

## بیمه صادرات غیر نفتی (مطالعه موردی: فرش)<sup>۱</sup>

محمود احمدی

### مقدمه

وجود موازنه بازرگانی خارجی در بلندمدت از ضروریات اقتصاد سالم است. از آن جا که موازنه بازرگانی خارجی از برابری صادرات و واردات نشأت می‌گیرد، برای دستیابی به اقتصاد سالم راهی جز تلاش برای صادرات متوازن با واردات نیست. توسعه صادرات تنها ابزار کشورهای در حال توسعه است که هر روز سهم بیشتری از تجارت جهانی را از دست می‌دهند. از دیگر سو، توسعه صادرات دیگر با ابزارهای تشویقی سنتی امکان ندارد و به ابزارهای کارآمدتری در این زمینه نیاز است. بیمه‌های صادراتی که امروزه در میان بسیاری از کشورها رایج است یکی از ابزارهای نو محسوب می‌شود. متأسفانه این رشته بیمه‌ای مانند برخی رشته‌های دیگر در کشور ما بسیار ناشناخته است چنان‌که به هنگام تکمیل پرسش‌نامه‌های مربوط به تحقیق حاضر، اکثر قریب به اتفاق صادرکنندگان فرش نقش بیمه‌های صادراتی را در توسعه صادرات کاملاً بی‌اثر می‌دانستند. توسعه صادرات غیر نفتی در کشورمان از هدف‌های مهم و اساسی بوده و تنها راه‌هایی از وابستگی به صدور نفت خام و مشتقات آن شناخته شده و از مدت‌ها پیش مدنظر مسؤولان و برنامه‌ریزان اقتصادی کشور قرار گرفته است. از آن جا که فرش بالاترین سهم را در این زمینه دارد، لذا جست‌وجوی راهکارهای مناسب برای توسعه صادرات آن اولویت خاصی دارد. به عقیده صاحب‌نظران، توسعه بیمه‌های صادراتی در افزایش صادرات کشورهای مختلف مؤثر است. در صورت تحقق این امر، در مورد فرش می‌توان به اختصاص سهم بیشتری از بازار جهانی به فرش کشورمان امیدوار بود.

---

۱. نویسنده، از دانشگاه آزاد اسلامی، این مقاله را براساس پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود نوشته است (استاد راهنما: دکتر علی دهقانی، استاد مشاور: دکتر غلامحسین جباری).

## فرضیات

با توجه به این اهمیت، بررسی ابعاد مختلف بیمه صادرات غیرنفتی و برای پرداختن هرچه بهتر به زوایای گوناگون آن، فرضیات تحقیق به شرح زیر بیان می‌شود:

فرضیه اهم: ارائه بیمه‌نامه‌های صادراتی باعث بهبود وضعیت صادرات غیرنفتی خواهد شد.

فرضیات اخص: ۱. آشنایی صادرکنندگان فرش با انواع بیمه‌نامه‌های صادراتی در حد مطلوب بوده است؛ ۲. تبلیغات شرکت‌های بیمه درخصوص شناساندن بیمه‌نامه‌های صادراتی در حد مطلوب بوده است؛ ۳. ارائه بیمه‌نامه‌های صادراتی باعث افزایش حجم و ارزش صادرات غیرنفتی خواهد شد؛ ۴. خدماتی که شرکت‌های بیمه به صادرکنندگان (بیمه‌گذاران) ارائه کرده‌اند در سطح مطلوب بوده است؛ ۵. خرید بیمه‌نامه‌های صادراتی اجباری باعث بهبود وضعیت صادرات غیرنفتی خواهد شد؛ و ۶. بالا بودن حق بیمه‌ها و خدمات نامناسب موجب شده است که صادرکنندگان غیرنفتی به بیمه‌های صادراتی روی خوش نشان ندهند.

نمونه آماری: پس از کسب آگاهی از حجم جامعه مورد بررسی می‌توان حجم نمونه مورد نیاز را برای کسب نتیجه مناسب از عملیات آماری به دست آورد. حجم نمونه با فرمول زیر به دست می‌آید:

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot P \cdot Q}{(N - 1) \cdot E^2 + Z_{\alpha}^2 \cdot P \cdot Q}$$

که در این جا:  $n$  = حجم نمونه،  $N$  = حجم جامعه،  $Z_{\alpha}$  = سطح اطمینان ۹۵ درصد (که معادل ۱/۹۶ است)،  $P$  = نسبت مورد قبول در جامعه (که به لحاظ وجود دو حالت موافق و مخالف ۵۰ درصد در نظر گرفته می‌شود)،  $Q$  = نسبت غیر قابل قبول در جامعه (معادل  $1 - P$  که طبیعتاً آن هم ۵۰ درصد خواهد بود) و  $E$  = خطای برآورد که معادل ۱۰ درصد فرض می‌شود:

$$n = \frac{350 \times (1/96)^2 \cdot (0/5) \times 0/5}{(350 - 1)(0/1)^2 + (1/96)^2 \cdot 0/5 \times 0/5} = 25$$

بدین ترتیب، با اخذ ۲۵ نمونه از جامعه بالا می‌توان به پاسخ قابل قبولی از برآورد جامعه رسید.

## انواع تضمین و بیمه‌های صادراتی<sup>۱</sup>

**تضمین‌های صادراتی:** ۱. تضمین صادرات اعتباری کوتاه مدت. این نوع تضمین در مورد کالاهای با شرایط پرداخت نقد در برابر اسناد، اسناد در قبال پرداخت، برات رویت و اعتباراتی با شرایط پرداخت کمتر از ۶ ماه صادر می‌شود. معمولاً این نوع تضمین در مورد کالاهای مصرفی و سنتی که شرایط پرداخت آن‌ها حداکثر ۶ ماه است صادر می‌شود. ضمانت‌نامه‌ها عمومی است و تضمین‌های کوتاه‌مدت اعتباری را برای تضمین صادرات قبل از صدور به کار می‌برند؛ ۲. تضمین صادرات اعتباری میان مدت. بیشتر سازمان‌های بیمه اعتبار صادراتی، معاملات صادراتی با شرایط پرداخت بیش از اعتبارات کوتاه‌مدت را اغلب با ضمانت‌نامه خاص تحت پوشش ضمانتی قرار می‌دهند. برخی از مؤسسات، به ویژه در این زمینه ضمانت‌نامه خصوصی دارند و بعضی با الحاقیه‌ای به ضمانت‌نامه عمومی، صادرات اعتباری میان‌مدت را تحت پوشش قرار می‌دهند. اعتبارات میان‌مدت بیشتر مربوط به کالاهای صنعتی و مصرفی بادوام است. البته برخی از شرکت‌های بیمه معاملات اعتباری کوتاه‌مدت و میان‌مدت را به طور ترکیبی تحت یک ضمانت‌نامه تضمین می‌کنند.

**بیمه‌نامه‌های صادراتی:** ۱. بیمه‌نامه‌های صادراتی قبل از صدور. احتمال بروز خطر فقط به کالای در حال حرکت خلاصه نمی‌شود بلکه حتی پیش از این حرکت و همین‌که صادرکننده شروع به تولید کالای سفارشی می‌کند خطر فسخ قرارداد وجود دارد. این حالت به ویژه در مورد کالاهای صنعتی و سرمایه‌ای مصداق دارد که شرایط خاصی برای ساخت آن‌ها وجود دارد و براساس سفارش، با ویژگی‌های معینی ساخته می‌شوند. اگر حتی در مرحله ساخت، قرارداد باطل شود یا به هر دلیل دیگر امکان صدور وجود داشته باشد، با توجه به ویژگی‌های معین کالا، فروش آن‌ها با مشکل جدی روبه‌رو می‌شود و از این بابت تولیدکننده زیان می‌بیند. برای حل این مشکل و اطمینان دادن به تولیدکننده، بیمه‌نامه خاصی برای تضمین کالای صادراتی قبل از آن که صادر شود وجود دارد. البته بیشتر سازمان‌های بیمه اعتبارات صادراتی، ضمانت‌نامه خاصی برای تضمین صادرات قبل از صدور ندارند و از ضمانت‌نامه‌های عمومی استفاده می‌کنند که شامل خطرهای قبل و بعد از صدور می‌شود. در این زمینه تنها آلمان و فرانسه

ضمانت‌نامه‌های خاص دارند. برخی از کشورها نیز با الحاقیه‌ای به ضمانت‌نامه‌های استاندارد خود، خطرهای قبل از صدور را تضمین می‌کنند.

**بیمه‌نامه‌های صادراتی پس از صدور:** ۱. بیمه‌نامه پس از صدور؛ ۲. بیمه‌نامه کل صادرات؛ ۳. بیمه‌نامه صادرات به بازارهای منتخب؛ ۴. بیمه‌نامه صادراتی معاملات منتخب؛ ۵. بیمه‌نامه صادراتی فروش از انبارهای خارجی؛ ۶. بیمه‌نامه صادراتی کالاهای امانی در خارج؛ و ۷. بیمه‌نامه صادرات مجدد و بیمه‌نامه بازرگانی خارجی.

### بیمه‌های صادراتی در ایران

شروع فعالیت بیمه‌ای در ایران با تأخیر زمانی همراه بود. بیمه‌های صادراتی نیز چنین تاریخچه‌ای دارد و هم‌اکنون که در کشورهای دیگر بیمه‌های صادراتی روزبه‌روز در حال پیشرفت است در ایران گام‌های اولیه را برمی‌دارد. برای مثال، در سال گذشته، درآمد خالص بیمه اعتبار صادرات<sup>۱</sup> حدود ۶ میلیون ریال بوده است که نسبت به کل حق بیمه دریافتی صنعت بیمه حدود ۵ میلیونیم یا تقریباً صفر بوده است.

#### صندوق ضمانت صادرات ایران

پس از تأسیس مرکز توسعه صادرات ایران در سال ۱۳۴۶، ضمانت صادرات غیرنفتی نیز مدنظر قرار گرفت و مؤسسه‌ای به نام «صندوق ضمانت صادرات» در سال ۱۳۵۲ تأسیس شد. هدف از تشکیل این صندوق، افزایش صادرات غیرنفتی و حفظ حقوق صادرکنندگان در برابر ریسک‌های مالی و تضمین اعتبارات برای صدور کالا بود. فعالیت صندوق عملاً از سال ۱۳۵۳ آغاز شد لیکن به علت بی‌اعتمادی صادرکنندگان و فقدان برنامه‌ریزی منسجم و زیربنایی نتوانست به هدف‌های خود دست یابد. صندوق در کل فعالیت خود تا پایان سال ۱۳۶۲ جمعاً ۹۴ ضمانت‌نامه به ارزش ۱۰ میلیارد ریال صادر کرد که تا اواخر سال ۱۳۶۲ حدود ۱۰ مورد خسارت به صندوق اظهار شد که اکثر به علت این که بیمه‌گذار مقررات را رعایت نکرده بود غیرقابل پرداخت تشخیص داده شد. صندوق ضمانت صادرات ایران مجدداً از سال ۱۳۷۳ به فعالیت پرداخت و هم‌اکنون ضمانت‌نامه‌های موردنیاز صادرکنندگان را در اختیار آنان قرار می‌دهد.

#### موارد تحت پوشش

الف) مطالبات صادرکنندگان کالاها و یا خدمات از خریداران خارج از کشور که به

دلایل زیر در سررسید مقرر وصول نشود، مشروط بر آن که ناشی از تعهدات ایفا نشده صادر کننده نباشد: ۱. استتکاف خریدار از قبول کالای صادر شده یا خدمت انجام گرفته؛ ۲. پرداخت نشدن بهای کالا یا خدمت در سررسید مقرر؛ ۳. ناتوانی مالی خریدار به دلیل ورشکستگی یا اعتبار یا توقف؛ ۴. بروز جنگ یا حالت جنگ؛ ۵. تیره شدن روابط و یا قطع روابط سیاسی با کشور خریدار به نحوی که در نتیجه آن، صادر کننده موفق به دریافت مطالبات خود در سررسید آن‌ها نشود؛ ۶. اعمال سیاست‌های مربوط به محدودیت‌های وارداتی و ارزی در کشور خریدار؛ ۷. اعمال سیاست‌های اقتصادی که موجب مسدود شدن مطالبات صادرکنندگان شود؛ ۸. سلب مالکیت از خریدار بر اثر ملی شدن یا مصادره اموال به نحوی که صادر کننده موفق به دریافت مطالبات خود نشود؛ و ۹. سایر عوامل خارج از حیطه اختیار صادرکننده و خریدار که به تشخیص هیأت مدیره صندوق موجب می‌شوند که دست صادر کننده به مطالبات خود نرسد.

ب) تسهیلاتی که برای کالاها یا خدمات صادراتی تخصیص یابد.

پ) سایر مواردی که به تشخیص هیأت وزیران در امر توسعه صادرات لازم و مفید باشد.

### انواع خدمات بیمه‌ای

۱. ضمانت‌نامه‌عام: به موجب این ضمانت‌نامه که به مدت یک سال صادر می‌شود کلیه صادرات فروشنده به کشورهای مختلف به طور خودکار تحت تضمین و پوشش قرار می‌گیرد. براساس این ضمانت‌نامه چنانچه مطالبات صادرکننده از خریدار، در سررسید مقرر وصول نشود صندوق برحسب شرایط ضمانت‌نامه غرامت وارده به صادرکننده را جبران می‌کند. وی قائم مقام صادرکننده است و می‌تواند به خریدار خارجی یا در صورت نیاز به دولت متبوع وی مراجعه کند.

۲. ضمانت‌نامه خاص: چنانچه صادر کننده‌ای به دریافت ضمانت‌نامه عمومی تمایل نداشته باشد و بخواهد فقط برخی از کالاها را برای خریدار خاص ارسال کند می‌تواند از ضمانت‌نامه خاص استفاده کند.

۳. ضمانت‌نامه اعتبار بانکی: این ضمانت‌نامه برای افرادی صادر می‌شود که برای فعالیت صادراتی خود از اعتبار بانکی استفاده می‌کنند و یا قصد استفاده از آن را دارند. با صدور این ضمانت‌نامه؛ بازپرداخت اعتبار اخذ شده از بانک یا دیگر مؤسسات اعتباری تحت پوشش صندوق ضمانت صادرات ایران قرار می‌گیرد. بدین معنا که چنانچه به دلایلی وام گیرنده نتواند وجوه اعتبار اخذ شده را در سررسیدهای معین به بانک

پرداخت کند صندوق ضمانت صادرات تعهدات وی را در مقابل بانک ایفا می‌کند. طبیعی است که صندوق پس از پرداخت وجه به بانک برای احقاق حقوق دولت به گیرنده تسهیلات مراجعه و غرامت پرداخت شده را از وی مطالبه می‌کند.

۴. ضمانت‌نامه اعتبار صادراتی: این ضمانت‌نامه در مواردی صادر می‌شود که صادرکننده کالای صادراتی خود را به صورت اقساطی خریداری می‌کند تا پس از صدور، برحسب قرارداد فی‌مابین در مورد تصفیه آن اقدام کند. ضمانت‌نامه مزبور به درخواست صادرکننده و به نفع ذی‌نفع (تولیدکننده) صادر می‌شود تا چنانچه صادر کننده نتواند حداکثر پس از سه ماه از سررسید مقرر در قرارداد منعقد شده با ذی‌نفع تمام یا بخشی از بدهی خود را بپردازد صندوق در مورد پرداخت طلب ذی‌نفع اقدام کند. این ضمانت‌نامه نیز مانند ضمانت‌نامه اعتباری (بانک) برای صادرکننده فرانشیز دارد.

۵. ضمانت‌نامه سرمایه‌گذاری در خارج از کشور: به موجب این ضمانت‌نامه سرمایه‌گذاری‌های انجام گرفته در کشورهای خارجی در مقابل خطرهای سیاسی (از جمله ملی شدن، مصادره اموال، جنگ، شورش، آشوب، بلوا و اغتشاشات داخلی و یا هر اقدام دولت که مانع انتقال منافع ناشی از سرمایه‌گذاری به صورت ارز شود) تحت تضمین صندوق قرار می‌گیرد.

۶. ضمانت‌نامه واریز پیمان ارزی: براساس این ضمانت‌نامه، صندوق ضمانت صادرات ایران بازپرداخت پیمان ارزی اخذ شده از بانک‌های کشور را تحت پوشش قرار می‌دهد تا چنانچه صادر کننده نتواند تعهد ارزی خود را در سررسید معین به بانک پرداخت کند صندوق تعهدات وی را در قبال بانک ایفا کند. بدیهی است چنانچه عمدی در این کار باشد صندوق می‌تواند برای استیفای حقوق خود که همان حقوق دولت است به قانون متوسل شود.

جدول ۱. عملکرد صندوق ضمانت صادرات در دوره جدید فعالیت

سال	ضمانت‌نامه عام			ضمانت‌نامه خاص		
	تعداد	ریال	کارمزد	تعداد	ریال	کارمزد
۱۳۷۳	۱۵	۷,۹۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۶,۴۰۰,۰۰۰	-	-	-
۱۳۷۴	۲۱	۱۶,۴۸۸,۹۰۰,۰۰۰	۳۳,۱۰۸,۰۰۰	۱۰	۳۶,۸۰۶,۱۰۰,۲۰۰	۵۳,۳۲۲,۱۸۰
۱۳۷۵	۹۵	۶۸,۹۵۳,۷۹۹	۱۲۴,۳۲۷,۵۹۸	۲۲	۴,۵۷۶,۸۴۱,۲۰۰	۱۰۵,۶۵۷,۰۱۳
۱۳۷۶	۴	۳,۸۲۰,۰۰۰	۷,۶۴۰,۰۰۰	۸	۶,۱۱۷,۱۹۴,۲۰۰	۱۱۵,۶۲۳,۸۸۳

جدول ۲. سایر ضمانت‌های صادر شده (۱۳۷۳-۱۳۷۶) (به ریال)

ضمانت‌نامه	اعتبار بانکی	اعتبار صادراتی	سرمایه‌گذاری در خارج	واریز پیمان ارزی
تعداد	۱۷۶	۲	۸	۷۷
مبلغ	۶۱.۱۷۰.۶۹۲.۶۳۸	۵۴۰.۰۰۰.۰۰۰	۸۰۸.۳۹۰.۰۰۰	۱۷.۲۰۰.۰۰۰.۰۰۰
کارمزد	۲.۰۴۰.۳۹۶.۱۸۷	۲۸.۰۰۰.۰۰۰	۲۴.۰۰۰.۰۰۰	۳۴۳.۰۰۰.۰۰۰

مأخذ: بروشورهای صندوق ضمانت صادرات ایران.

### شرکت بیمه صادرات و سرمایه‌گذاری

این شرکت براساس قانون تأسیس بیمه مرکزی ایران و بیمه‌گری با مشارکت بیمه مرکزی ایران و شرکت‌های بیمه ایران، آسیا، البرز، دانا و بانک‌های ملی، صادرات، توسعه صادرات، تجارت و ملت با سرمایه اولیه بالغ بر ۲۰ میلیارد ریال در سال ۱۳۷۳ با هدف‌های زیر تأسیس شده است:

ارتقای قدرت رقابتی کالاها و خدمات صادراتی ایران در بازارهای جهانی؛ تشویق سرمایه‌گذاری در داخل و خارج از کشور؛ کمک به صادرکنندگان برای نفوذ بیشتر در بازارهای جدید و غیرنفتی؛ کمک به فروشندگان و تولیدکنندگان داخلی برای فروش بر مبنای شرایط اعتباری؛ و کمک به دست‌رس بیشتر صادرکنندگان و تولیدکنندگان ایرانی به وام‌های بانک‌های بازرگانی.

#### انواع خدمات بیمه‌ای

۱. بیمه اعتبار صادرات کالا (بیمه مطالبات صادرکنندگان کالا از خریداران خارجی) شامل بیمه‌نامه قبل از حمل و بیمه‌نامه بعد از حمل (عمومی، موردی)؛ ۲. بیمه اعتبار صادرات خدمات فنی و مهندسی؛ ۳. بیمه سرمایه‌گذاری؛ ۴. بیمه اعتبار داخلی (فروش اقساطی)؛ ۵. بیمه وام‌ها و تسهیلات اعطایی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری به صادرکنندگان و تولیدکنندگان؛ و ۶. بیمه باربری صادراتی.

#### ریسک‌های تحت پوشش

۱. ورشکستگی یا اعسار خریدار؛ ۲. امتناع ناموجه خریدار از قبول کالاهای حمل شده؛ ۳. خودداری خریدار از پرداخت بهای کالا؛ ۴. مسدود کردن یا تأخیر در انتقال بهای کالا از طرف کشور خریدار؛ ۵. اعمال محدودیت‌های وارداتی در کشور

خریدار؛ ۶. لغو مجوزهای وارداتی خریدار؛ ۷. لغو یا تمدید نکردن مجوزهای صادراتی یا اعمال محدودیت‌های صادراتی در ایران (این ریسک فقط در مورد بیمه‌نامه قبل از حمل کاربرد دارد)؛ ۸. جنگ بین کشور خریدار و ایران؛ ۹. جنگ، انقلاب و آشوب در کشور خریدار؛ و ۱۰. قصور کشور خریدار در پرداخت بهای کالاهای صادر شده.

بیمه اعتبار صادرات کالا بعد از حمل (بیمه مطالبات صادرکنندگان از خریداران خارجی): در این بیمه‌نامه صادرکنندگان ایرانی با اطمینان بیشتر، کالاهای خود را به خریداران خارج از کشور می‌فروشند، زیرا اگر صادرکننده به سبب تحقق خطرهای اقتصادی و سیاسی در کشور خریدار وصول کند، شرکت بیمه صادرات و سرمایه‌گذاری خسارت را مقرر از خریدار خارجی وصول کند، شرکت بیمه صادرات و سرمایه‌گذاری خسارت را براساس شرایط عمومی بیمه‌نامه پرداخت خواهد کرد. تمامی ریسک‌های ذکر شده جز مورد ۷ تحت پوشش این بیمه‌نامه قرار دارد.

بیمه اعتبار صادرات کالا قبل از حمل: در این نوع بیمه صادرکننده از زمانی که قرارداد قطعی فروش کالا را با طرف خارجی امضا می‌کند تحت پوشش بیمه قرار می‌گیرد. این نوع بیمه برای تولیدکنندگان کالای صنعتی که طبق استاندارد آب و هوا و سفارش خاص خریدار شروع به تولید کالایی می‌کنند اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا در صورتی که طرف قرارداد بر اثر ریسک‌های سیاسی و اقتصادی قادر به خرید کالای فوق نباشد و امکان فروش آن کالا در داخل نیز وجود نداشته باشد شرکت بیمه خسارت وارده به صادر کننده را پرداخت می‌کند. تمامی ریسک‌های سیاسی و اقتصادی فوق در قالب این بیمه‌نامه تحت پوشش قرار می‌گیرد.

بیمه اعتبار صادرات خدمات فنی و مهندسی: در این بیمه، اگر شرکت مهندسی مشاور و پیمانکار بر اثر وقوع خطرهای اقتصادی و سیاسی در کشور خریدار خدمات، نتواند بهای آن‌ها را از کارفرمای خود وصول کند، شرکت بیمه خسارت وی را پرداخت می‌کند. ریسک‌های سیاسی و اقتصادی ذکر شده جز مورد ۷ تحت پوشش این بیمه‌نامه خواهد بود.

## جایگاه فرش ایران در بازار جهانی

بازار جهانی فرش در حال حاضر افزون بر ۲ میلیارد دلار در سال است که این رقم همان‌طور که در جدول شماره ۶ نشان داده می‌شود در سال ۱۹۶۷ معادل ۱۶۷ میلیون

جدول ۳. بیمه اعتبار صادرات کالا (۱۳۷۴)

(به ریال)

ماه	تعداد بیمه‌نامه	خالص حق بیمه دریافتی <sup>۱</sup>	مجموع سرمایه تحت پوشش	خالص خسارت پرداختی <sup>۲</sup>
شهریور	۲	۲۵,۹۳۷,۴۶۴	۲,۱۱۸,۴۳۶,۵۹۰	-
بهمن	۱	۶,۰۰۰,۰۰۰	۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	-
جمع کل	۳	۳۱,۹۳۷,۴۶۴	۲,۷۱۸,۴۳۶,۵۹۰	-

۱. منظور از خالص حق بیمه دریافتی، مجموع حق بیمه بیمه‌نامه‌های صادره، به علاوه حق بیمه‌های اضافی منهای حق بیمه‌های برگشتی است.

۲. منظور از خالص خسارت پرداختی، مجموع خسارت‌های پرداخت شده منهای خسارت‌های بازبافتی است. مأخذ جدول‌های ۳، ۴ و ۵ بروشورهای شرکت بیمه صادرات و سرمایه‌گذاری.

جدول ۴. بیمه اعتبار صادرات کالا (۱۳۷۵)

(به ریال)

ماه	تعداد بیمه‌نامه	خالص حق بیمه دریافتی	مجموع سرمایه تحت پوشش	خالص خسارت پرداختی
مهر	۳	۴۰,۷۴۱,۷۷۶	۱۸,۵۶۸,۰۱۱,۱۸۰	-
آبان	۱	۷۳,۲۹۱,۰۶۲	۳۱,۹۴۵,۱۶۰,۴۰۰	-
آذر	۲	۲۵,۲۰۰,۲۷۰	۱۰۰,۱۳۴,۷۲۰	-
دی	۱	۲۷,۰۰۰,۰۰۰	۱۳,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	-
بهمن	۱	۸۰۶,۷۶۳	۷۳,۳۴۲,۰۸۰	-
اسفند	۱	۱۹,۱۵۱,۰۰۰	۴۵,۷۹۹,۵۰۰,۰۰۰	-
جمع کل	۹	۳۶۸,۱۹۰,۸۷۱	۱۰۹,۹۸۶,۱۴۸,۳۸۰	-

جدول ۵. بیمه اعتبار صادرات کالا (۱۳۷۶)

(به ریال)

ماه	تعداد بیمه‌نامه	خالص حق بیمه دریافتی	مجموع سرمایه تحت پوشش	خالص خسارت پرداختی
خرداد	۱	۴,۵۰۷,۶۳۲	۳۹۱,۹۶۸,۰۰۰	-
آبان	۱	۱,۲۹۶,۴۸۲	۱۱۲,۷۳۷,۵۲۶	-
بهمن	۱	۴۷۹,۴۰۰	۲۳۹,۷۰۰,۰۰۰	-
جمع کل	۳	۶,۲۸۳,۵۱۴	۷۴۴,۴۰۵,۵۲۶	-

دلار بوده است. از سال ۱۹۶۷ تا سال ۱۹۹۴ و طی ۲۷ سال ارزش کل صادرات در بازار جهانی حدود ۱۲ برابر افزایش یافته که عمده‌ترین افزایش متعلق به دوره ۱۹۶۷-۱۹۸۰ بوده است.<sup>۱</sup> پس از آن با اشباع بازار، این روند رو به کندی گذاشته شده است. یکی از دلایل مهم آن، ریاضت‌کشی قاره اروپا پس از ایجاد پول مشترک بوده است.<sup>۲</sup>

جدول ۶. ارزش صادرات فرش کشورهای عمده جهان

کشور	۱۹۹۷		۱۹۸۰		۱۹۹۴	
	ارزش (دلار)	درصد	ارزش	درصد	ارزش	درصد
ایران	۹۹	۵۹	۶۰۳	۳۶	۶۶۸	۳۳
چین	۵	۳	۱۱۴	۷	۳۸۱	۱۹
هند	۱۳	۸	۲۴۴	۱۴	۳۵۲	۱۷
نپال	—	—	۶	۴	۱۹۱	۹
پاکستان	۷	۴	۲۴۴	۱۴	۱۴۰	۷
ترکیه	۲	۱	۷۹	۵	۹۹	۵
جهان	۱۶۷	۱۰۰	۱۶۸۰	۱۰۰	۲۰۴۶	۱۰۰

جدول ۷. سهم کشورهای مختلف در بازار جهانی فرش (۱۹۹۶)

نام کشور	ایران	هند	چین	نپال	پاکستان	ترکیه
سهم	۳۱	۲۰	۱۷	۹	۸	۷

مآخذ: جهاد، سال هفدهم، ش ۲۰۲ و ۲۰۳، ص ۴۷؛ و اطلاعات، ۵ مرداد ۱۳۷۷.

نکته مهم این که ایران همواره با در اختیار داشتن افزون بر ۳۰ درصد بازار در صدر کشورهای صادرکننده فرش قرار داشته است (جدول شماره ۶)؛ در سال ۱۹۹۶ سهم این کشورها در بازار جهانی فرش تغییر کرد (جدول شماره ۷).

۱. [نشریه] جهاد، سال ۱۷، ش ۲۰۲ و ۲۰۳، صفحه ۴۷.

۲. «گزارشی از نمایشگاه بین‌المللی فرش تهران»، [روزنامه] سلام، ۷ شهریور ۱۳۷۷.

جدول ۸. سهم ایران از بازار جهانی فرش

سال	۱۹۶۷	۱۹۸۰	۱۹۹۲	۱۹۹۴	۱۹۹۵	۱۹۹۶
درصد	۵۹	۳۶	۲۹	۳۳	۳۰	۳۱

مأخذ: تلفیقی از جدول‌های مندرج در روزنامه اطلاعات (۵ مرداد ۱۳۷۷) و نشریه جهاد، ش ۲۰۲ و ۲۰۳، ص ۴۷.

### میزان صادرات فرش ایران

طی سال‌های اخیر میزان صادرات فرش کشور ما همواره دچار نوسان بوده است. درشت‌ترین رقم مربوط به سال ۱۳۷۳ با بیش از ۲ میلیارد دلار و کمترین آن متعلق به سال ۱۳۷۶ با حدود ۶۰۰ میلیون دلار بوده است. بررسی روند آمار مربوط به صادرات فرش کشور طی سه دهه اخیر (سال‌های ۱۹۶۷ تا ۱۹۹۶) بیانگر کاهش سهم ایران از بازار جهانی از ۵۹ درصد به ۳۱ درصد است. سنجش میزان صادرات فرش به کل صادرات غیرنفتی نشان می‌دهد که این وضعیت همواره درصد بالایی از صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است، گرچه آن نیز همواره در نوسان بوده است: از ۵۰/۵ درصد در سال ۱۳۵۸ تا ۱۳ درصد در ۲ سال قبل آن یعنی سال ۱۳۵۶. نکته مهم این که فرش صادراتی کشورمان عمدتاً از فرش پشمی یا کرکی تشکیل یافته و طی سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۷۳ دست کم ۹۵ درصد کل صادرات فرش متعلق به این دو نوع بوده است.

### نتیجه‌گیری

۱. مهم‌ترین عامل در ایجاد انگیزه برای بیمه کردن کالاها و خدمات<sup>۱</sup> اصلاح عملکرد شرکت‌های بیمه و به وجود آوردن فضای اعتماد و اطمینان صددرصد در بین بیمه‌گذاران است. این امر بهتر و کاراتر از هر عاملی می‌تواند به توسعه بیمه از جمله صادرات کمک کند.

۲. اغلب صادرکنندگان فرش با بیمه‌های صادراتی و اعتباری آشنایی کافی ندارند (ارزش معتبر فرضیه ۴۹ درصد).

۳. تبلیغات شرکت‌های بیمه درخصوص شناساندن بیمه‌های اعتباری مطلوب نبوده است. ارزش معتبر این فرضیه (۱۶ درصد) پایین‌ترین ارزش معتبر در کل فرضیات این تحقیق است که بیانگر فقدان کارایی مطلق شرکت‌های بیمه در امر تبلیغات است.

۴. بر اثر دو عامل قبلی، اغلب صادرکنندگان پی به نقش واقعی بیمه‌های صادراتی

۱. مانند خدمات مهندسی که هم‌اکنون بیمه می‌شود.

نبرده‌اند و آن را در توسعه صادرات بی‌اثر می‌دانند (ارزش معتبر فرضیه ۴۲ درصد). البته خدمات نامناسب شرکت‌های بیمه نیز در این پندار بی‌اثر نیست چنان‌که در ادامه به آن اشاره خواهد شد.

۵. مهم‌ترین عامل در سوق دادن افراد به سوی بیمه خدمات مناسب شرکت‌های بیمه است، اما متأسفانه اغلب صادرکنندگان فرش از خدمات این شرکت‌ها راضی نیستند. ارزش معتبر فرضیه این‌گزینه پس از تبلیغات پایین‌ترین رقم را شامل می‌شود (۳۹ درصد) که حاکی از همگونی این دو عامل در روی‌خوش نشان ندادن به بیمه‌های صادراتی بوده است.

۶. اجباری کردن بیمه‌های صادراتی نیز تأثیری بر افزایش میزان صادرات نخواهد داشت (ارزش معتبر فرضیه ۳۳ درصد)

### پیشنهادها

۱. مهم‌ترین نتیجه‌ای که در این تحقیق به آن رسیدیم: علت اصلی رشد ناکافی صنعت بیمه و به تبع آن بیمه‌های صادراتی در ایران خدمات نامناسب شرکت‌های بیمه است. در واقع این معضل به تنهایی بهترین ضدتبلیغ برای رشد بیمه در کشور ماست که در صورت رفع آن می‌توان به رشد و توسعه صنعت بیمه در این مرز و بوم امید بست.

۲. اغلب صادرکنندگان با بیمه‌های صادراتی آشنا نیستند. برای رفع این مشکل دو پیشنهاد ارائه می‌شود: الف) چاپ و توزیع گسترده بروشورهای تبلیغاتی در مورد بیمه‌های صادراتی و سازمان‌های ذی‌ربط (مانند شرکت بیمه صادرات و سرمایه‌گذاری) بین کلیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان؛ ب) معرفی بیمه‌های صادراتی در مبادی خروجی و گمرکات کشور.

۳. ایجاد ارتباط با شرکت‌های بیمه خارجی که در زمینه اعتبار سابقه فعالیت دارند و استفاده از تجربیات آن‌ها. برگزاری دوره‌های آموزشی برای بالا بردن مهارت بیمه‌گران داخلی و دعوت از کارشناسان آن شرکت‌ها نیز برای تدریس در این دوره‌ها توصیه می‌شود.

۴. ایجاد ارتباط با سازمان‌ها و نهادهای تصمیم‌گیرنده در امر صادرات غیرنفتی و مشارکت و هماهنگی در تصمیم‌گیری‌های آنان در مورد قوانین و مقررات وضع شده.

۵. یکی از مشکلات صادرکنندگان ایرانی این است که بیمه‌نامه‌های شرکت‌های بیمه ایرانی را در خارج از کشور نمی‌پذیرند. برای رفع این مشکل پیشنهاد می‌شود که از دو طریق دیپلماسی و هماهنگ کردن بیمه‌نامه‌های صادر شده با شرایط سیاسی و اقتصادی کشورهای طرف صادرات اقدام شود.

۶. مشورت با وابستگان بازرگانی جمهوری اسلامی ایران در کشورهای طرف صادرات کشور ما برای آشنایی با بازارهای آن کشورها و طبقه‌بندی ریسک‌های سیاسی و اقتصادی در بازار آن‌ها برای نرخ‌بندی مناسب کالاهای صادر شده به آن کشورها.

### منابع

۱. آذر محبی، رضا. بررسی الگوی سیستم معادلات همزمان عرضه و تقاضای صادرات پسته ایران در بازار جهانی، دانشگاه آزاد اسلامی، پایان‌نامه، ۱۳۷۴.
۲. بتولی، فرهاد. نقش فرش در اقتصاد ایران و الگوی صادرات آن، دانشگاه امام صادق، پایان‌نامه، ۱۳۷۱.
۳. بررسی‌های بازرگانی (ویژه‌نامه تولید و تجارت فرش دستباف)، ش ۱۲۰، مرداد ۱۳۷۶.
۴. بهاری، معصومه. صادرات و تنگناهای صادراتی فرش ایران، دانشگاه آزاد اسلامی، پایان‌نامه، ۱۳۷۵.
۵. خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران. بولتن اقتصادی، شماره ۹۴، ص ۱۵ و ۱۲، تهران: ۱۳۷۷.
۶. رضایی (نراق)، عباس. بررسی صادرات خودروی سواری در ایران و تنگناهای آن، دانشگاه آزاد اسلامی، پایان‌نامه، ۱۳۷۴.
۷. شرافت، نسرین. بررسی تأثیر بیمه اعتبار کالا در توسعه صادرات غیرنفتی در ایران، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت، پایان‌نامه، ۱۳۷۶.
۸. طاهری، احمد. ریسک و مدیریت ریسک صادرات غیرنفتی ایران (با تکیه بر صادرات کالاهای صنعتی)، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم اداری، پایان‌نامه، ۱۳۷۴.
۹. غلامی، ذبیح‌اله. صادرات غیرنفتی ایران و بررسی عوامل مؤثر در توسعه آن، دانشگاه امام صادق، دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، پایان‌نامه، ۱۳۶۸.
۱۰. کریمی، آیت. کلیات بیمه، بیمه مرکزی ایران، ۱۳۷۶.
۱۱. میرمحمدی، سیدمحمد. نقش بیمه‌های صادراتی و اهمیت آن در توسعه صادرات، نیما، ۱۳۶۵.
۱۲. نامه اتاق بازرگانی، آبان ۱۳۷۶ و شماره ۶ سال ۱۳۷۵. ■