

عنوان مقاله:

بیمه کشاورزی در بازارهای نوظهور و راهکارهای توسعه بیمه های کشاورزی در کشور

محل انتشار:

هفدهمین همایش ملی و سومین سمینار بین المللی بیمه و توسعه (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسنده:

علی دهقانی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

خلاصه مقاله:

بیمه کشاورزی در ایران نظامی نوپا میباشد که با تاسیس صندوق بیمه محصولات کشاورزی به عنوان تنها بیمه گر این بازار از 25 سال پیش تا کنون روند رو به رشدی را تجربه کرده است. با این وجود بازار بیمه کشاورزی کشورمان با چالش های جدی مواجه است که این مطالعه در تلاش است با بررسی الگوهای بیمه کشاورزی کشورهای با اقتصاد کمبیش مشابه کشورمان و از جمله بازارهای نوظهور به بیان راه کارهایی برای توسعه بیمه کشاورزی در کشور بپردازد. بیمه های کشاورزی در بسیاری از بازارهای نوظهور از نظر ارایه پوشش های متنوع بیمه ای به طور کلی کم کار بوده و مرحله گذار را طی میکند. در سال 2005، حق بیمه کشاورزی در بازارهای نوظهور در حدود 1/1 میلیارد دلار آمریکا بوده است که نمایانگر ضریب نفوذ کمتر از 0.1% می باشد و کمتر از 20% کل حق بیمه کشاورزی جهان را شامل می شود. رد مقابل، کشورهای توسعه یافته، با وجودی که بخش های کشاورزی سهم اندکی در اقتصاد آن کشورها داراست، از ضریب نفوذ بیشتری برخوردار هستند. ویژگی های نظام بیمه کشاورزی در بازارهای نوظهور به طور چشمگیری متفاوت است. به عنوان مثال، برنامه های اجرا شده ای که در بزرگترین کشورهای امریکای لاتین مانند آرژانتین، برزیل و مکزیک مناسب هستند در اروپای شرقی رواجی ندارند. در آسیا و آفریقا کشورهایی مانند هند و آفریقای جنوبی برنامه های بلند مدتی دارند، اما در برخی کشورها از جمله اندونزی نظام رسمی و مطرحی وجود ندارد. در بسیاری از بازارها، زمانی که خرید بیمه برای درخواست وام کشاورزی ضروری است، توسعه بیمه کشاورزی با حمایت های اعتباری ارتباطی تنگاتنگ است. در برخی از اقتصادهای نوظهور و برای مثال در آفریقای جنوبی و آرژانتین، بخش خصوصی به طور فعال تری در توسعه بیمه کشاورزی نقش ایفا می کنند. در حقیقت، با وجودی که عرضه کنندگان بخش خصوصی قادر به ارائه خدمات بیمه به بخش کشاورزی هستند، دولت می تواند مثلا با اجباری کردن بیمه برای مقابله با پدیده انتخاب نامساعد و ایجاد زیربنای ضروری، به بهبود شرایط بازار بیمه های کشاورزی کمک کند. در بازارهای نوظهور رایج ترین محصولات بیمه ای، بیمه نامه های خطرات معین هستند، اما پیشرفته ترین آنها به صورت تجاری در می آیند و در برخی بازارها مانند برزیل، هند و اوکراین، بیمه های چند خطره رواج دارد. همچنین در سالهای اخیر بیمه نامه های تغییرات آب و هوایی، بیش از پیش در برخی بازارهای نوظهور به عنوان راهی موثر بریا جلوگیری از مخاطرات اخلاقی و انتخاب نامساعد مورد استفاده قرار می گیرند. از نظر حق بیمه، برآورد می شود که آسیا 40%، امریکای لاتین 29%، اروپای شرقی 21% و آفریقا 10% کل حق بیمه کشاورزی بازارهای نوظهور را تشکیل می دهند.

کلمات کلیدی:

بیمه کشاورزی، بازارهای نوظهور، بخش خصوصی و دولتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/188009>

