Archive of SID.ir

Commercial Surveys Bimonthly

دوماهنامه بررسی‌های بازرگانی

Vol.21, No.121, Oct-Nov 2023, 73-88

سال بیست و یکم، شماره ۱۲۱، مهر و آبان ۱۴۰۲، ۸۸-۷۳

Management of Information Asymmetry in Credit Transactions by the Seller Through Credit Insurance and the way of Managing this Risk by the Insurer

Mansour Amini*, Associate professor, Private Law Department, Law Faculty, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

Diba Jafari, PHd Student, , Private Law Department, Law Faculty, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

Received: 2022-8-21 Accepted: 2022-10-19

Adverse Selection / Commercial Credit Insurance / Information Asymmetry / Moral Hazard / Risk Management

Nowadays, most of the transactions are concluded in credit terms that impose the risk of non-receipt of credit on the seller. The risk may be due to two categories of commercial and political risks such as inability, unwillingness or bankruptcy of the customer. Although the information asymmetry may exists in both categories of these risks; it is more possible to occur in commercial risks as the credit buyer knows more than anyone about his intention to pay the debt when it is due. Also, he is usually the one who is aware of his insolvency and probable bankruptcy and may hide the information from the credit seller. So, to cover these kinds of risks, the commercial companies buy credit insurance. Credit insurance is one of the methods of managing information asymmetry between buyer and seller as a knowledge unequivalence between the two. By providing some tools for the seller, credit insurance can reduce the information asymmetry. In this research, relying on the library method and with a descriptive-analytical approach, an attempt has been made to describe the concepts and explain the subject, especially considering the novelty of commercial credit insurance in the Iranian legal system. The authors believe that credit insurers can have a significant effect on reducing this asymmetry by providing credible sources of information and additionally the possibility of monitoring their buyers. Furthermore due to their expertise they could manage the information asymmetry between themselves and their insured satisfactorily, often by using Contractual arrangement.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

دوماهنامه بررسی‌های بازرگانی
سال بیست و یکم، شماره ۱۲۱، مهر و آبان ۱۴۰۲، ۸۸-۷۳

Commercial Surveys Bimonthly
Vol.21, No.121, Oct-Nov 2023, 73-88

مقاله ترویجی

مدیریت عدم تقارن اطلاعات در معاملات اعتباری توسط فروشنده از طریق بیمه ریسک اعتباری و چگونگی مدیریت این ریسک توسط بیمه‌گر

دریافت: ۱۴۰۱/۵/۳۰ پذیرش: ۱۴۰۱/۷/۲۷

منصور امینی[۱] (نویسنده مسئول) / دیبا جعفری[۲]

چکیده

امروزه، به دلایل عدیده‌ای، بیشتر معاملات به صورت اعتباری منعقد می‌گردند که این‌گونه معاملات، ریسک عدم وصول اعتبارات را به فروشنده تحمیل می‌نمایند. عدم وصول مطالبات ممکن است از دو دسته ریسک‌های تجاری و سیاسی نشأت گرفته باشد. نظیر عدم تمایل خریدار به پرداخت دیون، ورشکستگی وی یا عوامل خارجی و رخدادهای سیاسی نظیر جنگ، منع از خروج ارز و غیره که فروشنده در هنگام انعقاد قرارداد از احتمال وقوع آنها بی‌اطلاع است.

اگرچه تصور عدم تقارن اطلاعات در هر دو دسته این ریسک‌ها ممکن است؛ اما جلوه غالب آن در ریسک‌های تجاری است؛ چه اینکه خریدار اعتباری بیش از هر فردی از قصد خود بر پرداخت در سررسید آگاه است. همچنین معمولاً خود اوست که از وضعیت ملائت و احتمال ورشکستگی خویش مطلع است و ممکن است آن را از فروشنده پنهان نماید. شرکت‌ها به منظور پوشش این ریسک، اقدام به خریداری بیمه اعتبار تجاری می‌نمایند. این بیمه می‌تواند با فراهم‌آوردن ابزارهایی برای فروشنده، از عدم تقارن اطلاعات بکاهد. در این پژوهش با اتکاء بر روش کتابخانه‌ای و با رویکردی توصیفی-تحلیلی، سعی بر شرح مفاهیم و تبیین موضوع علی‌الخصوص با توجه به بداعت بیمه اعتبار تجاری در نظام حقوقی ایران گردیده است. نگارندگان برآنند که بیمه‌گران اعتباری با فراهم آوردن منابع اطلاعاتی معتبر در خصوص خریداران و نیز امکان رصد آنها می‌توانند اثر چشمگیری بر کاستن از عدم تقارن اطلاعات داشته باشند، همچنین آنها به جهت تبحر خود در زمینه مدیریت ریسک و اغلب با بهره‌گیری از تمهیدات قراردادی، عدم تقارن اطلاعاتی میان خویش و بیمه‌گذار را مدیریت می‌نمایند.

طبقه‌بندی JEL: D82, G22, F10

انتخاب معکوس / بیمه اعتبار / عدم تقارن اطلاعات / مخاطره اخلاقی / مدیریت ریسک

۱. دانشیار، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. m_amini@sbu.ac.ir
۲. دانشجوی دکتری، حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. s_jafari@sbu.ac.ir

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

۱. مقدمه: طرح مسأله

امروزه ریسک اعتباری را باید یکی از مهم‌ترین ریسک‌های عرصه تجارت دانست از آنجایی که تقریبا قاطبه معامله‌گران با آن دست به گریبانند(اسپوچلاکوا و دیگران،۲۰۱۵) چه اینکه در شرایط تجارت کنونی،کمتر معامله‌ای است که به صورت نقدی واقع شود و معمولاً فاصله‌ای زمانی، میان تحویل کالا و خدمات و دریافت بهای آن وجود دارد. حسب برآوردهای صورت گرفته، بیش از سه چهارم تمامی معاملات از طریق ابزارهای اعتباری منعقد می‌گردد. (سوکولوسکا، ۲۰۱۷) به این جهت، فروشنده با ریسک عدم دریافت بهای کالا و خدمات، اصطلاحاً ریسک عدم وصول اعتبارات، به دلایل تجاری نظیر خلف وعده خریدار و یا ورشکستگی وی مواجه می‌شود.

فروشنده در هنگام انعقاد قرارداد، از ملائت و نیز قصد خریدار نسبت به پرداخت بهای کالا و یا رخداد شرایط سیاسی خاص، اطلاعات جازمی نداشته و از این حیث در وضعیت عدم تقارن اطلاعاتی قرار دارد. بیمه اعتبار تجاری یکی از طرق مدیریت این ریسک برای شرکت‌های فروشنده کالاها و ارائه کننده خدمات است. به عبارت دیگر، روی آوردن به پوشش بیمه اعتبار به جهت عدم علم فروشندگان به دریافت بهای کالاها و خدمات است.

در واقع شرکت‌های تجاری برای مدیریت این ریسک به بیمه روی آورده و از طریق آن ریسک را به بیمه‌گر انتقال می‌دهند؛ اما از سوی دیگر شرکت‌های بیمه نیز به منظور مدیریت ریسک عدم تقارن اطلاعات تمهیداتی اندیشیده‌اند تا ریسک مزبور را مدیریت نموده و از این باب متضرر نگردند. در واقع، بیمه اعتبار بستری برای انتقال منصفانه ریسک است و هر گونه کتمان اطلاعات، ارائه اطلاعات نادرست و به طور کلی نقض اصل حسن نیت، ضمانت اجرای قانونی و قراردادی در پی خواهد داشت. با این شرح در نوشتار حاضر عدم تقارن اطلاعات و چگونگی مدیریت آن، در دو ساحت مورد بررسی قرار خواهد گرفت؛ ابتدا در ارتباط میان خریدار و فروشنده و سپس در ارتباط قراردادی بین شرکت بیمه و فروشنده به عنوان بیمه گذار.

نکته شایان توجه اینکه در قرن حاضر، عدم تقارن اطلاعات، به دلیل تخصصی شدن روزافزون تجارت (گوگردچیان و دیگران،۱۳۹۲: ۶۵)و نیز رواج مراودات تجاری ورای مرزهای کشورها (سن، ۲۰۱۰)، بیشتر شده است چه اینکه بعد مسافت، زمان،عدم آشنایی طرفین با نظام حقوقی و اقتصادی کشور متبوع خریدار و ... دستیابی به اطلاعات طرف معامله را دشوارتر می‌نماید.(وندرویر، ۲۰۱۰) از سوی دیگر عملاً صادرات و تجارت ورای مرزها، نه تنها لازمه رشد و توسعه اقتصادی، بلکه بعضاً شرط بقا در بازار تجارت کنونی تلقی می‌گردد، از این رو در چنین بازاری بیمه اعتبار واجد اهمیت دو چندان است. وانگهی با عنایت به ارتباط سلسله‌وار کسب و کارها به هم و امکان تسری شکست آنها به دیگر شرکای تجاری و فعالان در زنجیره تجاری، مدیریت ریسک در قالب‌هایی نظیر بیمه اعتبار، بیشتر از آنکه گزینه‌ای اختیاری به منظور گسترش تجارت ورای مرزها باشد؛ یک ضرورت است.

نظر به سابقه نه چندان طولانی صنعت بیمه ایران در زمینه بیمه اعتبار، مقالات محدودی در این خصوص نگاشته شده است ولیکن، موضوع عدم تقارن اطلاعات در بیمه اعتبار، تا کنون مورد بررسی مستقلی واقع نشده است. در این نوشتار به این مهم خواهیم پرداخت که اولاً، ریسک‌های پیش رو در معاملات اعتباری چه ریسک‌هایی می‌باشند و عدم تقارن اطلاعات چه تأثیری بر آنها خواهد داشت. ثانیاً بیمه اعتبار چگونه فروشنده را در مدیریت ریسک اعتباری یاری می‌نماید و ثالثاً بیمه گر اعتباری چگونه ریسک عدم تقارن فیمابین خویش و بیمه گذار را مدیریت می‌نماید؟ این مبنا، سخن را با تبیین مفاهیم عدم تقارن اطلاعات، ریسک‌های معاملات اعتباری اعم از تجاری و سیاسی و بیمه اعتبار تجاری آغاز می‌نماییم. در ادامه چگونگی بهره‌گیری فروشنده از بیمه اعتبار برای

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

کاستن از عدم تقارن اطلاعات سخن خواهیم گفت و در خاتمه به این مهم می‌پردازیم که شرکت‌های بیمه اعتباری چگونه و از چه طرقی عدم تقارن اطلاعات فی مابین خویش و فروشندگان به عنوان بیمه گذار را مدیریت می‌نمایند.

۲. تبیین مفاهیم

۲-۱. عدم تقارن اطلاعات

بررسی نقش اطلاعات در بازار، ریشه در بازاندیشی یکی از فروض نظریه رقابت کامل دارد. (میلر، ۲۰۰۸) شرح آنکه، در بازار آزاد، اطلاعات کافی فعالان مفروض تلقی می‌گردد. بر این مبنا، خریدار بیش از ثمنی که لازم است برای کالا نخواهد پرداخت و تولیدکننده نیز با بهره‌گیری از اطلاعاتش در خصوص جریان قیمت‌ها و هزینه‌ها، قادر به تخمین میزان تولیدِ جوابگوی تقاضا، خواهد بود. فرضی که رفته رفته عدم تطابق آن با واقعیت‌های موجود در بازار، آشکار گردیده و آن را به چالش کشانید.(نصیری اقدم و دیگران،۱۳۹۲:۲۰). بر همین منوال، ابتنای قضایای اقتصاد رفاه نیز بر وجود اطلاعات کامل است.

مفهوم عدم تقارن اطلاعات در معاملات تجاری بر ایده محققان بزرگ اقتصادی، جرج آکرلوف، مایکل اسپنس و جوزف استیگلیتز در دهه ۱۹۷۰ بنا گردید، که جایزه نوبل در علم اقتصاد را نیز برای آنان به ارمغان آورد.(امید اخگر و شانظری، ۱۳۹۴: ۱۳۲) ارزیابی اطلاعات به مثابه یک کالای با ارزش اقتصادی و مباحث " اقتصاد اطلاعات" از ثمرات این نظریه می‌باشد(طباطبایی نژاد و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۳) با این وصف، آنکه از منظر اطلاعاتی غنی‌تری است؛ در برابر فرد فقیرتر از نظر اطلاعاتی از موقعیت برتری برخوردار است(کلارکسون، ۲۰۰۸)

عدم تقارن اطلاعات، به معنای نابرابری دانسته‌های طرفین (جلیلی، ۱۳۸۶: ۲۲) پیرامون موضوع معامله و حواشی آن است (ونکاتش، ۱۹۹۸) .به عبارت دیگر، ناهمسانی توزیع اطلاعات بین استفاده‌کنندگان آن که منجر به برتری اطلاعاتی یکی از طرفین می‌گردد؛ عدم تقارن اطلاعات نام گرفته است(کاسگری و عجم، ۱۳۸۹: ۹). نظیر تفوق اطلاعاتی یک کارگر بر کارفرمای خویش در خصوص میزان واقعی فعالیت و کار انجام شده توسط وی، اشراف اطلاعاتی یک تولید کننده در برابر مصرف کننده پیرامون کیفیت مواد اولیه و نواقص کالا و نیز چیرگی اطلاعات مدیران بر سهامداران در مورد وضعیت شرکت(امید اخگر و شاهنظری، ۱۳۹۴: ۱۳۰)

مجال وقوع عدم تقارن اطلاعات میان طرفین معامله در ریسک‌های تجاری به مراتب بیش از ریسک‌های سیاسی می‌باشد، چه اینکه بیمه‌گذار علی العموم، نقشی در وقوع ریسک‌های سیاسی نداشته و به عبارتی این ریسک، ریسکی برون‌زا است. (سوکولوسکا، ۲۰۱۷) لازم به توضیح است تجار در عرصه تجارت با دو دسته ریسک سیاسی و تجاری مواجه هستند. ریسک‌های تجاری ناظر به عدم وصول اعتبارات اعطایی به دلایلی نظیر ورشکستگی و یا عدم تمایل بازپرداخت است. لکن ریسک‌های سیاسی، برخاسته از تغییرات کلان در محیط تجارت با منشاء سیاسی نظیر جنگ، قوانین و مقررات دولتی و... است که بازپرداخت اعتبارات را ناممکن یا دشوار می‌سازد. با این شرح از آنجایی که ریسک‌های تجاری به نوعی منتسب به طرفین قرارداد است، امکان وقوع عدم تقارن اطلاعات قراردادی در آن بیش از ریسک‌های سیاسی است که منبعث از عواملی خارج از طرفین می‌باشد.

انتخاب معکوس

عدم تقارن اطلاعات می‌تواند منجر به انتخاب معکوس و مخاطره اخلاقی گردد. با این توضیح که در معاملات اعتباری، فروشنده کالاها و خدمات به جهت عدم استیلای اطلاعاتی، قادر به احراز شایستگی متقاضیان اعتبار و غربال آنها نبوده و احتمال انتخاب نادرست که اصطلاحاً کژگزینی خوانده شده است؛ افزایش می‌یابد. (برنارد، ۱۹۹۸) انتخاب

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

معکوس گاهی در ادبیات بیمه ضد انتخاب نیز نامیده شده است(بیکر، ۲۰۰۳)

با این وصف فروشنده برای پوشش عدم تقارن اطلاعات موجود میان خویش و خریدار اعتباری، ریسک را به بیمه‌گر انتقال می‌دهد. اما بیمه‌گر نیز با ابزاری که در مباحث بعدی خواهیم آورد، خطر موصوف را محدود می‌نماید. در غیر این صورت ممکن است در اثر عدم تقارن ناشی از کیفیت افشاء (کردستانی و دیگران،۱۳۹۸: ۱۶۱)، صندوق بیمه با میزان نامناسبی پوشش با ریسک‌های بالا مواجه گردد. (سیگلمن، ۲۰۰۴)

شایان ذکر است؛ مشکل عدم تقارن اطلاعات در کشورهای در حال توسعه بیشتر است از آنجایی که اولاً، دستیابی به اطلاعات در آن کشورها دشوارتر است و ثانیاً، ابزار مدیریت و محافظت در برابر ریسک‌های پیش رو نیز در آن کشورها محدودتر است (سوکولوسکا، ۲۰۱۷) با این شرح فروشنده به دلیل فقدان اطلاعات کافی، ممکن است در گزینش خریداری که بتواند در سررسید، دین خود را پرداخت نماید؛ دچار اشتباه شده و به عبارتی انتخاب معکوس نماید. همان‌گونه که در مباحث اقتصاد اطلاعات ذکر شده است؛ دارا بودن اطلاعات برای دارنده آن سود به همراه داشته و فقدان آن منجر به ضرر خواهد شد (مقصودپور، ۱۳۹۴، ۱۷) و درموضوع مورد بررسی نیز فروشنده به جهت فقدان اطلاعات مربوطه با گزینش خریدار نامناسب، معدً این ضرر می‌گردد.

خطر اخلاقی

عدم تقارن اطلاعات پس از انعقاد قرارداد، می‌تواند به نقض تعهدات اخلاقی توسط یکی از طرفین(ابریشمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۷) به‌منظور دست‌یافتن به منفعت بیشتر(کامیابی و بوربوری،۱۳۹۵ :۲۹) منجر گردد، در چنین حالتی فرد مزبور با اتکاء به عدم تقارن اطلاعات طرف مقابل، اقداماتی می‌نماید که در نهایت منتهی به افزایش ریسک نکول می‌گردد. به این طریق در معاملات اعتباری، خریدار با تحمیل هزینه ریسک به طرف فروشنده منتفع می‌شود (نصیری اقدم و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۴). همچنین بیمه‌گذار(فروشنده) می‌تواند با سوء استفاده از این عدم تقارن اطلاعات میان خویش و بیمه‌گر، به نحو ناروایی از بیمه متمتع گردد. در واقع همان‌گونه که اطلاعات پیش از انعقاد قرارداد بیمه، در تعیین احتمال وقوع ریسک و مطالبه خسارت نقش مهمی دارد و عدم آن ممکن است به تحمیل ریسک گزاف و ناروا به بیمه‌گر منتهی شود؛ پس از انعقاد قرارداد نیز عدم دسترسی بیمه‌گر به آن و همچنین اختفا و کتمان اطلاعات (امینی و جعفری، ۱۳۹۹: ۴۱) در قالب خطر اخلاقی می‌تواند منجر به ورود ضرر به بیمه‌گر گردد.(آرویدسون، ۲۰۱۰)

۲-۲. ریسک‌های موجود در معاملات اعتباری

معاملات اعتباری که بهای آنها همزمان با تحویل کالا یا خدمات پرداخت نمی‌گردد؛ ممکن است به دلیل مواجه شدن با ریسک‌های بازرگانی و یا سیاسی، منجر به پرداخت نگردد.

ریسک بازرگانی

عدم پرداخت ثمن معامله ممکن است ناشی از عدم تمایل و یا عدم توانایی خریدار بر پرداخت باشد. عدم توانایی و ملائت خریدار امکان دارد به صورت دائمی و در قالب ورشکستگی تجاری رخ دهد و یا اینکه صورتی موقتی داشته و دست‌کم منجر به تأخیر در پرداخت شود. با این شرح اتفاقاتی اعم از ورشکستگی، تصفیه و هر اتفاق مشابهی که مبین عدم ملائت دائمی‌خریدار باشد، نقض خودسرانه و اجتناب از پذیرش کالا و خدمات در زمره این دسته از ریسک‌ها قرار می‌گیرد. (سالچی، ۲۰۱۴)

در معاملات اعتباری، وزنه اطلاعات پرداخت، در سمت خریدار سنگین تر است چه اینکه خریدار از تمایل خود برای پرداخت و همچنین از توانایی خود برای آن آگاه است؛ حتی در صورت وقوع حوادث غیر مترقبه منجر به

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

عدم پرداخت، خریدار لااقل بیش از فروشنده از زمینه‌های آن و احتمال بروز چنین رخدادی مطلع است.

لازم به توضیح است؛ نفس عدم تقارن اطلاعات منجر به وقوع ریسک تجاری نمی‌گردد، بلکه عدم تقارن اطلاعات احتمال وقوع ریسک تجاری را افزایش می‌دهد، چه اینکه فروشنده با فقدان اطلاعات مکفی، ممکن است در برگزیدن خریدار مناسب که در سررسید دین خود را ایفا نماید؛ دچار اشتباه شود (انتخاب معکوس) و یا اینکه خریدار علی رغم داشتن شرایط مناسب پرداخت در روز معامله، با انجام اعمال تجاری پر مخاطره، امکان پرداخت را از خود سلب نماید (مخاطره اخلاقی)

ریسک‌های سیاسی

همچنین ممکن است عدم پرداخت بهای کالا و خدمات نه به دلیل مواجه شدن با ریسک‌های خرد تجارت بلکه به جهت وقوع ریسک‌های کلانی در عرصه فرامرزی رخ دهد که که اساساً ریشه در تجارت نداشته باشند. این دسته از ریسک‌ها، معمولاً در حیطه اختیار خریدار نیست به این شرح که نه حدوث آن و نه اجتناب از حدوث آن در زمره مقدورات خریدار نبوده و باعث عدم پرداخت و یا تأخیر در پرداخت می‌گردند. این دسته از ریسک‌ها می‌توانند به نحو جداگانه و یا توام با ریسک‌های تجاری توسط شرکت‌ها بیمه و یا سازمان‌های توسعه صادرات بیمه گردند.(ژو، ۲۰۱۳)

ریسک سیاسی را شاید بتوان مهم‌ترین ریسک در تجارت بین‌الملل دانست؛معمولاً صنایعی که با واردات مداوم تکنولوژی از خارج کشور ارتباط و وابستگی دارند با ریسک سیاسی کمتر و آنهایی که با منابع طبیعی و مواد خام مرتبط می‌شوند با ریسک سیاسی بیشتری مواجه خواهند بود.

لزوماً نیازی نیست که ریسک مزبور دارای خاستگاه دولتی باشند. منشاء ریسک سیاسی ممکن است اقدامات مستقیم دولت نظیر مصادره، ملی کردن و تغییر مقررات ورود و خروج ارز باشد و یا اینکه به جهت عوامل دیگری که دولت در آن نقش چندانی ندارد نظیر تروریسم، شورش و نزاع‌های داخلی ایجاد گردد. ریسک‌های سیاسی معمولاً از حیطه دسترسی طرفین قرارداد دور بوده و از این روی عدم تقارن اطلاعات در خصوص آن چندان معمول نیست، البته تصور عدم تقارن اطلاعات میان فروشنده و خریدار در خصوص ریسک‌های سیاسی نیز ممکن و متصور است؛ به عنوان مثال خریدار در معاملات بین‌المللی از برنامه آتی کشور خویش مبنی بر منع امکان انتقال پول مطلع باشد و به این شرح در جریان باشد که با این تصمیم کشور متبوعش عملاً در زمان سررسید قادر به پرداخت دین خود نخواهد بود.

۳-۲. بیمه اعتبار تجاری

امروزه معاملات تجاری بیشتر و بیشتر به سمت غیرنقدشدن می‌گرایند، به نحوی که در قراردادهای بین‌المللی، شاید وقوع معامله به صورت نقدی، امری نادر باشد(ریسترا، ۲۰۰۳) اعتبار تجاری، چون خون در رگهای تجارت جاری است. اما معامله بر مبنای اعتبار، تا هنگامی که اعتبار اعطایی بازپرداخت نگردد؛ ناتمام است(انجمن بین‌المللی بیمه اعتبار و ضمانت، ۲۰۱۵). ناکامی شرکت‌ها در دریافت بهای کالاها و خدماتشان- اصطلاحاً عدم وصول اعتبارات- ممکن است مشکلات اقتصادی عدیده‌ای برای شرکت‌های فروشنده کالا و خدمات ایجاد نموده و حتی آنها را به کام ورشکستگی کشاند. (گود، ۱۹۹۵)حسب برآوردهای صورت‌گرفته، عدم بازپرداخت اعتبارات اعطایی، بالغ بر بیست و پنج درصد ورشکستگی تجار را موجب می‌شود (اولر هرمس، ۲۰۱۵) با این وصف با توجه به اقتضائات تجارت، تلقی شدن وصف پرداخت اعتباری به عنوان یک مزیت رقابتی و نهایتاً ناگزیر بودن پذیرش پرداخت اعتباری در عمل، شرکت‌ها به چنین ریسکی تن در می‌دهند و در برابر از شیوه‌های مدیریت ریسک، برای پوشش آن، بهره می‌گیرند. بیمه اعتبار تجاری یکی از بهترین طرق مدیریت این ریسک است (سوکولوسکا، ۲۰۱۷)

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

بیمه اعتبار، قراردادی میان شرکت بیمه و بنگاه تجاری فروشنده کالا و خدمات است که به موجب آن، بیمه‌گر متعهد به جبران خسارت‌های ناشی از عدم بازپرداخت مطالبات تجاری، به دلیل وقوع ریسک‌های بازرگانی و یا غیر بازرگانی می‌گردد. (زندی و صحت، ۱۳۸۹: ۶۱) لازم به ذکر است؛ علاوه بر کارکرد اصلی بیمه اعتبار، خدمات جانبی آن نظیر دسترسی‌های اطلاعاتی و تمهیدات مدیریتی نیز برای کسب و کارها شایان توجه و مطلوب است (ژو، ۲۰۱۳)

بیمه اعتبار، به بیمه اعتبار تجاری و بیمه اعتبار مصرف‌کننده تقسیم می‌گردد. در بیمه اعتبار تجاری، اعتباردهنده (فروشنده) ریسک عدم وصول مطالبات تجاری خویش با اشخاص حقوقی را تحت پوشش قرار می‌دهد، در حالی که در بیمه اعتبار مصرف‌کننده، اعتبارگیرنده، به منظور پوشش دادن حوادث، مرگ و ازکارافتادگی خود که منتهی به عدم پرداخت اقساط اعتبارش شود، بیمه خریداری می‌نماید. بیمه اعتبار مصرف‌کننده مشتمل بر بیمه عمر، بیمه حوادث و بیمه سلامت اعتبار می‌باشد. (حقیقی و دیگران،۱۳۹۳: ۲۳)

از آنجایی که در طریق کسب سود و نیز بقای شرکت‌ها، مدیریت ریسک واجد اهمیت به سزاست؛ بیمه اعتبار تجاری به عنوان یکی از راه‌کارهای مطرح مدیریت ریسک توسط شرکت‌های اعتباردهنده مورد استفاده قرار می‌گیرد. (جونز، ۲۰۱۰) لازم به توضیح است بیمه اعتبار در قراردادهای داخلی، خسارات ناشی از عدم بازپرداخت اعتبار، به دلایلی نظیر قصور و ورشکستگی اعتبارگیرنده و در قراردادهای بین‌المللی علاوه بر مورد فوق، خسارات ناشی از وقوع ریسک‌های سیاسی را نیز پوشش می‌دهد. (اسپوچلاکووا و دیگران، ۲۰۱۵)

از آنجایی که این نوع از بیمه‌ها توسط طلبکار برای اطمینان از بازپرداخت طلب‌هایش خریداری می‌شود؛ آن را بیمه دریافت‌شدنی‌ها نیز نام نهاده‌اند سهولت دسترسی و گستره این پوشش بیمه‌ای بسته به توسعه اقتصادی کشورها متفاوت بوده و در کشورهای پیشرفته با شرایط سهل‌تری توسط بیمه‌گران ارائه می‌گردد. (باغستانی میبدی،۱۳۹۰: ۱۱) در ایران قراردادهای بیمه اعتبار به موجب آیین نامه شماره ۵۱ شورای عالی بیمه با عنوان " آیین نامه قرارداد گروهی بیمه اعتبار داخلی" و همچنین "آیین نامه شماره ۳۴ شورای عالی بیمه در خصوص شرایط عمومی بیمه نامه اعتبار صادرات کالا و حداقل نرخ بیمه آن"، مدیریت می‌گردد.

۳. چگونگی تأثیر بیمه اعتبار بر مدیریت ریسک‌های اعتباری ناشی از عدم تقارن اطلاعات توسط فروشنده

در ابتدای بحث، این امر شایان توجه است؛ قراردادهای تجاری به صورت کلی با ریسک عدم تقارن اطلاعات مواجه هستند و از این حیث تفاوتی میان قراردادهای اعتباری و قراردادهای غیر اعتباری وجود ندارد؛ علت تمرکز نوشتار حاضر بر عدم تقارن اطلاعات بر معاملات اعتباری این است که معاملات اعتباری به دلیل عدم پرداخت نقدی ثمن قراردادی، ریسک بیشتری برای فروشنده به همراه دارد و از این روی فروشندگان برای مدیریت چنین ریسکی به بیمه اعتبار روی می‌آورند و بیمه‌گر اعتباری با فراهم آوردن شرایط ذیل‌الذکر، در راستای کاهش عدم تقارن اطلاعات یاری می‌نماید.

۳-۱. فراهم آوردن امکان دسترسی اعتبار دهنده به اطلاعات و اعتبار سنجی

جهت اعطای اعتبار به مشتریان، فروشندگان ممکن است خود، راساً آنها را اعتبارسنجی نموده و در واقع ظرفیت اعتباری آنها را ارزیابی نمایند، یا این مهم را به موسسات سنجش اعتبار واگذارند. اعتبارسنجی به عنوان سیستمی که سابقه اعتبار و خصوصیات قرض‌گیرنده را بررسی و آنها را به عنوان معیاری جهت پیش‌بینی رفتار وی در قبال وام یا تسهیلات مالی آتی استفاده می‌نماید(برگر و دیگران، ۲۰۰۳) نقش مهمی در پیشگیری از وقوع ضرر اعتباردهنده دارد. (نصیری اقدم و دیگران، ۱۳۹۲: ۷۵)

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

صرف‌نظر از اینکه اعتبارسنجی بر مبنای ارزیابی کمی و یا کیفی از متقاضی اعتبار باشد؛ رفتار اعتباری متقاضیان از طریق آن، وزن‌دهی و ارزیابی شده و (برگر و دیگران،۲۰۰۳) و بر آن مبنا میزان ریسک اعطای اعتباری آن فرد تخمین زده خواهد شد. اعتبارسنجی، با تلاش در راستای پر نمودن خلاء اطلاعاتی، شرکت‌ها را در غربال کردن مشتریان و فائق آمدن برعدم تقارن اطلاعات نسبت به آنان مدد خواهد نمود. انجام اعتبارسنجی توسط شرکت‌های کوچک و متوسط به دلیل فقدان اطلاعات و نیروی متخصص در این زمینه چندان مقدور نمی‌باشد.(ریسترا، ۲۰۰۳) همچنین اگر چه، استفاده از خدمات موسسات سنجش اعتبار برای شرکت‌های تجاری به خودی خود و بدون استفاده از بیمه اعتبار نیز میسر است؛ لکن استفاده از بیمه اعتبار به چند جهت برای شرکت‌ها مطلوبیت دارد، اولاً، اطلاعاتی که بیمه‌گران اعتباری ارائه می‌نمایند؛ به مراتب بیش از اعتبار سنجی یک موسسه اعتبار سنجی است و مشتمل بر تجربیات و تحلیل‌های خود بیمه‌گر و سایر شرکت‌های بیمه و چه بسا چندین موسسه اعتبار سنجی است. ثانیاً، ارائه اطلاعات در سبد محصول بیمه ای، هزینه کمتری را بر بیمه‌گذار تحمیل می‌نماید. وانگهی حضور بیمه‌گر اعتباری در هنگام انعقاد قرارداد فروش اعتباری، می‌تواند کیفیت افشای اطلاعات توسط خریدار را ارتقاء داده و در نتیجه امکان انتخاب صحیح برای فروشنده را افزایش دهد.(برنارد،۱۹۹۸)

لازم به توضیح است؛ آیین‌نامه نظام سنجش اعتبار مصوب ۱۳۹۸ هیأت وزیران تشریک اطلاعات اعتباری و بهره‌مندی از خدمات شرکت‌های سنجش اعتبار در ایران را نظام‌مند نموده است. (امینی و جعفری، ۱۳۹۹، ۴۵)که البته با توجه به نوپایی شرکت‌های سنجش اعتبار و خدمات محدود آنها به اشخاص حقیقی، بیمه گر اعتباری در ایران نیز می‌تواند منبع مهمی برای کسب اطلاعات ذیربط از طرف معامله به شمار رود .

۳-۲. فراهم آوردن امکان رصد اعتبارگیرنده و معاضدت جهت تقویت حقوق اعتباردهنده

علی‌رغم اعتبارسنجی، ممکن است عدم تقارن اطلاعات پس از اعطای اعتبار و در نتیجه مخاطره اخلاقی اعتبار گیرنده رخ دهد. در چنین حالتی، رصد اعتبار گیرنده و فراهم آوردن تمهیداتی قراردادی به منظور تقویت حقوق اعتبار دهنده، دو راه‌کار مقابله با آن است. (نصیری اقدم و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱) با این شرح، رصد مداوم و فعال ریسک، بخش جدانشدنی مدیریت آن است (اسپوچلاکووا و دیگران، ۲۰۱۵) در این خصوص نیز نقش بیمه‌گر اعتباری شایان توجه است. چه اینکه شرکت‌های بیمه، امکانات و نیروی انسانی لازم جهت رصد مداوم اعتبارگیرندگان را در دسترس دارند. این کنترل مداوم از سویی می‌تواند از مخاطرات اخلاقی اعتبارگیرنده پیشگیری نماید و از سوی دیگر، با اطلاع رسانی زودهنگام احتمال نکول، فرصتی برای اجتناب از ضرر بیشتر و عندالاقتضاء استفاده از تمهیدات قراردادی برای اعتباردهنده فراهم آورد (Jus, ۲۰۱۳:۱۱۲) .لازم به توضیح است؛ حسب قرارداد می‌توان امکاناتی به منظور حمایت از حقوق اعتباردهنده، نظیر حق وثیقه و حبس مالکیت تا وصول ثمن و امکان ضبط کالا به محض تأخیر در بازپرداخت اعتبار بدون حکم دادگاه، فراهم آورد که بیمه‌گران اعتباری، در این زمینه نیز مشاوران قراردادی خوبی برای شرکت‌های اعتبار دهنده به شمار می‌روند. (سالچی، ۲۰۱۴)

۳-۳. تعیین حدود اعتباری و حدود صلاحدیدی به عنوان تخمین بیمه‌گر از ظرفیت اعتباری خریدار

هنگام انعقاد قرارداد، معمولاً شیوه‌ای جهت معرفی خریداران توسط بیمه‌گذار و تعیین حد اعتباری توسط بیمه‌گر، تصریح می‌گردد. به این وسیله بیمه‌گر میزان کل پوشش دریافتنی‌ها برای هر مشتری را مشخص می‌نماید. در فرم درخواست حد اعتباری، بیمه‌گذار به سوالاتی در

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

خصوص سابقه پرداخت آن مشتری، میزان خوش حسابی وی، دوره اعتبار، کالای فروخته شده یا خدمت ارائه شده، مجموعه دیون آن خریدار و هر اطلاعاتی که در ارزیابی ریسک موثر است؛ پاسخ می‌گوید.

در واقع به این طریق بیمه‌گذار، میزان معمول تجارت خویش را با توجه به مشتریان بالفعل و بالقوه، میزان تولیدات، سهم بازار و غیره، تخمین زده و به شرکت بیمه‌گر ارائه می‌نماید. میزان پوشش بیمه‌گر برای هر مشتری به وسیله حدود اعتباری تعیین می‌گردد. علاوه بر این، حد اعتباری تخصیصی به هر مشتری، مبین ارزیابی بیمه‌گر از ظرفیت اعتباری و توانایی واقعی پرداخت هر یک از مشتریان است و به جهت تبحُّر شرکت‌های بیمه در این خصوص، خود منبع اطلاعاتی واجد اهمیتی از مشتریان به شمار می‌رود. ممکن است قرارداد بیمه دربردارنده حدود اعتبار صلاحدیدی نیز باشد. این حد اعتباری معمولاً به شرکت‌های بیمه‌گذار دارای تجربه و اطلاعاتی کافی از خریداران اعطا می‌گردد و بر مبنای آن، شرکت‌های فروشنده در حد اعتبار صلاحدیدی می‌توانند بدون اذن قبلی بیمه‌گر، اقدام به فروش اعتباری نمایند (ژو، ۲۰۱۳) این نوع اعتبار معمولاً درخصوص مشتریان با سابقه تجارت طولانی و بدون تاریخچه عملکرد بد و یا برای مطالبات کوچک استفاده می‌گردد. به صورت کلی، حدود اعتباری ممکن است در نتیجه تصمیم بیمه‌گر، در هر زمانی از قرارداد تغییرکرده و یا لغو شود. چنین اتفاقی معمولاً با صدور اعلامیه‌ای از جانب وی رخ می‌دهد. این امر معمولاً مبین اطلاع شرکت بیمه از تغییر در میزان ریسک آن مشتری خاص است. با این شرح، هر گونه اتخاذ تصمیم در مورد حدود اعتباری توسط بیمه‌گر، به جهت عملکرد حرفه‌ای و دسترسی به منابع اطلاعاتی توسط وی، می‌تواند به عنوان یک منبع اطلاعات، نشان و اخطاری برای بیمه‌گذار تلقی شود.

۴. چگونگی مدیریت ریسک‌های اعتباری ناشی از عدم تقارن اطلاعات توسط بیمه گر

آنگونه که در بخش‌های پیشین آمد، فروشنده به عنوان بیمه‌گذار از طریق بیمه اعتبار، ریسک تجاری و سیاسی قرارداد میان خود و خریدار را به بیمه‌گر منتقل می‌نماید؛ عدم مدیریت این ریسک توسط بیمه‌گر، ممکن است منجر به تحمیل ضررهای فراوانی به وی گردد. چه اینکه بیمه‌گذاران معمولاً تمایل به بیمه‌دادن خطراتی دارند که محتمل الوقوع هستند و تمایلی برای صرف هزینه در مواردی که احتمال وقوع خطر بالا نیست، ندارند. لذا لازم است تمهیداتی در این زمینه اندیشیده شود تا هم بیمه‌گر قادر به مدیریت این ریسک گردد و هم زمینه و اشتیاق انتقال اطلاعات، اجتناب از خطر و کاستن از میزان خسارت را برای بیمه‌گذار فراهم آورد.

شایان ذکر است؛ حسن نیت یکی از اصول اساسی و جزء لاینفک عقود بیمه بوده (کامپبل، ۲۰۰۵)و بیمه‌گذار را مکلف به افشای تمامی اطلاعات موجود پیش از انعقاد قرارداد، خود- اخباری در حین قرارداد(آرویدسون، ۲۰۱۰) و نیز عمل با رعایت تمامی جوانب احتیاط، فارغ از تعهد بیمه‌گر به جبران، می‌نماید. (انصاری وعسگری دهنوی، ۱۳۹۱: ۳۹) اما همواره خطر عدم تقارن اطلاعات، بیمه‌گر را تهدید می‌نماید چه اینکه فروشنده به عنوان بیمه‌گذار تمایل دارد ریسک معاملات بد خویش را به بیمه‌گر منتقل نماید و همچنین مواردی که منجر به عدم پذیرش ریسک توسط بیمه‌گر و یا بالارفتن حق بیمه می‌شود را از وی پنهان نموده و یا خطر را کمتر از آنچه در واقع هست؛ جلوه دهد. راه‌کارهای بیمه‌گران برای کاستن از این مخاطرات به شرح ذیل است:

۴-۱. تأکید بر ارائه پوشش‌های جامع

معمولاً حق بیمه برای بیمه نامه‌ها با تکیه بر میانگین ریسک بیمه شده‌ها تعیین می‌شود، با این وصف ممکن است

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

بیمه‌گذاران معمولاً وقتی ریسکشان بالاتر از میانگین مزبور است به خریداری بیمه تمایل پیدا می‌نمایند (ناصر و تاج، ۱۳۹۹، ۴۷) همچنین در بیمه‌های اعتبار به دلیل امکان بیمه دادن یک قرارداد خاص و یا یک خریدار و کشور خاص، بیمه‌گذاران متقاضی خریداری بیمه برای معاملات خاص با ریسک بالای خود هستند؛ در برابر بیمه‌گرها برای اجتناب از انتخاب معکوس معمولاً و به طور کلی در پی پوشش ریسک جامع علی‌الخصوص کل گردش مالی هستند که سنتی‌ترین شیوه پوشش بیمه اعتبار تلقی می‌شود. (ژو، ۲۰۱۳) در واقع هر اندازه که پوشش ریسک گسترده‌تر می‌شود؛ احتمال انتخاب معکوس و مخاطره اخلاقی در آن کاهش می‌یابد. این نوع از پوشش معمولاً برای ریسک‌های کوتاه مدت صادر می‌شود(صحت و زندی، ۱۳۸۹ :۱۰۵) و فرم استاندارد بیمه اعتبار، تلقی می‌شود (اسپوچلوکا ودیگران، ۲۰۱۷)

۲-۴. سیستم پاداش و جریمه حق بیمه

روش دیگر استفاده از سیستم پاداش و جریمه حق بیمه است که از مخاطرات اخلاقی می‌کاهد(تیموریان و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۲۷) در این روش حق بیمه به صورت نسبی اخذ می‌گردد با این شرح که به عنوان مثال، در صورت عدم وقوع خسارت در سنوات گذشته، درصدی از حق بیمه کسر شود. در واقع این امر، نوعی تقسیم سود تلقی می‌گردد. در سوی مقابل، چنانچه ریسک واقع و خسارت مطالبه گردیده باشد، مراتب با بالا بردن حق بیمه تا حدی جبران می‌گردد. (دنویت و داین، ۲۰۰۱)

بر اساس این روش، تعرفه حق بیمه عادلانه شده و آنچه نهایتاً بیمه‌گذاران به عنوان هزینه پوشش بیمه‌ای می‌پردازند، بر اساس میزان واقعی ریسک آنها تعیین می‌شود (پاینده نجف آبادی، امیرتیمور، ۱۳۹۳: ۲) تعداد، نوع و میزان مطالبات خسارت پیشین، در تعیین این تعرفه اثرگذار می‌باشند. (تیموریان و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۲۶)

۳-۴. تعیین حدود اعتباری و تأیید طرف قرارداد

همان‌گونه که در بخش پیشین ذکر شد؛ تأیید مشتری و تعیین حدود اعتباری برای وی از آنجایی که خبر از بررسی‌های صورت گرفته توسط بیمه‌گر می‌دهد، از حیث انتقال اطلاعات اعتباری، برای بیمه‌گذار واجد اهمیت است اما پیش از آن، این مهم از جانب بیمه‌گر با هدف کنترل و تهدید ریسک‌های پیش رو صورت می‌گیرد. در واقع بیمه‌گر با تعیین حدود اعتباری، علاوه بر اینکه نهایت میزان خسارتی که تحت پوشش قرار می‌دهد را تعیین می‌نماید، از پوشش ریسک‌های اعتباری بالا اجتناب نموده یا میزان آن را محدود می‌نماید و نیز حق لغو اعتبارات آتی را حسب صلاحدید و به محض اطلاع از تغییر وضعیت ملائت خریدار برای خود حفظ می‌نماید. ظرفیت پذیرش ریسک بیمه‌گر و نیز تمایل وی برای پذیرش نیز عوامل دیگری هستند که بر تعیین حدود اعتباری اثرگذارند.

۴-۴. اجتناب از بیمه نمودن اشخاص وابسته

بیمه‌گران اعتباری علی‌القاعده، قراردادهای میان اشخاص وابسته را بیمه نمی‌نمایند و به این نحو از مخاطرات اخلاقی پیش رو می‌کاهند. پوشش بیمه اعتبار برای مراودات میان اعضاء یک گروه تجاری امکان‌پذیر نیست چه اینکه در این حالت بیمه شده در موقعیتی است که می‌تواند رخداد حادثه موضوع بیمه را رقم زند.(ژو، ۲۰۱۳)

البته لازم به توضیح است بحث وابستگی در صورت وجود شخصیت مستقل شرکت‌ها رخ می‌دهد و در صورت عدم شخصیت مستقل، به عنوان مثال شعبه یک شرکت، موضوعاً منتفی خواهد بود. به عبارت دیگر از منظر بیمه‌گر اعتباری، خریدار می‌بایست نسبت به فروشنده ثالث تلقی گردد و علاوه بر لزوم وجود شخصیت حقوقی مستقل، آنها "واقعیت اقتصادی واحد" تلقی نگردند. (بهمئی ومرادی، ۱۳۹۲: ۱۶۱)

با این شرح، بیمه‌گران اعتباری، اعتبارات اعطایی به شرکت‌های فرعی و وابسته که به ترتیب، شرکت‌های با مالکیت سهام بالای ۵۰ درصد و مدیریت شرکت مادر بدون

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

میزان سهام بالای ۵۰ درصد، هستند (رضایی، ۱۳۹۶: ۱۵۵) را به منظور پرهیز از مخاطره اخلاقی، یا به صورت کلی بیمه نمی‌نمایند و یا حداقل از تحت پوشش قرار دادن ریسک تجاری آن اجتناب می‌نمایند. به عبارت دیگر، از دیدگاه بسیاری از بیمه‌گران، ریسک سیاسی میان معاملات بین شرکت‌های وابسته می‌تواند به بیمه داده شود. (ژو، ۲۰۱۳)

۴-۵. استفاده از شروط ضمن عقد

علاوه بر اصل حسن نیت به عنوان اصل حاکم بر قراردادهای بیمه و تعهدات قانونی بیمه‌گذار دائر بر افشای اطلاعات، امکان درج تعهدات علی حده و ضمانت اجراهای قراردادی در هنگام انعقاد قرارداد بیمه، به عنوان شروط ذیل قرارداد، وجود دارد. به این شرح که ذیل عقد بیمه تعهداتی برای بیمه‌گذار در خصوص رعایت احتیاطات و غیره درج گردد و عدم ایفای تعهدات مزبور با ضمانت اجراهایی تعیین شده نظیر کسر خسارت پرداختی و لغو قرارداد بیمه مواجه شود. لازم به توضیح است به صورت کلی عدم افشای اطلاعات و یا ارائه اطلاعات کذب اساسی در قانون بیمه با ضمانت اجرای سختی مواجه است و بسته به اینکه به صورت عمدی صورت گرفته باشد و یا غیر عمدی، ضمانت اجرای بطلان قرارداد / حق فسخ قرارداد و یا مطالبه مابه‌التفاوت حق بیمه را در پی خواهد داشت.

۴-۶. تعیین فرانشیز

فرانشیز، در واقع واگذاری سهم معینی از خسارت به موجب قرارداد بیمه به بیمه‌گذار می‌باشد (بابایی، ۱۳۹۴: ۱۵۳) صرف‌نظر از اینکه شیوه احتساب فرانشیز چگونه باشد، اعم از اینکه به عنوان رقمی معین و ثابت و یا درصدی ثابت تعیین شده باشد؛ راه را بر اهمال‌کاری بیمه‌گذار می‌بندد . (پوروس، ۲۰۱۰)

در بیمه اعتبار نظیر سایر انواع بیمه، روال اینگونه است که، بخش اعظم خسارت توسط بیمه‌گر و میزان کمتری از آن توسط بیمه‌گذار تقبل شود. ممکن است، جهت تعیین میزان فرانشیز، گونه‌ای طبقه‌بندی مشتریان صورت گرفته و فرانشیز بسته به نوع ریسک بیمه شده و کیفیت دریافتنی‌ها تغییر نماید. (مهدوی و جعفری، ۱۳۹۵: ۵۸)

در واقع از آنجایی که عملاً تجاری که بیمه شده‌اند، کمتر محتاط هستند. (آرویدسون، ۲۰۱۰) استفاده از فرانشیز که به تعدیل و تسهیم خسارت منتهی می‌شود؛ می‌تواند نقش مهمی در مقابله با مخاطره اخلاقی داشته باشد (عسگری و شیخانی، ۱۳۹۱: ۷۶) و از این طریق انگیزه‌ای برای مدیریت ریسک توسط بیمه‌گذار ایجاد نماید. در ریسک‌هایی که عملکرد بیمه‌گذار در آن موثر است؛ میزان این فرانشیز به نحو متوسط بین ۱۰ تا ۲۰ درصد تعیین می‌گردد و در ریسک‌هایی که اقدامات بیمه‌گذار چندان اثری در آن ندارد این میزان می‌تواند کمتر و حتی تا صفر باشد. بر این مبنا، به عنوان مثال در ریسک مصادره ممکن است صد درصد خسارات پوشش داده شود چه اینکه معمولاً در این حالت، هیچ کاری نیست که بیمه‌گذار برای کم کردن از میزان خسارت بتواند انجام دهد.(ژو، ۲۰۱۳) حتی در بیمه‌های اعتبار صادر شده توسط دولت و سازمان‌های توسعه صادرات نیز این امر جا افتاده است که خود بیمه‌گذار می‌بایست بخشی از ریسک را حداقل به عنوان انگیزه‌ای برای مشارکت تقبل نماید. که البته این میزان، معمولاً در پوشش‌های ارائه شده توسط بیمه‌گران دولتی کمتر و نهایتاً بالغ بر ۱۵درصد است(انجمن بین‌المللی بیمه گران اعتباری و ضمانت، ۲۰۱۵)

۴-۷. بیمه اتکایی

انتقال قسمتی از ریسک در قبال قسمتی از حق بیمه به بیمه‌گر دیگر، که ارتباط مستقیمی با بیمه شده ندارد؛ را بیمه اتکایی می‌نامند (گروه مدیریت ریسک سویس ری، ۲۰۰۰)، اعم از اینکه اقدام مزبور به جهت تکلیف قانونی باشد و یا به انتخاب خود بیمه‌گر صورت گیرد. (صالحی مازندرانی و سلیمی، ۱۳۹۲: ۶۵).

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

بیمه اتکایی شرکت بیمه را قادر به جبران همواره خسارت زیان‌دیدگان می‌نماید (عسگری و عظیم زاده آرانی، ۱۳۹۳، ۱۰۱) چه اینکه وقوع حوادث فاجعه آمیز ممکن است نه تنها شرکت‌های بیمه را از جبران خسارت بیمه‌شدگان عاجز کند، بلکه تداوم حیات شرکت‌های بیمه را دستخوش دشواری نماید(وندو و دیگران، ۲۰۰۴)

به عنوان یک قاعده کلی، بیمه‌گران بسته به استراتژی خود تصمیم می‌گیرند که چه میزانی از ریسک را خود تقبل کرده و چه میزانی از ریسک را به بیمه‌گر اتکایی انتقال خواهند داد و این تصمیم البته به ساختار شرکت بیمه و میزان نیاز آن به سرمایه نیز بستگی دارد. (انجمن بین‌المللی بیمه گران اعتباری و ضمانت، ۲۰۱۵)

بیمه اتکایی که در واقع، نوعی مدیریت ریسک توسط بیمه‌گر اصلی به شمار می‌رود (صالحی مازندرانی و سلیمی، ۱۳۹۲: ۸۴) علاوه بر تأمین ظرفیت مورد نیاز(عسگری و عظیم زاده آرانی، ۱۳۹۳: ۱۰۴)در بازار بیمه اعتبار، نقش کلیدی دارد؛ چه اینکه عواملی نظیر بزرگی و تمرکز روی برخی از ریسک‌ها، تخصصی و پیچیده بودن خود محصول بیمه‌ای و موانع ورود به بازار بیمه‌های اعتبار و میزان تنوع کم در این نوع از بیمه، ریسک را برای شرکت‌های بیمه بالا برده و لاجرم پوشش اتکایی را ایجاب می‌نماید.

میزان پوشش اتکایی مزبور متفاوت است، ممکن است کل پوشش‌های ارائه شده توسط بیمه‌گر مورد پوشش اتکایی قرار گیرد یا اینکه تنها پوشش‌های ارائه شده به بیمه‌گذاران خاص و یا صرفاً مواردی که خسارت از میزان خاصی تجاوز نماید، به موجب قرارداد بیمه اتکایی به بیمه‌گر دیگری واگذار شود.

در خصوص اثر بیمه اتکایی در مدیریت عدم تقارن اطلاعات میان بیمه‌گر و بیمه‌گذار، شایان ذکر است؛ بیمه اتکایی از این جهت که خود، فراهم آورنده اطلاعات بیشتر از میزان ریسک بوده و محصولات جانبی نظیر وصول مطالبات به بیمه‌گر اصلی ارائه می‌نماید؛ در مدیریت ریسک اعتباری شرکت‌های بیمه حائز اهمیت است. (ژو، ۲۰۱۳) تا به حدی که امروزه در بسیاری از کشورها، به جهت صرفه اقتصادی، تخصص، قانون اعداد بزرگ، گسترش ریسک و پایه سرمایه‌ای بیمه‌گران اتکایی، شرکت‌های بیمه عملاً نظیر یک دلال میان بیمه‌گذاران و شرکت‌های بیمه اتکایی فعالیت می‌نمایند. (همان)

۵. نتیجه‌گیری و توصیه‌های سیاستی

تمامی فعالان در عرصه اقتصادی فعالیت خویش را بر ارزیابی از ریسک بنا نهاده‌اند. فروشنده کالاها، عرضه‌کننده خدمات، بانک‌ها و موسسات اعتباری و شرکت‌های بیمه، همگی در پی سنجش ریسک اعتباری اعمال تجاری خویش و مدیریت آن هستند. اما در این میان، عدم تقارن اطلاعات می‌تواند صحت ارزیابی ریسک را دچار اختلال نماید.

در بستر اعتبارات (به مفهوم اعم کلمه) عدم تقارن اطلاعات، هنگامی ایجاد می‌شود که اعتباردهنده از احتمال اجرای قرارداد توسط اعتبارگیرنده، اطلاع کاملی ندارد. عدم تقارن اطلاعات به مثابه نابرابری اطلاعات نزد طرفین یک قرارداد، می‌تواند وزنه قراردادی را به جانب دارنده آن اطلاعات، سنگین‌تر نماید. فروشندگانی که به دلایل متفاوتی نظیر عرف بازار، ربودن گوی رقابت از رقبا، ارتباط دیرینه با یک مشتری و... ناگزیر از فروش اعتباری کالاها و خدمات خود می‌گردند؛ (ریسترا، ۲۰۰۳)به دلیل فقدان علم به وضعیت ملائت مشتریان خویش و عزم آنها برای پرداخت دین و نیز شرایط سیاسی تاثیرگذار بر این مهم، با ریسک عدم وصول مطالبات خویش روبه رو هستند. ریسکی که با بیمه اعتبار، به بیمه‌گر اعتباری منتقل می‌گردد و در عین حال با در دسترس قرار گرفتن ابزار و امکانات بیمه‌گر نظیر منابع اطلاعاتی مختص بیمه‌گر، موسسات رتبه‌سنجی و غیره، تا حدودی مجال همسان‌سازی اطلاعات، برای فروشندگان (اعتباردهندگان) فراهم می‌گردد (سلواپراکاش، ۲۰۱۴) که

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

این خود، کارکرد پرتفوی آنها را بالا برده و احتمال نکول اعتبارگیرندگان را کاهش خواهد داد (برگر و دیگران، ۲۰۰۳) به این طریق بیمه اعتبار با کاستن از عدم تقارن اطلاعات، به عنوان یک ابزار کاهنده ریسک برای فروشندگان عمل خواهد نمود. (ژو، ۲۰۱۳)

اما با توجه به حجم عظیمی از ریسک که با پوشش ریسک‌های اعتباری فروشندگان به بیمه‌گران انتقال می‌یابد؛ آنها نیز دست بسته عمل ننموده و با استفاده از ابزارهای متفاوتی در پی کاستن از این ریسک می‌باشند؛ بیمه اتکایی، تعیین حدود اعتباری، تعیین فرانشیز، استفاده از سیستم پاداش-جریمه حق بیمه، ارائه پوشش‌های جامع و امتناع از پوشش ریسک‌های برگزیده، در شمار این تمهیدات است که مختصری از آنها در این نوشتار آمد. مراتب مزبور با عنایت به نوپایی بیمه اعتبار و اجتناب بیمه‌گران، از ارائه چنین پوششی، مستلزم بحث و بررسی در بستر حقوقی، اقتصادی و مالی است که مقاله حاضر تلاشی در این راستا است. شرکت‌های سنجش اعتبار، می‌توانند نقش مهمی در برقراری تقارن اطلاعاتی در کشور داشته باشد کما اینکه این گونه شرکت‌ها در کشورهای پیشرفته، منبع غنی از اطلاعات مالی اشخاص حقیقی و حقوقی به شمار رفته و نقطه اتکایی از منظر اطلاعاتی برای بانکها، موسسات مالی، شرکت‌های بیمه، لیزینگ و غیره به شمار می‌روند؛ لذا تقویت زیر ساختهای فنی و قانونی مورد نیاز آنها می‌بایست در راس تمهیدات سیاست‌گذاران قرار گیرد. همچنین اقدامات ذیل به‌منظور ترویج این نوع از بیمه در ایران، پیشنهاد می‌گردد؛ تجهیز زیرساخت‌های نرم‌افزاری به نحوی که ارائه پیشنهاد بیمه به بیمه‌گر، بررسی وضعیت اعتباری مشتریان و سایر اقدامات مربوطه بدون نیاز به حضور بیمه‌گذار و در کمترین زمان ممکن صورت پذیرد. نیز از آنجایی که بسیاری از بیمه‌گران به دلیل ریسک بالای این نوع از بیمه از ارائه آن استنکاف می‌نمایند؛ اقدام بیمه مرکزی، جهت پوشش‌های اتکایی برای آن، با شرایط مساعدتر، نقش مهمی در استقبال از این نوع از بیمه در میان بیمه‌گران خواهد داشت، چه اینکه حسب ارزیابی‌های به عمل آمده، نگرانی بیمه‌گران از بروز خسارات فاجعه آمیز یکی از دلایل اصلی عدم استقبال آنها از بیمه اعتبار می‌باشد.(بینظیر، ۱۳۸۸: ۵۲) از سوی دیگر گرایش بیمه‌گذاران به این بیمه را با اشاعه فرهنگ اعتباری، ساده‌تر کردن شرایط آن به منظور تطبیق با شرایط شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توان بیشتر نمود. علاوه بر این اگر چه این نوع از بیمه، در زمره بیمه‌های اجباری نمی‌باشد؛ لکن رویکرد بانک‌ها و موسسات اعتباری دائر بر ارائه وام منوط به ارائه بیمه اعتباری، علاوه بر کاستن از ریسک بانک‌ها، می‌تواند منجر به سوق دادن فعالان عرصه تجارت به این نوع از بیمه گردد.

البته با توجه به اهمیت، کاربرد و بداعت موضوع، مسائل عدیده‌ای به شرح ذیل، پیش روی و حاجت‌مند پژوهش‌های آتی محققان خواهند بود؛ کاستی‌های بیمه اعتبار در پوشش عدم تقارن اطلاعات، نقش موسسات اعتبارسنجی در نظام حقوقی و اقتصادی ایران، ضمانت اجرای صحت اطلاعات ارائه شده از جانب بیمه‌گذار به بیمه‌گر، وابستگی‌های شرکت‌ها و خرق حجاب آنها در قراردادهای بیمه اعتبار، دسترسی به اطلاعات حساس اشخاص و تعهد به محرمانگی در برابر تعهد به افشاء، بیمه اعتبار و کارکرد آن برای شرکت‌های کوچک و متوسط.

منابع

ابریشمی، حمید، توحیدی نیا، ابوالقاسم و حشمتی مولایی، احمد (۱۳۹۵). مخاطره اخلاقی در عملیات بانکی بدون ربا، *دانش مخاطرات*، دوره سوم، شماره ۱، صص ۴۷ -۶۰

احمدپور کاسگری، احمد، عجم، مریم (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین کیفیت اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *بورس اوراق بهادار*، دوره ۳، شماره ۱۱، صص ۱۲۴-۱۰۷

امید اخگر، محمد، شانظری، نسرین(۱۳۹۴). بررسی رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و عدم تقارن اطلاعاتی تحت شرایط متفاوت ریسکی و علاقه سرمایه‌گذاران، *دانش حسابداری مالی*، سال دوم، شماره ۲، صص ۱۴۷-۱۲۹.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

امینی، منصور و جعفری، دیبا (۱۳۹۹). تشریک اطلاعات اعتباری در ایران با نظر به شاخص انجام کسب و کار بانک جهانی، *مطالعات حقوق تطبیقی*، دوره ۱۱، شماره۱، صص ۳۹-۵۸.

انصاری، علی و عسگری دهنوی، جواد (۱۳۹۱). نقش و معیار حسن نیت بیمه گذار در انعقاد عقد بیمه، *پژوهشنامه اندیشه‌های حقوقی*، شماره ۲،صص ۲۱-۴۸.

بابایی، ایرج (۱۳۹۴). حقوق بیمه، تهران: انتشارات سمت، چاپ سیزدهم

باغستانی میبدی، مسعود .(۱۳۹۰). بیمه‌های اعتباری، چالش‌ها و راه‌کارها، *مجله اقتصادی*، سال یازدهم، شماره ۵ و ۶، صص ۷-۱۸.

بهمئی، محمد علی و مرادی، فهمیه (۱۳۹۲). نقش دکترین گروه شرکت‌ها در شناسایی اطراف پنهان قرارداد داوری، تحقیقات حقوقی، شماره ۶۱، صص ۱۵۱ - ۲۰۸.

بینظیر، سید علیرضا (۱۳۸۸). بررسی راه‌کارهای توسعه بیمه‌های اعتباری تضمینی در کشور، طرح پژوهشی، *پژوهشکده بیمه*.

پاینده نجف آبادی، امیرتیمور (۱۳۹۳). تحلیل سیستم پاداش- جریمه ایران، پژوهشنامه بیمه، شماره ۱۱۶، صص ۱-۳۲.

تیموریان، مریم، پاینده نجف آبادی، امیر تیمور و وحیدی اصل، محمد قاسم (۱۳۹۴). معرفی دو روش جدید برای تعیین حق بیمه نسبی در سیستم پاداش- جریمه ایران، *پژوهشنامه بیمه*، سال سی ام، شماره ۱، صص۱۲۵- ۱۵۴.

جلیلی،محمد (۱۳۸۶). نظام سنجش اعتبار: یک راه‌کار عملیاتی برای مهندسی فرهنگ اعتباری، *مجله مهندسی فرهنگی*، شماره ۱۴، صص ۱۹-۲۸.

جلیلی، محمد (۱۳۸۹). سامانه اعتبار سنجی مشتریان بانکی و بیمه‌ای، مطالعه موردی: تجربه شرکت مشاوره رتبه‌بندی اعتباری ایران، *فصلنامه پول و اقتصاد*، شماره ۴، صص ۲۲۱-۲۴۱.

حقیقی کفاش،مهدی، موسوی مرادی، موسی، امینی، صفیار و بهرامی، امیر (۱۳۹۳)، امکان سنجی توسعه بیمه‌های اعتباری در صنعت بیمه، طرح پژوهشی، *پژوهشکده بیمه*.

رضائی، علی. (۱۳۹۶). مسئولیت شرکت مادر در قبال شرکت تابعه (مطالعه تطبیقی در حقوق فرانسه، بلژیک و ایران، *مطالعات حقوق تطبیقی*، دوره هشتم، شماره ۱، صص ۱۵۱- ۱۷۷.

زندی، پژمان، صحت، سعید. (۱۳۸۹). مدیریت ریسک و بیمه اعتبار تجاری، تهران: انتشارات دانشکده علوم اقتصادی، چاپ دوم.

صالحی مازندرانی، محمد خلیل و سلیمی، فضه (۱۳۹۲). بررسی تحلیلی تطبیقی بیمه اتکایی در فقه، حقوق ایران و اتحادیه اروپا، *دیدگاه‌های حقوق قضایی*، شماره ۶۲، صص ۶۳ - ۸۸

طباطبایی نژاد، سید محمد، باقری، محمود، فرخانی و هدایت (۱۳۹۶). "عدم تقارن اطلاعات در حقوق بانکی(مطالعه موردی: تسهیلات سندیکایی)"، *فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی*، سال ۴۷، شماره ۱، بهار، صص ۴۹ - ۶۴.

عسگری، محمد مهدی و شی‌خانی، مصطفی (۱۳۹۱). بررسی جایگاه و اثر مسئله عدم تقارن اطلاعات در ادارهٔ موقوفات، *معرفت اقتصاد اسلامی*، شماره ۷، صص ۷۳-۹۶.

عسگری، محمد مهدی، عظیم‌زاده آرانی، محمد (۱۳۹۳). تحلیل مقایسه‌ای بیمه اتکایی و تکافل اتکایی و ارائه راه‌کارهایی جهت اجرایی کردن تکافل اتکایی در جمهوری اسلامی ایران، شماره ۶، صص ۹۹-۱۳۰.

کامیابی، یحیی و بوربوری، فاطمه (۱۳۹۵). مخاطرات اخلاقی و عدم تقارن اطلاعاتی در قیمت‌گذاری کمتر از حد عرضه‌های اولیه عمومی سهام، *پژوهش‌های اقتصادی*، شماره ۲۰، صص۲۱- ۴۱.

کردستانی، غلامرضا، بهرامفر، تقی و امیری، علی (۱۳۹۸). تاثیر کیفیت افشا بر عدم تقارن اطلاعاتی، *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، شماره ۴۲، صص ۱۵۹- ۱۷۸.

گوگردچیان، احمد، محمودی نیا، داوود و راه‌نورد، فهیمه (۱۳۹۲). تأثیر عدم تقارن اطلاعات بر بحران مالی درکشورهای منتخب عضو کنفرانس اسلامی، *تحقیقات توسعه اقتصادی*، شماره ۱۱، ص ۴۷-۶۸.

مقصودپور، محمد علی (۱۳۹۴). راه‌کارهایی برای ارتقای کالای کم کیفیت با تأکید بر پدیده اطلاعات نامتقارن، *بررسی‌های بازرگانی*، دوره ۱۳، شماره ۷۵، صص ۱۳-۲۴.

مهدوی، غدیر، جعفری، نحله (۱۳۹۴). اثر فرانشیز بر میزان مخاطره اخلاقی در اعلام خسارت بیمه خودرو، *پژوهشهای بیمه‌ای*، شماره ۱، صص ۵۵ - ۷۴.

ناصر،مهدی و تاج، امیر علی (۱۳۹۹)، ارائه مدلی فناورانه برای حل چالش‌های حاصل از عدم تقارن اطلاعات در بیمه مالکیت صنعتی، *بررسی‌های بازرگانی*، دوره ۸، شماره ۱۰۱، صص ۴۵-۶۲.

نصیری اقدم، علی، حسینی، سید محمد رضا و قودجانی، اصلان (۱۳۹۲). مبانی اقتصادی و حقوقی سنجش اعتبار، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس، چاپ اول.

Abrishmi, Hamid; Tohidinia, Abulqasem; Heshmati Moulai, Ahmed. (2015). Moral risk in interest-free banking operations, risk knowledge; The third period, no. 1, pp. 47-60.

Ahmedpour Kasgari, Ahmad; Ajam, Maryam. (2009). Investigating the relationship between the quality of accruals and information asymmetry in companies

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

151-208.

Berger. A. , Barrera, M. , Parsons, L., Klien, J.(2007). Credit Scoring and Microenterprise lenders, Washangton DC: FIELD.

Binazir, Seyyed Alireza. (2008). Investigating the development strategies of guaranteed credit insurance in the country, research project, insurance research institute.

Black, B. S.(1998). Information Asymmetry, the Internet, and Securities Offerings, 2 J. Small & Emerging Bus. L. 91.

Clarkson, Gavin. (2008). Wall Street Indians: Information Asymmetry and Barriers to Tribal Capital Market Access, 12 Lewis & Clark L. Rev. 943 (2008).

Denuit, M. and Dhaene, J. (2001). Bonus-malus scales using exponential loss functions, Blatter der Deutsche Gesellschaft fur Versicherungsmathematik, 25, pp.13-27.

Euler Hermes, 2015. A Guide to Credit Insurance. Available at: http://www.eulerhermes.us/creditinsurance/Documents/EH-CreditInsurance-WhitePaper.pdf, last accessed: 2.6.2020.

Goode, Roye.(1991) «A, Self-Insurance as Insurance in Liability Policy: "Other Insurance" Provisions», Washington and Lee Law Review, VOL 56, Issue 4, Article 5, 1246-1289.

Gugardchian, Ahmed; Mahmoudinia, Dawood; Rahnoord, Fahima. (2012). The effect of information asymmetry on the financial crisis in selected member countries of the Islamic Conference, Economic Development Research, No. 11, pp. 47-68.

Haghighi Kafash, Mehdi; Mousavi Moradi, Musa; Amini, Safiar; Bahrami, Amir. (2013). feasibility of credit insurance development in the insurance industry, research project, insurance research institute.

International Credit Insurance & Surety Association. (2015). A Guide to Trade Credit Insurance. UK:Anthem Press.

Jalili, Mohammad. (2007). Credit measurement system: an operational solution for credit culture engineering, Journal of Cultural Engineering, No. 14, pp. 19-28.

Jalili, Mohammad. (2010). Validation system of banking and insurance customers, case study: the experience of Iran's credit rating consulting company, Money admitted to the Tehran Stock Exchange, Stock Exchange, Volume 3, No. 11, pp. 107-124.

Amid Akhgar, Mohammad; Shanzari, Nasreen. (2014). Examining the relationship between the quality of financial reporting and information asymmetry under different conditions of risk and investors' interest, Financial Accounting Knowledge, second year, no. 2, pp. 129-147.

Amini, Mansour; Jafari, Diba (2019). Sharing of credit information in Iran according to the World Bank Business Conduct Index, Comparative Law Studies, Volume 11, No. 1, pp. 39-58.

Analysis of the Standard Reinsurance Agreement. Selected Paper, Presented at AAEA Annual Meeting Denver, CO, August 1-4.

Ansari, Ali; Asgari Dehnavi, Javad. (2012). The role and criterion of the policyholder's good faith in concluding an insurance contract, Research Journal of Legal Thoughts, No. 2, pp. 48-21.

Arvidsson, Sara. (2010). "Reducing asymmetric information with usage-based automobile insurance," Working Papers, Swedish National Road & Transport Research Institute (VTI), revised 03 Feb 2011.

Asgari, Mohammad Mahdi; Azimzadeh Arani, Mohammad. (2014). A comparative analysis of reinsurance and reinsurance and providing solutions for the implementation of reinsurance in the Islamic Republic of Iran, no. 6, pp. 130-99.

Askari, Mohammad Mehdi; Shikhani, Mostafi. (2011). Examining the location and effect of information asymmetry in endowment administration, Islamic Economics Knowledge, No. 7, pp. 73-96.

Babaei, Iraj. (2014). Insurance Law, Tehran: Samt Publications, 13th edition.

Baghestani Meybodi, Masoud. (2010). Credit insurance, challenges and solutions, economic magazine, year 11, no. 5 and 6, pp. 18-7.

Baker,Tom, (undated). Containing the Promise of Insurance: Adverse Selection and Risk Classification," University of Connecticut School of Law Working Papers uconn_ucwps-1002, University of Connecticut School of Law.

Behmai, Mohammad Ali; Moradi, Fahmia. (2012). The Role of the Doctrine of the Group of Companies in Identifying the Hidden Surroundings of the Arbitration Agreement, Legal Research, No. 61, pp.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Salehi Mazandarani, Mohammad Khalil; Salimi, Fazeh. (2012). Comparative analytical review of reinsurance in jurisprudence, Iranian and European Union law, Judicial Law Perspectives, No. 62, pp. 63-88.

Selvaprakash, G. (2014). Credit Rating Issues and Perspectives with Respect to Investors in Tamilnadu, Manonmaniam Sundaranar University, August 2014, PHD Thesis, p 108 availble at: https://shodhganga.inflibnet.ac.in/handle/10603/68273.

Sen, Sunanda.(2010).International Trade Theory and Policy: A Review of the Literature,Working Paper No. 635, The Levy Economics Institute.

Siegelman, Peter.(2004) Adverse Selection in Insurance Markets: An Exaggerated Threat,113, YALE L.J.1223(2004) Available at: https://digitalcommons.law.yale.edu/ylj/vol113/iss6/2 last accessed:29.7.2020.

Soghada, Yahya, Burbouri, Fatemeh. (2015). Moral hazards and information asymmetry in underpricing of IPOs, Economic Research, No. 20, pp. 21-41.

Spuchláková, E. , Valašková, k., Adamko, p. .(2015). The Credit Risk and its Measurement, Hedging and Monitoring Procedia Economics and Finance 24 (675 - 681) .

Tabatabainejad, Seyyed Mohammad; Bagheri, Mahmoud; Farkhani, Hedayat. (2016). "Information Asymmetry in Banking Law (Case Study: Syndication Facility)", Private Law Studies Quarterly, Year 47, No. 1, Spring, pp. 49-64.

Timourian, Maryam; Payandeh Najafabadi, Amir Taimur; Vahidi Asl, Mohammad Qasim. (2014). Introducing two new methods to determine the relative insurance premium in Iran's reward-penalty system, Insurance Research Journal, 30th year, no. 1, pp. 154-125.

Van der Veer, Koen J. M. (2015). The Private Export Credit Insurance Effect on Trade, The Journal of Risk and Insurance, Vol.82, Issue3.

Vedeno, D, Miranda, M, Dismukes R and Glauber, J. (2004). Economic

Zandi, Pejman; Sehat, Saeed. (2010). Risk management and commercial credit insurance, Tehran: Antarat Faculty of Economic Sciences, second edition

and Economics Quarterly, No. 4, pp. 221-241.

Jones, P. M.. (2010). Trade credit insurance primer series on insurance. Global capital markets development Department: The World Bank.

Jus, Miran.(2013), Credit Insurance, first Edition, ELSEVIER.

Kurdestani, Gholamreza; Bahramfar, Taghi; Amiri, Ali. (2018). The impact of disclosure quality on information asymmetry, Financial Accounting and Audit Research, No. 42, pp. 159-178.

Mahdavi, Ghadir; Jafari, Nahle. (2014). The effect of deductible on the amount of moral hazard in car insurance claims, Insurance Research, No. 1, pp. 55-74.

Maqsoodpour, Mohammad Ali (2014). Strategies for promoting low-quality goods with an emphasis on the phenomenon of asymmetric information, Business Reviews, Volume 13, No. 75, pp. 13-24.

Miller J. D. (2008), Principles of Microeconomics, McGraw-Hill Companies, Incorporated, Irwin; McGraw-Hill, 1st Edition.

Nasiri Aghdam, Ali; Hosseini, Seyyed Mohammad Reza; Gudjani, Aslan. (2012). Economic and legal foundations of credit assessment, Tehran: Majlis Research Center, first edition.

Nasser, Mehdi; Taj, Amir Ali (2019), presenting a technological model to solve the challenges resulting from information asymmetry in industrial property insurance, Business Reviews, Volume 8, No. 101, pp. 45-62.

Payandeh Najafabadi, Amirtimor. (2014). Analysis of reward-penalty system in Iran, Insurance Research Journal, No. 116, pp. 1-32.

Purvis, Keith. (2010). English insurance texts, Verlag Versicherungswirtsch.

Rezaei, Ali. (2016). The responsibility of the mother company towards the subsidiary company (a comparative study in French, Belgian and Iranian law, comparative law studies, 8th volume, no. 1, pp. 177-151.

Riestra, Amparo,(2003), "Credit Insurance in Europe, Impact Measurement and Policy Recommendation", CEPS RESEARCH REPORT IN FINANCE AND BANKING, NO31 retrieved from http://www.ceps.be

Risk Management Winterthur Insurance Credit Suisse Group, (2000) "Measuring Counter Party Credit Risk from Reinsurance", financial risk control.

Archive of SID.ir