

بررسی ابزارها و مشوق‌های صادراتی در کشور [۱]

پذیرش: ۹۸/۱۱/۱۹

دریافت: ۹۸/۷/۲۰

سمیرا گلکاران مقدم^۲

چکیده

که وجود محیط و بستر اقتصادی مناسب در کشورها، انسجام نهادی در امر صادرات، دیپلماسی مناسب و به‌کارگیری سیاست خارجی جهت دستیابی به بازارهای جدید، اتخاذ سیاست‌های اقتصاد کلان و ایجاد محیط مناسب جهت کسب و کار می‌تواند از مهم‌ترین دلایل اثربخشی ابزارهای حمایتی صادراتی باشد.

این مقاله به چالش‌های ابزارهای تشویقی صادراتی و اولویت‌بندی آن‌ها می‌پردازد. در این راستا، از روش بررسی تطبیقی میان ایران و کشورهای مالزی، هند، ترکیه و چین و تحلیل سه مرحله‌ای (ساختار و فرایند، رفتار و زمینه) و برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه و مصاحبه استفاده شده است. نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهند

طبقه‌بندی JEL: O31, F38

مشوق‌های صادراتی

۱. مقدمه: طرح مسأله

و یارانه‌های صادراتی ۴- ارائه آموزش‌های مرتبط با صادرات از جمله قوانین و مقررات، رویه‌های صادرات، بازاریابی بین‌المللی و... تقسیم‌بندی کرده است.

در تقسیم‌بندی دیگر، کوتاهه (۱۹۹۲) و زینکوتا (۱۹۹۳) برنامه‌های ارتقا صادرات را به دو گروه ۱- برنامه‌های خدمات صادراتی و ۲- فعالیت‌های مرتبط با توسعه بازار تقسیم نموده است.

همچنین شمس‌الدوحه (۲۰۰۴)، برنامه‌های ارتقا صادرات را به دو دسته برنامه‌های مرتبط با توسعه بازار و برنامه‌های مرتبط با ضمانت‌ها و تأمین اعتبارات تقسیم‌بندی نموده است.

در مطالعه حاضر مبتنی بر برنامه‌های ارتقا صادرات مشوق‌ها و ابزارهای حمایتی صادرات بر اساس سه دسته عوامل زمینه‌ای (اثرگذاری محیط سیاسی و اقتصادی، بهبود زیرساخت‌های اعطای مشوق‌ها از جمله یارانه حمل و نقل، یارانه سود تسهیلات بانکی، پوشش بیمه‌ای و کیفیت بسترهای قانونی و فرهنگ سازمانی)، رفتاری (ویژگی رفتاری مدیران و کیفیت عملکرد ارکان اجرایی از جمله سازمان توسعه تجارت، گمرک، صندوق ضمانت صادرات، نظام بانکی و بودجه سنواتی دولت) و ساختاری (کیفیت نظام اعطای مشوق‌ها و کیفیت مؤلفه‌های ساختاری) تقسیم‌بندی گردیده و مورد بررسی قرار گرفته است.

ب: مبانی نظری

ادبیات نظری و تجربی در خصوص مداخله دولت در صادرات به دو دسته کلی تقسیم می‌شود. دسته‌ای از اقتصاددانان با رویکرد نئوکلاسیکی خواهان مشارکت کمترین دولت در صادرات و دسته دیگر از طیف نهادگرایان و ساختارگرایان خواهان مشارکت دولت در صادرات به دلیل شکست بازار می‌باشند. برخلاف آنچه جریان غالب اقتصاد بین‌المللی عنوان می‌کند، تجارت خارجی به صورت آزاد و بدون ایفای نقش مؤثر و هدفمند دولت در تقویت تولید،

مباحث گسترده‌ای در سطح ملی و بین‌المللی پیرامون موضوع حمایت از صادرات مطرح است. مطالعات و تحقیقات نظری محققان در کشورهای مختلف دنیا به نتایج گوناگونی درباره اثربخشی این برنامه‌ها منتج شده که این تنوع دیدگاه‌ها امکان هرگونه اجماعی در خصوص نتیجه‌گیری پیرامون اثربخش بودن یا نبودن برنامه‌های حمایت از صادرات را مشکل ساخته است.

بررسی الگو و نظام پرداخت مشوق‌های صادراتی و ابزارهای حمایتی در کشور حاکی از آن است که شیوه‌های تشویق صادرات دولت از برنامه سوم توسعه به بعد برنامه‌های تشویق مستقیم (شامل معافیت‌های مالیاتی، وام‌های صادراتی، بیمه صادرات و جوایز نقدی)، مشوق‌های غیرمستقیم (بازاریابی در کشورهای هدف، کمک‌های وارداتی به صادرکنندگان و حمایت‌های حمل‌ونقل صادراتی) و سایر مشوق‌ها (اصلاح بروکراسی و آمار و اطلاعات و ارائه تحلیل‌های عمیق تجاری) بوده که به علت عدم برخورداری از بسترهای مناسب از جمله دیپلماسی اقتصادی، سیاست‌های دسترسی به بازارهای جدید و بهبود فضای کسب و کار از طریق اتخاذ سیاست‌های اقتصاد کلان موجب کاهش اثربخشی این ابزارها در کشور گردیده است.

۲. پیشینه تحقیق و مبانی نظری

الف: پیشینه تحقیق

مطالعات انجام شده حاکی از آن است که دسته‌بندی‌های مختلفی از برنامه‌های ارتقا صادرات مطرح شده وجود دارد. به عنوان نمونه نیدو و همکاران (۱۹۹۶)، برنامه‌های ارتقا صادرات را به چهار دسته از جمله ۱- اطلاعات و مشاوره‌های صادراتی ۲- حمایت‌های بازاریابی و ارائه اطلاعات بازار، جلب مشتریان و تسهیل ارائه کالاها و خدمات ۳- تأمین اعتبارات صادراتی و ضمانت‌های مرتبط با صادرات و بیمه

سبب کامیابی اقتصادی کشورها نمی‌شود. مطالعات اقتصاددانان برجسته‌ای از جمله لیست، چانگ و استیگلیتز حاکی از آن است که کشورهای پیشرفته کنونی، تنها به تولید و صادرات کالاهایی که در آن‌ها دارای مزیت نسبی هستند، اکتفا نکردند؛ بلکه کشف مزیت را هم در دستور کار خود قرار داده‌اند. به عبارتی کشورهای توسعه‌یافته، جایگاه متری امروز خود را مدیون دولت‌های توسعه‌گرای خود هستند. دولت توسعه‌گرا، دولتی است که قدرت، استقلال، ظرفیت و مشروعیت کافی برای تعقیب اهداف توسعه‌ای را در خود داشته باشد. این دولت‌ها با آگاهی از اهمیت تولید، به صورت خاص تولید صنعتی، به خلق صنایع جدید کمک و با انواع حمایت‌ها از صنایع نوپا در مقابل رقبای خارجی در کنار تجهیز این صنایع به تکنولوژی‌های روز دنیا، آن‌ها را پرورنده و آماده رقابت در عرصه بین‌المللی کردند و هنگامی که این صنایع به رشد کافی رسیدند، فضا را برای تجارت آزاد این صنایع تسهیل کردند.

درواقع با اتخاذ سیاست صنعتی که به معنای شناسایی رشته فعالیت‌های بالقوه دارای مزیت و زمینه‌سازی برای پرورش و خلق آن‌ها از طریق تأمین منابع مالی سرمایه‌گذاری، تأمین سرمایه انسانی مورد نیاز و زمینه‌سازی برای ادغام‌های افقی و عمودی لازم برای نیل به صرفه‌های نسبت به مقیاس فزاینده است نقش حمایتی خود را ایفا نموده‌اند. از منظر این طیف از اقتصاددانان، در اصل نبود سیاست صنعتی و سیاست‌های گزینشی متناسب با آن در عرصه تحقیق و توسعه و نبود سیاست تجاری متناسب با آن، علت اصلی پایین بودن مزیت رقابتی صنعتی است. بنابراین، از نظر این اقتصاددانان، باید میان حمایت تجاری و سیاست تجاری تفاوت اساسی قایل شد. حمایت تجاری اگر بی‌ارتباط با سیاست صنعتی باشد، صرف حمایت است که نمی‌تواند اثرگذاری لازم را داشته باشد. اما، اگر در چارچوب سیاست صنعتی آینده‌نگر تدوین شده باشد، در این صورت می‌تواند در خلق مزیت‌های رقابتی مؤثر باشد.

بررسی تجربی انجام شده گویای آن است که در بسیاری از کشورها نحوه مشارکت دولت‌ها در صادرات در قالب سیاست ارتقاء صادرات بوده است. لذا چارچوب اصلی این مطالعه با تمرکز بر این موضوع تنظیم شده است.

سیاست‌های ارتقای صادرات می‌تواند به طور مستقیم بر عملکرد صادرات تأثیر بگذارد و یا از طریق مجموعه‌ای از سیاست‌ها به طور غیرمستقیم (به طور مثال سیاست‌های پولی و مالی، کنترل تولید و کنترل قیمت، سیاست سرمایه‌گذاری، سیاست نرخ ارز) اثرگذار باشد. اهمیت هماهنگی در فرایندهای سیاسی باید همیشه در نظر گرفته شود. تنها این مهم نیست که سیاستی در این زمینه اجرا شود، بلکه این‌که چه سیاستی، در چه شرایطی و در چه چارچوبی به مرحله هماهنگی و اجرا برسد هم بسیار اهمیت دارد.

به عبارتی برای دستیابی به توسعه صادرات حضور دولت در قالب نقش اصلاحی و حمایتی از صادرات ضروری است. اگر چه در رابطه با این که از چه طریقی و به چه میزانی دولت‌ها اجازه دارند برای افزایش صادرات مداخله کنند اختلاف نظرات زیادی وجود دارد. بررسی تجربه کشورهای منتخب حاکی از آن است که دولت با انتخاب صنایع خاص و با حمایت هدفمند و مشروط در یک دوره مشخص سبب شکوفایی صادرات گردیده است.

۳. روش تحقیق

روش تحقیق ترکیبی توصیفی تحلیلی تطبیقی میان ایران و چند کشور منتخب از سوئی و مدل سه شاخکی یا [2]3c1 است. مدل مذکور در طبقه‌بندی مدل‌ها از نوع مدل‌های منطقی است که بسیاری از مفاهیم، رویدادها و پدیده‌ها در قالب نظری سه شاخکی (ساختار و فرایندی، رفتار و زمینه) مورد بررسی، مطالعه و تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد.

آزمون روایی نتایج

در مطالعه حاضر با محور قراردادن رویکرد سه شاخکی و ترکیبی از سایر رویکردها تلاش می‌گردد تا نظام پرداخت جوایز صادراتی آسیب‌شناسی و چارچوب مفهومی خاصی برای نظام مطلوب پرداخت با استفاده از روش تحلیل پرسشنامه‌ای و پرسش از صادرکنندگان منتخب به دست آید. به عبارت دیگر، رابطه بین این سه شاخه یک رابطه تنگاتنگ بوده و در عمل از هم جدایی ناپذیرند. لذا براساس روش پیمایشی-توصیفی اقدام به جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه گردیده است. جامعه آماری

این پژوهش مدیران، کارشناسان و کارکنان دستگاه‌های اجرایی منتخب (سازمان توسعه تجارت، صندوق توسعه ملی، صندوق ضمانت صادرات، گمرک، اتاق بازرگانی ایران، کنفدراسیون صادرات)، صادرکنندگان و تشکل‌های صادراتی می‌باشند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه باز و بسته، مصاحبه و جلسات اتاق فکری تشکیل میزگردهایی با عنوان «ارزیابی سیاست‌های حمایت از صادرات کشور: مالی و بانکی» و «ارزیابی سیاست‌های تشویق صادرات: جوایز صادراتی» و مطالعات کتابخانه‌ای است.

جدول ۱- نتایج آزمون فریدمن در معنی‌داری تفکیک مؤلفه‌های مؤثر از نظر پرسش‌شوندگان

Asymp. Sig.	df	Chi-Square	N	گروه سؤالات	مؤلفه‌های پرسشنامه در حوزه روش شناسی سه شاخه‌ای
					ساز و کار تشویق
۰,۰۰۰	۶	۴۲,۸۶۲	۷۹	۱۶-۲۴	مؤلفه‌های شیوه‌های حمایت غیرنقدی
					عوامل زمینه‌ای
۰,۵۳۵	۳	۲,۱۸۷	۷۷	۲۵-۲۸	مؤلفه‌های اثرگذاری محیط سیاسی و اقتصادی
۰,۰۲۲	۳	۹,۵۹۲	۷۸	۲۹-۳۲	مؤلفه‌های بهبود زیرساخت اعطای مشوق
۰,۰۰۱	۲	۱۴,۶۵۰	۷۷	۳۳-۳۵	مؤلفه‌های کیفیت بسترهای قانونی و فرهنگ سازمانی
					عوامل رفتاری
۰,۲۴۷	۲	۲,۸۰۰	۷۹	۳۸-۴۰	مؤلفه‌های میزان خطرپذیری
۰,۰۰۳	۱	۸,۷۵۸	۷۷	۴۱-۴۲	مؤلفه‌های ویژگی رفتاری مدیران
۰,۰۰۰	۵	۲۳,۰۸۹	۷۷	۴۳-۴۸	مؤلفه‌های کیفیت عملکرد ارکان اجرایی بسته
					عوامل ساختاری
۰,۰۰۶	۳	۱۲,۳۶۷	۷۹	۴۹-۵۲	مؤلفه‌های کیفیت نظام اعطای مشوق
۰,۰۱۰	۴	۱۳,۳۳۸	۷۷	۵۳-۵۷	برخی مؤلفه‌های ساختاری
۰,۰۴۶	۱	۴,۰۰۰	۷۹	۵۸-۵۹	مؤلفه‌های کیفیت نظام پرداخت

از آزمون مبنایی «کولمورگف-اسمیرنف» [۳] جهت آزمون معنی‌داری نتایج استفاده شده است. «میزان تقریبی معنی‌داری آزمون» [۴] با خروجی آزمون کولمورگف

برای این منظور طی پرسشنامه‌ای که به پیوست آمده است، تحلیل سه شاخکی در قالب ۶۳ سؤال به شکلی دقیق وزن هر یک از عوامل را مشخص کند.

- افزایش تنوع صادرات و نفوذ به بازارهای جدید
- رسیدن به افزایش معنی دار صادرات (برای مثال حداقل ۵۰ درصد) در بازار هر کشور
- کسب جایزه صادرکننده برتر موجب استفاده معافیت مالیاتی تا ۱۰۰ درصد از ارزش صادرات افزایش یافته
- معافیت مالیاتی برای صادرات افزایش یافته برخی صنایع کارخانه‌ای اولویت دار و بخش‌های خدماتی
- معافیت مالیاتی مضاعف برای توسعه صادرات کالا و خدمات
- معافیت از پرداخت حقوق گمرکی و مالیات بر فروش مواد اولیه کالاهای نهایی صادراتی مشروط بر اینکه آن مواد اولیه با همان کیفیت و قیمت در داخل عرضه نشود.
- معافیت مالیات بر فروش و ارزش افزوده برای صادرکنندگان و حتی عرضه‌کنندگان مواد اولیه کالاهای صادراتی
- معافیت مالیاتی بخشی یا تمام مخارج مرتبط به فناوری‌های جدید و تحقیقات
- ایجاد صندوق‌های مالی و ارائه تسهیلات مالی با بهره کم با هدف ارتقای صادرات و (به‌خصوص به صنایع کوچک و متوسط)
- ارائه اطلاعات بازرگانی، آموزش و مشاوره صادراتی، ایجاد دفاتر فعال در مراکز مهم تجاری دنیا، بازاریابی صادراتی و اعطای وام برای توسعه بازار، توسعه برند تجاری و اعتبار مالی
- بیمه‌های صادراتی: توسط دولت پشتیبانی و هدف آن پوشش دادن ریسک‌هایی است که بیمه‌های تجاری آن را قبول نمی‌کنند (به‌خصوص در مورد صادرکنندگان کوچک).
- ایجاد مناطق ویژه صادراتی در نقاط مختلف کشور و اعطای امتیازات خاص به آنها از جمله اعطای اجازه صدور بخشی از تولیدات واحدهای صددرصد

-اسمیرونوف و با مقایسه آن با α یا دامنه اطمینان سطح معنی‌داری α انجام و نسبت به نرمال بودن توزیع مشاهدات می‌توان اطمینان حاصل نمود. از این رو اگر α برابر ۰/۰۵ در نظر گرفته شود، چنانچه مقداره آزمون از این عدد بیشتر باشد، می‌توان فرض کرد توزیع مشاهدات نرمال است. آزمون «فریدمن» که تعمیم یافته آزمون «ویلکاکسون» [۵] است و معادل ناپارامتریک آزمون اندازه‌های مکرر می‌باشد نیز به‌کار گرفته شده است. در این آزمون گروه پرسش‌شوندگان در خصوص حداقل دو وضعیت یا دو مقطع زمانی مختلف مورد سنجش قرار می‌گیرند. هدف این است که تغییرات میانه در چند وضعیت یا مقطع زمانی مقایسه شوند. سطح سنجش متغیر در این آزمون ترتیبی بوده و پژوهشگران عموماً از این آزمون جهت رتبه‌بندی یا اولویت‌بندی متغیرها و آزمون معنی‌داری اولویت‌بندی از منظر پرسشگران استفاده می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد که به جز مؤلفه‌های محیط سیاسی - اقتصادی (بحران‌های بین‌المللی و تغییرات دولت‌ها در داخل) در حوزه عوامل زمینه‌ای و میزان خطرپذیری در حوزه عوامل رفتاری، سایر تفکیک‌های صورت گرفته در پرسش‌نامه به لحاظ آماری کاملاً معنی‌دار بوده است.

۴. یافته‌ها و تجزیه و تحلیل آن‌ها

الف: بررسی تطبیقی

بررسی تجربه برخی کشورها از جمله ترکیه، مالزی، هند و چین حاکی از آن است که کشورهای مذکور به منظور حمایت از صادرات مشوق‌هایی را به شرح ذیل به‌کار برده‌اند:

- معافیت و تخفیف‌های مالیاتی که از مهم‌ترین مشوق‌های صادراتی در این کشورها است که به شکل هدفمند به‌کار برده شده است. به‌عنوان نمونه در مالزی عمده معافیت مالیاتی با محدودیت‌هایی مشابه موارد زیر صورت می‌پذیرد:

- تخفیف مالیاتی (تقریباً ۲۰ درصدی) به درآمدهای ناشی از رشد صادرات نه کل

و تقویت موقعیت رقابتی این صنایع در سطح بین‌المللی وارد ساخت. اگرچه سطوح تعرفه برای اغلب اقلام تجاری تغییر یافت، اما این تغییرات عمدتاً در جهت آزادسازی تجاری و کاهش سطح متوسط تعرفه‌ها، در کل جهت‌گیری خاصی را به همراه نداشت. مضافاً در زمینه اعطای یارانه‌ها و تسهیل صادرات، آمارها بیانگر آن است که حمایت از اقلام صادراتی با سیاست استراتژیک تجاری سازگار و همراه نبود. اگرچه در دهه گذشته رقم تسهیلات اعطایی ریالی و ارزی بانک توسعه صادرات به گروه کالاهای صادراتی افزایش چشمگیری یافت، لیکن توزیع این تسهیلات در بین گروه کالاهای مبتنی بر هدف‌گیری صنایع منتخب نبوده و عمدتاً طی این سال‌ها سیاست حمایتی در جهت جبران خسارت‌های مالی صادرکنندگان بود.

برنامه چهارم

سیاست‌هایی که در راستای توسعه صادرات در برنامه چهارم مورد تأکید قرار داشت عبارتند از:

- (۱) هدفمندی و ساماندهی یارانه‌ها و جوایز صادراتی،
- (۲) افزایش سرمایه صندوق ضمانت صادرات ایران، (۳) ممنوعیت وضع مالیات و عوارض بر صادرات کالاهای غیرنفتی و خدمات، (۴) راه‌اندازی دفاتر، شعب و یا نمایندگی‌های برون‌مرزی سازمان توسعه تجارت، (۵) مجاز بودن صدور کلیه کالاهای و خدمات، (۶) تنظیم خط‌مشی صادراتی توسط شورایی عالی صادرات، (۷) ارتقاء سهم کالاهای با فناوری بالا در صادرات غیرنفتی و نظایر آن.

برنامه پنجم

در نیمه نخست دهه ۱۳۹۰، وضعیت بازرگانی خارجی ایران چندان مناسب نبود و از رونق نسبی کمتری برخوردار بود. ابتدای دهه با تشدید تحریم‌های مالی و تجاری و شروع دور جدید مذاکرات هسته‌ای [۸] از مهم‌ترین متغیرهای بنیادین تأثیرگذار بر مبادلات تجاری کشور بود.

صادراتی مناطق مزبور به داخل کشور. همچنین صدور کالا به این مناطق از کلیه مزایای مربوط به صادرات برخوردار است.

- تخفیف در نرخ حمل و نقل راه آهن از محل تولید تا بنادر صادراتی و توسعه زیرساخت‌های تجاری به‌ویژه حمل‌ونقل و لجستیک

- تأسیس و افزایش سرمایه اگزیم بانک‌ها

- سیاست کاهش نرخ ارز و آزادسازی سرمایه‌گذاری علاوه بر موارد فوق در این کشورها دیپلماسی مناسب و به‌کارگیری سیاست خارجی جهت دستیابی به بازارهای جدید و اتخاذ سیاست‌های اقتصاد کلان و ایجاد محیط مناسب جهت کسب و کار از اهمیت خاصی برخوردار است.

ب: مروری بر ابزارها و مشوق‌های صادراتی در قوانین کشور و آیین‌نامه‌های مصوب

ابزارها و مشوق‌های صادراتی هر کشور را می‌توان در چارچوب برنامه‌های توسعه صادرات آن کشور که در اسناد رسمی توسط دولت‌ها در قالب راهبرد ملی تدوین می‌شود، مشاهده نمود. اولین تلاش‌های هدفمند در زمان تدوین برنامه سوم توسعه آغاز و در برنامه چهارم به نحوی عمیق‌تر و گسترده‌تر ادامه یافت. سیاست‌ها و اقدامات تشویقی به‌کار گرفته شده در برنامه سوم توسعه [۶] به شرح زیر می‌باشد:

برنامه سوم

در برنامه سوم توسعه در چارچوب سیاست استراتژی تجاری ابزارهایی از جمله تعرفه‌ها و اعطای یارانه‌های صادراتی با هدف‌گیری صنایع منتخب به‌کار گرفته شد. در بررسی‌های انجام شده در کشور، سه صنعت تولید فلزات اساسی، تولید سایر محصولات کانی غیرفلزی و تولید مواد و محصولات شیمیایی به‌عنوان صنایع منتخب تعیین شد [۷]، اما نقدهایی بر سیاست تجاری کشور بیانگر حمایت صریح و مشخص از این سه گروه، و تلاش در جهت حفظ

از ابتدای برنامه پنجم توسعه به‌ویژه سال ۱۳۹۱ به دلیل تغییر نرخ ارز محدودیت و ممنوعیت‌هایی از سوی دولت اعمال گردید. در واقع دولت تنها راه تأمین ارز برای واردات را صادرات غیرنفتی با ارزش افزوده بالا می‌دانست. طبق قانون برنامه پنجم توسعه، صادرات از پرداخت هرگونه مالیات و عوارض معاف بود، اما از آن طرف دولت می‌توانست از کالاهای غیرنفتی به‌ویژه کالاهای خام و با ارزش افزوده پایین با تأیید شورای اقتصاد عوارض دریافت نماید. یکی دیگر از خلأهای موجود برای تصمیم‌گیری درست در امر صادرات در طول برنامه پنجم مشخص نبودن وضعیت شورای عالی صادرات بود که در برنامه پنجم توسعه دیده نشده بود. وضع مالیات بر صادرات و تعهدات ارزی در سال ۹۱ به بعد چالش جدی صادرکنندگان در سال‌های برنامه پنجم توسعه بود و همین عوامل باعث شد در نیمه اول سال ۹۲ صادرات کشور کاهش معنی‌داری پیدا نماید که در دولت یازدهم با حذف این موانع وضعیت بهبود یافت.

برنامه ششم

بر اساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته در زمینه توسعه صادرات در برنامه ششم، افزایش پوشش بیمه صادراتی، اصلاح نرخ تسهیلات، اصلاح هزینه حمل‌ونقل، افزایش مشوق‌های صادراتی و کاهش محدودیت ورود موقت برای صادرات در دستور کار قرار گرفت. از سوی دیگر در شورای عالی صادرات نیز پیشنهادهایی از سوی سازمان توسعه تجارت برای توسعه صادرات مطرح گردید. از آن جمله می‌توان به «اختصاص ۴۰۰ میلیارد ریال اعتبار به‌طور سالانه در قالب بودجه‌های سنواتی برای جبران خسارت احتمالی بانک‌های عامل»، «اختصاص ۱۵۰ میلیون یورو به بانک‌های عامل منتخب برای سپرده‌گذاری در بانک‌های خارجی»، «تأمین ۲۰ هزار میلیارد ریال از منابع صندوق ضمانت صادرات با نرخ سود ۱۱ درصد برای کاهش نرخ سود بانکی» و «اختصاص حداقل ۸ درصد تسهیلات بانکی به بخش صادرات غیرنفتی» اشاره نمود.

بررسی وضعیت پرداخت جوایز صادراتی کشور

برای تشویق صادرات طی سال‌های برنامه‌های توسعه به خصوص از برنامه سوم توسعه تدابیر فراوانی اندیشیده شده است. از میان این تدابیر، پرداخت یارانه و پاداش‌های صادراتی جایگاه مهمی دارد. تاریخچه آن نیز به طرح‌ها و پیشنهادهای وزارت صنایع وقت برای پشتیبانی از برخی صنایع نیازمند به پشتیبانی و تهیه فهرستی از اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری‌های صنعتی برای تقویت صادرات صنعتی مانند صنعت نساجی برمی‌گردد. در واقع از ابتدای سال ۱۳۸۰ پرداخت جوایز صادراتی [۹] برای صادرکنندگان چرم بر پایه ۲۰٪ ارزش صادرات آنها تعریف و آغاز شد و بودجه آن نیز ۲۰۰ میلیارد ریال تعیین گردید. از آن زمان به بعد برای کالاهای گوناگون (کشمش، تخم مرغ و گوشت مرغ، چای فرآوری داخل، میگوی پرورشی و رب گوجه‌فرنگی) پرداخت یارانه صادراتی در دستور کار قرار گرفت و هم‌اکنون جوایز صادراتی به حجم کالای صادره و ارز وارده به کشور تعلق می‌گیرد. بر پایه آیین‌نامه جدید تا سه درصد ارزش کالاهای صادراتی به صادرکنندگان جایزه تعلق می‌گیرد.

از سال ۱۳۹۱ ردیف بودجه جوایز و مشوق‌های صادراتی از قانون بودجه سنوات حذف گردید که دارای پیامدهایی از جمله بلا تکلیف ماندن پرداخت معوقات سال‌های ۱۳۸۸ لغایت ۱۳۹۰ به مبلغ ۳۶۰۰ میلیارد ریال، وصول شکایات متعدد از سوی بنگاه‌های صادراتی از طرف دیوان عدالت اداری و بسته شدن حساب و برداشت مبلغ جوایز که اعتبار آن به سازمان توسعه تجارت اختصاص نگرديده، کاهش اعتماد بنگاه‌های صادراتی به برنامه‌های دولت و سازمان در خصوص حمایت‌های وعده داده‌شده و کاهش صادرات، و عدم ابلاغ بسته‌های تدوین شده حمایت توسعه صادرات بوده است.

در سال ۱۳۹۴ مشوق‌های نقدی در قالب ۲۰۰۰ میلیارد ریال تسهیلات بانکی مصوب شد که تمام مسیر آن از جانب سازمان توسعه تجارت طی شد؛ به طوری که موافقت‌نامه‌های لازم بین این سازمان و بانک توسعه صادرات به‌عنوان بانک

عامل و سازمان برنامه ریزی کشور منعقد شد اما اعتبار لازم از جانب سازمان مدیریت و برنامه ریزی اختصاص نیافت. مشوق غیرنقدی در قالب ۵۰۰ میلیارد ریال اعتبار جهت آموزش، کارگاه‌های تخصصی و ایجاد زیرساخت‌ها به‌ویژه در خطوط حمل‌ونقل هوایی یا دریایی، که قراردادهای مرتبط در بخش حمل‌ونقل، مانند ایجاد خطوط منظم کشتیرانی به آستاراخان در شمال و در جنوب نیز خطوط منظم کشتیرانی به عمان ایجاد و یا در دست احداث قرار گرفت.

در سال ۱۳۹۵ نسبت اعتبارات تخصیص یافته به کل اعتبار مصوب جهت حمایت از صادرات حدود ۱/۴ درصد است که نشان از عدم تخصیص کافی اعتبارات از سوی دستگاه‌های متولی دارد. علی‌رغم اینکه دولت در مصوبه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی بسته حمایت از توسعه صادرات غیرنفتی را تصویب کرد، لیکن اعتبارات پیش‌بینی شده در این بسته تخصیص نیافت و این مسأله از دلایل اصلی عدم اجرای برنامه حمایتی جهت توسعه صادرات بوده است. آنچه مسلم است صرف برخی از حمایت‌های کوتاه‌مدت شامل اعطای معافیت کالاهای وارداتی مرتبط با اقلام صادرات، صندوق‌های صادراتی، برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و خارجی، مالیات و عوارض صادرات برخی از اقلام، پوشش بیمه تجاری و یارانه و جوایز صادراتی نمی‌تواند کلیه مشکلات ساختاری و صادرات را حل نماید و لازم است تصویب و ابلاغ استراتژی توسعه صنعتی و کشاورزی و اجرای سیاست‌های تجاری مدون در دستور کار دولت قرار گیرد.

در سال ۱۳۹۷ نیز معادل ۱۳۰۰ میلیارد تومان برای مشوق‌های صادراتی اختصاص یافت که تنها ۱/۵ درصد آن (۲۰ میلیارد تومان) اختصاص یافت. در سال ۱۳۹۸، ۷۸۰ میلیارد تومان به‌عنوان مشوق‌های صادراتی برای کمک به هیأت‌های تجاری، کمک به حضور در نمایشگاه‌ها، کمک به ثبت برند و کمک سود تسهیلات بانکی در بودجه در نظر گرفته شده است. همچنین از سال ۹۷ شیوه پرداخت

مشوق‌های صادراتی تغییر و منوط به بازگشت ارز حاصل از صادرات گردیده است [۱۰].

ج: یافته‌های به‌دست آمده از روش میدانی سه مرحله‌ای
بر اساس نتایج پرسشنامه و با تکیه بر نتایج قوی آزمون‌های مختلف معنی‌داری انجام شده، می‌توان با قوت زیاد این گزاره را مطرح ساخت که از بین شیوه‌های حمایت نقدی پرداخت سریع استرداد مالیات بر ارزش افزوده، یارانه سود تسهیلات بانکی و برقراری خطوط حمل و نقل (یارانه حمل و نقل) از منظر صادرکنندگان بیشترین تأثیر را دارد. اینکه استرداد مالیات بر ارزش افزوده در واردات عاملی مؤثر در صادرات شناخته شده است، بریک اصل مهم اقتصادی صحنه می‌گذارد و تأییدکننده «اصل تقارن لرنر» در ارتباط بین واردات و صادرات و «برهم‌بستگی» صادرات و واردات است. مهم‌ترین دلیل این انتخاب مبحث برهم‌بستگی صادرات و واردات است و نتایج به خوبی نشان می‌دهند که این مؤلفه در انتخاب سیستم حمایتی به میزان قابل توجه‌ای نقش داشته است، به عبارت بهتر، این مهم نشان‌دهنده وابستگی صادرکنندگان به واردات مواد اولیه و ماشین‌آلات است و اینکه واردات تا حدود زیادی در کشور در خدمت صادرات قرار دارد. فقدان منابع تأمین مالی مناسب خارجی و وابستگی تولیدکنندگان به نظام بانکی ناکارآمد که خواهان سود تسهیلات بالا برای اعطای منابع مالی است، باعث شده است که گزینه دوم مد نظر صادرکنندگان یارانه سود تسهیلات بانکی باشد.

عوامل زمینه‌ای

در خصوص عوامل زمینه‌ای، سه دسته متغیر در حوزه مشوق‌ها از یکدیگر تفکیک شده که عبارتند از:

- اثرگذاری محیط سیاسی و اقتصادی
- بهبود زیرساخت اعطای مشوق
- کیفیت بسترهای قانونی و فرهنگ سازمانی

از میان این سه دسته عوامل، عامل اول به لحاظ آماری، طی آزمون فریدمن، معنی دار نبود اما دو دسته عوامل دیگر کاملاً معنی دار بوده و از نظر صادرکنندگان تصمیم‌سازی صحیح دولت در خصوص این دو مؤلفه می‌تواند در اثربخشی بسته مشوق‌ها مؤثر واقع شود.

از نظر صادرکنندگان، بهبود زیرساخت‌های اجرایی بسته اعطای مشوق، به‌ویژه از منظر اعطای یارانه حمل و نقل و اعطای سود تسهیلات بانکی، به‌عبارت دیگر، بهبود عملکرد اجرایی گمرکات، بنادر و نظام بانکی بیشترین اثر را در اثربخشی مشوق‌ها دارد. آن‌ها نوع شناسایی [۱۱] و هدفمندی [۱۲] فعلی و همچنین پوشش‌های بیمه‌ای را نسبت به دو مورد اول بهتر تشخیص داده‌اند.

عامل مؤثر دیگر در میان عوامل زمینه‌ای، کیفیت بسترهای قانونی و فرهنگ سازمانی در دو حوزه خصوصی و دولتی است. نکته قابل توجه، تأکید بیشتر بر نهادینه شدن و اجرای دقیق معیارهای تشویق و حمایت از جانب اتاق‌های بازرگانی و تدقیق فرهنگ سازمانی این مهم در بخش خصوصی است. به نظر صادرکنندگان، اتاق‌های بازرگانی هنوز به مکانیزم اجرایی دقیق و کاملی که همه گروه‌ها را راضی نگاه دارد نرسیده‌اند و مکانیزم‌های جاری آنها در معرفی و رتبه‌بندی شرکت‌های صادراتی نیازمند اصلاح و تکمیل است. صادرکنندگان پس از این مهم، بسترهای قانونی و نهایتاً فرهنگ سازمانی بخش دولتی را در اولویت قرار داده‌اند.

عوامل رفتاری

در بین عوامل رفتاری، سه دسته مؤلفه مؤثر در خصوص مشوق‌های صادراتی از یکدیگر متمایز شده‌اند که عمده‌ترین آن‌ها عبارتند از:

- میزان خطرپذیری

- ویژگی رفتاری مدیران

- کیفیت عملکرد ارکان اجرایی

در بین این عوامل سه‌گانه، مؤلفه میزان خطرپذیری طی آزمون فریدمن از منظر پرسشگران رد شد و این عامل متغیر مناسبی برای دسته‌بندی آن‌ها در میان عوامل رفتاری شناسایی نشد. لذا دو گروه متغیرهای ویژگی رفتاری مدیران و کیفیت عملکرد ارکان اجرایی مورد بررسی قرار گرفت. البته عدم معنی‌داری متغیر خطرپذیری نظریه عدم ریسک‌پذیری رفتارهای نظام بانکی و بیمه‌ای و سازمانی در هر دو بخش خصوصی و دولتی، می‌تواند دلیل این امر باشد. متأسفانه نهادهای توسعه‌ای در کشور در حوزه حمایت‌های صادراتی از کمترین میزان ریسک‌پذیری برخوردارند که نمونه آن در پوشش ریسک بین ۴ تا ۳۰ درصد نوسانات ارزی، منوط به شرایطی است که برای کمتر صادرکننده‌ای به لحاظ اقتصادی معنی‌دار است.

در قسمت عوامل رفتاری، صادرکنندگان بهبود و اصلاح نظام رفتاری اتاق‌های بازرگانی را نسبت به بخش دولتی در اولویت قرار داده‌اند. همچنین از منظر صادرکنندگان، بهبود عملکرد سازمان توسعه تجارت، گمرک و صندوق ضمانت صادرات بیش از سایرین می‌تواند بر ارتقاء نظام مشوق‌های صادراتی اثرگذار باشد. این نکته قابل توجه است که بهبود عملکرد سازمان توسعه تجارت ایران در حوزه مشوق‌ها تا دو برابر بهبود عملکرد نظام بانکی می‌تواند اثرگذار باشد.

عوامل ساختاری

سه دسته عوامل در حوزه ساختاری بر ارتقاء سطح سیاست‌های تشویقی قابل تمایزند که عبارتند از:

- کیفیت نظام اعطای مشوق

- کیفیت مؤلفه‌های ساختاری (از جمله کیفیت نظام برنامه‌ریزی)

- کیفیت نظام پرداخت

هر سه مؤلفه به لحاظ شاخص فریدمن از منظر صادرکنندگان

عامل مؤثر هستند و تفکیک آن‌ها معنی‌دار است.

به لحاظ عوامل ساختاری اعطای مشوق، کیفیت نظام برنامه‌ریزی و ارزیابی و تشخیص بیش از همه مورد تأکید است. بعد از این دو عامل، کیفیت نظام نظارتی بر اجرای صحیح و به موقع است که مورد تأکید قرار گرفته و نهایتاً کیفیت اطلاع‌رسانی در رتبه چهارم اولویت بندی شده است. چنانچه این نتیجه در کنار نتایج عدم اولویت سطح هدفمندی و تشخیص قرار گیرد مشخص می‌شود که از منظر صادرکنندگان، با وجود شناخت صحیح شرکت‌ها اما زمان بندی و ارزیابی مناسبی بر اعطای مشوق‌ها صورت نمی‌گیرد. در میان عوامل ساختاری، تأکید بر تشویق شرکت‌های بزرگ به جای شرکت‌های کوچک و همچنین توسعه ابزارهای تشویق به ویژه به طریق تهاتر مطالبات دولت (مالیات بر صادرات) از تولیدکنندگان و صادرکنندگان از محل مشوق‌ها حائز اهمیت است.

۵. نتیجه و توصیه‌های سیاستی

برخی از مهم‌ترین دلایل کاهش اثربخشی مشوق‌های صادراتی کشور طی سال‌های اخیر عبارتند از:

- عدم وجود رویه با ثبات و مشخص در پرداخت مشوق‌های صادراتی
- عدم وجود تفکر واحد سیستمی به منظور انتخاب بخش اولویت دار
- ناکارایی روش و سرعت پرداخت جوایز صادراتی
- تخصیص مشوق‌ها بدون توجه به میزان اثربخشی آن‌ها
- غیرهدفمند بودن جوایز صادراتی
- عدم اولویت بندی بنگاهی و بخشی جهت پرداخت مشوق‌ها
- عدم وجود آگزیتم بانک با معیارهای جهانی
- بالا بودن نرخ سود و کارمزد استفاده از بانک توسعه صادرات و صندوق ضمانت صادرات (به خصوص برای بنگاه‌های کوچک و متوسط)

- نامشخص بودن اعتبارات بانک‌ها
- عدم وجود روابط بین بانکی در داخل کشور
- عدم انگیزه کافی و عدم آشنایی لازم صادرکنندگان از سیستم تضمین صادرات
- عدم تناسب میان سرمایه صندوق ضمانت با حجم صادرات
- پایین بودن میزان پوشش بیمه‌ای صندوق ضمانت صادرات در مقایسه با کشورهای منتخب
- فقدان پایگاه جامع اطلاعاتی جهت اعتبارسنجی ضمانت‌نامه‌های اعتباری
- ساختار ناکارآمد تأمین مالی و بیمه صادرات
- عدم وجود اولویت بندی برای تخصیص منابع صندوق
- مشکلات مربوط به تحریم بانک‌ها
- عدم تأمین منابع مالی صادراتی
- تعمیم قانون مالیات بر ارزش افزوده بر خدمات صندوق ضمانت صادرات
- عدم آگاهی از اطلاعات تجاری و بازارها
- عدم برندسازی ملی
- پایین بودن سطح تعامل میان سازمان توسعه تجارت، اتاق بازرگانی و بخش خصوصی
- عدم وجود نیروی آموزش دیده جهت شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی
- عدم وجود برنامه صادراتی در شرکت‌های صادرکننده
- عدم وجود مشاورین متخصص در صادرات
- تغییر مداوم قوانین (به خصوص در سال ۹۷)
- دور شدن مناطق آزاد و ویژه صادراتی از اهداف اولیه و تبدیل شدن آن‌ها به سکوی واردات و قاچاق
- عدم توفیق در پیشبرد استراتژی صادرات
- ناکامی مناطق آزاد تجاری در جذب سرمایه خارجی و داخلی
- مکان یابی نامناسب مناطق آزاد تجاری

- مشکلات مربوط به دسترسی و انتقال منابع ارزی
- پیمان سپاری ارزی

توصیه‌های سیاستی

- ارائه پیشنهادها در راستای اثرگذاری بیشتر مشوق‌های صادراتی و تدوین بسته‌های حمایتی جدید
- پرداخت مشوق‌های غیرمستقیم به صورت هدفمند (بر اساس نوع کالا و بازار هدف)، مشروط و محدود به بازه زمانی مشخص
- حذف کلیه حمایت‌ها و معافیت‌های بخش‌های غیرمولد (حذف معافیت‌های مالیاتی مربوط به صادرات کالاهای خام)
- کاهش محدودیت ورود موقت (افزایش اختیار تفویض شده به گمرکات اجرایی کشور جهت صدور مجوزهای ورود موقت موضوع ماده ۵۱ قانون امور گمرکی) امکان ورود موقت کلیه کالاها بدون دریافت مجوز
- تقویت توان مالی صندوق به منظور گسترش پوشش ضمانت‌های صادراتی توسط دولت با کاهش نرخ بیمه‌های کوتاه، میان و بلندمدت
- روانسازی اعطای تسهیلات به صادرکنندگان جهت افزایش قدرت رقابت صادرکنندگان در بازارهای جهانی به ویژه تسریع فرایند صادرات برای شرکت‌های بزرگ و صاحب برند داخلی در قالب صدور کارت Fast act
- تعیین نرخ اعتبارات بانک‌ها به گونه‌ای که قابل رقابت در بازارهای جهانی گردد.
- طراحی و تدوین بسته خدمات ویژه جهت بهره‌مندی بنگاه‌های صادراتی به ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط از حمایت‌های صندوق ضمانت صادرات در شرایط خاص (تحریم)
- توزیع منطقه‌ای اعتبارات صادراتی

- ایجاد انسجام نهادی در امر صادرات و تعیین یک نهاد متولی و مسئول برای امر صادرات (سازمان توسعه تجارت)

- تدوین بسته‌های خاص حمایتی با محوریت استفاده گسترده‌تر از پیمان‌های دو جانبه پولی جهت فائق آمدن بر چالش تحریم‌ها
- دیپلماسی مناسب و به‌کارگیری سیاست خارجی جهت دستیابی به بازارهای جدید
- تشکیل شرکت‌های مدیریت صادرات و استفاده از نیروهای متخصص بومی یا غیربومی خدمات تجاری لازم جهت تسهیل و پشتیبانی از روند صادرات محصولات ایرانی در کلیه موارد از قبیل تحقیقاتی، مشاوره‌ای، سرمایه‌گذاری، برنامه‌ریزی و تأسیس دفاتر تجاری و سایر خدمات تجاری
- حمایت از مقیاس صادراتی با هدف یکپارچگی سیاست‌های صادراتی در بخش‌های مختلف، تقویت کنسرسیوم‌ها، تشویق حضور و فعال‌سازی شرکت‌های مدیریت صادرات [۱۳] (EMC) و تجمع شرکت‌های کوچک با استفاده از ابزارهای مشوق صادراتی:

(تنها صادرکننده یا گروه صادرکنندگانی که به صورت فردی و یا در قالب یک کنسرسیوم صادراتی که میزان صادرات آن‌ها به ۳ میلیون دلار در سال اول برسد، مشمول سیاست‌های حمایتی گردند. حداقل مقیاس صادراتی به صورت پلکانی هر سال به میزان ۲۰٪ افزایش یابد).

(اضافه کردن مؤلفه‌هایی به شیوه‌نامه‌های پرداخت مشوق‌های صادراتی در سال ۱۳۹۸ که تأکید بر موارد فوق داشته باشد (شرکت‌های مدیریت صادرات و ...))

ضمیمه: پرسشنامه تحقیق

در حوزه سیاست‌گذاری، دولت‌ها به حمایت از فعالیت‌های صادراتی شرکت‌ها به برنامه‌های ترفیع / تشویق صادرات

معروف شده‌اند. شیوه‌های تشویق صادرات دولت‌ها از برنامه سوم توسعه عبارت است برنامه‌های تشویق مستقیم (شامل معافیت‌های مالیاتی، وام‌های صادراتی، مجوز جانشین کردن مواد اولیه واردشده، بیمه صادرات و جوایز نقدی)، غیرمستقیم (ترفیح بازاریابی در کشورهای هدف، کمک وارداتی به صادرکنندگان و حمایت‌های حمل و نقل صادراتی) و سایر مشوق‌ها (اصلاح بروکراسی و آمار و اطلاعات و ارائه تحلیل‌های عمیق تجاری) دسته‌بندی کرد. «مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی» به‌عنوان بازوی مطالعاتی وزارت صنعت، معدن و تجارت، در راستای انجام رسالت اصلی خود؛ یعنی هدایت و انجام پژوهش‌های توسعه‌ای و کاربردی مرتبط با نیازهای صنعت، معدن و تجارت و به‌منظور پاسخ به این سؤال اساسی که «آیا مشوق‌ها از کارایی لازم برخوردار بوده‌اند؟» و «چه مشوق‌هایی می‌تواند کمک بیشتری به رشد صادرات شرکت‌های ایرانی نمایند؟»، اقدام به انجام طرح پژوهشی حاضر با عنوان «آسیب‌شناسی و ارائه الگو شیوه‌های تشویق صادرات با تکیه بر تجربه جهانی» کرده است.

از شما خبره محترم درخواست می‌شود به‌منظور پیشبرد این مطالعه و کمک به اصلاح سیاست‌های حمایتی صادرات غیرنفتی و صرفاً جهت بهبود هرچه بیشتر کیفیت پژوهش مذکور، همکاری لازم را با پاسخ دقیق به سؤالات این پرسشنامه به‌عمل آورید.

چند نکته مهم:

در تمام سؤالات دوره مورد نظر ارزیابی و بررسی، پنج سال گذشته است و هدف میزان اثرگذاری مؤلفه‌ها است و قصد مقایسه عملکرد دولت‌ها را ندارد،

- منظور از مشوق‌های نقدی، جوایز نقدی و مستقیم صادراتی کالا و خدمات براساس ارزش صادرات است،
- منظور از مشوق‌های غیرنقدی، یارانه سود تسهیلات بانکی، تسهیلات گمرکی، کمک هزینه حمل و نقل، بیمه، صدور ضمانت‌نامه صادراتی، تبلیغات، بازاریابی، آموزش و اجاره دفتر و انبار و مراکز تجاری است.
- در خصوص سؤالات ۷، ۸ و ۹ خواهشمند است گزینه‌ها را بین ۱ تا ۵ اولویت‌بندی فرمایید.
- پرسشنامه قابلیت تکمیل با استفاده از کامپیوتر و تلفن همراه را دارد.

با تشکر از حسن همکاری شما

پرتال جامع علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

ردیف	سؤال	A	B	C	D	E
الف) صادرات، تشویق و حمایت (۱۰ سؤال)						
۱	صادرات شما در کدام یک از رشته فعالیت‌های زیر قرار می‌گیرید؟	<input type="checkbox"/> کشاورزی و دامپروری	<input type="checkbox"/> صنایع پایه نفتی	<input type="checkbox"/> صنعتی پایه کارخانه‌ای	<input type="checkbox"/> معدن و صنایع معدنی	<input type="checkbox"/> خدمات
۲	صادرکننده کدام دسته از محصولات زیر به شما می‌رود؟	<input type="checkbox"/> مصرفی	<input type="checkbox"/> مواد اولیه	<input type="checkbox"/> اقلام سرمایه‌ای	<input type="checkbox"/> فناوری	<input type="checkbox"/> خدمات
۳	در کدام زمینه در حوزه صادرات غیرنفتی فعالیت دارید؟	<input type="checkbox"/> تولیدی-صادراتی	<input type="checkbox"/> صادراتی	<input type="checkbox"/> صادرات مجدد	<input type="checkbox"/> توریسم	<input type="checkbox"/> خدمات
۴	صادرات محصولات شما به کدام یک از مناطق زیر صورت گرفته است؟	<input type="checkbox"/> همجوار و همسایه	<input type="checkbox"/> آسیای میانه	<input type="checkbox"/> هند و شرق آسیا	<input type="checkbox"/> آفریقا	<input type="checkbox"/> اروپا و آمریکا
۵	صادرات محصولات شما به چه تعداد کشور صورت گرفته است؟ (تعداد کشور)	<input type="checkbox"/> حداکثر ۳	<input type="checkbox"/> حداکثر ۵	<input type="checkbox"/> حداکثر ۱۰	<input type="checkbox"/> حداکثر ۱۵	<input type="checkbox"/> بیش از ۱۵
۶	صادرات محصولات شما به چه تنوعی صورت گرفته است؟ (تعداد محصول صادراتی)	<input type="checkbox"/> حداکثر ۳	<input type="checkbox"/> حداکثر ۵	<input type="checkbox"/> حداکثر ۱۰	<input type="checkbox"/> حداکثر ۱۵	<input type="checkbox"/> بیش از ۱۵
۷	ارزش صادرات محصولات شما به طور متوسط در هر سال به چه میزان است؟ (میلیون دلار)	<input type="checkbox"/> حداکثر ۵	<input type="checkbox"/> حداکثر ۱۰	<input type="checkbox"/> حداکثر ۵۰	<input type="checkbox"/> حداکثر ۱۰۰	<input type="checkbox"/> بیش از ۱۰۰
۸	به نظر شما مهم‌ترین معیار پرداخت جوایز صادرات کدام است؟ (اولویت ۱ تا ۵)	<input type="checkbox"/> ارزش صادرات	<input type="checkbox"/> ارزش افزوده	<input type="checkbox"/> ماندگاری	<input type="checkbox"/> فناوری	<input type="checkbox"/> تنوع کالایی-کشوری
۹	کدام روش تشویقی را در پیشبرد امور صادراتی خود مؤثرتر می‌دانید؟ (اولویت ۱ تا ۵)	<input type="checkbox"/> مشوق نقدی	<input type="checkbox"/> مشوق غیرنقدی	<input type="checkbox"/> مشوق افزایش نرخ ارز	<input type="checkbox"/> بهبود فضای کسب و کار	<input type="checkbox"/> بهبود
۱۰	کدام روش حمایتی را در پیشبرد امور صادراتی خود مؤثرتر می‌دانید؟ (اولویت ۱ تا ۵)	<input type="checkbox"/> تسهیلات بانکی	<input type="checkbox"/> تسهیلات گمرکی	<input type="checkbox"/> هزینه حمل و بیمه	<input type="checkbox"/> ضمانت نامه	<input type="checkbox"/> تبلیغات، آموزش و بازاریابی

ب) سازوکار تشویق و حمایت (۱۴ سؤال)						
۱۱	اعطای جوایز صادراتی مستقیم نقدی را تا چه میزان بر حفظ بازارهای صادرات و رونق صادرات اثرگذار ارزیابی می‌کنید؟	<input type="checkbox"/> خیلی کم	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> خیلی زیاد
۱۲	اعطای جوایز صادراتی غیرنقدی را تا چه میزان بر حفظ بازارهای صادرات و رونق صادرات اثرگذار ارزیابی می‌کنید؟	<input type="checkbox"/> خیلی کم	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> خیلی زیاد
۱۳	اعطای جوایز صادراتی مستقیم نقدی را تا چه میزان بردستیابی به بازارهای جدید صادراتی اثرگذار ارزیابی می‌کنید؟	<input type="checkbox"/> خیلی کم	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> خیلی زیاد
۱۴	اعطای جوایز صادراتی غیرنقدی را تا چه میزان بردستیابی به بازارهای جدید صادراتی اثرگذار ارزیابی می‌کنید؟	<input type="checkbox"/> خیلی کم	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> خیلی زیاد
۱۵	با سطح فعلی حمایت و تشویق، احتمال دستیابی دولت به اهداف حوزه صادرات غیرنفتی برنامه ششم را تا چه اندازه می‌دانید؟	<input type="checkbox"/> خیلی کم	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> خیلی زیاد
۱۶	از میان شیوه‌های حمایت غیرنقدی، برقراری نمایشگاه و حمایت از شرکت در آنها را تا چه اندازه مؤثر می‌دانید؟	<input type="checkbox"/> خیلی کم	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> خیلی زیاد
۱۷	از میان شیوه‌های حمایت غیرنقدی، ایجاد مراکز تجاری و بازاریابی را تا چه اندازه مؤثر می‌دانید؟	<input type="checkbox"/> خیلی کم	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> خیلی زیاد
۱۸	از میان شیوه‌های حمایت غیرنقدی، برقراری خطوط حمل و نقل یا یارانه حمل و نقل را تا چه اندازه مؤثر می‌دانید؟	<input type="checkbox"/> خیلی کم	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> خیلی زیاد

ب) سازوکار تشویق و حمایت (۱۴ سؤال)						
۱۹	از میان شیوه‌های حمایت غیرنقدی، یارانه سود تسهیلات بانکی را تا چه اندازه مؤثر می‌دانید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۲۰	از میان شیوه‌های حمایت غیرنقدی، کمک هزینه تبلیغات و بازاریابی را تا چه اندازه مؤثر می‌دانید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۲۱	از میان شیوه‌های حمایت غیرنقدی، پرداخت سریع استرداد مالیات بر ارزش افزوده به عنوان مشوق را تا چه اندازه مؤثر می‌دانید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۲۲	از میان شیوه‌های حمایت غیرنقدی، کمک هزینه اجاره دفتری یا انبار در خارج از کشور را تا چه اندازه مؤثر می‌دانید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۲۳	از میان شیوه‌های حمایت غیرنقدی، برقراری نمایشگاه و حمایت از شرکت در آنها را تا چه اندازه مؤثر می‌دانید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۲۴	از میان شیوه‌های حمایت غیرنقدی، ایجاد مراکز تجاری و بازاریابی را تا چه اندازه مؤثر می‌دانید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد

ج) عوامل زمینه‌ای تشویق و حمایت (۱۲ سؤال)						
۲۵	اثرگذاری تغییرات محیط سیاسی و ارتباطات بین‌الملل (جنگ و تحریم) را در میزان پرداخت جوایز صادراتی را تا چه اندازه می‌دانید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۲۶	اثرگذاری تغییرات محیط دولتی و ارتباطات داخلی (۵ دولت مختلف) را در این زمینه تا چه اندازه می‌دانید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۲۷	اثرگذاری تغییرات محیط اقتصاد داخلی (دوره‌های رونق و رکود تولید) را در میزان پرداخت جوایز تا چه اندازه می‌دانید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۲۸	اثرگذاری تغییرات محیط اقتصاد بین‌الملل (قیمت نفت) را در میزان پرداخت جوایز تا چه اندازه می‌دانید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۲۹	بهبود در زیرساخت شناسایی، انتخاب و اعطای جوایز نقدی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۳۰	بهبود در زیرساخت اعطای یارانه سود تسهیلات بانکی به عنوان ابزار مشوق را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۳۱	بهبود در زیرساخت اعطای یارانه حمل و نقل به عنوان ابزار مشوق را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۳۲	بهبود در زیرساخت پوشش بیمه‌ای را به عنوان ابزار مشوق چگونه ارزیابی می‌کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۳۳	کیفیت بسترهای قانونی لازم برای اعطای حمایت‌ها و مشوق‌های صادراتی را چگونه رتبه‌بندی می‌کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۳۴	کیفیت فرهنگ سازمانی بخش دولتی در راستای صادرات محوری و حمایت از صادرات را چگونه رتبه‌بندی می‌کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۳۵	کیفیت فرهنگ سازمانی بخش خصوصی در راستای صادرات محوری و حمایت از صادرات را چگونه رتبه‌بندی می‌کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۳۶	صرف‌نظر از مشکلات در اجرای بسته حمایتی، در بسته جدید حمایت از صادرات غیرنفتی سال ۱۳۹۶، سطح نوآوری در ایجاد فرایندهای کارآمدتر را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد

د) عوامل رفتاری تشویق و حمایت (۱۲ سؤال)						
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۳۷ میزان اثرگذاری مشوق صادرات غیرنفتی را در بهبود شرایط صادرات چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۳۸ میزان خطرپذیری بانک‌های خصوصی را در فرایند تشویق و حمایت از صادرات غیرنفتی چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۳۹ میزان خطرپذیری بانک‌های دولتی را در فرایند تشویق و حمایت از صادرات غیرنفتی چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۰ میزان خطرپذیری شرکت‌های بیمه و حمل را در فرایند تشویق و حمایت از صادرات غیرنفتی چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۱ ویژگی رفتاری مدیران دولتی و مختصات فکری آنها را در تدوین، اصلاح و پیشبرد سیاست‌های حمایتی چه اندازه اثرگذار می‌دانید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۲ ویژگی رفتاری مدیران اتاق و مختصات فکری آنها را در تدوین، اصلاح و پیشبرد سیاست‌های حمایتی چه اندازه اثرگذار می‌دانید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۳ کیفیت عملکرد صندوق توسعه ملی را به عنوان یکی از ارکان بسته‌های حمایتی و تشویقی (طی ۵ سال گذشته) چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۴ کیفیت عملکرد صندوق ضمانت صادرات را به عنوان یکی از ارکان بسته‌های حمایتی و تشویقی (طی ۵ سال گذشته) چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۵ کیفیت عملکرد بانک‌های عامل را به عنوان یکی از ارکان بسته‌های حمایتی و تشویقی (طی ۵ سال گذشته) چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۶ کیفیت عملکرد دولت (تأمین بودجه) را به عنوان یکی از ارکان بسته‌های حمایتی و تشویقی (طی ۵ سال گذشته) چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۷ کیفیت عملکرد سازمان توسعه تجارت را به عنوان یکی از ارکان بسته‌های حمایتی و تشویقی (طی ۵ سال گذشته) چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۸ کیفیت عملکرد گمرک ج.ا.ا را به عنوان یکی از ارکان بسته‌های حمایتی و تشویقی (طی ۵ سال گذشته) چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

ه) عوامل ساختاری و اجرایی تشویق و حمایت (۱۳ سؤال)						
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۹ کیفیت نظام ارزیابی و تشخیص صادرکننده نمونه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۰ نحوه اطلاع‌رسانی پرداخت جوایز و مشوق‌های صادراتی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۱ کیفیت نظام نظارت بر نحوه دستیابی به شرایط لازم جهت اخذ جایزه صادراتی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۲ کیفیت نظام برنامه‌ریزی، زمان‌بندی و دقت در انتخاب صادرکنندگان نمونه در روز ملی صادرات را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۳ تشویق شرکت‌های بازرگانی کوچک و سنتی را تا چه اندازه مؤثر در توسعه صادرات غیرنفتی می‌دانید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۴ تشویق شرکت‌های بازرگانی بزرگ، نوین و هلدینگ‌های صادراتی را تا چه اندازه مؤثر در توسعه صادرات غیرنفتی می‌دانید؟ خیلی کم کم متوسط زیاد خیلی زیاد

ه) عوامل ساختاری و اجرایی تشویق و حمایت (۱۳ سؤال)							
۵۵	آیا با تغییر زمان بندی اجرای بسته حمایت از صادرات غیرنفتی (از اواسط به اوایل سال) امکان اثرگذاری بیشتر بر صادرات غیرنفتی وجود دارد؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	<input type="checkbox"/>
۵۶	آیا با ارتقاء سطح هدف مندی مشوق ها و صرفاً تشویق و حمایت برخی حوزه های صادراتی، موافقت می کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	<input type="checkbox"/>
۵۷	آیا با تهاوتر مطالبات دولت از تولیدکنندگان و صادرکنندگان از محل مشوق های صادراتی آنها در سنوات گذشته و سال جاری موافقت می کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	<input type="checkbox"/>
۵۸	کیفیت نظام پرداخت جوایز نقدی را در کل چگونه ارزیابی می کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	<input type="checkbox"/>
۵۹	کیفیت نظام پرداخت جوایز غیرنقدی را در کل چگونه ارزیابی می کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	<input type="checkbox"/>
۶۰	در کل به نظام حمایت و تشویق از صادرات غیرنفتی چه رتبه ای می دهید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	<input type="checkbox"/>
۶۱	تأثیر عدم اجرای بسته حمایتی توسط دولت بر میزان صادرات بنگاه را چگونه ارزیابی می کنید؟	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	<input type="checkbox"/>

و) نقطه نظرات صادرکننده محترم (۲ سؤال)	
۶۲	چنانچه هرگونه سیاست حمایتی و تشویقی دیگر به نظرتان می رسد یا در کشورهای دیگر سراغ دارید، خواهشمند است در این قسمت مرقوم فرمایید
۶۳	مزید امتنان است هرگونه ملاحظه و نکته مدنظر خود در خصوص پرسشنامه را در این قسمت درج فرمایید

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی

پی‌نوشت

شرکت برق منطقه‌ای تهران»، بیست و نهمین کنفرانس بین‌المللی برق، شرکت برق منطقه‌ای تهران، ایران.

ترازنامه بانک توسعه صادرات سال‌های مختلف.

تصویب‌نامه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۶//۶/۲۱.

دلوری، رضا (۱۳۹۴)، «آسیب‌شناسی آموزش‌های سازمانی در بخش دولتی براساس مدل سه شاخگی»، نخستین همایش آسیب‌شناسی آموزش سازمانی، مؤسسه آفاق صنعت، ۱۳۹۰.

صفرلی، مسعود (۱۳۸۹)، «بررسی تأثیر سیاست‌های تشویق صادرات بر توسعه صادرات چرم ایران از دیدگاه صادرکنندگان»، دانشکده مدیریت گروه مدیریت بازرگانی.

ضیایی بیگدلی، صادق (۱۳۹۷)، «تدوین سند سیاست تجاری ایران». مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

کمیجانی، اکبر و سیدحسین میرجلیلی (۱۳۸۰)، «ساز و کار سیاست استراتژیک تجاری برای توسعه صادرات صنعتی ایران»، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۰.

گزارش بررسی لایحه بودجه سال ۱۳۹۷ پیشنهادی در خصوص اعطای جوایز صادراتی، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۶.

گزارش جوایز صادراتی، سازمان توسعه تجارت، فروردین ۱۳۹۵.

گزارش عملکرد جوایز و مشوق‌های صادراتی (سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۶)، سازمان توسعه تجارت، دفتر توسعه خدمات بازرگانی، ۱۳۹۶.

Arvind Panagariya, Evaluating The Case For Export Subsidies. World Bank, 1999.

Habibi, Nader (2003), "Irans Exchange Rate Freeze: Is it Appropriate? Is it Sustainable?"

Marianna Belloc. Michele Maio (2011), Survey of The Literature On Successful Strategies and Practices For Export Promotion By Developing Countries.

Sarlak, M.A. (2010), "E-Banking and Emerging Multidisciplinary Processes: Social, Economical and Organizational Models: Social, Economical and Organizational Models", Advances in Electronic Commerce, IDEA Group Inc (IGI).

۱. مقاله مذکور مستخرج از طرح پژوهشی «بررسی ابزارها و مشوق‌های صادراتی در کشورهای منتخب و نحوه به‌کارگیری آن در ایران» می‌باشد.

2. Tri-Category.

3. Kolmogorov-Smirnov.

4. Asymptotic Significance.

5. Wilcoxon signed-rank test.

۶. در برنامه سوم توسعه، در مواد قانونی ۱۱۳، ۱۱۴، ۱۱۵، ۱۱۶ و ۱۱۷ به حمایت از صادرات غیرنفتی تأکید شده است.

۷. اکبرکمیجانی، سیدحسین میرجلیلی، پاییز ۱۳۸۰.

۸. هرچند مذاکرات هسته‌ای در اوایل آذرماه ۱۳۹۲ به توافق اولیه میان ایران و کشورهای طرف مذاکره منجر شد، اما به دلیل طولانی شدن زمان اجرای آن و برخی کارشکنی‌ها در حین اجرائتوانست تأثیرزیدی بر حجم مبادلات تجاری در این دوره داشته باشد. زمان اجرای توافق ژنو، ۳۰ دی‌ماه ۱۳۹۲ تعیین شد.

۹. سازمان توسعه تجارت، ۱۳۹۶.

۱۰. براساس بند «ن» تبصره ۶ لایحه بودجه، پرداخت هرگونه جایزه و مشوق صادراتی برای صادرکنندگان منوط به حصول اطمینان از برگشت ارز حاصل از صادرات کالا و خدمات به چرخه اقتصاد کشور براساس دستورالعمل بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران است.

11. Identification.

12. Targeted.

13. Export Management Company.

منابع

ارزیابی شیوه‌های پرداخت یارانه صادراتی در ایران و اثرات لغو آن، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۵.

بسته حمایت از توسعه صادرات غیرنفتی کشور، مصوبه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی، سال‌های ۱۳۹۶، ۱۳۹۵ و ۱۳۹۷.

بیات، مهین و محسن کامرانی (۱۳۹۲)، «آسیب‌شناسی معاونت منابع انسانی با هدف بهبود و توسعه براساس مدل سه شاخگی، مورد مطالعه