

تأملی بر پوشش‌های اعتباری صندوق ضمانت صادرات ایران و چگونگی تأثیر آن در توسعه فعالیت‌های بین‌المللی شرکت‌ها

دیبا جعفری^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۱۸

چکیده

گسترده‌ترین حیطه فعالیت شرکت‌های تجاری و رای‌مرزهای کشورهای، که صادرات متداول‌ترین شیوه آن است؛ امری است که اهمیت آن برای شرکت‌ها و نیز سیاست‌گذاران اقتصادی پوشیده نیست. اما تحقق آن مستلزم وجود شرایطی است که البته حصول آن برای شرکت‌های کوچک و متوسط دشوارتر است. اطلاعات مربوط به تجارت و رای‌مرزها، دانش تجربی و امکانات فیزیکی از محدودیت‌های شرکت‌ها در این خصوص هستند. صندوق ضمانت صادرات یکی از مهم‌ترین نهادهایی است که عهده‌دار تمهید صادرات در کشور می‌باشد و پوشش‌های بیمه اعتبار از مهم‌ترین ابزارهای آن در این خصوص است که ظرفیت جدیدی برای فائق آمدن بر پیچیدگی‌های صادرات فراهم می‌آورد؛ چه اینکه پوشش‌های مزبور نه تنها در صورت بروز حادثه خسارت شرکت‌ها را جبران می‌نمایند بلکه نفس پوشش بیمه‌ای ارائه شده توسط صندوق، با توجه به زیرساختها و الزاماتش، از میزان ریسک پیش روی شرکت‌های صادرکننده می‌کاهد. این مهم در کنار اطلاعات فراهم شده و نیز تسهیل تأمین مالی شرکت‌ها، مجال توسعه فعالیت‌های تجاری و رای‌مرزهای کشور را فراهم خواهد نمود. در نوشتار حاضر اولاً تفکیکی ماهیتی در خصوص پوشش‌های اعتباری صندوق ضمانت صادرات ارائه می‌گردد و ثانیاً چگونگی تأثیر این پوشش‌ها در توسعه فعالیت‌های بین‌المللی شرکت‌ها از نظر خواهد گذشت.

واژه‌های کلیدی: اعتبار تأمین‌کننده، اعتبار خریدار، بیمه اعتبار، تجارت بین‌المللی، صندوق ضمانت صادرات.

طبقه‌بندی JEL: G28, G22, K22

^۱ دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول: s-jafari@sbu.ac.ir)

مقدمه

ورود به عرصه بین‌المللی توسط شرکت‌ها، روش‌های متفاوتی دارد که صادرات، متداول‌ترین آن به‌شمار می‌رود (فاریابی و دیگران، ۱۴۰۰، ۷۷) در شرایط کنونی اهمیت افزایش صادرات علی‌الخصوص صادرات غیر نفتی با توجه به محدودیت منابع نفتی و نیز تحریم‌های موجود در آن خصوص برای کشور ما به مراتب بیش از پیش است (فرزانگان و فیشر، ۲۰۲۱، ۲).^۱

صادرات در قدم اول برای خود شرکت‌های صادرکننده حائز اهمیت است و قابلیت ریسک‌پذیری و تبعاً تداوم آنها را افزایش می‌دهد (اسماعیلپور و دیگران، ۱۳۹۹، ۹۳) و البته، علاوه بر اینکه فرصت بزرگی برای توسعه شرکت‌ها علی‌الخصوص شرکت‌های کوچک و متوسط به‌شمار می‌رود؛ چالش بزرگی برای آنها نیز تلقی می‌شود (موتا و دیگران، ۲۰۲۱، ۲)، چه‌اینکه فراهم آوردن حداقل‌های مورد نیاز در این خصوص برای شرکت‌ها امری دشوار است (فرزانگان، ۲۰۱۲، ۱۰۶۸).^۳

در گام دوم، صادرات برای اقتصاد کشورها مهم و تأثیرگذار است و اهمیت آن برای کشورها، منجر به این شده است که تدابیری جهت تحریک و تشویق صادرات توسط دولت‌ها صورت پذیرد. مؤسسات توسعه صادرات^۴ نهادهای ذی‌مدخل در این خصوص هستند. این اهمیت تا به جایی است که صادرات را کلید بازآفرینی اقتصاد نامیده‌اند (گریفه و زینکنا، ۲۰۱۲، ۲۵۱).^۵

در این راستا صندوق ضمانت صادرات ایران، نظیر سایر مؤسسات توسعه صادرات، اقدام به ارائه پوشش‌های اعتباری نموده که مسیر صادرات را برای شرکت‌های ایرانی هموار می‌نماید. برنامه‌های توسعه صادرات، دائر مدار اقداماتی نظیر ارائه اطلاعات و مشاوره‌های صادراتی، حمایت بازاریابی، ارائه اطلاعات و جلب مشتریان، تأمین اعتبارات صادراتی، ضمانت نامه‌ها و بیمه‌های صادراتی، ارائه آموزش‌های مرتبط با صادرات نظیر قوانین و مقررات و رویه‌های بین‌المللی است (برلینگری و پیش، ۲۰۲۲، ۴).^۶ در پوشش بیمه اعتبار صادرات، رهاورد صندوق منحصر به پرداخت خسارت نمی‌باشد، کما اینکه هدف بیمه صادراتی، تنها پرداخت خسارت نبوده و اجتناب از رخداد خسارت اولین غایت آن است (راسخی و دیگران، ۱۳۹۶، ۴۵).

با این شرح، از آنجایی که اطلاعات یکی از ارکان اساسی بازارهای تجاری است و عدم تقارن اطلاعات می‌تواند به انتخاب نادرست طرف تجاری و مאלاً ورود خسارت منجر شود؛ صندوق با بهره‌گیری از بانک‌های اطلاعاتی خویش و شرکت‌های اعتبارسنجی معتبر، تجار را در برگزیدن طرف معامله خویش یاری نموده و از امکان بروز ریسک اعتباری می‌کاهند. بدیهی است که در صورت بروز ریسک نیز صندوق جبران خسارت خواهد نمود. در مقام جبران خسارت، پوشش‌های اعتباری صندوق، ماهیتاً به دو شیوه عمل می‌نمایند؛ در مواردی که صادرکننده کالا و خدمات بیمه‌گذار تلقی می‌گردد، در صورت عدم بازپرداخت بدهی توسط خریدار بسته به نوع پوشش تجاری و یا سیاسی، صندوق خسارت وارده را به صادرکننده خواهد پرداخت. همچنین در صورت عدم بازپرداخت وام‌های

¹ Farzanegan & Fischer

² Mota et al

³ Freixanet

⁴ Export Credit Agency (ECA)

⁵ Griffith & Czinkot.

⁶ Berlingieri, & Pisch

اعطاء شده توسط بانک به خریداران کالای صادراتی ایرانی، صندوق، خسارت بانک‌ها را جبران نموده و به این طریق تأمین مالی صادرات را که به منزله خون در رگ تجارت است تسهیل کند.

لازم به توضیح است، علی‌رغم وجود مزیت نسبی به مثابه امکان تولید کالایی با قیمت تمام‌شده پایین‌تر، ایران در بسیاری از بازارها نتوانسته است جایگاه خویش را در عرصه تجارت بین‌الملل به دست آورد (مردانی نجف‌آباد و کلبعلی، ۱۳۹۸، ۸۰) و گسترش پوشش صندوق ضمانت صادرات، می‌تواند گام مهمی در این راستا به شمار آید. این مقاله با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و روش توصیفی-تحلیلی، در پی آن است که اولاً مرز ماهوی پوشش‌های بیمه‌ای اعتبار صادرات صندوق را ترسیم نماید و ثانیاً تشریح کند که این پوشش‌ها چگونه می‌تواند بر توسعه فعالیت‌های بین‌المللی شرکت‌ها تأثیر گذارد.

از این‌روی در بخش اول، مفهوم فعالیت بین‌المللی از نظر گذرانیده خواهد شد و در بخش بعدی مختصری از صندوق ضمانت صادرات به عنوان موسسه اعتبار صادرات ایران خواهد آمد. انواع پوشش‌های ارائه‌شده توسط صندوق با بهره‌گیری از سایت رسمی صندوق و نیز دستورالعمل‌های آن در این ارتباط شرح و ملاً مرز ماهوی میان آنها ترسیم خواهد شد و در بخش آخر نیز شیوه تأثیر خدمات صندوق بر توسعه فعالیت بین‌المللی شرکت‌ها بررسی می‌گردد.

۱- تبیین مفهوم فعالیت بین‌المللی

بین‌المللی‌سازی به معنای فرآیند افزایش مشارکت شرکت‌ها در بازارهای بین‌المللی (انجمن اروپایی حساب‌رسان، ۲۰۲۰، ۲) از صادرات و واردات آغاز می‌گردد و در نهایت تا ادغام و فعالیت در سطح فراتر از مرزها گسترش می‌یابد (فضل‌زاده و عبدی، ۱۳۹۷، ۴۷). اگر چه برخی بین‌المللی‌شدن را تنها صادرات در معنای اعم کلمه دانسته‌اند (باسی و دورکن، ۲۰۱۷، ۶۹).^۲

در دنیای کنونی تجارت، بین‌المللی شدن نه تنها منجر به رشد و توسعه شرکت‌ها خواهد شد بلکه برای بقای شرکت‌ها ناگزیر است (رضانی و دیگران، ۱۳۹۸، ۱۷۸) و صادرات خود عاملی برای جلوگیری از ورشکستگی شرکت‌ها علی‌الخصوص در شرایط بحرانی به شمار می‌رود (نوروزی و دیگران، ۱۳۹۸، ۹۹) صادرات مزایای فراوانی برای شرکت‌ها در پی دارد که ارزآوری را به عنوان کمترین دستاورد آن یاد نموده‌اند (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۲، ۲۹).

امروزه رشد صادرات برای دولت‌ها، راهکاری برای بازآفرینی اقتصادی و گسترش تجارت بین‌الملل است (کشتی و کهندل، ۱۳۹۷، ۱۸۴). تجارت خارجی نقش اساسی در توسعه اقتصاد دارد به نحوی که اقتصادهای پیشرفته توجه زیادی به میزان باز بودن اقتصاد کشورهاشان معطوف می‌نمایند (احمدیان و دیگران، ۱۳۹۶، ۱۵۰) و همواره در پی افزایش آن از طریق به کار بردن ابزارهای متعدد می‌باشند (چالکوفسکی و دیگران، ۲۰۱۴، ۱۳۶۲).^۳

¹ European Court for Auditors

³ Chvalkovska e

² Basçi and Durucan

فقدان دانش در خصوص فرصت‌های تجاری در عرصه بین‌المللی، مقررات پیچیده تجاری، منابع مالی محدود را سه مانع عمده در مسیر بین‌المللی‌سازی شرکت‌ها، علی‌الخصوص شرکت‌های کوچک و متوسط دانسته‌اند (انجمن اروگایی حساب‌رسان، ۲۰۲۰، ۴). این مهم، نقش کلیدی دولت‌ها در این خصوص را نمایان می‌کند (عالی و تورچیان، ۱۳۹۷، ۷۴). امروزه اینکه گسترش صادرات به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه نیازمند حمایت‌های خاص دولت از آن است امری مفروغ عنه به شمار می‌رود (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۹۴، ۱۳۶)، و پوشش‌های اعتباری صندوق ضمانت صادرات به عنوان آژانس اعتبار صادرات در ایران در همین راستا می‌باشد. خدمات تأمین مالی صادرات توسط مؤسسات توسعه صادرات معمولاً به دو صورت است؛ یا به صورت وام مستقیم نظیر بانکها اقدام می‌نمایند که معمولاً این مهم توسط اگزیم بانک‌ها صورت می‌گیرد در برخی از کشورها نظیر کانادا، آمریکا و ژاپن آژانس‌های توسعه صادرات وام‌دهنده مستقیم^۱ هستند و یا با تضمین وام‌های اعطایی از بانکها و مؤسسات اعتباری به یاری می‌شتابند (یسکوب، ۲۰۰۷، ۲۲۰).

۲- صندوق ضمانت صادرات به‌مثابه موسسه اعتبار صادرات (ECA) در ایران

تأسیس اولین موسسه اعتبار صادرات دولتی جهان به سال ۱۹۱۹ و در انگلستان بر می‌گردد، روندی که با سرعت در اقصاء نقاط جهان توسط دولت‌ها پیگیری گردید (ملکوم، ۱۹۹۹، ۲۴). هدف از تأسیس این مؤسسات، ایجاد بسترهای مناسب گسترش صادرات و ترمیم خسارات جنگ جهانی اول، کنترل تبعات رکود اقتصادی، حفظ ارزش پول ملی و ... بود. امروزه تأثیر این مؤسسات تا جایی است که برخی آن را غولهای گمنامی وصف نموده‌اند که بزرگترین تأمین‌کننده منابع مالی در جهان به‌شمار رفته ولیکن چندان شناخته شده نیستند (گینترس، ۲۰۰۱، ۲۸).

در ایران نیز متعاقب کاهش ارزش دلار در مقابل ریال و در نتیجه کمبود درآمدهای نفتی در اوایل دهه ۵۰، صندوق ضمانت صادرات با همکاری آنکتاد، بعنوان تنها شرکت دولتی بیمه اعتبار صادراتی تحت نظارت وزارت اقتصاد وقت و با هدف توسعه صادرات از طریق پوشش صادرکنندگان در مقابل خطرات سیاسی-اقتصادی که معمولاً شرکت‌های بیمه تجاری آنها را بیمه نمی‌کنند و تضمین اعتباری که به مصرف صادرات کالا و خدمات می‌رسد، در سال ۱۳۵۲ آغاز به کار نمود. عدم کفایت درآمد نفت جهت رفع نیازهای کشور، توجه به صادرات غیرنفتی، تجربه موفق برخی کشورها در زمینه بیمه‌های صادراتی، سوخت شدن بخشی از صادرات اعتباری کشور به عنوان مثال عدم وصول ۱۲ درصد از ۳۰ درصد صادرات اعتباری در سال ۱۳۵۱ و ۱۵ درصد در سال ۱۳۵۲ به علت عدم پرداخت خریداران خارجی و ... از جمله برخی از عوامل مهم مؤثر در توجه به بیمه‌های صادراتی و شکل‌گیری و تأسیس صندوق بودند. در سال ۱۳۵۸ ماده واحده لایحه قانونی راجع به ادغام شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران و صندوق ضمانت صادرات در مرکز توسعه صادرات ایران به تصویب شورای انقلاب اسلامی ایران رسید و به موجب این ماده واحده به وزارت بازرگانی اجازه داده شد که شرکت سهامی

¹ Direct Lender ECA

² Yescombe

³ Malcom

⁴ Gainturce

نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران و شرکت سهامی صندوق ضمانت صادرات با رعایت تبصره ۱۸ قانون بودجه ۱۳۵۸ و لایحه قانونی تکلیف کارکنان دستگاه‌های اجرائی مستثنی‌شده از قانون استخدام کشوری مصوب ۱۳۵۸/۸/۸ شورای انقلاب با کلیه وظایف و اختیارات و دارایی دیون و مطالبات در مرکز توسعه صادرات ایران ادغام نماید. بنابراین با انتقال، صندوق عملاً استقلال خود را از دست داد و صادرکنندگان کالاها و خدمات، بدون پوشش حمایتی و تضمین مطمئن برای ادامه و گسترش فعالیت صادراتی خود باقی ماندند و عملاً تا نیمه دوم سال ۱۳۷۳ تعطیل ضمن اینکه با بالا رفتن قیمت نفت در نتیجه تحولات سیاسی در منطقه خاورمیانه در اواسط دهه ۷۰ میلادی، درآمد نفتی کشور افزایش یافته و همین موضوع باعث شد که صندوق ضمانت صادرات ایران بدست فراموشی سپرده شده و فعالیت‌های آن بطور کامل متوقف گردد.

آغاز به فعالیت مجدد صندوق متعاقب مصوبه شورای عالی اداری به منظور احیاء و راه‌اندازی صندوق تضمین صادرات ایران مصوب ۱۳۷۲/۱۱/۳ و به منظور مدد رسانیدن به بازیابی موقعیت بازار صادرکنندگان پس از ورود لطمات جنگ تحمیلی صورت گرفت البته عوامل عدیده‌ای نظیر تحولات اقتصادی، مشکلات مالی دولت و نیاز مبرم به ارز، محوریت یافتن بحث‌های خصوصی‌سازی نیز در این مهم اثرگذار بودند. در حال حاضر، صندوق به موجب قانون چگونگی اداره صندوق ضمانت صادرات ایران مصوب سال ۱۳۷۵ فعالیت می‌نماید (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۲، ۲۵). این صندوق مأموریت خویش را حمایت و پشتیبانی از صادرات غیرنفتی از طریق، پوشش ریسک عدم بازپرداخت وجوه خدمات و کالاها، صادراتی، صدور بیمه‌نامه سرمایه‌گذاری خارجی برای پوشش ریسک‌های سیاسی سرمایه‌گذاران، تسهیل منابع مالی مورد نیاز صادرکنندگان از طریق صدور انواع ضمانت‌نامه اعتباری و بانکی، بررسی دوره‌ای وضعیت اقتصاد کشورها و بازارهای هدف و تعیین رتبه و سقف اعتباری کشورها ذکر نموده است.

۳- انواع پوشش‌های ارائه‌شده توسط صندوق

پوشش‌های ارائه‌شده توسط صندوق بر مبنای زمان پوشش به دو دسته کوتاه مدت و میان مدت و بلندمدت تقسیم گردیده‌اند.

۳-۱- بیمه کوتاه‌مدت

اعتبارات کوتاه مدت به مثابه اعتبارات مربوط به بازه کمتر از دو سال، حجم عمده‌ای از صادرات کشور را تشکیل می‌دهند و از این رو پوشش‌های کوتاه مدت، قسمت اعظم پوشش‌های صندوق می‌باشد. به جهت بازه زمانی کوتاه، ریسک کمتری را در برداشته و برای فروش کالاها، کم‌دوام، مصرفی و مواد اولیه و نیز تأمین خدمات در دوره کوتاه کاربرد دارد (بخشی، ۱۳۹۲، ۴۵). مشتریان عمده چنین پوشش‌هایی عمدتاً شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشند. دستورالعمل صدور بیمه‌نامه‌های کوتاه مدت هیأت مدیره صندوق ضمانت بر صدور این پوشش‌ها حکم فرماست. به موجب دستورالعمل مزبور، انواع بیمه‌های کوتاه مدت به شرح ذیل است:

الف- بیمه‌نامه کل گردش صادرات برای کل صادرات^۱

این بیمه‌نامه که بیشترین پوشش صندوق نیز بر آن متمرکز است؛ کلیه اعتبارات اسنادی، قراردادهای صادراتی و پروفورماهای صادرکنندگان ایرانی با خریداران متعدد خارجی در کشورهای مختلف را در طول مدت یک سال بیمه می‌نماید. به این بیمه‌نامه، بیمه‌نامه جامع^۲ نیز اطلاق می‌گردد. بیمه‌گرها برای اجتناب از انتخاب معکوس معمولاً مشتاق به پوشش ریسک جامع علی‌الخصوص کل گردش مالی هستند که سنتی‌ترین و دیرینه‌ترین قسم از بیمه اعتبار تلقی می‌شود (ژو، ۲۰۱۳، ۶).^۳ در واقع هراندازه که پوشش ریسک گسترده‌تر می‌شود؛ احتمال انتخاب معکوس و مخاطره اخلاقی در آن کاهش می‌یابد. چنین بیمه‌ای که فرم استاندارد بیمه اعتبار تلقی می‌شود (سوکولوسکا، ۲۰۱۷، ۱۲۳)،^۴ عمدتاً برای ریسک‌های کوتاه‌مدت صادر و کل گردش مالی یک بیمه‌گذار با تمامی خریدارانش را تحت پوشش قرار می‌دهد (اتحادیه بین‌المللی بیمه اعتبار و ضمانت، ۲۰۱۵، ۱۵) و به دلیل دربرگرفتن ریسک‌های خوب و بد، حق بیمه آن پایین‌تر از سایر انواع بیمه‌هاست (صحت، ۱۳۸۹، ۱۳۷).

ب- بیمه‌نامه خاص صادرات^۵

برای صادرکنندگانی که مایل هستند یک قرارداد خاص صادراتی با یک خریدار مشخص را بیمه نمایند؛ صادر می‌گردد. در واقع این بیمه‌نامه یک مورد از اعتبارات اسنادی، قراردادهای صادراتی و پروفورماهای صادرکننده ایرانی با خریدار خارجی در کشور هدف را تحت پوشش دارد. این نوع بیمه‌نامه برخلاف بیمه جامع، بخش انتخاب شده از گردش مالی^۶ را تحت پوشش دارد (اتحادیه بین‌المللی بیمه اعتبار و ضمانت، ۲۰۱۵، ۱۶). بیمه‌گذار چنین پوششی علاوه بر فروشندگان کالاها و خدمات می‌توانند بانک‌ها نیز باشند که اعتبار پرداختی خاصی را تحت پوشش بیمه‌ای قرار دهند^۷ (سالچی، ۲۰۱۴، ۳۷).

ج- بیمه بلااثر شدن قرارداد صادراتی^۸

این بیمه که به عنوان بیمه پیش اعتبار^۹ نیز در برخی از منابع آمده است، ریسک‌هایی را که در زمان تولید و قبل از حمل منجر به فسخ قرارداد فروش بین صادرکننده و خریدار می‌گردند، به طوری که پس از فسخ قرارداد، صادرکننده قادر به فروش کالای تولیدشده موضوع قرارداد/اعتبار اسنادی در داخل کشور نباشد؛ تحت پوشش قرار می‌دهد. بیمه مزبور برای کالاهایی که با سفارش خریدار و برای مصرف خاص وی ساخته می‌شوند؛ کاربرد دارد چرا که به دلیل انطباق ویژگی‌های محصول با نیازهای خریدار، فروش کالا در صورت عدم پذیرش وی بسیار دشوار و مستلزم صرف هزینه علی‌حده و یا غیر ممکن است. عموماً تمایل بیمه‌گران به بیمه‌نمودن ریسک‌های پیش از اعتبار بسته به صنعت، طول دوره ساخت و امکان بازفروش کالا دارد (همان، ۸۰). پوشش این بیمه از ابتدای انعقاد قرارداد صادرات کالا آغاز می‌گردد. مزیت آن این است که در صورت وقوع حادثه‌ای

¹ Whole Turn-Over Policy

² Comprehensive Policy

³ Jus

⁴ Sokolovska

⁵ International Credit Insurance & Surety

Association (ICISA)

⁶ Specific Policy

⁷ Selected Part of the Turn Over

⁸ Salcic

⁹ Export Contract Frustration Policy

¹⁰ Pre-credit Insurance

نظیر تحریم کشور صادرکننده و عدم امکان فروش کالای یاد شده در کشور مبدا، بیمه جبران خسارت خواهد نمود (بخشی، ۱۳۸۷، ۴۷).

د- ضمانت‌نامه اعتبار خریدار

این ضمانت‌نامه اعتبارات اعطایی بانک‌های ایرانی به خریداران خارجی کالاها و خدمات ایرانی که در قالب خطوط اعتبار خریدار اعطا می‌گردند را تحت پوشش دارد و بنابه درخواست بانک اعتباردهنده صادر می‌شود. اگرچه در عنوان این خدمت از عبارت ضمانت‌نامه استفاده گردیده است، اما ماهیتاً پوشش یادشده بیمه است و نه ضمانت‌نامه. شایان ذکر است صندوق معمولاً از خسارت پرداختی به‌موجب این به اصطلاح ضمانت‌نامه مبلغی تحت عنوان فرانشیز کسر نمی‌نماید و شاید این یکی از دلایلی باشد که از عنوان ضمانت‌نامه برای آن استفاده گردیده است.

ه- بیمه‌نامه پوشش خرید دین اسناد صادراتی^۱

در ماده ۹۸ قانون برنامه توسعه پنجم توسعه، به عقود قانون عملیات بانکی بدون ربا، عقد خرید دین اضافه گردید. دستورالعمل اجرایی خرید دین مصوب ۱۳۹۰ شورای پول و اعتبار در ماده ۱ خود اینگونه آورده است "خرید دین قراردادی است که به‌موجب آن شخص ثالثی دین مدت‌دار بدهکار را به کمتر از مبلغ اسمی آن از دائن خریداری می‌نماید" (پژوهشکده پولی و بانکی، ۱۳۹۰: ۴-۵). بانک‌های عامل ایرانی که نسبت به خرید دین اسناد صادراتی پیمانکاران و صادرکنندگان ایرانی نظیر اعتبار اسنادی، بروات بانکی، سفته و هرگونه اوراق بهادار اقدام می‌نمایند، می‌توانند از این پوشش بهره‌مند گردند که آنها را از بازپرداخت وجوه در سررسید مقرر مطمئن می‌سازد. این بیمه‌نامه‌ها آن دسته از اسناد صادراتی را تحت پوشش قرار می‌دهد که صرفاً از طریق سیستم بانکی معامله گردیده و بدهکار خارجی (بانک، موسسه یا شرکت خارجی مورد قبول صندوق که پرداخت وجه اسناد صادراتی را تعهد نموده) کتباً مراتب قبولی آن را به خریدار دین (بانک‌های داخلی) اعلام و پرداخت ارزش آنها در سررسید مقرر را تعهد نموده باشد.

و- بیمه‌نامه تضمین مطالبات بانک‌ها بابت اعتبار اسنادی دیداری^۲

از آنجایی که در اعتبارات اسنادی دیداری، بانک گشایش‌کننده و تأییدکننده مکلف به پرداخت وجه اسناد پس از حصول اطمینان از ارائه اسناد مطابق هستند؛ این بیمه‌نامه براساس قرارداد تضمین اعتبارات اسنادی گشایش شده به نفع صادرکنندگان ایرانی، جهت تضمین مطالبات بانک ابلاغ‌کننده ایرانی از بانک گشاینده خارجی صادر می‌گردد.

۳-۲- بیمه بلندمدت و میان‌مدت

دستورالعمل صدور بیمه‌نامه‌ها و ضمانت‌نامه‌های میان و بلندمدت موضوع صورتجلسه شماره ۸۴/۸ مورخ ۱۳۸۴/۶/۶ هیأت مدیره ناظر بر این دسته از بیمه‌ها که اعتبارات بیش از دو سال را تحت پوشش خود دارند،

^۱ Discounting of Export Bills Insurance Policy

^۲ Sight L/Cs Insurance Policy

حکمفرماست. حسب دستورالعمل مزبور، پنج گونه بیمه ذیل این دسته به موجب این دستورالعمل قابل ارائه است.

الف- بیمه‌نامه خاص صادرات

این نوع بیمه‌نامه نظیر بیمه کوتاه مدت مشابه، به منظور پوشش ریسک‌های مطالبات ناشی از مرادوات مالی با یک خریدار و یا یک قرارداد خاص صادرات برای دوره مدت‌داری صادر می‌گردد و همانگونه که در بندهای فوق نیز ذکر گردید به نسبت بیمه‌نامه جامع، حق بیمه بالاتری نیز به نسبت بیمه‌های جامع برای آن مطالبه می‌گردد.

ب- بیمه‌نامه خاص صادرات خدمات فنی و مهندسی^۱

این بیمه‌نامه مطالبات پیمانکاران ایرانی از کارفرمایان خارجی به عبارتی صادرات خدمات را تحت پوشش دارد. چه اینکه صادرات را می‌توان اعم از صادرات کالا، خدمات و سرمایه دانست. در عمل برخی از اقسام بیمه اعتبار با توجه به اقتضای بیمه‌گذاران و باتوجه به نیازهای عملی به آن تنظیم شده است که یکی از اهم آن، بیمه صادرات خدمات فنی و مهندسی با توجه به شیوع این صادرات علی‌الخصوص به مقصد کشورهای منطقه است. لازم به تولید است امروزه صادرات خدمات سهم مهم و به‌سزایی از صادرات کشورهای پیشرفته دارد که با توجه به نامحدود بودن منابع آن -برخلاف صادرات کالاها- علی‌الخصوص در حوزه‌های نوآورانه، آینده رو به رشدی برای آن پیش‌بینی شده است (نهادنیان و دیگران، ۱۳۹۲، ۷).

ج- ضمانت‌نامه اعتبار خریدار^۲

حسب تعریف بند ۱-۱ دستورالعمل این ضمانت‌نامه برای پوشش ریسک عدم بازپرداخت اصل و سود اعتبارات اعطایی از سوی بانک‌ها و مؤسسات مالی به خریداران/بانک‌های خارجی به نفع بانک‌ها و مؤسسات تأمین‌کننده مالی ایرانی صادر می‌شود و متقاضی صدور آن می‌تواند، کلیه بانک‌های ایرانی که از محل حساب‌های ذخیره ارزی، صندوق توسعه ملی و یا منابع خود اقدام به تأمین مالی صادرات می‌نمایند، باشند. این اصطلاحاً ضمانت‌نامه در عداد پوشش‌های کوتاه مدت صندوق نیز ذکر شده است.

د- بیمه‌نامه پوشش ضمانت‌نامه‌های بانکی بازپرداخت^۳

به‌موجب تعریف بند ۴ ماده ۱ دستورالعمل بیمه‌نامه‌ای است که جهت پوشش ریسک و اخوانت ضمانت‌نامه‌های بازپرداخت صادره توسط بانک‌های ایرانی به نفع مؤسسات تأمین‌کننده مالی طرح‌های فنی و مهندسی ایرانی در کشورهای هدف صادراتی به نفع بانک ایرانی صادر می‌گردد.

هـ- بیمه‌نامه سرمایه‌گذاری^۴

امروزه اهمیت سرمایه‌گذاری خارجی امری مفروغ‌عنه است، لکن ریسک بالای سیاسی، علاوه بر ریسک‌های تجاری با توجه به طول مدت قراردادهای سرمایه‌گذاری، یکی از موانع به‌شمار می‌رود که بیمه‌های سرمایه‌گذاری،

¹ Techno-Engineering Services Policy

² Buyer's Credit Guarantee

³ Coverage for Banks' Bonds

⁴ Investment policy

نقش مهمی در تمهید آن دارند (نساری، ۱۴۰۰، ۵۴). در همین راستا و به منظور حمایت و ترغیب سرمایه‌گذاری، بیمه‌نامه سرمایه‌گذاری ریسک‌های سیاسی طرح‌های سرمایه‌گذاری اتباع ایرانی را که واجد شرایط باشد با هدف توسعه صادرات غیرنفتی پوشش می‌دهد. با این توضیح که سرمایه‌گذاری خارجی برای سرمایه‌گذار، علاوه بر سود و ارزآوری، صادرات خدمات و کالای ایرانی را با توجه به حداقل سهم داخل، به ارمغان خواهد آورد. نکته شایان توجه اینکه در قانون سال ۱۳۵۲ و همچنین در اساسنامه پیشین صندوق، نامی از بیمه سرمایه‌گذاری برده نشده بود و اولین بار در ماده ۵ اساسنامه مصوب ۱۳۷۶ آمده است. شرایط صدور بیمه سرمایه‌گذاری، جدید بودن سرمایه‌گذاری، مدت‌دار بودن آن به مدت حداقل سه سال و حداقل سهم ۵۰٪ از منابع ایرانی است.

۴- تمییز ماهیتی پوشش‌های اعتباری صندوق

در سایت رسمی صندوق، دستورالعمل‌های مربوطه و همچنین کتابچه منتشرشده توسط آن، تفکیکی ماهیتی میان پوشش‌ها ارائه نشده است و بر همین مبنا بیمه‌های اعتبار در ادبیات حقوقی به زبان پارسی به درستی از هم تفکیک نگردیده‌اند در این بخش تفکیکی ماهیتی از این پوشش‌ها ارائه خواهیم داد.

۴-۱- پوشش‌های اعتبار تأمین‌کننده^۱

قرارداد اعتبار تأمین‌کننده، قراردادی تجاری است که به موجب آن، صادرکننده کالا و یا خدماتی را برای خریدار خارجی با شرایط اعتباری ارائه می‌نماید. در واقع عبارت تأمین فروشنده ناظر به هنگامی است که فروشنده مسئولیت تأمین مالی محصول خویش را بر عهده می‌گیرد و در واقع اعتبار را در قالب قرارداد صادرات اعطا می‌نماید (سانگ من، ۲۰۱۰، ۱۲۹)^۲. ساده‌ترین قرارداد تأمین، قرارداد بیع می‌باشد. همچنین ممکن است موضوع قرارداد خدمات باشد که در این صورت آن را قرارداد "عمل در برابر پول"^۳ نامیده‌اند. در این نوع پوشش صندوق متعهد می‌گردد که در صورت عدم بازپرداخت اعتبار توسط خریدار به فروشنده به دلایل تجاری و یا سیاسی، جبران خسارت نماید (سالچی، ۲۰۱۴، ۵۱).

ممکن است فروشنده در راستای تأمین مالی فروش کالا و خدمات خویش، از بانک وام بگیرد در چنین حالتی، فروشنده (صادرکننده) قرض‌گیرنده از بانک تلقی می‌گردد و در راستای ارائه وثیقه برای چنین قرضی ممکن است، بانک را به عنوان ذینفع قرارداد بیمه تعرفه نماید (سانگ من، ۲۰۱۰، ۱۳۳). چنین انتقالی بانک را به اعطای وام به فروشنده ترغیب می‌نماید. همچنین ممکن است در راستای تأمین مالی، اقدام به فورفایتنینگ نماید (همان، ۱۳۱).

همچنین این امکان وجود دارد که قرارداد پوشش تأمین‌کننده، با دخالت یک یا چند بانک باشد به این صورت که فروشنده طلب خویش را به ثالث که عمدتاً بانک است بفروشد که به آن، بازفاینانس نیز می‌گویند. در چنین حالتی نیز ممکن است بانک از صادرکننده بخواهد که اسناد مربوط به بیمه به وی واگذار شود و وی ذینفع اسناد یاد شده تلقی گردد. به این طریق حق مطالبه خسارت در صورت وقوع قصور به بانک منتقل می‌گردد البته پس

¹ Supplier Credit Cover

² Sang man

³ Performance for money transaction

از انتقال، تعهدات تأمین‌کننده در برابر بیمه‌گر نظیر تعهد به پرداخت حق بیمه و تعهد به افشای اطلاعات به جای خویش باقی است (سالچی، ۲۰۱۴، ۵۴).

در بسیاری از موارد بانک‌ها از خریداری طلب‌هایی که فاقد پوشش بیمه‌ای هستند، خودداری می‌نمایند. در پوشش تأمین‌کننده چنانچه بانک نیز دخیل باشد؛ خریدار خارجی در واقع طرف دو قرارداد است، قرارداد خرید خارجی و قرارداد وام در برابر بانک. در عمل حسب قرارداد تعریف می‌شود که خریدار خارج به بانک اعلام نماید که فروشنده کالا را تحویل داده است و یا خدمات را به صورت کامل ارائه نموده است و در برابر بانک مبلغ معامله را به فروشنده پرداخت می‌نماید، بانک محتوی قرارداد بیع را به جهت ارتباط با حقوق وی، به نحو دقیق کنترل می‌نماید. از سوی دیگر از آنجایی که این دو قرارداد به نوعی به هم بسته هستند؛ سعی می‌شود تا دو قرارداد به نحو روشنی از هم تفکیک شوند تا خریدار به بهانه‌های مربوط به قرارداد تجاری، از پرداخت قرارداد وام امتناع ننماید، شرط قراردادی که به منظور تفکیک آنها آمده است *شرط /یزابلا* نام گرفته است^۱ (همان، ۷۹). با درج این شرط، تعهدات، مسئولیت‌ها و حقوق قرارداد وام و قرارداد اصلی از هم تفکیک گردیده و در واقع وام‌گیرنده می‌بایست وام خود به بانک را بپردازد، حتی اگر طرف مقابل قرارداد اصلی از ایفای تعهداتش امتناع نماید (سانگ من، ۲۰۱۰، ۱۴۱).

۴-۲- پوشش‌های اعتبار خریدار^۲

برخلاف اعتبار تأمین‌کننده که در آن خریدار خارجی و صادرکننده درباره تبادل کالاها و خدمات بر مبنای اعتبار، توافق نموده‌اند در اعتبار خریدار، خریدار خارجی پولی از بانک برای پرداخت بهای کالاها و خدمات صادرکننده قرض گرفته است و در واقع قرارداد بین خریدار خارجی و بانک منعقد می‌گردد (ملکوم، ۱۹۹۹، ۷۳)؛ که آن را قرارداد پول در برابر پول^۳ می‌نامند. معمولاً چنین قراردادهایی واجد یک شرط سلبی^۴ می‌باشند دایر بر اینکه خریدار بدون اجازه و اطلاع بانک حق وثیقه‌گذاری اموالش را ندارد و در ضمن حداقل ۱۵٪ بها را می‌بایست خود خریدار بپردازد. اعتبار خریدار هم برای صادرکننده و هم برای واردکننده مفید فایده است؛ چه‌اینکه صادرکننده به محض ایفای تعهدات خویش، بهای قراردادی آن را دریافت می‌نماید و واردکننده نیز از رهگذر این واردات به وامی دسترسی پیدا می‌کند که چه بسا در کشور خویش با چنین نرخ‌ی به آن دسترسی ندارد (دونلی، ۲۰۱۰، ۱۳۶).

بانک‌ها به منظور پوشش چنین قراردادهای وامی که جهت خریداری کالای صادراتی ایرانی اعطا شده است؛ می‌توانند اقدام به خریداری بیمه نمایند. صندوق ضمانت صادرات هم در پوشش‌های کوتاه و هم در پوشش‌های بلند و میان‌مدت خویش، چنین بیمه‌هایی ارائه می‌نماید که فهرست آنها در بندهای فوق اشاره شد. در کشور ما بانک توسعه صادرات و صندوق ضمانت صادرات در کنار هم به تقویت فعالیت‌های صادراتی مشغولند، بانک

¹ Isabella Clause

² Buyers Credit Cover

³ Money to Money Transaction

⁴ Negative Pledge

⁵ Donnelly

توسعه صادرات سرمایه مورد نیاز در این خصوص را تأمین می‌نماید و صندوق ضمانت صادرات پوشش بیمه‌ای جهت ریسک صادرات ارائه می‌نماید (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۲، ۱۸).
با این شرح علاوه بر پوششی که در دستور العمل‌های صدور بیمه نامه‌های میان و بلندمدت و نیز کوتاه‌مدت ذیل عنوان ضمانت‌نامه اعتبار خریدار (بند ۳ ماده ۱ دستورالعمل کوتاه‌مدت و بند ۱ ماده ۱ دستورالعمل بلندمدت آمده است و نیز بیمه‌نامه پوشش ضمانت‌نامه‌های بانکی بازپرداخت (بند ۴ ماده ۱ دستورالعمل میان‌مدت) و بیمه‌نامه تضمین مطالبات بانک بابت اعتبارات اسناد دیداری و بیمه‌نامه پوشش خرید دین اسناد صادراتی (بند ۵ و ۶ ماده ۱ دستورالعمل کوتاه‌مدت) نیز ماهیتاً پوشش اعتبار خریدار به شمار می‌روند.

۵- شیوه تأثیر پوشش‌های اعتباری صندوق بر توسعه فعالیت بین‌المللی شرکت‌ها

قدم گذاردن فراتر از مرزهای کشور، مستلزم داشتن اطلاعات مکفی از قوانین و مقررات کشور مقصد و همچنین شرایط مالی و ملائت خریدار می‌باشد. ضمن اینکه با توجه به رویکرد کنونی تجارت در عرصه بین‌المللی دائر بر عدم پرداخت نقدی بهای کالاها و خدمات، ریسک اعتباری عظیمی متوجه شرکت‌های تجاری خواهد بود. با این تعبیر از سویی شرکت‌ها برای عرضه محصولات خویش و جا نماندن از رقابت بین‌المللی، ناگزیر از اعطای اعتبار به خریداران خویش می‌گردند و از سوی دیگر، این به معنای مواجهه آنها با ریسک عدم پرداخت اعتبار مزبور خواهد بود. خطری که با اختلال در چرخه نقدینگی، با توجه به سرمایه محدود شرکت‌های کوچک و متوسط می‌تواند به قیمت حیات آنها تمام گردد. علاوه بر لزوم مدیریت این ریسک، تأمین مالی شرکت‌ها نیز از اهمیت دو چندان برخوردار می‌گردد. نظر به ضرورت‌های سه‌گانه حاضر، صندوق ضمانت صادرات با سازگار نهادی خویش شامل مشاوره، تأمین اطلاعات، آموزش، خدمات مالی و جبران خسارت (شهبازی غیائی، ۱۳۹۱، ۱۰۷)، نقش مهمی در برداشتن این موانع از مسیر فعالیت بین‌المللی شرکت‌های ایرانی دارد. لازم به توضیح است که علاوه بر صندوق ضمانت صادرات، شرکت‌های بیمه ایرانی نیز حسب مقررات قادر به صدور بیمه‌های اعتبار صادرات می‌باشند. در این خصوص آیین نامه موسوم به آیین‌نامه شماره ۳۴ در خصوص "شرایط عمومی بیمه‌نامه اعتبار صادرات کالا و حداقل نرخ بیمه آن"، به تصویب شورای عالی بیمه رسیده است؛ لکن در عمل با توجه به بالا بودن ارقام در بیمه‌های صادرات، ریسک بسیار بالای آن برای شرکت‌های بیمه، فقدان تجربه و ارتباطات بین‌المللی کافی، عملاً آیین‌نامه مزبور راکد مانده است. کما اینکه در بسیاری از کشورهای جهان، سازمان‌های توسعه صادرات عمدتاً دولتی بوده و یا با هزینه دولت اقدام به صدور بیمه‌نامه می‌نمایند.

۵-۱- ارائه اطلاعات

جمع‌آوری اطلاعات را باید اولین گام فعالیت در عرصه بین‌المللی دانست (نادری و واعظی، ۱۴۰۰، ۳۸). اعطای اعتبار -چه اعتبار توسط بانک به خریدار اعطا گردد و چه توسط فروشنده- واجد ریسکی در خصوص ملائت خریدار، تمایل و امکان پرداخت وی و همچنین فراهم بودن شرایط پرداخت از حیث ریسک سیاسی می‌باشد. میزان توفیق واگذارنده اعتبار در اخذ مبلغ پرداختی، بستگی به کفایت اطلاعات وی در خصوص خریدار و وضعیت اعتباری وی دارد. اطلاعات یکی از منابع ناملموس کلیدی شرکت‌هاست که بیشترین تأثیر را در بین‌المللی شدن

آنها دارد (یوسفی و قاضی‌زاده، ۱۳۹۸، ۱۶۸). یکی از مشکلات اساسی شرکت‌ها عدم دسترسی به اطلاعات بازار و عدم وجود ابزار مناسب جهت کسب و تحلیل اطلاعات بوده و از این روی دولت‌ها در برنامه‌های تشویق صادرات، ارائه اطلاعات را در صدر خدمات خویش دارند (سرمد سعیدی و دیگران، ۱۳۹۴، ۷). پوشش‌های بیمه اعتبار، علاوه بر پرداخت خسارت در صورت وقوع ریسک، امکان استفاده از مجموعه‌ای از اطلاعات، مبتنی بر تجربه تعداد زیادی از فروشندگان که در خود شرکت بیمه و یا آژانس‌های اعتباری مرتبط با آن وجود دارد برای بیمه شده فراهم می‌آورد (ریسترا، ۲۰۰۳، ۲۰).^۱ این منابع اطلاعاتی شرکت‌ها را در شناسایی و ارزیابی مشتریان بالقوه و بالفعل خود یاری خواهد کرد و یک سیستم اخطار پیش‌رس برای مدیریت ریسک آنها به شمار می‌رود. با این شرح و نظر به اینکه به اشتراک‌گذاری اطلاعات به عنوان یک دارایی اساسی در فرآیند بین‌المللی شدن تلقی می‌گردد (یوسفی و قاضی‌زاده، ۱۳۹۸، ۱۵۷)، صندوق ضمانت صادرات در این خصوص، از طریق بومی‌سازی گروه‌بندی ریسک کشوری سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی، وضعیت اقتصادی کشورها و بازارهای هدف را به صورت دوره‌ای بررسی و برای کشورها سقف اعتباری تعیین می‌نماید، بانک‌ها و خریداران معتبر و مورد قبول کشورها را از طریق سیستم‌هایی نظیر CAMEL ارزیابی و برای هر کشور، سیاست پوششی تعیین و در این راستا گزارش‌هایی با عنوان گزارش ریسک کشوری تهیه می‌کند که همواره به روز می‌گردد. در این گزارش‌ها رتبه‌بندی‌های انجام شده توسط مؤسسات سنجش اعتبار مهم، وضعیت پرداخت کشورها، گروه‌بندی‌های بانک جهانی و سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی نیز لحاظ می‌گردد.^۲ همچنین ترجمه بسیاری از گزارشات ارائه‌شده توسط منابع معتبر جهانی و نیز قوانین و مقررات حاکم بر ورشکستگی و وصول مطالبات در کشورهای مختلف جهان^۳، در سایت صندوق قابل دسترسی است.^۴ عرضه اطلاعات بازارهای هدف که معمولاً نیز به صورت رایگان صورت می‌گیرد یکی از اقدامات معمول سازمان‌های توسعه صادرات در کشورهای مختلف منجمله صندوق ضمانت صادرات ایران می‌باشد (ویلیامسون و دیگران، ۲۰۱۱، ۱۵۷).^۵

با این شرح ملاحظه می‌گردد که، از آنجایی که فقدان اطلاعات یکی از موانع شرکت‌ها برای فعالیت در عرصه بین‌المللی به شمار می‌رود (امین بیدختی و زرگر، ۱۳۹۰، ۳۷)، پوشش اطلاعاتی صندوق می‌تواند تا حدودی این عدم تقارن اطلاعات را برای شرکت‌های صادرکننده ایرانی جبران نموده و به این طریق به افزایش صادرات کمک نماید (راسخی و دیگران، ۱۳۹۶، ۴۶)؛ چه اینکه اطلاعات ارائه شده توسط صندوق، شرکت‌ها را در درک محیط سیاسی، قانونی، فرهنگی بازار هدف، یاری می‌رساند (صنوبر و دیگران، ۱۳۹۸، ۶۵).

۵-۲- تسهیل تأمین مالی

پوشش‌های اعتباری صندوق چه به صورت اعتبار تأمین‌کننده و چه به صورت اعتبار خریدار، فرآیند تأمین مالی را تسهیل می‌کند. در پوشش اعتبار خریدار بانک‌ها، تضمینی جهت اعطای اعتبار به خریدار خارجی جهت پرداخت

^۱ Reistra

^۲ برای دریافت آخرین گزارش ریسک کشوری رجوع شود به آدرس: <https://egfi.ir/page-newmain/fa/0/form/pld52>

^۳ <https://egfi.ir/page-newmain/fa/0/form/pld387>

^۴ <https://egfi.ir/page-newmain/fa/0/descList-link/50-G16>

^۵ Williamson et al

وام کسب می‌نمایند و صادرکننده ایرانی از این رهگذر می‌تواند کالاها و خدمات خویش را به مشتریان خارجی فروخته و صادر نماید. در پوشش اعتبار تأمین‌کننده، فروشنده با اعطای اعتبار به خریدار خارجی کالا و خدمات می‌فروشد. با این شرح اعتبار تجاری در واقع تأمین مالی است که از سوی تأمین‌کننده برای تسهیل کردن معامله کالا و خدمات ارائه می‌شود. با این شرح در عمل، شرکت فروشنده به عنوان یک واسط مالی^۱ ایفای نقش می‌نماید تا منابع مالی را برای خریدار فراهم آورند تا بدین منظور محصول خود را به فروش برساند. در میان مزایای متعددی که اعتبار دارد، فراهم آوردن انعطاف مالی سرآمد است (دنیلسون و اسکات، ۲۰۰۴، ۵۸۶)،^۲ و به مشتریان کمک می‌نماید تا کالای فروشنده را خریداری و به این طریق فروشنده، گوی رقابت از دیگر عرضه‌کنندگان برآید. اما انجام این مهم منوط به تأمین مالی شرکت‌های عرضه‌کننده کالا و خدمات است به این منظور که بتوانند در عرصه رقابت‌های بین‌المللی شرایط فروش اعتباری را فراهم می‌آورد (گرشاسی و رهنمون پیروج، ۱۳۹۹، ۱۷۴). بانک‌ها و مؤسسات مالی اولین و مهم‌ترین مرجع در این خصوص هستند که البته در خصوص شرکت‌های کوچک و متوسط معمولاً تبعیضات ناشی از اندازه و مالکیت آنها را با مشکلاتی جهت تأمین مالی و دریافت وام روبه‌رو خواهد نمود و از این رو، تأمین مالی را چالش‌برانگیزترین مسئله پیش روی این دسته از شرکت‌ها و حیاتی‌ترین آنها دانسته‌اند (آقایی و همکاران، ۱۳۹۳، ۲۰۵). به این شرح که شرکت‌های بزرگ و صنایع دولتی از آنجایی که به منابع مالی و همچنین اطلاعات وسیع‌تر و ارزان قیمت‌تری دسترسی دارند، در رویارویی با مشکلات از تاب مقاومت بالاتری برخوردارند. لکن صنایع کوچک‌تر به دلیل عدم تمتع از این مزایا شکننده‌تر بوده و لازم است مورد حمایت بیشتری قرار گیرند (ابراهیمی و دیگران، ۱۳۹۳، ۱۴۸). علی‌حال، نرخ شکست در این شرکت‌ها به دلیل پایه مالی ضعیف و فقدان وثایق لازم برای تأمین مالی خارجی بالاتر است (آقایی و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۷۷). آنها بیشتر به تأمین مالی از جانب بانک‌ها وابسته‌اند (ایگاری و دیگران، ۲۰۰۵، ۳). یکی از دلایل اکراه بانک‌ها برای وام دادن به شرکت‌های کوچک و متوسط این است که رصد این شرکت‌ها برای بانک‌ها دشوار است (رو و دیگران، ۲۰۰۹، ۷).^۴ بانک‌ها که تأمین‌کننده منابع مالی برای این شرکت‌ها هستند با بدبینی بیشتری به دریافتنی‌ها می‌نگرند. پوشش اعتباری صندوق ضمانت، با بیمه نمودن بازپرداخت اعتبار اعطا شده توسط فروشنده به مشتری، به نحو غیر مستقیم ملاتفت فروشنده به عنوان وام‌گیرنده را در بازپرداخت وام تا حدود زیادی تضمین و سرمایه در گردش شرکت را که به مثابه را به جریان خون در آن است، تثبیت می‌نماید (نوری و همکاران، ۱۳۹۵، ۲). مضاف بر اینکه صرف داشتن پوشش بیمه‌ای صندوق با توجه به الزامات صندوق، به منزله رعایت حداقل‌هایی در کسب اطلاع از وضعیت اعتباری مشتریان و کشورهای مقصد آنها و سایر شرایط انعقاد قرارداد با آنهاست که برای بانک‌ها دلگرم‌کننده است.

به این ترتیب پوشش مزبور می‌تواند یک گام فراتر از شیوه دیرین حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط بردارد که همانا تأمین مالی و اعطای وام توسط دولتها به این دسته از شرکت‌ها بوده است (ابراهیمی و سلیمانی، ۱۳۹۵، ۱۳۶).

¹ Financial intermediaries

² Danielson and Scott

³ Ayyagari et al

⁴ Ruis et al

۵-۳- کاهش ریسک

در دنیای تجارت کنونی رقابت نه تنها بر قیمت، بلکه بر پایه اعتبار رخ می‌دهد. در بازار کنونی شرکت‌ها با فراهم آوردن اعتبار برای مشتریان خویش، در برابر رقبا قادر به فروش بهتر کالاها و خدماتشان می‌گردند. (مشاوران مالی بین‌المللی، ۲۰۱۲، ۱۶).

با بیمه اعتبار فروشنده می‌تواند با این اطمینان که حتی در صورت بدحسابی خریدار، حداقل بین ۷۰ تا ۹۰ درصد مبلغ کالا یا خدمات فروخته شده به وی باز خواهد گشت؛ به منظور پیشی گرفتن بر رقبای محصولات خود را با شرایط اعتباری عرضه نماید. در واقع اینگونه آنها مشتریانشان را ترغیب می‌نمایند به جای اینکه به دنبال تهیه اعتبار اسنادی برای خرید کالاها باشند از خط اعتباری آنها استفاده نموده و کالاها و خدماتشان را دریافت نمایند (ریسترا، ۲۰۰۳، ۱۰).^۲ کماینکه چندی پیش، بنابر اعلام مدیر عامل وقت صندوق ضمانت صادرات، با توجه به مشکلات موجود بر سر راه صدور اعتبارات اسنادی به دلیل تحریم‌ها، بیمه نامه‌های صندوق ضمانت صادرات می‌تواند جایگزین اعتبارات اسنادی گردد.^۳ از بیمه اعتبار صادرات به عنوان ابزاری برای جایگزین کردن سوئیت نام برده‌اند.^۴ در این راستا فعالیت صندوق در مراودات تجاری با اقلیم کردستان عراق شایان توجه است.^۵ سند راهبرد ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور مصوب ۱۳۸۹، ۱۲، ۱۰، راهبرد مدیریت اطلاعات تجارت خارجی، تقویت بانکهای اطلاعاتی و هدایت سرمایه‌های داخلی به فعالیتهای صادراتی را در زمره اولویتهای اساسی دولت ذکر نموده است.

نتیجه‌گیری

عدم قطعیت در بازارها منجر به این امر می‌شود که فعالان اقتصادی به منظور کاستن از ریسک پیش‌رو به ارتباطات شناخته شده اکتفا نمایند (یوسفی و قاضی‌زاده، ۱۳۹۸، ۱۵۵)؛ و این امر به معنای خودداری از تجارت فرای مرزها خواهد بود که هر دو مفهوم جهانی‌شدن و بین‌المللی شدن به آن بر می‌گردد (باسی و دورکن، ۲۰۱۷، ۶۹). حال آنکه صادرات، امکان رشد و توسعه برای شرکت صادرکننده و مآلاً برای کشور ایجاد می‌نماید (کشتی و کهندل، ۱۳۹۷، ۱۸۳)؛ و از این روی حائز اهمیت فراوان است. بیمه اعتبار صادراتی به عنوان یکی از طرق مدیریت ریسک‌های پیش روی صادرات، هم در کشورهای توسعه یافته و هم در کشورهای در حال توسعه اثر مثبت و معناداری بر افزایش صادرات دارد (راسخی و دیگران، ۱۳۹۶، ۴۷).

در کشورمان، صندوق ضمانت صادرات، اولین و مهمترین نهادی است که به ارائه پوشش صادرات می‌پردازد (مرکز پژوهش‌های مجلس؛ ۱۳۹۲، ۲۵). این نهاد، با پوشش‌های اعتباری خویش، سازوکار نهادی را فراهم می‌آورد که شامل مشاوره، تأمین اطلاعات، آموزش، خدمات مالی و غیره است (شهبازی غیائی، ۱۳۹۱، ۱۰۷).

¹ International Financial Consulting

² Riestra

³

<https://www.tasnimnews.com/fa/news/1397/12/2>

0

⁴ کد خبر / <https://www.mehrnews.com/news/>

۵۰۹۹۹۰۸ مورخ ۲۵ دی ۱۴۰۰

⁵ مورخ ۶ مهر ۱۳۹۸ <https://otaghironline.ir/news/>

کد خبر ۳۳۴۳۹

در برنامه ششم توسعه برای سالهای ۱۳۹۶-۱۴۰۰ مشوق‌های صادراتی در نظر گرفته شده است که تشویق صادرات و ارائه حمایت از طریق صندوق ضمانت صادرات از اهم آنها بوده است (صنوبر و دیگران، ۱۳۹۸، ۶۷). لازم به توضیح است، برنامه‌های توسعه صادرات همراه در پی حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط بوده‌اند (ابراهیمی و دیگران، ۱۳۹۳، ۱۴۳). چه‌اینکه شرکت‌های کوچک و متوسط هنگام ورود به بازارهای بزرگتر با احتمال بیشتری با شکست مواجه خواهند گردید (ایگون و موراتاویک، ۲۰۱۳).^۱ از سویی شرکت‌های بیمه، ارائه بیمه اعتبار برای شرکت‌های کوچک، با سرمایه کم، ریسک‌پذیری بالا و مشتریان معمولاً کوچک و کم‌بینه را برای خویش در حکم مهلکه‌ای دانسته و به هر طریق از آن سر باز می‌زنند؛ گاه با کاستن از حد اعتبار و گاه با بالا بردن تعرفه‌های حق بیمه و گاه با گنجانیدن شروط یک طرفه در قرارداد که خود از تقاضای بیمه می‌کاهد. دخالت دولت‌ها می‌تواند بیمه‌های اعتبار را هم برای عرضه‌کنندگان و هم برای متقاضیان جذاب‌تر و در دسترس‌تر نماید. کم‌اینکه درخصوص بیمه‌های اعتبار صادراتی در اکثر کشورهای جهان بیمه‌ها یا توسط دولت و یا توسط شرکت‌های خصوصی و با هزینه یا مشارکت دولت صورت می‌گیرد. همچنین لازم به توضیح است اگرچه رویکرد اتحادیه اروپا نسبت به این موضوع، منع دولت‌ها از دخالت در عرصه بیمه‌های اعتبار قابل بازاریابی و کوتاه‌مدت است و در تریبالات^۲ این اتحادیه دولت‌ها به صورت کلی از دخالت در بیمه اعتبار کوتاه‌مدت منع شده‌اند، لکن در خصوص شرکت‌های کوچک و متوسط مجاز به این امر دانسته شده‌اند (مشاوران مالی بین‌المللی، ۲۰۱۲، ۲۵). درواقع با این تعبیر بیمه کوتاه‌مدت برای شرکت‌های کوچک و متوسط قابل بازاریابی^۳ شناخته نشده است. لذا با توجه به مشکل کمبود عرضه بیمه‌های اعتبار برای شرکت‌های کوچک و متوسط، با توجه به ضرورت و اهمیت این شرکت‌ها، لاجرم یاری دولت‌ها مجاز دانسته شده است.

صندوق ضمانت صادرات با ابزارهای خویش می‌تواند فعالیت اقتصادی شرکت‌های کوچک‌تر که دارای توان اقتصادی پایین‌تر و شرایط تأمین مالی سخت‌تر هستند را تسهیل نماید (مومنی و شریفی، ۱۳۹۷، ۳۵). پوشش بیمه اعتباری صندوق نه تنها شرکت‌ها را مدیریت ریسک یاری خواهد نمود بلکه منجر به بسترسازی برای صادرات و استفاده از پتانسیل‌های صادراتی خواهد گردید (عباسچیان و زیرک، ۱۳۹۱، ۴۸).

در سالهای ۲۰۱۳-۲۰۱۴ صادرات نفتی، ۷۰٪ صادرات ایران را تشکیل می‌داده است در سال ۲۰۱۵-۲۰۱۶ به دلیل تحریم‌های نفتی سهم نفت و گاز از صادرات ایران تقلیل یافته و به ۵۰٪ رسید (قدسی، ۲۰۱۸، ۴۰).^۴ باتوجه به تداوم تحریم‌ها و لزوم گسترش صادرات غیر نفتی، اهمیت بیمه‌های صادراتی صندوق ضمانت صادرات بیش‌ازپیش نمایان می‌گردد (راسخی و دیگران، ۱۳۹۶، ۴۳). وانگهی حتی در صورت رفع تحریم‌ها نیز باتوجه به رویکردهای جهانی در عبور از سوخت‌های فسیلی، بزرگ‌ترین چالش ایران و کشورهای صادرکننده نفت و گاز فراهم آوردن برنامه برای جایگزینی صادرات است (گروه بانک جهانی منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، ۲۰۲۱، ۲۱)^۵.

¹ Ilgün and Muratovic

² OJ C 281, 17.9.1997, p. 4.

³ Non-Marketable

⁴ Ghodsi

⁵ World Bank Group, Middle East and North Africa Region

منابع

- آذربایجانی، کریم؛ سرخوش سرا، علی؛ اسماعیل پور، ناسور (۱۳۹۴)، تحلیل تأثیر یارانه بیمه صادراتی بر صادرات غیرنفتی، پژوهش‌های اقتصادی، ۱۵ (۱)، ۱۲۳-۱۴۰.
- آقایی، محمد علی، احمدیان، وحید، جهاز آتشی، اکبر (۱۳۹۳)، عوامل مؤثر بر ساختار سرمایه در شرکت‌ها کوچک و متوسط ایرانی، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۲۲، ۱۷۵-۲۱۲.
- ابراهیمی، اسماعیل، رهنما، افشین، توانا زاده، سمیه (۱۳۹۳)، ارزیابی تأثیر عوامل مؤثر بر توسعه صادرات در کشورهای کوچک و متوسط، مطالعات کمی در مدیریت، ۱۸، ۱۴۱-۱۶۲.
- ابراهیمی، فرید، سلیمانی، غلامرضا (۱۳۹۵)، برنامه‌ها و اقدامات کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به منظور توسعه بازار بنگاههای خرد، کوچک و متوسط، مطالعات مدیریت و کارآفرینی، دوره دوم، ۳، ۱۳۳-۱۴۰.
- احمدیان، بهروز، کسری؛ پناهی، حسین؛ اسد زاده، احمد (۱۳۹۶)، اثر تجارت با چین بر رشد اقتصادی ایران، راهبرد توسعه، ۱۳ (۹)، ۱۵۰-۱۷۵.
- اسماعیلپور، رضا؛ سلیمانی، رضا؛ اکبری، محسن؛ ابراهیم پور، مصطفی (۱۳۹۹)، طراحی الگوی راهبردی بین‌المللی سازی شرکت‌های دانش بنیان ایرانی، مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی، ۳ (۱)، ۸۳-۱۰۸.
- امین بیدختی، علی اکبر، زرگر، سید مجتبی (۱۳۹۰)، آسیب‌شناسی بنگاه‌های کوچک و متوسط و بیان راهبردهای عملی برای حمایت از آنها، فرآیند مدیریت و توسعه، ۷۸، ۱۲۵-۱۵۶.
- پژوهشکده پولی و بانکی (۱۳۹۰)، مرابحه، خرید دین و استصناع، قابل دسترسی در <https://www.mbri.ac.ir/userfiles/file/confs/conf%20abade%20fegghi/vizheh.nameh.pdf>
- راستی، سعید؛ تهرانچیان، امیر منصور؛ عالمیان، رزا (۱۳۹۶)، اثر بیمه صادراتی بر صادرات کشورهای منتخب، پژوهشنامه بیمه، ۱۲۶، ۴۱-۶۰.
- رضائی، محمد؛ رجب زاده قطری، علی؛ آذر، عادل؛ خدیور، آمنه (۱۳۹۸)، بین‌المللی‌شدن صنایع کوچک و متوسط: ابعاد و استراتژیهای جامع، مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی، ۲ (۱)، ۱۷۷-۱۹۷.
- سرمد سعیدی، سهیل؛ قاسمی، بهروز؛ وجدی، خدیجه؛ نجفی مجد، صمد (۱۳۹۴)، تأثیر برنامه‌های تشویق صادرات بر عملکرد صادراتی شرکت‌های صادرکننده خدمات فنی و مهندسی، بررسی‌های بازرگانی، ۷۲، ۱-۱۴.
- شهبازی غیاثی، موسی (۱۳۹۱)، توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط در ایران؛ راهکارهای و پیشنهادات سیاستی، راهبرد توسعه، ۳۰، ۹۱-۱۱۱.
- صادقی‌مقدم، محسن؛ اشراقی‌آرانی، مجتبی (۱۳۹۵)، تأمین مالی هواییما از طریق اعتبار صادرات، پژوهش حقوق خصوصی، ۱۴، ۱۳۵-۱۵۵.
- صحت، سعید، زندی، پژمان، (۱۳۸۹)، مدیریت ریسک و بیمه اعتبار تجاری، تهران: دانشکده علوم اقتصادی.

تأملی بر پوشش‌های اعتباری صندوق ضمانت صادرات ایران و چگونگی تأثیر آن در ... ————— ۱۳۷

صنوبر، ناصر، حسینی، سیدصمد؛ بهزادنیاء، پویا (۱۳۹۸)، تأثیر برنامه‌های تشویقی صادرات بر عملکرد صادراتی: نقش جذابیت‌های بازارهای خارجی و قابلیت‌های صادراتی، **مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی**، ۲(۳)، ۶۳-۸۵.

عالی، صمد؛ تورچیان، علیرضا (۱۳۹۷)، بررسی مهارت‌های صادراتی شرکت‌ها در فرآیند بین‌المللی‌شدن، **مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی**، ۱(۳)، ۵۹-۷۸.

عباسچیان، ابوالفضل؛ زیرک، معصومه (۱۳۹۱)، چشم انداز صادرات غیر نفتی در برنامه پنجم توسعه، **مجله اقتصادی**، ۷ و ۸، ۴۷-۶۶.

فاریابی، محمد؛ رحیمی اقدم، صمد؛ ابراهیمی، وحیده؛ کاظمی، سولماز (۱۴۰۰)، بررسی تأثیر عوامل سازمانی، استراتژیک و محیطی بر عملکرد صادراتی؛ تحلیل نقش میانجی صادرات نوآورانه در میان شرکت‌های صادراتی، **مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی**، ۴(۲)، ۶۳-۸۶.

کشتی، داود؛ کهندل، محمد (۱۳۹۷)، تأثیر محرک‌های بخش بندی صادراتی بر عملکرد صادراتی شرکت‌های صادرکننده خشکبار مستقر در تهران، **راهبرد توسعه**، ۱۴(۵۴)، ۱۸۲-۱۹۹.

گرشاسبی، علیرضا؛ رهنمون پیروج، طیبه (۱۳۹۹)، ارائه راهکارهای سیاستی توسعه تأمین مالی صادرات ایران و اولیت بندی آنها، **مطالعات اقتصادی کاربردی ایران**، ۹(۳۳)، ۱۷۳-۱۹۷.

مردانی نجف آبادی، مصطفی؛ کلبعلی، الهام (۱۳۹۸)، بررسی شاخص‌های مزیت نسبی در راستای توسعه صادرات محصولات کشاورزی استان اصفهان، **راهبرد توسعه**، ۱۵(۳)، ۷۸-۱۰۳.

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۲)، بررسی عملکرد صندوق ضمانت صادرات، گزارش شماره ۱۳۱۱۸ <https://rc.majlis.ir/fa/report/download/852313>.

مورتمنی، علیرضا؛ شریفی، حسن (۱۳۹۷)، **صندوق‌های ضمانت و بیمه سرمایه‌گذاری**، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.

نادری، کرملی؛ واعظی، سیدکمال (۱۴۰۰)، رویکرد بازاریگرایی در صادرات خدمات فنی و مهندسی نفت و گاز در ایران، **مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی**، ۱۳(۵۱)، ۳۵-۵۲.

نساری، الناز (۱۴۰۰)، نقش نهاد بیمه‌کننده سرمایه‌گذاری خارجی در نیل به سرمایه‌گذاری پایدار با تأکید بر عملکرد میگا، **پژوهش حقوق عمومی**، ۲۲(۷۰)، ۴۴-۶۹.

نوروزی، حسین؛ درویش، فاطمه؛ نصری، رضا (۱۳۹۸)، تأثیر قابلیت‌های بازاریابی در حوزه صادرات و نوآوری بر ابعاد عملکرد صادرات با تعدیلگری رقابت ناکارآمد، **مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی**، ۲(۴)، ۹۷-۱۱۹.

نوری، روح‌الله، فتحی، سعید، یگانه، لیلا (۱۳۹۵)، شناسایی علل مشکلات تأمین سرمایه در گردش در شرکت‌های کوچک و متوسط کشور، **مدیریت دارایی و تأمین مالی**، ۴(۳)، ۱-۱۶.

نوری، مینا (۱۳۹۹)، مطالعه تطبیقی بیمه‌های اعتباری و ضمانت‌نامه‌های بانکی از منظر حقوق تجارت بین‌الملل. **فقه، حقوق و علوم جزا**، ۱۵، ۸۱-۹۸.

یوسفی، محمد؛ قاضی زاده، مصطفی، (۱۳۹۸)، تأثیر شبکه‌های تجاری و اجتماعی بر بین‌المللی‌سازی شرکت‌ها، مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی، ۲ (۱)، ۱۴۹-۱۷۶.

Ayyagari, Meghana Beck, Thorsten, Demirguc-Kunt, Asli (2007), "Small and Medium Enterprises Across the Globe", *Small Business Economics* · February, DOI: 10.1007/s11187-006-9002-5 · Source: RePEc, 1-36

Başçı, Sıdika; Durucan, Ayşegül(2017)A Review of Small and Medium Sized Enterprises(SMEs) in Turkey, *Yildiz Social Science Review*, Volume 3, Issue 1, 59 - 80

Berlingieri, Giuseppe & Pisch, Frank (2022). Managing export complexity: the role of service outsourcing, *The London School of Economics and Political Science*, Discussion Paper No.1843, ISSN 2042-2695

Chvalkovska, J. G. ,Mejstrik, M. & Urban, M., (2014) "The Discriminate Analysis and Relevant Model for Mapping Export Potential", *international Journal of Social, Education, Economics and Management Engineering* Vol: 8 No:10, 2014, pp 1362-1366

Danielson, Morris, G.& Scott, Jonathan A(2004) Bank Loan Availability and Trade Credit Demand, *The Financial Review*, Volume39, Issue4, pp. 579-600

Farzanegan, M.R.; Fischer, S., (2021) Lifting of International Sanctions and the Shadow Economy in Iran—A View from Outer Space. *Remote Sensing*. 2021, 13, 4620. <https://doi.org/10.3390/rs13224620> available at:

https://mdpires.com/d_attachment/remotesensing/remotesensing-13-04620/article_deploy/remotesensing-13-04620.pdf?version=1637128076

Freixanet, Joan. (2012). Export Promotion Programmes: Their Impact on Companies' Internationalization Performance and Competitiveness. *International Business Review*. 21: 1065–86

Ghodsi, Mahdi & Astrov, Vasily & Grieveson, Richard & Stehrer, Robert. (2018). The Iranian Economy: Challenges and Opportunities, *The Vienna Institute for International Economic Studies*, research report No

Griffith, David A. Czinkota, Michael □ (2012), Release the constraints: Solving the problems of export ifnancing in troublesome times □*Business Horizons*, Volume 55, Issue 3, Pages 251-269

Gainturce, Delio, E. (2001) "export credit agencies: the unsung giants of international trade and finance", Westport, Conn.: Quorum Books.

Igün, E. and Muratovic, A. (2013). Export capabilities from small and medium enterprises in turkey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3 (8), 473

- International Credit Insurance & Surety Association. (2015). *A Guide to Trade Credit Insurance*. UK: Anthem Press
- Jus, Miran (2013). *Credit Insurance*, Oxford: Elsevier.
- Malcom, Stephens, (1999), The changing role of export credit agencies, Washington, D.C.: *International Monetary Fund*.
- Mota, Jorge, António Moreira, and Alexandra Alves. (2021). Impact of Export Promotion Programs on Export Performance. *Economies* 9: 127. <https://doi.org/10.3390/economies9030127>.
- Salcic, Zlatko(2014) *Export Credit Insurance And Guarantees*, UK: Palgrave Macmillan
- Sang Man, Kim, (2010), A Comparative Study on a Supplier Credit and a Buyer Credit in International Transactions of Capital Goods, *The International Commerce & Law Review*. Vol. 48 DEC. 2010 pp.127~155.
- Riestra, Amparo San Jose, (2003), “*Credit Insurance in Europe, Impact Measurement and Policy Recommendation*”, CEPS Research Report in Finance and Banking, NO 31, available at: <http://www.ceps.be>, last visited: 25/1/2019.
- Williamson, N., Kshetri, N.B. and Wilkinson, T. (2011) "Recent trends in export promotion in the United States". *Marketing Management Journal*. 21(2), P.P.153-166.
- World Bank Group, Middle East and North Africa Region, (2021), *Iran Economic Monitor, Adapting the new normal: a protracted pandemic and ongoing sanctions*.
- Yescombe, E.R. (2007), *Public Private Partnership: Principles of Policy and Finance*, 1st ed., Elsevier.