

عدم تقارن اطلاعات در معاملات اعتباری و بیمه اعتبار تجاری^۱

چکیده

هدف: در فضای تجارت 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 اعتبارات ممکن است به دلایلی نظیر عدم تمایل خریدار به پرداخت دیون، ورشکستگی و ناتوانی وی در ایفاء در سررسید و یا عوامل خارجی و بروز رخداد‌های سیاسی نظیر جنگ، ممانعت کشور خریدار از خروج ارز و یا تبدیل آن و غیره باشد. شرکت‌های تجاری به منظور پوشش این ریسک، اقدام به خریداری بیمه اعتبار تجاری می‌نمایند. هدف این مقاله از سویی، بررسی عدم تقارن اطلاعات در قراردادهای اعتباری میان خریدار و فروشنده و نقش بیمه اعتبار در کاستن از آن و از سوی دیگر شیوه بیمه‌گران برای مدیریت این ریسک بین خویش و بیمه‌گذاران می‌باشد.

روش شناسی: در این نوشتار با اتکاء بر روش کتابخانه‌ای و با رویکرد کاربردی سعی بر توصیف مفاهیم، معرفی و تبیین موضوع علی‌الخصوص با توجه به بداعت بیمه اعتبار تجاری در نظام حقوقی ایران گردیده است.

یافته‌ها: بیمه اعتبار، یکی از راهکارهای مدیریت عدم تقارن اطلاعات میان خریدار و فروشنده به مثابه ناهمسانی آن دو، در آگاهی از بازپرداخت اعتبارات اعطایی، به شمار می‌رود. این بیمه می‌تواند با فراهم آوردن ابزارهایی برای فروشنده، از عدم تقارن اطلاعات کاسته و بر شفافیت قراردادهای و شرایط پیرامون آن بیافزاید.

نتیجه‌گیری: 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 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 به شایستگی مدیریت می‌نمایند.

کلید واژگان: انتخاب معکوس، بیمه اعتبار، عدم تقارن اطلاعات، مخاطره اخلاقی، مدیریت ریسک

طبقه بندی D82, G22, F10: JEL

Information asymmetry in credit transactions and commercial credit insurance

Abstract

Objective: Nowadays, most of the transactions are concluded in credit terms that impose the risk of non-receipt of credit on the seller. The risk caused by inability, unwillingness or bankruptcy of the customer that impede him to meet the commitments under the sale contract.

So, to cover these kinds of risks, the commercial companies buy credit insurance. The purpose of this article is to examine the information asymmetry in credit agreements between buyers and sellers and the role of credit insurance in reducing it. The attitudes of the insurers to manage this risk between themselves and insurers will be reviewed as well.

^۱ مقاله حاضر از رساله دکتری اینجانب با موضوع "بیمه اعتبار" در دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی تهران، استخراج شده است.

Methodology: In this essay, relying on the library method and with a practical approach, an attempt has been made to describe the concepts, introduce and explain the subject, especially with regard to the novelty of commercial credit insurance in the Iranian legal system.

Finding: 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 and increase the transparency of the commercial contracts and surrounded circumstances.

Conclusion: The authors believe that credit insurers can have a significant effect on reducing this asymmetry by providing credible sources of information and also 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 arrangements

Key Words: Adverse Selection, Commercial Credit Insurance, Information Asymmetry, Moral Hazard, Risk Management

JEL Classification: D82, G22, F10

مقدمه

امروزه ریسک اعتباری را باید یکی از مهمترین ریسک‌های عرصه تجارت دانست از آنجایی که تقریباً قاطبه معامله‌گران با آن دست به گریبانند (SpuchlÁková et al, 2015: 676) چه اینکه در شرایط تجارت کنونی، کمتر معامله‌ای است که به صورت نقدی واقع شود و معمولاً فاصله ای 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 می گردد. (Sokolovska, 2017: 123) 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 و یا سیاسی نظیر مصادره کالاها، تحریم و غیره مواجه می شود.

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 می دهند؛ اما از سوی دیگر شرکتهای بیمه نیز به منظور مدیریت ریسک عدم تقارن

اطلاعات تمهیداتی اندیشیده اند تا ریسک مزبور را مدیریت نموده و از این باب متضرر نگردند. در واقع، بیمه اعتبار بستری برای انتقال منصفانه عدم تقارن اطلاعات 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.

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 و رای مرزهای کشورها (Sen, 2010: 3)، 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 می نماید. (van der Veer, 2010: 11) از سوی دیگر عملاً صادرات و تجارت و رای مرزها، نه تنها لازمه رشد و توسعه اقتصادی، بلکه بعضاً شرط بقا در بازار تجارت کنونی تلقی می گردد، از این رو در چنین بازاری بیمه اعتبار واجد اهمیت دو چندان است.

وانگهی با عنایت به ارتباط سلسله وار 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 گزینه ای اختیاری به منظور گسترش تجارت و رای 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. بر این مبنا، سخن را با تبیین مفهوم عدم تقارن اطلاعات و جلوه های آن آغاز می نماییم و سپس مختصری از بیمه اعتبار تجاری خواهیم آورد. در ادامه راهگشایی بیمه اعتبار در کاستن از عدم تقارن اطلاعات از طریق فراهم آوردن اطلاعات اعتباری، تعیین حدود اعتباری و نیز تمهید رصد مشتریان مورد بحث قرار خواهد گرفت و در خاتمه به این مهم می پردازیم که شرکت های بیمه اعتباری چگونه و از چه طرقی عدم تقارن اطلاعات را مدیریت می نمایند.

۱- عدم تقارن اطلاعات:

بررسی نقش اطلاعات در بازار، ریشه در بازانیشی یکی از فروض نظریه رقابت کامل دارد. (Miller, 2008: 222) شرح آنکه، در بازار آزاد، اطلاعات کافی فعالان مفروض تلقی می گردد. بر این مبنا، خریدار بیش از ثمنی که لازم است برای کالا نخواهد پرداخت و تولیدکننده نیز با بهره گیری از اطلاعاتش در خصوص جریان قیمت ها و هزینه ها، قادر به تخمین میزان تولید جوابگوی تقاضا، خواهد بود. فرضی که رفته رفته عدم تطابق آن با واقعیت های موجود در بازار، آشکار گردیده و آن را به

چالش کشانید. (نصیری اقدم و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۰). بر همین منوال، ابتدای قضایای اقتصاد رفاه نیز بر وجود اطلاعات کامل است.

اما مفهوم عدم تقارن اطلاعات، زاده فکر سه محقق بزرگ اقتصادی شامل جرج آکرلوف^۱، مایکل اسپنس^۲ و جوزف استیگلتز^۳ در دهه ۱۹۷۰ می باشد که جایزه نوبل در علم اقتصاد را نیز برای آنان به ارمغان آورد. (امید اخگر و شانظری، ۱۳۹۴: ۱۳۲) تلقی اطلاعات به عنوان یک کالای با ارزش اقتصادی و صحبت از "اقتصاد اطلاعات" از ثمرات این نظریه می باشد (طباطبایی نژاد و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۳) با این وصف، غنی اطلاعاتی^۴ درمقایسه با فقیر اطلاعاتی^۵ از موقعیت برتری برخوردار است. (Clarkson, 2008: 948)

عدم تقارن اطلاعات مبین عدم برابری اطلاعات متعاملین (جلیلی، ۱۳۸۶: ۲۲) در خصوص موضوع معامله و حواشی آن است (Venkatesh, 1998: 11). به عبارت دیگر، ناهمسانی توزیع اطلاعات بین استفاده کنندگان آن که منجر به برتری اطلاعاتی احدی از آنها می گردد؛ 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 چیره گی اطلاعات مدیران بر سهامداران در مورد وضعیت شرکت (امید اخگر و شاهنظری، ۱۳۹۴: ۱۳۰)

مجال وقوع عدم تقارن اطلاعات میان طرفیت معامله در ریسک های تجاری به مراتب بیش از ریسک های سیاسی می باشد، چه اینکه بیمه گذار علی العموم، نقشی در وقوع ریسک های سیاسی نداشته و به عبارتی این ریسک، ریسکی برون زاست. (Sokolovska, 2017: 135). لازم به توضیح است تجار در عرصه تجارت با دو دسته ریسک سیاسی و تجاری مواجه هستند. ریسک های تجاری ناظر به عدم وصول اعتبارات اعطایی به دلایلی نظیر ورشکستگی و یا عدم تمایل بازپرداخت است. لکن ریسک های 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 می سازد. با این شرح از آنجایی که ریسک های تجاری به نوعی منتسب به طرفین قرارداد است، امکان وقوع عدم تقارن

¹ George Akerlof

² Michael Spence

³ Joseph Stiglitz

⁴ Information Rich

⁵ Information Poor

اطلاعات قراردادی در آن بیش از ریسک های سیاسی است که منبعث از عواملی خارج از طرفین می باشد.

۱-۱- انتخاب معکوس

عدم تقارن اطلاعات می تواند منجر به انتخاب معکوس^۱ و مخاطره اخلاقی^۲ 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 می یابد. (Bernard S. 1998: 9) انتخاب معکوس گاهی در ادبیات بیمه ضد انتخاب^۳ نیز نامیده شده است (Baker 2003: 375)

با این وصف فروشنده برای پوشش عدم تقارن اطلاعات موجود میان خویش و خریدار اعتباری، ریسک را به بیمه گر انتقال می دهد. اما بیمه گر نیز با ابزاری که در مباحث بعدی خواهیم آورد، خطر موصوف را محدود می نماید. در غیر این صورت ممکن است در اثر عدم تقارن ناشی از کیفیت افشاء (کردستانی و دیگران، ۱۳۹۸: ۱۶۱)، صندوق بیمه^۴ با میزان نامناسبی پوشش با ریسک های بالا مواجه گردد (Siegelman, 2004:1221)

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 ریسک های پیش رو نیز در آن کشورها محدودتر است (Sokolovska, 2017:127)

۱-۲- خطر اخلاقی:

عدم تقارن اطلاعات پس از انعقاد قرارداد، می تواند به نقض تعهدات اخلاقی توسط یکی از طرفین (ابریشمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۷) به منظور دست یافتن به منفعت بیشتر (کامیابی و بوربوری، ۱۳۹۵: ۲۹) منجر گردد، در چنین حالتی فرد مزبور با اتکاء به عدم تقارن اطلاعات طرف مقابل، اقداماتی می نماید که در نهایت منتهی به افزایش ریسک نکول می گردد. به این طریق در معاملات اعتباری، خریدار با تحمیل هزینه ریسک به طرف فروشنده منتفع می شود (نصیری اقدم و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۴). همچنین بیمه گذار (فروشنده) می تواند با سوء استفاده از این عدم تقارن

¹ Adverse Selection

² Moral Hazard

³ Anti - selection

⁴ Insurance Pool

اطلاعات میان خویش و بیمه‌گر، به نحو ناروایی از بیمه متمتع گردد. در واقع هم‌آنگونه که اطلاعات پیش از انعقاد قرارداد بیمه، در تعیین احتمال وقوع ریسک و مطالبه خسارت^۱ 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 (Arvidsson, 2010: 1).

۲- بیمه اعتبار تجاری

امروزه معاملات تجاری بیشتر و بیشتر به سمت غیرنقدشدن می‌گیرند و در معاملات تجاری بین‌المللی، شاید وقوع معامله نقد امری نادر باشد (Riestra, 2003: 1). اعتبار تجاری، چون خون در رگهای تجارت جاری است. اما معامله بر مبنای اعتبار، تا هنگامی که اعتبار اعطایی بازپرداخت نگردد؛ ناتمام است (International Credit Insurance & Suerty Association, 2015: 1). 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 (Goode, 1995: 635) حسب برآوردهای صورت گرفته، عدم بازپرداخت اعتبارات اعطایی، بیست و پنج درصد ورشکستگی تجار را موجب می‌شود (EulerHermes, 2015: 9-10) علی‌رغم این وصف، با توجه به مقتضای تجارت و نیز رقابت موجود در آن، اعطای اعتبار، یک مزیت و البته ضرورت است. از این روی، به منظور افزایش میزان تجارت و کاستن از ریسک، از بیمه اعتبار استفاده می‌شود (Sokolovska, 2017: 123).

در واقع موضوع این بیمه، قراردادهای اعتباری است که جریان پرداخت ارزش کالا و خدمات با دریافت آن همزمان نیست. (کریمی، ۱۳۸۶: ۶۹) 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. (زندى 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 (Jus, 2013: 38).

^۱ Probability of Claim

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^۱، بیمه حوادث^۲ و بیمه سلامت^۳ اعتبار می‌باشد. (حقیقی و دیگران، ۱۳۹۳: ۲۳)

از آنجایی که در طریق کسب سود و نیز بقای شرکتها، مدیریت ریسک واجد اهمیت به سزااست؛ بیمه اعتبار تجاری به عنوان یکی از راهکارهای مطرح مدیریت ریسک توسط شرکتهای اعتباردهنده مورد استفاده قرار می‌گیرد. (Jones, 2010: 3) 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 (Spuchl'akova et al, 2015: 675)

از آنجایی که این نوع از بیمه‌ها توسط طلبکار برای اطمینان از بازپرداخت طلب هایش خریداری می‌شود؛ آن را بیمه دریافت‌شدنی‌ها^۴ نیز نام نهاده اند^۵ لازم به توضیح است، میزان و سهولت ارائه آن بسته به توسعه اقتصادی کشورها متفاوت بوده و در کشورهای پیشرفته با اعداد بیشتر و شرایط سهولتری توسط بیمه‌گران ارائه می‌گردد. (باغستانی میبدی، ۱۳۹۰: ۱۱)

۳- راهگشایی بیمه اعتبار در کاستن از عدم تقارن اطلاعات موجود میان فروشنده اعتباری و خریدار

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 اعتبار سنجی 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

¹. Credit life

². Credit accident

³. Credit health insurance

⁴ Account Receivable Insurance

⁵ Black's Law Dictionary

(Berger et al, 2003: 2)؛ نقش مهمی در پیشگیری از وقوع ضرر اعتباردهنده دارد. (نصیری اقدم و دیگران، ۱۳۹۲: ۷۵)

صرفنظر از اینکه اعتبار سنجی بر مبنای ارزیابی کمی^۱ و یا کیفی^۲ از متقاضی اعتبار باشد؛ رفتار اعتباری متقاضیان از طریق آن، وزن‌دهی و ارزیابی شده و (Berger et al, 2003:3) و بر آن مبنای میزان ریسک اعطای اعتباری آن فرد تخمین زده خواهد شد. اعتبار سنجی، با تلاش در راستای پر نمودن خلاء اطلاعاتی، شرکتها را در غربال کردن^۳ مشتریان و فائق آمدن بر عدم 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 نمی باشد (Reistra, 2003: 28) 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 می نمایند؛ 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 بیمه‌ای، هزینه کمتری را بر بیمه‌گذار تحمیل می نماید. وانگهی حضور بیمه‌گر اعتباری در هنگام انعقاد قرارداد فروش اعتباری، می تواند کیفیت افشای^۴ اطلاعات توسط خریدار را ارتقاء داده و در نتیجه امکان انتخاب صحیح برای فروشنده را افزایش دهد. (Bernard, 1998:92)

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

علی رغم اعتبار سنجی، ممکن است عدم تقارن اطلاعات پس از اعطای اعتبار و در نتیجه مخاطره اخلاقی اعتبار گیرنده رخ دهد. در چنین حالتی، رصد^۵ 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. (Spuchláková et al, 2015:678) 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

¹ Quantitative Information

² Qualitative Information

³ Screening

⁴ Disclosure

⁵ Monitoring

دسترس دارند. این کنترل مداوم از سویی می تواند از مخاطرات اخلاقی اعتبار گیرنده پیشگیری نماید و از سوی دیگر، با اطلاع رسانی زود هنگام احتمال نکول، فرصتی برای اجتناب از ضرر بیشتر و عندالاقضاء استفاده از تمهیدات قراردادی برای اعتبار دهنده فراهم آورد (Jus, 2013:112). لازم به توضیح است؛ حسب قرارداد می توان امکاناتی به منظور حمایت از حقوق اعتبار دهنده، نظیر حق وثیقه و حبس مالکیت اُتا وصول ثمن و امکان ضبط کالا به محض تأخیر در بازپرداخت اعتبار بدون حکم دادگاه، فراهم آورد که بیمه گران اعتباری، در این زمینه نیز مشاوران قراردادی خوبی برای شرکت های اعتبار دهنده به شمار می روند. (Salcic, 2014:158)

۳-۳- تعیین حدود اعتباری و حدود صلاحیدیدی به عنوان تخمین بیمه گر از ظرفیت اعتباری خریدار

هنگام انعقاد قرارداد، معمولاً شیوه ای جهت معرفی خریداران توسط بیمه گذار و تعیین حد اعتباری توسط بیمه گر، تصریح می گردد. به این وسیله بیمه گر میزان کل پوشش دریافتنی ها برای هر مشتری را مشخص می نماید. در فرم درخواست حد اعتباری، بیمه گذار به سؤالاتی در خصوص سابقه پرداخت آن مشتری، میزان خوش حسابی وی، دوره اعتبار^۲، کالای فروخته شده یا خدمت ارائه شده، مجموعه دیون آن خریدار و هر اطلاعاتی که در ارزیابی ریسک موثر است؛ پاسخ می گوید.

در واقع به این طریق بیمه گذار، میزان معمول تجارت^۳ خویش را با توجه به مشتریان بالفعل و بالقوه، میزان تولیدات، سهم بازار و غیره، تخمین زده و به شرکت بیمه گر ارائه می نماید. میزان پوشش بیمه گر برای هر مشتری به وسیله حدود اعتباری تعیین می گردد. علاوه بر این، حد اعتباری تخصیصی به هر مشتری، مبین ارزیابی بیمه گر از ظرفیت اعتباری و توانایی واقعی پرداخت هر یک از مشتریان است و به جهت تبحر شرکت های بیمه در این خصوص، خود منبع اطلاعاتی واجد اهمیتی از مشتریان به شمار می رود. ممکن است قرارداد بیمه دربردارنده حدود اعتبار صلاحیدیدی^۴ نیز باشد. این حد اعتباری معمولاً به شرکت های بیمه گذار دارای تجربه و اطلاعاتی کافی از خریداران اعطا می گردد و بر مبنای آن، شرکت های فروشنده در حد اعتبار صلاحیدیدی می توانند بدون اذن قبلی بیمه گر، اقدام به فروش اعتباری نمایند (Jus, 2013:111). این نوع اعتبار معمولاً درخصوص مشتریان با سابقه تجارت طولانی و بدون تاریخچه عملکرد بد و یا برای مطالبات کوچک استفاده می گردد. به صورت کلی، حدود اعتباری ممکن است در نتیجه تصمیم بیمه گر، در هر زمانی از قرارداد

¹ Retention of Title

² Credit Period

³ Normal Volume of Trade

⁴ Discretionary Insurance Limits

تغییر کرده و یا لغو شود. چنین اتفاقی معمولاً با صدور اعلامیه ای از جانب وی رخ می دهد. 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 بیمه گر، به جهت عملکرد حرفه ای و دسترسی به منابع اطلاعاتی توسط وی، می تواند به عنوان یک منبع اطلاعات، نشان و خطاری برای بیمه گذار تلقی شود.

۴- مدیریت عدم تقارن اطلاعات توسط بیمه گر

آنگونه که در بخش های پیشین آمد، بیمه گذار از طریق بیمه اعتبار، ریسک عدم تقارن میان خود و خریدار را به بیمه گر منتقل می نماید؛ عدم مدیریت این ریسک توسط بیمه گر، ممکن است منجر به تحمیل ضررهای فراوانی به وی گردد. چه اینکه بیمه گذاران معمولاً تمایل به بیمه دادن 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 بیمه گر قادر به مدیریت این ریسک گردد و هم زمینه و اشتیاق انتقال اطلاعات، اجتناب از خطر و کاستن از میزان خسارت را برای بیمه گذار فراهم آورد.

شایان ذکر است؛ حسن نیت یکی از اصول اساسی و جزء لاینفک عقود بیمه بوده (Campbell, 2005:479) و بیمه گذار را مکلف به افشای تمامی اطلاعات موجود پیش از انعقاد قرارداد، خود-اخباری^۱ در حین قرارداد (Arvidsson, 2010:1) و نیز عمل با رعایت تمامی جوانب احتیاط، فارغ از تعهد بیمه گر به جبران، می نماید. (انصاری و عسگری دهنوی، ۱۳۹۱: ۳۹) اما راهکارهای بیمه گران برای کاستن از این مخاطرات به شرح ذیل است:

۴-۱- تأکید بر ارائه پوشش های جامع

بیمه گرها برای اجتناب از انتخاب معکوس معمولاً و به طور کلی در پی پوشش ریسک جامع علی الخصوص کل گردش مالی^۲ هستند که سنتی ترین شیوه پوشش بیمه اعتبار تلقی می شود. (Jus, 2013:6) در واقع هر اندازه که پوشش ریسک گسترده تر می شود؛ احتمال انتخاب معکوس و مخاطره اخلاقی در آن کاهش می یابد. این نوع از پوشش معمولاً برای ریسکهای کوتاه مدت صادر

¹ Self-reporting

² whole turn over

می‌شود (صحت و زندگی، ۱۳۸۹: ۱۰۵) و فرم استاندارد بیمه اعتبار، تلقی می‌شود Sokolovska, (2017, 123)

۲-۴- سیستم پاداش و جریمه حق بیمه

روش دیگر استفاده از سیستم پاداش و جریمه حق بیمه^۱ 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^۲ تلقی می‌گردد. در سوی مقابل، چنانچه ریسک واقع و خسارت مطالبه گردیده باشد، مراتب با بالا بردن حق بیمه تا حدی جبران می‌گردد. (Denuit and Dhaene, 2001:14)

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، امیر تیمور، 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

هم‌آنگونه 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 تحدید 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 ملاتت 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

^۱ Bonus/malus System of Insurance Premium

^۲ Profit Sharing

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 (Jus, 2013:63)

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. (بهمنی و مرادی، ۱۳۹۲: ۱۶۱)

با این شرح، بیمه‌گران اعتباری، اعتبارات اعطایی به شرکتهای فرعی^۱ و وابسته^۲ که به ترتیب، شرکت‌های با مالکیت سهام بالای ۵۰ درصد و مدیریت شرکت مادر بدون 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. (Jus, 2013:63)

۵-۴- 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 اجرای 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 اجرایی تعیین شده نظیر کسر خسارت پرداختی و لغو قرارداد بیمه مواجه شود.

۶-۴- 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

¹ Subsidiary Company

² Affiliated Company

رقمی معین و ثابت و یا درصدی ثابت تعیین شده باشد؛ راه را بر اهمال کاری بیمه‌گذار می‌بندد (Purvis, 2010: 66)

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 دریافتی‌ها تغییر نماید. (مهدوی و جعفری، ۱۳۹۵: ۵۸)

در واقع از آنجایی که عملاً تجاری که بیمه شده اند، کمتر محتاط هستند (Arvidsson, 2010: 5) 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 مبنای، 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. (Jus, 2013: 60) حتی در بیمه‌های اعتبار صادر شده توسط دولت و سازمانهای توسعه صادرات^۱ نیز این امر جا افتاده است که خود بیمه‌گذار می‌بایست بخشی از ریسک را حداقل به عنوان انگیزه ای برای مشارکت تقبل نماید. که البته این میزان، معمولاً در پوشش‌های ارائه شده توسط بیمه‌گران دولتی کمتر و نهایتاً بالغ بر ۱۵ درصد است (International Credit Insurance & Suerty Association, 2015: 113)

۷-۴- 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 (Risk Management Winterthur Insurance Credit Suisse Group, 2000: 3) ، اعم از اینکه اقدام مزبور به جهت تکلیف قانونی باشد و یا به انتخاب خود بیمه‌گر صورت گیرد. (صالحی مازندرانی و سلیمی، ۱۳۹۲: ۶۵).

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

^۱ Export Credit Agency

از جبران خسارت بیمه‌شدگان عاجز کند، بلکه تداوم حیات شرکتهای بیمه را دستخوش دشواری نماید (Vedeno et al., 2004:72)

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. (International Credit Insurance & Suerty Association, 2015: 133)

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 (Jus, 2013:4) 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. (Ibid: 34)

نتیجه و پیشنهادات:

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، همه‌گی در پی سنجش ریسک

اعتباری اعمال تجاری خویش و مدیریت آن هستند. اما در این میان، عدم تقارن اطلاعات می تواند صحت ارزیابی ریسک را دچار اختلال نماید.

در بستر اعتبارات (به مفهوم اعم کلمه) عدم تقارن اطلاعات، هنگامی ایجاد می شود که اعتباردهنده از احتمال اجرای قرارداد توسط اعتبارگیرنده، اطلاع کاملی ندارد. عدم تقارن اطلاعات به مثابه نابرابری اطلاعات نزد طرفین یک قرارداد، می تواند وزنه قراردادی را به جانب دارنده آن اطلاعات، سنگین تر نماید. فروشندگانی که به دلایل متفاوتی نظیر عرف بازار، ربودن گوی رقابت از رقبای، ارتباط دیرینه با یک مشتری و... ناگزیر از فروش اعتباری کالاها و خدمات خود می گردند؛ (Reistra, 2003:8) 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 بیمه گر اعتباری منتقل می گردد و در عین حال با در دسترس قرار گرفتن ابزار و امکانات بیمه گر نظیر منابع اطلاعاتی مختص بیمه گر، موسسات رتبه سنجی و غیره، تا حدودی مجال همسان سازی اطلاعات، برای فروشندگان (اعتباردهندگان) فراهم می گردد (Selvaprakash, 2014: 108)، که این خود، کارکرد پرتفوی آنها را بالا برده و احتمال نکول اعتبارگیرندگان را کاهش خواهد داد (Berger et al, 2003: 3) به این طریق بیمه اعتبار با کاستن از عدم تقارن اطلاعات، به عنوان یک ابزار کاهنده ریسک برای فروشندگان عمل خواهد نمود. (Jus, 2013:34)

اما با توجه به حجم عظیمی از ریسک که با پوشش ریسک های اعتباری فروشندگان به بیمه گران انتقال می یابد؛ آنها نیز دست بسته عمل ننموده و با استفاده از ابزار متفاوتی در پی کاستن از این ریسک می باشند؛ بیمه اتکایی، تعیین حدود اعتباری، تعیین فرانشیز، استفاده از سیستم پاداش- جریمه حق بیمه، ارائه پوشش های جامع و امتناع از پوشش ریسک های برگزیده، در شمار این تمهیدات است که مختصری از آنها در این نوشتار آمد. مراتب مزبور با عنایت به نوپایی بیمه اعتبار و اجتناب بیمه گران، از ارائه چنین پوششی، مستلزم بحث و بررسی در بستر حقوقی، اقتصادی و مالی است که مقاله حاضر تلاشی در این راستاست. همچنین اقدامات ذیل به منظور ترویج این نوع از بیمه در ایران، پیشنهاد می گردد؛ تجهیز زیرساخت های نرم افزاری به نحوی که ارائه پیشنهاد بیمه به بیمه گر، بررسی وضعیت اعتباری مشتریان و سایر اقدامات مربوطه بدون نیاز به حضور بیمه گذار و در کمترین زمان ممکن صورت پذیرد. نیز از آنجایی که بسیاری از بیمه گران به دلیل ریسک بالای این نوع از بیمه از ارائه آن استنکاف می نمایند؛ اقدام بیمه مرکزی، جهت پوشش های 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 می باشد. (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 اعتبار سنجی در نظام حقوقی و اقتصادی ایران، ضمانت اجرای صحت اطلاعات ارائه شده از جانب بیمه‌گذار به بیمه‌گر، وابستگی‌های شرکتها و خرق حجاب^۱ 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

فارسی

ابریشمی، حمید؛ توحیدی نیا، ابوالقاسم؛ 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 شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بورس اوراق بهادار، دوره ۳، شماره ۱۱، صص ۱۰۷-

۱۲۴

^۱ Piercing the Corporate Veil

امید اخگر، محمد؛ شانظری، نسرين. (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 ۱۲۹-۱۴۷

امینی، منصور؛ جعفری، دیبا. (۱۳۹۹). تشریک اطلاعات اعتباری در ایران با نظر به شاخص انجام کسب و کار بانک جهانی، مطالعات حقوق تطبیقی، دوره ۱۱، شماره ۱، صص ۳۹-۵۸

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

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

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

بهمئی، محمد علی؛ مرادی، فهمیه. (۱۳۹۲). نقش دکترین گروه شرکتها در شناسایی اطراف پنهان قرارداد داورى، 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، امیر تیمور. (۱۳۹۳). تحلیل سیستم پاداش - جریمه ایران، پژوهشنامه بیمه، شماره ۱۱۶، صص ۱-۳۲

تیموریان، مریم؛ پاینده نجف آبادی، امیر تیمور؛ 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، صص ۱۲۵-۱۵۴

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؛ 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)

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

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

طباطبایی نژاد، سید محمد؛ باقری، محمود؛ فرخانی، 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؛ شیخانی، مصطفی. (۱۳۹۱). بررسی جایگاه و اثر مسئله عدم تقارن اطلاعات در اداره موقوفات، معرفت اقتصاد اسلامی، شماره ۷، صص ۷۳-۹۶

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

کامیابی، یحیی، بوربوری، فاطمه. (۱۳۹۵). مخاطرات اخلاقی و عدم تقارن اطلاعاتی در قیمتگذاری کمتر از حد عرضه های اولیه عمومی سهام، پژوهش های اقتصادی، شماره ۲۰، صص ۲۱-۴۱

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

گوگردچیان، احمد؛ محمودی نیا، داوود؛ راهنورد، فهیمه. (۱۳۹۲). تأثیر عدم تقارن اطلاعات بر بحران مالی در کشورهای منتخب عضو کنفرانس اسلامی، تحقیقات توسعه اقتصادی، شماره ۱۱، صص ۴۷-۶۸

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

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

English

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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