست یافتیم:

$$\text{Log}q = 23,45587 - 1,301216 * \text{Log}p$$

$$R^2 = 0,88 \quad t = -2,569214 \quad t = 3,342317$$

در این تخمین با استفاده از داده‌های سالانه شرکت‌های بیمه به صورت مجزا تعداد مشاهدات را از ۷ مشاهده به ۲۸ مشاهده رساندیم و از طریق روش حداقل مربعات تعمیم یافته GLS^۱ و با دادن وزن به مقاطع مختلف برای ناهمسانی واریانس به برآورد فوق دست یافتیم.

پیش بینی تابع تقاضا

در ادامه بررسی مدل در بازار بیمه کشور باید برای تابع تقاضا پیش‌بینی‌هایی انجام دهیم، چرا که شاید تا چندین سال آینده هم عضویت در سازمان جهانی تجارت برای کشور ما تحقق نیابد. از طرفی هم باید گفت، تابعی که با دوره بررسی کوتاه (۷ سال) برآورد شده است توانایی پیش بینی قابل ملاحظه‌ای را ندارد. ولی در اینجا تنها به دلیل بررسی نظری شرایط مورد بحث و مطابقت دادن الگو با شرایط داخلی از همین تابع برآورد شده استفاده می‌کنیم و برای سه سال آینده با استفاده از مدل داده‌های ترکیبی، تابع تقاضا را پیش بینی می‌نماییم. نتایج برآورد به این صورت است:

۱. General Least Squares

$$\text{LOGQ} = ۱۵,۸۹۵۳۰ + ۰,۶۹۰۹۹۸ * \text{LOGP}$$

$$t = ۷۵,۳۱۰۰۲ \quad t = -۴۲,۴۶۷۳۵$$

پیش بینی تابع تقاضا تا سال ۱۳۸۴ انجام شده است و ضرایب معنی دار است. در این تخمین از مدل داده‌های ترکیبی و از روش SUR^۱ یعنی از طریق GLS و دادن وزن برای ناهمسانی واریانس برای ماتریس، استفاده شده است.

برآورد تابع هزینه بیمه با استفاده از روش داده‌های ترکیبی

در تخمین تابع هزینه بیمه، با استفاده از داده‌های شرکت‌های بیمه در طول دوره ۱۳۸۱-۱۳۷۵، مقدار خسارت‌های شرکت‌های بیمه را در طول یک سال به عنوان متغیر وابسته و تعداد بیمه‌نامه‌های صادره در طول همان سال را به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته و به تابع زیر دست یافتیم:

$$\text{LOGTC} = ۱۴,۰۱۶۷۶ + ۰,۷۵۲۴۰۲ * \text{LOGQ}$$

$$R^2 = ۰,۸۲ \quad t = ۱۱,۰۹۵۲۱ \quad t = ۳۷,۰۹۶۹۳$$

این برآورد با استفاده از مدل داده‌های ترکیبی و روش حداقل مربعات ترکیبی^۲ انجام شده است. در این الگو، تابع هزینه به صورت بلند مدت و بدون عرض از مبدأ در نظر گرفته شده بود ولی در تحقیق حاضر به دلیل کوتاه بودن دوره برآورد، با عرض از مبدأ در نظر گرفته شده و برای اثبات این ادعا از آزمون والد استفاده شده است.

آزمون والد^۳: برای بررسی این که آیا تابع هزینه برآورد شده در بالا دارای عرض از مبدأ است یا خیر، از آزمون والد استفاده می‌کنیم. نتیجه آزمون نشان می‌دهد که در سطح احتمال ۹۵ درصد تابع دارای عرض از مبدأ است و فرضیه H_0 ، مبنی بر صفر بودن عرض از مبدأ، رد می‌شود.

۱. Seemingly Unrelated Regression

۲. Pooled Least Squares

۳. Wald Test

استخراج معادله درآمد صنعت بیمه

برای رسیدن به تابع درآمدی بنگاه باید عکس تابع تقاضا، یعنی قیمت را در مقدار تولید ضرب نماییم، بدین منظور ابتدا عکس تابع تقاضای پیش بینی شده را به دست می‌آوریم:

$$\text{LOGP} = 23,00339 - 1,447182 * \text{LOGQ}$$

تابع درآمد از ضرب تابع فوق در قیمت به دست می‌آید. این تابع به این صورت است:

$$\text{TR} = \text{P} * \text{Q}$$

ورود و فعالیت شرکت بیمه خارجی

فرض می‌شود که در سه سال آینده الحاق به سازمان جهانی تجارت صورت گرفته است و تحت موافقتنامه عمومی تجارت خدمات یک شرکت بیمه خارجی تمایل به همکاری با صنعت بیمه داخلی را دارد که البته این صنعت بیمه ساختار مقرراتی خود را حفظ نموده و در شرایط حاکمیت دولتی عمل می‌کند. به این ترتیب، مقداری از تولید بازار داخلی توسط شرکت بیمه خارجی ارائه می‌شود. با مطالعاتی که در مورد کشورهای عضو سازمان و میزان تعهدات آنها انجام شد و با مشورتی که با محققان نمایندگی تام‌الاختیار تجاری انجام شد، این مقدار، ۱۰ درصد از تولید داخلی در نظر گرفته شد. به این ترتیب تابع درآمد چنین خواهد بود:

$$q_f = 10\% \cdot q_h, \text{TR} = p \times (q_h + q_f)$$

از آنجا که در الگوی اصلی توابع به صورت خطی در نظر گرفته شده‌اند و با استفاده از تابع تقاضای لگاریتمی به تابع درآمدی نمایی (توانی) می‌رسیم بنابراین، برای برآورد تابع تقاضای پیش‌بینی شده از مشاهدات قیمت و مقدار استفاده می‌نماییم. تخمین حاصل چنین است:

$$Q = 426,6923 - 1,33E-05 * P$$

$$t = 22,08098 \quad t = -2,964845$$

عکس تابع تقاضا چنین است:

$$P = ۳۲۰۸۲۱۲۸ - ۷۵۱۸۸ * Q$$

و درآمد کل این گونه محاسبه می‌شود:

$$TR = q [۳۲۰۸۲۱۲۸ - ۷۵۱۸۸ (q_h + q_f)]$$

$$Q = q_h + q_f$$

برآورد و پیش بینی تابع هزینه بیمه

از تابع هزینه‌ای که قبلاً برای بیمه تخمین زده بودیم، برای پیش‌بینی استفاده

می‌کنیم. پس از برآورد تابع، به تابع هزینه زیر می‌رسیم:

$$TC = ۱۹۸۰۵۵ * Q$$

$$R^2 = ۰,۹۹ \quad t = ۹۲,۳۰۹۳۵$$

بنگاه داخلی با این تابع هزینه روبه‌رو است، ولی بنگاه خارجی علاوه بر این

هزینه، با مانع تجاری (به فرض عدد ۱۰۰۰ برای آن در نظر گرفته شده است) برای

فعالیت در داخل کشور مواجه است. بنابراین هزینه نهایی دو بنگاه چنین خواهد بود:

$$TC_h = 198055q_h \Rightarrow MC_h = 198055$$

$$TC_f = (198055 + 10^3)q_f \Rightarrow MC_f = 1198055 + 10^3$$

از تابع درآمد ذکر شده، می‌توان برای هر دو بنگاه تابع درآمد نهایی را استخراج نمود:

$$MR_f = 32082128 - 75188(q_h + 2q_f)$$

$$q_f(q_h) = \frac{32082128 - (198055 + 1000) - 75188q_h}{2 \times 0.00033}$$

تابع فوق تابع عکس‌العمل بنگاه خارجی است که تابعی از مقدار تولید

بنگاه‌های داخلی است. حال به بررسی درآمد نهایی بنگاه‌های داخلی می‌پردازیم:

$$MR_h = 32082128 - 75188(2q_f + q_f)$$

$$q_h(q_f) = \frac{32082128 - 198055 - 75188q_f}{2 \times 75188}$$

معادله بالا تابع عکس‌العمل بنگاه‌های داخلی است که باز تابعی از مقدار تولید

بنگاه‌های خارجی هستند.

تبادل محصول

سطوح تبادل بنگاه‌های داخلی و خارجی برای محصول برابر است با :

$$q_h^* = \frac{32082128 - 198055 + 10^3}{3 \times 75188}$$

$$q_f^* = \frac{32082128 - 198055 - (2 \times 10^3)}{3 \times 75188}$$

همان طور که از معادلات فوق بر می‌آید، تولید تعادلی بنگاه‌های داخلی بسیار بیشتر از تولید تعادلی بنگاه‌های خارجی است. در الگوی نظری مدل، در این قسمت تولید تعادلی یک بنگاه داخلی که می‌تواند به صورت مستقل نیز عمل نماید، آورده شده که البته عرضه تعادلی این بنگاه از بنگاه‌های داخلی و خارجی، بیشتر است. به دلیل عدم وجود چنین شرایطی در بیمه کشور، از بررسی این قسمت صرف نظر نمودیم.

قیمت و سود تعادلی

برای بررسی قیمت تعادلی، می‌توانیم سطوح تعادلی بنگاه‌های داخلی و خارجی را در معکوس معادله تقاضا جای گذاری نماییم که خواهیم داشت:

$$p^* = \frac{32082128 + (2 \times 198055) + 10^3}{3}$$

از طرفی می‌دانیم که سود بنگاه برابر است با اختلاف بین درآمدهای بنگاه و هزینه‌های بنگاه. بنابراین خواهیم داشت:

$$\Pi_i = R_i - C_i$$

در نتیجه با قراردادن سطح محصول تعادلی بنگاه‌ها در این معادله، سود تعادلی بنگاه‌ها را به دست می‌آوریم:

$$\Pi_h^* = \frac{(32082128 - 198055 + 10^3)^2}{9 \times 75188}$$

$$\Pi_f^* = \frac{(32082128 - 198055 - 2 \times 10^3)^2}{9 \times 75188}$$

در اینجا نیز مشخص است که سود بنگاه خارجی بسیار کمتر از بنگاه‌های داخلی است و البته باز هم در اینجا باید گفته شود که سود بنگاه داخلی (و یا خارجی که

بدون وجود مانع تجاری در کشور فعالیت می‌کند)، از سود هر دو بنگاه داخلی و خارجی، که تحت مقررات حاکم عمل می‌کنند، بیشتر است.

نتیجه‌گیری

با استفاده از الگوی ارائه شده و مطابقت آن با صنعت بیمه کشور، در می‌یابیم که در شرایط پیوستن به سازمان جهانی تجارت و در کنار آن پذیرفتن موافقتنامه عمومی تجارت خدمات، ساختار بازار نقش بسیار مهمی دارد. هر چه به شرایط بازار رقابت کامل نزدیک‌تر شویم و از انحصارهای (یک جانبه و یا چند جانبه) فاصله بگیریم، مصرف‌کنندگان با جذب منافع حاصل از تجارت آزاد، از رفاه بالاتری بهره‌مند خواهند شد. بنابراین نتایج حاصل از مدل، زمانی بنگاه‌های خارجی به فعالیت در داخل کشور تمایل دارند که همانند بنگاه‌های داخلی با مانع تجاری مواجه نباشند. از طرفی، همین دو بنگاه داخلی و خارجی زمانی سود بیشتری به دست می‌آورند که دسترسی آزاد به بازار داشته و بتوانند به طور مستقل و آزاد در بازار فعالیت داشته باشند. چون در این شرایط فعالیت بنگاه‌ها در شرایط رقابتی انجام خواهد شد و رفاه عمومی، بنابراین نتایج وجود بازارهای رقابتی حداکثر شده و میزان تولید و عرضه رقابتی نیز نسبت به شرایط انحصارگونه بسیار بیشتر و در قیمت‌های پایین‌تر صورت خواهد گرفت.

در مدل مورد نظر دو شیوه عمده عرضه خدمات، یعنی شیوه تأسیس بنگاه خارجی در داخل کشور و شیوه عبور محصولات و خدمات بنگاه خارجی از مرز بدون حضور تجاری آن، بررسی شده است. در مورد شیوه عبور محصولات بدون حضور تجاری، نتایج به تفصیل در بالا بیان شدند. ولی شیوه استقرار و تأسیس واحد تجاری (خدماتی) بستگی به شرایط و تعهدات مطرح شده و تقبل شده از طرف کشور متقاضی الحاق در سازمان جهانی تجارت دارد و این امر لزوم مطالعه و تحقیق بیشتر را در این خصوص مشخص می‌کند.

پیشنهادها

با توجه به این که امکان شروع مذاکرات برای عضویت در سازمان جهانی تجارت برای کشورمان در هر زمان وجود دارد، بسیار ضروری است که قبل از ورود به این مرحله، مطالعات و بررسی‌های لازم برای مشخص نمودن آثار احتمالی بر بخش بیمه، با توجه به نقش مهمی که در اقتصاد کشور و رفاه جامعه ایفا می‌کند، انجام شود. قوانین بیمه‌ای در کشور ما قدمت زیادی^۱ دارند. با توجه به تحولات چشمگیر صنعت بیمه در جهان، بازبینی و تجدید نظر در این قوانین می‌تواند آنها را به روز نموده و به کاراتر شدن فعالیت‌ها در این بخش منجر شود. مواد ۴۵ تا ۵۰ از قانون تأسیس بیمه مرکزی ایران و بیمه‌گری مصوب ۱۳۵۰، مقررات مربوط به مؤسسات بیمه خارجی را ذکر نموده است که ممکن است در مذاکرات پیوستن به سازمان جهانی تجارت و جدول تعهدات نیاز به تغییراتی داشته باشد که باید بررسی شود. در قانون تأسیس مؤسسات بیمه غیر دولتی، مصوب ۱۳۸۰، فقط به اشخاص داخلی اجازه فعالیت خصوصی داده شده است و این با اصل دسترسی به بازار در موافقتنامه تجارت خدمات مغایرت دارد.

منابع

۱. پاکدامن، رضا. رفتار ویژه با کشورهای در حال توسعه در نظام حقوقی سازمان تجارت جهانی، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۲. پورمقیم، سید جواد. (۱۳۷۰)، تجارت بین الملل، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۳. تقوی، مهدی. (۱۳۶۶)، تجارت بین الملل.

۱. قانون بیمه مصوب سال ۱۳۱۶ بوده و قانون تأسیس بیمه مرکزی ایران و بیمه‌گری مصوب سال ۱۳۵۰ است.

۴. چینی، حبیب. "جهانی شدن اقتصاد و قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران" سومین کنفرانس بین المللی مدیریت کیفیت، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران.
۵. راثو، میلر. (۱۳۷۰)، *اقتصاد سنجی کاربردی*، ترجمه حمید ابریشمی.
۶. رحیمی بروجردی، ع. (۱۳۷۵)، *روابط تجاری بین المللی معاصر: تئوری‌ها و سیاست‌ها*، تهران، نشر نی.
۷. رشیدی، ع. "عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی تحلیلی از نظرات موافق و مخالف"، *اتاق بازرگانی*، ش ۱۱، سال ۱۳۷۴.
۸. سوادیان، هـ. "بررسی تأثیر پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی بر صادرات محصولات صنایع نساجی ایران"، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، ۱۳۷۹.
۹. بیمه مرکزی ایران، *فصلنامه صنعت بیمه*، بهار ۱۳۸۱.
۱۰. شرکت بیمه سوئیس - ری، *مجله سیگما*، ۲۰۰۲.
۱۱. صالح خو، ر و دیگران. "الحاق به سازمان جهانی تجارت"، پیش نیاز مذاکرات، کمیته حقوق بین الملل.
۱۲. پارسا توسرکانی عبدالرحمان. *مجله بیمه*، ش ۱۰، ۱۳۴۴.
۱۳. فتحی، یحیی. "بررسی موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای"، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۱۴. قانون بیمه ایران، مصوب ۱۳۱۶.
۱۵. کارشناسان مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، "بررسی سیاست‌های تجاری در توسعه اقتصادی ایران"، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۱۶. کریمی، آیت. (۱۳۷۶)، *کلیات بیمه*، ج ۲، تهران، بیمه مرکزی ایران.
۱۷. کمیجانی، ا. "نگاهی اجمالی به شکل‌گیری سازمان تجارت جهانی و تحلیلی از جنبه‌های حقوقی و اقتصادی ناشی از الحاق ایران به WTO"، پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی.

۱۸. گروه کارشناسان مذاکرات تجاری، "آشنایی با قواعد سازمان جهانی تجارت، ۸۸ پرسش و پاسخ، تمرکز تجارت بین‌الملل"، نمایندگی تام‌الختیار تجاری جمهوری اسلامی ایران وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۱۹. گروه کارشناسان مذاکرات تجاری، مرکز تجارت بین‌الملل، "راهنمای تجاری دور اروگوه"، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۵.
۲۰. متوسلی، محمود. "سیاست‌های تجاری و توسعه اقتصادی"، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۲۱. مرکز تجارت بین‌الملل و دبیرخانه مشترک المنافع، "راهنمای تجاری دور اروگوه"، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۵.
۲۲. بیمه مرکزی ایران، نشریه‌های مرکز تحقیقات بیمه‌ای و شماره‌های مختلف فصلنامه صنعت بیمه و تازه‌های جهان بیمه.
۲۳. نصیری، م. "بررسی الزامات الحاق ایران به سازمان جهانی تجارت در بخش خدمات بیمه"، مقاله ارائه شده در همایش «راهبرد توسعه اقتصادی جمهوری اسلامی ایران و عضویت در سازمان جهانی تجارت»، مهر ۱۳۸۲.
۲۴. "نمایندگی تام‌الختیار تجاری، آشنایی با سازمان جهانی تجارت"، جزوه آموزشی ۱۳۸۰.
۲۵. Baltagi Badi H. ۱۹۹۵, *Econometric Analysis of Panel Data*, John Wiley and Sons.
۲۶. Francois, Joseph & Wooton, Ian - *Market Structure, Trade Liberalization and the GATS*-Tinbergen Institute Discussion Paper, ۲۰۰۰.
۲۷. Greene, William H. *Econometrics Analysis*, Fourth Edition, New York University, ۲۰۰۰.
۲۸. <http://www.Tinbergen.nl>.
۲۹. <http://www.WTO.org>
۳۰. ICC, *Trade Liberalization on the Insurance Industry*, ۲۰۰۰.
۳۱. World Trade Organization, *A Training Package* ۱۹۹۸.