



تهیه شده در:

معاونت اقتصادی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

فروردین ماه ۱۳۹۷

بررسی مسائل روز اقتصاد ایران

همکاران این شماره:

ناظر: شیما حاجی نوروزی

همکاران: سارا پارسی

آیدا ابونبی

تبیین نقش دولت در توسعه صادرات؛ با نگاهی به تجارب کشورهای موفق

خلاصه مدیریتی

صادرات از طرق مختلفی همچون، بهبود وضعیت تراز پرداخت‌های خارجی کشور، ایجاد درآمدهای ارزی، افزایش ظرفیت‌های تولیدی و اشتغال‌زایی سبب رشد و توسعه اقتصادی کشورها می‌شود. اهمیت توسعه صادرات و ضعف بخش صادراتی کشور، مسئولان و سیاستگذاران اقتصادی را بر آن داشته است که با برنامه‌هایی از قبیل اهتمام به یافتن بازارهای جدید صادراتی و رفع موانع پیش روی صادرات، موجبات شکوفایی در این بخش را فراهم آورند.

اهمیت توسعه صادرات تا حدی است که در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی نیز مورد توجه قرار گرفته و دستیابی به صادرات با ارزش افزوده و خالص ارزآوری مثبت، هدف قرار داده شده است.

با توجه به اهمیت موضوع، گزارش حاضر به تبیین نقش دولت در ارتقاء و توسعه صادرات با نگاهی به تجارب موفق جهانی در چهار بخش تدوین شده است.

در بخش اول، به دو دیدگاه نظری غالب در ارتباط با جایگاه و نقش دولت در توسعه صادرات پرداخته شده است.

در دیدگاه اول، تجارت آزاد مایه پیشرفت کشورها تلقی می‌شود و دولت‌ها به دخالت حداقلی در این امر توصیه می‌شوند. در این دیدگاه کشورها باید در تولید کالاهایی که در آنها دارای مزیت نسبی هستند، تخصص یابند.

در این حالت هر کشور، کالاهای مورد نیاز خود را از کشوری که در تولید آن مزیت نسبی دارد و ارزان تر و باکیفیت تر از کشور واردکننده تولید می کند، وارد و کالایی را که در تولید آن مزیت نسبی دارد، صادر می کند. در نتیجه همه کشورهای جهان از فعالیت در فضای تجارت آزاد بین الملل، منتفع می شوند و نیازی به دخالت دولت نیست.

دیدگاه دوم، نقدهایی به دیدگاه اول وارد می سازد و تجارت را به تولید گره می زند. در این دیدگاه، صادرات را مولود تولید و تولید را نیازمند حمایت های هدفمند و اصلاحات اقتصادی دولت ها می دانند. پیروان این دیدگاه معتقدند که هدف از تجارت کالا، کسب قدرت تولیدی و سیاسی در برابر سایر کشورهاست و صرف مبادله کالا، هدف غایی تجارت نیست. از این رو اتکای صرف به مزیت های نسبی در تجارت را برای کشورهای در حال توسعه که بیشتر متکی بر خام فروشی و منابع طبیعی هستند، راهگشا نمی دانند. آنها به تاریخ اقتصادی کشورهای توسعه یافته اشاره می کنند و نشان می دهند که این کشورها جایگاه مترقی کنونی خود را در صادرات مدیون نقش آفرینی و حمایت هدفمند و موثر دولت های خود از بخش های تولیدی هستند. دولت این کشورها، با حمایت از بخش های اولویت دار و هدایت سیاست های کلان اقتصادی در جهت تقویت بخش های مورد نظر، توان تولیدی صنایع خود را تقویت و آنها را روانه بازارهای جهانی کرده و پس از آنکه تولیدات داخلی توانایی رقابت با رقبای بین المللی خود را یافتند، از میزان حمایت ها کاستند.

در بخش دوم گزارش، تجربیات سه کشور منتخب کره جنوبی، مالزی و چین به تصویر کشیده شده است. در این قسمت، ابتدا به تفصیل به اصلاحات ساختاری که در این کشورها اتفاق افتاد تا بسترهای لازم برای توسعه صادرات در اقتصاد کشور ایجاد شود، پرداخته شده و در ادامه استراتژی های توسعه صادرات در این کشورها در قالب مشوق های مالیاتی، تسهیل تجاری، مشوق های مالی، سیاست های ارزی و حمایت های سازمانی ارائه می شود.

نکته مهم در رابطه با سیاست های توسعه صادرات در این سه کشور نقش حیاتی دولت ها در فرآیند توسعه اقتصادی و بهبود صادرات بوده است. دولت در این کشورها با انتخاب صنایع خاص و با حمایت هدفمند و مشروط، در یک دوره مشخص، سبب شکوفایی این صنایع شده و در ادامه بسترهای توسعه صادرات را فراهم می آورد.

بخش سوم گزارش به بررسی صادرات ایران اختصاص داده شده است. در این بخش ابتدا صادرات ایران با بهره گیری از آمارهای موجود مورد بررسی قرار گرفته و سپس تلاش شده تا با توجه به اطلاعات موجود، آسیب شناسی کلی از وضعیت حاضر ارائه شود.

بر اساس نتایج برگرفته از مطالعه آماری صادرات ایران، اتکا قابل توجه صادرات به صادرات منابع طبیعی، خام فروشی، سهم اندک صادرات غیرنفتی، فقدان تنوع در محصولات و مقاصد صادراتی، اصلی ترین مشکلات صادرات در ایران هستند.

آسیب‌شناسی بخش صادرات ایران، حاکی از آن است که علت اصلی مشکلات مطرح شده، ضعف تولید است. در ایران بخش‌های تولیدی به علت رویارویی با انواع مشکلات اقتصادی، از تولید کالای باکیفیت و دارای ارزش افزوده بالا، با قیمت‌های رقابتی بین‌المللی به منظور صادرات، بازمانده‌اند. منشاء ناکارآمدی بخش‌های تولیدی در ایران، چارچوب نهادی بیمار و ناکارا است که از مصادیق آن می‌توان به فضای کسب‌وکار نامناسب، فساد، معضل تأمین مالی، ضعف حقوق مالکیت، قاچاق و تعدد قوانین دست و پاگیر و غیرشفاف و بعضاً متناقض اشاره کرد.

در بخش چهارم گزارش که به نتیجه‌گیری و ارائه راهکارهای عملیاتی می‌پردازد، حضور دولت به جهت حمایت از تولید تا دستیابی به توان صادرات و رقابت در فضای تجارت جهانی، به عنوان مهم‌ترین راهکار توسعه صادرات مطرح شده است. بر اساس این راهکار، لازم است در کنار اصلاح سیستم قاعده‌گذاری و پاداش‌دهی در کشور از طریق بهبود محیط کسب و کار، استراتژی توسعه صنعتی نیز تدوین گردد. سیاست‌های پولی، مالی و ارزی می‌بایست در راستای استراتژی توسعه صنعتی تعریف شوند. در استراتژی توسعه صنعتی، نیاز است که به جای توجه به همه بخش‌های تولیدی به صورت همزمان، با رویکرد صادراتی و با هدف خلق مزیت، اولویت‌گذاری شود و صنایع منتخب را مورد توجه قرار داد. حمایتی اثرگذار خواهد بود که به صورت هدفمند، مشروط به دستیابی به اهداف تعریف‌شده و در طول زمان کاهنده باشد. پس‌از آنکه این بخش‌های تولیدی، توان صادرات کالای کیفی و رقابت در عرصه تجارت بین‌المللی را کسب کردند، از میزان حمایت‌ها کاسته خواهد شد.

اهمیت و نقش صادرات در فرآیند رشد اقتصادی کشورها بر هیچ کس پوشیده نیست. توسعه صادرات با ایجاد مزایای مستقیم و جانبی از جمله ایجاد درآمدهای ارزی گسترده، استفاده مؤثر و کارا از منابع اقتصادی، افزایش ظرفیت های تولیدی و اشتغال، کمک به توسعه صنعتی و بهبود وضعیت تراز پرداخت های خارجی کشور، سبب رشد و توسعه اقتصادی کشورها می شود.

نظر به اهمیت توسعه صادرات، بند ۱۰ اقتصاد مقاومتی^۱ به این مهم پرداخته که در فروردین سال ۱۳۹۶، ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی با هدف اجرایی سازی آن، به تدوین بسته حمایت از توسعه صادرات غیرنفتی در چارچوب برنامه ملی پیشبرد برون گرایی اقتصاد، اقدام کرده است. همچنین دولت دوازدهم مکرراً در قالب عنوان های مختلف، توجه جدی به صادرات غیرنفتی، پیدا کردن بازارهای جدید صادراتی و رفع موانع پیش روی صادرات را جز اصلی ترین راه های فعال کردن اقتصاد کشور معرفی کرده است که گویای اهتمام دولت به توسعه صادرات در ایران است که نکته مثبتی ارزیابی می شود.

از آنجایی که کمیت و کیفیت فعالیت های دولت در بخش صادرات بسیار مهم است، میزان و چگونگی دخالت دولت با هدف توسعه صادرات، موضوع گزارش حاضر را به خود اختصاص داده است. در این ارتباط دو دیدگاه رایج در اقتصاد وجود دارد. دیدگاه اول مبتنی بر دخالت حداقلی دولت ها و تسهیل فعالیت آزاد تجار و صادرکنندگان است. بر اساس این دیدگاه، فعالیت آزاد اقتصادی افراد در جامعه منجر به افزایش ثروت کل جامعه می شود، لذا جز در مواردی خاص همچون تأمین امنیت کشور، به حضور دولت نیازی نیست؛ بنابراین در امر صادرات نیز آن ها بر دخالت های حداقلی دولت تأکید دارند.

دیدگاه دوم عنوان می کند که دولت ها می بایست پا را فراتر گذاشته و با انجام اصلاحات اقتصادی و حمایت های مادی و معنوی از تولیدکنندگان، به عنوان یک بازیگر اصلی در عرصه اقتصادی، ایفای نقش کنند. این گروه با اشاره به تاریخ اقتصادی کشورها معتقدند دولت ها در غالب کشورهای موفق در امر صادرات با اصلاح اقتصادی و حمایت های هدفمند، مدت دار و مشروط از صنایع هدف خود، ابتدا بنیة تولید خود را تقویت و آن ها را برای رقابت در فضای بین المللی آماده، سپس اقدام به آزادسازی تجاری کرده اند.

^۱ حمایت همه جانبه و هدفمند از صادرات کالاها و خدمات به تناسب ارزش افزوده و با خالص ارزآوری مثبت از طریق:

- تسهیل مقررات و گسترش مشوق های لازم
- گسترش خدمات تجارت خارجی و ترانزیت و زیرساخت های مورد نیاز
- تشویق سرمایه گذاری خارجی برای صادرات
- برنامه ریزی تولید ملی متناسب با نیازهای صادراتی، شکل دهی بازارهای جدید و تنوع بخشی پیوندهای اقتصادی با کشورها به ویژه با کشورهای منطقه
- استفاده از سازوکار مبادلات تهاتری برای تسهیل مبادلات در صورت نیاز
- ایجاد ثبات رویه و مقررات در مورد صادرات باهدف گسترش پایدار سهم ایران در بازارهای هدف

با توجه به اهمیت این دو دیدگاه، در این گزارش ابتدا مروری بر مبانی نظری خواهیم داشت. در بخش بعدی به شواهد تجربی و بررسی کشورهای موفق در امر صادرات پرداخته و فرآیند توسعه صادرات در کشورهای کره جنوبی، مالزی و چین مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس به منظور ارائه راهکارهای عملیاتی برای ارتقاء صادرات، عملکرد ایران در بخش صادرات، بر اساس آمار و ارقام ارزیابی و آسیب‌شناسی شده است.

۱- مروری بر نظریات غالب در بحث تجارت

۱-۱- دیدگاه مبتنی بر حداقل دخالت دولت و تجارت آزاد

از جمله دیدگاه‌های غالب در اقتصاد جهانی که به واسطه نهادها و سازمان‌های بین‌المللی تأکید و ترویج می‌شود، دیدگاه لیبرالی به تجارت است. این دیدگاه بر این فرضیه استوار است که تجارت بین‌المللی نامحدود برای کشورهای شرکت‌کننده در آن سودآور است. در این دیدگاه بر اصل تجارت آزاد و توسعه صنعتی بدون دخالت دولت تأکید شده است. از جمله اقتصاددانان شکل‌دهنده این دیدگاه می‌توان به آدام اسمیت و ریکاردو اشاره کرد.

آدام اسمیت به عنوان پدر علم اقتصاد کلاسیک، موافق اقتصاد آزاد و مخالف دخالت دولت در فعالیتهای اقتصادی بود. او ایده دست‌نمائی را مطرح کرد که بر اساس آن، چنانچه یک فرد در جامعه آزاد گذاشته شود، به دنبال کسب حداکثر منافع و ثروت برای خود می‌رود، به همین ترتیب اگر تمام افراد یک جامعه آزاد گذاشته شوند، ثروت جامعه که مجموع ثروت افراد آن است، حداکثر می‌شود؛ بنابراین به دخالت دولت نیازی نیست^۱ (قره‌باغیان، ۱۳۷۳).

از طرفی او تجارت آزاد را به موتور رشد اقتصادی تشبیه می‌کرد. از این زاویه طرفداران تجارت آزاد به کشورهای عقب‌افتاده توصیه می‌کردند که برای دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی با کشورها و مناطقی پیشرفته‌تر تجارت کنند. اسمیت مزیت تجارت آزاد کالا و خدمات را در اختیار گرفتن بهترین کالاها از نظر کیفیت و قیمت، آشنایی با کالاهای جدید و ارتقای سطح کیفی تولیدات داخلی می‌دانست (همان). او نظریه مزیت مطلق را مطرح کرد. بر اساس این نظریه هر کشوری که بتواند کالایی را به نسبت سایر کشورها، ارزان‌تر تولید کند، در تولید آن کالا دارای مزیت مطلق است و می‌بایست آن کالا را صادر کند و کالاهای دیگری را که در آن دارای مزیت نیست، از کشوری که در تولید آن کالا دارای مزیت مطلق است، وارد کند. چنانچه همه کشورها اقدام مشابهی انجام بدهند، تخصیص بهینه در سطح جهان رخ می‌دهد و در نتیجه رفاه همه کشورها افزایش می‌یابد (اسمیت، ۱۳۹۴).

ریکاردو نیز با تدوین کتاب خود با عنوان "اصول اقتصاد سیاسی و مالیاتی" در سال ۱۸۱۷، طرفداری سرسختانه خود از تجارت آزاد را اعلام کرد. وی معتقد بود که تجارت آزاد یک روش مؤثر در روند توسعه اقتصادی یک کشور است. وی نظریه مزیت نسبی را مطرح ساخت. بر طبق نظریه مزیت نسبی ریکاردو، حتی اگر یک کشور در تولید

^۱ لازم به ذکر است که اسمیت به کرات پیش نیاز اقتصاد آزاد را اخلاق و بسترهای نهادی عنوان کرده است که متأسفانه با گذر زمان، اقتصاددانان کمتر به ملاحظات آن که اسمیت در نظر داشت، توجه کرده‌اند.

هر دو کالا نسبت به کشور دیگر کارایی کمتری داشته باشد (در تولید هیچ کالایی مزیت مطلق نداشته باشد)، هنوز هم پایه‌ای برای تجارت دوجانبه سودآور وجود دارد. کشور اول باید در تولید و صدور کالایی تخصص پیدا کند که دارای عدم مزیت مطلق کوچک‌تری است (کالایی که دارای مزیت نسبی است) و کالایی را وارد کند که عدم مزیت مطلق بزرگ‌تری دارد (کالایی که دارای عدم مزیت نسبی است). بدین ترتیب هر کشور در تولید کالایی تخصص می‌یابد که هزینه نسبی تولید آن در داخل کشور پایین‌تر باشد و کالایی را وارد می‌نماید که هزینه نسبی تولید آن در داخل نسبت به کالای دیگر بالاتر باشد (قره‌باغیان، ۱۳۷۳).

دیدگاه اقتصاددانان کلاسیکی همچون اسمیت و ریکاردو، بعدها توسط نئوکلاسیک‌ها هم مورد توجه قرار گرفت. نئوکلاسیک‌ها با اشاره به ناکامی‌های کشورهای در حال توسعه، یکی از دلایل اصلی آن را دخالت‌های گسترده دولت بیان می‌کنند و از این زاویه آزادسازی و کاهش دخالت دولت را توصیه می‌کنند. در این نگاه، آزادسازی و کاهش دخالت دولت سبب می‌شود قیمت‌ها، منابع را به سمت تخصیص بهینه هدایت کنند و توسعه اقتصادی را تسهیل نمایند. تجارت آزاد هم با همین توجیه، توصیه می‌شود. آن‌ها معمولاً موفقیت کشورهایمانند کره جنوبی، تایوان، هنگ‌کنگ و سنگاپور و شکست اقتصادهای آفریقایی و آمریکای لاتین را در چارچوب اقتصاد آزاد (در مقابل دخالت دولت) تحلیل می‌کنند (تودارو، ۱۳۸۲).

خصوصیت نظام اقتصادی بین‌المللی نیز از دهه ۱۹۴۰ به بعد در عمل، با کلمه آزاد مترادف شد که به مفهوم به حداقل رساندن محدودیت‌های اعمال‌شده از سوی دولت بر حقوق افراد، برای مبادلات اقتصادی (حتی هنگامی که این مبادلات با ساکنان سایر کشورها بود) است. نهادهایی که در این عرصه نقش کلیدی را بازی کرده‌اند، صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی هستند که سبب شدند پیروان نظریه تجارت آزاد، به پیروزی‌های چشمگیری دست یابند (قره‌باغیان، ۱۳۷۳). این دو سازمان در ذیل سیاست‌های تعدیل ساختاری، آزادسازی تجاری را به کشورهای بحران‌زده توصیه می‌کردند. مشروط کردن وام‌های پرداختی به این کشورها به اجرای سیاست‌های تعدیل ساختاری، راهی برای اطمینان از پیاده‌سازی این سیاست‌ها بود. در نتیجه شمار بسیاری از این کشورها به آزادسازی تجاری پرداختند که به دلایلی نتایج موردنظر و وعده داده شده را برای این کشورها در پی نداشت (استیگلیتز، ۱۳۹۳).

۱-۲- دیدگاه مبتنی بر اهمیت نقش دولت و تجارت قاعده‌مند

فردریک لیست، اقتصاددان آلمانی قرن نوزدهم، معروف به پدر مبحث صنایع نوپا بیان می‌کند در حضور کشورهای توسعه‌یافته‌تر، کشورهای عقب‌مانده نمی‌توانند صنایع جدید خود را بدون دخالت‌های هدفمند و مشروط دولت گسترش دهند. از نگاه وی، تجارت آزاد میان کشورهایی که سطوح مشابهی از توسعه صنعتی دارند، مفید است، اما بین کشورهایی با سطوح مختلف توسعه‌یافتگی، بدون برنامه می‌تواند مشکل‌آفرین باشد. یک کشور تازه به میدان آمده، کمتر می‌تواند در مقابل یک قدرت صنعتی عرض‌اندام کند؛ به ویژه اگر کشورهای صنعتی، حمایت‌های لازم را از صنایعشان به عمل آورده باشند. از این‌رو در شرایطی که کشورها هنوز در مراحل ابتدایی رشد هستند، دولت‌ها

باید از صنایع داخلی حمایت‌های هدفمندی انجام دهند و بعد از دستیابی به قدرت، کم‌کم این حمایت‌ها را حذف کنند. به بیانی دقیق‌تر، آزادسازی و کاهش حمایت‌های دولتی به نفع کشورهای توسعه‌یافته‌ای است که مراحل اولیه رشد را سپری کردند و قدرت تولیدی مناسبی برای رقابت دارند، اما کشورهای در حال توسعه که در ابتدای راه هستند، از تجارت آزاد زود هنگام آسیب خواهند دید و هر نوع مواجهه میان دو اقتصاد در شرایط نابرابری توان تولیدی، منجر به تحمیل اراده اقتصاد قوی‌تر بر اقتصاد ضعیف‌تر و بروز سلطه اقتصادی خواهد شد (لیست، ۱۳۸۰، لیست، ۱۳۸۷).

وی این مسئله را مطرح کرد که هدف اصلی از پیوستن به بازارهای جهانی برخلاف آنچه کلاسیک‌ها عنوان کردند، آن نیست که با تعویض کالایی در مقابل کالایی دیگر، فقط کالایی به دست آوریم؛ بلکه هدف از تجارت کالا، کسب قدرت تولیدی و سیاسی در برابر سایر کشورهاست. طرفداران تجارت آزاد به جای اینکه به اثرات قدرت‌دهنده به فعالیت‌های تولیدی توجه داشته باشند، به اثرات مبادله کالا می‌پردازند. در این نوع تحلیل، شرایط اولیه هر کشور نادیده انگاشته می‌شود. لیست به نگاه مکتب کلاسیک این نقد را وارد کرد که درک درستی از اقتصاد سیاسی ندارند. وی معتقد بود مادامی که کشورهای مختلف از توان تولیدی مشابه برخوردار نیستند، هر کشور باید بر اساس ویژگی‌های اقتصادی-اجتماعی و سیاسی خود درباره نحوه تعامل با دنیای خارج تصمیم‌گیری کند تا متضرر نشود. لیست در نقد تجارت آزاد که توسط آدام اسمیت مطرح شده است، به تفاوت بین سه سطح از اقتصاد؛ اقتصاد فردی، اقتصاد ملی و اقتصاد جهانی اشاره می‌کند و عدم توجه به تفاوت این سه سطح را خطای عمده در تئوری تجارت آزاد عنوان می‌کند (همان).

از دید وی تمایز آشکاری بین اقتصاد فردی و اقتصاد ملی وجود دارد. یک فرد تنها برای تهیه احتیاجات خود و بستگان خود تلاش می‌کند و به ندرت حتی توجهی به سایرین دارد. دید و امکانات او محدود به دایره کسب‌وکار شخصی خودش است و نیازهای جامعه برایش مطرح نیست. ضمن آنکه فرد در بسیاری از موارد برای دستیابی به خواسته‌های خود رفاه جامعه را نیز نادیده می‌گیرد. از این رو وجود دولتی که با دخالت و ارشاد هدفمند خود منافع ملی کشور را دنبال کند، ضروری است (لیست، ۱۳۸۰، لیست، ۱۳۸۷).

همچنین لیست قواعد اقتصاد ملی را با قواعد اقتصاد بین‌المللی متفاوت می‌داند. وی عنوان می‌کند که آدام اسمیت بررسی‌های خود را معطوف به اقتصاد فردی و اقتصاد جهانی کرده است؛ به عبارت دیگر آدام اسمیت مسئله قدرت کشورها، قوانین اساسی مربوطه، خواسته‌ها و فرهنگ ملل مختلف و به‌طور کلی دولت‌ها را در مطالعات خود از قلم انداخته است. وی معتقد است دیدگاه آدام اسمیت در مورد صادرات و واردات آزاد بین‌المللی تنها در صورتی می‌تواند درست باشد که کل دنیا فارغ از تقسیم‌بندی‌های کشوری، در ذیل یک قانون و فرهنگ فکری مشابه، همانند ایالت‌های متحده آمریکا، گرد هم آیند؛ در حالی که نظام پیشنهادی اسمیت، در شرایط کنونی جهان که ملت‌ها متشکل از افرادی با دولت، قوانین، حقوق، بنیادها، علاقه‌مندی‌های مشترک، تاریخ، افتخارات مشترک و با قدرت دفاعی از حقوق، ثروت و زندگی مشترک شکل گرفته‌اند، تخیلی ایده‌آلیستی است. در دنیای کنونی، درسته

یک کشور اگرچه این استدلال تا حدودی درست است که تولید کالاها با سود بالاتر افراد را ترغیب به تولید و فروش آن کالا می‌کند؛ ولی در بازار بین‌المللی، یک نفر از یک جامعه قادر نخواهد بود به تنهایی و با اتکای به قدرت شخصی خود در مقابل قدرت و صنعت ملتی دیگر قد علم کند (همان).

با این مقدمه، لیست عنوان می‌کند که دولت‌ها، هم وظیفه و هم حق تلاش برای افزایش قدرت و ثروت کشور خود را دارند. از آنجاییکه ثروت و قدرت یک جامعه از رشد هماهنگ سه بخش کشاورزی، صنعت و تجارت پدید می‌آید؛ یک دولت می‌بایست صنایع و فعالیت‌هایی را برای تضمین هماهنگی سه بخش مذکور محدود و یا تقویت کند. او نوع دخالت‌های دولت را وابسته به شرایط خاص ملت می‌داند و ارائه یک نسخه عمومی برای همه کشورها را ناممکن تلقی می‌کند (همان).

لیست کتاب خود با عنوان "نظام ملی اقتصاد سیاسی" را با یک بحث مفصل تاریخی آغاز می‌کند و به مرور سیاست‌های تجاری و صنعتی اتخاذ شده در کشورهای اصلی جهان غرب می‌پردازد. مطالعات او کشورهای نظیر ایتالیا، هلند، انگلیس، اسپانیا، پرتغال، فرانسه، آلمان و ایالت متحده آمریکا را در برمی‌گیرد. نتایج بررسی‌های وی حاکی از آن است که کشورهای صنعتی همچون آمریکا و انگلیس (خاستگاه مفروض سیاست‌های اقتصادی لیبرال)، قدرت صنعتی و صادراتی خود را از طریق دخالت‌ها و حمایت‌های هدفمند و مشروط دولت از صنایع به دست آورده‌اند. به‌عنوان مثال انگلیس نخستین کشوری بود که هنر تقویت صنایع نوپا را که از نظر وی اصل بنیادین نهفته در حرکت بسیاری از کشورها به سوی شکوفایی است، به کمال رساند. پادشاهان انگلیسی دریافته بودند که بالاترین درجه تمدن، قدرت و ثروت، تنها با ترکیبی از صنعت، تجارت و کشاورزی به دست می‌آید و صنایع بومی جدیدالتاسیس آن‌ها هرگز نمی‌تواند در شرایط رقابت آزاد با صنایع قدیمی و پرسابقه خارجی (ایتالیا، بلژیک و هلند) به پیروزی امیدوار باشد (چانگ، ۱۳۸۸).

همچنین لیست بر پایه مطالعات خود، با اتکای کشورها به صادرات و فروش عمده مواد اولیه و خام به کشورهای خارجی مخالفت می‌کند و این امر را بیش از آنکه سبب رونق و نیکبختی ملتی بداند، باعث ضعف داخلی و وابستگی آن ملت به کشورهای خارجی می‌داند. از دید او استقلال و قدرت یک ملت بستگی به میزان استقلال صنعتی و عظمت قدرت تولیدی آن دارد. او با اشاره به تجربه کشور آمریکا عنوان می‌کند علیرغم اینکه این کشور، مزیت نسبی در تولید محصولات زراعی داشت، به این مهم قناعت نکرد و به سوی صنعتی شدن (خلق مزیت) گام برداشت (لیست، ۱۳۸۰). درواقع وی مساله خلق مزیت را مطرح ساخت. خلق مزیت بر خلاف مزیت نسبی که مبتنی بر شرایط طبیعی است، یک مزیت اکتسابی است. با سازماندهی مناسب فعالیت‌ها در حوزه‌ای خاص می‌توان به خلق مزیت در آن حوزه اقدام کرد. بدین منظور به نقش‌آفرینی دولت در شکل‌گیری کارآمد مجموعه عوامل از جمله عوامل طرف عرضه و عوامل طرف تقاضا که به طور شبکه‌ای در هم تنیده شده‌اند و همینطور حمایت هدفمند و مشروط از صنایع و تولیدات داخلی در مراحل اولیه و نوزادی نیاز است.

هاجونگ چانگ اقتصاددان کره‌ای و استاد دانشگاه کمبریج که علاوه بر فعالیت‌های دانشگاهی، سابقه مشاور سازمان‌های مختلف بین‌المللی از جمله سازمان ملل، بانک جهانی و بانک توسعه آسیا را در کارنامه خود دارد، با بررسی تاریخ سیاست‌گذاری اقتصادی و توسعه نهادی کشورهای ثروتمند امروزی نظیر انگلیس، ژاپن، فرانسه، کره، تایوان، بلژیک، آمریکا به نتایج مشابهی دست‌یافته است. بر اساس مطالعات او همه کشورهای توسعه‌یافته کنونی، از سیاست‌های مداخله‌جویانه صنعتی، تجاری و فناوری^۱ که هدف آن‌ها تقویت صنایع نوپا طی فرآیند جبران عقب‌ماندگی بود، به صورت فعال استفاده کرده‌اند. به‌عنوان مثال این کشورها در بخش تجارت و به منظور تقویت صادرات، واردات نهاده‌های لازم برای تولید کالاهای صادراتی را با کاهش عوارض گمرکی، تسهیل کردند. اعطای یارانه به صنایع صادراتی، اجرایی‌سازی برنامه‌های سرمایه‌گذاری عمومی متنوع، به ویژه در زیرساخت‌ها و تولیدات صنعتی، بهره‌گیری از تکنولوژی خارجی با استفاده از ابزارهایی مثل تأمین مالی فرصت‌های مطالعاتی و کارآموزی‌ها، از دیگر اقدام‌ها در این راستا بوده است. همچنین کشورهای توسعه‌یافته کنونی، از طریق حمایت مالی از تحقیق و توسعه و تعلیم و تربیت، تکنولوژی داخلی خود را تقویت کردند. اقداماتی نظیر سازمان‌دهی نمایشگاه‌ها، اعطای ماشین‌آلات صادراتی رایگان به بنگاه‌های بخش خصوصی نیز برای افزایش آگاهی از فناوری‌های پیشرفته صورت می‌گرفت. به علاوه بعضی دولت‌ها سازوکارهای نهادی‌ای ترتیب دادند که همکاری بین بخش‌های خصوصی و عمومی را تسهیل می‌کرد. برای مثال می‌توان به سرمایه‌گذاری مشترک بخش خصوصی-بخش عمومی و انجمن‌های صنعتی دارای پیوندهای نزدیک با دولت اشاره کرد. چانگ عنوان می‌کند بسیاری از سیاست‌هایی که ذکر شده، امروزه حتی اگر صریحاً از طریق توافقات دوجانبه و چندجانبه غیرقانونی نشده باشند، تا حد زیادی تأیید نمی‌شوند (چانگ، ۱۳۸۸).

جوزف استیگلیتز اقتصاددان معاصر آمریکایی و برنده جایزه نوبل اقتصاد نیز در کتاب جهانی‌سازی و مسائل آن (۲۰۰۲) با نقد سیاست‌های تجویزی بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول به کشورهای درحال توسعه در دهه ۸۰ میلادی، به تجربه روسیه اشاره می‌کند. روسیه تحت تأثیر سیاست‌های صندوق بین‌المللی پول، اقدام به اصلاحات اقتصادی از قبیل آزادسازی تجارت خود کرد که سرانجام با شکست روبرو شد و متحمل هزینه گزافی همانند فقر گسترده گشت. در تجربه روسیه تناقض آشکار میان سیاست‌هایی که توسط صندوق بین‌المللی پول و آمریکا پیشنهاد شده بود با عملکرد اقتصادی آمریکا وجود داشت. برای نمونه درحالی که به روسیه گفته شده بود آزادی تجارت برای موفقیت اقتصاد بازار امری ضروری است، وقتی آن‌ها خواستند کالاهای اولیه همانند آلومینیوم به آمریکا صادر کنند، ملاحظه کردند که درها به روی آن‌ها بسته است. به روسیه اتهام دامپینگ زده شد؛ درحالی که این کشور آلومینیوم را به قیمت رقابتی جهانی صادر می‌کرد. همچنین آمریکا برای حفاظت از صنایع آلومینیوم خود در مقابل تهدید واردات آلومینیوم روسی، اقدام به تأسیس کارتل جهانی آلومینیوم کرد (استیگلیتز، ۱۳۹۳).

¹ Industrial, Trade and Technology Policies (ITT)

در بخش دیدگاه‌های نظری غالب، به دو دیدگاه کلی پیرامون دخالت دولت در امر صادرات پرداخته شد. برخلاف آنچه جریان غالب اقتصاد بین‌المللی عنوان می‌کند، تجارت خارجی به صورت آزاد و بدون ایفای نقش مؤثر و هدفمند دولت در تقویت تولید، سبب کامیابی اقتصادی کشورها نمی‌شود. مطالعات اقتصاددانان برجسته‌ای همچون لیست، چانگ و استیگلیتز نشان داده‌اند که کشورهای پیشرفته کنونی، تنها به تولید و صادرات کالاهایی که در آن‌ها دارای مزیت نسبی هستند، اکتفا نکردند؛ بلکه خلق مزیت را هم در دستور کار خود قرار دادند. کشورهای توسعه‌یافته، جایگاه مترقی 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. وجود نخبگان یا حاکمان سیاسی سالم، ملی‌گرا و تحول‌خواه در دولت، ارتباط ریشه‌دار با بخش خصوصی و دارا بودن نظام اداری مستقل، با صلاحیت و حرفه‌ای از جمله ویژگی‌های اصلی دولت توسعه‌گرا است (چانگ، ۱۳۹۲). 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 پروراندند و آماده رقابت در عرصه بین‌المللی کردند و هنگامی که این صنایع به کفایت رشد یافتند، فضا را برای تجارت آزاد این صنایع تسهیل کردند.

تلاش دولت این کشورها اکنون به ثمر رسیده است؛ به گونه‌ای که بر اساس گزارش ۲۰۱۷ آنکتاد، بیش از سه چهارم (۳/۴) صادرات کشورهای توسعه‌یافته را، صادرات کالاهای صنعتی تشکیل می‌دهد (UNCTAD, 2017).

برای دستیابی به توسعه صادرات، تقویت تولید و حضور دولت در قالب نقش اصلاحی و حمایتی از تولید صادرات‌گرا ضروری است. آنچه نیاز به بررسی‌های بیشتر دارد، چگونگی و به عبارتی کیفیت حضور دولت است. برای روشن‌تر شدن موضوع در بخش بعدی تجربه کشورهای موفق در چند دهه اخیر در زمینه توسعه صادرات؛ کره جنوبی، مالزی و چین ارائه شده‌اند.

۲- تجربه‌های کشورهای منتخب در توسعه صادرات

تاریخ اقتصادی جهان حاکی از آن است که به رغم تفاوت‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و جغرافیایی، کشورهای زیادی توانسته‌اند به توسعه صادرات دست یابند. گرچه به راستی با وجود این تفاوت‌ها نمی‌توان از نسخه واحدی برای توسعه صادرات همه کشورها کپی برداری کرد ولی بهره‌گیری از تجربیات برخی از این کشورهای موفق به صورت خاص اقتصادهای آسیایی، خالی از لطف نیست و می‌تواند حاوی نکات آموزشی ارزنده‌ای برای کشور باشد.

در اقتصادهای آسیایی که عملکردهای اقتصادی درخشانی را به نام خود ثبت کرده‌اند، رابطه عمیقی میان سیاست‌های صادرات محور و دوران رشد اقتصادی وجود داشته است. در بیشتر موارد تغییر از جایگزینی واردات

سنتی به سیاست‌های برون‌گرا و صادرات محور بر توسعه بالا و پایدار مقدم است (Kokko, 2002). بررسی‌ها نشان می‌دهد که مجموعه‌ای از سیاست‌های اقتصادی در کنار منتخبی از سیاست‌های توسعه صادرات، سبب تسهیل صادرات و رشد اقتصادی در کشورهای شرق آسیا شده است. کشورهای این منطقه ابتدا ثبات در محیط اقتصاد کلان خود را در دستور کار قرار داده و به دنبال آن سیاست‌های تشویق صادرات را عملیاتی نمودند (NIMGAONKAR, 2009).

یک نکته مهم دیگر در رابطه با کشورهای شرق آسیا نقش مؤثر دولت در اجرای سیاست‌های صادرات محور در این کشورهاست. باید اذعان داشت سیاست‌های اقتصادی، بسته به شرایط و بخش مورد نظر قابل طراحی و تغییر است، اما گلوگاه اصلی که موفقیت یا شکست سیاست‌های اقتصادی را بیش از خود سیاست‌ها تعیین می‌کند، ظرفیت و رفتار دولت است. ظرفیت اندک دولت و ناکارآمدی آن هر سیاست اقتصادی را زمین‌گیر می‌سازد و رمز موفقیت کشورهای موفق، ظرفیت دولت برای طراحی و اجرای سیاست‌ها بوده است (چانگ، ۱۳۹۲).

۱-۲ - کره جنوبی

۱-۱-۲ - اصلاحات ساختاری در راستای توسعه صادرات

کشور کره که در حال حاضر یکی از اقتصادهای موفق در عرصه صادرات در بازارهای جهانی است، از جمله کشورهایی است که با یک برنامه‌ریزی دقیق و ایجاد بسترهای لازم برای ورود به عرصه جهانی، صادرات خود را گسترش داده و به جایگاه فعلی دست یافته است (جدول ۱). در واقع کره در زمره کشورهایی قرار می‌گیرد که ابتدا با اتخاذ سیاست‌های اصلاح ساختاری، بسترهای لازم برای توسعه صادرات را در کشور ایجاد نموده و سپس سیاست‌های تشویق صادرات را بر پایه آن اصلاحات اجرایی کرد.

جدول ۱- رتبه کره در صادرات

رتبه کشور کره در صادرات و میزان آن در سال ۲۰۱۶		
رتبه در جهان	میزان صادرات	متغیر
۸	۴۹۵,۴۲۶	صادرات کالا (میلیون دلار به قیمت جاری)
۹	۵۹۶,۰۸۴	صادرات کالا و خدمات (میلیون دلار به قیمت جاری)
۷	۷۱۰,۱۵۶	صادرات کالا و خدمات (به قیمت ثابت سال ۲۰۱۰ میلیون دلار)

منبع: بانک جهانی

دولت کره با مدیریت اقتصاد کلان و طراحی یک مدل "سرمایه‌داری هدایت شده"^۱ کره را از کشوری عقب‌مانده به توسعه‌یافته هدایت کرد. گام اول دولت کره در این راستا اتخاذ سیاست‌های صنعتی در این کشور بود. از اوایل دهه ۱۹۵۰ دولت به شکلی نظامند در جهت توسعه صنایع، در اقتصاد مداخله نمود. در واقع چنین سیاست‌هایی نقش مهمی در استراتژی‌های رشد داشته است. شواهد تجربی در کشور کره نشان می‌دهد که سیاست صنعتی‌سازی در

¹ Guided Capitalism

نهایت موجب افزایش سرمایه‌گذاری در صنایع نو، توسعه این صنایع و بهبود بهره‌وری شده و رشد صادرات نقطه نهایی در این روند است. نکته کلیدی در تجربه کره، بررسی و شناخت دقیق سیاست‌های صنعتی در اقتصاد کره است که منجر به توسعه صادرات در این کشور گشت (Weiss, 2005).

عملکرد خیره‌کننده رشد اقتصادی و تغییرات ساختاری در کره نتیجه فعالیت آزادانه عوامل بازار نبود و کاملاً با هدایت دولت حاصل شد. زمینه اصلی مداخله دولت در کره پدید آوردن یک نظام اقتصادی مستقل بوده است. رژیم پارک بلافاصله بعد از به قدرت رسیدن، برخی اصلاحات نهادی^۱ را در دستور کار سیاسی-اقتصادی خود قرار داد. در واقع باید گفت که سیستم اقتصاد سیاسی رژیم ژنرال پارک، یک اقتصاد دولت‌محور توسعه‌گرا بود. با وجود اینکه اقتصاد کشور از اساس یک اقتصاد بازار خصوصی بود، اما بی‌تردید با مدل اقتصاد بازار آزاد مدل انگلو آمریکایی تفاوت داشت. در رژیم پارک، دولت در جایگاه حکمران، تخصیص منابع را از طریق در اختیار داشتن اعتبارات در دست داشت. در همین راستا ملی کردن کل بانک‌ها و در نتیجه به دست گرفتن نبض مالی کشور از نخستین اقدامات ژنرال پارک بود (Chung, 2005). از دیگر اصلاحات رژیم پارک در این دوران باید به اصلاح نرخ بهره، اصلاح نرخ ارز و اصلاح نظام مالیاتی و در پی آن افزایش درآمدهای مالیاتی اشاره کرد؛ اما شاید مهم‌ترین بخش از اقدامات ژنرال پارک تلاش برای گسترش صادرات کره بود. باید در نظر داشت که دولت کره در آن زمان تجربه کمی در زمینه صادرات تولیدات صنعتی در مقیاس بزرگ داشت، چراکه تا آن زمان بیشتر صادرات کره تنها شامل مواد خام و محصولات کشاورزی می‌شد. این موضوع سبب گشت که دولت مجبور به بازنگری در ساختارهای نهادی خود به منظور تطبیق با شرایط جدید گسترش تجارت نماید (Cho & Kim, 1991).

سیاست‌گذاران کره‌ای اعتقاد داشتند که برای بهبود رقابت‌پذیری کره در بازارهای جهانی نمی‌توان فقط به سازوکار بازار اکتفا کرد. به این دلیل لازم بود دولت بخش‌هایی را که احتمال رشد سریع بهره‌وری آن‌ها وجود داشت، شناسایی کرده، آن‌ها را به عنوان "بخش‌های ارجح" معرفی کند تا آن صنایع از کمک‌های مالی، گمرکی، فنی و اجرایی برخوردار شوند. این موضوع به این معنی بود که دولت چند صنعت را انتخاب کرده و با حمایت هدفمند و مشروط، در یک دوره مشخص، این بخش‌ها را شکوفا سازد. در مواردی که هدف ثبات کلان اقتصادی با هدف ارتقای ساختار صنعتی در تضاد بود، ارتقای ساختار صنعتی را ترجیح می‌دادند. حتی وقتی کل عرضه پول محدود بود، تأمین مالی بخش‌های ارجح به بهای نادیده گرفتن بخش‌های دیگر تضمین می‌شد (چانگ، ۱۳۹۲).

سیاست‌های بازرگانی دولت نیز مداخله در بازار بود. در نظام تجاری کره، فقط مواد خام تا حدی و نه کاملاً مشمول آزادی واردات بود. ورود ماشین‌آلات به شدت تحت نظارت بود تا صنعت داخلی در این حوزه رونق بگیرد. تشویق سرمایه‌گذاری خصوصی در صنایع سنگین و شیمیایی در دهه ۱۹۷۰ نوعی محدودسازی علیه سرمایه‌گذاری در صنایع کالاهای مصرفی بود که کم‌خطرتر و سودآورتر محسوب می‌شد (Chung, 2005).

¹ Institutional Reforms

به نظر سیاست‌گذاران کره‌ای، ارتقای صنعتی (تولید صنایع سرمایه و واسطه‌ای در کشور) مستلزم اولویت دادن به سرمایه‌گذاری بود که رکن رشد اقتصادی محسوب می‌شد؛ بنابراین سیاست کلان اقتصادی به گونه‌ای تنظیم شد که برای تحقق سرمایه‌گذاری‌های هنگفت و پایدار لازم بود (چانگ، ۱۳۹۲).

یکی دیگر از جنبه‌های سیاست کره در آن سال‌ها توجه جدی به صرفه‌های ناشی از مقیاس در سیاست‌گذاری اقتصادی این کشور بود. دولت معمولاً به بنگاه‌ها دستور می‌داد، مجتمع‌های تولیدی خود را با مقیاس بهینه بسازند. به دلیل کوچک بودن بازار داخلی این سیاست سبب ایجاد انگیزه برای صادرات محصولات به خارج از کشور بود و زیان‌های ناشی از بهره‌برداری ناقص از ظرفیت تولید به حداقل می‌رسید (همان).

دولت کره همچنین با سیاست‌های مختلف موجب شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ چائبول^۱ شد. این بنگاه‌ها مجتمع‌های صنعتی هستند که در بخش‌های صنعتی و خدماتی فعالیت می‌کنند. از طرفی دولت با تعیین شرایط سنگین برای ورود یک صنعت و حتی صادرات کالا تعداد بنگاه‌ها را محدود ساخت. همچنین دولت رقابت میان چائبول‌ها را تشویق و از شکل‌گیری انحصارات جلوگیری کرد. با این سیاست انگیزه کارآمد بودن در چائبول‌ها بسیار قوی باقی ماند به ویژه که زمام امور اعتبارات نیز به دست دولت بوده و بنگاه‌های کره‌ای نیز به شدت به وام متکی بودند. نظام بانکی این کشور نیز در خدمت صنایع منتخب بود (همان).

بدین ترتیب دولت توسعه‌گرای کره برای صنعتی شدن و رشد صادرات به سیاست‌های زیر متوسل شد:

- انتخاب صنایع خاص و ارائه کمک‌های مختلف به آن‌ها
- جلوگیری از رقابت شدید میان صنایع
- سوق دادن بخش خصوصی به ایجاد بنگاه‌های بزرگ (چائبول)
- مدیریت مصرف خصوصی به منظور انباشت سرمایه
- مداخله در بازار اعتبارات و هدایت آن‌ها به سوی بخش‌های خاص

نتیجه اتخاذ چنین سیاست‌هایی لزوم ایجاد تنوع و بروزرسانی صادرات و در نتیجه توسعه سیاست‌های صادراتی را در پی داشت. چراکه در بلندمدت سیاست‌های صنعتی موجب افزایش سرمایه‌گذاری، سود بالاتر، پس‌انداز بیشتر و رشد بالاتر خواهد بود. فضای رقابت‌پذیر و تنوع تولیدات منتج شده از این سیاست‌ها نیاز به توسعه صادرات را بیش از پیش نمایان ساخت (همان).

¹ Chaebol

به نظر می‌رسد هر کشوری که بخواهد به نرخ‌های رشد اقتصادی خوب دست یابد تا زمانی که صنایع آن قابل رقابت با کشورهای پیشرفته نباشد، ناچار به انتخاب سیاست‌های فوق است؛ اما دولتی می‌تواند مجری این سیاست‌ها باشد که از ویژگی‌های "دولت توسعه‌گرا" برخوردار باشد.

۲-۱-۲ - سیاست‌های تشویق صادرات در کره

کره جنوبی به عنوان یکی از موفق‌ترین نمونه‌های اجرای سیاست تشویق صادرات در کشورهای در حال توسعه تلقی می‌شود (حسینی و حسینی، ۱۳۸۵). این کشور با اتخاذ سیاست‌های صنعتی، تقویت تولید و ایجاد مزیت در داخل، بستر مناسبی برای توسعه صادرات در کشور ایجاد نمود. در مجموع در کره ترکیبی از سیاست‌های ارزی، مالی، مالیاتی، تجاری، تجاری و حمایت‌های سازمانی برای این امر به اجرا درآمد.

مشوق‌های مالیاتی: در دسامبر ۱۹۶۱ دولت کره به منظور ارائه مشوق برای صادرات، طرح کاهش و کنترل مالیات بر صادرات را اجرا کرد. این مشوق‌ها شامل مواردی مانند معافیت ۸۰ درصدی مالیات بر سود ناشی از صادرات بود. در سال ۱۹۶۷ به شرکت‌های صادراتی اجازه داده شد تا نرخ استهلاک ماشین‌آلات خود را ۳۰ درصد بیشتر از نرخ معمول در سایر شرکت‌ها محاسبه کنند. در سال ۱۹۷۳ صنایع راهبردی این کشور از قبیل صنایع فولاد، شیمیایی، کشتی‌سازی و ماشین‌آلات صنعتی از برخی مالیات‌ها مانند مالیات بر سود در سه سال اول تأسیس، معاف بودند و بعد از آن تا دو سال میزان مالیات آن‌ها ۵۰ درصد کمتر از سایر صنایع بود. در قانون دیگری نیز در سال ۱۹۷۵ مشوق‌های مالیاتی برای سرمایه‌گذاری و نیز افزایش نرخ استهلاک سرمایه به صنایع کلیدی اعطا شد (Mah, 2010). در کنار این موارد مالیات‌های غیرمستقیم صادرات و واردات نهاده‌های به کار رفته در صادرات نیز حذف شد (حسینی و حسینی، ۱۳۸۵).

از سال ۱۹۸۲ مشوق‌های مالیاتی در جهت بهبود عملکرد بنگاه‌ها تنظیم شد، به عنوان مثال می‌توان به تخصیص مشوق‌های مالیاتی برای تحقیق و توسعه^۱ اشاره کرد. در سال ۱۹۸۸ به دلیل تداوم مزاد تجاری در کره، نرخ ترجیحی استهلاک سرمایه مربوط به صنایع صادراتی این کشور کاهش یافت. در سال ۱۹۹۵ مشوق‌های مالیاتی برای صنایع تولیدکننده کالاهای سرمایه‌ای نیز به مشوق‌ها اضافه شد تا فعالیت در این صنایع هم تشویق شوند. در حال حاضر مشوق‌های مالیاتی در کره جنوبی عمدتاً بر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و نیز فعالیت‌های R&D متمرکز شده‌اند (پژوهشکده توسعه بازرگانی، ۱۳۹۴).

تسهیل تجاری: از جمله اقدامات دولت کره در این راستا می‌توان به معافیت عوارض برای ماشین‌آلات و کالاهای واسطه‌ای مورد نیاز صنایع، کاهش تعرفه برای کالاهای نیم ساخته و لغو تعرفه برای موادی که در داخل تولید نمی‌شوند، بازپرداخت عوارض دریافتی به واردکنندگان مواد خام مورد نیاز صادرات، لغو عوارض وارداتی ماشین‌آلات

^۱ R&D

و تجهیزات استفاده شده در تولید صادراتی و لغو سهمیه بندی و کنترل آنها از طریق تعرفه صادرات کالاهای جدید و با کیفیت بیشتر اشاره کرد (حسینی و حسینی، ۱۳۸۵).

همچنین نرخ بخشودگی تعرفه ها در عوض صادرات که به صورت میزان بخشودگی بر ارزش صادرات تعیین می شد، از ۰.۳ درصد در سال ۱۹۷۵ به ۲.۶ درصد در سال ۱۹۹۰ افزایش یافت. دولت کره همچنین ضمن ساده سازی و اصلاح رویه ها و قوانین مرتبط با صادرات و واردات اقدام به حذف تشریفات زائد تجاری نمود (پژوهشکده توسعه بازرگانی، ۱۳۹۴).

مشوق های مالی: دولت کره تا پایان سال ۱۹۸۸ نرخ های بهره را کنترل می کرد. این کنترل به صورتی بود که صنایع هدف و راهبردی دسترسی ویژه ای به وام های با نرخ یارانه ای داشته باشند. در واقع هدف دولت از این وام های هدف دار این بود که صنایع مورد نظر هم دسترسی بهتری به وام ها داشته باشند و هم هزینه تأمین مالی آنها کمتر شود. در حال حاضر وام های هدف دار بیشتر به شرکت های کوچک و متوسط داده می شود (همان).

به جز این وام های هدف دار که در سال های بعد به دلیل فشار به دولت در جهت آزادسازی اقتصادی، نرخ های بهره را آزاد کرد، مشوق های مالی دیگری نیز از سوی دولت ارائه می شد. از جمله این مشوق ها می توان به انواع بیمه ها مانند بیمه اعتبارات صادراتی، بیمه عمومی صادرات و بیمه سرمایه گذاری در خارج از کشور اشاره کرد (حسینی و حسینی، ۱۳۸۵).

دولت کره در این راستا شرکت بیمه صادرات کره^۱ را در سال ۱۹۹۲ تأسیس کرد که کاملاً به امر بیمه صادراتی می پرداخت. در حال حاضر کره بزرگ ترین استفاده کننده بیمه های صادراتی در دنیا است (پژوهشکده توسعه بازرگانی، ۱۳۹۴).

تأمین مالی صادرات دیگر مشوق مالی بود که از سال ۱۹۶۱ برای صادرکنندگان فراهم شد و معمولاً شامل کالاهای سرمایه ای مانند کارخانه صنعتی، ماشین آلات و کشتی می شد. در سال ۲۰۰۹، تسهیلات تا ۱۰۰ درصد مبلغ قرارداد ممکن شد، مشروط بر اینکه حداقل درآمد ارزی از ۲۵ درصد کمتر نباشد. در حال حاضر بانک های اگزیم^۲ و بانک صادرات و واردات کره^۳ و سایر بانک های بازرگانی تأمین مالی صادرات را با نرخ های ترجیحی به عهده دارند (امیرخانلو و همکاران، ۱۳۸۹). همچنین صندوق تضمین اعتبار کره^۴ بازپرداخت وام های دریافتی بنگاه های کوچک و متوسط کره را که در ارتباط با صادرات بوده، تضمین کرده است.^۵

¹ Korean Export Insurance Corporation (KEIC)

² EXIM Bank

³ Export-Import Bank

⁴ Korea Credit Guarantee Fund

⁵ https://www.kodit.co.kr/html/english/serv_kodit/credit_guar_serv/intro.jsp

سیاست های ارزی: از جمله سیاست های ارزی دولت باید به اعطای وام ارزی، برقراری سیستم سپرده گذاری ارزی و تبدیل درآمدهای صادراتی به گواهینامه های ارزی قابل فروش در بازار آزاد اشاره کر (حسینی و حسینی، ۱۳۸۵).

حمایت های سازمانی: در کره انجمن تجارت بین المللی کره^۱ و شرکت توسعه تجارت^۲ این کشور به عنوان نهادهایی عمل کردند که به بنگاه ها برای فائق آمدن بر موانع صادراتی اعم از موانع انگیزشی، اطلاعاتی، عملیاتی و فقدان منابع کمک کردند. KOTRA در اکثر کشورهای جهان فعالیت وسیعی داشته و خدماتی مانند تحقیقات و پیمایش بازارهای خارجی، ایجاد پیوندهای کسب و کار، سرمایه گذاری خارجی و حمایت از طرح های همکاری های فناوریانه و صنعتی را برای شرکت های کره ای انجام می دهد. علاوه بر آن این سازمان مدرسه عالی صادرات را تأسیس نمود که وظیفه آن شکوفایی صادرات در تجارت و سرمایه گذاری به وسیله ارائه برنامه های درسی مرتبط با بازاریابی بین المللی است (Mah, 2010).

دولت کره همچنین اقدام به ایجاد سازمان های متعدد کنترل کیفیت کالا بر اساس استانداردهای بین المللی، ایجاد مرکز طراحی صنایع دستی و روستایی، مراکز طراحی و تحقیق در دانشگاه ها، مرکز طراحی و بسته بندی صنعتی کره و همچنین مراکزی جهت راهنمایی های دولتی در زمینه قیمت گذاری صادراتی نموده که همه و همه در راستای توسعه صادرات است. از دیگر اقدامات مثبت دولت کره باید به تجدید سازمان مدیریت درآمدهای دولتی و کاهش هزینه های دولت بود (حسینی و حسینی، ۱۳۸۵).

۲-۲- مالی

۲-۲-۱- اصلاحات ساختاری دولت مالی در راستای توسعه صادرات

مالزی جزو کشورهای در حال توسعه با درآمد بالا است که دلیل آن سیاست گذاری توسعه منطقه ای در این کشور بعد از سال ۱۹۶۹ است (ولی بیگی، ۱۳۸۵). این کشور توسط سیاست های معطوف به صادرات در بستر ایجاد بازارهای رقابتی و مشوق های دولتی توانسته است به رشد سریع اقتصادی دست یابد. مالزی هم اما مانند کره، ابتدا با اتخاذ سیاست های اصلاح اقتصادی، کشور را در مسیر رشد و توسعه قرار داد و سپس در سایه این اصلاحات، سیاست های توسعه صادرات را اعمال نمود. دوره سیاست گذاری عمده مالزی برای طراحی کلی نظام تجارت خارجی شامل سه مرحله زیر است:

- مرحله اول (۱۹۷۰-۱۹۵۰): توسعه بازارهای داخلی و ایجاد رقابت
- مرحله دوم (۱۹۸۵-۱۹۷۱): به کارگیری سیاست همزمان توسعه صادرات و جایگزینی واردات (صادرات ابتدا از کالاهای با فناوری پایین شروع شد و به تدریج به کالاهای صنعتی رسید)
- مرحله سوم (۱۹۸۶ تاکنون): تعدیل اقتصادی و آزادسازی فعالیت های اقتصادی.

¹ Korea International Trade Association (KITA)

² Korea Trade Promotion Corporation (KOTRA)

بعد از موفقیت در افزایش نرخ رشد اقتصادی و صادرات، دولت مالزی از سال ۱۹۸۶ به بعد فرآیند تعدیل و آزادسازی اقتصادی را شروع کرد. تا این سال صنعتی شدن مالزی عمدتاً با دخالت‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت این کشور همراه بود (همان). در واقع باید گفت که دخالت‌های دولت در اقتصاد پیش از آن و تحت سیاست‌های اقتصادی جدید (NEP)^۱ از دهه ۱۹۷۰ آغاز شد. بر طبق این سیاست جدید، افزایش قابل ملاحظه‌ای در مداخلات دولت هم برای تخصیص منابع عمومی و هم در مالکیت بخش‌های عمومی و کنترل شرکت‌های کسب‌وکار اتفاق افتاد. با پررنگ شدن نقش دولت در اقتصاد، همه توان این بخش برای رسیدن به دو هدف زیر بسیج شد:

- ریشه‌کن کردن فقر در جامعه
- بازسازی جامعه مالزی به منظور ایجاد مالکیت برابر و حذف نژاد و قومیت در مسائل اقتصادی

دولت مالزی برای رسیدن به این اهداف، سیاست‌های صنعتی شدن را در پیش گرفت. تلاش‌های اولیه دولت مالزی برای صنعتی شدن بیشتر صنعتی شدن به شیوه جایگزینی واردات (ISI)^۲ بود. هدف از ISI گسترش پایه‌های صنعتی، تنوع بخشیدن به اقتصاد، کاهش وابستگی به واردات کالاهای مصرفی و ایجاد فرصت‌های شغلی بود (SIMPSON, 2005).

در ادامه به دلیل محدودیت‌های سیاست جایگزینی واردات، دولت سیاست جدید نگاه به خارج را با رویکرد صنعتی‌سازی صادرات محور (EOI)^۳ برگزید. در واقع تحولی که در ساختار اقتصادی مالزی به وقوع پیوست از آغاز نخست‌وزیری "ماهاتیر محمد" در ۱۹۸۱ شکل گرفت که طی آن سیاست صنعتی شدن و متنوع ساختن صادرات به مرحله اجرا گذارده شد و صنایع الکترونیک و سنگین رشد قابل ملاحظه‌ای یافتند که در این میان دولت نقش عمده‌ای داشته است. بدین ترتیب سیاست دولت به سمت تشویق برای توسعه صادرات صنعتی تغییر کرد. ماهاتیر محمد اعتقاد داشت که کشور مالزی در یک دوره طولانی به شدت وابسته به جایگزینی واردات صنایع سبک، فرآوری مواد خام و صنایع صادرات محور سبک بود؛ بنابراین بنیان سیاست‌های خود را بر توسعه صنایع سنگین قرار داد. او در این راه از تجربه کشورهای نظیر ژاپن، کره و تایوان و لزوم حمایت دولت از توسعه برخی صنایع سنگین مشخص شده، بهره جست (همان).

سایر اصلاحات اقتصادی ماهاتیر محمد در اواسط دهه ۸۰ میلادی شامل مقررات زدایی، اصلاحات ساختار اداری و اولویت‌بندی در سرمایه‌گذاری صنعتی بود. علاوه بر آن، اصلاحات بنیادین در آموزش نیروی انسانی، سیاست تحقیق و توسعه و سیاست‌های مرتبط با فناوری به طور جدی، ظرفیت صنعتی کشور مالزی را تقویت کرد (Jomo, 1993).

مجموع این اصلاحات، یک نیروی فزاینده‌ای برای رشد صنعتی و توسعه صادرات در اختیار این کشور قرار داد. در حال حاضر مالزی در زمینه صادرات از جایگاه مناسبی در دنیا برخوردار است (جدول ۲).

^۱ New Economic Policy (NEP)

^۲ Import-substitution industrialization (ISI)

^۳ Export-oriented Industrialization

جدول ۲- رتبه مالزی در صادرات

رتبه کشور مالزی در صادرات و میزان آن در سال ۲۰۱۶		
رتبه در جهان	میزان صادرات	متغیر
۲۳	۱۸۹,۴۱۴	صادرات کالا (میلیون دلار به قیمت جاری)
۲۷	۲۰۰,۶۵۸	صادرات کالا و خدمات (میلیون دلار به قیمت جاری)
۲۶	۲۴۲,۳۴۰	صادرات کالا و خدمات (به قیمت ثابت سال ۲۰۱۰ میلیون دلار)

منبع: بانک جهانی

۲-۲-۲- سیاست‌های تشویق صادرات در مالزی

در مالزی دولت برای تشویق صادرات از ابزارهای مختلفی نظیر مشوق‌های مالیاتی، مشوق‌های مالی، سیاست‌های تسهیل تجاری و بیمه‌ها و اعتبارات صادراتی استفاده کرده است.

مشوق‌های مالیاتی: دولت مالزی در طول این سال‌ها به منظور ترویج صادرات مشوق‌های مالیاتی گوناگونی را به شرکت‌های صادراتی اعطا می‌کرد. به طور مثال، در سال ۱۹۸۶ به شرکت‌های صادرات محور در حوزه تولیدات صنعتی، کشاورزی و توریسم تخفیف‌های مالیاتی به مدت ۵ سال داده شد. میزان این تخفیف‌ها در سال ۱۹۸۷ اندکی افزایش یافت (SIMPSON, 2005). در حال حاضر دولت، شرکت‌های هدف را مطابق با شرایط مندرج در جدول ۳ از مالیات معاف می‌کند:

جدول ۳- معافیت‌های مالیاتی در مالزی در سال ۲۰۱۶-۲۰۱۷

بخش هدف	معافیت مالیاتی برابر با درصد ارزش افزایش صادرات ^۱	شرط اعطای معافیت
کشاورزی	۱۰	برای برخی از محصولات کشاورزی مشخص شده
	۳۰	در صورت افزایش قابل‌ملاحظه در صادرات حداقل به میزان ۵۰ درصد
	۵۰	نفوذ به بازارهای جدید
	معافیت کامل	جایزه برند برتر
	معافیت کامل	جایزه صادرات برتر
بهداشت و سلامت	۵۰	صادرات خدمات بهداشتی به مشتریان خارجی
		صادرات خدمات پزشکی و دندان پزشکی
تولیدی		تخفیف‌های مالیاتی بیشتر از آنچه از قبل و قانوناً برای توسعه صادرات خدمات تخصصی پیش‌بینی شده به این گروه تعلق می‌گیرد.
	۱۰	دستاوردهای تولیدکنندگان
	۱۵	نرخ این معافیت تا ۷۰ درصد هم قابل کاهش است.
	کسر دوگانه ^۲	۲۰ یا ۳۰ درصد ارزش افزوده صادرات
		۵۰ یا ۴۰ درصد ارزش افزوده صادرات
		هزینه‌های تبلیغاتی به منظور جستجوی فرصت‌های صادراتی یا ایجاد و افزایش تقاضا برای صادرات

Source: 2016/2017 MALAYSIAN TAX BOOKLET

¹ Allowance equal to % of the value of increased export

² Double deduction

• تأمین مالی صادرات: در کشور مالزی مکانیزم های حمایتی سازمانی به منظور تسهیل صادرات کالا و خدمات وجود دارد. این سازمان ها که معمولاً بانک های دولتی هستند، اعتبارات بلندمدت و میان مدت در اختیار صادرکنندگان، سرمایه گذاران و خریداران بین المللی کالاهای مالزیایی قرار می دهند. در حال حاضر، بانک های اگزیم و بانک صادرات و واردات مالزی تأمین مالی صادرات را به عهده دارند. از رایج ترین ابزارهای تأمین مالی صادرات در مالزی شامل اعتبار اسنادی^۱، اسناد در مقابل پرداخت وجه معامله^۲ و اسناد در مقابل پذیرش برات یا قبول و پذیرش خریدار در صورت مغایرت اسناد^۳ است.

• اعطای وام از طریق صندوق صادرات خدمات (SEF)^۴: این صندوق نتیجه بخشی از تلاش دولت مالزی برای ترویج و برند سازی خدمات مالزی است. خدمات این صندوق که به تمام بخش ها به غیر از بخش گردشگری و بخش مالی تعلق می گیرد، شامل وام آسان نرخ ۲ درصد و بازپرداخت ۲ ساله و کمک بلاعوض^۵ حداکثر ۵۰ هزار رینگیت به ازای هر شرکت که جمعاً حداکثر مبلغ ۵ میلیون رینگیت به ازای هر شرکت طی سال های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰ را در برمی گیرد. شرکت هایی مشمول دریافت این خدمات می شوند که فعال در زمینه ترویج مهارت مالزی در ارائه خدمات در محافل بین المللی از طریق سخنرانی در همایش ها، کنفرانس ها و شرکت در مسابقات بین المللی مربوط به صنعت خدمات باشند (MATRADE)^۶.

• بیمه صادرات: این بیمه ها به منظور حمایت از صادرکنندگان در برابر ریسک های تجاری و غیرتجاری ارائه می شوند. از جمله پوشش های صادراتی که در مالزی صورت می پذیرند می توان به مواردی نظیر بیمه عمومی صادرات، بیمه سرمایه گذاری ها در خارج کشور و بیمه های اعتباری داخلی^۷ اشاره کرد (حسینی و حسینی، ۱۳۸۵).

سیاست تسهیل تجاری: معافیت هایی برای حقوق ورودی نهاده های وارداتی برای بخش صادرات در نظر گرفته شده است. به طور مثال، بنگاه هایی که ۱۰۰ درصد یا در مواردی حتی کمتر از ۱۰۰ درصد از کالاهای تولیدی یا مونتاژ خود را صادر می کردند، برای انجام فعالیت خود به مناطق آزاد هدایت می شدند. این مناطق از معافیت در پرداخت حقوق ورودی در مورد قطعات، لوازم و ماشین آلات و همچنین حداقل کنترل های گمرکی برخوردار بودند (همان).

¹ Letter of Credit (L/C)

² Document against Payment (D/P)

³ Documentary against Acceptance (D/A)

⁴ Services Export Fund (SEF)

⁵ Reimbursable Grant

⁶ <http://www.matrade.gov.my/en/>

⁷ Domestic credit insurance

همچنین بر اساس اطلاعات موجود در سال ۲۰۱۷، کارخانه‌های تولیدی که کالای نهایی صادر می‌کنند می‌توانند مواد اولیه‌ای را که در ساخت یا بسته‌بندی کالای خود به کار می‌برند را با معافیت از پرداخت حقوق گمرکی وارد نمایند. تولیدکنندگان کالاهای کارخانه‌ای صادراتی می‌توانند هنگام صدور، حقوق ورودی پرداختی بابت قطعات، اجزاء و لوازم بسته‌بندی به کار رفته در کالای صادراتی هر کالایی که در تولید آن به کار رفته را دریافت نمایند (ROYAL MALAYSIAN CUSTOMS DEPARTMENT, 2017).

سازمان‌های حمایت‌کننده: در مالزی مأموریت توسعه صادرات بر عهده موسسه توسعه تجارت خارجی مالزی (MATRADE)^۱ گذاشته شده است. خدمات متنوعی توسط این سازمان به صادرکنندگان ارائه می‌شود که از آن جمله می‌توان به ارائه اطلاعات بازرگانی اشاره کرد که از طریق کتابخانه تجارت، کتاب‌های راهنمای تجارت، کتاب راهنمای صادرکنندگان، بولتن‌های بازرگانی، تقویم مناسبت‌های تجاری و مطالعات تحقیقاتی انجام می‌دهد. علاوه بر آن ارائه آمارهای بازرگانی، اخبار آنلاین و بولتن بخش خدمات نیز از دیگر خدمات ارائه شده توسط این سازمان به صادرکنندگان مالزیایی است. همچنین برنامه‌های توسعه صادرات، جلسات توجیهی و مشاوره و آموزش برای صادرات از طریق سازمان‌دهی سمینارها و کارگاه‌های آموزشی برای پرورش صادرکنندگان نوپا و به‌روز کردن صادرکنندگان موجود در زمینه توسعه تجارت و فرصت‌های تجاری در بازارهای بین‌المللی هم از دیگر خدمات سازمان است (MATRADE, 2018).

برنامه‌های حمایتی MATRADE برای توسعه صادرات:

۱. برنامه Go-Ex^۲: برنامه Go-Ex بخشی از برنامه جامع SMEها^۳ در مالزی که در واقع در راستای طرح دولت برای هدایت و افزایش رشد صادرات SMEها است. این برنامه به چالش‌هایی که SMEها در مواجهه با بازار جدید روبرو می‌شوند می‌پردازد. چالش‌هایی از قبیل هزینه‌های چشمگیر، فقدان دانش دقیق در ارتباط با بازار و رقبای جدید. برنامه Go-Ex ۵۰ درصد از هزینه‌های فعالیت‌هایی نظیر ملاقات‌های کاری و جلسات ارائه خدمات و محصولات را پوشش می‌دهد. سقف این کمک بلاعوض برای هر شرکت در سال ۲۰۱۷، ۵۰ هزار رینگیت است (همان).

۲. کمک بلاعوض توسعه بازار (MDG)^۴: این طرح با هدف کمک به SMEها، ارائه‌دهندگان خدمات، اتاق‌های بازرگانی و نهادهای تخصصی در انجام فعالیت‌های تبلیغاتی صادرات تدوین شده است. مبلغ کمک‌هزینه و محل هزینه آن در جدول ۴ نشان داده شده است (همان). (این کمک‌ها تا ژانویه ۲۰۱۸ به قوت خود باقی بود).

¹ Malaysia External Trade Development Corporation (MATRADE)

² Go-Ex Programme

³ High Impact Programmes (HIP) of the SME Masterplan

⁴ Market Development Grant (MDG)

جدول ۴- کمک هزینه های صادراتی در سال ۲۰۱۶

محل هزینه کمک هزینه	مبلغ کمک هزینه (رینگیت)
نمایشگاه تجاری در مالزی	حداکثر ۵ هزار
نمایشگاه تجاری در خارج از مالزی	حداکثر ۱۵ هزار
مأموریت در راستای تجارت و سرمایه گذاری که توسط MATRADE سازمان دهی شده باشد.	حداکثر ۱۰ هزار
مأموریت مشترک با MATRADE در راستای تجارت و سرمایه گذاری	سازمان یافته (حداکثر ۱۰ هزار) غیر سازمان یافته (حداکثر ۲ هزار)
اجلاس های بین المللی در خارج از کشور در راستای توسعه صادرات صنعت و خدمات حرفه ای	حداکثر ۲۵۰۰

Source: <http://www.matrade.gov.my>

۲-۳- چین

۲-۳-۱- اصلاحات ساختاری در راستای توسعه صادرات

چین یکی از موفق ترین الگوهای توسعه صادرات در میان کشورهای آسیای شرقی است (جدول ۵). موفقیت این کشور نتیجه فرآیند تدریجی توسعه بازار و نگاه به بیرون است؛ اما این سیاستها خود نتیجه اصلاحات ساختاری بود که از قبل بستر مناسبی را برای این سیاستها فراهم ساخت. اقتصاد چین پس از اصلاحات اقتصادی به اقتصاد سوسیالیست بازاری معروف است، اما می توان چین را نوعی از سرمایه داری با ترکیبی از بنگاه های خصوصی و دولتی و هدایت آشکار دولت دانست که در آن دولت سعی می کند بازار را غالباً از طریق حمایت صنایع خاصی که انتظار موفقیت شان را دارد، هدایت کند (مقیسه، ۱۳۹۶).

جدول ۵- رتبه چین در صادرات

رتبه کشور چین در صادرات و میزان آن در سال ۲۰۱۶		
رتبه در جهان	میزان صادرات	متغیر
۱	۲,۰۹۷,۶۳۲	صادرات کالا (میلیون دلار به قیمت جاری)
۲	۲,۱۹۹,۹۶۸	صادرات کالا و خدمات (میلیون دلار به قیمت جاری)
-	آمار موجود نیست	صادرات کالا و خدمات (به قیمت ثابت سال ۲۰۱۰، میلیون دلار)

منبع: بانک جهانی

در سال ۱۹۷۷ و بعد از به قدرت رسیدن دنگ ژیاو پینگ و در نشست حزب کمونیست به این نتیجه رسیدند که سیستمها و روش های مدیریت اقتصادی در کشور چین باید تغییر کند. به این مفهوم که همکاری های اقتصادی با دیگر کشورها و تجارت متقابل باید گسترش یابد. همچنین باید الزامات پذیرش فناوری های روز دنیا در اقتصاد این کشور ایجاد شود که از جمله این الزامات تقویت هر چه بیشتر اصلاحات علمی و آموزشی برای تطبیق با نیازهای نوسازی و مدرنیته بود. در همین راستا مدرنیته کردن کشاورزی، صنعت، دفاع ملی و فناوری و علوم در دستور کار قرار گرفت (Tisdell, 2008).

فرآیند اصلاحات در چین که در نهایت به رشد صادرات در این کشور انجامید، توسط دنگ ژیانوپینگ در سال ۱۹۷۸ آغاز و یک فرآیند تدریجی و تجربی بود. اولین بخش هدف، بخش کشاورزی بود که با انحلال مزارع جمعی^۱ به عنوان مهم‌ترین اصلاح همراه بود. همچنین قیمت نسبی کالاهای کشاورزی حدود یک‌سوم افزایش یافته و ترکیب قدرت تصمیم‌گیران فردی و افزایش قیمت، نتایج سریعی را در برداشت. بین سال‌های ۱۹۷۹ تا ۱۹۸۹ میزان محصولات به طور متوسط هر سال ۶ درصد افزایش داشته که خود موجب افزایش درآمد کشاورزی شد. بدین ترتیب مصرف و پس‌انداز در بخش خانوار روستایی افزایش داشت که در نهایت موجب افزایش تولیدات صنعتی در مناطق روستایی شد. در همین راستا با توجه به چارچوب‌های قانونی موجود، مجوز ایجاد شرکت‌های خصوصی و شرکت‌های شهر و روستا (TVEs)^۲، داده شد که صنایع روستایی هستند و مالکیت آن یا با دولت محلی یا جمعی از اعضای آن روستا یا شهر بود. در بیشتر موارد دولت محلی تنها در تأمین مالی نقش داشته و به طور مستقیم در مدیریت بنگاه دخالت نمی‌کرد. افزایش نقش TVEها و شرکت‌های خصوصی و همچنین رشد قابل‌ملاحظه سرمایه‌گذاری خارجی در چین به گسترش صادرات در نیمه دهه ۱۹۸۰ کمک شایانی نمود. رشد صادرات که ناشی از سیاست‌های بازارمحور و شرکت‌های خصوصی بود خود سبب تشویق اصلاحات در سیاست‌های تجاری و سرمایه‌گذاری شد (Kokko, 2002).

پس از ایجاد تغییرات در استراتژی‌های توسعه اقتصادی این کشور در پایان دهه ۱۹۷۰ میلادی، دولت صنعتی‌سازی صادرات محور بر پایه توسعه صادرات و استفاده از سرمایه خارجی را در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی در دستور کار قرار داد (Ohashi, 2015).

در همین راستا صنایع مشخصی در این دوران هدف قرار گرفت. در اوایل دهه ۱۹۸۰، دولت توسعه صادرات کالاهای صنعتی سبک نظیر منسوجات و صنایع الکترونیک را در دستور کار قرار داد. تأثیر مشوق‌های دولتی که در راستای این سیاست اعطا می‌شد بر روی صادرات صنایع کاربر مثبت بود.

از آنجایی که بیش از ۹۰ درصد صادرات چین توسط شرکت‌های تجارت خارجی دولتی انجام می‌شد، دولت همچنین برخی اهداف صادراتی اجباری را برای شرکت‌ها قرار داد؛ درحالی‌که مشوق‌های گوناگونی نیز به این شرکت‌ها ارائه می‌داد. در واقع این مشوق‌ها به شرکت‌هایی تعلق می‌گرفت که به اهداف صادراتی‌شان دست یابند و درغیراین‌صورت از مشوق‌ها محروم می‌شدند. چنین جریمه‌هایی خود عامل مهمی در تشویق شرکت‌های دولتی برای درگیری بیشتر در صادرات بود (Kokko, 2002).

ذکر این نکته ضروری است که علاوه بر موارد یاد شده، دولت چین هم در این دوران علائم آشکاری را در حمایت از رژیم تجاری صادرات محور ارسال کرد. به همین منظور از ابزارهای مختلفی برای بهبود آنچه به اصطلاح "فرهنگ

¹ Collective Farms

² Township and village enterprises (TVEs)

صادرات" نامیده می‌شود، در کشور چین استفاده شد. هدف‌گذاری جغرافیایی، هدف‌گذاری بخشی و رژیم سرمایه‌گذاری خارجی آزاد از جمله این ابزارها بود که محیط تجارت این کشور را به شدت از خود متأثر ساخت (Panagariya, 1995).

تغییر قابل‌ملاحظه ساختار صادراتی چین نشان می‌دهد که محیط تجاری در این کشور نسبتاً انعطاف‌پذیر شده و امکان مانور روی بخش‌های مختلف اقتصاد فراهم آمده است؛ بنابراین اولین درس مهمی که می‌توان از انفجار صادرات در چین گرفت، انعطاف‌پذیری و قابلیت تغییر سریع ساختارهای صادراتی است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که بخش صادرات چین در سایه عرضه انبوه و ارزان نیروی کار و پراکندگی حاکم بر تولیدات صادراتی کشورهای منطقه، توانسته است به رشدی اعجاب‌انگیز دست پیدا کند. افزایش چشم‌گیر صنعت فرآوری در چین به معنی صدور اقلام پیچیده و با کیفیت از طریق واردات ارزان این اقلام و مونتاژ آن‌ها در داخل کشور است. کاهش هزینه‌های تجاری (تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای) و قیمت‌گذاری واقعی اقلام تولیدی، هدایت منابع را به سوی بخش‌های مولدتر و سودآورتر تسهیل می‌کند. (پژوهشکده توسعه بازرگانی، ۱۳۹۴)

ذکر این نکته ضروری است که همانند تجربه‌های موفق توسعه صادرات در سایر کشورهای شرق آسیا در چین نیز دولت نقش مؤثری در اجرای درست سیاست‌ها داشته است. نمونه‌ای از اقدامات دولت:

- تجدید ساختار شرکت‌های دولتی و بانک‌های دولتی
- تأمین مالی در سرمایه‌گذاری‌های انبوه در زیرساخت توسط
 ۱. بنگاه‌های دولتی در صنایع بالادستی
 ۲. شرکت‌های فراملیتی در صنایع با فناوری بالا
- تجاری‌سازی بانک‌های دولتی
- ایجاد محدودیت شدید دولتی برای فعالیت بانک‌ها در حوزه‌های سوداگرانه
- وام‌دهی بانک‌ها به فعالیت‌های مولد صنعتی
- توسعه صنایع خاص و هدف‌گیری شده (کمالی اردکانی، ۱۳۹۶)

۲-۳-۲- سیاست‌های توسعه صادرات در چین

سیاست کلی دولت چین حمایت و تشویق از تولید به ویژه تولیدات صادرات محور است. به طور مثال هزینه برق مصرفی برای بنگاه‌ها از هزینه برق مصرف خانگی ارزان‌تر بود. دولت تا پنجاه درصد هزینه حق بیمه کارگران را می‌پرداخت. نرخ پرداخت مالیات برای بنگاه‌ها در کمترین حد خود قرار داشت. تعرفه واردات مواد اولیه بنگاه‌ها نیز پایین بود. سیاست دولت بر آن قرار داشت که هزینه‌های تولید کالا در سطح نازل حفظ شوند (پژوهشکده توسعه بازرگانی، ۱۳۹۴). در ادامه به برخی از مهم‌ترین مشوق‌های صادراتی در این کشور پرداخته می‌شود:

مشوق های مالیاتی: از سال ۱۹۸۵ دولت چین سیستم تخفیف های مالیاتی را به منظور حمایت از صادرکنندگان و افزایش رقابت پذیری شرکت های درگیر در این حوزه، به کار گرفت (China's Business Taxes). برخی از مشوق های مالیات بر صادرات در چین شامل موارد زیر است:

- صادرکنندگان شامل تخفیف در مالیات بر ارزش افزوده بر کلیه کالاهای صادراتی خود می شوند. نرخ این تخفیف مطابق با محصولات تولیدی متغیر است. در سال ۲۰۱۶ برای کالاهای مختلف این نرخ از ۱۷ درصد (نرخ کامل مالیات بر ارزش افزوده) تا ۰ درصد در نوسان بود (WTO, 2016).^۱
- بنگاه ها در مقابل صادراتی که انجام داده اند بر حسب فرمولی مشخص، مالیات پرداختی را بازپس می گیرند که در واقع استرداد مالیات پرداخت شده است (وبسایت وزارت بازرگانی چین).^۲

مشوق های مالی: در کشور چین مشوق های مالی شامل تأمین مالی، بیمه و ضمانت صادرات است. این موارد حداقل توسط دو سازمان در چین ارائه می شوند: بانک صادرات و واردات چین (Eximbank)^۳ که تأمین مالی صادرات و شرکت بیمه اعتبار و صادرات چین (SINOSURE)^۴ که بیمه اعتباری صادرات و ضمانت های مرتبط با آن را بر عهده دارد. بانک اگزیم از صادرات کالا و خدمات سرمایه ای حمایت می کند. این بانک همچنین خدمات تأمین مالی صادرات را در حوزه هایی که سرمایه های اجتماعی و بازرگانی تمایلی به ورود ندارند، ارائه داده و منابع مالی برای شرکت های چینی که پروژه های سرمایه گذاری و ساخت و ساز در خارج از مرزهای این کشور به عهده می گیرند، تأمین می کند. عمده ترین صنایعی که از اعتبارات بانک اگزیم در سال ۲۰۱۴ بهره مند شدند شامل محصولات با فناوری بالا، صادرات کشتی، پروژه های سرمایه گذاری خارجی، تولیدات مکانیکی برقی و پروژه های ساخت و ساز خارجی بود (WTO, 2016).

SINOSURE بیمه های اعتباری صادرات کوتاه مدت، میان مدت، بلند مدت و بیمه سرمایه گذاری خارجی ارائه می دهد. بیمه های کوتاه مدت که حداکثر دوساله هستند انواع گوناگونی دارند. اعتبارنامه که ریسک های سیاسی و تجاری را پوشش می دهد. بیمه نامه قرارداد معین^۵ که ریسک های ایجاد شده توسط اقدامات دولت کشور خریدار را پوشش می دهد. اقداماتی نظیر تحمیل برخی ممنوعیت ها یا محدودیت ها بر واردات یا فسخ یا عدم تمدید گواهی واردات در این زمره قرار می گیرند. بیمه نامه در قبال نقض قرارداد^۶ که بیمه گذار را در قبال خطرات ناشی از عدم پرداخت قبل و بعد از حمل با کشتی بیمه می کند. در نهایت پوشش بیمه کامل^۷ است که کلیه خطرات ناشی از صادرات شرکت ها را در رابطه با پرداخت های اعتباری و غیر اعتباری پوشش می دهد (همان).

¹ China TRADE POLICY REVIEW 2016, world trade organization

² <http://english.mofcom.gov.cn/column/services.shtml>

³ China Export-Import Bank (China Eximbank)

⁴ The China Export and Credit Insurance Corporation (SINOSURE)

⁵ Specific contract insurance policies

⁶ The insurance policy against buyer's breach of contract

⁷ Comprehensive cover insurance

در میان بیمه‌های میان‌مدت و بلندمدت هم برنامه بیمه اعتباری خریداران وجود دارد که بیمه‌گذار را در قبال عدم پرداخت بدهی به دلیل ریسک‌های بازرگانی یا تجاری تحت یک قرارداد اعتباری بیمه می‌کند. SINOSURE تا پایان سال ۲۰۱۵، در مجموع ۲ تریلیارد و چهارصد و یک میلیارد دلار برای حمایت از صادرات، تجارت داخلی و سرمایه‌گذاری هزینه کرد (همان).

تسهیل تجاری: چین نرخ تعرفه‌های گمرکی خود را برای برخی کالاهایی که دولت آن‌ها را در زمره کالاهای ضروری جهت توسعه صنایع کلیدی مشخص می‌کند، پایین‌تر از نرخ تعرفه با کشورهای کامله‌الوداد قرار می‌دهد. به طور مثال اداره گمرک چین به صورت دوره‌ای، نرخ تعرفه‌های ترجیحی را برای اقلام موردنیاز در صنایع اتومبیل، فولاد و بخش شیمیایی اعلام می‌کند (Export.gov).^۱

همچنین همان‌طور که بیان شد، ایجاد شرایطی که صادرکنندگان یا تولیدکنندگان کالاهای صادراتی قادر باشند مواد اولیه، تجهیزات و کالاهای وارداتی مورد مصرف در ساخت کالاهای صادراتی را به قیمت‌های بین‌المللی دریافت نمایند، یکی از ابزارهای مهم برای توسعه صادرات در چین است (پژوهشکده توسعه بازرگانی، ۱۳۹۴).

نرخ ارز: اتخاذ سیاست‌های ارزی خاص در رابطه با بخش صادرات نیز در ترغیب صادرکنندگان به تداوم فعالیت‌های صادراتی تأثیرگذار بوده است (پژوهشکده توسعه بازرگانی، ۱۳۹۴).

ایجاد مناطق آزاد و ویژه تجاری: علاوه بر موارد یاد شده، چین از طریق ایجاد مناطق آزاد تجاری، مناطق پردازش صادرات، مناطق ویژه اقتصادی و اعطای امتیازات خاص به سرمایه‌گذارانی که در این مناطق سرمایه‌گذاری کرده‌اند، گام‌های مؤثری در توسعه صادرات خود برداشت (همان).

تأسیس مناطق ویژه اقتصادی (SEZs)^۲ و شهرهای آزاد در ایالت‌های ساحلی جنوبی نیز از دیگر اقدامات در این راستا بود. این مناطق اقتصادی ویژه یک محیط صادرات‌گرا برای سرمایه‌گذاران خارجی و داخلی ایجاد کرده که از مزایایی نظیر تعرفه‌های کمتر، تخفیف‌های مالیاتی، زیرساخت‌های بهتر، بازار کار انعطاف‌پذیر و بوروکراسی اداری کمتر برخوردار بود (Kokko, 2002).

سازمان‌های حمایت‌کننده: شورای توسعه تجارت بین‌المللی چین (CCPIT)^۳: در واقع آژانس توسعه سرمایه‌گذاری و تجارت خارجی این کشور است. مسئولیت‌های عمده این نهاد شامل:

- اجرای استراتژی‌های توسعه کشور
- توسعه تجارت خارجی
- همکاری‌های متقابل فناوری، اقتصادی و سرمایه‌گذاری

^۱ <https://www.export.gov/article?id=China-Import-Tariffs>

^۲ Special Economic Zones (SEZs)

^۳ China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT)

- همکاری با شرکای توسعه تجاری خارجی
- قبول هیئت‌های عالی‌رتبه اقتصادی و تجاری خارجی
- سازماندهی هیئت‌های تجاری و اقتصادی چین برای دیدار از کشورهای خارجی
- مدیریت نمایشگاه‌های تجاری (CCPIT, 2016)^۱

به جز این شورا، نهادها و سازمان‌های دیگری نیز در کشور چین در فعالیتهای توسعه صادرات مشارکت می‌کنند. از جمله این نهادها می‌توان به کمیته توسعه تجارت وزارت اقتصاد چین^۲ و آژانس توسعه سرمایه‌گذاری بین‌المللی چین^۳ اشاره کرد.

۲-۴- جمع بندی تجارب کشورهای موفق در عرصه صادرات

یکی از اهداف مهم بررسی تجربه سایر کشورها در زمینه اجرای سیاست‌های مختلف، آموختن درس‌هایی برای بهره‌برداری در فرآیند سیاست‌گذاری ایران است. مطالعه عملکرد رشد درخشان کشورهای شرق آسیا مخصوصاً با تأکید بر استراتژی‌ها رشد صادرات محور این کشورها نیز در همین راستا صورت گرفته است. تجزیه و تحلیل مراحل سیاست‌های صادراتی کشورهای مورد مطالعه به طور واضح نشان می‌دهد که شکوفایی صادراتی به صورت خودبه‌خود و به عنوان نتیجه غیرقابل اجتناب نیروهای عرضه و تقاضا در بازار آزاد اتفاق نمی‌افتد. در این کشورها دولت نقش بسیار حیاتی را در فرآیند توسعه اقتصادی و بهبود صادرات بازی کرده‌است. دولت با انتخاب صنایع خاص و با حمایت هدفمند و مشروط، در یک دوره مشخص، سبب شکوفایی این صنایع منتخب می‌شود. همچنین صادرکنندگان در این کشورها به نهادها و کالاهای سرمایه‌ای به قیمت مناسب دسترسی داشتند. در اغلب موارد، این مهم از طریق معافیت‌های مالیاتی و طرح‌های استرداد حقوق گمرکی است که از سوی دولت اعمال می‌شود. از سوی دیگر تقریباً در همه این کشورها مناطق ویژه صادراتی تأسیس و یا برنامه‌های مخصوص بخش صنعت ارائه شد تا از مقررات دست و پاگیر و تشریفات زائد اجتناب شود. عمده‌ترین ضعف شرکت‌های صادراتی در این کشورها زمانی که به سمت توسعه صادرات تغییر جهت دادند کمبود اطلاعات در رابطه با فناوری و بازارهای خارجی است. دولت در اینجا هم نقش اساسی را ایفا کرد. در واقع به منظور توسعه بازارهای جدید، تأسیس سازمان‌های تخصصی در امر بازاریابی و تحقیق و همچنین انتشار اطلاعات در زمینه بازارهای خارجی در دستور کار دولت قرار گرفت (CONFERENCE ON BUSINESS & ECONOMICS, 2009). اعمال چنین سیاست‌هایی در بستر اصلاحات اقتصادی، عامل اصلی رشد و شکوفایی صادرات در این کشورها بود.

¹ <http://en.ccpit.org>

² Trade Development Bureau of Ministry of Commerce of P.R. China

³ China International Investment Promotion Agency

۳- صادرات ایران

ایران همانند بسیاری از کشورهای دارنده منابع خدادادی، اقتصادی وابسته به منابع طبیعی دارد. درآمدهای ایران به شدت تحت تأثیر صادرات منابع نفتی است. تا کنون شوک‌های نفتی و ارزی بارها اقتصاد ایران را متأثر ساخته است. بر طبق آمارهای منتشرشده توسط بانک مرکزی ایران، طی سال‌های ۹۵-۱۳۹۰ متوسط ارزش صادرات نفتی از کل ارزش صادرات ایران (فوب) ۶۹.۱ درصد بوده است. صادرات غیرنفتی نیز تا حد بسیاری وابسته به منابع خدادادی است. بر اساس آمارهای منتشر شده توسط سازمان توسعه تجارت، در سال ۱۳۹۵، ۵۴.۱ درصد از صادرات غیرنفتی، صادرات پتروشیمی، گاز و میعانات گازی بوده است. مشخص است بهره‌گیری از منابع نفتی و گازی در صورتیکه منجر به تولید کالاهای با ارزش افزوده بالا شود، نکته مثبتی ارزیابی می‌شود؛ ولی متأسفانه، در واحدهای پتروشیمی، اغلب شاهد فرآورده‌های سنگین در مقایسه با فرآورده‌های سبک هستیم که محصولاتی با ارزش افزوده‌ی بالا نیستند؛ بنابراین صادرات ایران علاوه بر آنکه دارای وابستگی شدید به منابع طبیعی است، آفت دیگری به نام خام فروشی دارد. همچنین، بررسی صادرات سایر بخش‌های اقتصادی گویای آن است که این بخش‌ها نظیر بخش صنعت (با سهم ۳۳ درصدی از کل صادرات غیرنفتی)، با معضل عدم تنوع محصولات صادراتی مواجه هستند. علاوه بر مشکلاتی که مطرح شد، عدم تنوع مقاصد صادراتی و ارزش افزوده اندک محصولات صادراتی از دیگر مشکلات صادرات کشور است که از بررسی آمار در این بخش از گزارش احصاء شده‌اند.

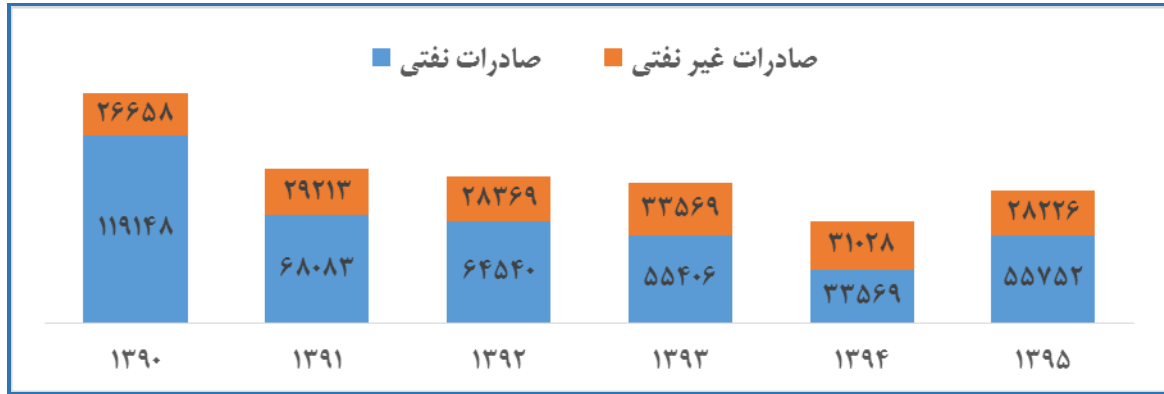
ذکر این نکته ضروری است که متأسفانه در ایران به علت تعدد نهادهای منتشرکننده آمار و فقدان ارائه اطلاعات کامل و جامع، بازتاب تصویری کامل از صادرات ایران ممکن نیست. علیرغم محدودیت‌های آماری موجود، در این بخش سعی شده است با بهره‌گیری از داده‌های گزارش شده، وضعیت صادرات غیرنفتی ایران به تصویر کشیده شود.

۳-۱- بررسی وضعیت صادرات غیرنفتی ایران

وابستگی صادرات به نفت و سهم اندک صادرات غیرنفتی

بر اساس آمار گزارش شده توسط بانک مرکزی، متوسط ارزش صادرات فوب ایران طی سال‌های ۹۵-۱۳۹۰، ۹۵۵۹۳.۸ میلیون دلار بوده است که بخش اعظم آن مربوط به صادرات مستقیم نفت خام است. در این دوره متوسط سالانه صادرات نفتی ایران ۶۶۰۸۳ میلیون دلار (متوسط سهم از کل صادرات ۶۹.۱ درصد) و متوسط صادرات غیرنفتی ایران ۲۹۵۱۰.۵ میلیون دلار (متوسط سهم از کل صادرات ۳۰.۹ درصد) بوده است. در نمودار ۱ روند صادرات به تفکیک نفتی و غیرنفتی نشان داده شده است.

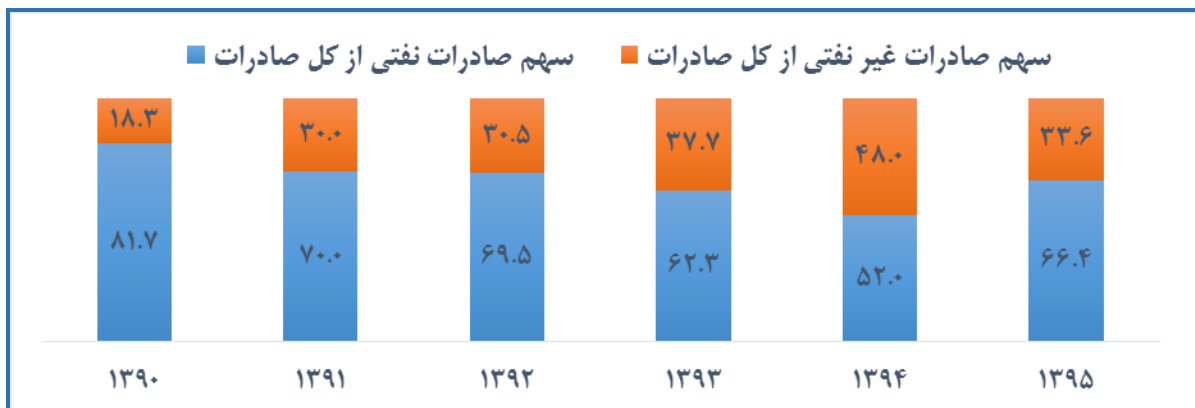
نمودار ۱- صادرات (نفتی + غیرنفتی) طی سال های ۹۵-۱۳۹۰ (میلیون دلار)



منبع: بانک مرکزی ج.ا.ا.

همان طور که در نمودار ۲ مشاهده می شود، همواره سهم صادرات غیرنفتی از کل صادرات ایران کمتر از ۵۰ درصد بوده و در بهترین حالت در سال ۱۳۹۴ این رقم به ۴۸ درصد رسیده است. در سال ۱۳۹۴ صادرات کل ایران به نسبت سال ۱۳۹۴ افت داشته است. در سال ۱۳۹۴ به نسبت سال ۱۳۹۳ صادرات نفتی به میزان ۳۹.۴ درصد و صادرات غیرنفتی به میزان ۷.۶ درصد کاهش داشته است. این امر سبب شده است که سهم صادرات غیرنفتی از کل صادرات ایران در سال ۱۳۹۴، به ۴۸ درصد افزایش یابد.

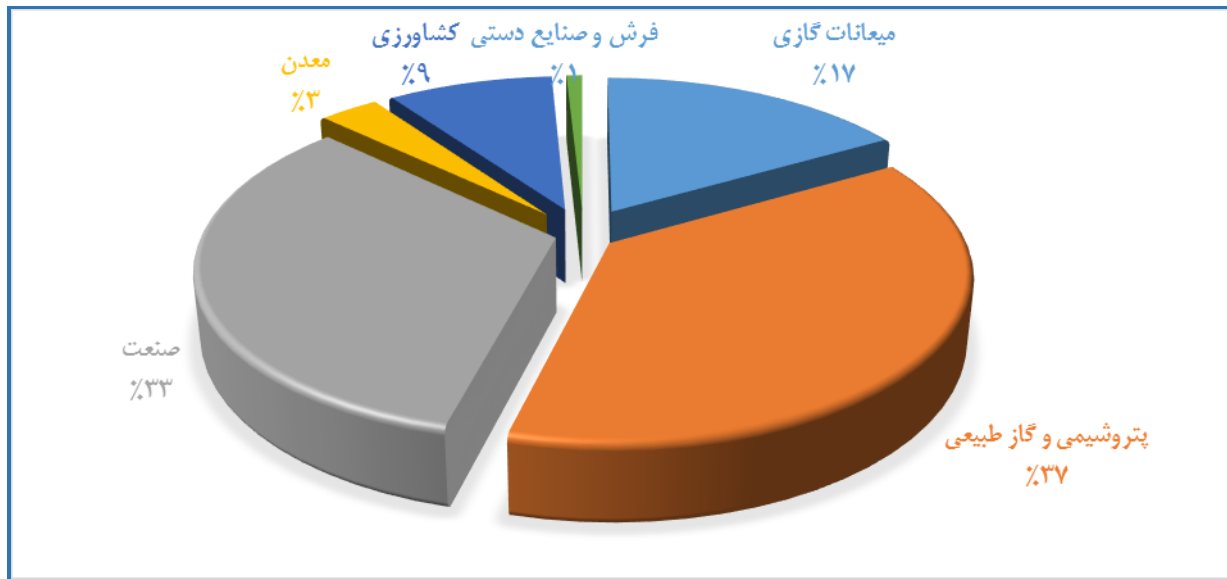
نمودار ۲- سهم صادرات نفتی و غیرنفتی از کل صادرات طی سال های ۹۵-۱۳۹۰ (درصد)



منبع: بانک مرکزی ج.ا.ا.

همچنین بررسی بخش های عمده صادرات غیرنفتی ایران، بر اساس داده های منتشر شده توسط سازمان توسعه تجارت، در سال ۱۳۹۵ حاکی از آن است که سهم پتروشیمی، گاز طبیعی و میعانات گازی از کل صادرات غیرنفتی ۵۴.۱ درصد است؛ به عبارت دیگر صادرات غیرنفتی ایران نیز به صورت قابل توجهی وابسته به منابع طبیعی است.

نمودار ۳- صادرات غیرنفتی به تفکیک بخش های عمده در سال ۱۳۹۵



منبع: سازمان توسعه تجارت

عدم تنوع در محصولات صادراتی

فقدان تنوع در ترکیب کالاهای صادراتی و وابستگی اقتصاد یک کشور به صادرات مواد طبیعی، دارای مضرات شناخته شده فراوانی است. در گزارشی از صندوق بین المللی پول عنوان شده است که کشورهای عربی صادرکننده نفت علیرغم تنوع در سایز، جغرافیا و ثروت همگی دارای مشکلات مشابه در اشتغال زایی و ایجاد رشد فراگیر دارند. در این کشورها، بخش خصوصی غیرنفتی نسبتاً کوچک و به تبع آن منابع محدودی برای رشد و اشتغال باقی مانده است. در زمانی نیز که قیمت نفت سقوط می کند، کاهش درآمد، اغلب سبب کاهش در مخارج عمومی می شود که رشد در بخش غیرنفتی را کاهش و پایداری اشتغال عمومی را تحت تأثیر قرار می دهد (IMF، 2016).

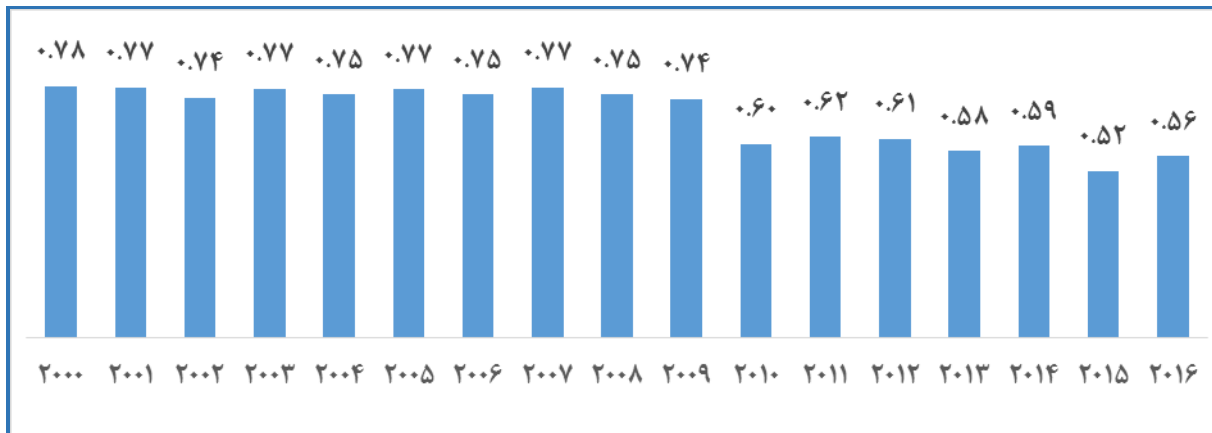
متأسفانه صادرات ایران نیز، همانند کشورهای دارای ذخایر نفت در خاورمیانه، از تنوع برخوردار نیست. این مهم را می توان در شاخص تمرکز صادرات مشاهده کرد. شاخص تمرکز^۱ صادرات شاخصی بین ۰ و ۱ است که نشان دهنده تنوع کالاهای صادراتی می باشد؛^۲ به عبارت دیگر اگر این شاخص به ۱ نزدیک باشد بدین معنی است که صادرات کشور در چند محصول بسیار متمرکز است. در مقابل، مقادیر نزدیک به صفر منعکس کننده صادرات همگن تر در رشته های از محصولات است.^۳

^۱ Concentration index

^۲ برای آشنایی با نحوه محاسبه این شاخص به آدرس <http://unctadstat.unctad.org> مراجعه شود.

^۳ <http://unctadstat.unctad.org>

نمودار ۴- شاخص تمرکز صادرات ایران طی سال های ۱۶-۲۰۰۰



Source: <http://unctadstat.unctad.org>

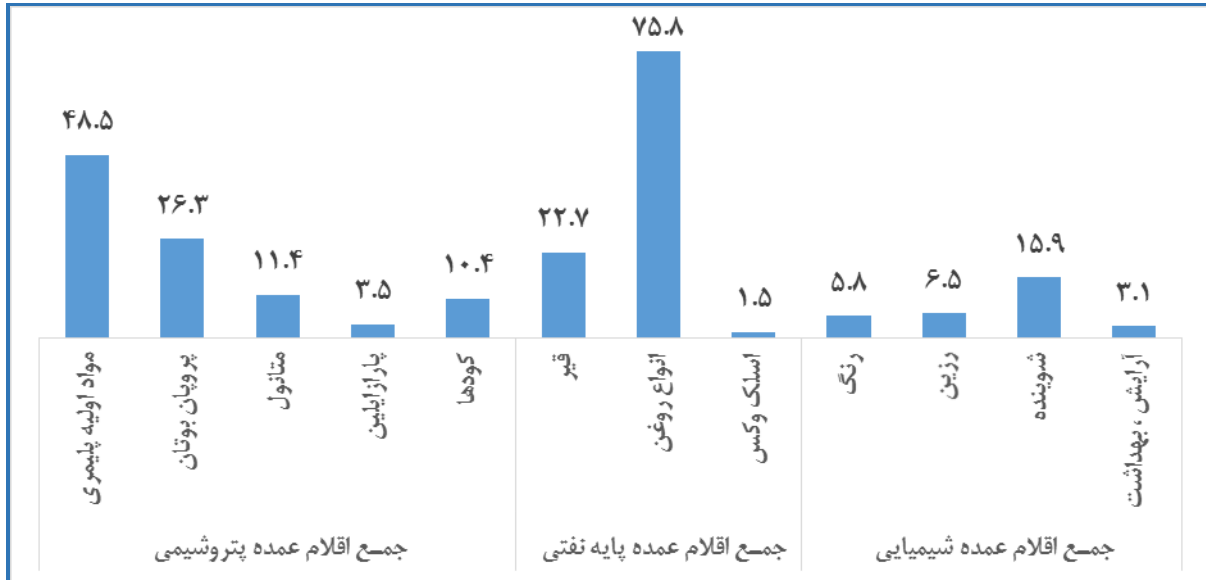
همان طور که در نمودار ۴ مشاهده می شود، شاخص تمرکز صادرات ایران طی سال های ۲۰۰۰-۰۹ همواره رقمی بالاتر از ۰.۷ و در طی سال های ۱۶-۲۰۱۰ به طور متوسط ۰.۵۸ بوده است. متوسط شاخص تمرکز صادرات طی سال های ۱۶-۲۰۱۰ در آسیا، کشورهای در حال توسعه، کشورهای در حال گذار و کشورهای توسعه یافته به ترتیب ۰.۱۰، ۰.۱۲، ۰.۳۱ و ۰.۰۷ گزارش شده است؛ بنابراین گرچه این شاخص در ایران طی سال های مورد بررسی، اندکی بهبود یافته است ولی همچنان از شرایط مطلوب فاصله دارد. به منظور بررسی بیشتر، در ادامه به نوع محصولات صادراتی در بخش های عمده صادرات غیرنفتی پرداخته شده است.

پتروشیمی: سهم پتروشیمی و گاز طبیعی از کل صادرات غیرنفتی ایران در سال ۱۳۹۵، ۳۷ درصد است. افزایش صادرات صنعت پتروشیمی به عنوان پایین دست نفت و گاز، نشان از توسعه مناسب زنجیره ارزش نفت و گاز و افزایش صادرات محصولات با ارزش افزوده بالاتر پتروشیمیایی به جای نفت خام و گاز طبیعی دارد. هرچه در طول زنجیره ارزش محصولات پتروشیمی به سمت محصولات نهایی حرکت کنیم، نتیجه مطلوب تری حاصل می شود. همچنین با افزایش تولید محصولات پتروشیمی کشور و به دنبال آن تولید محصولات میانی و پایین دستی و تنوع بخشی به محصولات، رهایی اقتصاد کشور از فضای تک محصولی تقویت می شود (مرکز پژوهش های مجلس، ۱۳۹۶).

متأسفانه در ایران صادرات محصولات پتروشیمی اغلب مربوط به صنایع بالادستی است و ایران همچنان در تولید صنایع پایین دستی پتروشیمی با ارزش افزوده بالا ناکام مانده است. از طرفی به نظر می رسد، وضعیت ایران طی سال های گذشته بدتر نیز شده است؛ چراکه بر اساس آمار ارائه شده در گزارشی از مرکز پژوهش ها، علیرغم افزایش تولید و صادرات محصولات پتروشیمی طی سال های ۹۵-۱۳۹۱، ارزش هر تن محصول صادراتی صنعت پتروشیمی از رقم ۷۶۵ دلار در سال ۱۳۹۱ به رقم ۴۶۸ دلار در سال ۱۳۹۵ کاهش یافته است (مرکز پژوهش های مجلس، ۱۳۹۶).

بر اساس گزارش سازمان توسعه تجارت، اقلام عمده صادرات گروه پتروشیمی شامل عمده پتروشیمی، عمده نفتی و عمده شیمیایی به ترتیب ۴۵.۵، ۱۸.۷ و ۸.۴ درصد صادرات این گروه را به خود اختصاص داده‌اند (سازمان توسعه تجارت، ۱۳۹۵).

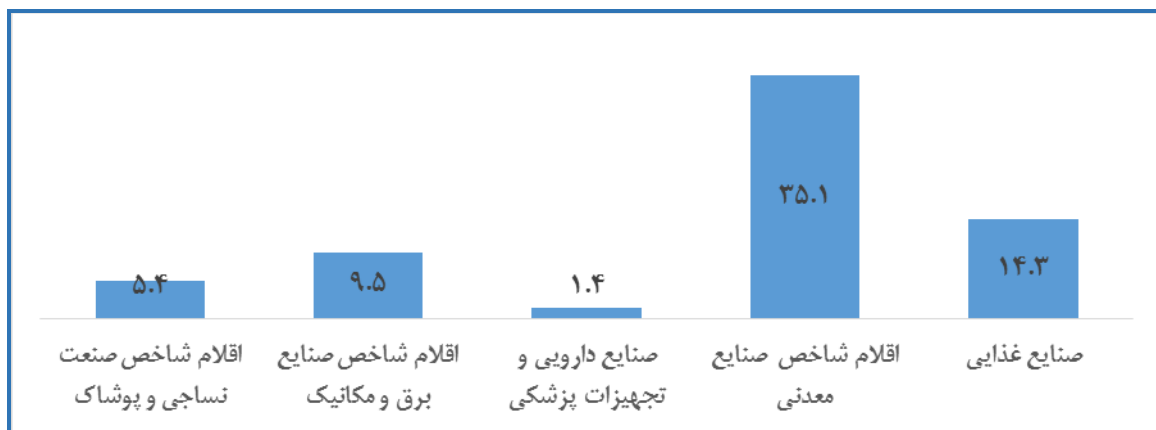
نمودار ۵- صادرات گروه پتروشیمی به تفکیک اقلام عمده صادراتی در سال ۱۳۹۵ (درصد)



منبع: سازمان توسعه تجارت

صنعت: بخش صنعت، به واسطه سهم یک‌سوم (۱/۳) از کل صادرات غیرنفتی در سال ۱۳۹۵، در جایگاه دوم تولید محصولات صادراتی غیرنفتی ایران قرار دارد. متأسفانه این میزان سهم از کل، دارای تنوع لازم نیست. نزدیک به ۵۰ درصد صادرات گروه صنعت مربوط به دو صنعت، صنایع معدنی و غذایی است. این در حالی است که اکثر صادرات صنایع معدنی را صادرات چدن با سهم صادراتی ۵۸.۶ درصدی، تشکیل می‌دهد. در صنایع غذایی نیز به صورت مشابه، ۵۴.۱ درصد صادرات تنها متعلق به صادرات فرآورده‌های لبنی در کنار صادرات بیسکویت، نان، شیرینی و انواع شکلات است.

نمودار ۶- سهم اقلام عمده تولیدات صنعتی از کل صادرات گروه صنعت در سال ۱۳۹۵ (درصد)

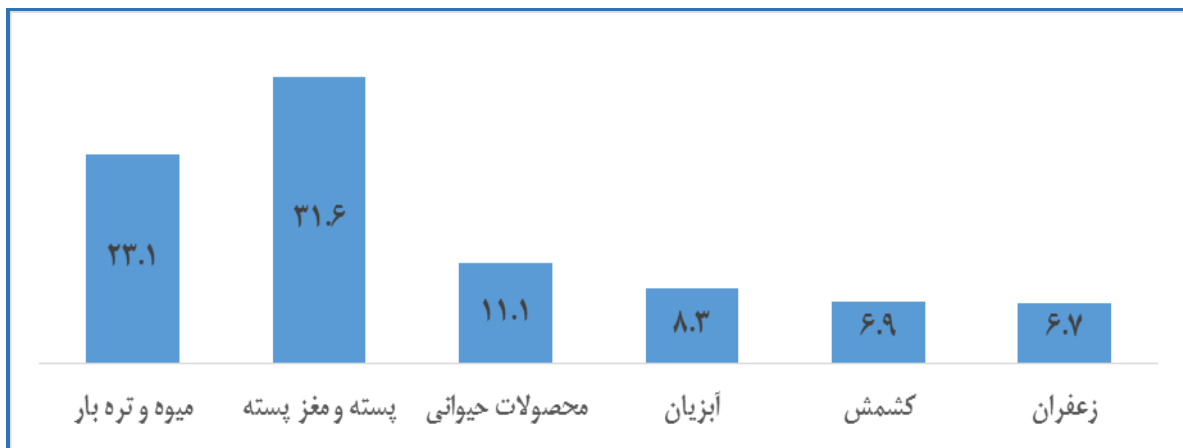


منبع: بر اساس آمارهای سازمان توسعه تجارت

قابل توجه است که صنایع تولید خودرو و کالاهای بادوام از جمله لوازم خانگی که دارای سابقه طولانی تولید در ایران هستند، جزء ۵ قلم عمده تولیدات صنعتی ایران قرار ندارند.

کشاورزی: صادرات محصولات کشاورزی کمتر از ۱۰ درصد کل صادرات غیرنفتی ایران در سال ۹۵ را به خود اختصاص داده است. در صادرات بخش کشاورزی، همانند صادرات سایر بخش‌های اقتصادی، تنوع محصولات صادراتی دیده نمی‌شود. ۴۵.۲ درصد صادرات بخش کشاورزی به صادرات سه محصول پسته، کشمش و زعفران اختصاص دارد.

نمودار ۷- سهم اقلام عمده محصولات کشاورزی از کل صادرات گروه کشاورزی در سال ۱۳۹۵ (درصد)



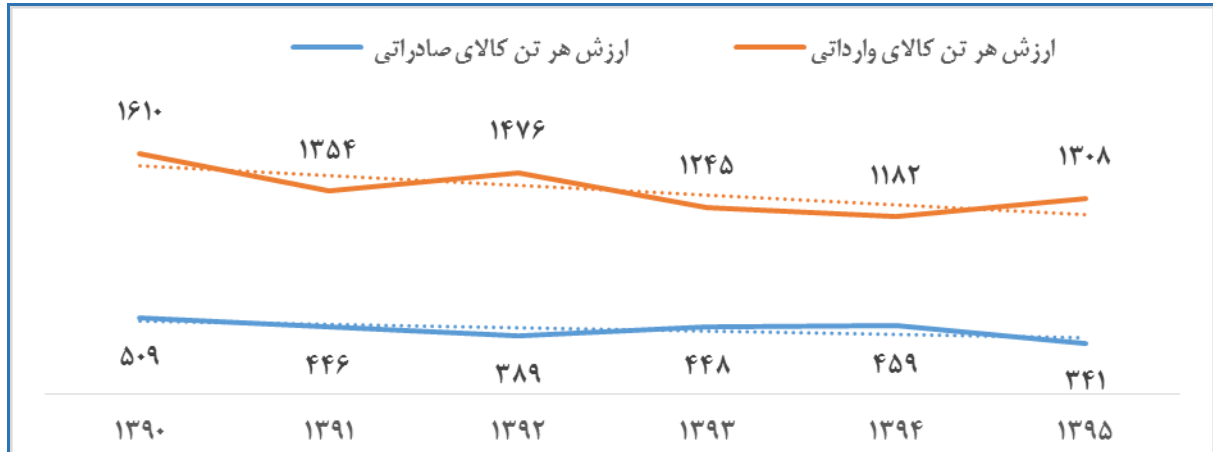
منبع: بر اساس آمارهای سازمان توسعه تجارت

همانگونه که مشاهده می‌شود، پسته و مغز با ۳۱.۶ درصد بالاترین سهم از کل صادرات بخش کشاورزی را دارا است. بعد از پسته و مغز، میوه و تره‌بار در رده دوم صادرات این گروه قرار دارد.

ارزش‌افزوده پایین محصولات صادراتی

یکی از شاخص‌های سنجش عملکرد صادراتی در ارزش‌افزوده، محاسبه ارزش هر تن کالای صادراتی است. بر اساس آمار بانک مرکزی، در سال ۱۳۹۵ قیمت هر تن کالای صادراتی غیرنفتی ۳۴۱ دلار و قیمت هر تن کالای وارداتی در همان سال رقم ۱۳۰۸ دلار بوده است؛ به عبارت دیگر ارزش هر تن واردات ایران به نسبت صادرات آن ۳.۸ برابر است که حاکی از ارزش‌افزوده اندک کالاهای صادراتی در مقابل سبد محصولات وارداتی کشور است. شاید بتوان دلیل اصلی این مساله را در عدم تعمیق فرآیند تولید در کشور جستجو کرد که موجب شده کالاها بدون آنکه توسط بخش‌های تولیدی فرآوری خاصی شوند با ارزش اندک، صادر شوند.

نمودار ۸- روند تغییرات ارزش هر تن کالای وارداتی و صادراتی (غیرنفتی) (تن/دلار)

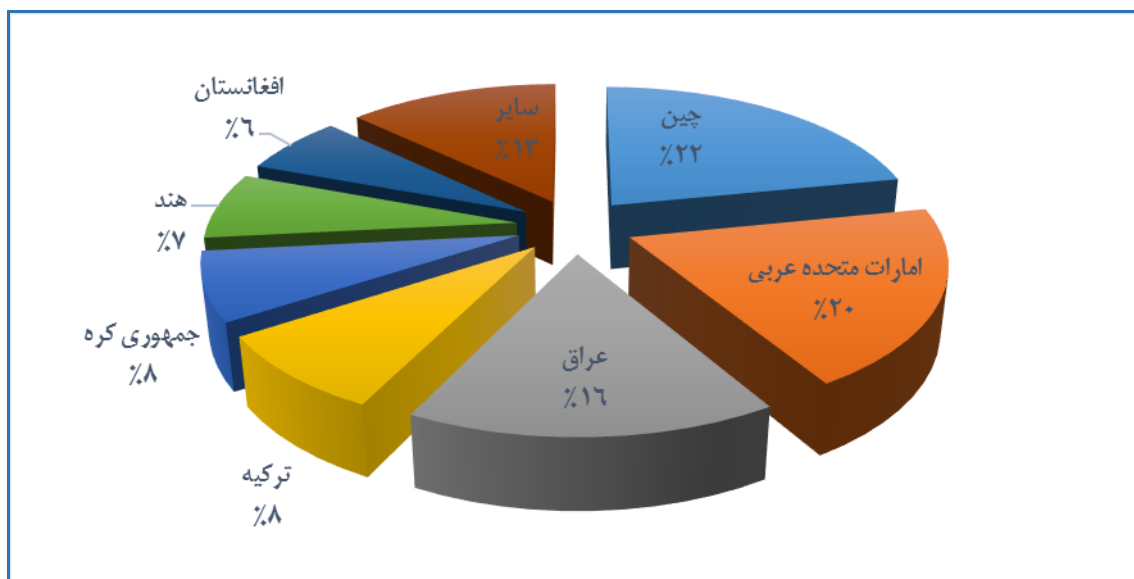


منبع: بانک مرکزی ج.ا.ا.

تمرکز در مقاصد صادراتی

از دیگر چالش‌های صادرات ایران، تمرکز بالا در مقاصد صادراتی کشور است. بر اساس آمار ارائه شده توسط گمرک در سال ۱۳۹۵، چین، امارات و عراق به ترتیب با ۲۳، ۲۱ و ۱۷ درصد اصلی‌ترین مقاصد صادراتی ایران را تشکیل می‌دهند. به عبارت دیگر، ۶۱ درصد محصولات صادراتی ایران به تنها سه کشور چین، امارات و عراق صادر می‌شوند. اگرچه طبیعی است که کشورهای همسایه هم به لحاظ نزدیکی جغرافیایی و هم به لحاظ سایر ارتباطات فرهنگی و سیاسی در صدر شرکای تجاری ایران قرار گیرند، اما توقف در این مرحله و تمرکز بالا در مقاصد صادراتی سبب می‌شود ریسک‌های سیاسی و اقتصادی که ممکن است در هر یک از این کشورها رخ دهد، اثرات منفی قابل توجهی نیز به بخش‌های صادراتی کشور وارد کند (حیدری، ۱۳۹۵).

نمودار ۹- سهم ۱۰ مقصد عمده صادراتی ایران از کل صادرات ایران در سال ۱۳۹۵



منبع: گمرک ج.ا.ا.

به طور کلی بازیگران عرصه تجارت بین الملل را می توان به دو دسته کلی صادرکننده گان مواد خام و اولیه و صادرکننده گان ماشین آلات صنعتی و تجهیزات الکترونیکی و محصولات مصرفی پیچیده تقسیم کرد. تمایز صادرات این دو دسته از کشورها، ناشی از تمایز در بخش های تولیدی آنها است. دسته صادرکننده مواد خام و اولیه با اکتفا به ذخایر طبیعی و میزان سرمایه و نیروی کار موجود، در مراحل ابتدایی تولید قرار دارند. در نقطه مقابل کشورهای صادرکننده ماشین آلات صنعتی و تجهیزات الکترونیکی و محصولات مصرفی، با بهره گیری از دانش فنی (فناوری) و ضمنی (مهارت نیروی انسانی و ظرفیت سازمانی) از مرحله تولید ابتدایی گذشته و محصولات با ارزش افزوده بالاتری را صادر می کنند (مرکز پژوهش های مجلس، ۱۳۹۶). متأسفانه، از آنجایی که صادرات ایران را اغلب مواد خام انرژی و محصولات وابسته به آن تشکیل می دهد و تنوع و ارزش افزوده بالا در محصولات صادراتی مشاهده نمی شود، ایران را می توان در گروه صادرکنندگان مواد خام و اولیه دسته بندی کرد.

بررسی آمار صادرات ایران در بخش ۱-۳ گزارش حاضر، نشان داد که در سال ۱۳۹۵، ۶۶.۴ درصد از کل صادرات ایران، صادرات مواد نفتی و ۳۳.۶ مابقی صادرات ایران، صادرات کالاهای غیرنفتی است. از کل صادرات کالاهای غیرنفتی نیز ۵۴.۱ درصد صادرات به صادرات پتروشیمی، گاز طبیعی و میعانات گازی اختصاص دارد. سهم بخش صنعت و کشاورزی از صادرات غیرنفتی نیز به ترتیب ۳۳ درصد و ۹ درصد بوده است. این امر گویای وابستگی قابل توجه صادرات ایران به صادرات منابع طبیعی است. از طرفی فقدان تنوع در محصولات صادراتی بخش غیرنفتی ایران مشاهده می شود.

در بخش مبانی نظری و شواهد تجربی نشان داده شد که توسعه صادرات نیازمند تقویت تولید است. در صورت عدم وجود تولید، صادرات یا شکل نمی گیرد و در صورت شکل گرفتن، فقط به صادرات مواد خام و اولیه ختم می شود که به جای ایجاد رونق، اغلب باعث ضعف داخلی و وابستگی به کشورهای واردکننده می شود.

تاریخ اقتصادی کشورهای توسعه یافته، نشان می دهد این کشورها به جای تکیه صرف بر مزیت های نسبی خود، به مرور با اعمال انواع حمایت های هدفمند، مشروط و مدت دار از تولیدات داخلی به خلق مزیت روی آورده اند؛ آنها تردیدی در مورد توسعه نظام صنعتی به خود راه ندادند. به گونه ای که در عصر حاضر، اکثر صادرات این کشورها را صادرات محصولات صنعتی به خود اختصاص داده است. به عنوان مثال، در حالی که صادرات کشور کره جنوبی در ابتدا محصولات کشاورزی بوده است ولی با حمایت و اصلاحات دولت، این کشور به مرور صادرات خود را به صادرات محصولات صنعتی سبک و در نهایت محصولات صنایع سنگین و شیمیایی ارتقاء داد. اگر قرار بود کره جنوبی همچنان به صادرات کالاهایی که در آن مزیت دارد -کشاورزی- بپردازد، جایگاه صادراتی مترقی امروز خود را نداشت.

در ایران به دلیل فقدان بخش تولیدی قوی و تکیه بر صادرات مواد طبیعی و خام، صادرات از جایگاه مطلوب خود فاصله قابل توجهی دارد. بخش های تولیدی ضعیف، توانایی تولید کالاهای باکیفیت و رقابت پذیر در عرصه تجارت جهانی را ندارند. اصلی ترین مشکل بخش های تولیدی در ایران ضعف و نابسامانی چارچوب نهادی و سیستم پاداش دهی کشور است. ایران کشوری وابسته به درآمدهای نفتی است که سبب شکل گیری گونه ای از چارچوب نهادی و سیستم انگیزشی در کشور شده که مانعی بر سر راه فعالیت های مولد است و در مقابل، فعالیت های نامولد را ترغیب و تشویق می کند. از مصادیق چارچوب نهادی بیمار ایران می توان به فضای کسب و کار نامناسب، وجود مفاسد اقتصادی در دستگاه های حکومتی، ضعف حقوق مالکیت، معضل تأمین مالی، قاچاق و تعدد قوانین دست و پاگیر و غیرشفاف متعارض و بعضاً متناقض اشاره کرد.^۱

بررسی نتایج گزارش های ملی و بین المللی در زمینه وضعیت محیط کسب و کار کشور نشان می دهد این محیط در ایران برای فعالیت های اقتصادی و سرمایه گذاری نامناسب است. به عنوان نمونه می توان به گزارش سالیانه انجام کسب و کار بانک جهانی اشاره نمود که حاکی از آن است که در سال ۲۰۱۸ ایران در شاخص "سهولت انجام کسب و کار"، در بین ۱۹۰ کشور با کسب امتیاز ۵۶.۴۸ از ۱۰۰ با ۴ پله سقوط نسبت به سال قبل، در رتبه ۱۲۴ قرار گرفته است. امتیاز و رتبه کشور در شاخص های بین المللی دیگری نظیر رقابت پذیری جهانی نیز تأییدی بر وضعیت نامناسب فضای کسب و کار در ایران است. بر اساس نتایج به دست آمده از جدیدترین گزارش ملی پایش محیط کسب و کار ایران در پائیز ۱۳۹۶ که توسط مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی اتاق ایران انجام شده است، رقم شاخص ملی ۵.۸۵ (نمره بدترین ارزیابی ۱۰ است) اعلام شده که مقایسه این شاخص با ارزیابی های فصل های گذشته سال ۱۳۹۶ تابستان با میانگین ۵.۷۷ و بهار با میانگین ۵.۶۹ حاکی از نامساعدتر شدن محیط کسب و کار در کشور است.

گسترش فساد از طریق نااطمینانی در فضای اقتصادی، تعرض به حقوق مالکیت، عدم اجرای قراردادهای، افزایش هزینه های مبادله، اخلال در رقابت و عدم شفافیت، انگیزه ورود بخش خصوصی واقعی را به عرصه اقتصاد کاهش می دهد. در چنین شرایطی ورود بنگاه های جدید به بازار با موانع زیادی روبه رو است. بسیاری از آن ها توان پرداخت هزینه های تحمیل شده به واسطه بروز فساد را ندارند و به راحتی در برابر بنگاه هایی که دارای امتیازاتی نظیر ارتباطات رانتی هستند، از گردونه رقابت خارج می شوند. از این رو اغلب بنگاه هایی که وارد میدان می شوند الزاماً، کارآمدترین ها نیستند، بلکه آن هایی هستند که بیشترین ارتباطات و بیشترین قدرت را برای پرداخت رشوه دارند. بر اساس گزارش های بین المللی اقتصاد ایران جز کشورهای دارای درجه بالای شیوع فساد است که وجود این پدیده به مانعی اساسی برای فعالیت های اقتصادی مولد تبدیل گشته و به نامساعد شدن محیط کسب و کار کشور دامن زده است. بر اساس شاخص "ادراک فساد"^۲ که درجه فساد موجود در میان مقامات اداری و سیاستمداران را نشان

^۱ برای کسب اطلاعات بیشتر به بروشور اقتصاد به زبان ساده، شماره ۱۳، نهادها و تولید، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، دی ۹۵، مراجعه شود.

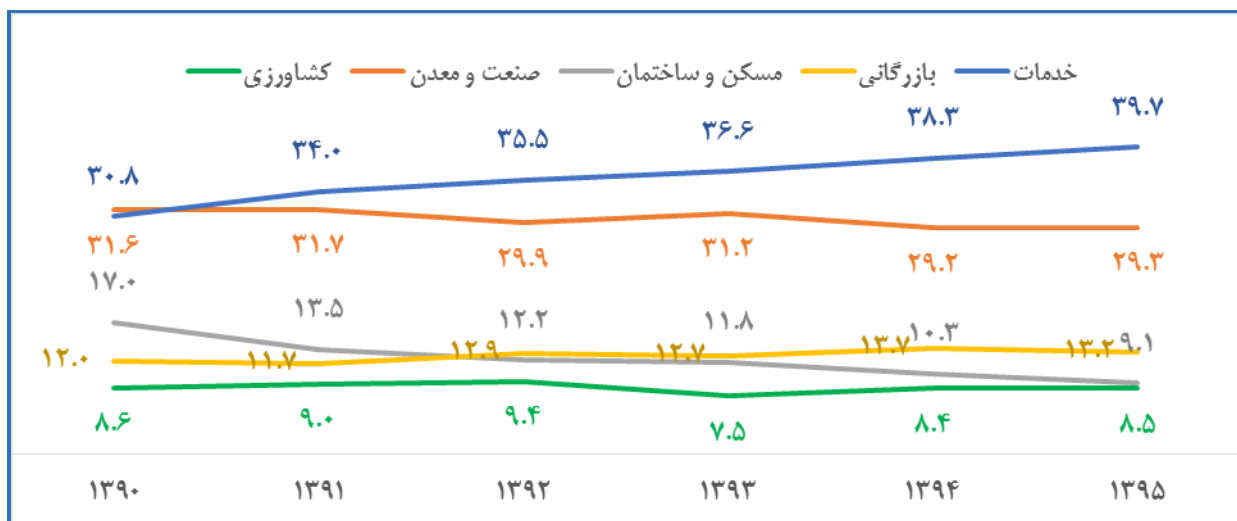
^۲ Corruption Perceptions Index

می‌دهد و توسط سازمان شفافیت بین‌المللی محاسبه می‌شود؛ همواره نمره ایران نامناسب ارزیابی شده است. در سال ۲۰۱۷ نمره ایران از ۱۰۰ (بهترین وضعیت)، ۳۰ و در بین ۱۸۰ کشور، جایگاه ۱۳۰ را کسب نموده است.

شاخص "حقوق مالکیت بین‌المللی"^۱ هم که توسط اتحادیه حقوق مالکیت تهیه می‌شود و با تمرکز بر محیط حقیقی و سیاسی، حقوق مالکیت فیزیکی و حقوق مالکیت فکری، میزان حمایت کشورها را از حقوق مالکیت بررسی می‌کند، وضعیت ایران را در این ارتباط رضایت‌بخش اعلام نمی‌کند. در سال ۲۰۱۷ نمره ایران ۴.۵ از ۱۰ (بهترین وضعیت) بوده است که حاکی از ضعف کشور در این حوزه است.

از دیگر مصادیق چارچوب نهادی ناکارآمد و ضد تولیدی، نحوه عملکرد نظام بانکی در ایران است. همان‌گونه که در نمودار ۱۰ مشاهده می‌شود، گرچه طی سال‌های گذشته طی بسته‌های سیاستی، برنامه‌های توسعه‌ای و به صورت خاص تحت عنوان اقتصاد مقاومتی تأکید فراوان بر حمایت مالی از تولید شده است ولی روند اختصاص تسهیلات بانکی که ۸۰ درصد اقتصاد ایران را تغذیه می‌کند^۲، نشان می‌دهد که بیشتر این منابع در اختیار بخش‌های غیرتولیدی قرار داده شده است. ضمن آنکه سهم بخش صنعت از تسهیلات بانکی دارای روند نزولی و سهم بخش خدمات^۳ از تسهیلات طی سال‌های موردبررسی دارای روند صعودی بوده است.

نمودار ۱۰- سهم تسهیلات دریافتی بخش‌های اقتصادی از کل تسهیلات بانکی طی سال‌های ۹۵-۱۳۹۰ (درصد)



منبع: بانک مرکزی ج.ا.ا

به دلیل مشکلات نهادی موجود، بخش‌های تولیدی در ایران به سختی در حال فعالیت هستند و آماده رقابت در عرصه تجارت جهانی نیستند. در چنین شرایطی که توان تولیدی کشور محدود است، حضور هدفمند دولت برای تقویت بخش‌های صادرات محور، حیاتی است. با این وجود عده‌ای در کشور بر این باورند که رقابت جهانی، توان

^۱ International Property Rights Index (IPRI)

^۲ <https://www.cbi.ir>

^۳ خدمات در ایران کمتر از جنس مولد و پشتیبان بخش تولید است و بخش بزرگی از آن، فعالیت‌های سوداگری را در بر می‌گیرد. برای کسب اطلاعات بیشتر به بروشور اقتصاد به زبان ساده، ۱۳. نهادها و تولید، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، دی‌ماه ۹۵، مراجعه شود.

تولیدی کشور را بهبود خواهد داد و نیازی به حضور دولت نیست. در پاسخ باید گفت تاکنون حمایت‌هایی که دولت‌ها در ایران از تولیدات داخلی کرده‌اند، فاقد مضمون توسعه‌ای بوده است. حمایت واقعی و هدفمند همانطور که قبلاً اشاره شد، باید مشروط، مدت‌دار، در طول زمان کاهنده و بر اساس اولویت‌های راهبردی انجام شود. تا زمانی که نقشه راهی برای تولید نداشته باشیم و صرفاً به حمایت‌های تعرفه‌ای که منشأ درآمدزایی برای دولت است، بسنده کنیم، توسعه صادرات دور از انتظار خواهد بود. حمایت‌های تعرفه‌ای در اصطلاح، حمایت‌های اسمی نامیده می‌شوند و فرصتی را برای سیاست‌گذاران فراهم می‌کنند تا حمایت‌های واقعی خود از بخش‌های موردنظر را پیاده کنند. در کنار حمایت‌های اعمال‌شده، دولت باید عملکرد بخش‌های مورد حمایت را زیرنظر داشته باشد و در صورت تحقق نیافتن شروطی نظیر ارتقای کیفیت، اشتغال‌زایی، میزان سرمایه‌گذاری و...، بخش‌های موردنظر را از حمایت محروم کند. همچنین با تقویت بنیه تولید، به‌مرور باید از میزان حمایت‌ها کاسته شود. در ساختاری که حمایت، بدون قیدوشرط رخ می‌دهد، نتایج مثبت حاصل نخواهد شد. نمونه حمایت‌های غیرهدفمند، در صنعت خودروسازی کشور در چند دهه گذشته مشاهده شده است. برای حضور در بازارهای رقابتی باید تمهیدات اساسی اندیشیده شود.

از طرفی همانگونه که پیش‌تر اشاره شد و در بررسی وضعیت اقلام عمده صادرات غیرنفتی مشاهده گردید، ایران همچنان به صادرات مشتقات نفت و گاز وابستگی شدید دارد و خام‌فروشی از مشخصه‌های بارز صادراتی کشور است. براساس نظریه مزیت نسبی، ایران باید همواره به صادرات کالاهای خام و با ارزش‌افزوده پایین مشغول باشد و تولید و صادرات محصولات صنعتی و تکنولوژیکی را به کشورهای پیشرفته واگذار کند که در این حالت رابطه مبادله به نفع کشورهای صنعتی رقم خواهد خورد. در چنین بازار به‌شدت رقابتی، مجالی برای تولیدکنندگان و صنعتگران کشور برای رقابت و بقا باقی نخواهد ماند و با هجوم کالاهای با کیفیت بالا و قیمت‌های رقابتی، همان‌طور که لیست و استیگلیتز اشاره کردند، پیامدهای مصیبت‌باری در انتظار تولیدات داخلی خواهد بود.

از این‌رو در راستای دستیابی به توسعه صادرات، نیازمند یک دولت توسعه‌گرا هستیم. دولتی که با حمایت‌های فعال و هدفمند خود از بخش‌های اولویت‌دار و بر اساس نقشه راه تولید، حمایت نماید و این بخش‌ها را برای ورود به عرصه جهانی آماده سازد.

۴- نتیجه‌گیری و ارائه راهکارهای توسعه صادرات

رابطه تجاری پویا و فعال و تعامل علمی، فنی و اقتصادی با دنیای خارج از مشخصه‌های اقتصاد بالنده و رو به رشد است. اهمیت و ضرورت توسعه صادرات، سبب شده است که این مهم ذیل سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای مختلف از جمله سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در دستور کار مسئولان کشور قرار بگیرد. در اقتصاد مقاومتی، دستیابی به صادرات با ارزش‌افزوده و خالص ارزآوری مثبت، هدف قرار داده شده است. در همین راستا، دولت نیز اهتمام جدی خود به توسعه صادرات غیرنفتی از طریق پیدا کردن بازارهای جدید صادراتی و رفع موانع پیش روی صادرات را اعلام کرده است.

ویژگی‌هایی از جمله خلق ارزش افزوده بالا، ارزآوری مثبت و پایدار، مختص صادراتی است که مبتنی بر تولید باشد. در صورت عدم وجود تولید، صادرات یا شکل نمی‌گیرد یا به صادرات مواد خام و اولیه ختم می‌شود که اغلب باعث ضعف داخلی و وابستگی به کشورهای واردکننده می‌شود.

صادرات ایران به عنوان یک کشور غنی از منابع انرژی، اثرپذیری بسیاری از استخراج و صادرات مواد و فرآورده‌های نفت و گاز دارد. خام فروشی، سهم اندک صادرات غیرنفتی، تنوع کم محصولات صادراتی و نیز مقاصد صادراتی و ارزش افزوده اندک محصولات صادراتی در این بخش مشاهده می‌شود. دلیل اصلی این امر ضعف بنیه تولید به خصوص تولید صنعتی در ایران است. تا زمانی که تولید با کیفیت و با ارزش افزوده بالا وجود نداشته باشد، مسلماً رشد چشمگیر صادرات، یا توسعه صادرات محقق نخواهد شد. در چنین شرایطی خام فروشی می‌تواند تنها دستاورد صادرات باشد.

در ایران بخش‌های تولیدی از توان کافی برای ایجاد محصولات با کیفیت، با ارزش و قابل رقابت در عرصه بین‌المللی برخوردار نیستند. ساختار نهادی ضدتولید نظیر محیط کسب و کار نامساعد، حقوق مالکیت ناامن، شیوع فساد، تعدد قوانین و مقررات ناکارا و همچنین فقدان برنامه و استراتژی توسعه صنعتی، تاکنون موانعی جدی بر سر فعالیت بخش‌های مولد و صادرات محور بوده‌اند.

متأسفانه در کشور بیش از آنکه اقدامات اصولی، علمی و مبتنی بر برنامه برای توسعه صادرات در دستور کار قرار گیرد، سیاست‌های مقطعی، کوتاه‌مدت و ناهماهنگ با سایر سیاست‌ها دنبال می‌شود. از این رو حمایت‌ها بیشتر جنبه نمایشی پیدا می‌کند.

توسعه صادرات ممکن نخواهد شد مگر آنکه پیش از آن بسترهای لازم برای تولید کالاهای صادراتی فراهم شود. در این راستا نیازمند یک برنامه راهبردی جامع و کارشناسی شده برای تقویت بخش‌های تولیدی هستیم. مسئولان و سیاست‌گذاران کشور باید پیش از هر اقدامی، استراتژی توسعه صنعتی کشور را با همکاری نخبگان، استادان دانشگاه، استراتژیست‌ها و آینده‌پژوهان کشور، تدوین و اولویت‌های تولیدی را به دور از تصمیمات بی‌برنامه، کوتاه مدت و بعضاً متأثر از اقتصاد سیاسی رانته، تعیین کنند. همچنین باید آرایش ساختار نهادی در جهت تقویت بخش‌های تولیدی تعیین شده، صورت گیرد و دولت حمایت‌های هدفمند و مشروط خود را از بخش‌های موردنظر به عمل آورد تا شرایط برای حضور در بازارهای جهانی فراهم شود. بدون چنین اقداماتی، دستیابی به هدف توسعه صادرات، دور از انتظار است.

۱. سازمان توسعه تجارت، گزارش تحلیلی صادرات کالاهای غیرنفتی طی ۱۲ ماهه سال، ۱۳۹۵.
۲. مرکز پژوهش‌های مجلس، بررسی عملکرد وزارت نفت در دولت یازدهم ۱۳۹۶.
۳. استیگلیتز، جوزف، "جهانی‌سازی و مسائل آن"، مترجم حسن گلریز، نشر نی، چاپ ششم، ۱۳۹۳.
۴. اسمیت، آدام، "آدام اسمیت و ثروت ملل"، انتشارات آگاه، چاپ پنجم، ۱۳۹۴.
۵. امیرخانلو، منیره و همکاران، "هزینه‌های عوامل تولید و مشوق‌های تولید و سرمایه‌گذاری در کشورهای منتخب"، مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی، ۱۳۸۹.
۶. بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران. <https://www.cbi.ir>
۷. تودارو، مایکل، "توسعه اقتصادی در جهان سوم"، مترجم غلامعلی فرجادی، نشر کوهسار، ۱۳۸۲.
۸. جون چانگ، ها، "اقتصاد سیاسی سیاست صنعتی"، مترجم اصنان قوچانی، ویرایش احمد میدری، اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی خراسان رضوی، چاپ اول ۱۳۹۲.
۹. چانگ، هاجونگ، "اقتصاد سیاسی، سیاست صنعتی" مترجم اصنان قوچانی، انتشارات اتاق خراسان رضوی، ۱۳۹۲.
۱۰. چانگ، هاجونگ، "دولت توسعه‌گرا"، مترجمان آرش اسلامی و میثم قاسم نژاد، نشر جواد ناصر بخت، چاپ اول، ۱۳۸۸.
۱۱. حسینی میرعبدالله، حسینی میرقادر، "تجربیات منتخبی از کشورهای موفق در توسعه صادرات"، ۱۳۸۵.
۱۲. حیدری، حسن، "توسعه صادرات و پیش‌نیازهای آن"، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۵.
۱۳. سازمان توسعه تجارت ایران. <http://www.tpo.ir>
۱۴. قره‌باغیان، مرتضی، "اقتصاد رشد و توسعه"، جلد اول، نشر نی، ۱۳۷۳.
۱۵. کمالی اردکانی، مسعود، "نقش دولت در توسعه اقتصاد چین"، جهت ارائه در نشست تخصصی "بررسی تجارت توسعه در کشور چین"، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، ۱۳۹۶.
۱۶. گمرک جمهوری اسلامی ایران. www.irica.ir
۱۷. لیست، فردریک، "اقتصاد ملی و اقتصاد جهانی: نظام طبیعی اقتصاد سیاسی: تجانس‌ها و تعارض"، مترجم ناصر معتمدی، نشر شرکت سهامی انتشار، ۱۳۸۷.
۱۸. لیست، فردریک، "خطوط کلی اقتصاد سیاسی آمریکایی"، مترجم ناصر معتمدی، نشر شرکت سهامی انتشار، ۱۳۸۰.
۱۹. مرکز پژوهش‌های مجلس، "الگوی راهبردی حمایت از تولید ۵. الزامات حمایت مؤثر"، ۱۳۹۶.
۲۰. مرکز پژوهش‌های مجلس، معرفی شاخص‌های کلی جهت رصد عملکرد صنعت پتروشیمی کشور در راستای اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ۱۳۹۶.
۲۱. مقیسه، محسن، "الگوی راهبردی حمایت از تولید: تجربه دولت چین (با رویکرد تامین مالی، سرمایه‌گذاری و ایجاد بنگاه‌های بزرگ)"، مرکز پژوهش‌های مجلس، دفتر مطالعات اقتصادی، ۱۳۹۶.
۲۲. نگاهی به استراتژی توسعه صادرات در کشورهای منتخب (کره جنوبی، ترکیه، هند و چین)، پژوهشکده توسعه بازرگانی، ۱۳۹۴.
۲۳. ولی بیگی، حسن، "سیاست‌های تشویقی توسعه صادرات صنایع با فناوری بالا در کشورهای منتخب"، ۱۳۸۵.

24. 9TH GLOBAL CONFERENCE ON BUSINESS & ECONOMICS, Cambridge University, October 16-17, 2009.
25. China TRADE POLICY REVIEW 2016, world trade organization.

26. China's Business Taxes, available @: <http://www.springer.com/gp/>
27. Chung H. Lee. "The Political Economy of Institutional Reform in Korea", The Journal of the Asia Pacific Economy, Vol.10, No.3, 257-277, August 2005.
28. DUTY DRAWBACK FACILITY UNDER SECTION 99 CUSTOMS ACTS 1967, ROYAL MALAYSIAN CUSTOMS DEPARTMENT 2017.
29. <http://en.ccpit.org>
30. <http://english.mofcom.gov.cn/column/services.shtml>
31. <http://www.matrade.gov.my/en/>
32. <https://www.export.gov/article?id=China-Import-Tariffs>
33. https://www.kodit.co.kr/html/english/serv_kodit/credit_guar_serv/intro.jsp
34. IMF, Economic Diversification in Oil-Exporting Arab Countries, 2016.
35. Jomo, K.S. INDUSTRIALISING MALAYSIA, Policy, performance, prospects.
36. Kokko, Ari. EXPORT-LED GROWTH IN EAST ASIA: LESSONS FOR EUROPE'S TRANSITION ECONOMIES, February 2002.
37. Cho, L.J., Kim, Y. H. "Economic Development in the Republic of Korea, A policy perspective", An East-West Center Book, 1991.
38. Mah, Jai S. "Export Promotion Policies, Export Composition and Economic Development of Korea", Law and Development Institute Inaugural Conference, Sydney, Australia, October 2010.
39. NIMGAONKAR, GIRIJA. "EXPORT LED GROWTH IN SOUTH EAST ASIA: AN OVERVIEW OF EXPORT POLICIES AND LESSONS FOR INDIA", Vishvakarma Institute of Management, pune, INDIA, 2009.
40. Ohashi, Hideo. "China's External Economic Policy in Shifting Development Pattern", Policy Research Institute, Ministry of Finance, Japan, Public Policy Review, Vol.11, No.1, March 2015.
41. Panagariya, Arvind. "China's Export Strategy: What Can We Learn From It?" 1995.
42. SIMPSON, RALPH ARTHUR, "GOVERNMENT INTERVENTION IN THE MALAYSIAN ECONOMY, 1970-1990: LESSONS FOR SOUTH AFRICA" July 2005.
43. Tisdell, Clem, Thirty Years of Economic Reform and Openness in China: Retrospect and Prospect, THE UNIVERSITY OF QUEENSLAN, October 2008.
44. UNCTAD, Handbook of Statistic, 2017.
45. Weiss, John. "Export Growth and Industrial Policy: Lessons from the East Asian Miracle experience", ADB Institute Discussion Paper No. 26, 2005.