

تاثیر بیمه های اعتباری در تسهیل صادرات غیرنفتی

حسین کاووسی^۱، جهانبخش غدیری^۲

^۱ دانشجوی کارشناس ارشد، رشته حقوق خصوصی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خرم آباد

^۲ استادیار و عضو هیات علمی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خرم آباد

نویسنده مسئول:

حسین کاووسی



چکیده

بدون شک رشد و توسعه اقتصادی هر کشور در گرو درست عمل کردن بخش ها و زیربخش های مختلف آن کشور است. بخش مالی - اعتباری صادرات به عنوان یکی از بخش های پشتیبانی کننده صادرات نقش بسزایی در فرآیند صادرات غیرنفتی کشور ایفا می کند. این بخش با تضمین های صادراتی، به کارگیری وسایل پرداخت و اسناد بین المللی یکی از ارکان مهم در توسعه صادرات کشورها محسوب می شود. لذا بنا به ضرورت وجود نظام مالی - اعتباری در جهت تسهیل و تسریع صادرات غیرنفتی کشور، در این مطالعه سعی شده با تشریح روش های تامین مالی صادرات، به بررسی نقش نظام مالی - اعتباری در توسعه صادرات غیرنفتی کشور پرداخته شود و عملکرد این سیستم مورد ارزیابی قرار گیرد. رابطه علیت بین توسعه صادرات غیرنفتی و ضمانت نامه های صادره دو طرفه است. در حالی که هیچ رابطه علیتی بین توسعه صادرات غیرنفتی و پروات ارزی صادره وجود ندارد.

کلمات کلیدی: نظام مالی و اعتباری، اعتبار اسنادی، پروات و اسناد وصولی، ضمانت نامه، صادرات.

مقدمه

در قرن اخیر بخش بزرگی از میزان صادرات کشور ما را نفت و مواد اولیه وابسته به آن تشکیل می‌دهد. در تعریف صادرات نفتی که بخش عمده ای از اقتصاد کشورهایی مانند ایران (بیش از ۶۰ درصد ارزش صادرات)، عربستان (۷۰ درصد)، و قطر (۸۵ درصد) را تشکیل می‌دهد به معنی فروش نفت خام، و محصولات نفتی پالایشی به سایر کشورها است. عمده این محصولات شامل نفت خام، بنزین، گازوئیل، روان کننده های صنعتی، سوخت هواپیما و ... است .

در حالی که امروزه از مهم ترین معیارهای سنجش قدرت اقتصادی یک کشور، میزان تنوع صادرات آن به سایر کشورها و عدم وابستگی آن به مواد اولیه مانند نفت بوده . هر چه تنوع صادرات محصولات تولیدی و صنعتی و همچنین خدمات بیشتر باشد ، توانایی اقتصادی آن کشور بیشتر خواهد بود. اما مشکلی که همواره بر سر راه صادرکنندگان وجود دارد ، عدم اطمینان آنها از شرایط خریداران و وضعیت اقتصادی آنها، وضعیت بازارهای مقصد، عدم آشنایی با شرایط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی کشور مقصد می‌باشد؛ خصوصاً باتوجه به مسائل بین المللی امروزه مثل تحریم ها، نا آرامی ها، نوسانات نرخ ارز و ... که معاملات را تهدید می کند ، عدم اطمینان و اعتماد صادرکنندگان از بازپرداخت وجه کالا بالا می برد . علاوه بر این امروزه کمتر معامله بین المللی را می توان یافت که به صورت نقدی انجام شده و این مشکلات همیشه بر سر راه صادرکنندگان وجود دارد.

برای حل این مشکل، ابزارهای متفاوتی برای کسب اطمینان طرفین قرارداد وجود دارد، که از مهمترین آنها بانک و بیمه را میتوان نام برد ؛ ابزارهای بانکی (روشهای پرداخت) ضریب نفوذ بیشتری در میان تجار داشته و شناخته شده تر از روش های بیمه ای هستند.

باتوجه به موارد فوق، «بیمه اعتباری» را می توان چنین تعریف کرد: «بیمه اعتباری تجاری، قراردادی است میان یک شرکت بیمه و بنگاه تجاری که توسط آن، به بنگاه تجاری (بیمه گذار) اطمینان داده می شود خسارت های غیرمعمول ناشی از عدم بازپرداخت کل یا قسمتی از مطالبات اعتباری تجاری وی که به واسطه ریسک های بازرگانی و غیربازرگانی ایجاد می شود جبران گردد.»

البته جایگزینی روشهای بیمه ای با روشهای بانکی را نباید عنوان کرد بلکه با استفاده ترکیبی از هر دوی آنها بتوان ریسک را به حداقل رسانید و حداکثر پوشش را اخذ کرد. در تاثیر بیمه های اعتباری بر صادرات غیر نفتی آسودگی خیال و اطمینان خاطر صادرکنندگان برای جبران خسارتهای ناشی از عوامل سیاسی، جنگ و کودتا در کشور طرف معامله و تضمین بازپرداخت مطالبات ایشان نقطه عطفی در رشد و تسهیل فرایند تجاری میتوان برشمرد. (مقاله بهمن وحیدی. نقش بیمه بین الملل بر صادرات بهار ۱۳۹۳)

در تحقیق پیش رو در پی آنیم با بررسی همه جانبه ای، مهم ترین مسائل مربوط به روش های بیمه های اعتباری در تسهیل صادرات مورد بررسی قرار گیرد، و بیمه های اعتباری ذاتا امری مطلوب و دارای تاثیر مثبت در افزایش و تسهیل و رشد صادرات غیر نفتی کشورها بوده و هدف از نگارش این پایان نامه که پوشش ها چگونه و با چه مکانیسمی سبب رشد صادرات می گردند نبوده و تنها جنبه های حقوقی مربوط به موضوع، مورد بررسی قرار می گیرد.

تعریف بیمه و بیمه های اعتباری**الف - تعریف بیمه**

بیمه عملی است که به موجب آن یک طرف (بیمه گذار) متعهد پرداخت مبلغی به نام حق بیمه می شود و طرف دیگر (بیمه گر) با قبول مجموعه خطر هایی طبق موازین آماری، پرداخت خسارت را در صورت تحقق خطر به عهده می گیرد. تعریف حقوقی بیمه در ماده یک قانون بیمه مصوب اردیبهشت ماه ۱۳۱۶ به قرار زیر است:

بیمه عقدی است که به موجب آن یک طرف تعهد می کند در ازاء پرداخت وجه یا جوهی از طرف دیگر در صورت وقوع یا بروز حادثه خسارت وارد بر او را جبران نموده یا وجه معینی بپردازد.

متعهد را بیمه گر، طرف تعهد را بیمه گذار و وجهی را که بیمه گذار به بیمه گر می پردازد حق بیمه و آنچه که بیمه می شود موضوع بیمه می نامند. (محمود صالحی، ۱۳۸۹: ۷۸)

ب - بیمه اعتباری

عقد بیمه اعتباری از جمله عقود است که می توان آنرا از ابعاد مختلف بررسی کرد. به همین دلیل است که نویسندگان مختلف تعاریف متعدد و متفاوتی را از این عقد ارائه داده اند و با یکدیگر اتفاق نظر ندارند. در این مبحث برای روشن شدن تعریف عقد بیمه اعتباری ابتدا به تعریف بیمه و اعتبار می پردازیم و سپس بیمه اعتباری را تعریف می کنیم.

در فرهنگ معین آمده است «بیمه» از کلمه «بیما» و از زبان هندی گرفته شده است ولی برخی براین نظرنند که بیمه کلمه‌های است فارسی از ریشه «بیم» و به معنی «ترس»

در فرهنگستان ایران تعریف بیمه بدین ترتیب می‌باشد «عملی است که اشخاص با پرداخت پولی، مسئولیت کالا یا سرمایه یا جان خود را به عهده دیگری می‌گذارند و بیمه کننده در هنگام زیان باید مقدار زیان را بپردازد.»

تعریف قانونی عقد بیمه، تعریفی است که ماده ۱ ق.ب.مصوب ۱۳۱۶ ارائه کرده است:

«بیمه عقدی است که به موجب آن یک طرف تعهد می‌کند در ازاء پرداخت وجه یا وجوهی از طرف دیگر در صورت وقوع یا بروز حادثه، خسارت وارده بر او را جبران نموده یا وجه معینی بپردازد.» (بایبی، ۱۳۹۰: ۲۱)

این تعریف صرفاً جنبه حقوقی و قراردادی دارد و تنها بیان کننده تعهدات طرفین عقد و جنبه محدودی از بیمه است و تصویری که از بیمه نشان می‌دهد بیشتر به بازی شانس و شرط بندی بین دو طرف عقد شباهت دارد. در حالیکه عقد بیمه فعالیتی جمعی مبتنی بر ساز و کار آماری بیمه است. (گلچینیان، ۱۳۹۰: ۱۲۸)

بیمه عبارت است از آنچنان عملی که طی آن بیمه‌گزار با پرداخت حق بیمه به بیمه‌گر که یک سلسله خطرات را قبول می‌کند و براساس علم آمار خسارت ناشی از آنها را جبران می‌نماید؛ تعهدی به نفع خود یا برای ثالث تحصیل می‌کند. با این تعهد در صورت وقوع خطر موضوع قرارداد از طرف بیمه‌گر انجام می‌شود.

صادرات غیر نفتی

صادرات در لغت به معنای انتقال کالا یا ارسال و فرستادن کالا از جایی به جای دیگر است. (گوهریان، ۱۳۷۹: ۵)

در جایی دیگر صادرات بدین صورت تعریف شده است: «صادرات عبارت است از عمل خارج کردن کالا از قلمرو گمرکی کشور.» (زینالزاده، ۱۳۸۵: ۶۷)

به این تعریف دو ایراد عمده وارد است: اولاً، مفهوم صادرات تنها شامل کالا نبوده و امروزه ما با مفهومی به نام «صادرات خدمات» نیز روبرو هستیم که بخش عمده‌ای از بازار تجارت بین الملل را تشکیل می‌دهد. دوماً: تعریف فوق شامل خروج کالا به همراه مسافر و یا ارسال آن از طریق پست و با اهداف غیر تجاری نیز می‌شود؛ در حالی که منظور از «صادرات» در تجارت بین الملل، خروج کالا از قلمرو گمرکی کشور با هدف فعالیت اقتصادی و کسب سود می‌باشد. تعریف دیگری که از صادرات ارائه شده بدین صورت می‌باشد: «صادرات کالا بیانگر امکانات تولید کشور یا به سخن دیگر امکانات بنگاه‌های خدماتی و تولیدی اعم از صنعتی، کشاورزی و معدنی کشور در رفع نیازهای جهانی و فراهم آوردن ارز لازم برای تأمین واردات است.» (مصطفوی کاشانی، ۱۳۸۱: ۷۶)

اهمیت صادرات: با گسترش فعالیت اقتصادی بشر در طول زمان و تخصصی تر شدن آن، نیاز کشورها به مبادله اقتصادی با یکدیگر نقش و اهمیت روزافزون یافته است. حتی اگر کشوری به حدى منابع طبیعی، نیروی انسانی، سرمایه، علم و تکنولوژی و در اختیار داشته که قادر به تولید انواع مختلف کالا باشد، باز هم نخواهد توانست همه آنها را با سهولت و هزینه پایین تولید نماید. مسلماً هر کشوری با توجه به منابع در اختیار خود، در زمینه تولید کالا و یا خدمت خاصی موفق تر خواهد بود؛ در نتیجه نیاز جوامع مختلف به یکدیگر برای تداوم بقا و موفقیت در دنیای امروز، امری انکارنشده و اجتناب ناپذیر است و هر کشوری برای تأمین نیازهای خود ناگزیر از معامله با سایر کشورهاست؛ برای انجام این امر لازم است دسترسی به منابع ارزی با هدف انجام معامله با کشورهای خارجی داشته باشد و برای دستیابی به این هدف و کسب درآمد ارزی نیز لازم است بتواند هرچه بیشتر نسبت به صدور کالاها و خدمات تولیدشده خود به بازارهای بین المللی اقدام نماید.

علاوه براین، صادرات سبب افزایش تولید داخلی و همچنین سطح اشتغال در کشور می‌شود. همچنین هدف بلندمدت تری که بسیاری از صادرکنندگان به آن می‌اندیشند این است که تنها به صدور کالای آماده و مصرفی به بازارهای مقصد اکتفا نکرده و در صورت مناسب تر شدن شرایط، نسبت به تأسیس کارخانه در کشور خارجی مقصد نیز اقدام کنند؛ با این ترتیب می‌توانند از منابع کشور مقصد و همچنین نیروی کار آن نیز استفاده نموده و علاوه بر انتقال دانش لازم به آن کشور، سود بیشتری را نیز عاید خود کنند. (گوهریان، ۱۳۷۹: ۵)

به طور کلی می‌توان گفت صادرات از دو بعد کلی در توسعه و رشد اقتصادی کشورها موثر است: «افزایش صادرات اثر مستقیم بر درآمدهای ارزی کشورها داشته و از این طریق با تأمین منابع ارزی کشورها امکان سرمایه‌گذاری‌های لازم جهت قرار گرفتن اقتصاد در مسیر رشد و توسعه را فراهم می‌سازد. از طرف دیگر توسعه صادرات امکان استفاده از امکانات بازارهای جهانی برای رشد تولیدات داخلی را مهیا نموده و از این طریق واحدها و بنگاه‌های تولیدی را قادر می‌سازد تا از محدودیت‌های بازار داخلی رهایی یافته و با توسعه مقیاس تولید به منظور صادرات بیشتر به بازارهای خارجی علاوه بر کسب درآمدهای ارزی از صرفه‌های اقتصادی حاصل از مقدار تولید نیز بهره کافی ببرند.» (همان: ۱۴)

درکنار عوامل فوق، موضوعاتی مثل پایان پذیر بودن منابع نفتی و نوسان و عدم ثبات درآمد حاصل از فروش و صادرات نفت و فرآورده‌های آن، اهمیت پرداختن به موضوع افزایش صادرات خصوصاً در بخش غیرنفتی را در کشوری وابسته به درآمد نفت، همچون کشورمان، بیش از پیش آشکار می‌کند.

نقش بیمه در توسعه صادرات غیرنفتی

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 رو به رو است، بیمه می‌تواند در حفظ سرمایه و منافع بازرگانان و اداره روند تجارت خارجی نقش کلیدی داشته باشد.

بیمه عمومی صادرات بر اساس جبران خسارت 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 عرضه 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 جبران ناپذیری به همراه داشته باشد.

بسیاری از کارشناسان بر این باورند 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.

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

در زمان جنگ، 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 اتخاذ و اعمال شود و صنایعی که ابتدا برای جایگزین کردن واردات تغییر یافت باید خطوط» تولید را بار دیگر به گونه‌ای تغییر دهد که بخشی یا تمام محصولات تولیدی صادر شود. (امیراصلانی، ۱۳۸۹)

بهترین راه گسترش صادرات کالاهای صنعتی نیز آن است که صنایع داخلی به ویژه صنایعی که برای جایگزینی واردات ایجاد شده‌اند، موظف باشند یا تشویق شوند که قسمتی از تولیدات خود را صادر کنند. حسن این امر آن است که این گونه صنایع که در داخل، بازار مطمئنی پیدا کرده‌اند و انگیزش چندانی برای بهبود کیفیت و بالا بردن کارایی و کاهش قیمت تمام شده کالا ندارند، مجبور به رقابت با تولیدکنندگان خارجی می‌شوند. از آن گذشته بازار گسترده داخلی نیز امکان استفاده از تولید انبوه و کاهش هزینه تولید را پیدا می‌کند، در حالی که خطر و ضرر وابستگی کامل به بازار خارجی که به طور معمول صنایع صرفاً صادراتی را تهدید می‌کند، نیز برای صنایع مورد بحث (صنایع جایگزینی واردات) وجود ندارد.

با جهانی شدن اقتصاد، هر کشوری در کشور دیگر منافع اقتصادی پیدا می‌کند و برای حفظ آن به ناچار 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 به راحتی نمی‌تواند الگوهای سیاسی - اقتصادی خاص خود را دنبال کند و لذا اقتصاد و سیاست با هم وابسته‌اند و تحولات حوزه اقتصادی نمی‌تواند بدون تحولات هماهنگ در حوزه سیاست تحقق یابد. از آنجا که رشد و توسعه اقتصادی جزء جدا نشدنی 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 عمده ترین آن‌ها عبارتند از:

۱- در قبال صادرات، مصنوعات به جای ارزبری، ارز آوری دارند.

۲- درآمد ارزی افزایش می‌یابد.

۳- با افزایش درآمد ارزی، استاندارد زندگی در کشور بالا می‌رود.

۴- سرمایه‌گذاری‌های جدید انجام می‌شود.

۵- صادرات، اشتغال ایجاد می‌کند و در پرتو آن تخصص‌ها رشد بیشتری می‌یابند.

۶- تولید کالا با استاندارد جهانی، لازمه ارتقا سطح آموزش در دانشگاه‌ها می‌شود.

۷- کیفیت کالا بالا می‌رود.

۸- حضور در بازار های بین المللی، ثبات سیاسی را افزایش می دهد و اصلاً ثبات سیاسی در ارتباطات بین المللی شکل می گیرد. (رزاقی، ۱۳۸۴: ۵۶)

باید دقت داشت که صادرات و واردات دو روی یک سکه هستند و آن کشوری برنده است که صادراتش بیش از واردات آن باشد، زیرا ضمن افزایش درآمد ارزی، توان سرمایه گذاری بیشتر در امور تولیدی را پیدا می کند و اقتصاد کشور شکوفا می شود. کشورهای توسعه یافته حدود 40 درصد تولید ناخالص ملی را صادر می کنند.

بررسی عوامل یاری دهنده به توسعه صادرات کشورهای پیشرفته جهان نشان می دهد که به کارگیری علوم و فنون تولیدی پیشرفته، بهره گیری از ماشین ها و ابزار پیچیده و توانمند، بهره مندی از نیروی انسانی ماهر و متخصص، دسترسی به اطلاعات وسیع و مترکم در زمینه های گوناگون، توانایی در فراهم آوردن مواد اولیه و انرژی فراوان و ارزان، استفاده گسترده از شبکه های گسترده حمل و نقل داخلی و خارجی و بهبود بخشیده مداوم به جریان تولید و فروش، از عواملی است که رونق صادرات آن ها را تضمین کرده است. (همان: ۷۶)

تجارت در ایران سابقه ای 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 کشور ها از گذشته های دور، رونق خاصی بخشیده است.

عمده ترین مشکلات صادرات غیر نفتی 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 غیر بازرگانی و نامساعد برای بازار های خارجی، رقابت کشور های دیگر و تغییرات پی در پی در مقررات و قوانین صادرات و واردات کشور و ... بوده است.

صادرات مجموعه هماهنگی است که تمامی دستگاه های اجرایی کشور به خصوص صنعت بیمه می بایست به طور منظم در مسیر اصلی این امر مهم قرار گیرد. صنعت بیمه از جمله پدیده هایی است که در تجارت (داخلی و خارجی) اعتبار و اهمیت خاصی پیدا کرده است. از آن جا که چرخش گردش کالا در عرصه تجارت بین المللی در چارچوب معاملات بازرگانی انجام می شود، دریافت هر چه سریع تر وجه کالای فروش رفته (برای فروشنده) و انتقال هر چه سریع تر 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 می باشد. شرکت های بازرسی کالا با عمل بازرسی حلقه دیگر زنجیره فعالیت هایی است که امکان مبادلات بین المللی را فراهم می سازد.

کالاهایی که به قصد فروش، تولید شده اند، برای آن که به مصرف خریدار برسند به دریافت خدماتی متکی می باشند که هر یک به نوبه خود نقش مهمی ایفا می کنند و بیمه از جمله این خدمات است. در دنیای تجارت، همواره ارتباط تنگاتنگی بین بیمه و تجارت بین الملل وجود داشته و امروزه دامنه امتزاج بیمه با تجارت بین الملل به محمولات منتهی نمی شود، بلکه در تمامی عرصه های آن نقش مهمی را به عهده گرفته است. (دستباز، ۱۳۷۵: ۱۲۳)

نقش و جایگاه صادرات غیر نفتی در استراتژی های توسعه اقتصادی

کاهش درآمدهای حاصل از صدور نفت و نوسانات شدید آن، افزایش جمعیت کشور، کاهش قدرت خرید درآمدهای نفتی و مهم تر از همه، پایان پذیر بودن منابع نفت مدت هاست که سیاست گذاران و برنامه ریزان کشور را به این باور رسانده است که توسعه صادرات غیر نفتی و رهایی از اقتصاد تک محصولی نفت ضرورتی اجتناب ناپذیر است. ناکامی اغلب کشورهای که از راهبرد جایگزینی واردات پیروی می کنند و این واقعیت که کشورهای تازه صنعتی شده آسیا عمدتاً از طریق راهبرد توسعه صادرات و نفوذ در بازارهای جهانی، توانسته اند رشد مداوم اقتصادهای خود را حفظ و تقویت نمایند نیز، به نوبه خود در انتخاب راهبرد توسعه صادرات کشور مؤثر بوده اند. (رزاقی، ۱۳۸۴: ۳۹)

امروزه دیگر سیاست های سنتی مشوق های صادراتی و استرداد حقوق گمرکی و ... به تنهایی نمی تواند صادرات را توسعه بخشد. چه تقاضا برای کالاهای کشورهای در حال توسعه از حساسیت کمتری برخوردار است و تنها تغییرات قیمت نیست که در ایجاد تقاضا مؤثر می باشد، عوامل دیگری نیز از قبیل سنت های مصرفی، روابط سنتی بین کشورها، مطلوبیت و مرغوبیت کالا، نوع ارائه و بسته بندی و تسهیلات فروش اعتباری در تقاضای جهانی مؤثر می باشد. در این میان فروش نسبی و اعتباری با زمان طولانی و مناسب حائز اهمیت خاصی است. اگر تمام تلاشی که کشورهای در حال توسعه در راه دسترسی به بازارهای کشورهای توسعه یافته از طریق کنفرانس توسعه و تجارت سازمان ملل به عمل می آورند و خواهان آنند که کالاهای مصنوع مشمول تعرفه

های ترجیحی گسترش یافته و موانع غیر تعرفه ای از راه صادرات این گونه کشورها برداشته شود به نتیجه برسد باز این مشکل وجود خواهد داشت که منابع محدود صادرکنندگان این کشورها برای تهیه و تولید کالای صادراتی این اجازه را به آن ها نخواهد داد تا در بازارهای جهانی با شرایط اعتباری رقابت نمایند. (همان: ۴۳)

علاوه بر آن فعالیت صادراتی در چنین شرایطی فعالیتی پر خطر است، زیرا بسیار اتفاق می افتد که به علل خطرات سیاسی و تجاری، محدودیت های ارزی، انقلاب ها و جنگ های داخلی و... مطالبات صادرکنندگان از خریداران خارجی سوخت می شود. همین مسأله باعث می گردد تا صادرکنندگان در شرایط نقد معامله نمایند و امکان رقابت برای رفع این مشکل مشوق هایی را ایجاد کرده اند که تولید کننده کالای صادراتیشان از نظر تأمین مالی داخلی، هزینه های تولید، بازاریابی صادراتی و تضمین وجوه مطالباتی آن ها از خریداران خارجی هیچ گونه نگرانی نداشته باشند. سازمان های بیمه اعتبارات صادراتی و صندوق های ضمانت صادرات در این کشورها تسهیلات متنوعی را در اختیار صادرکنندگان و تولیدکنندگان خود قرار می دهد تا آن ها بتوانند بدون هیچ گونه نگرانی از دریافت وجوه مطالباتی خود و حتی در بعضی موارد بدون نگرانی از تنزل ارزش ارز مورد معامله، بازارهای خود را توسعه بخشند. (میرمحمدی، ۱۳۶۵: ۲)

راهکارهای توسعه بیمه های اعتباری

بیمه اعتباری در مقابل دیگر رشته های بیمه ای ویژگی های خاصی دارد. این ویژگی ها باعث شده است که بیمه گران نسبت به صدور این نوع از قراردادهای بیمه رغبتی نداشته باشند، در نتیجه بیمه اعتباری در صنعت بیمه کشور توسعه چندانی یافته است. دلایل متعدد عدم توسعه بیمه های اعتباری در ایران در گفتار پیش بررسی شد. اما موضوعات مذکور نمی تواند اهمیت این نوع قرارداد بیمه ای را کاهش دهد؛ چراکه بیمه اعتباری مزایای اقتصادی بیشماری دارد و همچنین رشد بیمه های اعتباری در هر کشور، حکایت از پویایی و گستردگی معاملات تجاری و اقتصاد کشور دارد.

در این گفتار در دو محث به بیان راهکارهایی جهت توسعه بیمه های اعتباری می پردازیم.

۱- موسسات اعتبار سنجی و بیمه های آنکایی

در این گفتار به بیان دو راهکار جهت بالابردن امنیت بیمه گران و تمایل آنها جهت صدور بیمه های اعتباری می پردازیم. اگر این اقدامات در کشور انجام گردد، موجب تمایل شرکتهای بیمه به صدور این نوع بیمه نامه ها و توسعه بیمه های اعتباری می شود.

الف- تاسیس موسسات اعتبار سنجی

برخی از کارشناسان صنعت بیمه، ارائه بیمه های اعتباری را به دلیل نبود ثبات در معاملات تجاری و ضعف های فنی، زیانده ارزیابی می کنند و صنعت بیمه را به پرهیز از صدور این نوع بیمه نامه ها تشویق می نمایند. اما همانطور که پیشتر گفته شد بیمه های اعتباری موجب افزایش ثبات مالی بنگاه های اقتصادی شده و در نهایت موجب تسهیل معاملات تجاری می گردد. (احمدوند، ۱۳۸۰: ۷۱)

تاسیس موسسات اعتبار سنجی این امکان را به اعتبار دهندگان می دهد که از پیشینه اعتباری متقاضیان در بیمه های اعتبار داخلی و خریداران در بیمه اعتبار صادراتی، چه خوب و چه بد آگاهی یابند. در مواردی که احتمال تقلب متقاضی تسهیلات وجود دارد، اطلاعات ارائه شده، توسط متقاضی تسهیلات ارزیابی کرده و در نهایت متقاضی را تایید و یا رد می نمایند.

امکانات مذکور و در دسترس قرار گرفتن اطلاعات مربوط به بیمه گزار در اختیار بیمه گر، موجب افزایش ثبات تصمیم گیری بیمه گران و افزایش میزان عرضه بیمه اعتباری می شود. (همان: ۷۳)

قرارداد میان اعتبار دهنده و اعتبار گیرنده (فروشنده و خریدار)، بیمه گر و بیمه گزار نیز همچون سایر قراردادها به اطلاعاتی نیازمند استدر شرایط نابرابری اطلاعاتی، یکی از طرفین دارای اطلاعات بیشتری است و او میتواند با رفتاری فرصت طلبانه، امتیازی کسب کند. البته در قراردادهای بیمه های اعتباری برای جلوگیری از رفتار فرصت طلبانه، طرفین ملزم به رعایت اصل حسن نیت می باشند.

از سویی کارایی صنعت بیمه ارتباط نزدیکی با اطلاعات صحیح و دقیق بیمه گزار و خدمات بیمه گر دارد و از طرف دیگر اطلاعات ناقص و نادرست یکی از خصیصه هایی است که در دنیا به صورت فراگیر وجود دارد و این اطلاعات ناقص موجب به وجود آمدن مشکل انتخاب نامساعد می گردد.

با استفاده از اعتبار سنجی، بیمه گران می توانند اطلاعات ارائه شده توسط متقاضی پوشش ریسک را ارزیابی کرده و نسبت به ریسک های مختلف، حق بیمه های متفاوت و متناسب تعیین کنند و حتی الامکان دچار مشکل انتخاب نامساعد نشوند. انتخاب نامساعد حاکی از شرایطی است که در آن بیمه گران مجبور هستند حق بیمه یکسانی مبتنی بر میانگین ریسک تمامی مشتریان

ارائه کنند. در این موارد قرارداد یکسان برای مشتریان با ریسک بالا جذابتر بوده و در مقابل، برای مشتریانی که ریسک کمتری دارند مطلوبیت ندارد و ترجیح می‌دهند که از صنعت بیمه خارج شوند.

در ایران به دلیل عدم وجود موسسات اعتبار سنجی شرکت‌های بیمه خود این امکان را ندارند و در زمینه بیمه اعتبار داخلی اعتبار سنجی توسط بانکها و موسسات مالی اعتباری انجام می‌گیرد. (همان: ۷۵)

در زمینه بیمه اعتبار صادراتی، صندوق ضمانت صادرات ایران علاوه بر انجام عملیات اعتبار سنجی، با توجه به عضویت در سازمانهای بین المللی و همکاری‌های بین‌المللی اقدام به اعتبار سنجی مشتریان خارجی می‌نماید. عضویت در شبکه ارتباطی کوفاس^۱ و بانک اسکوپ (پایگاه اطلاعات اعتباری بانکها) نمونه‌های از همکاری‌های بین‌المللی صندوق جهت اعتبار سنجی می‌باشد.

با این وجود میتوان با بهره‌گیری از تجارب سایر کشورها و سازمانهای بین‌المللی در مورد اعتبار سنجی، اقدام به تاسیس اینگونه موسسات جهت مدیریت ریسک اعتبار شرکت‌های بیمه نمود.

ب- بیمه‌های اتکایی

«بیمه اتکایی» یا «بیمه مجدد» فرآیندی است که در آن شرکت‌های بیمه (بیمه‌گر) جهت بالابردن توان پرداخت خسارت و تعمیم ریسک، اقدام به انعقاد قرارداد بیمه اتکایی با بیمه‌گر دوم (بیمه‌گری که شرکت بیمه را بیمه می‌کند) می‌نمایند.

شرکت‌های بیمه اتکایی با استفاده از دو روش شرکت‌های بیمه را تحت پوشش قرار می‌دهند، روش اول که به روش نسبی معروف است، روشی است که در آن طبق توافق، درصدی خاص از تمامی خسارتهای شرکت بیمه تحت پوشش بیمه اتکایی قرار می‌گیرد؛ به طور مثال اگر شرکت بیمه اعتباری یک بیمه‌نامه تمام عملکرد صادر کرده باشد با شرکت بیمه اعتباری توافق میکند که در صورت وقوع خسارت، شرکت بیمه اتکایی ۳۰٪ خسارت را جبران نماید و در این صورت سی درصد از حق بیمه دریافتی به عنوان حق بیمه اتکایی به بیمه‌گر اتکایی پرداخت می‌گردد.^۲

روش دوم که به روش مازاد خسارت معروف است روشی است که در آن شرکت بیمه‌گر بیمه اتکایی را فقط برای خسارتهایی که بیشتر از رقمی خاص است تهیه می‌کند، مثلاً خسارات بالای ۱۰۰ میلیون تومان و تا سقف ۲۰۰ میلیون تومان. در این حالت حق بیمه اتکایی بر اساس تخمین حق بیمه دریافتی توسط شرکت بیمه دریافت می‌گردد.

همکاری با بیمه‌گران اتکایی بین‌المللی یکی از راه‌های افزایش امنیت شرکت‌های ارائه دهنده بیمه اعتباری جهت صدور این نوع بیمه‌نامه‌ها میباشد، ولی در سال‌های اخیر به دلیل تحریم شرکت‌های بیمه ایرانی، امکان انعقاد اینگونه قراردادها برای شرکت‌های بیمه فراهم نبوده است. لذا در فقدان بیمه‌های اتکایی، شرکت‌های بیمه باید روشهای مدیریت ریسک جدید را مانند بیمه مشترک یا بیمه‌های متقابل در نظر بگیرند.

البته لازم به ذکر است که در حال حاضر در کشور ما شرکت‌های بیمه اتکایی جهت ارائه پوشش‌های اتکایی به بیمه‌گران تاسیس شده است که البته به دلیل ریسک بالای بیمه‌های اعتباری در این شاخه از بیمه فعالیت چندانی ندارند.

مشکل دیگر موجود در مسیر بیمه‌های اعتباری این است که اکثریت بیمه‌گران ترجیح می‌دهند در مورد امور اتکایی خود صحبتی نکنند و این امر در بازار ریسک‌های اعتباری و سیاسی بیشتر مصداق دارد. با این حال به نظر می‌رسد که مهمترین مشکلات در زمینه بیمه‌های اعتباری موارد ذیل می‌باشد:

- ۱- دشواری‌های بیشتر تسویه خسارات نهایی در بیمه‌های اعتباری
- ۲- عدم شناخت کافی بیمه‌گران اتکایی از پوشش ریسک‌های سیاسی و اعتباری و عدم توجه کافی به اتکایی کردن آنها.
- ۳- تعداد ناچیز نیروی انسانی متخصص در بازار بیمه‌های اتکایی، ارزیابی چگونگی امور بیمه‌گران مختلف را بسیار مشکل می‌کند. همینطور تعداد بسیار کمی از بیمه‌گران به علت رابطه ملموس آنها با پراکندگی ریسک از عهده صدور بیمه‌نامه‌هایی برای پوشش اینگونه ریسک‌ها بر می‌آیند.
- ۴- صدور بیمه‌نامه‌های سیاسی و اعتباری از یک شکل فنی برخوردار است ولیکن اصول و مبانی محکمی که بتوان آن را همیشه مبنا قرار داد وجود ندارد.

البته این امکان وجود دارد که این بیمه‌نامه‌ها بتواند به صورت کاملاً حرفه‌ای اداره شوند و بیمه‌گران اتکایی ایرانی نیز خواهند توانست با استفاده از تجربیات سایر کشورها؛ خدمات متناسب این رشته بیمه‌ای را ارائه نمایند.

^۱ شبکه شرکای کوفاس که قبلاً «کредیت آلیانس» نامیده میشد، وابسته به موسسه بیمه اعتباری صادراتی فرانسه به نام «کوفاس» میباشد. این شبکه با هدف ارائه خدمات بیمه اعتباری و اطلاعات اعتباری در سطح جهان و تبادل اطلاعات فنی در میان اعضا، در سال ۱۹۹۲ تأسیس گردید. این شبکه گسترده‌ترین و معتبرترین شبکه در این حوزه از صنعت در سطح جهان میباشد.

^۲ MunichRy, 2015, A Basic Guide to Facultative and Treaty Reinsurance

۲- نقش بیمه در توسعه صادرات غیرنفتی

نقش بیمه در توسعه صادرات غیر نفتی متناسب با راهبرد تجارت خارجی تعیین می شود و می تواند تأثیر مثبت و سازنده ای در افزایش درآمدهای ارزی و نیز توسعه ظرفیت صنعت بیمه داشته باشد. با عنایت به این واقعیت که تجار خارجی در دنیای امروز با مخاطرات گوناگونی رو به رو است، بیمه می تواند در حفظ سرمایه و منافع بازرگانان و اداره روند تجارت خارجی نقش کلیدی داشته باشد.

بیمه عمومی صادرات بر اساس جبران خسارت ناشی از خطرات سیاسی و تجاری در معاملات طرح ریزی شده، در حفظ منافع صادرکننده جایگاه ویژه ای دارد، به گونه ای که امروزه در دنیای روابط تجاری بین المللی، صادرکنندگان با تجربه و موفق هرگز بدون پوشش بیمه اقدام به عرضه جنس خود نمی نمایند. متأسفانه در ایران هنوز اهمیت بخشی از بیمه ها حتی در تجارت خارجی برای فعالان اقتصادی تبیین نشده و بر اساس اعتماد فردی انجام می شود که می تواند خسارات جبران ناپذیری به همراه داشته باشد.

بسیاری از کارشناسان بر این باورند 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 می کردند، توسعه و رشد اقتصادی کشور و ... ضروری است.

تحولات اقتصادی اخیر در مجموعه جهانی و در نظ جهانی، باعث جهانی شدن اقتصاد و گسترش وسیع تجارت بین الملل و به خصوص بر مبنای تولید و افزایش مستمر رفاه، می باشد.

در زمان جنگ، خطوط تولید کارخانه ها بر مبنای نیازهای جنگی تغییر پیدا می کند. در دوره تغییر راهبرد جایگزینی واردات به راهبرد گسترش صادرات نیز باید همین سیاست «تغییر خطوط تولید» اتخاذ و اعمال شود و صناعی که ابتدا برای جایگزین کردن واردات تغییر یافت باید خطوط تولید را بار دیگر به گونه ای تغییر دهد که بخشی یا تمام محصولات تولیدی صادر شود.

بهترین راه گسترش صادرات کالاهای صنعتی نیز آن است که صنایع داخلی به ویژه صناعی که برای جایگزینی واردات ایجاد شده اند، موظف باشند یا تشویق شوند که قسمتی از تولیدات خود را صادر کنند. حسن این امر آن است که این گونه صنایع که در داخل، بازار مطمئنی پیدا کرده اند و انگیزش چندانی برای بهبود کیفیت و بالا بردن کارایی و کاهش قیمت تمام شده کالا ندارند، مجبور به رقابت با تولیدکنندگان خارجی می شوند. از آن گذشته بازار گسترده داخلی نیز امکان استفاده از تولید انبوه و کاهش هزینه تولید را پیدا می کند، در حالی که خطر و ضرر وابستگی کامل به بازار خارجی که به طور معمول صنایع صرفاً صادراتی را تهدید می کند، نیز برای صنایع مورد بحث (صنایع جایگزینی واردات) وجود ندارد.

با جهانی شدن اقتصاد، هر کشوری در کشور دیگر منافع اقتصادی پیدا می کند و برای حفظ آن به ناچار وضعیت سیاسی آن کشور را زیر نظر می گیرد و چه بسا در ایجاد شرایط مناسب برای فعالیت اقتصادی به مداخله می پردازد. با این وصف هیچ کشوری به راحتی نمی تواند الگوهای سیاسی اقتصادی خاص خود را دنبال کند و لذا اقتصاد و سیاست به او وابسته اند و تحولات حوزه اقتصادی نمی تواند بدون تحولات هماهنگ در حوزه سیاست تحقق یابد. از آنجا که رشد و توسعه اقتصادی جزء جدا نشدنی حیات هر جامعه است، اگر جامعه ای 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 عمده ترین آن ها عبارتند از:

- ۱- در قبال صادرات، مصنوعات به جای ارزی، ارز آوری دارند.
- ۲- درآمد ارزی افزایش می یابد.
- ۳- با افزایش درآمد ارزی، استاندارد زندگی در کشور بالا می رود.
- ۴- سرمایه گذاری های جدید انجام می شود.
- ۵- صادرات، اشتغال ایجاد می کند و در پرتو آن تخصص ها رشد بیشتری می یابند.
- ۶- تولید کالا با استاندارد جهانی، لازمه ارتقا سطح آموزش در دانشگاه ها می شود.
- ۷- کیفیت کالا بالا می رود.
- ۸- حضور در بازار های بین المللی، ثبات سیاسی را افزایش می دهد و اصلاً ثبات سیاسی در ارتباطات بین المللی شکل می گیرد.

باید دقت داشت که صادرات و واردات دو روی یک سکه هستند و آن کشوری برنده است که صادراتش بیش از واردات آن باشد، زیرا ضمن افزایش درآمد ارزی، توان سرمایه گذاری بیشتر در امور تولیدی را پیدا می کند و اقتصاد کشور شکوفا می شود. کشورهای توسعه یافته حدود ۴۰ درصد تولید ناخالص ملی را صادر می کنند.

۳- بیمه های اعتباری زمینه ساز رشد و گسترش صادرات غیر نفتی

توسعه مناسبات اقتصادی به منظور افزایش صادرات غیر نفتی و نیز جذب سرمایه گذاری خارجی از اهداف عمده ای است که در اقتصاد ملی دنبال می شود. دستیابی به این هدف که در نهایت رشد پایدار اقتصادی را به دنبال دارد، به ابزار کارآمد قانونی نیاز دارد تا اطمینان خاطر فعالان اقتصادی و سرمایه گذاران را تأمین کند. یکی از این ابزار کار ساز «بیمه» است که می تواند حافظ منافع دست اندرکاران تجارت و سرمایه گذاری باشد. امروزه نقش و اهمیت بیمه در رونق مناسبات اقتصادی بر هیچ کس پوشیده نیست، لیکن هنوز در ایران بسیاری از دست اندرکاران فعالیت های تجاری هم چنان بر سنت گذشته (اعتماد و اطمینان فردی) پایبند می باشند، در حالی که طرف های تجاری شیوه های قانونی را ترجیح می دهند و به کار می گیرند.

بررسی چگونگی و نحوه ارائه پوشش های بیمه ای لازم به ویژه در عرصه سرمایه گذاری هایی که به منظور گسترش صادرات غیر نفتی صورت می گیرد و تغییراتی که در این زمینه متناسب با نیاز دست اندرکاران صورت گرفته، می تواند در روشن شدن ابعاد و اطمینان بخش تر شدن زمینه فعالیت های اقتصادی اثر مثبت داشته باشد.

امروزه کلیه کشورها، به خصوص کشور های در حال توسعه به اهمیت و نقش افزایش صادرات و کسب درآمدهای ارزی از رشد و توسعه اقتصادی پی برده اند و این امر موجب شده که بازار های بین المللی به طور فزاینده ای، رقابت آمیز گردد. برای آن که یک کالای صادراتی بتواند در بازار جهانی رقابت کند، بایستی قیمت، کیفیت، شرایط فروش و خدمات بعد از فروش مناسبی توسط فروشنده ارائه گردد. با توجه به رقابت شدید در بازارهای بین المللی صادرات کالاها و خدمات، امروزه واردکنندگان بیش از پیش تقاضای تسهیلات بیشتری از صادرکنندگان می نمایند. از این رو چنان چه صادرکنندگان قادر باشند شرایط اعتباری بهتری را به خریداران پیشنهاد نمایند، چشم انداز افزایش صادرات روشن تر خواهد بود. صادرات بر مبنای شرایط پرداخت نسبه یا اعتباری ریسک زیادی را در بر خواهد داشت، زیرا برآورد قابلیت اعتباری یک خریدار خارجی و هم جنس پیش بینی وقوع حوادث سیاسی در کشور خریدار بسیار مشکل است. این شرکت های بیمه صادرات و سرمایه گذاری هستند که ریسک های تجاری و سیاسی اعتبار دهندگان، صادرکنندگان و سرمایه گذاران را به حداقل می رسانند و زیان های احتمالی را جبران می نمایند.

صادرکنندگان برای این که بتوانند تعهدات خود را به موقع و به نحو احسن انجام دهند، به اعتبارات صادراتی و تأمین مالی صادرات نیازمندند. زیرا آن ها در مراحل مختلف خرید مواد اولیه و تکمیل کالای صادراتی به منابع مالی احتیاج دارند تا بتوانند به موقع تعهداتشان را عملی نمایند و صادراتشان را توسعه دهند. معمولاً دولت ها تسهیلات لازم را برای بانک ها فراهم می سازند لیکن بانک ها که عمده منابع آن ها از سپرده های مردم شکل می گیرد برای ریسک باز پرداخت اعطای تسهیلات به صادرکنندگان می توانند از بیمه نامه جایگزین وثایق استفاده نمایند.

اصولاً بیمه سرمایه گذاری خارجی یکی از تسهیلات متنوعی است که این شرکت در اختیار اشخاصی که سرمایه گذاری در خارج از کشور انجام می دهند قرار می دهند. سرمایه گذاران ایرانی که سرمایه های خود را به صورت خرید سهام در شرکت های خارجی و خرید اوراق قرضه شرکت های خارجی به صورت وام های اعتباری و به صورت معمول دیگر سرمایه گذاری کنند مانند صادرکنندگان در معرض خطرات سیاسی و اقتصادی قرار می گیرند و چه بسا ممکن است مواجه با ورشکستگی شرکت طرف قرارداد سرمایه گذار و یا در معرض ملی شدن سرمایه ها و ... گردند لذا نیاز به پوشش بیمه ای دارند که می توانند از شرکت هایی که در این زمینه تخصص دارند استفاده کنند. (مجله بررسی های بازرگانی، ۱۳۷۵: ۸۵)

نتیجه گیری

درارتباط با امکان فعالیت بیشتر شرکت‌های بیمه تجاری در عرصه پوشش‌های اعتبار صادرات، هرچند منع قانونی در این رابطه وجود ندارد، اما به نظر می‌رسد حداقل در شرایط موجود (از نظر میزان سرمایه این شرکت‌ها و میزان ریسک قابل نگهداری توسط آنها براساس اساسنامه‌شان، عملاً امکان فعالیت گسترده در این زمینه برای آنها مهیا نیست؛ هرچند ممکن است به صورت موردی و براساس درخواست صادرکنندگان نسبت به صدور چنین پوششی اقدام کنند اما با توجه به شدت خسارت‌های بالقوه اینگونه پوشش‌ها و اینکه صادرکنندگان نیز تمایل دارند اطمینان صددرصد به توانایی بیمه‌گر خود در جبران خسارت سریع و کامل براساس شرایط قراردادی داشته باشند، حتی این امر نیز بعید به نظر می‌رسد.

در نتیجه وجود حمایت‌های دولتی در این زمینه با توجه به لزوم ادامه سیاست‌های موجود در جهت افزایش صادرات غیرنفتی اجتناب‌ناپذیر است؛ کم‌اینکه حتی در آن دسته از کشورهای توسعه‌یافته که بخش خصوصی بیشترین فعالیت و نقش را در این زمینه دارد (همانند آلمان و فرانسه)، همچنان دولت در زمینه پوشش‌های اعتباری میان مدت و بلندمدت نقش داشته و تعهد جبران خسارت اینگونه پوشش‌ها برعهده دولت است.

شاید شرکت‌های بیمه تجاری، در صورت افزایش چشمگیر سرمایه خود و همچنین فراهم‌نمودن سایر مقدماتی که در ادامه به آنها اشاره خواهد شد، بتوانند به مرور در عرصه صدور پوشش‌های کوتاه‌مدت و مربوط به معاملات و مقاصد تجاری کم‌ریسک وارد شوند؛ اما با توجه به ماهیت انتفاعی‌شان و اینکه سود ناشی از فعالیت در زمینه پوشش‌های اعتبار صادرات را باید در مقیاس بزرگ‌تر - افزایش صادرات کشور، و نه فقط کسب سود برای موسسه صادرکننده - بررسی کرد، به نظر می‌رسد که از جانب شرکت‌های مذکور نیز تمایل چندانی برای این امر وجود نداشته باشد.

لذا لازم است سعی در اتخاذ تدابیری به عمل آید که نهاد دولتی فعال در این زمینه یعنی «صندوق ضمانت صادرات ایران» بتواند با حداکثر کارایی نسبت به ارائه پوشش‌های اعتبار صادرات اقدام نماید.

منابع و مراجع

- ۱- امیراصلانی، اسدالله، تاثیر آزادسازی و خصوصی‌سازی صنعت بیمه بر کارایی‌های بیمه، شرکت ۶۰، ص ۳۷ تا ۴۶. ۱۳۷۹.
- ۲- بادینی، حسن، فلسفه مسئولیت مدنی، شرکت سهامی انتشار، چاپ اول. ۱۳۸۴.
- ۳- دستباز، هادی، اصول و کلیات بیمه‌های اشخاص، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، جلد اول، چاپ سوم. ۱۳۷۷.
- ۴- رزاقی، ابراهیم، «آشنایی با اقتصاد ایران». نشرنی. چاپ پنجم ۱۳۸۴.
- ۵- زینال‌زاده، ایرج، «مدیریت صادرات کالا و خدمات فنی و مهندسی». نشر قانون. چاپ اول، شهریور ۱۳۸۵.
- ۶- گوهریان، محمدابراهیم، «صادرات به زبان ساده». نشر دوران. چاپ اول، ۱۳۷۹.
- ۷- گلچینیان، عباس، کلیات و اصول بیمه‌های بازرگانی، شرکت سهامی بیمه البرز، چاپ دوم. ۱۳۹۰.
- ۸- محمودصالحی، جان‌علی، «حقوق بیمه». انتشارات پژوهشکده بیمه وابسته به بیمه مرکزی ایران. چاپ دوم، ۱۳۸۹.
- ۹- میر محمدی، سید محمد، نقش بیمه‌های صادراتی و اهمیت آن در توسعه صادرات، برنامه بخش فرهنگی دفتر مرکزی جهاد دانشگاهی. ۱۳۶۵.
- ۱۰- مصطفوی کاشانی، مریم، «عوامل موثر بر توسعه صادرات غیرنفتی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز. ۱۳۸۱.