

# نقش بیمه‌های اعتباری در توسعه صادرات

● محمود احمدی؛ کارشناس مرکز تحقیقات بیمه‌ای بیمه مرکزی ایران

مقدمه

امروزه توسعه صادرات تنها ابزار کسب درآمد ارزی برای کشورهای در حال توسعه - که روز به روز سهم خود از تجارت جهانی را از دست می‌دهند - می‌باشد. زمانی کشورهای در حال توسعه حدود یک سوم تجارت جهانی را به خود اختصاص می‌دادند، اما پس از آن سهم این کشورها در این مجموعه کاهش یافت؛ چنان‌که به یک چهارم تجارت جهانی رسید (سهم کشورهای در حال توسعه از ۳۳ درصد در سال ۱۹۵۰ به ۲۵ درصد در سال ۱۹۸۳ کاهش یافت). اکنون بر اساس آمارهای موجود؛ این سهم به کمتر از یک پنجم کاهش یافته است.

از سوی دیگر به عقیده بسیاری از صاحب‌نظران، در حال حاضر دیگر ابزار سنتی تشویق صادرات نظیر استرداد حقوق و عوارض گمرکی، معافیت‌های مالیاتی، سیاست ترجیحی صادرات و امثال آن کارایی گذشته را ندارد و می‌بایست از ابزار جدیدی در این راه استفاده کرد. سیستم بیمه‌های اعتباری که در آن شرکت‌های بیمه وصول و جوه حاصل از صادرات را از خریدار خارجی تضمین می‌کنند یکی از ابزارهای جدید در این راه محسوب می‌شود.

کشورهای پیشرو در استفاده از بیمه‌های اعتباری، تجربه‌های موفق‌تری در توسعه صادرات خود و حمایت از آن از این طریق داشته‌اند. استفاده از این تجربه‌ها، بستر مناسبی برای گسترش هرچه بیشتر صادرات کشور و به خصوص صادرات غیرنفتی را فراهم خواهد کرد. بر این اساس در این مقاله به بیان نقش، اهمیت و تأثیر بیمه‌های اعتباری در توسعه صادرات خواهیم پرداخت، بیان تجربه‌های کشورهای پیشرو قسمت دیگر بحث را تشکیل خواهد داد و در ادامه وضعیت بیمه‌های اعتباری را در کشور بررسی خواهیم کرد. در پایان نیز پیشنهاداتی در خصوص رشد و گسترش بیمه‌های اعتباری ارائه خواهد شد.

## سیاست‌ها و روش‌های تشویق صادرات

روش‌های موثر در تشویق صادرات در کشورهای مختلف به شرح زیر است:

### ۱- مشوق‌های صادراتی مربوط به نرخ ارز:

از آنجا که در صادرات با ارزش خارجی سروکار داریم، یکی از بهترین راه‌های تشویق صادرات، تسهیلاتی است که در خصوص نقل و انتقال ارزهای بدست آمده برای صادرکننده قائل می‌شویم. روش‌های اجرایی این تشویق‌ها به شرح زیر است:

- سیاست ترجیحی صادراتی: در این روش صادرکننده می‌تواند با ارز بدست آمده به واردات کالاهای مورد نیاز برای توسعه فعالیت‌هایش اقدام کند و یا آن ارز را با قیمتی بالاتر به دولت بفروشد و سودی از این طریق کسب کند.

- سیاست نرخ ارز متعدد: در این روش ضمن اینکه صادرات کالای بخصوصی تشویق می‌شود، واردات کالاهای خاصی نیز تشویق و یا تحدید می‌گردد. با وجود نرخ‌های متفاوت برای ارزها می‌توان کالاهای خاصی را وارد کرد و بدین وسیله سودی عاید صادرکننده می‌شود.

- ایجاد نوسانات در نرخ ارزها: مقصود تضعیف یا تقویت پول ملی است. هنگامی که دولت قصد دارد صادرات را زیاد کند، پول ملی را تضعیف می‌کند با این اقدام (در کوتاه مدت) صادرات افزایش یافته و واردات محدود می‌شود؛ البته این اقدام ممکن است در دراز مدت به زیان کشور تضعیف کننده پول ملی تمام شود.

### ۲- مشوق‌های صادراتی مربوط به واردات و حقوق گمرکی:

حقوق و عوارض گمرکی رایج‌ترین

اقدام دولت‌ها برای کنترل واردات به کشورشان است که گاهی از آن برای حمایت از صنایع نوزاد داخلی استفاده می‌شود:

- معافیت حقوق گمرکی: صادرکنندگان کالاهای صنعتی اغلب مجبورند قسمتی از مواد اولیه مورد نیاز خود را از خارج وارد کنند که در صورت وجود حقوق گمرکی، قیمت تمام شده تولیدات آنها بالا خواهد رفت و توان رقابت در صادرات به کشورهای دیگر را از دست خواهند داد. به منظور کمک به صادرکننده در این روش از وی برای وارداتش حقوق و عوارض گمرکی دریافت نمی‌شود.

- منطقه آزاد گمرکی: به علت مشکلات اجرایی که در روش معافیت حقوق گمرکی وجود دارد، برخی کشورها مناطق آزاد گمرکی یا بنادر آزاد را به منظور واردات کالاهای صنعتی در نظر می‌گیرند.

### ۳- مشوق‌های صادراتی مربوط به مالیات‌ها و عوارض:

این نوع مشوق‌ها در اکثر کشورها برای توسعه صادرات مورد استفاده قرار می‌گیرد و شامل دو نوع راهکار می‌باشد: مشوق مربوط به مالیات‌ها و تعرفه‌های تحمیلی بر واردات و مشوق‌های مالیاتی مربوط به فعالیت صادراتی.

### ۴- یارانه‌های صادراتی:

یارانه‌ها و کمک‌های صادراتی شامل پرداخت ماهه‌التفاوت دریافتی از داخل در مقابل صادرات به خارج، پرداخت هزینه‌های بازاریابی، جوایز نقدی و غیره است.

### ۵- مشوق‌های صادراتی از طریق مراکز توسعه صادرات:

تاسیس مراکز و سازمان‌های دولتی که

به طور مستقیم متولی امر صادرات باشند از اقدامات مهم دولت‌ها در این زمینه می‌باشد اقداماتی که این مراکز انجام می‌دهند به شرح زیر است:

- پیش‌بینی نرخ بهره ترجیحی و قابل رقابت برای بخش صادرات

- تاسیس سیستم‌های متمرکز اطلاعات اعتباری و تجاری

- تسهیلات حق العمل کاری

- بیمه اعتباری صادرات

همانگونه که مشاهده می‌شود مراکز توسعه صادرات به طور مستقیم در بخش بیمه‌های بازرگانی فعالیت می‌کنند (بیمه‌های اعتباری جزو بیمه‌های بازرگانی محسوب می‌شوند) و این در حالی است که بیمه‌های بازرگانی به لحاظ تجاری بودن و کسب سود در آنها عمدتاً توسط بخش خصوصی انجام شده و دولت‌ها غالباً در بخش بیمه‌های اجتماعی فعال هستند. این امر به خاطر پوشش خطرات غیراقتصادی در کنار خطرات اقتصادی توسط بیمه‌های اعتباری است که بخش خصوصی را از انجام آن منصرف می‌کند. در حقیقت به خاطر حمایت از صادرات ملی، دولت‌ها به طور مستقیم وارد عرصه‌ای می‌شوند که نباید وارد شوند.

متقابلاً، در داخل کشور چون بحث صادرات مطرح نیست، بخش خصوصی و شرکت‌های بیمه بازرگانی در قسمت بیمه‌های اعتباری نیز فعالیت می‌کنند. به عنوان نمونه اگر فردی بخواهد وام طویل‌مدت از بانک بگیرد به جای اینکه سند منزل و امثال آن را نزد بانک وثیقه بگذارد به شرکت‌های بیمه مراجعه کرده و بیمه‌نامه اعتباری برای دریافت وام اخذ می‌کند (البته در اینجا وثیقه را نزد شرکت بیمه به امانت می‌گذارد).

## ۱- تعریف

فلسفه وجودی بیمه‌های اعتباری کمک به رشد و توسعه صادرات کشورهاست. این امر از دو طریق انجام می‌گیرد: کمک به صادرکنندگان برای دریافت وام از بانک‌های داخلی از طریق صدور بیمه‌نامه‌های اعتباری داخلی که بر اساس آن بانک‌ها به صادرکنندگان وام‌های درخواستی را پرداخت می‌کنند و دیگری که اهمیت بیشتری دارد و شالوده بحث ما را نیز تشکیل می‌دهد، تضمین دریافت بهای کالاهای صادر شده از خریدار خارجی می‌باشد.

اصولاً تجارت جهانی در حال حاضر از پیچیدگی خاصی برخوردار است. نفوذ در بازارهای مختلف در حالی که آشنایی کافی با آنها وجود ندارد، همواره خطرآفرین می‌باشد. در بازارهای داخلی در صورتی که خریدار بهای کالا را نپردازد، راحت‌تر می‌توان از طریق مراجع قانونی طلب را وصول کرد؛ اما در کشورهای دیگر این کار با مشکلات فراوانی روبروست و در برخی موارد کاری ناشدنی است. بیمه‌های اعتباری دریافت بهای کالاها و خدمات صادر شده به خریداران خارجی را تضمین و از این طریق بستر مناسب و جو اطمینان بخشی را برای صادرکنندگان در نفوذ هرچه بیشتر به بازارهای خارجی فراهم می‌کند.

## ۲- خطرات تحت پوشش :

### ۱-۲- خطرات قبل از صدور کالا:

تولید برخی از کالاها با سفارش خریدار خارجی انجام می‌شود و در صورت فسخ قرارداد از طریق خریدار، ممکن است کالای تولید شده مشتری دیگری نداشته باشد و یا به قیمت مورد نظر و در زمان مناسب به

فروش نرسد. لذا در این گونه مواقع شرکت‌های بیمه، زیان وارد شده به صادرکننده (که هنوز کالایش صادر نشده) را جبران می‌کنند. موارد تحت پوشش بیمه صادرات قبل از صدور کالا به شرح زیر است:

- عدم اجرای قرارداد توسط خریدار خارجی به علت ورشکستگی و اعسار.  
- خطرات سیاسی و اقتصادی که منجر به وقوع خسارت شود.  
- فسخ قرارداد و منصرف شدن خریدار .

گفتنی است که این پوشش‌ها عمدتاً در مورد کالاهای صنعتی به اجرا درمی‌آید و در مورد کالاهای سنتی، پوشش‌های بیمه پس از صدور کالا اعمال می‌شود.

### ۲-۲- خطرات پس از صدور کالا :

این بیمه عمدتاً برای مرحله پس از صدور کالا و وقتی است که صادرات محقق می‌شود و مورد استفاده قرار می‌گیرد. در

صدور کالا خطراتی که آن را تهدید می‌کند متنوع و گوناگون است که در دو قالب کلی خطرات بازرگانی و غیربازرگانی تقسیم‌بندی می‌شود:

الف) خطرات بازرگانی : خطرات بازرگانی و اقتصادی که ممکن است صادرات یک کالا را تهدید کند متفاوت است و همه آنها تحت پوشش بیمه اعتباری قرار نمی‌گیرد؛ اما آنهایی که در بیمه اعتباری تحت پوشش و حمایت شرکت‌های بیمه قرار می‌گیرند به شرح زیر هستند:

- ورشکستگی یا اعسار خریدار .  
- عدم پرداخت بهای کالاها صادره و یا قصور و تاخیر در پرداخت بهای کالای صادره که توسط خریدار مورد قبول واقع شده است (در صورتی که ظرف شش ماه پس از قبول کالا پرداخت نشود).

- قصور در قبول یا عدم قبول کالای صادر شده .

- همچنین خطراتی نظیر نوسانات نرخ ارز



که وجود دریافتی از محل صادرات را دچار نوسان و تغییرات ناخواسته می‌کند. ب) خطرات غیربازرگانی: این خطرات دو قالب کلی خطرات سیاسی و حوادث تقسیم بندی می‌شوند. در اثر این گونه خطرات ممکن است کالا صحیح و سالم به مقصد نرسد و یا در میانه راه از بین برود و وارد کننده یا خریدار خارجی وجه یا پول کالا را نپردازد؛ در این صورت شرکت بیمه از عهده خسارت برآمده و پول صادر کننده را به او تحویل خواهد داد.

### ۳- انواع بیمه‌نامه‌های صادراتی:

#### ۱- ۳- بیمه‌نامه‌های صادراتی قبل از صدور:

چنانکه پیش از این ذکر شد، خطرات صادرات نه تنها بعد از حرکت کالا به طرف خریدار به وجود می‌آید، بلکه حتی پیش از آن و زمانی که صادر کننده شروع به تولید کالای سفارش شده کرد، خطر فسخ قرارداد وجود دارد. این حالت به ویژه برای کالاهای صنعتی و سرمایه‌ای که شرایط خاصی برای ساخت آنها وجود داشته و بر اساس سفارش و ویژگی‌های معینی تولید می‌شوند و امکان فروش آنها پس از فسخ قرارداد با مشکل جدی روبرو شده و از این بابت تولید کننده زیان می‌بیند، ضروری است. برای حل این مشکل و اطمینان دادن به تولید کننده، بیمه‌نامه خاصی برای تضمین کالای صادراتی قبل از آن که صادر شود وجود دارد. با خرید این بیمه‌نامه توسط صادر کننده شرکت بیمه خساراتی را که از این ناحیه وارد می‌شود جبران می‌کند.

البته بیشتر سازمان‌های بیمه اعتبارات صادرات، ضمانت نامه خاصی برای تضمین صادرات قبل از صدور نداشته و از ضمانت‌نامه‌های عمومی که شامل خطرات قبل و بعد از صدور می‌شود استفاده

می‌کنند. در این زمینه تنها آلمان و فرانسه دارای ضمانت‌نامه‌های خاص هستند. برخی از کشورها نیز با الحاقیه‌ای بر ضمانت‌نامه‌های استاندارد خود، خطرهای قبل از صدور را تضمین می‌کنند.

#### ۲- ۳- بیمه‌نامه‌های صادراتی پس از صدور:

پس از صدور کالا و خارج شدن آن از کشور ممکن است خطرهای مختلفی آن را تهدید کند، که این خطرها در دو قالب کلی خطرهای اقتصادی و غیراقتصادی (شامل سیاسی و اجتماعی) تقسیم‌بندی می‌شوند. برخی از کشورها هر دو نوع این خطرها را در بیمه‌نامه اعتباری تحت پوشش قرار می‌دهند و برخی فقط خطرهای اقتصادی را تضمین می‌کنند. انواع بیمه‌نامه‌های پس از صدور کالا به شرح زیر هستند:

- بیمه‌نامه پس از صدور.
- بیمه‌نامه کل صادرات.
- بیمه‌نامه صادرات به بازارهای منتخب.
- بیمه‌نامه صادراتی معاملات منتخب.
- بیمه‌نامه صادراتی فروش از انبارهای خارجی.
- بیمه‌نامه صادراتی کالاهای امانی در خارج.
- بیمه‌نامه صادراتی مجدد و بیمه‌نامه تجارت خارجی.

#### سازمان‌های بیمه اعتباری در چند کشور منتخب

#### ۱- سازمان ضمانت صادرات انگلستان (ECGD):

سازمان تضمین اعتبارات صادراتی انگلستان سازمانی دولتی است که تحت نظر وزارت بازرگانی انگلستان انجام وظیفه می‌کند. این سازمان به موجب قانون بیمه اعتبارات صادراتی انگلستان در سال ۱۹۱۹

به وجود آمد، عملاً کار خود را از سال ۱۹۳۰ آغاز کرد و در این سال ۲۰ میلیون لیره از صادرات انگلستان را تحت پوشش ضمانتی درآورد. پس از آن به تدریج بر حجم فعالیت‌های آن افزوده شد؛ به طوری که در اوایل دهه پنجاه رقمی معادل ۲۳۷ میلیون پوند و در اوایل دهه ۶۰ رقمی معادل ۷۴۳ میلیون پوند و در اوایل دهه هفتاد رقمی معادل ۳۸۱۲ میلیون پوند از صادرات انگلستان را تحت پوشش خود آورد. در سال‌های ۵۰-۱۹۴۹ حدود ۱۱/۵ درصد کل صادرات قابل تضمین انگلستان تحت پوشش قرار داشت. در سال مالی ۷۲-۱۹۷۱ رقمی معادل ۳۶/۳ درصد و در سال مالی ۷۳-۱۹۷۲ معادل ۳۳ درصد از کل صادرات را تضمین کرده است. این روند افزایشی ادامه داشت، در حالی که در مارس ۱۹۷۵ رقمی برابر ۶/۵۴ میلیارد پوند از صادرات انگلستان تحت پوشش بیمه‌های اعتباری قرار داشت.

سازمان ECGD، سازمان دولتی و به عنوان جزئی از وزارت بازرگانی و صنایع انگلستان می‌باشد و از نظر مالی از طرف خزانه‌داری اختیار کافی دارد. با توجه به دولتی بودن آن از مزایایی برخوردار است که می‌توان معافیت از مالیات بر درآمد و استفاده از تسهیلات دولتی را از جمله موارد آن ذکر کرد. همچنین در مواردی که خسارات سنگینی را متحمل شود، دولت با تصویب پارلمان آن را تامین خواهد کرد. سازمان از نظر تشکیلات دارای یک اداره مرکزی در لندن می‌باشد و چند شعبه دیگر نیز در مرکز، شمال، جنوب و غرب آن دارد و در شهرهای بدفورد، بلفاست، بیرمنگام، پرستول، کراولی، ادینبورگ، کلاسکو، لیدر، لیورپول، منچستر، ناتینگهام و ریڈینگ نیز صاحب شعبه‌هایی می‌باشد. همچنین در نیویورک، در اداره توسعه تجاری بریتانیا

شعبه‌ای دارد و با دلال‌های بیمه کار می‌کند و بین ۵ تا ۹ درصد حق کمیسیون به آنها پرداخت می‌نماید. این سازمان بیش از ۱۵۰ کارمند دارد که بیش از ۱۲ نفر از آنها حقوق‌دان هستند.

## ۲- بیمه صادراتی فرانسه (COFACE):

شرکت بیمه صادراتی در سال ۱۹۴۶ با هدف ضمانت فعالیت‌های تجارت خارجی فرانسه به وجود آمد. سرمایه این شرکت عمدتاً توسط موسسات مالی، بانک‌ها و شرکت‌های بیمه وابسته به دولت تأمین شده است. در بین اعضای هیأت مدیره آن، دو نماینده دولت حضور دارند. این شرکت ریسک‌های بازرگانی میان مدت و بلندمدت دولت را عهده‌دار می‌شود و در حقیقت COFACE از طرف و به نمایندگی دولت عمل می‌نماید.

زمانی که COFACE رأساً، ریسکی را به عهده می‌گیرد تصمیمات بیمه‌گری را خود قبول می‌کند؛ ولی در مواردی که خطرها به عهده دولت می‌باشد یک کمیته مشاوره دولتی (کمیته اعطای اعتبار بازرگانی خارجی) را در امر تصمیم‌گیری یاری می‌دهد. کمیته فوق به ریاست مسؤول روابط اقتصاد بین‌الملل وزارت دارایی فرانسه تشکیل می‌شود و تصمیم‌گیری نهایی با اوست. به هر حال کمیته فوق در بسیاری از موارد حاکمیت خود را در اختیار COFACE قرار داده و COFACE از طرف کمیته فوق می‌تواند تصمیم‌گیری کند.

حجم معاملات تجاری که توسط COFACE بیمه می‌شود سالانه  $\frac{1}{3}$  تا  $\frac{1}{4}$  حجم کل صادرات فرانسه را تشکیل می‌دهد. بایستی خاطر نشان کرد که بیش از ۲۰ هزار شرکت نزد COFACE بیمه‌نامه

دارند و در این رابطه برای حدود ۴۰۰ هزار خریدار خصوصی پرونده نگهداری می‌شود. فعالیت‌های بیمه‌ای COFACE روزانه بالغ بر ۱۳۰۰ مورد است. با توجه به حجم زیاد کار، از سیستم اطلاعاتی کامپیوتری که به طور همزمان با دفاتر منطقه‌ای خود در ارتباط بوده و مبادله اطلاعات می‌کند استفاده می‌شود.

انواع خدماتی که COFACE در اختیار مشتریان خود قرار می‌دهد به شرح زیر است:

- بیمه اعتبار صادراتی.
- بیمه خسارت حاصل از نوسانات ارزی.
- بیمه خطرهای تغییر ارزش کالاهای صادراتی.
- بیمه سرمایه‌گذاری خارجی.
- بیمه تبلیغات خارجی (بیمه بازاریابی).

نکته قابل ذکر در مورد اعطای اعتبار این است که COFACE مستقیماً اعتبار (تسهیلات مالی) نمی‌دهد، بلکه تسهیلاتی را فراهم می‌نماید تا خریدار و یا فروشنده از اعتبارات اعطایی توسط بانک‌ها استفاده کند.

## ۳- ضمانت صادراتی در هند (ECGC):

به علت نقش حیاتی که صادرات برای کشور هند دارد، این کشور از نظر اجرای برنامه‌های توسعه صادراتی یکی از پیشرفته‌ترین کشورها است و تسهیلاتی که دولت هند در اختیار صادرکنندگان خود قرار می‌دهد کمتر کشوری انجام می‌دهد.

در تایید این مطلب معاون سازمان ضمانت صادرات انگلستان اظهار داشته است هر طرحی را که ما فکر می‌کنیم طرح جدیدی بوده و می‌بایستی برای توسعه صادرات انگلستان به کار رود، متوجه می‌شویم که این طرح سال‌ها پیش در هند به

مرحله اجرا درآمده است. طرح‌های ضمانت صادرات هندوستان به عنوان بخش اعظمی از گسترش فعالیت‌های توسعه صادراتی هند در سال ۱۹۴۹ توسط شورای صادراتی و کمیته توسعه صادراتی مورد توجه قرار گرفت و پس از مطالعه در این زمینه، شورای توسعه صادراتی هند در بیست و نهمین اجلاس خود در نوامبر ۱۹۵۳ پیش نویس این طرح را تهیه کرد. وزارت بازرگانی و صنایع هندوستان مجدداً این طرح را با پیش نویس جدیدی که با مشورت اتاق‌های بازرگانی و اتحادیه‌های تجاری تهیه شده بود، در ماه مه ۱۹۵۵ تهیه کرد. سرانجام کمیته‌ای به ریاست آقای تی.سی.کاپور به نام کمیته تضمین اعتبارات صادراتی در آوریل ۱۹۵۶ طی مطالعات خود گزارش‌هایی بدین شرح منتشر ساخت که تسهیلات بیمه اعتبارات صادراتی قابلیت رقابت صادرکنندگان هندی را در بازارهای رقابتی جهان افزایش خواهد داد. اهمیت فزاینده‌ای که اعتبارات صادراتی در بازار جهانی پیدا کرده است، مؤید این امر بود که نه تنها برای تولیدات صنعتی جدید ضرورت دارد، بلکه برای تولیداتی نظیر چای، فراورده‌های کنفی و منسوجات پنبه‌ای نیز اهمیت ویژه‌ای دارد.

بیمه اعتبارات صادراتی برای صادرکنندگان کوچک و متوسطی که می‌خواستند صادرات را توسعه بخشند، کمک بزرگی محسوب می‌شود. این طرح به علت اهمیت ویژه، می‌بایستی هرچه زودتر و بدون تأخیر به مرحله اجرا درمی‌آمد. به دنبال تصمیم‌ها و توجهات این کمیته، دولت شرکت بیمه خطرات صادراتی را که شرکتی دولتی بود، بنیان نهاد. سرمایه ثبت شده این شرکت ۵۰ میلیون روپیه بود که از این مبلغ پنج میلیون روپیه آن پرداخت شده بود. این شرکت بعدها جای خود را به

شرکت ضمانت اعتبارات صادراتی هند با سرمایه پرداخت شده یک میلیون روپیه داد. شرکت قبلی در ابتدا خطرهای بازرگانی را که در صادرات غیرنقدی متوجه صادرکنندگان می‌شد، بیمه می‌کرد و بیمه‌نامه‌های صادره، خسارات وارده به صادرکنندگان را بر اثر ورشکستگی خریدار یا قصور در پرداخت بهای کالای صادره توسط خریدار و خطرهای سیاسی نظیر جنگ، جنگ داخلی، آشوب، محدودیت‌های وارداتی، تدابیر کنترل ارزی و تأخیر در انتقال ارز را بیمه می‌کرد؛ ولی از نظر منابع مالی و اعتبارات صادراتی هیچگونه مشکلی را از صادرکنندگان مرتفع نمی‌ساخت. برای رفع این مشکل ERIC در سال ۱۹۶۰ بیمه‌نامه‌ای به نام Packing credit policy که بعدها به نام Packing credit Guarantee تغییر نام داد، صادر کرد. این بیمه‌نامه مطالبات بانک‌هایی که معاملات صادراتی را تأمین مالی می‌کردند و اعتباراتی را به صادرکنندگان اعطا می‌کردند در قبال ورشکستگی صادرکنندگان با تأخیر و قصور در پرداخت بدهی‌شان بیمه می‌کرد و بیشتر در حالت قبل از صدور کالا این تسهیلات را فراهم می‌آورد.

در سال ۱۹۶۲ دولت هند گروهی را مأمور مطالعه در مورد تأمین مالی صادرات کرد و این گروه نظر داد که می‌بایستی تأمین مالی صادرات و بیمه صادراتی در شرکتی به نام شرکت ضمانت صادرات و اعتبارات صادراتی هند ECGC متمرکز شود. لذا این شرکت در سال ۱۹۶۴ رسماً فعالیت ERIC را ادامه داده و فعالیت‌های جدید خود را آغاز کرد.

## بیمه‌های صادراتی در ایران

آغاز فعالیت‌های بیمه‌ای در ایران با تأخیر زمانی زیاد پس از سایر کشورها همراه بود. بیمه‌های صادراتی نیز چنین روزگاری را دارد و هم اکنون که در کشورهای دیگر بیمه‌های صادراتی روز به روز در حال پیشرفت است، بیمه‌های صادراتی در ایران قدم‌های اولیه را برمی‌دارد. به عنوان نمونه در سال گذشته درآمد خالص بیمه اعتبار صادرات حدود ۶ میلیون ریال بوده است که نسبت به کل حق بیمه دریافتی صنعت بیمه حدود ۵ میلیونیم یا تقریباً صفر بوده است.

### ۱- صندوق ضمانت صادرات ایران

پس از تأسیس مرکز توسعه صادرات ایران در سال ۱۳۴۶، ضمانت صادرات نیز به عنوان یکی از وظایف توسعه صادرات غیرنفتی پیش بینی شده بود. در همین جهت موسسه‌ای به نام صندوق ضمانت صادرات در سال ۱۳۵۲ تأسیس شد. هدف از تشکیل صندوق ضمانت صادرات، مرکز توسعه صادرات ایران عبارت بود از: افزایش صادرات غیرنفتی و حفظ حقوق صادرکنندگان در برابر ریسک‌های مالی و تضمین اعتبارات برای صدور کالا.

صندوق ضمانت صادرات ایران، فعالیت خود را از سال ۱۳۵۳ آغاز کرد؛ اما به علت عدم اعتماد صادرکنندگان و فقدان برنامه‌ریزی منسجم و زیربنایی برای تشکیل آن نتوانست به اهداف خود دست یابد. صندوق ضمانت صادرات در کل فعالیت‌های خود تا پایان سال ۱۳۶۲ جمعاً تعداد ۹۴ ضمانت‌نامه به ارزش ۱۰ میلیارد ریال صادر کرد. در آن دوره حدود ۱۰ مورد خسارت به صندوق اظهار شده بود که اکثراً به علت عدم رعایت مقررات توسط بیمه‌گذار غیرقابل پرداخت تشخیص داده

شد.

صندوق ضمانت صادرات ایران مجدداً از سال ۱۳۷۳ شروع به فعالیت کرده است و هم اکنون ضمانت‌نامه‌های مورد نیاز 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 عدم انجام تعهد صادرکننده نباشد:

- استتکاف خریدار از قبول کالای صادر شده یا خدمت انجام شده.

- عدم توانایی مالی خریدار به دلیل ورشکستگی یا اعسار یا توقف.

- بروز جنگ یا حالت جنگ.

- تیره شدن روابط و یا قطع روابط سیاسی با کشور خریدار به نحوی که در نتیجه آن صادرکننده موفق به دریافت مطالبات خود در سررسید مقرر نشود.

- اعمال سیاست‌های اقتصادی که موجب مسدود شدن مطالبات صادرکنندگان شود.

- اعمال سیاست‌های مربوط به محدودیت‌های وارداتی و ارزی در کشور خریدار.

- سلب مالکیت خریدار بر اثر ملی شدن یا مصادره اموال به نحوی که صادرکننده موفق به دریافت مطالبات خود نشود.

- سایر عوامل خارج از حیطه اختیار صادرکننده و خریدار که به تشخیص هیأت مدیره صندوق موجب عدم وصول مطالبات صادرکننده شود.

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

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

## عملکرد صندوق ضمانت صادرات در دوره جدید فعالیت

واحد: ریال

ضمانت نامه خاص			ضمانت نامه عام			
کارمزد	ریال	تعداد	کارمزد	ریال	تعداد	سال
—	—	—	۱۶,۴۰۰,۰۰۰	۷,۹۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵	۱۳۷۳
۵۳,۳۲۲,۱۸۰	۳۶,۸۰۶,۱۰۰,۲۰۰	۱۰	۳۳,۱۰۸,۰۰۰	۱۶,۴۸۸,۹۰۰,۰۰۰	۲۱	۱۳۷۴
۱۰۵,۶۵۷,۰۱۳	۴,۵۷۶,۸۴۱,۲۰۰	۲۲	۱۲۴,۳۴۷,۵۹۸	۶۸,۹۵۳,۷۹۹,۰۰۰	۹۵	۱۳۷۵
۱۱۵,۶۲۳,۸۸۳	۶,۱۱۷,۱۹۴,۲۰۰	۸	۷,۶۴۰,۰۰۰	۳,۸۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۴	۱۳۷۶

## سایر ضمانت‌های صادره از سال ۷۳ تا ۱۳۷۶

واحد: ریال

ضمانت‌نامه شرح	اعتبار بانکی	اعتبار صادراتی	سرمایه‌گذاری در خارج	واریز پیمان ارزی
تعداد	۱۷۶	۲	۸	۷۷
مبلغ	۶۱,۱۷۰,۶۹۲,۶۳۸	۵۴,۰۰۰,۰۰۰	۸۰۸,۳۹۰,۰۰۰	۱۷,۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰
کارمزد	۲,۰۴۰,۳۹۶,۱۸۷	۲۸,۰۰۰,۰۰۰	۲۴,۰۰۰,۰۰۰	۳۴۳,۰۰۰,۰۰۰

### ۲ - شرکت بیمه صادرات و سرمایه‌گذاری

شرکت بیمه صادرات و سرمایه‌گذاری بر اساس 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 تأسیس شده است.

#### اهداف شرکت:

- 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 به بازارهای جدید و غیرستی.  
- کمک به فروشندگان و تولیدکنندگان داخلی جهت فروش بر مبنای شرایط

اعتباری.

- کمک به دسترسی بیشتر صادرکنندگان و تولیدکنندگان ایرانی به وام‌های بانک‌های تجاری.

#### انواع خدمات بیمه‌ای که در حال حاضر توسط شرکت عرضه می‌شود عبارتند از:

- بیمه اعتبار صادرات کالا (بیمه مطالبات صادرکنندگان کالا از خریداران خارجی شامل بیمه‌نامه قبل از حمل و بیمه‌نامه پس از حمل).

- بیمه اعتبار صادرات خدمات فنی و مهندسی.

- بیمه سرمایه‌گذاری.

- بیمه اعتبار داخلی (فروش اقساطی).

- بیمه وام‌ها و تسهیلات اعطایی بانک‌ها و موسسات اعتباری به صادرکنندگان و تولیدکنندگان.

- بیمه باربری صادراتی.

#### ریسک‌های تحت پوشش:

- ورشکستگی یا اعسار خریدار.  
- استتکاف غیرموجه خریدار از قبول کالاهای حمل شده.

- خودداری خریدار از پرداخت بهای کالا.

- مسدود کردن یا تاخیر در انتقال بهای کالا از طرف کشور خریدار.

- اعمال محدودیت‌های وارداتی در کشور خریدار.

- لغو مجوزهای وارداتی خریدار.

- لغو یا عدم تمدید مجوزهای صادراتی یا اعمال محدودیت‌های صادراتی در ایران (این ریسک فقط در مورد بیمه‌نامه قبل از حمل مصداق دارد).

- جنگ بین کشور خریدار و ایران.

- جنگ، انقلاب و آشوب در کشور خریدار.

- قصور کشور خریدار در پرداخت بهای کالاهای صادره.

## بیمه اعتبار صادرات خدمات فنی و مهندسی:

در این بیمه، شرکت‌های مهندسی مشاور و پیمانکار اگر در اثر وقوع خطرهای اقتصادی و سیاسی در کشور خریدار

خدمات فوق، نتوانند بهای آنها را از کارفرمای خود وصول کنند، شرکت بیمه خسارت وی را پرداخت می‌کنند ریسک‌های سیاسی و اقتصادی ذکر شده به جز یک مورد (لغو یا عدم تمدید مجوزهای صادراتی یا اعمال محدودیت‌های صادراتی در ایران) تحت پوشش این بیمه‌نامه خواهد بود.

### جدول بیمه اعتبار کالا در سال ۱۳۷۴ واحد پول: ریال

ماه	تعداد بیمه‌نامه	خالص حق بیمه دریافتی	مجموع سرمایه تحت پوشش	خالص خسارت پرداختی
شهریور	۲	۲۵,۹۳۷,۴۶۴	۲,۱۱۸,۴۳۶,۵۹۰	—
مهر	—	—	—	—
آبان	—	—	—	—
آذر	—	—	—	—
دی	—	—	—	—
بهمن	۱	۶,۰۰۰,۰۰۰	۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	—
اسفند	—	—	—	—
جمع کل	۳	۳۱,۹۳۷,۴۶۴	۲,۷۱۸,۴۳۶,۵۹۰	—

### بیمه اعتبار صادرات کالا سال ۱۳۷۵ واحد پول: ریال

ماه	تعداد بیمه‌نامه	خالص حق بیمه دریافتی	مجموع سرمایه تحت پوشش	خالص خسارت پرداختی
شهریور	۱	۳۴,۰۰۲,۰۰۰	موجود نیست	—
مهر	۳	۴۰,۷۴۱,۷۷۶	۱۸,۵۶۸,۰۱۱,۱۸۰	—
آبان	۱	۷۳,۲۹۱,۰۶۲	۳۱,۹۴۵,۱۶۰,۴۰۰	—
آذر	۲	۳۵,۲۰۰,۲۷۰	۱۰۰,۱۳۴,۷۲۰	—
دی	۱	۲۷,۰۰۰,۰۰۰	۱۳,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	—
بهمن	۱	۸۰۶,۷۶۳	۷۳,۳۴۲,۰۸۰	—
اسفند	نامشخص	۱۵۷,۱۴۹,۰۰۰	۴۵,۷۹۹,۵۰۰,۰۰۰	—
جمع کل	۹	۳۶۸,۱۹۰,۸۷۱	۱۰۹,۹۸۶,۱۴۸,۳۸۰	—



## بیمه اعتبار صادرات کالا سال ۱۳۷۶

### واحد پول: ریال

ماه	تعداد بیمه‌نامه	خالص حق بیمه دریافتی	مجموع سرمایه تحت پوشش	خالص خسارت پرداختی
فروردین	—	—	—	—
اردیبهشت	—	—	—	—
خرداد	۱	۴,۵۰۷,۶۳۲	۳۹۱,۹۶۸,۰۰۰	—
تیر	—	—	—	—
مرداد	—	—	—	—
شهریور	—	—	—	—
مهر	—	—	—	—
آبان	۱	۱,۲۹۶,۴۸۲	۱۱۲,۷۳۷,۵۲۶	—
آذر	—	—	—	—
دی	—	—	—	—
بهمن	۱	۴۷۹,۴۰۰	۲۳۹,۷۰۰,۰۰۰	—
اسفند	—	—	—	—
جمع کل	۳	۶,۲۸۳,۵۱۴	۷۴۴,۴۰۵,۵۲۶	—

### پیشنهادها:

در این نوشتار از اهمیت بیمه‌های اعتباری سخن‌ها گفتیم، اما با این وجود مشاهده کردیم که متأسفانه در کشور ما این موضوع همانند سایر رشته‌های بیمه‌ای که بالقوه می‌توانند بستر مناسبی را برای فعالیت‌های اقتصادی فراهم کنند، موقعیتی را در پی نداشته است. حال سؤال این است که چه باید کرد؟ راه‌هایی که به نظر می‌رسد با توجه به آن‌ها بتوان از بیمه‌های اعتباری استفاده بهتری در توسعه صادرات نمود به عقیده نگارنده به شرح زیر است:

۱) در بررسی‌های صورت گرفته مشخص شده است که بسیاری از صادرکنندگان با بیمه‌های اعتباری اصلاً آشنایی ندارند. در این زمینه پیشنهاد می‌گردد از دو طریق اقدام شود: ۱- چاپ و توزیع گسترده بروشورهای تبلیغاتی در مورد بیمه‌های اعتباری و معرفی مؤسسات ذیربط آن نظیر صندوق ضمانت صادرات و شرکت بیمه صادرات و سرمایه‌گذاری و توزیع آن بین تمام تولیدکنندگان و صادرکنندگان ۲- انجام

این اقدام‌ها در مبادی خروجی و ورودی کشور و گمرک‌ها آن.

۲) ایجاد ارتباط با مؤسسات بیمه خارجی که در امر بیمه‌های اعتباری سابقه داشته و استفاده از تجربه‌های آنها.

۳) ایجاد ارتباط بین مؤسسات داخلی بیمه که در امر بیمه اعتباری فعالیت دارند با نهادها و سازمان‌های تصمیم‌گیرنده در کار صادرات و هماهنگی با آنها در اتخاذ تصمیم‌های مناسب، همچنین درخواست از آنها که صادرکنندگان را به انحاء مختلف تشویق به بیمه اعتباری کالاهایشان کنند.

۴) یکی از مشکل‌های صادرکنندگان ایرانی عدم پذیرش بیمه‌نامه‌های اعتباری کشورمان در کشورهای خارجی است، در این زمینه پیشنهاد می‌شود از طریق هماهنگی‌های سیاسی و همچنین هماهنگ کردن شرایط عمومی بیمه‌نامه‌ها مشکل‌های فوق را برطرف کرد.

۵) یکی دیگر از اقدام‌های مهمی که می‌تواند در زمینه بیمه‌های اعتباری و کارا نمودن هرچه بیشتر آن انجام داد، مشورت با

وابستگان تجاری ایران در کشورهای مختلف است از این طریق می‌توان بازار کشورهای مختلف را با توجه به خطرات متحمل در آنها طبقه بندی کرد و نرخ‌های مناسبی برای بیمه‌نامه‌های اعتباری در آنجا وضع کرد.

### منابع:

- ۱- نقش بیمه‌های صادراتی و اهمیت آن در توسعه صادرات، سیدمحمد میرمحمدی، چاپ نیا، ۱۳۶۵.
- ۲- ریسک و مدیریت ریسک صادرات غیرنفتی ایران (با تکیه بر کالاهای صنعتی)، احمد طاهری، دانشگاه شهیدبهشتی، دانشکده علوم اداری، ۱۳۷۴.
- ۳- بانک توسعه صادرات، گزارش در مورد بیمه‌های صادراتی.
- ۴- بروشورهای شرکت بیمه صادرات و سرمایه‌گذاری.
- ۵- بروشورهای صندوق ضمانت صادرات ایران.
- ۶- بیمه صادرات غیرنفتی (مطالعه موردی فرش)، محمود احمدی، فصلنامه صنعت بیمه، سال چهاردهم، ش ۵۴، تابستان ۱۳۷۸، صص ۹۹ و ۱۰۰.