

نقش بیمه در توسعه صادرات غیر نفتی

اشاره:

نقش بیمه در توسعه صادرات غیر نفتی متناسب با راهبرد تجارت خارجی تعیین می‌شود و می‌تواند تأثیر مثبت و سازنده‌ای در افزایش درآمدهای ارزی و نیز توسعه ظرفیت صنعت بیمه داشته باشد. با عنایت به این واقعیت که تجارت خارجی در دنیای امروز با مخاطرات گوناگونی روبه‌رو است، بیمه می‌تواند در حفظ سرمایه و منافع بازرگانان و ادامه روند تجارت خارجی نقش کلیدی داشته باشد.

بیمه عمومی صادرات که بر اساس جبران خسارات ناشی از خطرات سیاسی و تجاری در معاملات، طرح ریزی شده، در حفظ منافع صادرکننده جایگاه ویژه‌ای دارد، به گونه‌ای که امروزه در دنیای روابط تجاری بین‌المللی، صادرکنندگان با تجربه و موفق هرگز بدون پوشش بیمه اقدام به عرصه جنس خود نمی‌نمایند. متأسفانه در ایران هنوز اهمیت بخشی از بیمه‌ها حتی در تجارت خارجی برای فعالان اقتصادی تبیین نشده و بر اساس اعتماد فردی انجام می‌شود که می‌تواند خسارات جبران‌ناپذیری به همراه داشته باشد.

بررسی راهبرد تجارت خارجی و انواع بیمه‌نامه‌هایی که می‌تواند در حفظ روند تجارت خارجی و تضمین بازگشت درآمد ارزی ناشی از صادرات به کار گرفته شود، موضوع مقاله‌ای از یکی از کارشناسان ارشد صنعت بیمه است که با عنوان «بیمه و نقش آن در توسعه صادرات غیر نفتی» آرایه می‌گردد. با هم فزاینده‌ای از این مقاله را می‌خوانیم.

راهبرد صادرات چیست؟

نویسنده راهبرد صادرات را پیدایش وحدت در اهداف می‌داند و می‌افزاید: راهبرد صادرات تمام جامعه بازرگانی و صادرکنندگان و تمام سازمان‌های مربوطه مستقیم و غیرمستقیم را در امر صادرات هدف‌دار می‌سازد تا تداخل تغییر و عدم ثبات قوانین و روش‌های اجرایی مختلف به وجود نیاید.

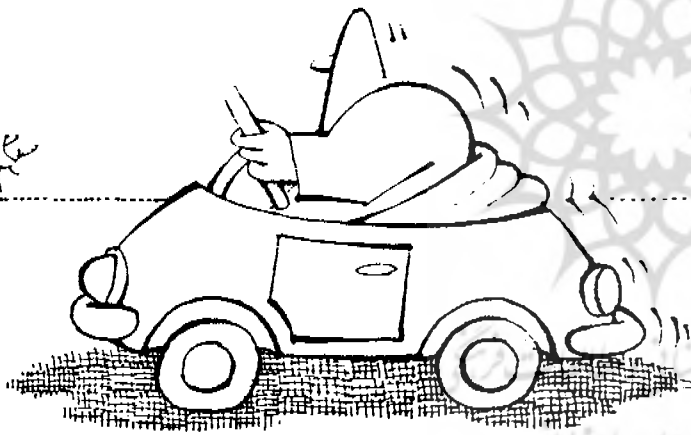
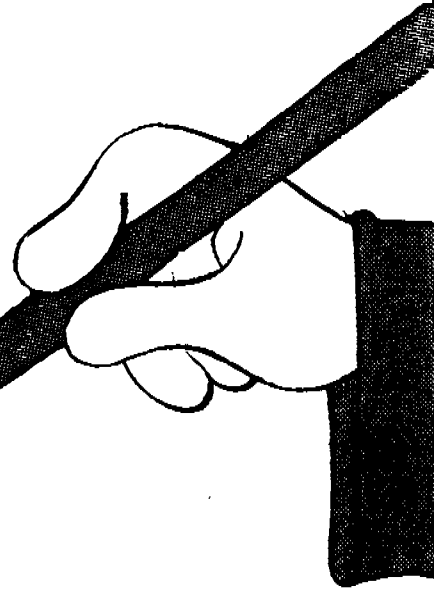
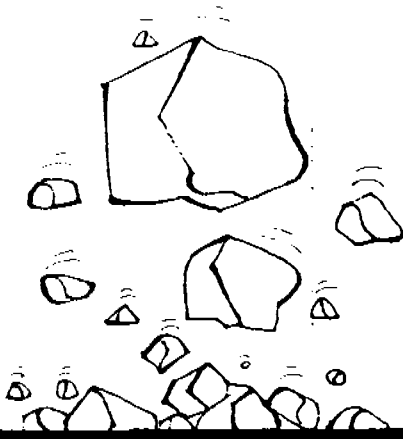
بخش خصوصی و تعاونی در زمینه اجرایی و بخش دولتی در سطح موافقت‌نامه‌ها و پروتکل‌ها فعالیت می‌کنند. در بند ۶ قانون دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی کشور (۷۸-۱۳۷۴) در زمینه اهداف اقتصادی آمده است: «تلاش در جهت کاهش وابستگی اقتصاد کشور به درآمد حاصل از نفت و توسعه بیش از پیش صادرات

غیر نفتی.»

- خط مشی‌های اساسی برای دستیابی به این هدف نیز چنین بیان شده است:
- ۱- اصلاح قانون صادرات و واردات و اتخاذ سیاست‌های ارزی و تعرفه‌ای برای تشویق صادرات
 - ۲- حمایت از صادرکنندگان
 - ۳- اتخاذ سیاست‌های اعتباری مناسب برای بخش صادرات
 - ۴- اختصاص سهمی از تولیدات کشور به صادرات
 - ۵- انطباق استانداردهای تولید با سلیقه کشورهای واردکنندگان
 - ۶- توسعه مبادلات تهاتری
 - ۷- فعال کردن نمایندگی‌های خارج از کشور به منظور بازاریابی و صادرات
 - ۸- تقویت صندوق ضمانت صادرات و ایجاد سیستم‌های بیمه صادراتی

- ۹- برقراری سیاست‌های تشویقی صادراتی (حقوق و عوارض گمرکی، مالیاتی، تعرفه).
- نویسنده مقاله اظهار عقیده می‌کند که صادرات برای اقتصاد ایران لازم است زیرا برای جبران کمبود ارز مورد نیاز کشور، فروش تولیدات داخلی مازاد بر مصرف، بالا بردن کیفیت تولیدات داخلی مطابق با استانداردهای جهانی، ایجاد رابطه فرهنگی بیشتر با کشورهای دیگر، پیروی از سنت قدیمی ایرانیان که از چین تا اروپا تجارت می‌کردند، توسعه و رشد اقتصادی کشور و... ضروری است.
- این کارشناس معتقد است که هنوز سیاست مشخص و مدونی برای برنامه‌ریزی صادرات غیر نفتی وجود ندارد و مشخص نیست که اهداف صادراتی، کدامیک از سیاست‌های مورد بحث

○ برای جبران کمبود ارز مورد نیاز کشور، فروش تولیدات داخلی مازاد بر مصرف، بالا بردن کیفیت محصولات مطابق با استانداردهای جهانی، ایجاد رابطه فرهنگی بیشتر با ملل دیگر، پیروی از سنت قدیمی ایرانیان که از چین تا اروپا تجارت می‌کردند و... صادرات برای اقتصاد ایران لازم است.



به‌ویژه صناعی که برای جایگزینی واردات ایجاد شده‌اند، موظف باشند و یا تشویق شوند که قسمتی از تولیدات خود را صادرکنند. حسن این امر آن است که این‌گونه صنایع که در داخل، بازار مطمئنی پیدا کرده‌اند و انگیزش چندانی برای بهبود کیفیت و بالا بردن کارایی و کاهش قیمت تمام‌شده کالا ندارند، مجبور به رقابت با تولیدکنندگان خارجی می‌شوند.

از آن گذشته بازار گسترده داخلی نیز امکان استفاده از تولید انبوه و کاهش

خطوط تولید کارخانه‌ها بر مبنای نیازهای جنگی تغییر پیدا می‌کند. در دوره تغییر راهبرد جایگزینی واردات به راهبرد گسترش صادرات نیز باید همین سیاست «تغییر خطوط تولید» اتخاذ و اعمال شود و صنایعی که ابتدا برای جایگزین کردن واردات تغییر یافت باید خطوط تولید را بار دیگر به‌گونه‌ای تغییر دهد که بخشی یا تمام محصولات تولیدی صادر شود.

بهترین راه گسترش صادرات کالاهای صنعتی نیز آن است که صنایع داخلی

می‌باشد. اما توسعه صادرات غیرنفتی و کاهش اتکا به درآمدهای حاصل از صادرات نفت برای تأمین نیازهای ارزی کشور از اهداف برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی است.

تحولات اقتصادی دهه‌های اخیر در مجموعه جهانی و در نظم جهانی، باعث جهانی شدن اقتصاد و گسترش وسیع تجارت بین‌المللی و به‌خصوص یرمبنای تولید و افزایش مستمر رفاه، می‌باشد.

نویسنده می‌افزاید: در زمان جنگ،

○ تحولات اقتصادی در دهه‌های اخیر در مجموعه جهانی، باعث جهانی شدن اقتصاد و گسترش وسیع تجارت بین‌المللی به خصوص بر مبنای تولید و افزایش مستمر رفاه، می‌باشد.

هزینه تولید را پیدا می‌کند، در حالی که خطر و ضرر وابستگی کامل به بازار خارجی که به‌طور معمول صنایع صرفاً صادراتی را تهدید می‌کند، نیز برای صنایع مورد بحث (صنایع جایگزینی واردات) وجود ندارد.

هر صنعت جایگزین واردات به نوبه خود در مرحله‌ای از رشد می‌تواند جزء صنایع صادراتی به‌شمار آید.

این کارشناس معتقد است که صادرات، فعالیتی بسیار پیچیده و دارای ظرافت‌های خاص خود است و توسعه صادرات نیز امری آسان نیست. برای فروش بیشتر کالا و خدمات به خریداران خارجی شرایط و عوامل مساعد بسیار لازم است و فقط جلب رضایت مصرف‌کننده خارجی نسبت به کیفیت، قیمت، شرایط عرضه و خدمات پس از فروش، لازم است بلکه باید با رقبای سرسخت، ورزیده و سابقه‌دار روبه‌رو شد.

با جهانی شدن اقتصاد، هر کشوری در کشور دیگر منافع اقتصادی پیدا می‌کند و برای حفظ آن به‌ناچار وضعیت سیاسی آن کشور را زیر نظر می‌گیرد و چه بسا در ایجاد شرایط مناسب برای فعالیت اقتصادی به مداخله می‌پردازد. با این وصف هیچ کشوری به‌راحتی نمی‌تواند الگوهای سیاسی - اقتصادی خاص خود را دنبال کند و لذا اقتصاد و سیاست به هم وابسته‌اند و تحولات حوزه اقتصادی نمی‌تواند بدون تحولات هماهنگ در حوزه سیاست تحقق

یابد.

از آنجا که رشد و توسعه اقتصادی جزء جدانشدنی حیات هر جامعه است، اگر جامعه‌ای رشد نکند، محکوم به فنا و نابودی است. با این وصف چنانچه سیاست توسعه صادرات مبنای الگوی رشد و توسعه اقتصادی قرار گیرد، مزایایی دارد که عمده‌ترین آنها عبارتند از:

- در قبال صادرات، مصنوعات به جای

ارزبری، ارزآوری دارند.

- درآمد ارزی افزایش می‌یابد.

- با افزایش درآمد ارزی، استاندارد

زندگی در کشور بالا می‌رود.

- سرمایه‌گذاری‌های جدید انجام

می‌شوند.

- صادرات، اشتغال ایجاد می‌کند و در

پرتو آن تخصص‌ها رشد بیشتری می‌یابند.

- تولید کالا با استاندارد جهانی، لازمه

ارتقاء سطح آموزش در دانشگاه‌ها می‌شود.

- کیفیت کالاها بالا می‌رود.

- حضور در بازارهای بین‌المللی، ثبات

سیاسی را افزایش می‌دهد و اصلاً ثبات

سیاسی در ارتباطات بین‌المللی شکل

می‌گیرد.

باید دقت داشت که صادرات و واردات

دوروی یک سکه هستند و آن کشوری

برنده است که صادراتش بیش از واردات

آن باشد، زیرا ضمن افزایش درآمد ارزی،

توان سرمایه‌گذاری بیشتر در امور تولیدی

را پیدا می‌کند و اقتصاد کشور شکوفا

می‌شود. کشورهای توسعه‌یافته حدود ۴۰

درصد تولید ناخالص ملی را صادر می‌کنند.

بررسی عوامل یاری‌دهنده به توسعه

صادرات کشورهای پیشرفته جهان نشان

می‌دهد که به کارگیری علوم و فنون تولیدی

پیشرفته، بهره‌گیری از ماشین‌ها و ابزار

پیچیده و توانمند، بهره‌مندی از نیروی

انسانی ماهر و متخصص، دسترسی به

اطلاعات وسیع و متراکم در زمینه‌های

گونگون، توانایی در فراهم آوردن مواد اولیه

و انرژی فراوان و ارزان، استفاده گسترده از

شبکه‌های گسترده حمل و نقل داخلی و

خارجی و بهبود بخشیدن مداوم به جریان

تولید و فروش، از عواملی است که رونق

صادرات آنها را تضمین کرده است.

تجارت در ایران سابقه‌ای دیرینه دارد.

موقعیت مناسب جغرافیایی، قرار گرفتن در

منطقه معتدل، راه داشتن به دریاهای آزاد،

برخورداری از منابع طبیعی سرشار، آب و

هوای متنوع و... به مبادلات تجاری ایران

با دیگر کشورها از گذشته‌های دور، رونق

خاصی بخشیده است. اما صادرات ایران

اعم از نفت و کالاهای غیرنفتی در بیست

سال گذشته با نوسانات شدید روبه‌رو شده

است.

اگرچه مشکلات صادرات غیرنفتی در

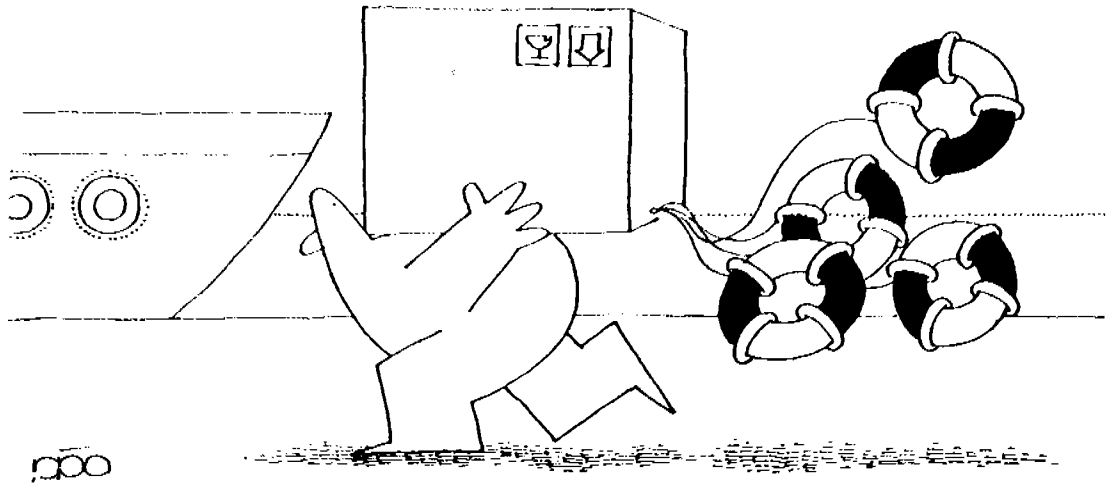
سال‌های گذشته جای بحث دارد، ولی

می‌توانست با برنامه‌ریزی مدون،

به‌خصوص برای بازارهای اسلامی و

کشورهایی که تراز بازرگانی ما با آنها منفی

○ با جهانی شدن اقتصاد، هر کشوری در کشور دیگر منافع اقتصادی پیدا می‌کند و برای حفظ آن به‌ناچار وضعیت سیاسی کشور مقابل را در نظر می‌گیرد و چه بسا در ایجاد شرایط مناسب برای فعالیت اقتصادی، به مداخله می‌پردازد.



مطالعه نشده و ضد و نقیض و بی ثبات ماهانه، هفتگی و بعضاً روزانه و تغییر بی درپی تصمیمات نمی توان مشکل را حل کرد و چشم امیدی به افزایش مستمر صادرات غیرنفتی به خصوص صادرات صنعتی داشت.

نویسنده با ارایه جدول تجارت خارجی ایران بیان می کند که سهم صادرات کالاهای صنعتی در مجموع صادرات غیرنفتی از ۱۱/۷ درصد در سال ۱۳۶۸ به ۳۱/۸ درصد در سال ۱۳۷۳ افزایش یافته است.

نویسنده با اشاره به این مطلب که ژاپن ۹۷ درصد، کره جنوبی ۹۳ درصد، آلمان ۹۰ درصد، ایتالیا ۸۹ درصد، سوئد ۸۵ درصد، مالزی ۸۰ درصد، پاکستان ۷۹ درصد، هند ۷۳ درصد و ترکیه ۶۵ درصد از صادرات آنها را کالاهای صنعتی تشکیل می دهد و برای ایران این نسبت ۳۱/۸ درصد است، نتیجه می گیرد که جمهوری اسلامی ایران فاصله زیادی با کشورهای درحال توسعه و توسعه یافته پیدا کرده و لذا توجه به گسترش صادرات غیرنفتی به خصوص کالاهای صنعتی امری اجتناب ناپذیر است. وی می نویسد: با اتخاذ سیاست های

است، به رشد قابل توجهی دست یابد. به نظر نویسنده، عمده ترین مشکلات صادرات غیرنفتی در سال های گذشته، افزایش نیاز به کالا و مواد تولیدی در داخل کشور بر اثر رشد بی رویه جمعیت، تورم داخلی و افزایش بی رویه قیمت تمام شده کالاهای صادراتی، اختلاف شدید بین قیمت رسمی و آزاد ارزها، متن تبلیغات صحیح در بازاریابی خارجی، پایین بودن کیفیت کالاهای تولیدی و صادراتی، بسته بندی غیربازرگانی و نامساعد برای بازارهای خارجی، رقابت کشورهای دیگر و تغییرات پی در پی در مقررات و قوانین صادرات و واردات کشور ... است.

جدول (۱) تجارت خارجی ایران

میلیون دلار

۱۳۷۳	۱۳۷۲	۱۳۷۱	۱۳۷۰	۱۳۶۹	۱۳۶۸	
						صادرات
۱۴۶۰۳	۱۴۳۳۳	۱۶۸۸۰	۱۶۰۱۲	۱۷۹۹۳	۱۲۰۳۷	نفت و گاز
۴۸۲۵	۳۷۴۷	۲۹۸۸	۲۶۴۹	۱۳۱۲	۱۰۴۴	سایر کالاها
=====	=====	=====	=====	=====	=====	
۱۹۴۲۸	۱۸۰۸۰	۱۹۸۶۸	۱۸۶۶۱	۱۹۳۰۵	۱۳۰۸۱	
۱۲۶۱۷	۱۹۲۸۷	۲۳۲۷۴	۲۵۱۹۰	۱۸۳۳۰	۱۳۴۴۸	واردات
=====	=====	=====	=====	=====	=====	
+۵۸۱۱	-۱۲۰۷	-۳۴۰۶	-۶۵۲۹	+۹۷۵	-۳۶۷	

جدول ۲) سهم صادرات کالاهای صنعتی در صادرات غیرنفتی

میلیون دلار

۱۳۷۲	۱۳۷۱	۱۳۷۰	۱۳۶۹	۱۳۶۸
۱۱۹۱/۷	۹۷۰/۹	۶۶۰	۲۴۱/۵	۱۲۲/۶
%۳۱/۸	%۳۲/۵	%۲۴/۹	%۱۸/۴	%۱۱/۷

○ حجم داد و ستدهای روزانه بین‌المللی بالغ بر ۲۰ میلیارد دلار است و فعالیت فروشندگان، بازرسان، بانکداران، متصدیان حمل و نقل و خریداران را شامل می‌شود، اما شرکت‌های بیمه در تمامی این فعالیت‌ها می‌توانند نقش داشته باشند و ضریب اطمینان را بالا ببرند که مهم‌ترین عامل در اقتصاد بین‌الملل است.

نقش بیمه در توسعه صادرات غیرنفتی

صادرات مجموعه هماهنگی است که تمامی دستگاه‌های اجرایی کشور به‌خصوص صنعت بیمه می‌بایست به‌طور منظم در مسیر اصلی این امر مهم قرار گیرد.

سرعت داد و ستد نیاز به ابزارهای پیشرفته دارد. صنعت بیمه از جمله پدیده‌هایی است که در تجارت (داخلی و خارجی) اعتبار و اهمیت خاصی پیدا کرده است.

از آنجا که چرخه گردش کالا در عرصه تجارت بین‌المللی در چارچوب معاملات بازرگانی انجام می‌شود، دریافت هر چه سریع‌تر وجه کالای فروش رفته (برای فروشنده) و انتقال هر چه سریع‌تر اسناد مالکیت و دریافت کالا (توسط خریدار) قدم اول است.

خدمات متنوع بانکی (پرداخت اسناد گشایش اعتبار شده)، انتقال محمولات (حمل و نقل) و... مانند پلی بین تولید و مصرف می‌باشند.

شرکت‌های بازرسی کالا با عمل بازرسی (سورویانس) حلقه دیگر زنجیره فعالیت‌هایی است که امکان مبادلات

بین‌المللی را فراهم می‌سازد.

با عنایت به این امر که امروزه حجم دادوستدهای بین‌المللی به ۲۰ میلیارد دلار در روز رسیده و فعالیت فروشندگان، بازرسان، بانکداران، متصدیان حمل و نقل و خریداران را شامل می‌شود، اما شرکت‌های بیمه در تمامی این فعالیت‌ها نمی‌توانند نقش داشته باشند، زیرا که در هر زمینه می‌توانند ضریب اطمینان را بالا ببرند که این مهم‌ترین عامل در اقتصاد بین‌الملل است.

کالاهایی که به قصد فروش، تولید شده‌اند، برای آنکه به مصرف خریدار برسند به دریافت خدماتی متکی می‌باشند که هر یک به نوبه خود نقش مهمی ایفا می‌کنند و بیمه از جمله این خدمات است. در دنیای تجارت، همواره ارتباط تنگاتنگی بین بیمه و تجارت بین‌الملل وجود داشته و امروزه دامنه امتزاج بیمه با تجارت بین‌الملل به محمولات منتهی نمی‌شود، بلکه در تمامی عرصه‌های آن نقش مهمی را به عهده گرفته است.

بیمه‌گران در کنار هر دو قطب یک دادوستد بین‌المللی (خریدار و فروشنده) قرار دارند و در تمام مسیر، ارتباط میان آنها را مورد به مورد به عهده می‌گیرند.

نقش بیمه‌ها در تأمین لازم برای جبران خسارت‌های ناشی از جابه‌جایی کالاها و ارتباط بین بیمه و سایر تسهیلات موردنیاز تجارت بین‌الملل از قبیل خدمات بانکی، حمل و نقل، بازرسی و... بررسی می‌شود.

اما رشد هر بازاری به‌طور طبیعی ایجاب می‌کند که آن بازار حتی المقدور در معرض مخاطرات کمتری باشد.

یکی از سیاست‌های تشویق صادرات، بیمه صادرات است که به‌طور معمول در جهان با هماهنگی بانک صادرات - واردات (هر کشور) تأمین اعتبار می‌گردد. با اجرای این سیستم بخش و یا تمام زیان ناشی از معاملات صادرات بیمه می‌شود. این سیستم شامل تسهیلات زیر می‌باشد: الف) بیمه عمومی صادرات که برای جبران خسارت ناشی از خطرات سیاسی و تجاری در معاملات طرح‌ریزی می‌شود و به‌طور معمول تا ۹۰ درصد خسارت ناشی از عوامل سیاسی (جنگ، کودتا در کشور طرف معامله) و ۶۰ درصد ضررهای ناشی از عوامل تجاری را پوشش می‌دهد.

ب) بیمه مالی صادرات که به‌منظور تضمین بازپرداخت اعتبارات توسط صادرکنندگان به بانک‌هایی از قبیل بانک

سهام، انهدام در اثر جنگ و آشوب داخلی

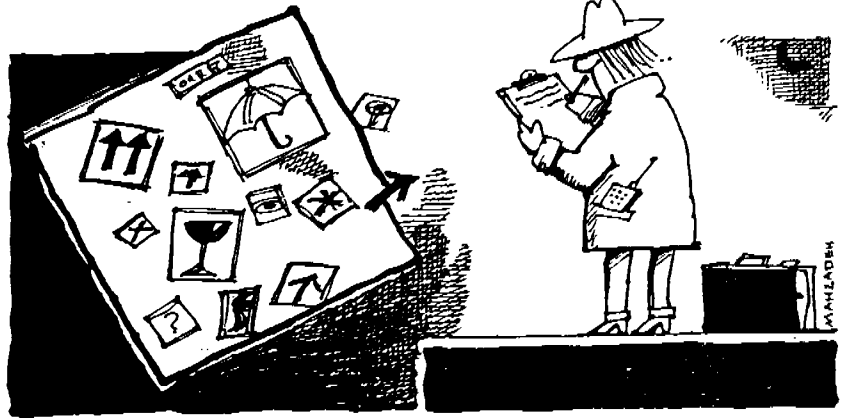
۷- بیمه اعتبارات صادراتی

هدف اصلی شرکت‌های بیمه و صندوق‌های ضمانت که در زمینه اعطاء بیمه اعتبارات صادراتی فعالیت دارند و از طریق تضمین خطرات سیاسی و بازرگانی که منجر به عدم دریافت وجه کالاهای صادر شده می‌گردد، کمک به توسعه صادرات می‌باشد.

منابع و وام‌هایی که از طریق دولت و بانک‌ها به صادرکنندگان اعطا شده نیز بیمه می‌شوند. تجربه ایران نشان می‌دهد که به علت خطرات گوناگون که توسط شرکت‌ها و سازمان‌های حمایتی بیمه شده است، ایجاب می‌کند که این‌گونه مؤسسات از طرف دولت و یا با کمک دولت تعهدات خود را بپذیرند.

اگرچه بعضی از خطرات را شرکت‌های بیمه بازرگانی، بیمه می‌کنند، لیکن بیشتر مخاطرات احتمالی از قبیل عدم پرداخت خریدار، ملی شدن شرکت‌ها و خطرات سیاسی، معمولاً توسط بیمه‌های بازرگانی بیمه نمی‌شود.

○ حضور در بازارهای بین‌المللی، ثبات سیاسی را افزایش می‌دهد و این از مزایای اتحاد الگوی توسعه اقتصادی بر مبنای گسترش صادرات است. اصولاً ثبات سیاسی در ارتباط بین‌المللی شکل می‌گیرد.



۳- بیمه اسناد صادراتی

زیان‌هایی که بانک‌های کشور صادرکننده به دلیل اسناد خریداری کرده صادراتی متحمل می‌شوند. این‌گونه زیان‌ها در نتیجه عدم پرداخت این اسناد در سررسید مقرر به دلیل سیاسی و یا بازرگانی به وجود می‌آیند.

۴- بیمه ضمانت‌نامه صادراتی

این نوع بیمه ضمانت‌نامه‌هایی که بانک‌ها از طرف صادرکننده کالا و خدمات برای خریداران (سفارش‌دهندگان) صادر می‌کنند، پوشش می‌دهد. از قبیل ضمانت‌نامه شرکت در مناقصه، ضمانت‌نامه اجرای تعهدات، ضمانت‌نامه‌های پیش‌پرداخت، ضمانت‌نامه استرداد کسور وجه‌الضمان و...

۵- بیمه خطر نوسانات ارزی

زیان‌های ناشی از نوسانات نرخ ارز مربوط به قراردادهای صادراتی به شکل بازپرداخت مدت‌دار.

۶- بیمه سرمایه‌گذاری خارجی

زیان‌های ناشی از سلب مالکیت و مصادره، ایجاد موانع در خروج سود سرمایه‌گذاری و عایدات حاصل از فروش

صادرات و واردات (EXIM Bank) و یا

بانک مرکزی تأمین اعتبارات صادراتی را به عهده می‌گیرد.

ج) بیمه سرمایه‌گذاری خارجی که به منظور ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری در خارج از کشور صورت می‌گیرد.

انواع بیمه صادراتی:

۱- بیمه عمومی صادرات (قبل از صادرات کالا)

الف) عدم امکان صادرات به دلیل مخاطرات سیاسی از قبیل وقوع جنگ یا آشوب در کشور مقصد.

ب) مخاطرات بازرگانی نظیر ورشکستگی شرکت یا دولت واردکننده، فسخ یک‌جانبه قرارداد.

ج) افزایش هزینه‌های حمل و نقل یا نرخ بیمه که از تغییر مسیر (حمل) به مقصد به دلیل خطرات سیاسی همچون حمله به بنادر ناشی می‌شود.

۲- بیمه درآمدهای صادراتی (بعد از حمل و صدور کالا)

این نوع بیمه به منظور تأمین خسارت صادرکننده بر اثر ناتوانی در مطالبه درآمدهای صادراتی به دلیل محدودیت ارزی در کشور واردکننده ارایه می‌شود.