

تحلیل تأثیر یارانه بیمه صادراتی بر صادرات غیر نفتی

کریم آذربایجانی^۱

علی سرخوش سرا^۲

ئاسو اسماعیل پور^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۴/۲۶

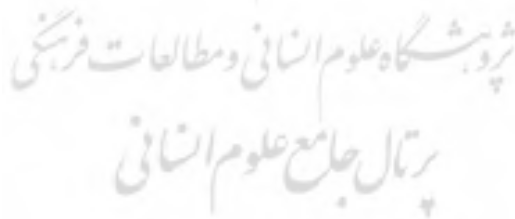
تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۴/۷

چکیده

یکی از اهداف اساسی کشورهای در حال توسعه دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی پایدار می‌باشد. در این راستا، توسعه صادرات می‌تواند به طور مستقیم عاملی برای رشد اقتصاد باشد. با توجه به اهمیت بررسی عوامل مؤثر بر صادرات غیرنفتی در سیاستگذاری‌های تجاری، در این مطالعه تأثیر یارانه بیمه‌های صادراتی و برخی متغیرهای مرتبط دیگر بر صادرات غیر نفتی ایران بررسی می‌شود. برای این منظور، رابطه بلندمدت و کوتاه مدت بین صادرات غیر نفتی با یارانه بیمه صادراتی و دیگر متغیرها با استفاده از داده‌های سالانه ۱۳۹۰-۱۳۷۴، و بهره‌گیری از رهیافت خود توضیح با وقفه‌های گسترده (ARDL) برآورد و تحلیل شده است. نتایج به دست آمده از این مطالعه نشان می‌دهد که یارانه بیمه صادراتی در بلند مدت و کوتاه مدت دارای اثر مثبت بر صادرات غیر نفتی کشور می‌باشد.

واژگان کلیدی: صادرات غیرنفتی، یارانه بیمه صادرات، الگوی خود توضیحی با وقفه‌های گسترده (ARDL)

طبقه بندی JEL: H25, F13, C22



k_azarbayjani@ase.ui.ac.ir
alisarkhosh1988@yahoo.com
asoesmailpoor1986@yahoo.com

۱. دانشیار اقتصاد و عضو هیات علمی دانشگاه اصفهان
۲. دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه اصفهان
۳. کارشناس ارشد توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی دانشگاه اصفهان

۱- مقدمه

یکی از راهبردهای توسعه و رشد اقتصادی که در سه دهه اخیر جایگاه ویژه‌ای را در میان کشورها پیدا کرده است، "استراتژی (راهبرد) توسعه صادرات" می‌باشد. استراتژی توسعه صادرات مجموعه تدابیر و تمهیداتی است که برای دستیابی به اهداف توسعه صادرات طراحی و اجرا می‌شود. یکی از ابزارهای پیشبرد این استراتژی، سیاست تشویق صادرات می‌باشد، اصولاً کشورها از ابزارهای مختلفی برای تشویق صادرات استفاده می‌کنند که از آن جمله می‌توان به مواردی مانند معافیت‌های مالیاتی، تخفیف‌های تعرفه‌ای (برای واردات مواد اولیه)، کمک‌های بازاریابی، حمایت‌های بیمه‌ای، تضمین صادرات، یارانه‌های مستقیم (نقدی) و غیرمستقیم صادراتی و غیره اشاره کرد (پارسامنش، ۱۳۸۵).

در دهه‌های اخیر، نفت همواره به عنوان محور توسعه اقتصادی و کسب درآمدهای ارزی کشورهای در حال توسعه صادرکننده نفت، از جمله کشور ایران قرار داشته است (Ogan, 1995). با این حال، وابستگی کشورها به صادرات نفتی به دلیل وجود نوسانات بازارهای جهانی، موجب نوسان‌های زیادی در درآمدهای ارزی آنها شده است و چون منابع نفتی جزء منابع پایان پذیر به شمار می‌روند، این مسیر برای کشوری که در اندیشه توسعه پایدار است، اطمینان بخش نیست (Rogres and Mulen, 1998).

ایران نیز به عنوان یکی از کشورهای صادرکننده نفت از این قاعده مستثنی نبوده تا جایی که مهمترین مشخصه اقتصاد کشور وابستگی شدید به درآمدهای نفتی است و درآمدهای صادراتی کشور از ثبات لازم برخوردار نیست. پس هر گونه نوسان و تغییر ناگهانی در قیمت نفت باعث تغییر چشمگیر تراز پرداختهای کشور خواهد شد. به همین دلیل باید صادرات غیرنفتی تشویق شود. بنابراین رشد پایدار اقتصاد کشور در گرو توسعه و ثبات صادرات غیرنفتی است (بی‌ریا و جبل‌عاملی، ۱۳۸۵).

صدور کالای غیر نفتی که از چند سال پیش در برنامه دولت ایران قرار گرفته است، بدون تدارک بسترهای لازم و اتخاذ سیاست‌های حمایتی نمی‌تواند به هدفهای تعیین شده خود برسد. یکی از راه‌های تشویق صادرات ایجاد ضمانت‌های ارزی برای صادرکنندگان می‌باشد. چنین تسهیلاتی معمولاً به صورت صندوق‌های ضمانت به وجود می‌آیند و خطراتی که بیمه‌گران در مورد ریسک‌های بازرگانی به عهده نمی‌گیرند را تحت پوشش قرار می‌دهند (زینال‌زاده، ۱۳۷۳).

از طرف دیگر، اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها با توجه به اثرگذاری بر متغیرهای کلان اقتصادی از حساسیت بالایی در اقتصاد کشور برخوردار می‌باشد و برای اجرای صحیح این قانون در مراحل بعدی، باید به شناخت دقیق تأثیرگذاری بخش‌های مختلف اقتصادی دریافت‌کننده یارانه پرداخت. باید یارانه‌ها به صورتی پرداخت شود که در نهایت، باعث رشد و توسعه پایدار کشور شود. به همین منظور در این قانون کمک به توسعه صادرات غیر نفتی به عنوان عاملی در جهت رشد و توسعه پایدار اقتصادی مورد توجه بوده است. یارانه بیمه صادراتی یکی از ابزارهای توسعه صادرات غیر نفتی می‌باشد که برای تداوم

پرداخت آن با اجرای این قانون، لازم است تأثیر آن بر صادرات غیر نفتی مورد بررسی قرار گیرد. صندوق ضمانت صادرات به عنوان سازمان متولی بیمه‌های صادراتی در ایران، در سال ۱۳۵۲ راه اندازی شد و تا سال ۱۳۵۷ به فعالیت خود ادامه داد و هدف از آن، توسعه صادرات از طریق حفظ حقوق صادرکنندگان در مقابل خطرهای سیاسی-اقتصادی بود که به طور معمول شرکت‌های بیمه تجاری آنها را بیمه نمی‌کنند. صندوق ضمانت صادرات در سال ۱۳۵۸ به استناد مصوبه شورای انقلاب با همه وظیفه‌ها و اختیارات و دارایی و دیون و مطالبات، در مرکز توسعه صادرات ادغام شد و تا نیمه دوم سال ۱۳۷۳ در عمل فعالیت چندانی نداشت. این در حالی است که در این دوره بنا به دلایل گوناگون، نیاز به خدمات صندوق بیشتر از قبل احساس می‌شد. این صندوق از نیمه دوم سال ۱۳۷۳ فعالیت خود را دوباره گسترش داد و تا امروز به پوشش ریسک‌های صادراتی در ایران می‌پردازد. اگر چه با توجه به اهداف صنعت بیمه در کشور و اهمیت انواع بیمه، مطالعات گوناگونی در این زمینه‌ها انجام گرفته، اما اساس بیشتر این مطالعات بررسی رابطه علی و معلولی بین متغیرهای کلان اقتصادی از جمله رشد اقتصادی، رشد صادرات، رشد سرمایه‌گذاری و رشد درآمد یا توزیع آن با عرضه انواع خدمات بیمه‌ای بوده و در این زمینه، بیمه‌های صادراتی و یارانه‌های آن کمتر مورد توجه پژوهش‌گران قرار گرفته و بنابراین در این مطالعه، تأثیر متغیرهای گوناگون از جمله یارانه بیمه‌های صادراتی بر عرضه کل صادرات کشور بررسی شده است.

با توجه به بار مالی اعطای یارانه‌های صادراتی برای دولت، سؤال اصلی تحقیق این بوده که آیا یارانه بیمه صادراتی در کوتاه مدت و بلند مدت تأثیری بر صادرات غیر نفتی کشور داشته است؟ برای پاسخ به این سؤال از آمار و داده‌های صندوق ضمانت صادرات و بانک مرکزی برای محصولات غیرنفتی طی سالهای ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۰ استفاده شده است.

در ادامه بعد از ارائه مبانی نظری و مطالعات داخلی و خارجی صورت گرفته در زمینه موضوع مورد بررسی، در بخش چهارم به بررسی وضعیت ایران از لحاظ یارانه بیمه صادراتی پرداخته شده است. در بخش پنجم، مدل استفاده شده در تحقیق تصریح می‌شود و در بخش ششم، مدل مورد نظر برآورد و نتایج حاصل از آن تحلیل شده است. و در نهایت، بخش هفتم به جمع بندی تحقیق اختصاص دارد.

۲- مبانی نظری

تقریباً تمام مکاتب اقتصادی به نقش دخالت دولت‌ها در عرصه تجارت بین الملل پرداخته اند و یارانه، ابزاری است که در کنار دیگر ابزارهای مالی نظیر تعرفه‌ها بسیار مورد توجه قرار گرفته است (Cass, 1990). مرکانتلیست‌ها محور نظرات و مطالعات خود را بر چگونگی شکل‌گیری شخصیت

ملی و بین‌المللی یک ملت و حداکثر کردن ذخایر طلای کشور از تجارت (صادرات) با سایر کشورها قرار دادند. از نگاه این گروه، اگر کشوری قادر باشد موازنه تجاری را به سود خود تغییر داده و نسبت صادرات به واردات خود را افزایش دهد، آنگاه می‌تواند به مازاد تجاری دست یافته و ثروتمند شود. این مکتب، دولت را برای تحقق این منظور، مسئول نظارت بر تجارت دانسته و معتقد بود که دولت برای رسیدن به این نقطه می‌تواند از ابزارهای گوناگونی چون تعرفه‌ها، سهمیه‌ها، اعطای کمک به تولیدکنندگان، یارانه صادراتی و سیاست‌های مختلف تجاری استفاده نماید (Carbaugh, 1998).

۲-۱- نظریه‌های حامی پرداخت یارانه صادراتی

۲-۱-۱- نظریه حمایت از صنایع نوزاد

این نظریه عنوان می‌کند، کشوری ممکن است در یک کالا مزیت نسبی داشته باشد ولی به علت فقدان دانش اولیه و سطح اندک تولید این صنعت نتواند در کشور راه اندازی شود و یا در صورت راه اندازی نتواند با سایر بنگاه‌های تأسیس شده در خارج، رقابت موفقیت‌آمیزی داشته باشد. هدف اصلی حمایت تجاری موقت، به منظور تأسیس، راه اندازی و حمایت از صنعت داخلی در دوران نوزادی است، تا جایی که با دستیابی به صرفه‌های مقیاس و مزیت نسبی بلندمدت، این صنعت توانایی رقابت با سایر بنگاه‌های خارجی را به دست آورد.

در واقع، یک بنگاه تولیدی جدید در صنعتی جدید با مشکلات مختلفی دست به‌گریبان خواهد بود. بنگاه مزبور باید "مدیریت" و نیروی کار متخصص را تهیه و یا آموزش دهد، تکنیک‌های تولیدی جدید را فراگیرد، در ایجاد و یا داخل شدن در بازارهای مرتبط با تولیدات خود تلاش نماید و روش‌هایی را برای کاهش هزینه تولید جستجو نماید (رحیمی‌پروجرودی، ۱۳۷۴). اگر چه ناکامی بازار، امر حمایت را توجیه می‌کند، اما تحت بعضی از ناکامی‌های بازار، شاید بهترین سیاست، اعطای یارانه صادراتی نباشد، اگر یادگیری از طریق کار^۱ به صرفه‌جویی‌های داخلی پویایی منجر شود که مزایای یادگیری به طور کامل در درون بنگاه باقی بماند، ناکامی بازار ممکن است در ناکامل بودن بازار سرمایه باشد که باعث می‌شود تأمین مالی چنین سرمایه‌ای مشکل یا بسیار پر هزینه باشد، زیرا بازار سرمایه برخلاف این نوع سرمایه‌گذاری «نامرئی» در سرمایه‌انسانی تورش پیدا می‌کند، یا به این علت که نرخ بهره برای تمام سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت به دلیل نزدیک بینی خصوصی، بسیار بالا است. در این مورد، بهترین سیاست، بهبود بازار سرمایه به طور مستقیم است. اما اعطای یارانه به فعالیتی که مزایای یادگیری را باعث می‌شود، بهترین جانشین می‌باشد (میر، ۱۳۷۸).

-
1. learning by doing
 2. short-termism

۲-۱-۲- نظریه تجارت نو

این نظریه بر رقابت ناقص و صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس متمرکز است که بحث در خصوص صنعت نوزاد را موجب شده است. اما حمایت موقت تعرفه‌ای یا دادن یارانه به یک صنعت داخلی ممکن است به یک صنعت نوزاد اجازه دهد از طریق اثر مقیاس رشد کند و سرانجام در بازارهای صادراتی به یک وضعیت رقابتی دست یابد، نظیر جنبه‌های دیگر نظریه تجارت نو، مناسبت این نوع حمایت از صنعت نوزاد سؤال برانگیز است، آن هم زمانی که اندازه بازار داخلی کوچک است، صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس برای محصولات اولیه وجود ندارد یا ورود به صنعت آزاد است یا دولت‌ها تلافی‌جویانه عمل می‌کنند و یا در محیط سیاستگذاری دولتی فساد و پشتیبانی سیاسی حاکم است، به طوری که این بحث تنها پوشش برای حمایت‌گرایی نسنجیده است.

یکی از دلایل حمایت از نظریه نو تجارت، بحث اثرات خارجی (صرفه‌جویی‌های جانبی) می‌باشد. اثرات خارجی دربرگیرنده آموزش فناوری، آموزش و مهارت نیروی کار، فراهم نمودن داده‌های تولیدی با هزینه کم برای صنایع دیگر و غیره هستند. موارد مذکور تنها به سرمایه‌گذاری خصوصی تعلق نمی‌گیرد و کل جامعه از آن می‌توانند بهره‌مند گردند. بنابراین اگر صنعتی به وجود آورنده اثرات خارجی مثبت باشد، دولت مجاز است از سیاست‌های حمایتی برای آن صنعت بهره‌جوید. حمایت دولت به بنگاه امکان افزایش تولید و حرکت به سمت پایین منحنی LAC (منحنی مقیاس^۱) را می‌دهد. در نتیجه، متوسط هزینه تولید یک واحد محصول کاهش می‌یابد و یک مزیت نسبی در بازارهای داخلی و خارجی را فراهم می‌سازد. علاوه بر آنچه بیان شد، موفقیت در جذب فناوری جدید، نقش قاطعی در ارتقای مزیت نسبی دارد. برخی از کشور های کمتر توسعه یافته و کشورهای صنعتی شده (مانند کره جنوبی) از طریق اعمال سیاست‌های فوق، هم‌اکنون به حضوری گسترده در بازارهای جهانی دست یافته‌اند. این نظریه و نظریه حمایت از صنایع نوزاد بر هدفمند بودن اعطای یارانه صادراتی تأکید داشته و رویکرد منطقی برای شناسایی صنایع اولویت‌دار در پرداخت یارانه‌های صادراتی را ارائه می‌دهند (Krugman, 1994).

۲-۲- آثار اقتصادی اعطای یارانه صادراتی

اصولاً سیاست یارانه بر صادرات زمانی اعمال می‌گردد که کشورهای صادرکننده در بازار جهانی دارای مزیت نسبی نباشند و در نتیجه، با پرداخت یارانه صادرکنندگان را یاری می‌دهند. بدین ترتیب، یارانه باعث کاهش قیمت بین‌المللی به سطحی کمتر از سطح قیمت‌های داخلی کشور صادرکننده

1. scale curve

می‌شود و در نتیجه رابطه مبادله را به نفع کشورهای وارد کننده تغییر می‌دهد. براساس قضیه "تقارن لرنر" می‌توان نشان داد که تأثیر تعرفه بر واردات، معادل تأثیر مالیات بر صادرات یک کشور و تأثیر یارانه بر صادرات، معادل پرداخت یارانه بر واردات همان کشور خواهد بود. برای این منظور، چنانچه $P_m^w, P_x^w, P_m^a, P_x^a$ را به ترتیب، نشان دهنده قیمت کالای صادراتی در کشور A، قیمت کالای وارداتی در همان کشور، قیمت جهانی کالای صادراتی و قیمت جهانی کالای وارداتی در نظر بگیریم و s_x و s_m نشان دهنده میزان یارانه بر صادرات و میزان یارانه بر واردات باشند، آنگاه با توجه به تأثیری که یارانه به دنبال خواهد داشت، می‌توان این روابط را بین قیمت های یک کشور و قیمت های جهانی در نظر گرفت.

$$\frac{p_x^a}{1+s_x} = p_x^w, \quad p_m^a = p_m^w \quad (1)$$

$$p_m^a = \frac{p_m^w}{1+s_m}, \quad p_x^a = p_x^w \quad (2)$$

رابطه (۱) در واقع بیانگر این واقعیت است که در صورت پرداخت یارانه بر صادرات، قیمت های جهانی کمتر از قیمت های داخلی کشور صادر کننده است و رابطه (۲) نشان دهنده این است که قیمت های وارداتی در صورت پرداخت یارانه، کمتر از قیمت های جهانی خواهند بود. اما قیمت کالای وارداتی در رابطه (۱) و قیمت کالای صادراتی در رابطه (۲) با قیمت جهانی برابر می‌باشند. حال با توجه به روابط (۱) و (۲) می‌توان رابطه مبادله برای کشور مورد نظر را به صورت زیر نوشت:

$$\frac{p_x^a}{(1+s_x)} = \frac{p_x^w}{p_m^a} = \frac{p_x^w}{p_m^w} \quad (3)$$

$$\frac{p_x^a}{p_m^a} = \frac{p_x^w}{\frac{p_m^w}{(1+s_m)}} \quad (4)$$

حال چنانچه فرض نماییم که $s_m = s_x = s^*$ است؛ آنگاه به سادگی از هر یک از روابط (۳) و (۴) رابطه زیر حاصل می‌شود:

$$\frac{p_x^a}{p_m^a} = \frac{p_x^w(1+s^*)}{p_m^w} \quad (5)$$

رابطه فوق بیانگر قضیه "تقارن لرنر" در زمینه یکسان بودن تأثیر یارانه بر صادرات و تعرفه بر واردات می‌باشد. به عبارت دیگر هر دو رابطه، مبادله را به نفع کشور وضع کننده بهبود می‌بخشند. به همین ترتیب، می‌توان یکسان بودن تأثیر تعرفه بر واردات و مالیات بر صادرات را نیز نشان داد. نتایج این قضیه برای روابط تجاری بین المللی و اقتصاد کشورها بسیار حائز اهمیت است. بر اساس این قضیه می‌توان گفت که تعرفه بر واردات یا یارانه بر صادرات، اگرچه می‌تواند باعث گسترش تولید داخلی یک کالا گردد، اما این موضوع به قیمت محدود شدن تولید و صادرات سایر کالاها امکان پذیر خواهد بود. بدین ترتیب، وضع تعرفه بر واردات کالاهای صنعتی در کشورهای در حال توسعه می‌تواند منجر به

کاهش صادرات کالاهای کشاورزی و پرداخت یارانه به صادرات توسط کشورهای پیشرفته، منجر به محدود شدن صادرات کالاهای صنعتی توسط این کشورها گردد (Krugman and Obsfield, 2000). سیاست پرداخت یارانه تنها در صورتی می‌تواند به افزایش صادرات یک کشور منجر شود که با واکنش سایر کشورها روبه‌رو نگردد. در دنیای تجارت، برقراری یارانه توسط یک کشور می‌تواند به دو صورت با واکنش سایر کشورها مواجه گردد: ۱- از طریق وضع تعرفه بر واردات کالای مورد نظر توسط کشور واردکننده ۲- از راه پرداخت یارانه توسط کشور دیگر به منظور حفظ بازار در کشور واردکننده. حالت اول منجر به انتقال درآمد به کشور واردکننده خواهد شد و در صورت دوم نیز حتی اگر کشور واردکننده اقدام به هیچگونه عکس‌العملی ننماید، پرداخت یارانه برای هر دو کشور صادرکننده، نتیجه معکوس خواهد داشت و این سیاست عملاً منجر به متضرر شدن هر دو کشور، و به نفع واردکننده می‌گردد (صادقی، ۱۳۸۵).

۳- پیشینه تحقیق

تمایز اصلی این مطالعه با دیگر مطالعه‌های انجام شده در زمینه صادرات غیر نفتی در ایران، تمرکز بر یارانه بیمه صادراتی به عنوان یکی از متغیرهای مؤثر بر صادرات غیر نفتی می‌باشد. مطالعات خارجی و داخلی صورت گرفته در رابطه با موضوع به شرح زیر می‌باشد.

مینتی و چون ژو (Minetti and Chun Zhu, 2011)، در مقاله‌ای با عنوان "محدودیت‌های اعتباری و صادرات شرکتها؛ شواهدی از اقتصاد ایتالیا" به تأثیر سهمیه بندی اعتبارات بر صادرات شرکتها می‌پردازند. در این مطالعه از آمار شرکت‌های تولیدی ایتالیا استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که صادرات در شرکت‌هایی که اعتبارات آنها سهمیه بندی شده، نسبت به دیگر شرکت‌ها ۳۹٪ پایین‌تر است. و سهمیه بندی اعتبارات، فروش‌های خارجی را تا حدود ۳۸٪ کاهش می‌دهد. اگرچه سهمیه بندی اعتبارات، فروش داخلی را نیز دچار رکود می‌کند ولی تأثیر آن بر فروش‌های خارجی بسیار قویتر است. همچنین سهمیه بندی اعتبارات، مانعی بر سر راه صادرات بویژه برای شرکت‌های دارای فناوری‌های بالا و یا صنایع وابسته به سرمایه‌های خارجی، می‌باشد.

ماه (Mah, 2006)، در مطالعه‌ای تأثیر یارانه بیمه صادراتی بر صادرات ژاپن را بررسی کرده است. در این مطالعه از آزمون انگل-گرنجر و یوهانسن برای بررسی رابطه همجمعی بین متغیرها استفاده شده و نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که نظام بیمه صادراتی موجب افزایش صادرات ژاپن نشده و تأثیر معنی‌داری بر افزایش صادرات این کشور نداشته است.

کاگیتانی (Kagitani, 2003)، در مطالعه‌ای پرداخت یارانه صادراتی توسط دولت‌ها را تحت تأثیر فشارهای سیاسی تعداد تولیدکنندگان داخلی دانسته و معتقد است که این تولیدکنندگان می‌توانند

هزینه‌های شکل‌گیری یک گروه مؤثر را به منظور غلبه بر مساله سواری مجانی تحمل کنند. وقتی تعداد تولیدکنندگان خارجی در مقایسه با تعداد تولیدکنندگان داخلی زیاد باشد تولیدکنندگان داخلی می‌توانند یک گروه فشار تشکیل داده و برای یارانه صادراتی بالاتر، دولت را تحت فشار قرار دهند. وی معتقد است که اجرای سیاست یارانه صادراتی بهینه از نظر سیاسی، می‌تواند رفاه اجتماعی را نسبت به زمانی که تجارت آزاد وجود دارد، کاهش دهد. دیدگاه وی این است که دولت به دنبال حداکثر سازی رفاه اجتماعی نیست بلکه حمایت سیاسی را به حداکثر می‌رساند.

بلادی و چاو (Beladi and Chao, 2003)، اثر یارانه‌های صادراتی را در حالتی بررسی کردند که واردات کالاهای سرمایه‌ای در جهت تولید کالاهای صادراتی صورت می‌گیرد. یارانه‌های صادراتی، تقاضا برای سرمایه‌های خارجی را به قیمت هزینه مصرف داخلی افزایش می‌دهد. افزایش در موجودی سرمایه، نرخ دستمزد واقعی را تا زمانی افزایش می‌دهد که نرخ اجاره واقعی بدون تغییر بماند. اگر سرعت انباشتگی سرمایه از نرخ پس اندازها تجاوز کند، پسرفت تعادل تجاری اتفاق می‌افتد. همچنین نشان داده شد که یارانه‌های صادراتی می‌تواند با بحران‌های تراز پرداخت‌ها مرتبط باشد.

رینسترا و توروی (Rienstra and Turvey, 2002)، ارتباط بین صادرات، ریسک اعتباری و ضمانت‌های اعتباری را بررسی کردند. در این مطالعه، چگونگی تأثیر اعتبارات صادراتی کشورهای واردکننده بر تولیدات کشاورزی و صنعتی بررسی شد. همچنین موضوع مهار ریسک‌های غیر پرداختی به وسیله ضمانت اعتبارات صادراتی بیمه مورد توجه قرار گرفت. در این جهت یک الگوی تئوری ارائه شد و نشان داد که چگونه مهار ریسک از طریق بیمه اعتبارات صادراتی برای کشورهای واردکننده‌ای که دارای ریسک بالایی هستند، می‌تواند مقدار صادرات را افزایش دهد. نتیجه کلیدی این مطالعه بیان می‌کند که صادرات در حضور ریسک پرداختی کاهش ناپذیر است، ولی بیمه می‌تواند منحنی صادرات را کاهش پذیر کند.

براندر (Brander, 1995)، در مقاله‌ای تحت عنوان "سیاست تجاری راهبردی"، الگوی بازار ثالث را الگویی می‌داند که در آن یک یا چند بنگاه از کشور خودی و یک یا چند بنگاه از کشور خارجی با یکدیگر در بازار سوم رقابت می‌کنند. در الگوی بازار ثالث، تعرفه یا سهمیه وارداتی استفاده نمی‌شود و ابزار سیاست راهبردی، یارانه صادراتی است که اثر آن کمک به بنگاه در مقابل رقیب خارجی است.

ساتیاگو (Satiago, 1989)، رابطه بین یارانه صادراتی و تراز تجاری را در اقتصادهای کوچک کشورهای در حال توسعه مطالعه کرده است. در این مطالعه، یارانه‌های صادراتی به عنوان مکانیسمی برای افزایش توان رقابت در صادرات و یک ابزار تزریقی برای دولت در جهت کاهش کسری تجاری به کار برده شده‌اند. نتایج این مطالعه بیان می‌کند که یارانه‌های صادراتی، در صورتی که کاهش کسری تجاری را به دنبال خواهد داشت که کاهش قیمتی صادرات بالا و قیمت‌های داخلی دارای ثبات نسبی باشند. همچنین در صورت پایین بودن

کشش قیمتی صادرات و یا تغییر قیمت‌های داخلی، یارانه‌های صادراتی، کسری تجاری را افزایش می‌دهد. استخر و همکاران (۱۳۸۸)، در مقاله‌ای تحت عنوان "ارزیابی تأثیر یارانه بیمه صادراتی بر صادرات محصولات کشاورزی"، به رابطه بین یارانه بیمه صادراتی و عرضه صادرات محصولات کشاورزی با استفاده از رهیافت خود توضیح با وقفه‌های گسترده (ARDL)، طی دوره ۱۳۸۴-۱۳۶۲ پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که یارانه بیمه صادراتی در بلندمدت و کوتاه مدت، دارای اثر مثبت و معنی‌داری بر صادرات محصولات کشاورزی می‌باشد.

صمدی (۱۳۸۳)، رابطه بین بیمه و صادرات محصولات کشاورزی را با استفاده از آزمون‌های همگرایی یوهانسن و معیار خطای پیش بینی بررسی کرده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که رابطه تعادلی بلندمدتی بین متغیرهای بیمه و صادرات وجود دارد، ولی رابطه علت و معلولی کوتاه مدتی بین آنها دیده نمی‌شود.

جعفری صمیمی و پیکانی (۱۳۸۱)، در مطالعه با عنوان "نقش اعتبارات صادراتی در توسعه صادرات غیر نفتی در ایران"، به بررسی نقش اعتبارات صادراتی در توسعه صادرات غیر نفتی در ایران پرداخته‌اند. برای این منظور از روش پیمایشی استفاده کرده و نمونه ۲۰۰ نفری از بین صادرکنندگان غیر نفتی به روش نمونه برداری تصادفی ساده انتخاب کرده‌اند. ابزار اندازه‌گیری در این پژوهش، یک پرسشنامه پژوهشگر ساخته بوده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که اعطای اعتبارات صادراتی (تأمین مالی خرید کالای صادراتی) مهمترین و مؤثرترین اهرم توسعه در جهش صادرات می‌باشد و با اعمال آن، رشد قابل ملاحظه‌ای در توسعه بازار محصولات صادراتی در بازار کشورهای هدف به وجود خواهد آمد و جهش صادراتی را از نظر کیفیت و کمیت ارتقا می‌بخشد.

احمدوند (۱۳۸۰)، به بررسی عملکرد بیمه‌های صادراتی و مبانی شکل‌گیری صندوق ضمانت صادرات پرداخته است. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که این صندوق توانسته از سال ۱۳۷۳ تا سال ۱۳۷۸ تنها کمتر از یک درصد از فعالیت‌های صادراتی را تحت پوشش قرار دهد که بسیار ناچیز است.

۴- بررسی وضعیت ایران از لحاظ یارانه بیمه صادراتی

تجربه گذشته ایران در مورد نوسانات غیر عادی درآمدهای نفتی موجب شده است تا سیاستگذاری‌هایی برای افزایش صادرات غیر نفتی انجام شود (خلیلیان و فرهادی، ۱۳۸۱). برای تشویق صادرات غیر نفتی و کاهش وابستگی اقتصاد به درآمدهای نفتی، می‌توان از سیاست‌های گوناگونی همچون یارانه صادراتی شامل پرداخت‌های مستقیم، اعطای معافیت‌های مالیاتی، پرداخت وام به صادرکنندگان، اعطای وام‌های کم بهره به خریداران خارجی و اعطای یارانه بیمه صادراتی به صادرکنندگان بهره برد که به منظور رونق و شکوفایی صادرات در یک بخش راهبردی پرداخت می‌شود.

یارانه های صادراتی، کمک ها و هرگونه نفع و مزیت نسبی مالی است که توسط دولت به منظور تشویق صادرات محصولات خاص و گسترش یا حفظ بازار صادراتی پرداخت می شود. سیاست یارانه بیمه صادراتی در ایران در سالهای اخیر و بویژه با شروع دوباره فعالیت صندوق ضمانت صادرات از سال ۱۳۷۳ به صورت جدی به اجرا درآمده است.

مطابق آمار تهیه شده، میزان یارانه بیمه صادراتی، تولید ناخالص داخلی و صادرات غیرنفتی در حد فاصل سال های ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۰ به صورت جدول زیر می باشد.

جدول ۱. میزان یارانه بیمه صادراتی، تولید ناخالص داخلی و صادرات غیرنفتی

(ارقام برحسب میلیون ریال)

سال	یارانه بیمه صادراتی (INS)	تولید ناخالص داخلی (GDP)	صادرات غیر نفتی (X)	INS/X
۱۳۷۴	۰	۱۸۳۴۳۱۶۵۸	۵۶۸۸۶۷۳	۰
۱۳۷۵	۰	۲۵۷۷۹۳۴۴۸	۵۴۳۴۹۹۳	۰
۱۳۷۶	۵۲۹,۹۹۷	۳۰۳۳۴۳۲۸	۵۰۳۲۲۸۳	۰,۰۰۰۱۰۵
۱۳۷۷	۵۳,۰۰۸	۳۵۷۵۴۳۴۵۸	۵۲۷۳۲۹۳	۰,۰۰۰۱۰۱
۱۳۷۸	۱۲۷,۷۷۶	۴۵۷۹۴۵۹۴۰	۵۸۸۳۵۰۰	۰,۰۰۰۰۲۱۷
۱۳۷۹	۰,۹۶۶	۶۳۰,۳۱۶۱۳۳	۶۵۸۴۷۲۵	۰,۰۰۰۰۰۱۴
۱۳۸۰	۱۳۳۱۳۲۱	۷۳۵۳۶۴۰۸۲	۷۳۹۲۰۸۸	۰,۰۱۸۰۱۰۱
۱۳۸۱	۱۹۴۶۰,۵	۹۳۸۳۰۸۲۷۳	۳۶۶۷۰۴۶۴	۰,۰۰۰۰۵۳۱
۱۳۸۲	۳۰۷۷۷۵	۱۱۶۷۴۰۶۶۹۹	۴۹۴۶۱۷۶۰	۰,۰۰۰۰۶۲۲۲
۱۳۸۳	۳۶۷۶۰,۶	۱۵۲۹۴۷۶۰۴۳	۵۹۷۰۱۶۰۹	۰,۰۰۰۰۶۱۵۷
۱۳۸۴	۱۶۷۱۰۱۶	۱۹۰۹۳۲۶۰۵۰	۹۴۵۱۰۵۱۱	۰,۰۱۷۶۸۱
۱۳۸۵	۲۴۲۶۴۱۸	۲۳۴۸۱۶۵۱۹۳	۱۱۹۵۰۶۵۸۷	۰,۰۲۰۳۰۴
۱۳۸۶	۳۷۸۸۱۱۵	۲۸۲۵۵۱۶۳۰۰	۱۴۲۱۷۴۵۲۰	۰,۰۲۶۶۴۴
۱۳۸۷	۸۴۰۱۹۳۵	۳۳۳۳۲۳۵۰۰۰	۱۷۵۵۲۵۶۹۵	۰,۰۴۷۸۶۷
۱۳۸۸	۳۱۳۲۴۳۴۲	۳۵۴۳۵۷۴۰۰۰	۲۱۷۳۴۶۶۱۸	۰,۱۴۴۱۲۲
۱۳۸۹	۸۲۳۴۵۷۲	۴۳۰۰۵۳۱۰۰۰	۲۲۲۲۴۶۳۲۱	۰,۰۳۷۰۵۲
۱۳۹۰	۱۰۹۹۱۵۸۶	۳۸۲۹۴۵۷۵۳۷	۱۸۹۱۴۳۳۷۱	۰,۰۵۸۱۱۲

مأخذ: بانک مرکزی ج.ا.، صندوق ضمانت صادرات و محاسبات تحقیق

همچنین با تصویب قانون هدفمندی یارانه ها در سال ۱۳۸۸، بر طبق بند (ز) ماده (۸) این قانون، دولت موظف شده است از سی درصد (۳۰٪) خالص وجوه حاصل از اجرای این قانون، مقداری را برای پرداخت کمک های بلاعوض یا یارانه سود تسهیلات و یا وجوه اداره شده برای حمایت از توسعه صادرات غیر نفتی هزینه کند. با توجه به اهمیت و نقش یارانه بیمه صادراتی در توسعه صادرات غیر نفتی، بخشی از این مبلغ می تواند به یارانه بیمه صادراتی اختصاص یابد.

مطابق جدول شماره (۱)، پرداخت یارانه بیمه صادراتی در کشور طی سال های گذشته، از روند مشخص و معیار اصولی پیروی نکرده و در چنین شرایطی از کارایی لازم برخوردار نبوده است. در

عین حال جهت گیری یارانه ها می باید به سمت محصولاتی باشد که ضمن ایجاد ارزش افزوده بیشتر، امکان ورود در عرصه رقابت جهانی را نیز داشته باشند.

۵- تصریح مدل

الگوی مورد استفاده در این مطالعه بر اساس الگوهای ارائه شده در مطالعات فینی (Faini, 1994)، ارسلان و وینبرگن (Arsalan & Wijnbergen, 1993)، بارلو و سنسس (Barlow and Senses, 1995) و ماه (Mah, 2006) انتخاب شده است که در آن به دلیل محدودیت موجود در جمع‌آوری اطلاعات و آمار، برخی از متغیرهای استفاده شده در مطالعات مذکور حذف گردیده و در نهایت، الگوی استفاده شده به صورت زیر اعمال شده است:

$$\ln X_t = \beta_0 + \beta_1 \ln RP_t + \beta_2 \ln INS_t + \beta_3 \ln CPI_t + \beta_4 \ln G_t + \varepsilon_t \quad (۶)$$

X = ارزش کل صادرات غیر نفتی

RP = قیمت نسبی صادراتی (که از تقسیم شاخص قیمت صادراتی بر شاخص قیمت کل عمده

فروشی به دست آمده است).

INS = یارانه ی بیمه صادراتی

CPI = شاخص قیمت کل مصرف کننده

G = تولید ناخالص داخلی کل محصولات غیر نفتی

در معادله (۶) شاخص قیمت کل مصرف کننده، به عنوان نماینده^۱ فشار تقاضای داخلی مورد استفاده قرار گرفته است. INS برابر است با یک به علاوه نسبت یارانه بیمه صادرات که در این مطالعه به شکل «خسارات بیمه صادرات منهای حق بیمه صادرات منهای بازیاقت خسارات» تعریف شده است. با توجه به لگاریتمی بودن تصریح مدل، β_1 بیانگر کشش قیمتی صادرات است و انتظار می رود علامت آن مثبت باشد. زیرا با افزایش قیمت صادراتی نسبت به قیمت عمده فروشی داخلی، انتظار می رود صادرات افزایش یابد. با توجه به اثر مثبت یارانه های صادراتی بر صادرات، مطالعات قبلی عمدتاً فرض کرده اند که β_2 بزرگتر از صفر است.^۲

این موضوع که آیا قرار دادن فشار تقاضای داخلی در سمت راست معادله عرضه صادرات صحیح است یا نه؟ مورد بحث است. دلیل قرارگیری فشار تقاضای داخلی در معادله عرضه صادرات، علاوه بر متغیر قیمت نسبی، به نواقص بازار باز بر می گردد. البته، مقالات متعددی مانند زیلبرفارب

1. proxy

۲. البته ممکن است یارانه صادراتی به بالاترین سطح سود تولید کننده در قیمت صادراتی مشابه تغییر جهت دهد، ولی صادرات افزایش نیابد و به همین دلیل ضریب گفته شده، منفی به دست آید (Mah, 2006).

(Zilberfarb, 1980) و فیینی (Faini, 1994)، فرضیه فشار تقاضای داخلی را با استفاده از داده‌های سری زمانی آزموده‌اند، اما در آنها نیز مؤلفه‌های غیر ایستا لحاظ نشده‌اند. در این مطالعه همانند مطالعه ماه (Mah, 2006)، از شاخص قیمت مصرف‌کننده به عنوان نماینده برای فشار تقاضای داخلی استفاده شده است. در مورد اثر فشار تقاضای داخلی بر عرضه صادرات، اگر این فرضیه معتبر باشد و شاخص قیمت مصرف‌کننده استفاده گردد، انتظار می‌رود که علامت β_3 منفی شود.

برای بررسی روابط کوتاه مدت و بلندمدت بین متغیرها، می‌توان از روش‌های برآورد سری زمانی از جمله رهیافت ARDL استفاده کرد. در این روش، می‌توان الگوهای کوتاه مدت و بلند مدت را به طور همزمان تخمین زد و به دلیل افزودن وقفه‌های متغیرها، مساله خود همبستگی و مشکلات ناشی از آن پیش نمی‌آید. همچنین تخمین‌های ARDL نااریب و کارا هستند، زیرا که آنها به طور عموم دارای مشکلاتی چون خود همبستگی و درون زایی نیستند (نوفرستی، ۱۳۷۸).

۶- برآورد و تحلیل نتایج

نتایج الگوی برآورد شده بر اساس روش خودتوضیحی با وقفه‌های گسترده ARDL، برای داده‌های سالانه ۹۰-۱۳۷۴ در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول ۲. نتایج حاصل از برآورد رابطه بلندمدت صادرات غیر نفتی

متغیرها	پارامترها	برآورد پارامتره	آماره t	prob
1	β_0	-۲۵,۲۴۹۵	-۰,۶۲۳۸۴	۰,۵۵۰
lnRP	β_1	-۲,۱۹۴۰	-۰,۹۲۰۵۱	۰,۳۸۴
Ln INS	β_2	۰,۱۷۵۹۷	۱,۷۶۹۵	۰,۱۱۵
lnCPI	β_3	۰,۲۳۸۳۳	۰,۰۵۱۲۰۲	۰,۹۶۰
Ln G	β_4	۲,۰۵۹۵	۱,۳۸۳۰	۰,۲۰۴

مأخذ: یافته‌های تحقیق

مطابق جدول (۲)، نتایج حاصله در مورد ارتباط میان یارانه بیمه صادراتی و عرضه صادرات غیرنفتی در کشور، دلالت بر این موضوع دارد که یارانه بیمه صادراتی در بلندمدت، اثر مثبت بر عرضه صادرات غیر نفتی دارد. به سخن دیگر، یک درصد افزایش (کاهش) یارانه بیمه‌های صادراتی در بلندمدت، میزان صادرات محصولات غیرنفتی را (۰,۱۷۵۹۷) درصد افزایش (کاهش) می‌دهد. همچنین شاخص قیمت مصرف‌کننده در الگو دارای تأثیر مثبت (۰,۲۳۸۳۳) بر عرضه صادرات غیرنفتی است.

بنابراین در شرایطی که هزینه فرصت مصرف افزایش می‌یابد، انتظار می‌رود فشار تقاضا به سمت

کالاهای سرمایه‌ای هدایت شود و این منجر به کاهش تقاضای داخلی برای کالاهای مصرفی که عمدتاً دارای قابلیت صادراتی هستند، خواهد شد. در خصوص علامت برخلاف انتظار متغیر لگاریتم شاخص قیمت مصرف‌کننده، می‌توان فرضیه‌ای به این شرح مطرح کرد که با افزایش شاخص قیمت مصرف‌کننده و یا افزایش تورم، هزینه فرصت مصرف افزایش می‌یابد (رحمتی، ۱۳۸۵). همچنین مطابق جدول (۲)، متغیر تولید ناخالص داخلی محصولات غیر نفتی در الگو دارای اثر مثبت بر صادرات غیر نفتی است. به عبارت دیگر، یک درصد افزایش (کاهش) تولید ناخالص داخلی در بلندمدت، میزان صادرات محصولات غیرنفتی را (۲,۰۵۹۵) درصد افزایش (کاهش) می‌دهد. همچنین متغیر شاخص قیمت نسبی صادراتی، اثری منفی (-۲,۱۹۴۰) بر صادرات غیر نفتی در بلندمدت دارد و بنابراین، با افزایش قیمت نسبی صادراتی، میزان عرضه صادرات این محصولات از کشور کاهش می‌یابد. با توجه به نتایج الگوی بلندمدت، نتایج مربوط به الگوی تصحیح خطا در جدول (۳) ارائه شده است.

جدول ۳. نتایج حاصل از برآورد مدل تصحیح خطا

متغیر	ضریب	آماره t	prop
C	-۱۵,۱۶۴۱	-۰,۶۱۲۲۶	۰,۵۶۶
dlnINS	۰,۰۲۵۱۵۰	۱,۰۲۸۶	۰,۳۳۰
dlnCPI	۰,۱۴۳۱۳	۰,۰۵۱۲۲۴	۰,۹۶۰
dlnRP	-۱,۳۱۷۶	-۰,۸۶۰۸۳	۰,۴۱۲
dlnG	۱,۲۳۶۹	۱,۲۷۵۸	۰,۲۳۴
ECM(-1)	-۰,۶۰۰۵۷	-۳,۹۴۲۰	۰,۰۰۳
R ² = ۰,۸۴۸۴۰ DW= ۲,۱۷۷۳ F(۶,۹) = ۷,۴۶۲۰۱			

مأخذ: یافته‌های تحقیق

همان‌گونه که جدول (۳) نشان می‌دهد، یارانه بیمه صادراتی با عرضه صادرات در کوتاه مدت، با توجه به ضریب به دست آمده (۰,۰۲۵۱۵۰)، رابطه مثبت دارد. بنابراین یک درصد افزایش (کاهش) در یارانه بیمه‌های صادراتی موجب می‌شود که میزان عرضه صادرات محصولات غیر نفتی برابر با (۰,۰۲۵۱۵۰) درصد در یک دوره افزایش (کاهش) یابد. شاخص قیمت مصرف‌کننده نیز در کوتاه مدت دارای اثر مثبت (۰,۱۴۳۱۳) بر عرضه صادرات غیرنفتی است. مقدار این ضریب می‌گوید که افزایش (کاهش) یک درصدی در میزان شاخص قیمت مصرف‌کننده، عرضه صادرات را حدود ۱۵ درصد افزایش (کاهش) می‌دهد. همچنین متغیر تولید ناخالص داخلی بخش محصولات غیر نفتی در کوتاه مدت دارای رابطه مثبت با عرضه صادرات غیرنفتی است. و متغیر شاخص قیمت نسبی صادراتی، اثری منفی (-۱,۳۱۷۶) بر صادرات غیر نفتی در کوتاه مدت دارد. ضریب جمله تصحیح خطای برآورد

شده، معنی دار و علامت آن مورد انتظار (منفی) است. مقدار این ضریب برابر با (۰,۶۰۰۵۷-) بوده و به این معنی است که در هر دوره ۶۰ درصد انحراف از تعادل بلند مدت جبران می‌شود. پس می‌توان گفت که تعدیل با سرعت نسبتاً خوبی به سمت تعادل صورت می‌گیرد.

۷- جمع بندی

در کشورهای در حال توسعه نظیر ایران، صادرات از جمله مقولاتی است که نیاز به حمایت دارد. تجارب کشورهایی که امروزه در امر صادرات پیشتاز هستند، نشان می‌دهد که در مقاطعی کوتاه یا میان مدت، بخش تجارت خارجی و بویژه صادرات را به روش‌های مختلف مورد تشویق و حمایت خود قرار داده‌اند.

بدیهی است کشور ما نیز در جهت رسیدن به اهداف بلند مدت خود که در قالب جهش صادراتی، توسعه صادرات غیر نفتی و مانند آنها تبلور می‌یابد، لازم است در کوتاه مدت انگیزه‌های صادراتی قوی در دسترس و اختیار تجار و بازرگانان و سازمان‌های تجاری قرار داده و امکان استفاده و ارائه مشوق‌های صادراتی از جمله یارانه‌های صادراتی را فراهم آورد.

نتایج به دست آمده از این مطالعه برای دوره زمانی ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۰ برای کشور ایران، نشان می‌دهد که یارانه بیمه صادراتی در بلندمدت و کوتاه مدت تأثیر مثبت بر عرضه صادرات غیرنفتی دارد. مثبت بودن تأثیر به این دلیل است که پرداخت یارانه بیمه صادراتی باعث کاهش هزینه‌های مربوط به صدور بیمه نامه برای تجار و بازرگانان می‌شود و در نتیجه، تعداد بیمه نامه‌ها افزایش می‌یابد و به این ترتیب، صادرکنندگان بیشتری در برابر نوسانات اقتصادی و سیاسی از امنیت لازم برخوردار می‌شوند و در نتیجه، صادرات افزایش می‌یابد.

همچنین نتایج این مطالعه نشان از ارتباط منفی شاخص قیمت نسبی صادراتی محصولات غیرنفتی با صادرات این محصولات دارد. منفی بودن شاخص قیمت نسبی صادراتی محصولات غیرنفتی به این معناست که با افزایش قیمت صادراتی، انتظار می‌رود عرضه صادرات کل محصولات غیرنفتی به طور میانگین کاهش یابد. این مطلب بیانگر آن است که این محصولات کالاهای اساسی و مهم در بازارهای جهانی نیستند، به گونه‌ای که با افزایش قیمت صادراتی و جهانی این کالاها، میزان صادرات آنها از کشور کاهش می‌یابد. همچنین با توجه به منفی بودن شاخص قیمت نسبی صادراتی محصولات غیرنفتی، افزایش قیمت نسبی صادراتی بدون افزایش تولید، افزایش قیمت داخلی را به دنبال خواهد داشت. افزایش قیمت داخلی نیز به نوبه خود موجب کاهش صادرات می‌شود. این نتایج، اهمیت افزایش تولید داخلی را خاطر نشان می‌کند.

با توجه به نتایج به دست آمده از این مطالعه، پیشنهاد می‌شود که یارانه بیمه صادراتی در ایران

افزایش یابد تا با تأثیرگذاری بر صادرات بتوان به اهداف تعیین شده در برنامه های اقتصادی، که کاهش وابستگی اقتصاد به درآمدهای نفتی و افزایش صادرات غیر نفتی می باشد، دست یافت. با اجرای قانون هدفمندی یارانه ها، حذف یارانه کالایی و پرداخت نقدی فشار مضاعفی بر تراز تجاری اقتصاد در قالب کاهش ارزش پول ملی وارد خواهد کرد (دادگر و نظری، ۱۳۹۰). از این رو، برای کاهش فشار بر تراز تجاری بدون نفت در سالهای آتی، لزوم توجه به صادرات غیر نفتی و تداوم پرداخت یارانه بیمه صادراتی به عنوان ابزاری جهت تقویت صادرات ضروری به نظر می رسد. بنابراین با توجه به یافته های این پژوهش، پیشنهاد می شود سیاست های تشویق صادرات مبتنی بر یارانه های پرداختی تنظیم شود تا افزایش صادرات غیر نفتی را به دنبال داشته باشد. همچنین پیشنهاد می شود اطلاعات شفاف درباره روند آینده سیاست های یارانه های صادراتی به وسیله سازمان ها و ارگان های مربوط ارائه شود.



منابع و مأخذ

- استخر، م. و زیبایی، م. (۱۳۸۸) ارزیابی تأثیر یارانه‌ی بیمه صادراتی بر صادرات محصولات کشاورزی؛ فصلنامه اقتصاد کشاورزی، جلد ۳، شماره ۴، ۲۰۲-۱۸۵.
- احمدوند، محمدرحیم (۱۳۸۰) مبانی شکل‌گیری و عملکرد بیمه‌های صادراتی در ایران؛ پژوهش‌های اقتصادی، شماره ۲، ۱۹۲-۱۶۸.
- بی‌ریا، س و جبل‌عاملی، ف (۱۳۸۵) عوامل مؤثر بر صادرات پسته، زعفران و خرما در سبد کالاهای صادرات غیر نفتی (۱۳۸۰-۱۳۷۰)؛ فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۵۴، ۱۰۱-۸۵.
- پارسا منش، مهرداد (۱۳۸۵) ارزیابی شیوه‌های پرداخت یارانه صادراتی در ایران و اثرات لغو آن؛ تهران: نشر بازرگانی، چاپ اول.
- جعفری صمیمی، ا. و پیکانی، ک. (۱۳۸۱) نقش اعتبارات صادراتی در توسعه صادرات غیر نفتی در ایران؛ فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۴: ۸۲-۵۹.
- جرالد، میر (۱۳۷۸) مباحث اساسی اقتصاد توسعه؛ جلد دوم؛ ترجمه غلامرضا آزاد (ارمکی)؛ تهران: نشر نی، چاپ اول.
- خلیلیان، ص. و فرهادی، ع. (۱۳۸۱) توسعه بیمه و رشد اقتصادی: تحلیل نظری و تجربی در ایران ۱۳۸۳-۱۳۳۸؛ فصلنامه پژوهش نامه بازرگانی، شماره ۴۵: ۱۱۳-۸۵.
- دادگر، ی. و نظری، ر. (۱۳۹۰) تحلیل رفاهی سیاست یارانه‌ها در ایران؛ فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۴۲: ۳۳۷-۳۸۰.
- رحمتی، د. و زیبایی، م. (۱۳۸۷) تأثیر کاهش تعرفه‌های وارداتی بر فقرا: چارچوب تعادل عمومی قابل محاسبه؛ فصلنامه اقتصاد کشاورزی، سال دوم، شماره ۲: ۵۰-۳۵.
- رحیمی بروجردی، علیرضا (۱۳۷۴) روابط تجاری بین‌المللی معاصر: تئوریه‌ها و سیاست‌ها؛ تهران: مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.
- زینال زاده، ایرج (۱۳۷۳) بیمه و تجارت خارجی؛ تهران: نشر قانون، چاپ اول.
- صادقی، محسن (۱۳۸۵) آثار حقوقی الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی بر یارانه‌های صادراتی بخش صنعت؛ تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، چاپ اول.
- صمدی، علی حسین (۱۳۸۳) بررسی رابطه کوتاه مدت و دراز مدت میان صادرات محصولات کشاورزی و بیمه صادرات در ایران (۱۳۷۸-۱۳۵۳)؛ فصلنامه‌ی بیمه و کشاورزی، شماره ۱: ۷۸-۵۹.
- نوفرستی، محمد (۱۳۷۸) ریشه واحد و همجمی در اقتصاد سنجی؛ تهران: انتشارات مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، چاپ اول.

Arsalan, I. & Wijnbergen, S. (1993) Export incentives, exchange rate policy and export growth in Turkey; Review of Economics and statistics 75: 128-33.

- Barlow, R. & Senses, F. (1995) The Turkish export boom: Just reward or Just Lucky?; *Journal of Development Economics*, 48: 111-133.
- Beladi, H. and Chao, C. (2003) The role of export subsidies in balance of payment crises; *European Journal of Political Economy*, 19: 875-884
- Brander, James (1995) strategic trade policy; National Bureau of Economic Research, working paper, No. 5020.
- Cass Ronald A. (1990) trade subsidy Law: Can a Foolish Inconsistency Be Good Enough for Government Work?; *Law and Policy in International Business*, 21: 609 & seq.
- Faini, R. (1994) Export supply, capacity and relative prices; *Journal of Development Economics*, 45: 81-100.
- Kagitani, K. (2003) the number of firms and politics of export subsidy; Research Institute for Economics & Business Administration, Kobe University, No. 135.
- Krugman, Paul. (1994) Import Protection as Export Promotion: International Competition in Presence of Oligopoly and Economies of scale; in *Rethinking International Trade*, the M.I.T press.
- Mah, J. S. (2006) The effect of export insurance subsidy on export supply: the experience of Japan; *Journal of Asian Economics*, 17: 646- 652.
- Minetti, R. & Chun Zhu, S. (2011) Credit Constraints and Firm Export: Microeconomic evidence from Italy; *Journal of International Economics*, 83: 109-125
- Ogan, O. (1995) the parallel Market for foreign Exchange in an oil exporting Economy: the Case of Iran; *International Monetary Fund, Paper Abstract*: 24-69
- Paul R. Krugman & Maurice Obstfeld (2000) *International Economics: Theory and Policy*; Addison-Wesley Publishing Company.
- Rienstra, P. and Turvey, C. (2002) The relationship between export, credit risk and credit guarantees; Working Paper 02/01, University of Guelph, Department of Agricultural Economics and Business.
- Robert, J. Carbaugh (1998) *International Economy*; 6th. Ed, California: Worth Publishing Company.
- Rogres, Y. and Mulen, V. (1998) Empirical Investigation of one OPEC countries Successful Non - oil Export Performance; *Journal of Development Economics*, 55: 399- 420.
- Santiago, L. (1989) Export subsidies and balance of trade; *Journal of Development Economics*, 31: 99-121.
- Siddiki, J. U. (2000) Demand for Money in Bangladesh: A Cointegration Analysis; *Applied Economics*, 32: 1977-1984.
- Zilberfarb, B. (1980) Domestic demand pressure, relative prices and the export supply equation - More empirical evidence; *Economica*, 47: 443-450.