

بررسی تجارب کشورهای مختلف در خصوص پرداخت یارانه‌های صادراتی و ارایه راهکارهای لازم برای اقتصاد ایران

حمدا لله پیشرو

(کارشناس ارشد اقتصاد، سازمان بازرگانی استان بوشهر)

در این مطالعه تجربیات کشورهای مختلف در زمینه سیاست‌های حمایتی از صادرات مورد بررسی قرار گرفته و یک مطالعه تطبیقی در خصوص موضوع برای اقتصاد ایران صورت گرفته است.

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۱ به بعد سهم یارانه‌های غیر مستقیم صادراتی در کل یارانه‌ها در کشورهای جهان افزایش پیدا کرده است. همچنین در کشور ما استفاده از یارانه‌های مستقیم به صورت پرداخت جوایز و یارانه‌ها بیش از ۹۰ درصد از کل اعتبارات صادراتی را به خود اختصاص داده است که سهم یارانه‌های غیر مستقیم اندک بوده است. بنابراین ضرورت هدفمند کردن یارانه‌های صادراتی و بررسی مشکلات دقیق هر بخش از اقتصاد (یا هر گروه کالایی) و تعیین نوع و میزان یارانه پرداختی بر این اساس می‌تواند اثر بخشی سیاست‌های حمایتی را در بخش صادرات افزایش دهد.

مقدمه

یارانه یکی از ابزارهای مهم حمایتی دولت‌ها هستند که برای حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان پرداخت می‌شود. هر یک از کشورها برای افزایش صادرات غیر نفتی و توسعه آن، مشوق‌هایی را در نظر گرفته که این مشوق‌ها در مجموع سعی بر آن دارند تا هزینه‌های صادرات را برای صادرکننده

در سال‌های اخیر توسعه صادرات، یکی از عوامل کلیدی در افزایش رشد اقتصادی کشورها بوده است. این موضوع در بسیاری از کشورها با توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل‌های تولید کالا و خدمات با شدت و ضعف همراه شده است.

با توجه به مشکلات ساختاری کشورها نظیر تورم و بالا بودن قیمت کالاهای صادراتی همواره سعی شده است تا با استفاده از ابزارهای حمایتی از بخش صادرات، کالاها و خدمات تولید شده در کشور برای سایر کشورها ارزان‌تر گردد و صادرات کالا افزایش یابد. بررسی تجربه کشورهای مختلف نشان می‌دهد که هر چند پرداخت یارانه‌های صادراتی توسط سازمان تجارت جهانی (WTO) محدود گردیده است لیکن کشورهای عضو این

سازمان در حال حاضر یارانه‌های بسیاری را برای افزایش رقابت تولیدکنندگان خود در بازارهای جهانی پرداخت می‌کنند. هر چند با توجه به این موضوع سهم یارانه‌های غیر مستقیم، نسبت به کل یارانه‌ها افزایش پیدا کرده است. در ایران نیز اعمال مشوق‌های صادراتی با مد نظر قرار گرفتن سیاست توسعه صادرات در برنامه‌های توسعه اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است به طوری که سالانه بیش از یک هزار میلیارد ریال از بودجه سالیانه (طی سال‌های ۸۴-۱۳۸۱) به این امر اختصاص یافته است.



کاهش دهند و او را به انجام صادرات بیشتر تشویق کنند. از طرفی سیاست اعطای مشوق‌های صادراتی با سیاست توسعه صادرات ملازم است. هر چند سازمان‌های بین‌المللی نظیر سازمان تجارت جهانی مخالف پرداخت انواع یارانه به تولیدکنندگان است لیکن کشورهای عضو این سازمان نیز در حال حاضر (نظیر اتحادیه اروپا) برای بسیاری از کالاهای خود یارانه در نظر می‌گیرند.

در کشور ما نیز اعطای یارانه صادراتی در قانون بودجه سال ۱۳۸۱ در قالب یک ردیف بودجه‌ای در نظر گرفته شد و مصارف آن نیز طبق قانون مشخص گردید. هر چند سابقه پرداخت یارانه صادراتی در کشور به بیش از ۳ دهه بازگشته و دولت از چند سال قبل معافیت مالیات را برای صادرات کالا و خدمات اعمال کرده است.

در این تحقیق سعی بر آن است تا بررسی تجربیات کشورهای مختلف در خصوص پرداخت مشوق‌های صادراتی، موضوع پرداخت یارانه به صادرکنندگان کشور مورد بررسی قرار گرفته و راهکارهای لازم نیز برای افزایش اثر بخشی این یارانه‌ها ارائه گردد. به طور کلی این مطالعه در جهت پاسخگویی به دو سوال ذیل انجام می‌شود:

۱- کشورهای مختلف در جهان از چه ابزارهایی برای تشویق صادرات استفاده کرده‌اند؟

۲- مناسب‌ترین روش برای پرداخت مشوق‌های صادراتی در کشور ایران کدام است؟

۱- ضرورت و اهمیت موضوع تحقیق

صادرات غیر نفتی در کشور در طی سال‌های گذشته با مشکلات و موانع زیادی روبرو بوده است. فقدان فرهنگ صادراتی، عدم شفافیت و ثبات قوانین و مقررات، عملکرد ضعیف نهادهای متولی در امر صادرات، فقدان یک سیاست راهبردی بلندمدت و همسو در تجارت خارجی و ناهماهنگی‌های سیاست‌های پولی و مالی و تجاری از جمله مشکلاتی هستند که توسعه صادرات را در کشور ما با مشکل روبرو کرده است. در کنار این مشکلات وجود تورم دو رقمی در اقتصاد کشور و بالا رفتن مداوم قیمت تمام شده کالاهای صادراتی همواره به عنوان یک عامل بازدارنده قوی در توسعه صادرات و کاهش سود صادرکنندگان مطرح گردیده است. به همین لحاظ ضرورت جبران دریافتی‌های صادرکنندگان باعث گردیده است تا دولت اعطای یارانه صادراتی به فعالان تجارت را برای افزایش درآمدهای آن‌ها در نظر گیرد. از جمله اقداماتی که در طی سال‌های اخیر در راستای توسعه صادرات و تحقق اهداف صادراتی دولت در طی برنامه سوم و چهارم توسعه صورت گرفته است استفاده از سیاست تشویقی به صورت پرداخت جایزه و یارانه صادراتی است. بدون شک صادرات کشور از این اقدام تأثیر خواهد پذیرفت اما میزان این تأثیر گذاری به درستی مشخص نیست.

۲- یارانه‌ها، جوایز صادراتی و توسعه صادرات

۲-۱- تعریف یارانه‌های صادراتی

از یارانه تعاریف زیادی به عمل آمده است که در این بخش به برخی از این تعاریف پرداخته می‌شود. منوچهر فرهنگ در فرهنگ علوم اقتصادی یارانه را معادل لاتین آن یعنی Subsidy در نظر گرفته و یارانه را کمک مالی یا معادل آن که به یک خدمت داده می‌شود معرفی کرده گرچه از نگاه سود این خدمات اقتصادی نباشد ولی از حیث رفاه عمومی لازم است.

پور آذر نیز یارانه را در کتاب خود این چنین تعریف کرده است "یارانه از انواع پرداخت‌های انتقالی در جهت جبران یا پرداخت قسمتی از قیمت کالا یا خدمات است که به منظور افزایش قدرت خرید مصرف‌کنندگان یا افزایش قدرت فروش تولیدکننده و کنترل آثار منفی فعالیت به مصرف‌کنندگان توسط دولت انجام می‌پذیرد."

سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (OECD) نیز یارانه را به شکل دیگری تعریف کرده است. بر اساس تعریف این سازمان، هر معیاری که قیمت مصرف‌کننده را کمتر از قیمت بازار کند یا برای تولیدکننده بالاتر از قیمت‌های بازار آزاد قرار دهد، یا هزینه‌های تولید و مصرف را کاهش دهد، یارانه نام دارد.

از یارانه صادراتی نیز تعاریف زیادی صورت گرفته است. سازمان تجارت جهانی یارانه صادراتی را بدین شکل تعریف کرده است: یارانه‌های صادرات یا پرداخت‌های مستقیم یا هر نوع دیگر است که باعث می‌شود قیمت‌های صادراتی برای خریداران خارجی کاهش یابد. یا در کتاب "سیاست‌های حمایتی" رازینی یارانه‌های صادراتی برای کمک به صادرکنندگان در جهت رقابت در بازارهای جهانی به منظور پایین آوردن هزینه و یا به عبارتی قیمت تمام شده کالاهای صادراتی پرداخت می‌شود. این یارانه‌ها در جهت حمایت از مصرف‌کنندگان خارجی و منافع آن‌ها به خارج از کشور منتقل می‌شود. در کنار این انتقال درآمد، پرداخت یارانه‌ها در داخل کشور ممکن است سبب ایجاد اشتغال، بومی کردن تکنولوژی و مهارت در تولید و افزایش صادرات گردد. در هر صورت برای پرداخت یارانه صادراتی باید تحلیل هزینه - فایده صورت گیرد.

مهم‌ترین اهداف پرداخت یارانه چه در بخش داخلی و چه برای کالاهای صادراتی عبارت است از: (۱)

- تخصیص بهینه منابع در جامعه و توازن آن‌ها در بخش‌های مختلف اقتصادی.

- تولید و عرضه کالاهای و خدمات عمومی که بخش خصوصی تمایلی به تولید آن‌ها ندارد.

- پرداخت برای تولید کالاهای و خدمات بخش خصوصی که تولید این کالاهای دارای آثار مثبت اجتماعی است.

- اعطای یارانه در جهت تشویق تولید بیشتر کالا و خدمات.

- اعطای یارانه در جهت تثبیت قیمت‌ها و ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا.

- استفاده از یارانه به منظور متعادل کردن توزیع درآمد و کاهش اختلاف طبقاتی.

- اعطای یارانه به منظور کاهش واردات.

- به کارگیری یارانه با هدف افزایش سرمایه‌گذاری در اقتصاد.

- اعطای یارانه در جهت کاهش هزینه‌های صادرکنندگان و تقویت صادرات غیر نفتی.

- اعطای یارانه صادراتی با هدف بسترسازی و تحقق اهداف صادراتی دولت.

۲-۲- ادبیات نظری مسأله یارانه‌های صادراتی

موضوع یارانه‌های صادراتی و تأثیر آن بر توسعه صادرات و رفاه اجتماعی در مطالعات زیادی مورد توجه قرار گرفته است. در مطالعات اولیه نظریات و دیدگاه‌های کلاسیک‌ها در مورد تجارت بین‌المللی است. دیدگاه مشخص

کلاسیک‌ها نسبت به اقتصاد، به حداقل رساندن دخالت‌های دولت در تنظیم امور اقتصادی است. این دیدگاه تعادل در بخش‌های اقتصادی را حاصل انگیزه‌های اقتصادی عوامل موثر در اقتصاد آزاد می‌داند و تجارت آزاد را به مثابه موتور رشد اقتصادی می‌داند. نظریات کلاسیک‌ها در مورد سیاست‌های حمایتی نیز بسیار مورد توجه است. اقتصاددانان پیرو این نظریه بین بازرگانی داخلی و خارجی تفاوتی نمی‌بینند. به عقیده طرفداران این مکتب باید از دخالت‌های دولتی نظیر، اتخاذ سیاست‌های تعرفه گمرکی جلوگیری کرد. در واقع بازار جهانی باید متکی به سیاست‌های بدون تعرفه، سهمیه بندی وارداتی و نرخ ارز ثابت باشد. باید با انعطاف پذیری نرخ ارز، اجازه داده شود تا قیمت‌ها از قانون عرضه و تقاضای آزاد پیروی کند. به طور خلاصه طرفداران این نظریه معتقدند که اگر اقتصاد خارجی توسط سیاست‌های حمایتی و نظیر آن کنترل شود نتایجی نظیر افزایش هزینه‌ها از طریق افزایش قیمت واردات، عدم کارایی و عدم تعادل در سیاست‌های تجاری از طریق ایجاد سدهای تجاری توسط سایر کشورها را ایجاد خواهد کرد.

از طرفی در نظریات کلاسیک‌ها اتخاذ سیاست‌های حمایتی نیز در مواردی توجیه شده است. اول، حمایت از صنایعی که برای دفاع از کشور فعالیت می‌کنند، دوم در مواردی که بر تولید داخلی مالیات وضع می‌شود، این عوارض باید بر کالای مشابه خارجی نیز اعمال گردد.

نئو کلاسیک‌ها نیز با آرایه نظریات در سمت تقاضا، عامل تقاضا یا منحی بی تفاوتی مصرف را در نظر تجارت وارد کرده‌اند. به این مفهوم که سلیقه مصرفی هر کشور نیز عاملی در جهت تجارت است و هر کشور کالایی را صادر می‌کند که مازاد بر مصرف داخلی او باشد. در سمت عرضه نیز نئو کلاسیک‌ها فروض جدیدی را وارد مدل تجارت کرده‌اند از جمله بازده نسبت به مقیاس تولیدی، شدت کاربرد عوامل تولید و موجودی عوامل تولید. پس از جنگ جهانی نیز به قدرت رسیدن ایالات متحده و تکامل تئوری‌های اقتصادی در نظام سرمایه‌داری بود که مهم‌ترین تحول را کینز با طرح نظریات خود به وجود آورد. شکل گیری اقتصاد سوسیالیستی و اعتقاد به بسته بودن اقتصاد نیز از دیگر اتفاقات در عرصه تجارت بین الملل محسوب می‌شود.

روند سیاست‌های حمایتی در کشورهای صنعتی، بعد از جنگ جهانی اول که عموماً کشورهای فوق دچار کسری موازنه پرداخت‌ها، تورم و اختلال در مبادلات بازرگانی و اعمال سیاست‌های حمایتی شدید از صنایع داخلی گردید تا حدودی متحول شد. مذاکرات نمایندگان ۵۰ کشور در سال ۱۹۲۷ در ژنو و تصمیم به رفع موانع تجاری و برگزاری کنفرانس هاوانا در سال ۱۹۴۸ با حضور نمایندگان ۵۶ کشور در کوبا زمینه شکل گیری موافقتنامه عمومی تعرفه و تجارت (GATT) را فراهم ساخت و مذاکرات جدی را بر سر حذف موانع و سیاست‌های حمایتی آغاز کرد.

در استراتژی‌های توسعه اقتصادی کشورهای جهان سوم نیز از سال‌های ۱۹۷۰ به بعد دو استراتژی معروف جایگزین واردات و توسعه صادرات (سیاست‌های دورنگر و برون‌گرا) مطرح شده است که سیاست‌های حمایتی در این سیاست تا حدودی متفاوت است. در استراتژی جایگزینی واردات در ابتدا با وضع محدودیت‌های گمرکی و یا سهمیه بندی واردات کالاها سعی می‌گردد تولید داخلی مورد حمایت قرار گیرد. صنایع نوزاد از عمده‌ترین بخش‌های مورد حمایت می‌باشند. لیکن آیا این استراتژی باعث افزایش رفاه اجتماعی و توسعه صنایع در آینده خواهد شد، پاسخی تردید آمیز دارد که در مطالعات فراوان مورد بحث قرار گرفته است.

استراتژی توسعه صادرات نیز با تشویق تجارت خارجی سعی می‌کند تا توسعه اقتصادی مبتنی بر مدل‌های برون‌گرا قرار گیرد. این سیاست گرایش به ادغام هر چه بیشتر در اقتصاد جهانی و اتخاذ سیاست‌های باز اقتصادی دارد. ابزارهای اقتصادی این استراتژی عبارت است از: استفاده از سیاست آزادی واردات، قبول نرخ‌های واقعی ارز، ایجاد انگیزه برای صادرات و از همه مهمتر دستیابی به قیمت‌های مناسب برای عوامل تولید، به گونه‌ای که اقتصاد ملی قادر باشد هماهنگ با مزیت‌های نسبی که از آن برخوردار است توسعه یابد.

موضوع استفاده از یارانه‌های صادراتی و تاثیر آن بر توسعه صادرات به عنوان یک ابزار حمایتی دولت در تجارت خارجی در مطالعات زیادی مورد بررسی قرار گرفته است که در ذیل به برخی از آن‌ها اشاره می‌گردد.

(۲۰۰۳) Mihir طی یک مطالعه به بررسی عکس العمل بازار داخلی و خارجی نسبت به اعطای یارانه‌های صادراتی پرداخته است. این مطالعه با موضوع پرداخت یارانه‌های صادراتی در ایالات متحده و اتحادیه اروپا، تاثیر این موضوع در نظام تجاری را مورد بررسی قرار داده است. شواهد مورد بررسی اقتصاد ایالات متحده نشان می‌دهد که قیمت سهام بسیاری از شرکت‌های تولیدی صادراتی تحت تاثیر پرداخت‌های یارانه‌های دولت به این شرکت‌ها قرار دارد. همچنین این پرداخت بر قدرت رقابت شرکت‌های صادراتی در انجام صادرات تاثیر زیادی داشته است. در این تحقیق تابع سود بنگاه پس از دریافت یارانه صادراتی به شرح ذیل تعریف شده است: (۲)

$$\pi = (p - wL)(1 + s)X_i - \rho kx_i \quad (1)$$

که در آن p قیمت بازار تولیدات بنگاه، x مقدار تولید، w نرخ دستمزد می‌باشند. برای سادگی فرض شده است که بنگاه‌ها تحت شرایط بازده ثابت به مقیاس قرار داشته و نسبت ثابتی از سرمایه (k) و نیروی کار (L) را در هر واحد تولید به کار می‌گیرند. همچنین یارانه دولت ایالات متحده بر درآمد صادرات نیز برابر S و با فرض عدم وجود استهلاک سرمایه، هزینه فرصت با R در نظر گرفته شده است.

در تعادل جزیی (p) قیمت تابعی از تولید صنعت است که برابر است با (x)، شرط اول برای ماکزیم کردن سطح سود به صورت تابع ذیل تعریف می‌گردد:

$$P + x_i dp/dx(1 + \theta) = WL + \rho k/(1 + s) \quad (2)$$

در جایی که بنگاه تغییرات حدسی^(۳) که برابر است با $[dx/dx_i - 1]$ همچنین فرض می‌شود n تعداد شرکت‌های صادراتی کشور و بنابراین $(n - N)$ تعداد شرکت‌های رقبای خارجی می‌باشد. همچنین با توجه به فرض تابع تقاضای مصرف کننده به صورت خطی می‌توان گفت که d^2p/dx^2 در نهایت با دیفرانسیل گیری از معادله دوم می‌توان نوشت:

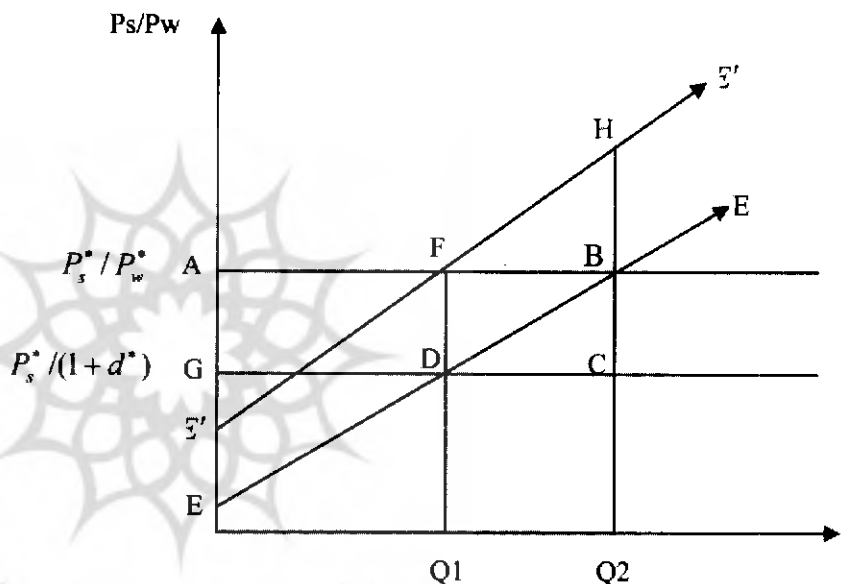
$$d\pi_i/ds = \pi_i/(1 + s) + 2x_i \rho k/(1 + s)[1 + \theta + N - n/1 + \theta + N] \quad (3)$$

که معادله سوم اثر سوبسید صادرات را بر روی میزان سودآوری بنگاه نشان می‌دهد که تابعی از تولید بازار در شرایط رقابت ناقص می‌باشد. همچنین فرض می‌شود که بنگاه‌های کشور در مقابل رقبا بسیار بزرگ می‌باشند ($n \rightarrow 0$). همچنین وقتی که شرایط رقابت کامل در بازار ایجاد گردد منافع حاصل از اعطای یارانه صادراتی به بنگاه‌های کشور به مصرف کنندگان منتقل می‌گردد. پس بنابراین هرچه ساختار بازار از شرایط

رقابیتی کمتری برخوردار باشد سودآوری بنگاه ناشی از یارانه صادراتی افزایش می‌یابد.

Arvind (۱۹۹۹) طی یک مطالعه به ارزیابی اعطای یارانه صادراتی و تاثیر آن بر رفاه اقتصادی پرداخته است. (۴) در این مطالعه نقش پرداخت مشوق‌های صادراتی از نقطه نظر حداکثر رفاه با استفاده از حمایت‌های صادراتی از بنگاه‌ها و همچنین استفاده از تعرفه‌ها برای بی‌اثر کردن تاثیر مشوق‌های صادراتی برای شرکای تجاری و به کارگیری این مشوق‌ها برای صنایع نوزاد می‌باشد. در پایان این تحقیق تجربیات کشور هندوستان و کشورهای آسیای جنوب شرقی در خصوص پرداخت یارانه‌های صادراتی را ارایه کرده است.

در این مطالعه از نمودار عرضه و تقاضا برای آثار ایجاد شده ناشی از پرداخت یارانه‌های صادراتی استفاده شده است. در ابتدا فرض کنید که در داخل کشور پیچیدگی‌های تجاری و یا تعرفه وجود ندارد. در نمودار زیر EE



نمودار عرضه فولاد و P_s^*/P_w^* قیمت جهانی فولاد بر حسب عدد نشان داده شده است (بر حسب گندم). اعطای یک یارانه صادراتی به وسیله کشور داخلی منحنی عرضه صادرات را به چپ منتقل می‌سازد. (EE) نمودار (۱): اعطای یارانه صادراتی توسط کشور داخل منحنی عرضه صادرات را از EE به EE انتقال می‌یابد و اعمال تعرفه جبرانی توسط شریک تجاری باعث کاهش قیمت دریافتی کشور داخل به نقطه G می‌شود.

و میزان صادرات از Q_1 به Q_2 افزایش می‌یابد و میزان رفاه بدین صورت کاهش می‌یابد: از کل میزان یارانه اعطا شده به وسیله ABCG و ناحیه ABDG برابر با مازاد اضافی به دست آمده برای صادرکنندگان است. در هنگامی که ناحیه BCD به عنوان یک رفاه از دست رفته در نظر گرفته می‌شود. هزینه اجتماعی مقدار تولید افزایش یافته و Q_1 درآمدی است که توسط کشور خارجی دریافت می‌شود (BCD).

به راحتی می‌توان دید که این زیان مستقل از یارانه‌ای است که به کشور خارجی از طریق صادرات پرداخت شده است. اعطای یک یارانه صادراتی (گندم) توسط یک کشور خارجی باعث می‌شود که صادرکنندگان خارجی

گندم یک قیمت پایین‌تر برای گندم در کشور را قبول کند. بطور همزمان آنان مایل هستند که قیمت بالاتری برای فولاد را بر حسب گندم پرداخت نمایند. بنابراین در نمودار یک یارانه خارجی به عنوان یک متغیر برون‌زا باعث انتقال قیمت به P_s^*/P_w^* می‌شود. البته اندازه کشور (از لحاظ بزرگ بودن یا کوچک بودن توان اقتصادی و تولید) در تغییر شرایط ذکر شده نیز موثر است. در ادامه این تحقیق خنثی ساختن یارانه صادرات به وسیله تغییر میزان تعرفه توسط کشورهای دیگر مورد بحث قرار گرفته است.

همچنین مدل‌های اقتصادسنجی مورد استفاده در بررسی تاثیر مشوق‌های صادراتی بر صادرات کشورهای آسیای جنوب شرقی (به خصوص کره) نشان می‌دهد که یک رابطه معنی‌داری در خصوص مشوق‌های صادراتی وجود دارد (Westphal and Kim 1982). البته کشورهای سنگاپور و هنگ کنگ که نظام تجاری آزاد را ایجاد کرده‌اند، لیکن کشورهای اندونزی و مالزی و تایلند سیاست‌های جذب سرمایه‌گذاری خارجی را برای توسعه صادرات کالا در نظر گرفته‌اند. بنابراین حتی اگر این نظر پذیرفته شود که یارانه‌های صادراتی اثر مثبتی بر صادرات کشورهای جنوب شرقی آسیا داشته نمی‌توان به صراحت گفت که به کارگیری این سیاست نتایج مشابهی در سایر کشورها ایجاد کند.

در هر صورت با توجه به مباحث بالا و بررسی تجربیات موجود می‌توان گفت که امروزه در تمامی کشورها سیاست‌های حمایتی دارای کاربردهای متنوعی هستند و نظرات کلاسیک‌ها عملاً دارای کاربرد زیادی نمی‌باشد و بحث اساسی در استفاده مطلوب و بهینه از این سیاست‌ها است.

اعضاء سازمان تجارت جهانی نیز در صورت پرداخت یارانه باید بر اساس ماده ۱۶ از بخش الف موافقتنامه عمومی دلائل و میزان و خسارت‌های وارده به اقتصاد شرکای تجاری را برآورد و به دبیرخانه ارایه کنند.

۳- نتایج حاصل از بررسی تجارب کشورهای مختلف در خصوص موضوع

نوع پرداخت یارانه‌های صادراتی در کشورهای مختلف با توجه به اوضاع و احوال اقتصادی و توسعه یافتگی کشورها متفاوت بوده است. در این بخش تجربیات برخی کشورهای جهان در خصوص اعطای یارانه‌های مذکور مورد بررسی قرار می‌گیرد:

ایالات متحده

در کشور آمریکا برنامه اعطای یارانه صادراتی از طریق مختلف به اجرا درآمده است. این یارانه‌ها برای بهبود وضعیت زیر ساخت‌های صادرات، بیمه محصولات صادراتی و یارانه اعتبارات بانکی بوده است. برای مثال بانک صادرات و واردات آمریکا تسهیلات اعتباری به صادرکنندگان را ضمانت^(۵) کرده است و برای حمل و نقل کالاهای صادراتی یارانه اعطا

می‌کند. همچنین بانک ایالات متحده (۶) بیشترین اعتبارات مالی خود را در بخش کشاورزی پرداخت کرده است که مدت این تسهیلات از ۳ ماه تا ۱۰ سال بوده است. اعطای یارانه‌های صادراتی برای فروش کالاهای صادراتی این کشور در برخی موارد متفاوت از سایر کشورها بوده است. ایجاد زیر ساخت‌ها نظیر انبار و تاسیسات فرآوری در کشورهای وارد کننده از جمله یارانه‌های پرداختی برای افزایش فروش کالاهای صادراتی امریکا در سایر کشورها بوده است.

مالزی

کشور مالزی سیاست‌های تشویقی خود را در راستای توسعه صادرات به صورت اعطای تسهیلات با کارمزد مناسب تعریف کرده است. که در ذیل به برخی از آن‌ها اشاره می‌گردد. (۷)

- ارایه تسهیلات صادراتی در هنگام تولید کالاهای صادراتی که تا ۹۵ درصد از قیمت محصول را شامل می‌گردد و ارایه این تسهیلات در بعد از صادرات نیز به میزان ارزش کل کالاهای صادراتی خواهد بود کارمزد این تسهیلات به میزان ۵/۵ درصد و مدت آن ۵ ساله می‌باشد.

- پرداخت جوایز صادراتی به بنگاه‌های کوچک و متوسط صادراتی برای تامین بخشی از هزینه‌های واحدهای تولیدی در هیات‌های تجاری، شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی، بهبود بسته‌بندی کالاها و مشارکت در مناقصه‌های بین‌المللی حداکثر تا سقف ۱۵۰۰۰ دلار به هر واحد تولیدی - پرداخت ۵۰ درصد از هزینه‌های بالا بردن کیفیت کالاهای صادراتی و افزایش مشتریان شرکت که شامل هزینه‌های تحقیق و توسعه، بسته‌بندی کالا، مدیریت ارتقاء کیفیت و ... می‌باشد.

- معاف بودن حقوق و عوارض گمرکی برای مواد اولیه به کار رفته در تولید کالاهای صادراتی

چین

در کشور چین محصولات گندم، ذرت و برنج تا سال ۲۰۰۱ دارای یارانه صادراتی مستقیم بوده‌اند که میزان یارانه برابر با ۴۶ دلار (معادل ۲۸۷ یوان) در هر تن در سال ۲۰۰۱ بوده است. این یارانه با امضای موافقتنامه سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۰۲ کاملاً حذف گردید لیکن این یارانه‌ها تبدیل به یارانه‌های غیر مستقیم شامل تخفیف در هزینه‌های بندری، حمل با کشتی، معافیت‌های مالیاتی برای کالاهای صادراتی بوده است. (۸)

پاکستان

گزارش ارایه شده از سوی وزارت بازرگانی کشور پاکستان در فوریه سال ۲۰۰۵ در خصوص استراتژی و برنامه توسعه صادرات این کشور نشان می‌دهد که هدف صادرات غیر نفتی برابر با ۱۳/۷ میلیارد دلار در نظر گرفته شده است. سایر برنامه‌های در نظر گرفته شده به شرح ذیل می‌باشد:

- افزایش توانایی صادرکنندگان در توسعه رقابت از طریق افزایش تولید



و کیفیت آن

- افزایش تنوع صادرات

- افزایش حضور زنان در تجارت

و بازرگانی

- تاکید بر بخش‌های کشاورزی (به

خصوص ماهیگیری و شیلات)، تولیدات

جواهر آلات

- تامین بخشی از هزینه‌های ایجاد

زیر ساخت‌های بخش خصوص (۵۰

درصد از هزینه‌ها)

- گسترش زیر ساخت‌های فن‌آوری

اطلاعات (IT) و مخابراتی برای

صادرات و تولیدات مربوط به فن‌آوری

اطلاعات

- استاندارد کردن کالاهای صادراتی

کشاورزی

- تسهیل در توسعه صادرات داروها و ارایه یارانه ۵۰ درصدی در حمل و

نقل صادرات این گونه کالاها

- تشویق صادرات کالاهای شیلاتی و مزرعه پرورش میگو، لوزام خانگی،

جواهر آلات، ابزار پزشکی، کفش و پوشاک و کالاهای صادرات مجدد

- اعطای یارانه ۲۵ درصدی در حمل و نقل صادرات کالاهای مواد

معدنی و تزئینی

- در نظر گرفتن تسهیلات اعتباری از ۱۰ میلیون دلار در توسعه صادرات

به کشورهای آسیای مرکزی و آفریقا

- اعطای ۱۰۰ درصد یارانه در هزینه خدمات مشاوره‌ای ارایه شده به

بخش خصوصی در خصوص توسعه استاندارد کالاها

- کاهش تعرفه و مالیات مربوط به واردات ماشین آلات و مواد اولیه

شرکت‌های تولیدی - صادراتی

- بخشودگی مالیاتی برای صنایع بسته بندی به خصوص منسوجات،

میوه و تره‌بار و ماهیگیری (۹)

۴- بررسی پرداخت یارانه‌های صادراتی در ایران

سابقه پرداخت یارانه‌ها در بخش بازرگانی داخلی به مشکلات ناشی از

جنگ‌های جهانی و مسوولیت دولت‌ها در تامین غله و نان مردم برمی‌گردد.

سابقه پرداخت یارانه‌های صادراتی در کشور به سال‌های ۱۳۴۲ برمی‌گردد

که این یارانه‌ها به کالاهای سنگ آهن، سنگ سرب، کرومیت و سالامبور

و... پرداخت گردیده است. (۱۰) با افزایش قیمت نفت در سال ۱۳۵۳ تاکنون،

یارانه به شکل آشکارتری در قالب هزینه‌ها رشد بالایی پیدا کرد. در بخش

خارجی نیز موضوع حمایت از صادرات از برنامه اول توسعه در ایران با معافیت

صادرات از پرداخت هرگونه عوارض و مالیات به طور آشکار و جدی آغاز

گردید. هر چند این حمایت در برنامه سوم توسعه با پرداخت یارانه مستقیم

به صادرات در سال ۱۳۸۱ افزایش زیادی یافت.

در این بخش پس از ارایه مستندات قانونی برنامه چهارم در زمینه

حمایت از صادرات، عملکرد یارانه‌های صادراتی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

بند (ه) ماده (۱) قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی کشور بیان

می‌دارد که حداقل ۱۰ درصد از منابع قابل تخصیص حساب ذخیره ارزی به

کاهش قیمت کالاهای صادراتی یک کشور برای خریداران خارجی بوده است.

میزان مشوق و یارانه صادراتی نیز از طریق تفاوت قیمت‌های داخلی و قیمت‌های بین‌المللی (با قیمت قابل رقابت برای کالاهای صادراتی) برای هر کالا یا صنعت تعیین و به صادرکنندگان پرداخت گردیده است. هر چند از لحاظ اقتصاد خرد، میزان یارانه صادراتی بستگی به کشش تقاضا برای صادرات کشور دارد.

پی‌نوشت‌ها:

۱- رحیمی، عباس (۱۳۷۴): سیاست‌های حمایتی با تاکید بر سیاست‌های بازرگانی؛ چاپ اول. تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، سال ۱۳۷۴، ص ۴۱.

2- Mihir A. Desai, "Market Reaction to Export Subsidies," Harvard University and NBER, 3002.

۳- در فرهنگ علوم اقتصادی دکتر فرهنگ، تغییرات حدسی معادل Variatoin Conjectural ترجمه شده است که به معنای تغییر در ساختار بازار می‌باشد. اگر در اثر فعالیت رقابت‌تغییری در تولید شرکت حاصل نشود آن‌گاه میزان آن مساوی یک است.

4- Arvind Panagariya "Evaluating the Case for Export Subsidies," Department of Economics, University of Maryland, (1999).

5- Export Credit Guarantee

6- C.U.S. Banks

7- Malayasia External Trade Development Corporation

8- China National Grain and Oils Information Center. Foodchina. Com

9- www.pakistan time.net (The Commerce Ministry)

۱۰- سالنامه آماری کل کشور، ۱۳۴۲-۱۳۵۰.

۱۱- هفتمین جلسه شورای عالی صادرات در تاریخ ۱۳۸۳/۱۲/۹، دبیرخانه شورای عالی توسعه صادرات کشور، مرکز توسعه صادرات ایران، مجله پیام صادرات، شماره ۱۱.

۱۲- برای ساخت پایانه صادراتی در کشور از محل اعتبارات صادراتی گل و گیاه در شهرهای تهران، محلات و دزفول مورد تصویب قرار گرفته که برای این منظور ۱۰۰ میلیارد ریال اختصاص یافته است که تا سال ۱۳۸۵ در بودجه تخصیص می‌یابد (تصویب نامه شماره ۴۲۶۵۵ مورخ ۸۳/۱۰/۲۶ شورای عالی توسعه صادرات غیر نفتی کشور)

۱۳- در سال ۱۳۸۳ به منظور کمک به بازاریابی بنگاه‌های تولیدی و صادراتی مبلغ ۱۲۲۰۵ میلیون ریال به عنوان یارانه نمایشگاهی به ۳۱۸ واحد تولیدی صادراتی و تشکل‌های صادراتی که در نمایشگاه‌های ۴۵ کشور جهان مشارکت کرده‌اند پرداخت شده است. همچنین در این سال ۲۶ هیات تجاری (۴۱۷ واحد تولیدی) به ۲۶ بازار هدف صادراتی اعزام شده‌اند که هزینه پرداختی بالغ بر ۱۹۱۱ میلیون ریال بوده است (گزارش مرکز توسعه صادرات از پرداخت یارانه‌ها، مجله پیام صادرات، شماره ۱۱، ص ۹۳)

۱۴- کالاهایی نظیر مرغ، تخم مرغ، میگو، کشمش و... مشمول یارانه صادراتی نیز هستند.

بخش غیر دولتی در اختیار بانک کشاورزی قرار گیرد تا به صورت ارزی و ریالی جهت سرمایه در گردش در طرح‌هایی با هدف توسعه صادرات غیرنفتی قرار گیرد.

بند الف (ماده ۳۳): دولت مکلف است نسبت به هدفمند سازی و ساماندهی یارانه‌ها و جوایز صادراتی در قالب حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم اقدام کنند.

بند ج (ماده ۳۳): نسبت به افزایش سرمایه صندوق ضمانت صادرات ایران و نیز تامین مابه‌التفاوت نرخ‌های اعتباری و گسترش پوشش بیمه‌ای در کشورهای هدف برای صادرات کالا و خدمات به ویژه خدمات فنی و مهندسی اقدام کند.

بررسی عملکرد پرداخت جایزه‌های صادراتی در کشور در سال ۱۳۸۳ نشان می‌دهد. (۱۱) از محل اعتبارات ۱۰۰۰ میلیارد ریال بخش صادرات در قانون بودجه سال ۱۳۸۳ کل کشور، ۵۹ درصد از اعتبارات مذکور جهت پرداخت جوایز صادراتی تمام کالاهای غیر نفتی بر اساس ارزش افزوده، اختصاص ۳۳ درصد از اعتبارات به پرداخت جوایز محصولات نساجی و چرم، ۳ درصد از اعتبارات جهت پرداخت جوایز صادرات خدمات فنی و مهندسی، اختصاص ۲ درصد از اعتبارات صادراتی به طرح‌های مربوط به فعال سازی توانمندی‌های استان‌ها در عرصه صادرات، ۱ درصد از اعتبارات جهت مشارکت بنگاه‌ها در نمایشگاه‌های خارج کشور، ۱ درصد از اعتبارات بخش صادرات به پرداخت هزینه‌های بازاریابی، تبلیغات و امور نمایشگاهی فرش دستباف و یک درصد باقیمانده به تولید نرم افزارهای تجاری و گسترش فرنگ صادراتی هزینه شده است. (۱۲) سیاست‌های تشویقی و حمایتی از صادرات غیر نفتی در سال ۱۳۸۴ بر طبق مصوبات شورای عالی صادرات به شرح ذیل می‌باشد:

- ۱- پوشش بخشی از هزینه‌های بازاریابی بنگاه‌های صادراتی (۱۳)
- ۲- پرداخت بخشی از هزینه حمل و نقل آن دسته از کالاهای صادراتی که هزینه حمل و نقل در قیمت تمام شده آن‌ها تاثیر قابل ملاحظه‌ای دارد.
- ۳- پرداخت بخشی از هزینه‌های بسته‌بندی آن دسته از کالاهای صادراتی که منجر به ارزش افزوده قابل ملاحظه می‌شود. (۱۴)
- ۴- پوشش بخشی از هزینه‌های برگزاری و حضور بنگاه‌های تولیدی و صادراتی در نمایشگاه‌های خارج از کشور
- ۵- پرداخت ۲ درصد جایزه اضافی به صادرکنندگان محصولات نساجی نسبت به سایر کالاها
- ۶- ادامه سیاست پرداخت ۸ درصد جایزه صادراتی به صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی
- ۷- پرداخت بخشی از هزینه‌های هیات‌های تجاری و بازاریابی به بازارهای هدف
- ۸- تقویت توانمندی‌های صادراتی استان‌ها

۵- بررسی ابزارهای مناسب برای تشویق صادرات در ایران

همانطور که در بخش‌های پیشین اشاره شد، شیوه‌های زیادی برای تشویق فعالیت‌های صادراتی وجود دارد که کشورها بنا به موقعیت اقتصادی خود آن‌ها را انتخاب کرده‌اند. یارانه‌های صادراتی به فعالان بخش تجارت عمدتاً با یک هدف آنهم افزایش صادرات غیر نفتی صورت گرفته است هر چند تثبیت موقعیت صادراتی یک کشور در جهان نیز از جمله اهداف مشوق‌های صادراتی بوده است. مکانیزم عملکرد این مشوق‌ها در جهت