

پیشگفتار

این گزارش حاصل همکاری اعضا کارگروه بررسی و مطالعات تطبیقی تسهیلات صادراتی در سازمان توسعه تجارت است که به همت جناب آقای افقهی، معاون محترم پشتیبانی و توسعه مدیریت سازمان توسعه تجارت ایران و با هدف بررسی چگونگی اعطای حمایت ها و مشوق های صادراتی در دوازده کشور منتخب جهان اعم از اندونزی، بنگلادش، مالزی، تایلند، چین، هندوستان، ترکیه، اسپانیا، ایرلند، آرژانتین، مکزیک و برزیل تهیه شده است. اعضا این کارگروه متشکل از آقایان علمی، ایزدیان، عصمتی، نقی زاده، بصیرزاده، میرسراجی و حقیر امیدوارند که توانسته باشند از این طریق گام موثری را در راستای ارائه الگویی مناسب برای اصلاح روش های ارائه خدمات حمایت صادراتی و هدفمندسازی و منطقی کردن شیوه پرداخت یارانه های صادراتی بردارند.

جا دارد که در اینجا ضمن تشکر از همکاری صمیمانه تک تک اعضا کارگروه، مراتب قدردانی گروه را از دیگر همکاران از جمله آقایان زاده و کیلی و پوریان و خانم مشایخی که با استخراج و ارائه منابع اطلاعاتی مفید و خانم دشتدار که با طراحی صفحات بر غنا و زیبایی مطلب افزوده اند اعلام گردد. ضمناً کار یکسان سازی و تایپ گزارش به عهده خانم خراسانیان بوده که با تلاش مضاعف و به موازات انجام امور جاری انجام گرفته است.

نسرین فرزانه پور

**مدیر کل دفتر توسعه و حمایت تجاری از بنکاه های کوچک و متوسط
و رئیس گروه بررسی و مطالعات تطبیقی تسهیلات صادراتی**

مقدمه

از آنجایی که توسعه صادرات هر کشور منشا اشتغالزایی، کسب درآمد ارزی بیشتر و تعامل مثبت تجاری با دیگر کشورهای جهان است لذا کشورهای مختلف برای برخورداری از ثمرات آن روش‌های حمایتی متفاوتی را اتخاذ می‌کنند؛ برخی به تقویت بنیه تولیدی پرداخته از مزایای نسبی عوامل تولید بهره می‌گیرند، بعضی به جذب سرمایه‌گذاری خارجی و ارتقا تکنولوژی می‌پردازند، عده‌ای هم به همگرایی منطقه‌ای روی می‌آورند. البته در اکثر موارد تلفیقی از استراتژی‌های فوق، به موازات ارائه خدمات حمایت صادراتی متداول، برای دستیابی به رشد اقتصادی و توسعه صادرات به کار گرفته می‌شوند.

در این گزارش پس از تشریح شیوه‌های کلاسیک حمایت صادراتی، به توضیح چگونگی اعطای مشوق‌های صادراتی در کشورهای منتخب خواهیم پرداخت. برای انجام این بررسی شش کشور آسیایی، سه کشور اروپایی و سه کشور آمریکایی مد نظر قرار گرفته‌اند؛ لذا پس از تشریح مشوق‌های صادراتی کشورهای اندونزی، بنگلادش، تایلند، چین، مالزی، هندوستان، ترکیه، اسپانیا، ایرلند، آرژانتین، برزیل و مکزیک اشاره مختصری به روش‌های تشویق صادرات در حوزه اسکاپ (ESCAP) خواهیم داشت.

براساس بررسی که توسط کمیسیون اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل برای آسیا و حوزه اقیانوس آرام (ESCAP) در سال 1992 انجام گرفته است. همه کشورهای این منطقه به منظور توسعه صادرات کالاهای صنعتی و به طور کل برون‌گرایی اقتصاد خود از سیستم‌های تشویق صادرات تقریباً مشابهی

استفاده کرده‌اند که درجه کارایی آنها یکسان نبوده است.

از سال 1995 متعاقب تاسیس «سازمان جهانی تجارت» (WTO) تعدادی از کشورهای پیشرو در عرصه صادرات (از جمله کره جنوبی، چین، مالزی، تایلند، سنگاپور و منطقه اداری ویژه هنگ کنگ)، سیستم های تشویق صادرات خود را تا حدود زیادی با مقررات سازمان تجارت جهانی (WTO) هماهنگ کرده و مشوق های مستقیم خود را به مشوق های غیرمستقیم تبدیل کردند.

کشورهای فقیر و ممالک در حال توسعه ای که درآمد سرانه آنها کمتر از 1000 دلار است مجازند که همچنان به اجرای سیستم های تشویق صادرات خود ادامه دهند.

اگر چه جمهوری اسلامی ایران به سبب عدم عضویت در سازمان جهانی تجارت الزامی به انطباق سیستم های تشویق صادرات خود با موافقت نامه قرارداد یارانه ها و اقدامات مقابله به مثل (SCM) ندارد اما بهتر است که به تدریج ضمن هدفمند کردن یارانه ها و کمک های صادراتی پراکنده خود، ترتیبی اتخاذ کند که کمک های مستقیم صادراتی به کمک های غیرمستقیم تبدیل شوند.

در اینجا لازم می دانیم به این نکته اشاره کنیم که میزان کل کمک ها و جوایز صادراتی کشور ما در بالاترین سطح از رقم 200 میلیون دلار در سال فراتر نمی رود که این رقم کمتر از 2٪ ارزش کل صادرات کالا و خدمات ایران را تشکیل می دهد. از آنجا که نرخ تورم سالانه به طور میانگین 7 برابر این رقم است کمک های صادراتی فعلی کشور در سطحی نیست که تداوم توسعه صادرات را تضمین کند.

چنانچه دولت بتواند نرخ تورم را به مقیاس وسیعی کاهش داده و آن را به سطح متفاوت یا قابل قبول (3 تا 4٪) در سال برساند صادرات کشور به طور طبیعی قادر خواهد بود که بدون یارانه مستقیم به سیر صعودی ادامه دهد.

فصل اول

خدمات حمایت صادراتی

ترجمہ: نسرین فرزانہ پور

خدمات حمایت صادراتی

الف) تسهیل تجاری

تسهیل تجاری در تجارت بین الملل به سهولت بخشیدن و هماهنگ کردن رویه های تجاری اعم از فعالیت ها، موارد اجرایی، فرمالیته های مربوط به گردآوری، معرفی، برقراری ارتباط و فرآوری داده های لازم برای جایابی کالاها با رویه های تجارت بین المللی اطلاق می شود. این تعریف دامنه وسیعی از فعالیت ها نظیر رویه های وارداتی صادراتی (رویه های گمرکی و صدور مجوز)، تشریفات، حمل و نقل، پرداخت ها، بیمه و سایر الزامات مالی را در برمی گیرد.

از آنجایی که تاکید اصلی بر حرکت یکنواخت و سریع محصولات یک کشور به خارج و جریان یکنواخت و سریع واردات به کشور می باشد لذا فقدان یک مکانیسم تسهیل تجاری کارآمد، هم روند صادرات و هم روند واردات را کند می کند. پایه تسهیل تجاری ایجاد چارچوب های قانونی محکم و شفاف است. بر این اساس باید مقررات شفاف را در مورد فرآیند و نحوه اجرای رویه های صادراتی و وارداتی تعریف کرد. این مقررات باید بنحو کاملی از رویه های بین المللی تبعیت نمایند. نهاد تنظیم کننده مقررات مربوط به تسهیل تجاری قطعاً باید از مساعدت سازمان توسعه تجارت در این خصوص استفاده کامل بعمل آورد. مثال بارز این مورد ویتنام است. بسته حمایتی ویتنام در این خصوص عبارتست از انعکاس قوانین مصوب "به نحو روشن و دقیق" به جوامع تجاری داخلی و خارجی کشور از طریق مرکز اطلاعات تجاری این کشور و یا از طریق شبکه اینترنتی وینانت (vinanet). به دلیل اهمیت موضوع تسهیل تجاری، سازمان های توسعه تجارت می توانند واحدها و یا زیرمجموعه هایی را برای ارائه راهکارهای جدید به دولت به منظور اصلاح روند تسهیل تجاری ایجاد نمایند.

ب) نقش سازمان‌های توسعه تجارت در تسهیل تجاری

از آنجایی که برای انجام رویه‌های وارداتی یا صادراتی تجار ناچار به مراجعه و تکمیل فرم‌های مختلف در سازمان‌های مختلف اند لذا سازمان توسعه تجارت باید شرایط تسهیل مراحل تکمیل و ارائه اسناد را فراهم آورد.

مثال بارز ارایه بسته حمایتی در این زمینه مثال سنگاپور است که در آن هیئت توسعه تجارت سنگاپور با ایجاد شبکه تجاری در سال 1986 اقدام به ارائه مجوزهای وارداتی-صادراتی و انواع گواهی‌های لازم برای صادرات-واردات اعم از گواهی مبداء فرم A و فرم‌های تجاری ضروری دیگر نموده است؛ به گونه‌ای که کلیه درخواست‌های تجاری برای اخذ مجوز واردات و صادرات ظرف پانزده الی سی دقیقه به صورت الکترونیکی تکمیل و فرآوری می‌گردند.

ج) کمک‌ها و رویه‌های تجاری

به دلیل پیچیدگی رویه‌های صادراتی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه و عدم آشنایی صادرکنندگان جدید با روال تهیه و تکمیل اسناد، سازمان‌های توسعه تجارت می‌توانند به منظور تسهیل تجاری موارد ذیل را به مورد اجرا بگذارند:

- 1) ارائه مشاوره به صادرکنندگان در مورد رویه‌های صادراتی وارداتی و موضوعات ذیربط.
- 2) گردآوری و طبقه‌بندی اطلاعات در مورد مقررات مربوط به انعقاد قراردادهای صادراتی/وارداتی.
- 3) تهیه مجموعه جامع صادراتی و بروز آمد کردن آن به هنگام تغییر مقررات.
- 4) تهیه کتابچه راهنمای صادرکنندگان.
- 5) ایجاد فایل‌های اطلاعاتی در مورد مقررات وارداتی.
- 6) تعیین حوزه‌های که در آن مقررات موجود مانع صادرات بوده و ارائه توصیه‌های اصلاحی.

7) برگزاری کارگاه ها و همایش هایی در خصوص رویه های صادراتی برای آگاهی صادرکنندگان بالقوه.

8) آموزش مربیان در زمینه رویه های صادراتی و وارداتی به گونه ای که افراد مزبور بتوانند جامعه تجاری کشور را آموزش دهند.*

تامین اعتبار صادراتی، بیمه و ضمانت

تامین اعتبار مالی، بیمه و ضمانت های صادراتی خدماتی هستند که به وسیله قریب به اتفاق سازمان های توسعه تجارت کشورهای توسعه یافته و حدود 60 درصد از سازمان های توسعه تجارت در کشورهای در حال توسعه تحت پوشش قرار می گیرند. موسسات بیمه اعتباری در بخش دولتی معمولاً هم ریسک تجاری و هم سیاسی را پوشش می دهند. ضمانت ها معمولاً به وسیله موسسات مالی و به منظور حمایت از قابلیت های تولیدی صادرکنندگان اعطا می شوند. به عنوان مثال ضمانت ها می تواند جهت واردات ماشین آلات و تجهیزات مورد استفاده قرار گیرند.

سازمان های توسعه تجارت به عنوان بخشی از خدمات حمایت از صادرات خود می توانند از طریق هدایت مناسب مساعدت های مالی و رسیدگی به تقاضاهای اعتباری به حل مشکلات مالی صادرکنندگان کمک کنند. در این راستا تشکیل یک «گروه تماس تامین مالی» صادرات توصیه می شود. این گروه علاوه بر ارایه مشاور به صادرکنندگان می تواند «کتابچه راهنمای اعتباری» را که در آن شرایط و منابع مالی و ضمانت های موجود به زبان قابل درک برای غیرحرفه ای ها ذکر شده باشد، منتشر نمایند. استفاده از خدمات گروه مزبور همچنین می تواند در موارد ذیل مفید باشد:

* - پیشنهاد آموزش مربیان توسط مرکز تجارت بین الملل از طریق اداره کل همکاری های اقتصادی چند جانبه وزارت امور خارجه (طی نامه شماره 923/368-3/2658 مورخ 1381/6/25) به مرکز توسعه صادرات ایران ارایه گردیده بود

1) بعضی مشکلات عمومی و خاص مرتبط با اعتبار و مقررات ضمانت که ممکن است در بخش صادرات تاثیر داشته باشد. پس از انجام بررسی دقیق در این گونه موارد، گروه توصیه هایی را جهت حل مشکلات ارایه می کند.

2) بررسی تطبیقی در زمینه سیستم های مالی دیگر کشورها و استخراج راه حل های قابل اعمال.

3) سازماندهی همایش ها و کارگاه های آگاهی دهنده جهت روز آمد کردن اطلاعات صادرکنندگان در زمینه توسعه مالی صادرات و تجارت متقابل.

4) هدایت طرف های ذینفع به سمت بهترین منابع کمک های فنی.

5) معرفی صادرکنندگان به موسسات مالی اعتباری متناسب با نیازهایشان.

ابزارهای تامین مالی صادرات عبارتند از تجارت متقابل، اعتبار اسنادی، عاملیت (حق العمل کاری)،

اعتبارات قبل از تولید کالا، اعتبارات بعد از تولید کالا، اعتبار خریدار، اعتبار فروشنده.

بیمه اعتبارات صادراتی

بیمه اعتبارات صادراتی در صورت بروز هر حادثه ای که پرداخت های صادراتی را غیرممکن

می سازد امکان دریافت بخشی از مطالبات را فراهم می سازند. انواع رایج این بیمه ها عبارتند از:

1) بیمه اعتبارات صادراتی کوتاه مدت که ریسک های قبل از حمل و بعد از حمل و خطرات تجاری و

سیاسی را در محدوده زمانی کمتر از 180 روز می پوشاند.

2) بیمه اعتبارات صادراتی میان مدت: از این نوع بیمه برای تامین مالی صادرات محصولات سرمایه ای

و خدمات در محدوده زمانی زیر سه سال استفاده می شود.

3) بیمه سرمایه گذاری: برای صادرکنندگانی که می خواهند در کشورهای خارجی سرمایه گذاری کنند.

4) بیمه خطرات مربوط به نوسانات نرخ ارز.

زیر ساخت های حمایت مالی

سازمان های توسعه تجارت می توانند به منظور حل مشکلات صادرکنندگان در دستیابی به اعتبارت ارزان قیمت از دولت های خود بخواهند که اعمال اشکال مختلف حمایت مالی مشتمل بر موارد ذیل را مد نظر قرار دهد:

(1) برنامه های تامین مالی مجدد بانک مرکزی.

(2) ایجاد موسسات مالی تخصصی نظیر بانک های واردات- صادرات.

(3) به حداقل رسانیدن ریسک های تجاری.

بانک های صادرات و واردات (*Exim Banks*) معمولاً منابع لازم را برای واردکنندگان و صادرکنندگان و سرمایه گذاران در بازارهای خارجی را فراهم می کنند. این گونه بانک ها خدمات مختلفی مشتمل بر اعطای وام های مستقیم طویل مدت به خریداران خارجی برای فروش عمده تجهیزات را عرضه می کنند.

کشورهای مختلفی از خدمات بانک های صادرات و واردات بهره می گیرند. از جمله این بانک ها می توان به اکزیم بانک ایالات متحده آمریکا اشاره کرد که در سال 1934 تاسیس شد. نقش اصلی این بانک کمک به تامین مالی صادرکنندگان امریکایی در معاملات میان مدت (بین 180 روز تا پنج سال) است این بانک با بانک های تجاری در زمینه ضمانت اعتبارات صادراتی همکاری می کند. عمده دریافت کنندگان اعتبارات این بانک، بنگاه های کوچک امریکایی هستند. علت تاسیس این بانک آگاهی از این واقعیت بود که اشتغالزایی نتیجه صادرات است. از جمله سایر کشورهایی که اکزیم بانک را برای مقاصد مشابه تاسیس کردند، می توان به تایلند، هندوستان و ترکیه و اندونزی اشاره کرد.

ریسک های تجاری

علاوه بر مسائل مربوط به تامین مالی، صادرکنندگان ممکن است با خطرات سیاسی و تجاری روبرو شوند. ریسک های تجاری ممکن است ناشی از عدم قبول محموله ارسالی توسط خریدار، عدم پرداخت خریدار، عدم پرداخت بانک خارجی، ریسک های سیاسی ناشی از جنگ، آشوب، تنش های مدنی، بلوکه شدن نقل و انتقالات منابع ارزی و کاهش ارزش اسعار خارجی باشد.

سایر خطراتی که تجار با آن روبرو هستند عبارتند از نوسانات حادث در بازارهای ارز خارجی، نوسان نرخ ارزها و نوسان قیمت کالاها که موجبات عدم اطمینان در تامین مواد اولیه و تامین ماشین آلات مورد نیاز و تولید را فراهم می کنند. صادرکنندگان می توانند خطرات مزبور را از طریق بازارهای سلف ارز (پیش خرید ارز) و قراردادهای سلم ارزی (پس خرید ارز) حل کنند.

بسته بندی صادراتی، هزینه یابی، موارد قانونی و قیمت گذاری

اهمیت بسته بندی صادراتی به دو مورد ذیل مربوط می شود:

1) بسته بندی صادراتی به عنوان یک ابزار بازاریابی.

2) بسته بندی صادراتی و آثار زیست محیطی آن.

هنگ کنگ و چین از جمله کشورهایی هستند که در آن سازمان های مختلف (اعم از سازمان توسعه تجارت) به چالش های مربوط بسته بندی صادراتی پاسخ متناسب داده اند. موسسات دانشگاهی و سازمان های توسعه تجارت نظیر شورای توسعه تجارت هنگ کنگ دوره های آموزشی و کارآموزی ویژه ای را در ارتباط با بسته بندی برگزار می کنند. موسسات طراحی بسته بندی ایجاد شده اند. مقامات دولتی به توسعه آنها کمک کردند و تولیدکنندگان هم از حساسیت هایی ویژه در بازارهای صادراتی مختلف آگاه شده اند. استفاده از «پالنوگرام» برای استفاده بهینه از فضای قفسه ها معمول گردیده است.

بسته بندی صادراتی و اثرات زیست محیطی

به منظور جلوگیری از صدمات زیست محیطی ناشی از برخی بسته بندی ها، قوانین خاصی در برخی از کشورها از جمله آلمان وضع گردیده اند. در این قوانین دو هدف به حداقل رساندن مواد بسته بندی به ویژه مواد پلاستیکی و توسعه بسته بندی هایی قابل بازیافت، مورد توجه خاص قرار گرفته اند.

نقش سازمان های توسعه تجارت در کمک به بسته بندی

سازمان های توسعه تجارت می توانند از طرق ذیل از صادرکنندگان تازه کار در زمینه بسته بندی حمایت کنند:

(3) **ارایه توصیه ها و راهکارهایی برای تطبیق بسته بندی های صادراتی و برچسب ها با الزامات تجارت بین المللی.**

(4) **ارایه طراحی های ساختاری گرافیکی برای بسته بندی های صادراتی.**

(5) **کمک به صادرکنندگان محلی و عرضه کنندگان بسته بندی ها در زمینه ارتقا مهارت ها در فنون بسته بندی و طراحی بسته ها.**

(6) **ارایه رهنمودهای فنی در مورد استفاده بهینه از مواد به کار رفته در بسته بندی ها و در امر انتخاب عرضه کنندگان مواد مزبور.**

سازمان های توسعه تجارت می توانند از خدمات کارشناسان بسته بندی به منظور اعطای حمایت های ذیل بهره گیرند:

(1) **مشخص کردن منابع عرضه برچسب ها و بسته های صادراتی در داخل و یا خارج از کشور و گردآوری اطلاعات در مورد انواع مواد اولیه موجود در داخل و یا در بازارهای بین المللی، قیمت ها، اندازه حداقل و حداکثر سفارشات، شرایط تحویل و امکانات تطبیق.**

2) آشنایی با الزامات مربوط به بسته بندی و برچسب زنی محصولات عمده صادراتی در بازارهای کلیدی.

3) ارایه مشاوره به صادرکنندگانی که در تطابق با الزامات بازار دچار مشکل شده اند.

4) ارایه توصیه در مورد استفاده از مواد اولیه بهتر بسته بندی به صادرکنندگان و عرضه کنندگان بسته بندی ها.

5) مشارکت در کارگاه ها و سمینارهای مربوط به کالاهایی که بسته بندی در فروش و صادرات آنها از اهمیت ویژه برخوردار است.

هزینه یابی و قیمت گذاری

بررسی های انجام شده توسط مرکز تجارت بین الملل (ITC) نشان داده که تنها نیمی از سازمان های توسعه تجارت خدمات حمایتی لازم را در زمینه هزینه یابی و قیمت گذاری ارایه می دهند. هر چند که بسیاری از صادرکنندگان به حمایت و آموزش های ویژه برای تعیین استراتژی قیمت که موجبات رقابت پذیری در بازارهای جهانی را فراهم می کند، نیازمندند.

اهداف سازمان توسعه تجارت در این راستا عبارتند از:

1) تقویت وضعیت رقابتی محصولات صادراتی.

2) ارایه حمایت های فنی به بنگاه های صادراتی جهت استفاده از اصول صحیح حسابداری هزینه.

3) اعمال استراتژی قیمت گذاری صادراتی به گونه ای که منافع صادرکنندگان را در طویل مدت به حداکثر برساند.

وضعیت رقابتی محصولات صادراتی هنگامی قابل اصلاح است که صادرکنندگان کنترل خوبی بر

هزینه هایشان داشته باشند و بدانند که در چه مواردی امکان کاهش هزینه ها وجود دارد.

معمولاً در سازمان های توسعه تجارت، کارشناسی به منظور کمک به صادرکنندگان در موارد ذیل

تعیین می شود:

1) انتشار اطلاعات درباره اصول صحیح حسابداری هزینه در مورد محصولات صادراتی از طریق

کارگاه ها و سمینارهایی که به منظور ارتقا مهارت های صادرکنندگان در تعیین هزینه های صادراتی و استفاده از اطلاعات هزینه برای برنامه ریزی و تصمیم گیری برگزار می گردد.

2) فراهم کردن خدمات مشورتی به بنگاه های خصوصی و عمومی در مورد هزینه محصولات صادراتی

و رقابت پذیری نسبی آنها در بازارهای خارجی و شیوه های ارزیابی ساختارهای هزینه ای.

3) مشخص نمودن موسسات حسابداری خبره (چارتر) و مشاورانی که بتوانند آنها را در اعمال سیستم

حسابداری کارآی هزینه، مساعدت نمایند. با اعمال این سیستم صادرکنندگان قادر به کنترل هزینه محصولات صادراتی و ارزیابی عملکرد فعالیت های صادراتی بنگاه خواهند شد.

4) ارائه راهنمایی به تولیدکنندگان و صادرکنندگان در استفاده از مزیت رقابتی برای به حداکثر

رساندن منافع، کاهش هزینه ها و ارزیابی محصولات بالقوه ای که می توانند به بازارهای خارجی نفوذ کرده و در آنها رقابت کنند.

5) برگزاری دوره های کارآموزی برای صادرکنندگان برای ایجاد چارچوب های کارا برای

قیمت گذاری صادراتی با عنایت به اهداف بنگاه، تجزیه و تحلیل شرایط بازار صادراتی، مشخص

کردن عوامل قیمت گذاری مستقل و قابل کنترل و شقوق دیگر قیمت گذاری. چارچوب قیمت

گذاری صادراتی، برای تعیین شرایط تحویل به کار می رود. سیاست قیمت گذاری منعکس کننده

تفاوت بین قیمت ها در بازار داخلی و صادراتی است.

6) ارائه خدمات مشاوره ای برای کمک به صادرکنندگان در زمینه انجام محاسباتی که پایه تعیین

حاشیه سود آنها در صورت عمل به سفارش صادراتی خواهد بود.

موارد قانونی

حدود چهل درصد از سازمان های توسعه تجارت به ارایه کمک های قانونی ولو در حد محدود می نمایند. این در صد در مورد کشورهای توسعه یافته بیشتر است.

مساعدت فنی سازمان های توسعه تجارت در موارد قانونی با هدف ایجاد راه کارهای مربوط به جنبه های قانونی قراردادهای تجاری به منظور احتراز از مناقشات و یا حل آنها در صورت بروز به کار می رود.

برگزاری سمینار برای صادرکنندگان موجب جلب توجه آنها به اهمیت تعیین شرایط روشن فروش و ضرورت پیروی از این شرایط می گردد.

حل و فصل اختلافات

گاه ممکن است سازمان توسعه تجارت تصمیم بگیرد که در حل و فصل اختلافات میان صادرکنندگان و مشتریان آنها نقش فعالی را ایفا نماید. چنین وظیفه ای باید به عهده متخصصی گزارده شود که بتواند از عهده موارد ذیل برآید:

- اولاً موارد را بررسی نموده و سپس مشخص نماید که آیا امکان حل مشکل از طریق مذاکره طرفین وجود دارد یا خیر
- ثانیاً در موارد مربوط به اختلافات شدیدتر و جدی تر راهکارهایی را برای تعقیب قانونی ارائه دهد و یا اینکه راهنمایی لازم را جهت استفاده از خدمات حقوقی شرکت های کارا، ارائه دهد.
- ثالثاً با حکمیت و میانجی گری سعی در فرونشاندن اختلافات داشته باشد یا اینکه هر دو طرف دعوی را به یک داور بی طرف معرفی کند. داوری که هر دو طرف دعوی او را چهره ای موجه و قابل قبول بدانند.
- بهتر است سازمان توسعه تجارت از وجود کارشناس تمام وقتی برای ارائه مشاوره قانونی در امور صادراتی و اطمینان از انجام تعهدات قانونی استفاده کند. برخی از کارشناسان فوق الذکر

می توانند نحوه تعقیب قانونی دعاوی را تعیین نمایند. و در صورت لزوم، کارشناسان و یا دفاتر حقوقی را که در خارج از سازمان فعالیت می نمایند را جهت استفاده از خدمات حقوقی شان در حل دعاوی، معرفی نمایند.

آموزش مدیریت بازرگانی

رو آوردن کشورهایی که قبلاً با شیوه برنامه ریزی متمرکز اداره می شدند به اقتصاد بازار، موجب جذب تجار و سرمایه گذاران خارجی می گردد. بسیاری از کشورهای مزبور آمادگی های لازم در این زمینه را ندارند. در این مرحله بخش خصوصی و ادارات دولتی این کشورها از تجربه و توان لازم برای تعامل بازرگانی برخوردار نیستند و این موضوع موجب ایجاد موانعی نظیر کنترل های کند و غیرتخصصی بوروکراتیک، نبود آگاهی های لازم از کنوانسیون های تجارت بین المللی، ناتوانی در تطابق با استانداردهای بین المللی، نداشتن اطلاعات و گزارشات بررسی بازار و ناتوانی در حمل و تحویل به موقع کالا می گردد. موارد مزبور در صورت عدم اصلاح موجب ایجاد تصویر منفی از یک کشور در دید سایر کشورها خواهد شد.

سازمان توسعه تجارت می تواند دوره های آموزشی مرتبط با موضوعات تجاری نظیر رویه های صادرات و واردات، کاهش ریسک، تامین مالی تجاری، برگزار کند این اقدام سبب افزایش آگاهی تجار در زمینه الزامات تجارت بین المللی خواهد گردید.

سازمان توسعه تجارت به ویژه در کشورهایی که به تازگی شروع به صادرات کرده اند باید در جهت ایجاد زیربنای آموزش و یادگیری، رویکردی فعالانه داشته و پیش قدم باشند. یک سازمان توسعه تجارت هم می تواند یک بخش آموزش در داخل سازمان خود تعریف کند و هم می تواند این کار را با کمک گرفتن از موسسات آموزشی خارج از سازمان دنبال کند.

سازمان توسعه تجارت همچنین می تواند صنایع (تولیدی های صادرات گرا) را به راه اندازی برنامه های آموزشی داخلی در آن واحدها ترغیب و تشویق کند. این برنامه های آموزشی می تواند کارگزاران و نیروهای دولتی دست اندرکار را هم تحت پوشش قرار دهد تا به آنها آگاهی های لازم را در مورد تجارت بین الملل بدهد. نخستین گام برای یک سازمان توسعه تجارت پیش از تقبل و تدارک برنامه های آموزشی، آن است که ابتدا نیازهای آموزشی مربوط به تشکل های صادراتی را شناسایی کند. با مشخص شدن این نیازها و به موازات همکاری و مساعدت با تشکل های بخش خصوصی، سازمان توسعه تجارت می تواند استراتژی ها و راهبردهای آموزشی اختصاصی خود را برای کوتاه مدت و میان مدت تعیین نماید.

برگزاری همایش ها و کنفرانس هایی در مورد آخرین اخبار تجاری صنعتی جهان نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار است و می توان از آن به عنوان وسیله ای برای آموزش و روزآمد کردن صادرکنندگان در خصوص روندهای تجاری بین المللی بهره برد. کارگاه های آموزشی در مورد استانداردهای فنی و سیاست های تجاری طرف های بازرگانی نیز مفیدند. بنابراین سازمان توسعه تجارت باید از این مکانیسم برای ایجاد آگاهی و ارتقاء نیروی انسانی بهره گیرد.

ماخذ:

EXPORT PROMOTION FOR ECONOMIES IN TRANSITION- CENTRAL ASIA AND SOUTH CAUCASUS TRADE & INVESTMENT DIVISION UNITED NATIONS ECONOMIC & SOCIAL COMMISSION FOR ASIA & THE PACIFIC (ESCAP) DEC.2001

فصل دوم

حمایت‌ها و مشوق‌های صادراتی شش کشور منتخب آسیایی
(اندونزی، بنگلادش، هندوستان، مالزی، تایلند و چین)

اندونزی



تهیه کنندگان :

محمد رضا ایزدیان

بهروز عصمتی

1) اندونزی برای موفقیت در صادرات با استفاده از همبستگی فرهنگی جامعه از راهبردهای

زیر- در نگاه کلان- سود جسته است:

- منابع و تجهیزات لازم را برای پشتیبانی از صادرات تجهیز و در خدمت این سیاست قرار داده است.
- در اجرای قوانین سرعت لازم داده شده و احترام به قانون و حاکمیت آن به عنوان یک ضرورت مطرح گشته است.
- تا آنجا که ممکن بوده، محدودیت های اجرایی برای صادرات از میان برداشته شده است.
- از چندگانگی تصمیمات و متعارض بودن آنها جلوگیری شده و سیاست ها در یک مجتمع متمرکز که با ترکیبی مناسب (از نظر عضویت همه مقامات و افرادی که در زمینه صادرات نقش دارند اعم از دولتی یا خصوصی) تدوین می شود.
- روحیه کار و کار آفرینی در جامعه تقویت شده است و همه به یک باور اعتقاد نسبت به ضرورت صادرات دست یافته اند.

2) از نظر تشویق صادرات، از اهرم های زیر استفاده شده است:

- عضویت در سازمان ها و اتحادیه های بازرگانی بین المللی. اندونزی عضو سازمان های اقتصادی زیر می باشد. 1- اتحادیه آ.سه.آن، 2- اوپک، 3- بانک توسعه آسیا، 4- کمیسیون اقتصادی و اجتماعی آسیا و پاسیفیک (3)، 5- بانک توسعه اسلامی، 6- سازمان تجارت جهانی.
- توسعه موسسات بانکی و اعتباری: اندونزی علاوه بر ایجاد بانک های داخلی با گسترش وسیع (350 بانک) به بانک های آمریکایی، هنگ کنگ، ژاپنی اجازه داده است که در داخل اندونزی شعبات خود را دایر کنند و از این طریق به مبادلات بین المللی کمک نمایند.
- ساخت زیر بنای تاسیسات صادراتی مانند ایجاد بنادر با استعداد پذیرش کشتی های بزرگ باربری. در اندونزی 439 بندر وجود دارد که 127 بندر آن قابلیت ورود و خروج کشتی های اقیانوس پیما را دارند. طول خطوط راه آهن این کشور از هفت هزار کیلومتر تجاوز کرده است و بالاخره توسعه فرودگاه های بزرگ که تعداد آنها به 8 فرودگاه در نقاط مختلف کشور رسیده است. اندونزی به تنهایی بیش از 40 شناور اقیانوس پیما را در اختیار دارد.

- توجه به بسته بندی کالاها و کمک به تامین آن به نحوی که دولت از منابع ارزی خود به تامین مواد اولیه مورد نیاز بسته بندی کمک می نماید.
 - کمک به ایجاد شرکت های بزرگ بازرگانی برای صادرات که برای ورود به بازارهای بین المللی تجهیز و آماده شده اند. این شرکت ها با استفاده از سرمایه قابل توجهی که از منابع کشور در اختیار گرفته اند معاملات عمده صادراتی را برعهده دارند. به علاوه دولت علاقه مند به ایجاد شکل های صادراتی است و در این راه تسهیلات لازم را در اختیار بنگاه های اقتصادی قرار می دهد.
 - دولت اندونزی علاوه بر جمع آوری اطلاعات و پردازش آنها توسط سازمان های دولتی، به بنگاه های خصوصی که علاقه مند به عضویت و استفاده از نظام های بین المللی هستند یاری می رساند.
- در زمینه کمک به صادرات و تولیدات صنعتی صادراتی تسهیلات زیر در نظر گرفته شده است:
- معافیت مالیاتی بردرآمدهای صادراتی که انگیزه قابل توجهی برای صادرات و فعالیت در آن به شمار می رود.
 - معافیت از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی جهت ورود مواد خام و کالاهای واسطه ای برای تولید و صدور.
 - تخفیف های خاص در هزینه های حمل و نقل به ویژه در کشتی ها و وسایل حمل و نقل دولتی.
 - استرداد حقوق و عوارض گمرکی در ورود مواد اولیه و قطعات به کار رفته در تولید در موقع صدور کالاها.
 - پرداخت جایزه صادراتی به صادرکنندگان، اعطای تضمین های صادراتی و استقرار نظام بیمه صادراتی .
 - بیمه صادراتی به منظور جبران خسارت های سیاسی و تجاری و سرمایه گذاری.
 - کمک به بنگاه ها برای بازاریابی و تبلیغات.
 - اعطای اعتبارات ترجیحی با نرخ کمتر از ده درصد.
 - کمک به انتقال تکنولوژی برای ارتقاء سطح کیفی فرآورده ها. دولت معافیت های خاصی را برای ورود تکنولوژی پیشرفته - به ویژه در زمینه تولید کالاهای صادراتی - برقرار کرده است.

- اعطای اعتبارات مالی با بهره پائین (ده درصد) در مقایسه با نرخ بهره عادی جهت تولید محصولات صادراتی و همچنین اعطای اعتبارات بلند مدت به صادرکنندگان با نرخ های مناسب.
- دولت اندونزی برای نو کردن ماشین آلات برای آن دسته از صنایعی که امکان صادرات کالاهای خود را دارند، اعتبار خاصی را با بهره ارزان تخصیص داده است. سقف اعتبارات بانکی برای خرید ماشین آلات تا 50 درصد کل سرمایه گذاری است.
- تثبیت قوانین و مقررات صادراتی به منظور جلب اطمینان سرمایه گذاران صنعتی و تولیدی. سعی شده این قوانین جامع، ساده و روشن و با کمترین محدودیت باشد. از جمله می توان به قانون سرمایه گذاری خارجی اشاره کرد که اجازه می دهد تا 100 درصد سرمایه مورد نیاز سرمایه گذاران خارجی تامین شود، مشروط بر اینکه این سرمایه گذاری در زمینه صنایع صادراتی باشد و بخشی از تولیدات به خارج صادر شود.
- و بالاخره باید به سیاست های پولی کشور اندونزی اشاره کرد که در جهت توسعه صادرات شکل گرفته و ارزش پول کاهش یافته است.

مشوق های ویژه بنگاه های کوچک و متوسط اندونزی

- ایجاد همکاری بین صنایع و بنگاه های بزرگ و کوچک و متوسط به روش پیمانکار مستقیم.
- تامین سرمایه اولیه برای راه اندازی پروژه تولیدی و نیمه تولیدی تا سقف 75٪ از کل هزینه پروژه.
- آموزش نیروهای انسانی (کارگری و تکنسین) برای مناطق محروم بدون دریافت شهریه و با شهریه ارزان برای مناطق دیگر.
- آموزش مدیریتی برای کارآفرینان.
- تامین ماشین آلات و سایر تجهیزات هسته های خود اشتغالی از طریق واگذاری تجهیزات فنی از طریق اجاره بلند مدت و یا فروش.
- تحویل ماشین آلات دست دوم کارخانجات دولتی به واحدهای خوداشتغالی.
- ارائه مشاوره های فنی، مدیریتی و بازاریابی از طریق سازمان های مسئول.
- ایجاد بانک های گسترده اطلاعاتی شامل شبکه های اطلاع رسانی درخصوص بازاریابی، بازاریابی، فرصت های شغلی، فرصت های پیمانکاری و راهنمایی لازم در مورد استفاده از قوانین مالی - مالیاتی.

- تامین نیازهای مادی از طریق وام های متفاوت با شرایط بازپرداخت آسان و بهره مناسب.
- ارایه تخفیف های مالیاتی و معافیت های مالیاتی.
- تشویق و حمایت از ایجاد شکل های صنعتی - پیمانکاری بین واحدهای صنعتی کوچک خوداشتغالی.

بنگلادش



تهیه کننده:
نسرین فرزانه پور

سیاست های صادراتی بنگلادش 2002 تا 1997

اهداف

- دستیابی به رشد بهینه ملی از طریق افزایش صادرات به بازارهای منطقه ای و بین المللی.
- کم کردن فاصله بین دریافتی های حاصل از صادرات کشور با پرداخت های مربوط به واردات از طریق نیل به اهداف صادراتی.
- برداشتن گام های موثر در راستای تولید محصولات صادراتی با قیمت های رقابتی با چشم انداز تقویت بازارهای فعلی و با هدف دستیابی به بازارهای جدید بین المللی.
- حداکثر بهره برداری از ورود به بازارهای جهانی.
- جذاب تر کردن محصولات صادراتی از طریق تنوع بخشی به محصولات صادراتی و افزایش کیفیت آنها.
- برقراری ارتباطات لازم بین بخش های صنایع و خدمات به منظور استفاده از مواد خام بومی و گسترش بنیه تولیدی و صادراتی محصولات با ارزش افزوده بیشتر.
- تسهیل مراحل اداری صادرات و منطقی کردن و تقویت مشوق های صادراتی.
- توسعه زیرساخت های صادراتی.
- توسعه منابع انسانی آموزش دیده در بخش صادرات.
- افزایش کیفیت و ارتقا رتبه بندی محصولات صادراتی تا حد قابل قبول بین المللی.

استراتژی ها

- تسهیل مراحل اداری صادرات و کمک به بخش خصوصی برای نیل به کارایی. دولت خواهان مشارکت هر چه بیشتر بخش خصوصی است، در حالی که خود نقش تسهیل کننده را به عهده می گیرد.
- فراهم کردن امکانات توسعه تکنولوژیکی، ارتقاء بهره وری، کاهش هزینه ها و غیره جهت دستیابی به استانداردهای کیفی قابل قبول بین المللی برای محصولات صادراتی و فراهم آوردن امکان رقابت پذیری آنها.
- تضمین استفاده هر چه بیشتر از مواد خام بومی در تولید محصولات صادراتی و تشویق برقراری ارتباط با صنایع بالادستی.

- شرکت در نمایشگاه های بین المللی، نمایشگاه های تخصصی، نمایشگاه های اختصاصی.
- اعزام هیئت های تجاری به منظور تحکیم موقعیت تجاری در بازارهای موجود و بوجود آوردن بازارهای جدید.
- تشویق صادرات محصولات جدید پوشاک آماده و تشویق اتحادیه های ذیربط به تاسیس انستیتوهای مد.
- برای توسعه صادرات محصولات چرمی، تسهیلاتی نظیر انبارهای ویژه برای مواد اولیه وارداتی که در اختیار واحدهای 100 درصد صادراتگرا قرار داده خواهد شد.
- برای افزایش صادرات میگو: توسعه و مدرنیزه کردن روش سنتی و نیمه عمیق کشت میگو و تضمین کیفیت براساس خواسته خریداران.
- برای افزایش صادرات چنایی و محصولات جنبی: حمایت از تبلیغات گسترده محصولات کنفی به عنوان الیاف طبیعی دوست محیط زیست و تنوع بخشی به استفاده از آنها.
- برای افزایش صادرات چای: حمایت از برنامه های ایجاد نام و نشان تجاری (brand) و توسعه ارتباط با عوامل توزیع.
- برای افزایش صادرات محصولات کشاورزی: حمایت از برنامه های افزایش تولید، بهبود کیفیت، استاندارد و توسعه بازارهای صادراتی.
- برای افزایش و رشد صادرات محصولات الکتریکی و الکترونیکی (از قبیل نرم افزار کامپیوتر و سخت افزار): ایجاد زیرساخت های لازم.
- برای توسعه صادرات خدمات مشاوره مهندسی، سایر خدمات و نیز قراردادهای فرعی، مشتمل بر قراردادهایی که وابستگان بازرگانی بنگلادش در خارج از کشور بدست می آورند اقدامات ذیل انجام خواهد شد:
- برگزاری مستمر نمایشگاه های بین المللی و کالایی در کشور.
- اصلاح و گسترش زیرساخت های لازم برای صادرات.
- فراهم آوردن ساز و کار لازم برای آموزش عملی و فنی به منظور توسعه نیروی انسانی در بخش های صادراتی.

- حداکثر بهره برداری از کمک های سازمان تجارت جهانی به کشورهای کمتر توسعه یافته (اعم از کمک های مالی).
- حفظ تعادل اکولوژیکی و محیط غیر آلوده برای تولید محصولات صادراتی.
- اعطای کمک های فنی و بازاریابی برای توسعه محصولات جدید و یافتن استراتژی های بازاریابی مناسب.
- فراهم آوردن امکان تامین مواد اولیه مورد نیاز صنایع صادراتی به قیمت های جهانی.

بخش های مورد نظر

- چرم و کالاهای چرمی.
- پوشاک.
- نرم افزار کامپیوتر.
- فرآوری محصولات کشاورزی.

مشوق های صادراتی

در راستای اهداف و استراتژی های توسعه صادرات، مشوق ها و تسهیلات جدیدی در اختیار صادرکنندگان قرار می گیرد. علاوه بر برخی اصلاحات در مشوق های موجود به منظور اجرایی تر شدن داده می شود. مشوق های اعطایی را می توان به نحو ذیل برشمرد:

اصلاح برنامه ضمانت اعتبارات صادراتی: در حال حاضر چهار برنامه اعطای امتیازات قبل از حمل (pre shipment) و بعد از حمل، ضمانت جامع و ضمانت مالی کل درآمد قبل از حمل، تحت برنامه های ضمانت اعتباری صادراتی برای پوشاندن ریسک های مربوط به اعتبار صادراتی در داخل کشور و به موازات آن پوشش ریسک های سیاسی و تجاری حادث در خارج از کشور انجام می شود. در حال حاضر این طرح ها به اندازه مورد نظر کارا نیستند، برای تقویت اثربخشی آنها اصلاحاتی در این برنامه انجام خواهد شد.

قابلیت تبدیل تاکا: به دنبال اعمال سیاست های توسعه صادرات در بازارهای آزاد جهانی؛ امکان تبدیل تاکا در حساب جاری فراهم گردیده است. درآمدهای صادراتی برای تامین مورد نیاز وارات، قابل تبدیل به ارزهای خارجی خواهند بود.

استفاده از ارزهای خارجی توسط صادرکنندگان: صادرکنندگان مجاز به نگهداری 40 درصد از ارزهای خارجی حاصل از صادرات خود در حساب های ارزی خود خواهند بود.

صندوق توسعه صادرات: کمک ها و حمایت های ذیل از طریق صندوق توسعه صادرات به تولیدکنندگان / صادرکنندگان اقلام غیرسنتی و جدید (مشمول بر محصولاتی که در برنامه توسعه محصول و تنوع بخشی به بازارهای پیش بینی شده اند) اعطا می شود.

الف) سرمایه لازم برای مشارکت با شرایط ساده و با نرخ بهره کمتر.

ب) کمک به کسب تکنولوژی خارجی و ارایه مشورت برای توسعه محصول و تنوع بخشی.

ج) کمک در زمینه انجام بازاریابی خارجی و مشارکت در نمایشگاه های خارجی.

د) کمک به ایجاد نمایشگاه های عرضه و فروش و ایجاد تسهیلات مربوط به انبارداری.

ه) کمک به مشارکت در برنامه های کارآموزی در خارج از کشور در مورد توسعه محصول و بازاریابی به منظور توسعه مهارت های فنی و بازاریابی.

و) دیگر کمک های لازم برای فعالیت های مربوط به توسعه محصول و بازار.

ز) افزایش محدوده زمانی مربوط به تطابق اعتبارات از 180 روز به 270 روز.

تامین مالی صادرات

الف) معرفی کارت اعتباری

ب) صادرکنندگان می توانند اعتبار صادراتی مورد نیاز خود را از بانک های تجاری تا سقف 90 درصد از اعتبار اسنادی غیرقابل برگشت ذریبط را در چارچوب قراردادهایشان اخذ نمایند.

- به منظور تشویق تازه کاران برای ورود به حوزه صادرات، بانک های تجاری تقاضای مربوط به اخذ اعتبار صادراتی افرادی را که برای اولین بار اقدام به صادرات می کنند را در اولویت قرار خواهند داد.

- نظارت بر جریان عادی اعتبارات صادراتی: مبنای اخذ اعتبارات سال جاری صادرکنندگان، نحوه عملکردشان در سال گذشته خواهد بود.

- بانک های تجاری بهره اضافی در مورد اعتبارات اسنادی و یا اعتبارات دیداری اعمال نخواهند کرد در این گونه موارد صادرکنندگان باید اسناد لازم را در مهلت معینی به بانک ارایه کنند.

سلول های اعتبار صادراتی: سلول های ویژه صادراتی برای نظارت بر تامین مالی صادرات در بانک بنگلادش ایجاد گردیده اند بعلاوه بانک های تجاری نیز واحدهای ویژه ای را به منظور رسیدگی به تقاضاهای اخذ اعتبارات صادراتی ایجاد نموده اند.

مانیتورینگ صادرات: کمیته ویژه ای برای برآورد نیازهای موجود در زمینه اعتبارات صادراتی ایجاد گردیده است. این کمیته همچنین وظیفه بررسی نحوه اعطای اعتبارات صادراتی را به عهده دارد تا مطمئن شود که اعتبارات به موقع و به اندازه نیاز صادرکنندگان در اختیار آنها گذارده می شود.

تخفیف در هزینه مربوط به بیمه

مشوق های ویژه برای محصولات صنایع غیرسنتی: مشوق هایی برای صادرات محصولات غیرسنتی و یا جدید صنعتی پیش بینی شده است به ویژه در مواردی که ارزش افزوده کالا 50 درصد و یا بیشتر باشد. همچنین مشوق هایی برای شرکت هایی که از اهداف صادراتی بخشی پیشی گرفته اند، در نظر گرفته می شود.

تسهیلات وارداتی برای مواد اولیه صنایع چرم سازی صادراتگرا: عوارض گمرکی و هزینه های مربوط به اخذ مجوزهای صادراتی و ت بلو و چرم دباغی از صادرکنندگان محصولات چرمی اخذ نخواهد گردید.

تخفیف در مالیات بر درآمدهای حاصل از صادرات: پنجاه درصد از درآمد حاصل از صادرات از پرداخت مالیات معاف خواهند بود.

کاهش نرخ مالیات بر درآمد افزوده: نرخ مزبور در مورد درآمدهای صادراتی بر مبنای 0/25 درصد اخذ خواهد گردید.

انبارهای زیر کلید دولت برای صنایع صادراتگرا: شیوه اعطای این تسهیلات اصلاح شده و در اختیار کلیه صنایع صددرصد صادراتگرا قرار خواهد گرفت.

معافیت از حقوق عوارض گمرکی برای واردات ماشین آلات توسط صنایع صادراتگرا.

اعطای کمک های ویژه به بخش نساجی برای تقویت بنیه تولیدی

معافیت مالیاتی

بازپرداخت حقوق گمرکی

بازپرداخت مالیات بر ارزش افزوده: در صورتی که محصولات غذایی صادراتی در پارچه ها و یا کیسه های کنفی بسته بندی شوند مالیات بر ارزش افزوده پرداختی، عیناً به صادرکننده کالا بازگردانده خواهد شد.

تسهیل روند بازپرداخت مالیات بر ارزش افزوده خدمات حمایت صادراتی: به منظور حفظ رقابت پذیری در

حوزه قیمت های صادراتی مالیات بر ارزش افزوده پرداختی (VAT) در مورد خدمات حمایت صادراتی به

ویژه در مورد خدمات C&F، تلفن، فاکس، برق، صورت حساب ها، بیمه، کمیسیون موسسات کشتیرانی به

صادرکنندگان بازگردانده خواهد شد.

بازپرداخت حقوق گمرکی از طریق بانک های تجاری

اجازه فروش بخشی از محصولات صادراتی در بازار داخلی: به بیست درصد از محصولات صادراتی که رد شده (اعم از محصولات چرمی) بعد از پرداخت عوارض و مالیات های ذیربط، اجازه فروش در بازار داخلی داده خواهد شد.

ب) مشوق های عمومی

- صنایع تولید چرمی که 80 درصد از محصول خود را صادر کنند به عنوان یک صنعت صددرصد صادراتگرا محسوب خواهند شد.
- دیگر صناعی که 80 درصد از محصول خود را صادر می کنند نیز از مزایای صنایع صادراتگرا استفاده خواهند کرد.
- نرخ حمل و نقل هوایی کمتر برای صادرات میوه و سبزیجات.
- مزارع کوچک و متوسط کشاورزی به عنوان صنعت شناخته خواهند شد.
- تشویق تحقیق و توسعه.
- بهره برداری از فرصت های مربوط انعقاد قراردادهای جزیی (subcontracting) به ویژه در زمینه صنایع اتومبیل سازی ژاپن و صنایع چاپ کشورهای غربی.
- مساعدت در زمینه خدمات مربوط به عقد قراردادهای نظیر قراردادهای مهندسی، مشاوره و شهرسازی در خارج.
- سقف ارسال نمونه به 1500 دلار در سال برای هر واحد صنعتی افزایش یافته است.
- اعطای جوایز ملی صادرات و اعطای تسهیلات CIP (فرد مهم در زمینه تجارت) به صادرکنندگان.
- وزارت بازرگانی اجازه ورود برخی از اقلامی را که ورود آنها به کشور ممنوع است را به عنوان مواد اولیه برای تولید برخی از محصولات صادراتی را خواهد داد.
- اعطای ویزای چند بار ورود به واردکنندگان کالاهای بنگلادشی و سرمایه گذاران خارجی.
- امکان انجام واردات بدون گشایش اعتبار اسنادی در مواردی نظیر ورود ماشین آلات و مواد اولیه اساسی برای صنایع صادراتگرا.

هندوستان



تهیه کنندگان:

1- محمد علمی

2- رعنا کریمی

مشوق های صادراتی هندوستان

مشوق هایی که کشور هندوستان در دو دهه اخیر برای توسعه صادرات خود به کار برده و اغلب آنها

هنوز مورد عمل است عبارتند از:

- 1- معافیت کامل درآمدهای صادراتی از پرداخت مالیات.
- 2- اعطای تسهیلات اعتباری به پول ملی (روپیه) و ارزشهای معتبر با سود نازل به صادرکنندگان.
- 3- تضمین اعتبارات صادراتی و تحت پوشش قرار دادن خطرات ناشی از صادرات توسط "بنگاه تضمین اعتبارات صادراتی هند" که 49 سال از تأسیس آن می گذرد.
- 4- واگذاری 60% ارزشهای صادراتی به صادرکنندگان و عدم الزام به فروش آن به شبکه بانکی.
- 5- ایجاد بیش از 6 منطقه پردازش صادرات در نقاط مختلف کشور و اعطای امتیازات خاص به آنها. از جمله این امتیازات می توان به اعطای اجازه صدور 25% تولیدات واحدهای صدرصد صادراتی مناطق مزبور به داخل خاک هند اشاره کرد، ضمناً صدور کالا به این مناطق از کلیه مزایای مربوط به صادرات برخوردار است).
- 6- بازپرداخت حقوق گمرکی مواد اولیه، قطعات و تجهیزات وارداتی به کار رفته در ساخت کالاهای صادراتی. به منظور جلوگیری از خواب سرمایه واحدهای تولیدی - صادراتی، به آنها اجازه دایر کردن انبارهای تحت حفاظت گمرک داده شده است. شرکت هایی که این قبیل انبارها را دارا هستند متعهد می شوند که مواد اولیه، قطعات و لوازم بسته بندی وارد شده در این انبارها را در ساخت کالاهای صادراتی مصرف نمایند. اگر این شرکت ها مواد اولیه یا قطعات مورد نیاز برای تولید کالاهای صادراتی را از بازار داخل هم تهیه کنند حقوق گمرکی تعلق گرفته به آن به صادرکننده نهایی مسترد می شود).

7- در کشور هندوستان پارک‌های الکترونیک یا پارک‌های فناوری نرم‌افزرا SOFTWARE TECHNOLOGY PARKS از پرداخت مالیات و تعرفه گمرکی و عوارض گوناگون معاف هستند.

8- به واحدهای صادراتی، پروانه‌های خاصی برای ورود کالا بدون پرداخت حقوق گمرکی اعطا می‌شود. این واحدها می‌توانند پروانه‌های مزبور را در بازار آزاد معامله کنند. برخی از صادرکنندگان می‌توانند قطعات و مواد اولیه وارداتی برای ساخت کالاهای صادراتی را به بازار داخل بفروشند. خریدار داخلی متعهد می‌شود که معادل با قطعات وارداتی (از نظر تعداد) یا ارزش آن کالا صادر کند یا در اختیار صادرکننده دیگر قرار دهد. به هر حال این اقدام به منظور جلوگیری از راکد ماندن سرمایه و تسهیل امر صادرات انجام می‌گیرد.

9- هر فرد حقیقی یا حقوقی که ماشین‌آلات صنعتی را بدون پرداخت حقوق گمرکی و عوارض متعلقه از خارج وارد کنند باید متعهد شود که شش برابر ارزش آن، کالا یا محصول تولید شده به خارج صادر کند.

با توجه به فشارهای بین‌المللی کشور هند - در چارچوب تعهدات خود در قبال سازمان جهانی تجارت - درصدد برآمده است که برخی از مشوق‌های صادراتی خود را حذف کند و از اعتبارات اختصاص یافته به این امر بکاهد اما اقتصاددانان هندی با ارائه دلایل قانع‌کننده مانع از این اقدام شده‌اند. برای آگاهی بیشتر خاطر نشان می‌سازد که دولت هند در سال مالی 2003/2004 حدود 10 میلیارد دلار به بخش صادرات خود کمک کرده است که این رقم 14 درصد ارزش کل صادرات کشور مزبور را تشکیل داده است.

مهمترین اقلام این کمک‌ها مشتمل بر موارد زیر بوده است:

1- عدم‌النفع دولت بابت دریافت نکردن تعرفه گمرکی از صادرکنندگان که دارای انبار زیر

کلید گمرک بوده‌اند.

2- گواهی مربوط به مجوز ورود کالا بدون اخذ حقوق و عوارض گمرکی که قابل معامله در بازار آزاد است.

3- کمک به واحدهای 100 درصد صادراتی از طریق عدم اخذ مالیات بر درآمد و حقوق گمرکی از آنها.

4- عدم اخذ گمرکی از ماشین آلات صنعتی (کالاهای سرمایه‌ای) به شرط صدور کالا معادل 6 برابر ارزش ماشین آلات.

5- بازپرداخت حقوق گمرکی.

6- سایر کمک‌ها.

کارشناسان هندی معتقدند که:

1- همه کشورهای حقوق گمرکی دریافت شده از صادرکنندگان بابت ورود مواد اولیه و قطعات مصرفی را مسترد می‌دارند و بازپرداخت این حقوق جایزه تلقی نمی‌شود.

2- مهمترین کمک صادراتی دولت هند، معافیت مالیاتی درآمدهای صادراتی است که از سال 2004 کنار گذاشته شده است.

3- همه کشورهای هم‌پیمان هند در سازمان همکاری منطقه ای آسیای جنوبی (SAARC)

به بخش نساجی خود 100 درصد معافیت مالیاتی اعطا می‌کنند و هند بالغو این معافیت موقعیت رقابتی خود را تضعیف کرده است.

4- دولت های ایالتی در هند عوارض و مالیات های غیرمستقیم متعددی از واحدهای تولیدی اخذ می‌کنند که استرداد آنها غیرممکن است.

5- ایالات متحده و اتحادیه اروپا هر سال میلیاردها دلار به بخش کشاورزی خود کمک می‌کنند که با توافق های بین‌المللی مغایرت دارد. هندوستان بالغو یارانه های بخش

کشاورزی سبب شده است که سهم این بخش در کل صادرات از 19/4 درصد (در سال 1990/91) به 11/7 درصد (در سال 2003/4) تقلیل یابد.

6- در کشورهای آسیای جنوب شرقی - از جمله کره - مشوق های صادراتی نقش مهمی در صادرات این کشورها ایفا کرده اند. هندوستان با کم توجهی به اهمیت مشوق ها عملاً از تبدیل شدن به یک قطب تجاری بازمانده است.

7- صادرکنندگان هندی با مشکلات فراوانی نظیر ضعف زیرساخت ها، بالا بودن تعرفه برق، انعطاف ناپذیری قوانین کار، دیوانسالاری و ... روبرو هستند و هزینه انجام معاملات تجاری در هندوستان به طور متوسط 18 درصد بالاتر از کشورهای پیشرفته است.

8- در هندوستان از مواردی از سوءاستفاده در بخش مشوق ها مشاهده شده است اما این رقم در سال مالی 2003-4 تنها 630 میلیون روپیه برآورد شده است که کمتر از یک درصد کل مشوق های اعطا شده می باشد.

9- دولت هند می تواند با بهره گیری از فناوری اطلاعات و برقراری ارتباط سریع بین گمرکات، بنادر و بانکها میزان کارآیی جوایز را افزایش داده و از انتقادات ناشی از تأخیر در پرداخت آنها بکاهد.

مستر احمد رییس فدراسیون سازمان های توسعه صادرات هند در مقاله ای که تحت عنوان

SHOULD EXPORT INCENTIVES CONTINUE? (آیا باید اعطای مشوق های صادراتی ادامه

یابد؟) که در سپتامبر 2004 میلادی در نشریه **BUSINESS STANDARDS** چاپ شده خاطر نشان

کرده است که:

"روش اعمال مشوق های صادراتی خاص هند نیست بلکه یک موضوع جهانی است. تنها پرسش

مهمی که در این زمینه مطرح می شود آن است که بهترین ساختار پرداخت جایزه چیست تا این جوایز از

یک طرف با مقررات سازمان جهانی تجارت هماهنگی داشته باشد و از طرف دیگر اهداف توسعه صادرات را تحقق بخشد.

به نظر کارشناسان هندی، جایزه صادراتی عبارتست از کمک مالی که دولت در اختیار یک فرد حقیقی یا حقوقی قرار می‌دهد و بر طبق "قرارداد یارانه ها و اقدامات مقابله به مثل" (منضم به اسناد مذاکرات دور اروگوئه) بازپرداخت حقوق گمرکی، عوارض یا مالیات های پرداخت شده پس از صدور کالا اگر بیش از رقم واقعی پرداخت شده نباشد جایزه تلقی نمی‌گردد.

دولت هند در سال مالی 2003/2004 حدود 400 میلیارد روپیه به صادرکنندگان خود کمک کرده است که مشتمل بر اقلام زیر بوده است:

مبلغ (میلیارد روپیه)	عنوان کمک به زبان انگلیسی
115,36	DUTY ENTITLEMENT PASS BOOK
101,34	ADVANCE LICENCE
94,24	EXPORT – ORIENTED UNITS (EOU,N)
33,99	EXPORT PROMOTION CAPITAL GOODS
30,58	DRAW – BACK
17,52	OTHERS
393,04	TOTAL

به هر حال موفقیت در اجرای استراتژی توسعه صادرات به ابزار نیاز دارد و مشوق های صادراتی مهمترین ابزار اجرای چنین راهبردهایی به شمار می روند. تا زمانی که در یک کشور رژیم تعرفه ای مناسب وجود ندارد و نرخ ارز نیز با نرخ مؤثر واقعی آن REAL EFFECTIVE EXCHANGE RATE فاصله زیادی دارد نمی‌توان یارانه های صادراتی را کنار گذاشت.

مشوق های صادراتی هند به بیان دیگر

به منظور ارتقاء صادرات و بدست آوردن ارز و پول خارجی، دولت هند چندین طرح و پروژه را تنظیم کرده است که اعطاء مشوق ها و سایر تسهیلات از آن جمله می باشد، بعضی از این طرح ها از نقطه نظر مالیات های غیرمستقیم به طور خلاصه به شرح ذیل ارایه می گردد:

مناطق آزاد تجاری

چندین منطقه آزاد تجاری در مکان های مختلف هند (Cochin/ Noida/ Kandla) تاسیس شده است. برای کالاهای صادراتی ساخته شده در این مناطق هیچگونه عوارض گمرکی پرداخت نمی شود. کالاهای آورده شده در این مناطق از دیگر قسمت های هند بدون پرداخت عوارض صورت می گیرد. به همین نحو هیچگونه عوارض گمرکی به مواد خام وارداتی و اجزاء به کار رفته در کالاهای ساخته شده صادراتی تعلق نمی گیرد. نظر به اینکه به فروش رساندن تمام قطعات تولیدی در این مناطق ممکن است خارج از هند همیشه مقدر نباشد به همین خاطر امکان فروش 25٪ از این تولیدات داخل کشور فراهم شده است. عوارض گمرکی پرداختنی این چنین کالاهای فروخته شده در داخل به میزان 50٪ نرخ پایه به علاوه حقوق گمرکی اضافی می باشد یا اینکه اگر در قسمت های دیگر هند تولید شوند به آنها عوارض گمرکی عادی تعلق می گیرد، هرکدام که بیشتر باشد.

در واقع ایجاد نواحی تجارت آزاد واحدهای صددرصد صادراتی از جمله اقدامات دولت هند در زمینه گسترش صادرات هند صورت گرفته است. اما علیرغم مطلوب بودن هدف ایجاد این نواحی و امکاناتی که دولت در زمینه صادرات در اختیار این نواحی قرار می دهد، صادرات این نواحی سهم ناچیزی در کل صادرات هند به عهده دارند.

طرح مزبور در سال 1980 در هند به اجرا در آمد با این هدف که مناطق آزاد، تولید و صادرات کالاهای صنعتی و کالاهای با تکنولوژی پیشرفته را به عهده خواهند داشت. این واحدها از مزایایی از قبیل واردات آزاد ماشین آلات، ابزار، نمونه های تولیدی و مواد اولیه برخوردار و از پرداخت مالیات خرید کالاهای سرمایه ای و مواد اولیه داخلی معاف می باشند.

کمک های دولت در زمینه بازاریابی

علاوه بر سیاست های مالی دولت در جهت گسترش صادرات هند اقداماتی نیز در جهت بازاریابی محصولات، خصوصاً تولیدات صنعتی و شناساندن بیشتر آنها در بازارهای جهانی از جانب دولت به عمل آمده است. به دلیل عدم اطمینان صادرکننده به میزان سودآوری و نیز به دلیل اثرات خارجی اینگونه تبلیغات که بیشتر از آنکه متوجه صادرکننده باشد متوجه کل صادرات می گردد. معمولاً صادرکنندگان تولیدات صنعتی به تنهایی مایل به سرمایه گذاری در امر گردآوری اطلاعات و امور بازاریابی نیستند به همین لحاظ ضروریست که دولت در اینگونه امور به صادرکنندگان کمک کند.

معمولاً امور بازاریابی توسط ارگان های مختلفی مانند نمایندگی های سیاسی - اقتصادی هند در خارج، موسسات گسترش صادرات، اتاق های بازرگانی و وزارتخانه های مربوطه صورت می گیرد. شورای بازرسی صادرات هند مسئولیت کنترل کیفیت کالاهای صادراتی را به عهده دارد.

تخفیف در نرخ حمل و نقل راه آهن

از دهه 1960 این سیاست جهت تشویق صادرات بکارگرفته شد که محدوده آن از محل تولید تا بنادر صدور بوده است.

سوبسیدهای مربوط به نهاده ها

(Subsidisation Related Explicitly to Inputs)

افزایش هزینه های تولید صنایع صادراتی که از نهاده های گران داخلی استفاده می کردند و کاهش رقابت پذیری آنها در بازار جهانی، دولت هند را ملزم ساخت تا با اجرای سیاست هایی خاص در مورد نهاده ها، هزینه های تولید صنایع صادراتی را کاهش دهد که تخفیف در نرخ حمل و نقل راه آهن هم یکی از موارد آن بوده است.

تامین مواد اولیه داخلی مورد نیاز صنایع صادراتی به قیمت های جهانی

در واکنش به مسئله افزایش هزینه تولید در صنایع صادراتی که از نهاده های داخلی استفاده می نمایند، راه حلی که سخت به نظر می رسد دسترسی آزاد آنها به واردات این مواد است اما این راه حل با محدودیت هایی مواجه است. نخست آن که منابع ارز خارجی محدود است و ثانیاً صنایع داخلی تولیدکننده کالاهای واسطه ای جهت کاهش هزینه تولید خود نیازمند بازار گسترده ای هستند تا بتوانند از مقیاس وسیع تولید استفاده نمایند در چنین شرایطی راه حل مطلوبتر آنست که نهاده های تولید شده در داخل به قیمت های جهانی در دسترس صنایع صادراتی قرار گیرند. اولین کالاهایی که با قیمت جهانی در اختیار صنایع صادراتی قرار گرفتند عبارتند بودند از فولاد و مواد اولیه پلاستیک.

واحدهای صددرصد صادراتگرا (EOU)

مواد اولیه وارداتی می توانند بدون پرداخت هیچگونه حقوق گمرکی در تولیدات صادراتی تهیه شوند. نظر به اینکه به فروش رساندن تمام قطعات تولیدی در این مناطق ممکن است خارج از هند همیشه مقدور نباشد به همین خاطر اجازه فروش 25٪ در هند صادر شده است.

پارک سخت افزار تکنولوژی الکترونیکی / پارک های نرم افزار تکنولوژی

این طرح همانند طرح مناطق آزاد تجاری است با این تفاوت که این طرح به واحدهای الکترونیکی و

سخت افزاری کامپیوتر و بخش نرم افزار اختصاص دارد.

طرح حق معافیت از عوارض (DEE) / گواهینامه و جوازهای از قبل داده شده

برطبق این طرح واردات مواد اولیه و دیگر قطعات برای استفاده در کالاهای صادراتی بدون پرداخت

حقوق گمرکی، با ارایه جواز و گواهینامه که از قبل داده شده می تواند صورت بگیرد. چنین مجوزی ممکن

است یا بر مبنای مقدار باشد یا بر مبنای ارزش. واردات می تواند براساس آخرین مقدار یا ارزش

مشخص شده در مجوز واردات آزاد مواد تعیین شده، انجام شود. این مجوزهای قابل انتقال در بازار آزاد

معامله می شوند.

بر این مبنا همچنین یک سازنده داخلی می تواند محصولات واسطه ای را به صادرکننده نهایی بفروشد

بدون اینکه عوارض گمرکی پرداخت کند.

طرح کالاهای سرمایه ای مشوق صادراتی (EPCG)

بنابراین طرح یک سازنده داخلی می تواند، ماشین آلات و تجهیزات وارداتی را بدون پرداخت حقوق

گمرکی و یا با پرداخت بخشی از حقوق گمرکی انجام دهد. به هر حال او باید متعهد شود به صدور کالا

براساس جدول ذیل گردد:

دوره	الزام به صادرات	نرخ حقوق گمرکی
5	4 بار صادرات (برطبق FOB) از ارزش CIF ماشین آلات	10٪
8	6 بار صادرات (برطبق FOB) از ارزش CIF، ماشین آلات یا 5 بار صادرات بر طبق NFE، از ارزش CIF ماشین آلات	اگر ارزش کالای مورد نظر 200 میلیون روپیه یا بیشتر باشد هیچ عوارضی تعلق نمی گیرد.
8	6 بار صادرات (برطبق FOB) از ارزش CIF ماشین آلات یا 5 بار صادرات بر طبق NFE از ارزش CIF ماشین آلات	اگر ارزش کالای مورد نظر 5 میلیون روپیه یا بیشتر باشد، (مثلاً برای کشاورزی) هیچ عوارضی تعلق نمی گیرد.

* NFE به جای فالص درآمدهای فارسی (net foreign earnings) و در واقع قیمت کالا، بیمه و کرایه تا بندر را شامل می شود. CIF به جای هزینه های بیمه و حمل و بارگیری ماشین آلات.

* FOB به جای تمویل کالا روی عرشه کشتی در بندر مبدأ (free on board) بدین معنی که در تمام طول سال، ارزش صادرات به استثناء هزینه حمل و بیمه محسوب می شود.

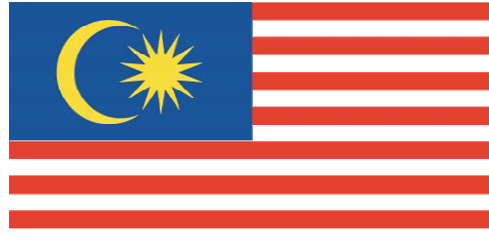
- صادرکننده همچنین می تواند چنین ماشین آلاتی را از هند بدون پرداخت عوارض و یا با پرداخت بخشی از عوارض تخفیفی فراهم کند.

مشوق های ویژه بنگاه های کوچک و متوسط هند

- وام به بنگاه های کوچک و متوسط جهت تامین مالی پروژه های جدید و گسترش و نوسازی و یا تامین مالی مجدد پروژه های موجود تا سقف 750 هزار روپیه بدون هر گونه ارزیابی مجدد.
- حمایت از بنگاه های کوچک و متوسط در بخش های صنایع دستی و روستایی تا سقف 50 هزار روپیه و با نرخ کمتر از 10 درصد و بدون دریافت عوارض مربوطه و وثیقه ملکی و با دوره بازگشت طولانی مدت.
- تا سقف 100 هزار روپیه وام به تمام بنگاه های کوچک و متوسط توسط شرکت های مالی ایالتی با نرخ بهره پایین داده می شود.
- خرید استیجاری ماشین آلات لازم توسط سازمان صنایع ملی کوچک هند.
- آموزش کارآفرینی در تمام سطوح و مناطق مختلف شهری و روستایی.
- شرایط آسان اخذ پروانه کسب و برداشتن محدودیت های مالی و سرمایه گذاری.
- تسهیل مشارکت فعال بنگاه های عضو در صادرات و واردات بین المللی.
- تشویق بنگاه های عضو به فعالیت در قالب پیمانکاری های جزء.

- تهیه اطلاعات لازم برای صادرات و واردات از طریق اینترنت و مکاتبه با سفارتخانه ها.
- مشاوره بازاریابی از طریق تجارت الکترونیکی.
- انتقال فناوری.
- مشاوره های مدیریتی.
- مشارکت اعضاء در نمایشگاه های بازرگانی.
- فراهم کردن زمینه دیدار با هیئت های اعزامی سایر کشورها.

مالزی



تهیه کنندگان :
محمد رضا ایزدیان
بهروز عصمتی

در زمینه کمک به توسعه صادرات از نظر بازرگانی اقداماتی به شرح زیر صورت گرفته است:

- در وزارت بازرگانی، بخشی به عنوان بازرگانی خارجی و منحصراً در زمینه صادرات صنعتی تاسیس گردید که مسئولیت اصلی آن کمک و راهنمایی به صنعت برای ورود به بازارهای خارجی است. این بخش با تولید کنندگان و صادرکنندگان در مشاوره بوده و در صورت بروز مشکلاتی در صادرات، به آنها کمک می کند. اداره و مدیریت مزبور به طور مستمر اطلاعات به هنگام و تازه بازارها را جمع آوری و در اختیار افراد علاقه مند قرار می دهد. همچنین اطلاعات در واحد اطلاعات تجاری ذخیره می شود تا همیشه در دسترس صنایع و بازرگانان باشد.
- وزارت بازرگانی برای گسترش صادرات اقدام به ایجاد دفاتر دائمی در مراکز مهم تجاری دنیا کرده که تعداد آنها از 30 دفتر تجاوز نموده است. خدمات این دفاتر در اختیار تولیدکنندگان و صادرکنندگان است.
- اقدام دیگر انتخاب تعرفه های ترجیحی در مورد اعضای اتحادیه آ.سه. آن بوده است. این اقدام علاوه بر اینکه محدودیت واردات به این کشور را کاهش داده است موجب افزایش صادرات به کشورهای عضو آ.سه. آن نیز شده است جمع اقلامی که مشمول تعرفه ترجیحی شده اند از 8000 قلم تجاوز می کند این اقدام سیاستی در جهت لیبرالیزه کردن و آزاد سازی نظام واردات به منظور توسعه صادرات و تولید کالاهای صادراتی به عمل آمده است.
- سازمان هایی اختصاصی در بخش های مختلف اقتصاد برای بازاریابی حمایت از صادرات تشکیل گردیده تا در زمینه صادراتی کردن فرآورده ها کمک به مقدمات ساخت و زیر بناهای لازم برای مبادلات تجاری، فعالیت نمایند. از جمله این سازمان ها می توان به «سازمان مالزیایی بازاریابی کشاورزی» «سازمان مالزیایی صنایع غذایی»، «هیئت بازاریابی صنایع الوار و چوب» «سازمان بیمه اعتباری صادرات مالزی» اشاره نمود.
- توسعه خدمات بانکی چه با افزایش تعداد بانک های داخلی و چه با تاسیس بانک های خارجی پیش فرض بهبود ارتباطات مالی و تجاری داخلی و خارجی در مالزی قلمداد شده است، به نحوی که بانک های متعددی در داخل کشور صرفاً برای انجام امور بازرگانی ایجاد شده اند که از جمله آنها می توان به بانک تجارت، بانک توسعه تجارت و بانک تجاری بین المللی آسیایی اشاره کرد.

علاوه بر آن بانک هایی از کشورهای خارجی مانند بانک هلند، بانک آمریکا، بانک توکیو، بانک چیس مانهاتان، بانک های چونگ خیو و پونیون بانک (سنگاپور)، دوج بانک آسیا (از آلمان)، شانگهای بانک (از هنگ کنگ) در مالزی تاسیس شده و فعال هستند و انتقال وجوه را بین مشتریان خارجی مالزی تسهیل می نمایند.

دو انجمن بانکداری به نام انجمن بانک های مالزی و انستیتو بانکداران نیز برای تنظیم و هماهنگی امور بانکی تشکیل شده است.

مشوق های ویژه بنگاه های کوچک و متوسط مالزی

- آموزش کارآفرینی و تربیت نیروهای انسانی مورد نیاز
- راه اندازی واحدهای تحقیق و توسعه (R&D) در بنگاه های کوچک و متوسط و ترغیب این بنگاه ها به استفاده علمی از فرایند تحقیق و توسعه.
- فراهم کردن امکانات زیربنایی که متضمن رشد سریع و پایدار بنگاه های کوچک و متوسط باشد.
- انجام حمایت های مالی.
- تدریس کارآفرینی در کلیه مدارس مقطع متوسطه در دبیرستان های کشور مالزی.
- آموزش و تامین نیازهای اطلاعاتی (گردآوری و تدوین اطلاعات مورد نیاز واحدها به صورت اوراق اطلاعاتی که در براساس نوع فعالیت های آنها در اختیارشان قرار می گیرد).
- آموزش دانستنی های مدیریتی و شغلی از طریق آموزش از راه دور.
- حمایت های مالی در کشور مالزی به این صورت است که فقط به بنگاه ها و صنایعی کمک مالی می شود که تاثیرگذاری مثبت عملکرد آنها ثابت شود و بتوانند قدرت رقابت خود را افزایش دهند و اثرات مثبتی بر اقتصاد ملی و درآمدهای ارزی کشور بگذارند مانند: صنایع ساخت لوازم آزمایشگاهی، کامپیوتر و قطعات کامپیوتری، قطعات خودرو، موتناژ الکترو مکانیکی و ...
- ارایه خدمات مشاوره ای و تامین کارشناسان و متخصصان مورد نیاز بنگاه های کوچک و متوسط.
- ایجاد یک نظام منسجم و مطلوب برای ایجاد ارتباط بین صنایع بزرگ این کشور با بنگاه های کوچک و متوسط با کمک دولت.

تایلند



تهیه کنندگان:

1- محمد علمی

2- محمدرضا ایزدیان

3- بهروز عصمتی

برخی از راهبردهای توسعه صادرات صنعتی تایلند به شرح ذیل اند:

توجه و اهمیت بخشیدن به سرمایه گذاری، خواه از طریق «گسترش سرمایه گذاری های داخلی» و یا «جلب سرمایه های خارجی» و توجه به صادرات یکی از محورهای عمده در برنامه ریزی ها بوده است.

سیاست گذاری های مورد توجه در هر یک از بخش های فوق عبارت بوده اند از:

در جهت گسترش سرمایه داخلی اقدامات زیر صورت گرفته است:

- ایجاد زمینه های مساعد برای انتشار سهام بطور وسیع.
- کامپیوتری کردن سهام تجاری در چند برنامه سرمایه گذاری تکنولوژیکی.
- قبول مسئولیت های بیشتر توسط دولت در معاملات مالی تا اعتماد و اطمینان جامعه نسبت به کاهش خطرات سرمایه گذاری جلب گردد.
- کاهش بهره داخلی و افزایش وام دهی به بخش خصوصی.
- فعال کردن بازارهای سرمایه به نحوی که مبادلات سهام روزانه به حدود 1/2 میلیارد دلار رسیده است.

درباره جذب سرمایه گذاری خارجی نیز این سیاست ها اعمال شده است:

- حذف تدریجی محدودیت مالکیت خارجیان در سرمایه شرکت ها و نگاه های اقتصادی و از بین بردن کامل آن از اواخر دهه 1980.
- تغییرات و اصلاحات در قوانین و مقررات در جهت نظارت کلی به جای دخالت در زمینه های معاملات سرمایه .
- اعطای ویزای به سرمایه گذاران خارجی برای تردد آسان و مکرر به کشور تایلند.
- کاهش مالیات بر درآمد شرکت های خارجی از 30 درصد به 10 درصد.
- تضمین موسسات مالی خارجی به وسیله بانک های داخلی و خارجی. گزینش این تسهیلات و سیاست ها موجب شد که سرمایه گذاری خارجی در تایلند تشویق شده و افزایش یابد، گرچه میزان آن قابل مقایسه با کشورهای سنگاپور، تایوان و کره نیست. تایلند با اعمال اینگونه سیاست ها توانست

سرمایه گذاران کشور ژاپن و آمریکا و سنگاپور را به سرمایه گذاری و تامین مالی در تایلند ترغیب نماید. نمونه برجسته سرمایه گذاری خارجی در تایلند تشکیل شبکه ارتباطات و الکترونیک تایلند و وسایل گیرنده امواج ماهواره ای است که تحت نام شیناترا تاسیس گردیده و فعالیت می کند. قصد این شرکت گسترش بازار خود در جنوب چین، ژاپن، کره، تایوان، هنگ کنگ، مالزی، سنگاپور و اندونزی غربی است. مالکیت این شرکت مشترکاً متعلق به سنگاپور، ایالات متحده و بانک سیام (بانک تایلندی) است.

- تایلند برای تولید بهتر و حضور در بازارهای جهانی، مدل ژاپن را در مدیریت به کار برده و سعی کرده است که با گسترش آموزش های حرفه ای در بنگاه ها، توسعه بیمه پزشکی کارگران، تقلیل روزهای کار هفته به پنج روز، خرسندی کارکنان را تامین نماید و در کنار آن به نوآوری تکنولوژی به عنوان کلید موفقیت نگریسته است و مخترعان و مبتکران را به طرز شگفت آوری مورد تشویق و تقدیر قرار می دهد.

- سیاست دیگر تایلند وفاق و همسویی با دیگر کشورهای جنوب شرقی آسیا است. در محور این سیاست رهبری ژاپن به عنوان شریک اصلی تجاری و منبع مهم تکنولوژی و مرکزی برای کمک دو جانبه در پروژه ها مورد پذیرش قرار گرفته است. روابط بین کشورهای منطقه ناشی از مزایای همسایگی، شباهت بسیار در فرهنگ و عادات و بالاخره روابط خانوادگی است که ارتباط بین این کشورها - به ویژه کشورهای عضو آ.سه. آن - را تحکیم بخشیده است. کشور تایلند بر پایه همین سیاست عضویت اتحادیه های مختلفی - چه اقتصادی و چه سیاسی - را پذیرفته و در آنها نقش فعالی را ایفا می کند.

- در زمینه مقررات زدایی و کوتاه کردن مراحل مربوط به خدمات دولتی تایلند کوشش فراوانی کرده است. رئیس اتاق بازرگانی تایلند به مناسبتی گفته بود که کشور تایلند با مشکل فرآیند گشایش اعتبار مواجه است زیرا این مرحله بین 5 تا 6 ساعت به طول می انجامد و دولت درصدد آن است که آنرا به 2 ساعت تقلیل دهد.

در زمینه صادرات و تشویق و توسعه آن اقدامات زیر صورت گرفته است:

- اعطای اعتبارات میان مدت و بلند مدت به تولید کنندگان صنعتی، به ویژه صادر کنندگان این کالاها توسط بانک های داخلی.

- تشکیل سازمان های مختلف صادراتی مانند سازمان مرکزی بازاریابی شکر.

- ایجاد تسهیلات برای استفاده از منابع مالی خارجی برای خرید ماشین الات صنعتی، صادراتی.
- اعطای جایزه و پاداش برای عملکرد صادراتی برحسب حجم و میزان صادرات و نوع کالاهای صادراتی.
- مذاکره و تفاهم با کشورهای منطقه به منظور کاهش محدودیت های گمرکی برای ورود و صدور کالاها بین کشورها.
- معافیت مالیاتی بر درآمد های صادراتی تا سقف معین.
- معافیت از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی مواد خام و کالاهای واسطه ای وارداتی که در تولید کالاهای صادراتی به کار می روند.
- حمایت کامل از سرمایه گذاری خارجی جهت ایجاد کارخانه و مراکز تولید محصولات صادراتی تا میزان 100 درصد مالکیت شرکت ها.
- کمک به صادرکنندگان در زمینه تامین هزینه های بازاریابی و تبلیغات.
- تجهیز نمایندگی های تایلند در خارج از کشور برای کمک به صادرات و جمع آوری اطلاعات. در واقع تایلند از دیپلماسی برای ایجاد همکاری ها و توسعه اقتصادی خود سود می جوید.
- هدایت سرمایه گذاران تایلندی برای سرمایه گذاری در کشورهای هندوستان و چین و ایجاد پایگاه های تولیدی در این کشورها .
- بسط و توسعه روابط سیاسی و تجاری با دیگر کشورهای جهان (علاوه بر آمریکا-ژاپن، چین و روسیه) برای انجام مبادلات تهاتری و فروش برنج .
- ایجاد شکل ها و اتحادیه های صنعتی و صادراتی همراه با تاسیس شرکت های بزرگ صادراتی - صنعتی. به عبارت دیگر استفاده از بخش خصوصی و توانائی های آن برای توسعه صادرات از اهداف و سیاست های مهم دولت تایلند است. از جمله شکل های تجاری می توان به انجمن صادرکنندگان برنج تایلند، فدراسیون صنایع تایلند، انجمن تولیدکنندگان مواد غذایی و صادرکنندگان ذرت، انجمن کانوچوی تایلند، انجمن ابریشم تایلند، انجمن تاپوکای تجاری ژاپن و انجمن صادرکنندگان لاستیک تایلند اشاره کرد.
- تاسیس صندوق های تخصیص مالی جهت حمایت از صادرات و پروژه های عظیم صنعتی برای صدور کالاها و تضمین و بیمه نوسانات ارزی.

مشوق‌های ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط تا بلند

- تقویت سرمایه به وسیله اداره سرمایه‌گذاری‌های خارجی.
- توسعه اعتباری و ضمانت سرمایه بنگاه‌های کوچک و متوسط، توسط شرکت‌های دولتی مختلف.
- ارائه آموزش‌های تکنیکی و مشاوره‌ای به بنگاه‌های کوچک و متوسط.

چین



تہیہ کنندہ:

سید حسین میر سراجی

مشوق ها و حمایت های صادراتی در چین

1) سیاست کلی دولت چین در راستای حمایت و تشویق از امرتولید به ویژه تولیدات صادراتی

تدوین گردیده است .

2) هزینه برق مصرفی برای کارخانجات از هزینه برق مصرف خانگی ارزانتر است .

3) دولت چین تا پنجاه درصد هزینه حق بیمه کارگران را می پردازد.

4) نرخ پرداخت مالیات برای کارخانجات در کمترین حد خود قرار دارد .

5) تعرفه واردات مواد اولیه کارخانجات پایین است .

6) سیاست دولت بر این است که هزینه های تولید کالا در سطح نازل حفظ شوند.

7) سرمایه گذاران خارجی چنانچه نسبت به احداث واحد تولیدی در کشور چین اقدام نمایند تا

پنجاه سال از پرداخت مالیات معاف خواهند بود.

8) اعطاء تسهیلات بانکی با نرخ 5 درصد به کارخانجات که این میزان هشتاد درصد

نیاز کارخانجات را برآورده می کند وام های مزبور حداکثر زمانی یک ماه در اختیار مدیران

کارخانجات قرار می دهند.

9) فرهنگ احترام به بازرگانان و سرمایه گذاران خارجی در چین توسعه و فراگیر شده است.

10) سیاست جدید چین بر کاهش مالیات صادرات می باشد تا بدینوسیله ساختار توان مالی

شرکت ها و بنگاه های صادراتی را تقویت گردد.

11) به صادرکنندگان در ازای صادراتی که انجام می دهند براساس ارزش صادرات 5 تا 20 درصد

یارانه تعلق می گیرد.

12) از سیاست های دیگر دولت چین پرداخت مابه التفاوت نرخ ارز این سیاست ها تا سال 2007

ادامه خواهد داشت .

13) استرداد مالیات پرداخت شده (TAX REFUND) کارخانجات درمقابل صادراتی که انجام

داده اند برحسب فرمولی که بکار گرفته می شود مالیات پرداختی را بازپس می گیرند.

14) برای هرکشوری تعرفه خاصی در نظر گرفته می شود، به عنوان مثال اگر کارخانه ایی لنت

تولید می کند و به کشوری صادر می کند از جهت اینکه توان رقابت را داشته باشد و سهم بازار

آن کالا را حفظ نمایند . مابه التفاوتی به صادرکننده پرداخت می شود تا کالا با قیمت مناسبتری

به بازار هدف صادر گردد. طبیعتاً این روش برای مدت محدودی انجام می پذیرد تا آن کالا در

بازار مصرف جایگاه خاص خودش را پیدا کند.

15) در مواردی که احتمال ورشکستگی واحد تولیدی وجود دارد. ظرف حداکثر هفت روز تسهیلات

لازم با بهره کم به منظور احیا فعالیت های تولیدی به کارفرما پرداخت می شود.

سیستم های تشویق صادرات در کشورهای عضو اسکاپ

مهمترین سیستم های تشویق صادرات در کشورهای تحت بررسی ESCAP (چین، هند، اندونزی،

مالزی، فیلیپین، نپال، کره جنوبی، بنگلادش، هنگ‌کنگ) تا قبل از تأسیس WTO به شرح زیر بوده است:

1) ایجاد شرایطی که صادرکنندگان یا تولیدکنندگان کالاهای صادراتی قادر بوده اند مواد اولیه،

تجهیزات و به‌طور کلی کالاهای وارداتی مورد مصرف در ساخت کالاهای صادراتی را به قیمت های

بین‌المللی دریافت نمایند. (به منظور تحقق این هدف کلیه حقوق گمرکی، عوارض یا مالیات های

مستقیم و غیرمستقیمی که به اقلام مورد مصرف در ساخت کالاهای صادراتی تعلق گرفته است به آنها

بازگردانده شده است. این روش اصطلاحاً DUTY REBATE یا DUTY DRAWBACK

نامیده می‌شود. از آنجا که طولانی شدن فرآیند بازپرداخت حقوق گمرکی در اغلب موارد موجبات

راکد ماندن سرمایه در گردش واحدهای تولیدی - صادراتی را فراهم می‌کند در اغلب کشورهای

حوزه آسیا - پاسیفیک انبارهای زیر کلید گمرک CUSTOMS - BONDED WAREHOUSES

وجود دارد که واحدهای تولیدی مواد، قطعات و کالاهای واسطه‌ای مورد مصرف در ساخت

کالاهای صادراتی را بدون پرداخت حقوق گمرکی در آنها نگاهداری می‌کنند).

2) سنگاپور و منطقه اداری ویژه هنگ‌کنگ دارای اقتصادهای کاملاً باز هستند و به استثنای معدودی از

اقلام (الکل، دخانیات، مواد آرایشی، فرآورده‌های نفتی و اتومبیل) واردات همه کالاها را آزاد اعلام

کرده و هیچ نوع حقوق گمرکی از واردات اخذ نمی‌کنند.

3) در کشور کره جنوبی صادرکنندگان کالا کاملاً آزادند که نیازهای وارداتی خود را از داخل یا خارج

تهیه کنند. اگر به جای واردات از کالاهای ساخت داخل استفاده کنند معادل حقوق گمرکی تعلق

گرفته به واردات به آنان سوپسید یا یارانه پرداخت شده است. (تا قبل از سال 1995)

4) در اغلب کشورهای آسیای جنوبی و جنوب شرقی مشوق های مالی و مالیاتی نقش مهمی در توسعه

صادرات ایفا می‌کنند. این مشوق ها عبارتند از:

الف) معافیت درآمدهای حاصل از صدور کالا از پرداخت عوارض و مالیات بردرآمد.

ب) اعطای جایزه صدور متناسب با ارزش افزوده داخلی کالاهای صادراتی .

پ) استهلاک زودرس ماشین‌آلات به کار رفته در ساخت کالاهای صادراتی.

بر مبنای این روش که اصطلاحاً ACCELERATED DEPRECIATION ALLOWANCE

نامیده می‌شود. دولت، عمر ماشین‌آلات صنایع شاغل در بخش صادرات را کمتر از زمان واقعی استهلاک این ماشین‌آلات منظور می‌کند به گونه‌ای که ارزش دفتری این ماشین‌آلات فرضاً در یک دوره سه یا پنج ساله به صفر می‌رسد درحالی‌که ماشین‌آلات مزبور حداقل هفت یا ده سال دیگر همچنان به تولید کالاهای صادراتی اشتغال خواهند داشت.

(ت) اعطای مشوقهای خاص برای شرکتهایی که به بازاریابی برون‌مرزی مبادرت می‌کنند از طریق روش DTD¹ که بعداً به آن اشاره خواهد شد.

(ث) اعطای معافیت مالیاتی درازمدت پنج تا ده ساله به شرکتهای صادراتی از زمان آغاز بهره‌برداری.

(د) تضمین درآمدهای صادراتی از طریق تحت پوشش درآوردن کلیه خطراتی که این درآمدها را تهدید می‌کنند از جمله خطرات ناشی از نوسان نرخ ارز در قراردادهای درازمدت².

(ج) تأسیس مالی صادرات با شرایط ساده و با نرخهای نازل.

(کشور تایلند در دهه گذشته که نرخ بهره بین‌المللی بالا بود اعتباراتی با نرخ 5٪ در اختیار بانکهای

بازرگانی قرار می‌داد و این بانکها با 2٪ کارمزد آن را با سود 7٪ در اختیار صادرکنندگان قرار می‌دادند.

در کشور چین طی دو دهه گذشته نرخ بهره اعتبارات صادراتی کوتاه مدت 5/4 درصد و اعتبارات

درازمدت 6/8 درصد بوده است).

1 - DOUBLE TAX DEDUCTIONS

2. در برخی از کشورهای آسیایی حوزه فعالیت موسسات تضمین صادرات بسیار گسترده است و همه خطرات مرتبط با صادرات و درآمدهای ناشی از آن را تحت پوشش قرار می‌دهند این موسسات غالباً تضمین اعتبارات اعطایی به بخش صادرات و تأمین مالی مجدد آنرا نیز عهده‌دار هستند. در کشورهایی نظیر سنگاپور، شرکتهای فراملیتی (MNCS) از طریق بانکهای بین‌المللی کلیه دادوستدهای برون مرزی شرکتهای تابعه خود را تأمین مالی می‌کنند و گستره فعالیت آنها فراتر از مرزهای ملی است.

در اغلب کشورهای نو صنعتی و صادرات‌گرای آسیا سیستم تأمین مالی مجدد صادرات

RE – FINANCING توسط بانک‌های مرکزی اعمال می‌شود و بانک مرکزی بخش عمده‌ای از

تسهیلات اعطایی شبکه بانکی به بخش خصوصی را با نرخ‌های یارانه‌ای به آنها مسترد می‌کند.

5) اتخاذ سیاست‌های ارزی خاص در رابطه با بخش صادرات نیز در ترغیب صادرکنندگان به تداوم

فعالیت‌های صادراتی تأثیرگذار بوده است. هدف از اتخاذ چنین خط‌مشی‌هایی مقابله با تورم و

کاهش هزینه تولید کالاهای صادراتی بوده است. عدم ثبات نرخ ارز و تزلزل آن غالباً هزینه‌های

تولید کالاهای صادراتی را افزایش می‌دهد در مواردی که صادرات تنها بخشی از فعالیت‌های یک

واحد تولیدی را تشکیل می‌دهد تثبیت نرخ ارز یا ثبات نسبی آن به مراتب کارسازتر از تضعیف نرخ

ارز است که فقط در کوتاه مدت در رقابتی‌تر کردن تولید تأثیرگذار است.

همه کشورهای آسیایی که مورد مطالعه کارشناسان **ESCAP** در دهه گذشته قرار گرفته‌اند از

خط‌مشی‌هایی پیروی کرده‌اند که به موجب آن صادرکنندگان یا واحدهای تولیدی علاقه مند به صادرات

از لحاظ تأمین نیازهای ارزی خود در این بخش با مشکل حادی روبه‌رو نبوده‌اند. برای نمونه یادآور

می‌شود که:

الف) در کشور چین روش‌هایی مورد عمل است که براساس آن صادرکنندگان مجازند بخشی از درآمدهای

ارزی خود را برای تأمین مواد اولیه یا کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای وارداتی نزد خود نگهداری نمایند.

ب) در کشور هند صادرکنندگان ملزمند تنها 40 درصد درآمدهای صادراتی خود را به نرخ رسمی به دولت

بفروشند و 60 درصد بقیه را می‌توانند در بازار به فروش برسانند. نگهداری 15٪ از رقم اخیر در

حساب‌های ارزی صادرکنندگان بلامانع است.

پ) در اندونزی و پاکستان هیچ نوع مقرراتی برای کنترل ارز وجود ندارد.

ت) در کشور فیلیپین در سال‌هایی که محدودیت ارزی وجود داشت صادرکنندگان مجاز به نگهداری 40٪

درآمد ارزی خود در حساب‌های سپرده ارزی بودند.

ث) در کشور سری لانکا نیز هیچ گونه مقررات محدود کننده ارزی برای صادرکنندگان وجود ندارد.

ج) کشور کره جنوبی در سال های دهه 1980 به کرات از خط مشی تضعیف پول ملی برای کمک به صادرات استفاده کرده است.

6) علاوه بر موارد یاد شده کشورهای حوزه "اسکاپ" از طریق ایجاد "مناطق آزاد تجاری"، "مناطق پردازش صادرات"، "مناطق ویژه اقتصادی"، "اعطای امتیازات خاص به سرمایه گذارانی که در صنایع صادراتی سرمایه گذاری کرده اند، اولویت قائل شدن برای حمل کالاهای صادراتی، تربیت نیروی متخصص برای بخش صادرات، تأمین بخشی از هزینه های بازاریابی بخش خصوصی و نظایر آنها موجبات توسعه صادرات خود را فراهم کرده اند.

فصل سوم

حمایت‌ها و مشوق‌های صادراتی در سه کشور اروپایی

(ترکیه، ایرلند و اسپانیا)

ترکیہ



تہیہ کنندگان:

1- محمد علمی

2- اسماعیل بصیرزادہ

سیستم های تشویق صادرات ترکیه

کشور ترکیه از سال 1980 استراتژی توسعه صادرات را به مرحله اجرا درآورده است. هدف این

استراتژی عبارتست از ایجاد یک ساختار اقتصادی برون‌گرا در چارچوب اقتصاد بازار، به گونه ای که بتواند در مسیر جهانی شدن گام بردارد.

بر پایه استراتژی مزبور ترکیه مجموعه ای از سیستم های تشویق صادرات را طراحی کرده و صادرات

خود را به مقیاس وسیعی افزایش داده است. مهمترین سیستم های تشویق صادرات ترکیه عبارت بودند از:

- معافیت شرکت های صادراتی از پرداخت مالیات بر شرکت.
 - استرداد مالیات های پرداختی.
 - اعطای جایزه از صندوق حمایت صادرات. EXPORT SUPPORT FUND.
 - اعطای کمک از صندوق حمایت و تثبیت قیمت ها (SUPPORT AND STABILIZATION FUND).
- از سال 1987 با تأسیس "بانک صادرات و واردات ترکیه" TURK EXIMBANK حمایت های صادراتی وارد مرحله جدیدی شد زیرا اجرای برنامه های گسترده تسهیلات اعتباری و تضمین صادرات به تقویت هر چه بیشتر توانمندیهای صادراتی شرکت های ترک در بازارهای بین‌المللی کمک کرد. (مشروح فعالیت های انجمن بانک ترکیه در دنباله مطلب خواهد آمد).

در سال های دهه 1990 ترکیه به موازات تعهدات خود در قبال سازمان جهانی تجارت، در برنامه های

تشویق صادرات تجدید نظر کرد.

ورود ترکیه به "اتحادیه گمرکی اروپا" از تاریخ اول ژانویه 1996 این کشور را ملزم کرد که

استراتژی توسعه تجارت خارجی خود را با کشورهای عضو جامعه اروپا هماهنگ سازد و در سیستم

مشوق های خود تغییراتی ایجاد نماید.

کشور ترکیه در سال های اخیر در مقابله با تورم به موفقیت های غیر قابل تصویری دست یافته است که ضرورت پرداخت جایزه و سایر کمک ها را به بخش های تولیدی و صادراتی این کشور کاملاً منتفی می سازد. میانگین نرخ تورم در ترکیه از رقم 29/7 درصد در سال 2003 به کمتر از 4 درصد در سال 2004 تقلیل یافته است.

اطلاعات جدیدی در مورد جوایز نقدی ترکیه در سال های اخیر انتشار نیافته است اما ترکیه اعطای جایزه نقدی به محصولات کشاورزی خود را - همچون سایر کشورهای صنعتی - انکار نمی کند و در حال حاضر گندم و شکر مهمترین کالای صادراتی مشمول جایزه در ترکیه محسوب می شوند و پایین تر از قیمت تمام شده به بازارهای بین المللی صادر می شوند.

بر طبق بررسی های انجام شده توسط کشورهای رقیب ترکیه، در صدور محصولات کشاورزی میزان جوایز صادراتی ترکیه از 10 تا 20 درصد ارزش صادرات این کالاها را در بر می گیرد و ترکیه در سال گذشته حداقل به 16 قلم کالای کشاورزی یا محصولات صنعتی ساخته شده از این کالاها که اهمیت صادراتی داشته اند جایزه پرداخت کرده است.

مشوق های مربوط به بازپرداخت حقوق گمرکی، اعتبارات صادراتی ارزان بهره اگزیم بانک ترکیه (EXIMBANK) تضمین درآمدهای صادراتی و نظایر آن همچنان در ترکیه برقرار است اما فعالیت های صندوق تثبیت قیمت ها که مابه التفاوت قیمت تمام شده کالاهای صادراتی منتخب را با قیمت های بین المللی - به سبب تورم بالای ترکیه در سال های گذشته - جبران می کرد متوقف شده است.

مطلبی که در پی خواهد آمد گزارشی است که توسط اداره کل بازرگانی اروپا و آمریکا از بانک ترکیه ای «ترک اگزیم بانک» تهیه شده است.

اگزیم بانک ترکیه

در اینجا لازم است توضیحاتی درباره این بانک و وظایف آن و نحوه کار و تاثیر آن بر صادرات ترکیه برای خواننده این مطلب داده شود تا کاملاً از سیستم اجرایی این سازمان و به نوعی بانک آگاه گردد.

در ترکیه، ترک اگزیم بانک به مانند سازمان توسعه تجارت ایران یکی از متولیان اصلی افزایش صادرات بوده، با این تفاوت که این سازمان یا بانک، سازمان اعتباریست که از پشتوانه قوی مالی برخوردار است.

ترک اگزیم بانک موسسه توسعه تجارتی است که با هماهنگی مرکز توسعه صادرات آن کشور فعالیت می کند و در آن بخشی بنام تامین اعتبارات مالی وجود دارد که خود علاوه بر سیاست گذاری در امر صادرات و همچنین دخالت در تبیین سیاست گذاری های کلان ترکیه، مجری آن نیز می باشد، و با توجه به داشتن منابع متعدد مالی، پرداخت کننده تسهیلات مالی طرح های صادراتی و همچنین سرمایه های در گردش صادرکنندگان نیز می باشد و در عرصه خارجی به شدت از صادرکنندگان ترکیه ای و محصولات آنها به صورت دیپلماتیک و مالی حمایت می کند و البته این دلیلی است که این سازمان مالی و تجاری را از دیگر سازمان های توسعه تجارت جهان متمایز کرده است. در صورتی که سازمان توسعه تجارت ایران نیز بتواند خود اعتبارات مالی را با توجه به برنامه ها و سیاست گذاری های انجام گرفته به صادرکنندگان پرداخت کند و خود مشوق تولید هدفمند در ایران باشد، تحول اساسی در امر تولید و سرمایه گذاری و همچنین صادرات ایران صورت خواهد گرفت.

ترک اگزیم بانک، بانکی تماماً دولتی است که بزرگترین عامل دولت برای تشویق تولیدکنندگان و تجار ترک برای صادرات بوده و پیاده کننده استراتژی دولت ترکیه برای صادرات است و درحقیقت آژانس رسمی اعتباری برای صادرات ترکیه می باشد.

ترک اگزیم بانک، مسئولیت پشتیبانی از تجارت خارجی و پیمانکاران و سرمایه گذاران ترکیه را در خارج از این کشور برعهده دارد.

اهداف اصلی ترک اگزیم بانک، توسعه صادرات از طریق تنوع بخشی به کالاهای صادراتی و خدمات به وسیله افزایش سهم صادرکنندگان ترکیه در تجارت بین الملل است.

به دست آوردن بازارهای جدید برای کالاهای صادراتی سنتی و غیرسنتی و آماده کردن صادرکنندگان و پیمان کاران در کشورهای بیگانه با پشتیبانی مناسب برای رقابت با رقیبان و تضمین آنها در برابر خطرات و ریسک های منطقه ای در بازارهای خارجی از دیگر وظایف این بانک است. به این معنی که ترک اگزیم بانک برای توسعه صادرات، خدمات مالی ویژه ای را بواسطه انواع متنوع اعتبارات و برنامه های تضمینی و بیمه، ارائه می دهد.

بیشتر کشورهای توسعه یافته، آژانس های اعتباری صادراتی (ECA) **EXPORT CREDIT AGENCY** مشابه آنچه در ترکیه می بینیم (ترک اگزیم بانک)، برای توسعه صادرات خود دارند.

یک سیستم مالی صادرات باید در بحث نظری تلاش مشترک آژانس های اعتباری صادراتی رسمی (جهت ارائه برنامه های بیمه و تضمینی برای تسهیل صادرات) و بانک های بازرگانی تجارت از یک طرف و از طرف دیگر مسئولین اجرایی کشور باشد.

اما ترک اگزیم بانک روشی متفاوت دارد، که تنها در محدودی از ECA های جهان دیده می شود به این معنی که این بانک در فعالیت های مستقیم مالی (وام دادن) و نیز تضمین و برنامه های بیمه با کمک موسسات مشابه ترک اگزیم بانک، دخالت می کند.

روابط با دولت

این بانک صد درصد دولتی، در واقع موتور محرکه صادرات در ترکیه است، ترک اگزیم بانک همکاری بسیار تنگاتنگی با نهادهای مربوطه دولتی دارد. ترک اگزیم بانک از دهه 80 میلادی سیاست گذاری و اجرای برنامه های هدایت صادرات و استراتژی های صادراتی این کشور را در دولت های مختلف برعهده داشته است.

فعالیت های این بانک در چارچوب برنامه های پنج ساله توسعه و برنامه های سالیانه قرار دارد. برنامه های توسعه، استراتژی تجارت خارجی، توسعه صنعتی و روابط خارجی و دیگر سیاست های اقتصادی و اجتماعی کشور را مشخص می کنند.

نمایندگانی از ترک اگزیم بانک در مراحل مربوط به تهیه برنامه ها شرکت فعال دارند و در سیاست گذاری های تجارت خارجی ترکیه اعمال نظر می کنند دارند.

ترک اگزیم بانک با توجه به برنامه های سالیانه کشور، به شورای عالی مشورتی و کمیته هدایت اعتبارات که ریاست آن با نخست وزیر است در زمینه فعالیت های بانکی مربوطه و برنامه ها گزارش می دهد. این کمیته تعیین کننده حد بالای اعتبارات توسعه صادراتی توسط این بانک و تضمین منابع و بیمه معاملات است.

این کمیته هر سال یکبار تشکیل جلسه داده و اعضای هیات مدیره اگزیم بانک مجبور به شرکت در این جلسه و ارائه گزارشات هستند.

کمیته شامل اعضای زیر است: معاون سازمان برنامه ریزی دولتی، معاون خزانه داری، معاونت تجارت خارجی، معاون صنایع و تجارت، معاون وزیر اقتصاد و دارایی، رئیس بانک مرکزی ترکیه و رئیس و اعضای هیات مدیره بانک به همراه مدیر اجرایی آن.

ضمناً زیان های وارده به ترک اگزیم بانک در نتیجه عدم بازپرداخت اعتبارات، بیمه ها و ضمانت معاملات در نتیجه ریسک های سیاسی توسط خزانه داری ترکیه پوشش داده می شود.

منابع

منابع اصلی تامین مالی ترک اگزیم بانک، سرمایه مستقیم خزانه داری از طریق افزایش سرمایه و انتقال سرمایه های فراتر از بودجه و نیز استقراض از بانک های تجاری و بازارهای مالی بین المللی است. خزانه داری ترکیه تامین کننده سرمایه بانک است زیرا تنها سهامدار ترک اگزیم بانک می باشد. این کمک ها برای فعالیت های بانک و نگهداشتن سرمایه بانک در حد کافی، مصرف می شود.

سرمایه رسمی ترک اگزیم بانک **750** تریلیون لیره ترکیه است، که سرمایه پرداخت شده تا **31** دسامبر **2004**م، **658** تریلیون لیره ترکیه بوده است، خزانه داری ترکیه سرمایه اضافی را از منابع سرمایه ای به بانک تخصیص داده و اگر لازم باشد خزانه داری ترکیه تلاش های لازم را برای تضمین استقراض از منابع مالی خارجی برای ترک اگزیم بانک را انجام می دهد.

همانطوری که گفته شد آژانس رسمی اعتبارات صادراتی، ترک اگزیم بانک، مسئولیت حمایت از تجارت خارجی و سرمایه گذاران و پیمانکاران ترکیه ای در خارج از کشور و از طریق اعتبارات برنامه های بیمه و ضمانت ها را برعهده دارد. تدارک و پشتیبانی های مالی برای صادرکنندگان ترکیه در تحت ضوابط و شرایط یکسانی صورت می گیرد که رقبای تجاری شان در خارج از ترکیه از آنها برخوردارند؛ که البته بسیار حیاتی است نه تنها برای به دست آوردن بازارهای جدید برای صادرکنندگان ترکیه بلکه برای حفظ سهمشان در بازارهای سنتی. این از پایه های اساسی استراتژی ترک اگزیم بانک است که برنامه ریزی شده است.

از اهداف اصلی ترک اگزیم بانک افزایش رقابت پذیری صادرکنندگان ترکیه و پیمانکارانی است که در کشورهای خارجی فعالیت می کنند و نیز ایجاد فرصت هایی برای آنها برای دست آوردن بازارهای جدید، مخصوصاً در آسیای میانه و غرب آسیا، فدراسیون روسیه، اروپای غربی و کشورهای آفریقایی و اضافه برآن در کشورهای همسایه.

از 1980 میلادی تاکنون، یک استراتژی افزایش و هدایت صادرات توسط حکومت ها و دولت های پی در پی در چارچوب های تنظیم شده برنامه های سالانه و سیاست گذاری کلی حکومت پذیرفته شده است.

ترک اگزیم بانک وظیفه بسیار دشواری را در توسعه و پیاده سازی این استراتژی برعهده دارد و در واقع بازتاب سیاست های کلان دولت ترکیه، در کارهای اجرایی و فعالیت های ترک اگزیم بانک دیده

می شود. استراتژی خود ترک اگزیم بانک هم با برنامه های سالانه دولت هماهنگ است و مطابق سیاست های پولی و اقتصادی ترکیه تنظیم می گردد.

تکیه بر برنامه های غیرتقدیمی و برنامه های طولانی مدت

از خیلی قبل ترک اگزیم بانک به ناچار بر روی تامین مالی با شرایط طولانی مدت متمرکز شده بود کار مالی اصلی بانک، وام دادن به صادرکنندگان کوچک و متوسط و نیز شرکت هایی که اساس کار آنها بر تجارت خارجی استوار است و در حال گرفتن سهم مهمی از بازار هدف هستند می باشد با این حال سرانجام ترک اگزیم بانک قصد دارد اهمیت بیشتری را برای ضمانت نامه ها و بیمه نامه ها و پروژه های مالی و تجاری طولانی مدت قائل شود درحالی که تامین مالی پروژه های کوتاه مدت را به سیستم بانکی تجاری ترکیه محول کرده است.

ترک اگزیم بانک معتقد است که در نتیجه این برنامه ها انجام خدمات فنی و مهندسی در کشورهای خارجی و سرمایه گذاری در دیگر کشورها، افزایش زیادی در عواید ناشی از مبادلات خارجی نصیب کشور خواهد شد.

خط مشی و رفتار با منابع بانک های بازرگانی

سرمایه های ترک اگزیم بانک با استقراض از بانک های بازرگانی افزایش می یابد و همچنین ترک اگزیم بانک این توانایی را دارد که از مجراهای غیرمستقیم مثل ذخیره دیگر بانک های بازرگانی منابع مالی خود را تامین کند.

برنامه های تخفیفی از دیگر ابزارهای لازم جهت دست یافتن به این هدف است. به علاوه با دادن برنامه های ضمانتی به بانک های بازرگانی، ترک اگزیم بانک تلاش می کند بانک های دیگر را برای حمایت های مستقیم بانکی از صادرکنندگان تشویق کند.

افزایش تمرکز بر روی بنگاه های کوچک و متوسط

از اهداف ترک اگزیم بانک افزایش تمرکز بر روی برنامه های حمایتی از بنگاه های کوچک و متوسط است یک چنین بنگاه هایی نقش بسیار مهمی در استراتژی اقتصادی دولت بازی می کنند. مخصوصاً از زمان ایجاد اتحادیه گمرکی با اتحادیه اروپا. بنگاه های کوچک و متوسط (SMEs) همیشه تجربه دشواری در گذر کردن از شرایط سخت برای گرفتن وام ها در خاطر دارند. اما ترک اگزیم بانک با توجه به قراردادهای صادراتی به راحتی وام می دهد و می توان گفت بنگاه های کوچک و متوسط نقش برجسته ای در استراتژی ترک اگزیم بانک ایفا می کنند.

تمرکز بر روی همکاری های بین الملل

ترک اگزیم بانک بهبود روابط با دیگر آژانس های اعتباری و موسسات بین المللی مالی را جست و جو می کند. ترک اگزیم بانک همچنین به دنبال فرصت هایی است که با موسسات خارجی همکاری هایی در زمینه مالی برقرار کرده و پروژه هایی را با طرف خارجی در یک کشور ثالث انجام دهد. هنگامی که سیاست های کلی بانک شکل داده و پیاده سازی شد. ترک اگزیم بانک خود را با قوانین (WTO) سازمان تجارت جهانی، (OECD) سازمان همکاری های اقتصادی و توسعه، (EU) و اتحادیه برن تطبیق داد. علاوه بر این عناصر اصلی سیاست های بانک در زمینه اعتبارات میان و بلندمدت برای پیوستن ترکیه به اتحادیه اروپا، هماهنگ و آماده سازی شده است.

ساختار مالی

سود بیشتر اولین هدف ترک اگزیم بانک نیست بلکه توسعه حجم مبادلات ترک اگزیم بانک و تلاش در جهت یک ساختار مالی قدرتمند هدف اصلی این بانک است. در این زمینه، ترک اگزیم بانک معتقد است که آنچه که بسیار مهم است داشتن یک استراتژی موثر اجرایی و رویه های (روش های) کنترل ریسک اعتبارات، ریسک نقدینگی، ریسک بدهی ها و دارایی ها است.

فعالیت های ترک اگزیم بانک	مبالغ
وام های داده شده در سال 2004	3/4 میلیارد دلار
بیمه ها و ضمانت نامه های اقدام شده	3/6 میلیارد دلار
مجموع پشتیبانی های مالی به صورت وام و تهیه پوشش های بیمه و ضمانتنامه ها	6/9 میلیارد دلار (11 درصد از کل صادرات ترکیه)
ارزش مطالبات دریافت شده به صورت طولانی مدت	3/5 میلیون دلار
ارزش برگشت های (اصل و سود سرمایه) در سال 2004 بلند-میان-کوتاه مدت	0/6 میلیون دلار 3/3 میلیون دلار
سود حاصل از حق بیمه ها در سال 2004	14/3 میلیون دلار
سرمایه رسمی	750 تریلیون لیره ترکیه
مجموع دارایی ها	3/3 میلیارد دلار

اعتبارات

ترک اگزیم بانک از صادرکنندگان، تولیدکنندگان صادرکننده، سرمایه گذاران در خارج از ترکیه و شرکت هایی که تعهداتی در کشورهای خارجی دارند حمایت کرده و خدمات پولی کوتاه، میان و طولانی مدت نقدی و غیرنقدی را ارائه می دهد. علاوه بر این، صادرکنندگانی که این اعتبارات را دریافت کرده اند، در صورت افزایش مقدار صادرات و به دست آوردن بازارهای هدف و جدید، تخفیفات و تشویقاتی از طریق طولانی تر کردن بازپرداخت وام ها به آنها پرداخت می شود.

اعتبارات کوتاه مدت صادراتی

ترک اگزیم بانک، اعتبارات کوتاه مدت صادراتی را به صادرکنندگان و تولیدکنندگان صادرکننده برای برطرف کردن نیازهای مالی اختصاصی شان قبل از مرحله بارگیری ارائه کرده و این اعتبارات می تواند هم به لیره ترکیه باشد و یا با هر پول رایج خارجی دیگر، به صورت مستقیم از طریق خود ترک اگزیم بانک پرداخت گردد و یا به شکل غیرمستقیم از طریق بانک های بازرگانی مشخص شده اعطا گردد.

اعتبارات صادراتی قبل از حمل کالا

این یکی از برنامه های بزرگ بانک است. اعتبارات صادراتی قبل از حمل، اعتبارات کوتاه مدت هستند برای آسان سازی پوشش همه بخش ها و تدارک مالی برای صادرکنندگانی که می خواهند مراحل تولید را شروع کنند، اعتبارات به صورت لیر ترکیه و یا ارزهای خارجی و یا به واسطه بانک های دیگر تجاری ترکیه تامین می گردد.

بانک های تجاری مسئول ریسک های معمول طرح ها نیستند. ترک اگزیم بانک برای این منظور توانایی دارد که بار مسئولیت اجرایی آن را بر دوش بکشد و بدین وسیله تجارت را افزایش بدهد.

اعتبار صادراتی قبل از حمل لیره ترکیه

این برنامه به شرکت های تجارت خارجی، تولیدکنندگان، صادرکنندگان و تولیدکنندگان با هدف صادرات و بخش هایی که در مرحله اولیه تولید هستند تعلق می گیرد.

اعتبار صادراتی قبل از حمل به لیر ترکیه معمولاً 360 روز بوده و حداکثر تا 100 درصد کالای مورد نظر را تا زمان تحویل بر روی کشتی (FOB) تامین اعتبار می کند. نرخ بهره این نوع اعتبار براساس نرخ بهره در بازارهای پولی، دوره زمانی بازپرداخت و همچنین هزینه سرمایه گذاری تعیین می شود.

اعتباراتی که تحت این نام به شرکت های کوچک و متوسط داده می شود فقط به تولیدکنندگانی تعلق می گیرد که حداکثر 200 کارمند و سرمایه ثابت کمتر از 2 میلیون دلار داشته باشند. 30 درصد از اعتبار تخصیص داده شده باید قبلاً در یکی از بانک های تجاری سپرده گذاری شده باشد.

دیگر زیرمجموعه این برنامه (PSECE-TL)، به نام اولویت منطقه ای توسعه صادرات است که شامل 51 ناحیه در ترکیه می باشد که دولت ترکیه مساعدت هایی را برای تولیدات صادراتی در این مناطق به تولیدکنندگان ارائه می دهد. این نواحی بیشتر در شرق و جنوب شرقی ترکیه قرار دارند. هدف از این برنامه حمایت از این مناطق و نهایتاً حذف شکاف اقتصادی و اجتماعی است که بین مناطق توسعه یافته و این مناطق ایجاد شده است.

با وساطت بانک ها، اعتبار پرداختی از حداقل 5 تا حداکثر 25 درصد در این مناطق افزایش پیدا می کند و حداکثر زمان بازپرداخت 360 روزه است.

برنامه اعتبار صادراتی با ارز خارجی قبل از حمل

این اعتبارات به بخش هایی شامل شرکت های فعال در زمینه تجارت خارجی، تولیدکنندگان، صادرکنندگان و تولیدکنندگان اختصاصی برای صادرات، با ارزهای خارجی (دلار آمریکا، پوند استرلینگ، یورو و ین ژاپن) تا صد در صد هزینه ها و قیمت تمام شده محصول قبل از حمل کالا (FOB) ارائه می گردد و معمولاً 540 روزه است نرخ بهره بانکی در این سیستم براساس نرخ بهره در بازارهای مالی، دوره بازپرداخت و هزینه های سرمایه گذاری تعیین می گردد.

برنامه اعتباری کوتاه مدت صادراتی برای شرکت های تجارت خارجی

کمک به شرکت های بزرگ صادراتی برای رفع نیازهای مالی صادراتی. از اهداف اصلی این برنامه است. همه شرکت هایی که بخش تجارت خارجی دارند با مراجعه به دبیرخانه تجارت خارجی می توانند واجد شرایط اخذ وام با ارز داخلی یا ارزهای خارجی شوند. ترک اگزیم بانک به صورت مستقیم 100 درصد از تعهد صادراتی را تا قبل از حمل به صادرکنندگان پرداخت می کند و بازپرداخت آن 180 روزه می باشد.

اعتبار پیش صادراتی با ارز داخلی و ارزهای خارجی

این اعتبار به سهولت در اختیار تولیدکنندگان با هدف صادرات، تولیدکنندگان و صادرکنندگان قرار داده می شود و این فقط شامل شرکت های صادراتی نمی شود. هدف از این برنامه، افزایش رقابت پذیری صادرکنندگان در بازارهای بین المللی و پشتیبانی از پروژه های صادراتی در مراحل مقدماتی است.

این اعتبارات به صورت مستقیم از طریق ترک اگزیم بانک و با ارز داخلی و یا یورو، دلار، پوند و ین ژاپن پرداخت شده و تا صد در صد اعتبار تعهد صادراتی (FOB) را پوشش و تا 360 روز زمان بازپرداخت دارد و بهره بانکی نیز به مانند «اعتبارات صادراتی قبل از حمل» محاسبه می شود.

برنامه اعتبارات صادراتی برای بنگاه های کوچک و متوسط (SMEs)

این برنامه شامل تسهیل پرداخت اعتبارات به بنگاه های کوچک و متوسط با ارز داخلی و خارجی است و از آوریل 2003 آغاز شده است. هدف از این برنامه پشتیبانی مالی از این شرکت ها در مرحله آماده سازی کالا برای صادراتشان است. این اعتبار به صورت مستقیم توسط ترک اگزیم بانک، فقط به

بنگاه های کوچک و متوسط پرداخت شده و به مقدار **100** درصد کل هزینه آماده سازی محصول و تعهد صادراتی تا قبل از زمان حمل و مدت بازپرداخت آن **360** روزه بوده و ریسک اعتبار نمی تواند از **100** هزار دلار تجاوز کند و البته نرخ بهره آن کمتر از نرخ بهره در «اعتبارات صادراتی قبل از حمل» است که تاکنون از آن نام برده ایم.

برنامه اعتباری تخفیف صادراتی کوتاه مدت

این تسهیلات مالی بعد از حمل کالا به هدف افزایش رقابت پذیری صادرکنندگان ترکیه در بازارهای بین المللی با قادر ساختن آنها برای فروش کالاهای ترکیه ای با به تعویق انداختن مدت پرداخت ها و حذف ریسک ها است که موجب دلگرمی آنان برای ورود به بازارهای جدید و هدف می شود. این برنامه توسط سرمایه های تخصیص یافته به وسیله بانک مرکزی ترکیه اجرا می گردد.

بروات وصولی صرافان و یا اعتبارات اسنادی (LC) غیرقابل برگشت که توسط اگزیم بانک نرخ آن کاهش پیدا کرده است توسط بانک های تجاری ترتیب اثر داده می شود.

بروات تا **120** روزه توسط بانک مرکزی ترکیه قابل وصول بوده و توسط ترک اگزیم بانک تا **180** روز قابل تمدید است.

برنامه اعتباری خاص

برنامه اعتباری خاص در معاملات صادراتی شامل خدمات دهی به بعضی از صنایع به کار می رود که نمی توان آنها را در زیر پوشش اعتبارات ضمانت های استاندارد قرار داد.

برنامه اعتباری برای سرمایه گذاری در ایجاد فروشگاه های زنجیره ای در خارج

هدف از این برنامه پشتیبانی مستقیم فروش کالاهای مصرفی با برند ترکیه در بازارهای جهانی و کسب کردن شهرت برای مارک های ترکیه و ترویج کالاهای با طرح و ساخت ترکیه در کشورهای دیگر است.

در این برنامه، ترک اگزیم بانک، حمایت هایی را برای سرمایه گذاری در خارج از ترکیه برای کسانی که قصد دارند مراکز فروش و فروشگاه های زنجیره ای را به منظور فروش کالاهای ترکیه ای در همه زمینه ها ایجاد کنند ارائه می دهد.

موسسین فروشگاه ها که از این برنامه سود می برند می توانند با استفاده از اعتبارات کوتاه مدت بانک به خرید کالاهای ترکیه ای به منظور فروش آنها در فروشگاه های خود بپردازند.

اعتبارات در نظر گرفته شده در این برنامه برای هفت سال ضمانت می گردد. نرخ بهره آن توسط ترک اگزیم بانک بر مبنای پروژه تعیین می گردد و حداکثر تا مین اعتبار نیز به اندازه 85 درصد کل سرمایه گذاری می باشد.

برنامه ویژه اعتبارات صادراتی

این برنامه به درخواست های معینی که در استانداردهای اعتبارات ترک اگزیم بانک نیست پاسخ می دهد. این تسهیلات مالی به صورت میان مدت و تا قبل از حمل کالا می باشد که تولیدکنندگان و صادرکنندگان و پیمانکاران پروژه هایی را در برمی گیرد که باعث جذب ارز خارجی به ترکیه می گردند. در این برنامه، ترک اگزیم بانک از شرکت هایی که محصولات با ارزش افزوده بالا تولید و صادر می کنند حمایت کرده و از صنایع با فن آوری بالا به شدت حمایت می کند.

با این برنامه، صادرات محصولات جدید به بازارهای جدید تشویق می‌گردد. شرایط بازپرداخت این

نوع اعتبارات براساس پروژه تعیین می‌گردد و نرخ بهره هم به همین صورت تنظیم می‌گردد.

کشتی سازی و برنامه های مالی صادراتی

هدف: هدف از این برنامه پشتیبانی از کارخانجات کشتی سازی برای افزایش سهم ترکیه در بازارهای

جهانی است. در این برنامه، شرکت هایی که در کشتی سازی دخیل هستند می‌توانند به صورت مستقیم

وام گرفته و یا از اسناد تضمینی برای فراهم کردن زمینه های مالی به صورت یکجا و یا به صورت

قسط بندی شده از سوی خریدار استفاده کرده و یا می‌توانند برای خرید تدارکات و مواد از این

اعتبارات استفاده کنند.

شرح: این برنامه امکانات زیر را فراهم می‌کند:

وام مستقیم، برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان کشتی جهت تامین مالی هزینه های قراردادهای

تنظیم شده.

اسناد تضمینی شامل: اسناد تضمینی پیش پرداخت که ضمانتی است در برابر پیش پرداخت خریداران که

خریدار نتواند بدون دلیل قرارداد را لغو کند و یا اسناد ضمانت اجرایی که پرداخت مبالغ خرید کالا توسط

خریدار را تضمین می‌کند.

اسناد تضمینی، موجب می‌شوند که ترکیه قدم های محکمی را بسوی کشتی سازی بردارد.

سررسید: سررسید این وام های مستقیم و غیرمستقیم برای هر پروژه اختصاصی بوده و باتوجه به نوع

قرارداد متفاوت است، اما موافقت آن مربوط به قوانین و تنظیمات مربوطه و سایر موارد است اما نباید از

24 ماه فراتر رود.

حداکثر پوشش: مقدار L/e و وام های مستقیم بازهم به صورت موردی باتوجه به پروژه تعیین می گردند، اما باز هم نباید از 85 درصد کل قیمت قرارداد فراتر روند.

نرخ بهره / کمیسیون ها و حق الزحمه ها: نرخ بهره باتوجه به شرایط بازار تعیین می گردد. اما حق الزحمه باتوجه به بندهای زیرمجموعه این برنامه برای هر پروژه اختصاصی مستقل باتوجه به دوره ساخت، ریسک و سابقه گذشته شرکت کشتی سازی تعیین می گردد.

رویه درخواست دادن: شرکت باید همه مدارک مشخص شده مورد نیاز بانک را که در دفترچه راهنمای هرکدام از اعتبارات موجود است ارائه دهد. تصمیم نهایی، توسط اعضای هیات مدیره ترک اگزیم بانک گرفته می شود.

برنامه اعتبار تضمینی برای خدمات صادرکنندگان خدمات فنی - مهندسی

این تسهیلات غیرتقدی صادرکنندگان خدمات فنی - مهندسی ترکیه ای را قادر می سازد که سهم خود را در بازارهای بین الملل حفظ کرده و از طرفی باعث تشویق آنها برای ورود به بازارهای جدید می شود.

در قالب این برنامه، پیمانکاران و صادرکنندگان خدمات فنی - مهندسی که در مناقصات خارجی شرکت می کنند از حمایت اعتبارات تضمینی ترک اگزیم بانک که در بانک های تجاری دیگر ترکیه قابل دسترس است استفاده می کنند. در این برنامه، ضمانت های مناقصه، ضمانت های حسن انجام کار و ضمانت نامه پیش پرداخت به پیمانکاران ارائه می گردد.

باتوجه به هر پروژه حق الزحمه ها و چگونگی پرداخت ها مشخص می گردد.

اعتبارات با ارزش خارجی برای خدمات سود ده برنامه اعتباری برای بازار حمل و نقل بین المللی

هدف از این برنامه آماده کردن مالی شرکت های حمل و نقل بین المللی برای افزایش رقابت پذیری و به دست آوردن درآمدهای خارجی برای ترکیه است. به همین جهت ترک اگزیم بانک تسهیلات کوتاه مدت مالی به شرکت های حمل و نقل بین المللی برای کاهش تعرفه های حمل و نقل برای شرکت های صادرکننده کالا ارائه می دهد. شرکت هایی که دارای گواهینامه و اسناد حمل و نقل بین المللی هستند می توانند از این تسهیلات استفاده کنند.

حداکثر زمان بازپرداخت این وام ها 360 روز است و مقدار اعتبار صد درصد کرایه ها در یک دوره زمانی است ولی از حد سرمایه شرکت نمی تواند فراتر رود، محدوده اعتباری برای شرکت حداکثر 20 درصد درآمد در سال قبل است. با این وجود اعتبار ریسک نمی تواند از دو میلیون دلار تجاوز کند و بهره بانکی نیز با توجه به شرایط توسط اگزیم بانک مشخص می شود.

برنامه اعتبارات بازاریابی گردشگری

هدف از این برنامه پشتیبانی مالی از آژانس های مسافرتی ترکیه ای و شرکت های هواپیمایی و افزایش فعالیت ها و بازارهای آنها و تنظیم تراز پرداخت از طریق افزایش درآمدهای گردشگری آژانس های مسافرتی است. آژانس های مسافرتی انتخاب شده توسط وزارت گردشگری و شرکت های هواپیمایی خصوصی که گواهی کار خود را از وزارت حمل و نقل دریافت کرده اند و آنهایی که سالانه بیش از 500 هزار دلار آمریکا به ترکیه جذب کرده اند می توانند از این اعتبارات استفاده کنند. حداکثر بازپرداخت در یک دوره 12 ماهه است و مقدار اعتبار تا 10 درصد کل سرمایه خارجی جذب شده توسط

شرکت ها و 80 درصد هزینه ها و مخارج پروژه پیشنهادی است، اما این نباید از دو میلیون دلار تجاوز کند. اما آژانس های برگزار کننده تورهای گردشگری و شرکت های هواپیمایی انتخاب شده توسط وزارت گردشگری، می توانند زمان بازپرداخت خود را یک سال و مقدار اعتبار دریافتی خود را تا 15 درصد از درآمد خارجی خود افزایش دهند. اما این مورد نباید از چهار میلیون دلار فراتر رود.

برنامه اعتباری بازار خارجی برای خدمات سودده

این برنامه جهت طراحی و توسعه نرم افزارها، طراحی پروژه های خدمات مشاوره ای و پروژه هایی براساس خدمات واقعی در کشور خارجی ارائه گردیده است. شرکت های ترکیه ای به صورت کوتاه و میان مدت تامین اعتبار می گردند.

هدف از این برنامه به دست آوردن درآمد با ارزشهای خارجی است. اعتبارات به صورت لیره ترکیه یا ارزش خارجی پرداخت می شود. شرکت های مقیم در ترکیه که خدماتی را در کشورهای خارجی و با ارزشهای خارجی انجام می دهند یا صادرکنندگان خدماتی مانند اجرای پروژه های نرم افزاری ارائه خدمات مشاوره ای، مستحق دریافت این گونه اعتبارات هستند و نرخ بهره و زمان بازپرداخت باتوجه به پروژه مشخص می گردد.

اعتبارات سرمایه بانک توسعه اسلامی (IDB)

برنامه های تامین مالی صادرات (EFS)

ترک اگزیم بانک نقش واسطه را برای برنامه های مالی صادراتی بانک توسعه اسلامی انجام می دهد. این فعالیت در پی امضای توافق نامه ای در سال 1988م بین دو طرف آغاز شد. این برنامه نه تنها مختص کشورهای عضو کنفرانس اسلامی است بلکه تمام کشورهایی که از ترکیه جنس وارد می کنند را پوشش

می دهد. نرخ بهره نیز مورد به مورد متفاوت است. بانک توسعه اسلامی (IDB) تصمیم گیرنده پرداخت اعتبارات بوده و ریسک بازپرداخت وام برعهده ترک اگزیم بانک است ولی درخواست ها را ترک اگزیم بانک به بانک توسعه اسلامی (IDB) تحویل می دهد.

برنامه تامین صادراتی - خطی

(EFS- Line)

این برنامه براساس یک خط اعتباری 20 میلیون دلاری بانک توسعه اسلامی (IDB) تامین اعتبار شده است. در پی آخرین تغییرات در سال 1998، ترک اگزیم بانک مجری و ارائه دهنده این تسهیلات مالی برای صادرات مستقیم تمام کشورهای جهان شد. ترک اگزیم بانک اختیار کاملی بر روی این وجه (20 میلیون دلار) دارد و البته ریسک های پرداخت وام نیز برعهده خود اگزیم بانک است. اعتبار کشورهای واردکننده یا اعتبار بانک های ارائه دهنده ضمانتنامه در پرداخت اعتبارات موثر است.

عملیات مالی تجارتي برای واردات

(ITFO Line)

این تسهیلات مالی میان مدتی است که توسط بانک توسعه اسلامی (IDB) از طریق برنامه ای به همین نام اجرا می گردد. طبق این برنامه، صادرکنندگان ترکیه ای، مواد خام، کالاهای سرمایه ای و نیمه سرمایه ای از کشورهای عضو و غیرعضو سازمان کنفرانس اسلامی برای استفاده در کالاهای صادراتی خود را از طریق این بانک تامین می کنند.

تعهد صادراتی و مقدار مشخصی از صادرات برای پرداخت این اعتبار توسط ترک اگزیم بانک مورد

نیاز است.

حداکثر مقدار اعتبار مالی براساس این برنامه 80 درصد ارزش سیف یا فوب (CIF/FOB) واردات است و حداکثر زمان بازپرداخت 30 ماه است و نرخ بهره هم باتوجه به یوری بور (EURIBOR) به علاوه 1/225 درصد از واردات از کشورهای سازمان کنفرانس اسلامی و برای دیگر کشورها بهره یوری بور (EURIBOR) به علاوه 1/4 درصد از مقدار واردات است.

برنامه ضمانت و اعتباری کشوری

ترک اگزیم بانک به وسیله برنامه های تضمینی و اعتباری کشوری به ارائه اعتبارات مالی برای صادرات کالاها و خدمات به شرکت ها ترکیه ای جهت برتری در برابر کالاهای کشورهایایی که آنها هم در این راه برنامه ریزی و سیاست گذاری کردند ارائه کرده است این اعتبارات به صورت طولانی مدت می باشد. هدف از این برنامه تقویت رقابت پذیری شرکت های ترکیه ای به وسیله ارائه ضمانت هایی برای بدون ریسک کردن فعالیت ها در بازارهای بین المللی مربوطه و به علاوه افزایش تنوع کالاهای صادراتی ترکیه است.

چارچوب های برنامه در راستای برنامه های سالانه ترک اگزیم بانک است.

ترک اگزیم بانک تامین مالی را از طریق پشتیبانی از صادرات کالاها و خدمات از طریق برنامه های اعتباری و تضمینی انجام می دهد.

برنامه اعتباری و ضمانت های کشوری عمدتاً به صورت پشتیبانی مالی میان و طولانی مدت بوده و برای کلید خوردن پروژه های سرمایه گذاری و صادرات کالاهای سرمایه ای و نیمه سرمایه ای می باشد. پشتیبانی مالی همچنین برای کالاهای سرمایه ای و موادخام در چارچوب پروتکل های بین دولت ها می باشد.

معاملات با کشورهای بزرگ در ارزیابی باعث حق تقدم می شود. همچنین توانایی بخش های بانکی

کشور خریدار تاثیر زیادی در پرداخت این اعتبارات دارد، ترک اگزیم بانک ممکن است قراردادهایی را با

بانک های شایسته امضاء کند که از طریق آنها وام ها و ضمانت ها را به صادرکنندگان ارائه دهند. به

علاوه در بسیاری از موارد مالی، دیگر مکانیسم های امنیتی همچون اخذ سند رسمی به عنوان وثیقه به کار

گرفته می شود.

ترک اگزیم بانک توجه می کند با برگزاری جلساتی با کشورهای خریدار در جهت افزایش سطح

روابط تجاری بین دو کشور تلاش کند.

این اعتبارات مختص کشورها و شرکت های خارجی به همراه شرکاء ترکیه ای آنها می باشد و پروژه

باید دارای شریک ترکیه ای بوده و ترجیحاً کالایی با ارزش افزوده بالا تولید گردد که به تنوع کالاهای

صادراتی ترکیه افزوده، و باعث انتقال فن آوری و دانش به ترکیه شده، و درآمد ارزی برای آن ایجاد کند.

شرایط و مدت اعتبار و نرخ بهره در چارچوب ضوابط و قوانین بین المللی بوده و با موافقت «سازمان

رسمی تهیه اعتبارات صادراتی»، قابل اجرا می باشد.

تا این زمان ترک اگزیم بانک از تولید و خدمات دیگر کشورها به غیر از ترکیه حمایت نکرده است و

در پروژه هایی که فرصت همکاری با آژانس های اعتبار صادراتی (ECA ها) و یا سازمان های بین المللی

وجود داشته، حق تقدم با بسته های مالی کامل بوده است.

بازپرداخت: حداکثر زمان بازپرداخت هشت سال به همراه دوره زمانی سرمایه گذاری است. با این وجود،

در موارد مشارکت با آژانس های اعتبار صادراتی (ECA ها) و موسسات بین المللی و یا ترک اگزیم

بانک ممکن است این موضوع کمی تغییر کند.

نرخ بهره: باتوجه به نوع بازپرداخت، ریسک کشوری و ریسک بدهکاری ضامن به علاوه ارزش سرمایه گذاری تعیین می شود.

مقدار پرداخت: تامین مالی تا 85 درصد کالا و خدمات دریافت شده از ترکیه در خط اعتباری از پیش تعیین شدن (Pre - set) کشور که این خدمات توسط شخصیت های حقوقی و حقیقی ترکیه ای قابل انجام است.

مواد و ماشین آلاتی که از ترکیه تامین می شود حداقل باید دارای 50 درصد ساخت ترکیه باشند بدین جهت تأییدیه ای باید از طرف اتاق بازرگانی و صنعت صادر شده باشد.

مقدار کارمزد ضمانتنامه ها: این کارمزد که توسط اگزیم بانک تعیین می گردد باتوجه به درجه بندی ریسک کشورها و نوع ضمانتنامه متفاوت بوده و البته نسبت به نحوه هر معامله متفاوت است.

کارمزد، معمولاً، با کسراز وام داده شده به شرکت های ترک دریافت می گردد. اعتبار کشوری هر معامله بطور اساسی غیرقابل برگشت و غیرقابل واگذاری بوده و توسط بانک های تجاری در ترکیه صورت می گیرد.

موافقت نامه های همکاری با آژانس های اعتبار صادراتی و موسسات بین المللی

تامین مالی

ترک اگزیم بانک، قراردادهای همکاری های مالی و بیمه اشتراکی را با موسسات بین المللی مالی دارد این موسسات شامل: بانک صادرات واردات آمریکا (USEXimbank)، شرکت توسعه صادرات کانادا (EDC)، سازمان تجارت خارجی فرانسه (COFACE)، بیمه هرمس آلمان (HERMES)، OND بلژیک، IFTREC اسرائیل، اگزیم بانک چین، MECIB مالزی، NEXI ژاپن، SEC اسلونی،

KUKE لهستان، صندوق ضمانت صادرات ایران، ECGC مصر، اگزیم بانک اسلوکی، اگزیم بانک رومانی، اگزیم بانک روسیه، EBRD, ASDB, MIGA، برای تامین مالی پروژه ها در کشور ثالث که پروژه شامل کالاها و خدماتی باشد که توسط دو کشور تامین می شود، اعتبارات مالی مشترک ارائه می دهند.

برنامه های بیمه

ترک اگزیم بانک صادرکنندگان ترکیه ای را در برابر ریسک های سیاسی و بازرگانی با ارائه انواع برنامه های بیمه پوشش می دهد.

به مانند دیگر آژانس های اعتبارات صادراتی، فقط ریسک های سیاسی زیر پوشش ضمانت های دولتی قرار می گیرد و زیان ها که به جهت ریسک های بازرگانی به صادرکنندگان وارد شده است توسط منابع ترک اگزیم بانک تامین می گردد. با این وجود، از آغاز تسهیلات بیمه، بانک سعی کرد بخش های بزرگی را بیمه کند، اینها در زیر عنوان ریسک های تجاری بلند مدت با منابع سهمیه بندی شده براساس قراردادهای منعقد شده با یک گروه داخلی و کمپانی های بیمه خارجی تامین می شوند. به علاوه، بانک اقدام به پوشش بیمه ای تا 70 درصد ریسک های سیاسی می کند (به استثنای کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) مخصوص کشورهای محدودی که در سال 2000 معاهده ای با ترکیه امضاء کردند نموده اند. برنامه بیمه ترک اگزیم بانک از دو برنامه تشکیل شده است: بیمه اعتباری صادرات کوتاه مدت و بیمه اعتباری صادرات میان و بلند مدت، رئوس این برنامه ها در زیر آمده است:

برنامه اعتباری بیمه صادراتی کوتاه مدت

1) برنامه بیمه صادراتی برای بازگشت سرمایه

برنامه بیمه اعتباری صادراتی میان و بلندمدت

1) برنامه ویژه بیمه اعتباری صادرات

2) برنامه بیمه اعتباری ویژه صادرات بعد از حمل و نقل کالا برای ریسک های رقابتی

برنامه بیمه اعتبار صادراتی برای برگشت سرمایه در کوتاه مدت

بیمه اعتبار صادراتی که در 1989 آغاز شده پوشش بیمه ای فروش صادراتی به صورت یکساله و

کوتاه مدت را به شرکت ها ارائه می دهد. درصد پوشش بیمه ای تا 90 درصد زیان به سبب ریسک های

سیاسی و تجاری به همراه حمل و نقل حداکثر تا 360 روزه است.

پوشش بیمه فراگیر شامل دوره قبل از حمل کالا (حداکثر 180 روزه) و البته قابل دسترس به صورت

پوشش بیمه بعد از حمل کالا مطابق درخواست مشتریان بانک. اگزیم بانک ترکیه، پوشش بیمه ای را در

حدود 176 کشور ارائه می دهد. از طرف دیگر، برنامه بیمه اعتباری صادرات کوتاه مدت (S/T) همچنین

صادرکنندگان را قادر می سازد تا سرمایه مورد نیاز را از بانک های تجاری با زمان بندی مناسب از

طریق مذاکره دریافت کنند. ریسک های سیاسی و تجاری که از طریق این برنامه پوشش داده می شوند

در زیر آمده است:

الف) ریسک های بازرگانی

1) عجز از پرداخت بدهی

2) کوتاهی از پرداخت (تا چهارماه)

3) منکرشدن کالاها

ب) ریسک های سیاسی

1) ریسک های انتقال

2) عدم پرداخت به سبب آشفتگی های اجتماعی مانند، جنگ، جنگ داخلی، شورش و غیره.

3) مقررات و فعالیت های قانونی که مانع پرداخت بدهی کشور بدهکار شود.

4) عدم پرداخت یا امر فوق العاده و غیره منتظره که باعث بالا رفتن هزینه ها و ایجاد ضررهایی مثل، تصرف، ملی کردن، مصادره یا ضبط، سلب مالکیت شود.

5) عدم پرداخت بدهی های ملی.

نرخ بیمه از 5 تا 40 درصد باتوجه به لیست پایین متفاوت است:

حالت حقوقی خریدار (خصوصی / عمومی «دولتی»): نرخ بیمه برای خریداران، دولتی کمتر از خریداران خصوصی در همه کشورهای دنیاست، این یک اصل است.

رده بندی کشور خریدار از نظر ریسک: باتوجه به چشم انداز اقتصادی و سیاسی هرکشور تعیین می

گردد. از این نظر هفت گروه رده بندی وجود دارد که بهترین آن A و بدترین آن G است.

نوع پرداخت (زمانی): انواع پرداخت ها از حساب های باز تا L/C های به تعویق افتاده.

طول مدت اعتبار: دوره ای بین زمان حمل و سررسید (موعد مقرر).

ج) ریسک های تجاری

1) عجز بدهکار از پرداخت بدهی .

2) قصور طولانی از انجام تعهدات (تا چهار ماه)

3) منکر شدن کالاها

برای درماندگی از پرداخت، زمان انتظار حداکثر یک ماه پس از رسیدن و دریافت مدارک است.

دوره انتظار برای مشخص کردن خسارت درحالت طولانی چهارماه است البته همه ریسک های

سیاسی بعد از بررسی دقیق خسارت مشخص می گردند.

برنامه بیمه اعتباری صادراتی میان و بلندمدت (MLT)

در رابطه با سه برنامه بیمه میان و بلندمدت نکات زیر را می توان برشمرد، که مقدار بیمه برطبق

کشوری دارند، نوع اعتبار (کوتاه- میان- بلندمدت)، طول اعتبار، حالت حقوقی بدهکار، ضمانت های اضافی و نوع وثیقه توسط بدهکار یا کشور بدهکار، مثل ضمانت با حد بالا، مقدار سند وثیقه ای و غیره نیز در این نوع بیمه موثر است. شکی نیست که بزرگی حجم معامله متغیر بسیار مهمی در نرخ حق بیمه است.

زمان انتظار برای هر نوع ضرر و زیان شش ماه در همه نوع برنامه های میان مدت و بلندمدت (ML/T) است. سیاست ML/T معین است و ترک اگزیم بانک می تواند بدون قید و شرط آن را مورد استفاده قرار دهد.

1- برنامه اختصاصی بیمه اعتباری صادراتی

این برنامه، در 1990 معرفی شد، صادرکنندگان را در برابر ریسک های سیاسی و بازرگانی برای صادرات کالاهای سرمایه و یا نیمه سرمایه ای قبل و بعد از حمل به شرط آنکه 60 درصد کالا ساخت ترکیه بوده، و نوع فروش کالا بیش از 5 سال باشد بیمه می کند. این برنامه تک خریدار بوده و با انواع مختلف حمل و نقل مطابقت دارد و پوششی در برابر ریسک های سیاسی و اقتصادی است. پوشش آن 95 درصد از 85 درصد ارزش قرارداد است. بازپرداخت باید شش ماهه باشد و باید در زمان های مشخص تمدید شود بیمه بعد از پرداخت 15 درصد از پیش پرداخت به صورتی که زمان آن از دو سال تجاوز نکند آغاز می شود البته با توجه به توافقی که با سازمان همکاری های اقتصادی و توسعه (OECD) صورت گرفته است، این برنامه صادرکنندگان را قادر می سازد که سرمایه مورد نیاز خود را از بانک های بازرگانی با بازپرداخت مناسب دریافت کنند.

2- برنامه بیمه ریسک های سیاسی صادراتی پس از حمل

این برنامه که در 1996 معرفی شد، تک خریدار، با تنوع حمل و نقل و تنها در برگیرنده ریسک های سیاسی دوره بعد از حمل کالا و در صورتی که نوع فروش کالا به صورت بیشتر از پنج سال باشد. کالاهایی که واجد شرایط هستند شامل کالاهای سرمایه ای و نیمه سرمایه ای با درصد ساخت داخلی 60 درصد است. پوشش این بیمه 95 درصد از 85 درصد کل ارزش قرارداد است و 15 درصد ارزش قرارداد باید پیش پرداخت شود.

3- برنامه اختصاصی فراگیر بیمه ریسک اعتباری صادراتی

این برنامه، که در سال 1997 معرفی شد، تک خریدار با تنوع حمل و نقل و پوشش دهنده ریسک های سیاسی و بازرگانی بوده و در فاز بعد از حمل کالا و در صورتی که شرایط فروش بیش از پنج سال باشد قابل اجراست و همان کالاهایی که در بالا گفته شد در این برنامه مدنظر است. این برنامه همچنین به صادرکنندگان این امکان را می دهد سرمایه مورد نیاز خود را از بانک های تجاری با شرایط پرداخت مورد نظر خود تامین کنند. درصد پوشش این بیمه هم 95 درصد از 85 درصد از ارزش قرارداد است و 15 درصد از ارزش قرارداد باید پیش پرداخت شود.

برنامه سیستم اعتباری صادراتی بازگشت تمام سرمایه به صورت شرایط کوتاه مدت

بیمه اعتباری صادراتی کوتاه مدت که در 1998 معرفی شد. به شرکت ها این اجازه را می دهد که خریدهای صادراتی یکساله خود را تحت پوشش بیمه به صورت کوتاه مدت قرار دهند. درصد پوشش بیمه 90 درصد از زیان به سبب ریسک های سیاسی و یا اقتصادی با پرداخت حداکثر 360 روزه است. گستره این بیمه شامل دوره قبل از حمل (حداکثر 180 روزه) و برای بعد از حمل

اجباری می باشد. ترک اگزیم بانک در حال حاضر 176 کشور را تحت پوشش دارد. از طرف دیگر، با این اعتبار بیمه ای تجار صادرکننده می توانند سرمایه مورد نیاز خود از طریق بانک تامین کنند.

پوشش سیاسی و بازرگانی تجاری طبق برنامه زیر انجام می گیرد:

نرخ بیمه از 5 تا 40 درصد باتوجه به لیست پایین متفاوت است:

- حالت حقوقی خریدار (خصوصی/عمومی «دولتی»): نرخ بیمه برای خریداران، دولتی کمتر از خریداران خصوصی در همه کشورهای دنیاست، این یک اصل است.
- رده بندی کشور خریدار از نظر ریسک: باتوجه به چشم انداز اقتصادی و سیاسی هر کشور تعیین می گردد. از این نظر هفت گروه رده بندی وجود دارد که بهترین آن A و بدترین آن G است.
- نوع پرداخت (زمانی): انواع پرداخت ها از حساب های باز تا L/C های به تعویق افتاده.

خدمات اطلاع رسانی

بخش اطلاعات ترک اگزیم بانک درباره بسیاری از خدمات اعتباری و آژانس های اعتبارات صادراتی اطلاع رسانی می کند. به دلیل ارتباطات بسیاری که با منابع اطلاعاتی رسمی و غیره رسمی دارد، این بخش بسیار به روز بوده و بسیار قابل اطمینان و فراگیر است و دارای بانک های اطلاعاتی زیادی می باشد. برای هر درخواست، تحقیق مناسبی برای هدایت طرح و گزارش برای کمک به آن طرح انجام می پذیرد.

این بخش خدمات خود را به صورت رایگان در خدمت تجار قرار می دهد.

تمام صادرکنندگان و واردکنندگان از نظر کیفیت بازرگانی و مالی، نوع پرداخت ها، واکنش در برابر بلایای طبیعی، انجام دامپینگ ها، تغییر مدیران و مالکان همیشه زیر نظر هستند. اگر به دنبال یک ناظر در ترکیه می گردید، یکی از بیشترین فعالیت های بازاریابی در جهان، بررسی شرکت ها و صنایع و

ریسک های آنها در این مجموعه صورت می گیرد که به نیابت از شما همه چیز را بررسی می کند، فقط کافی است با قسمت اطلاعات ترک اگزیم بانک تماس بگیرید.

اعتبارات کوتاه مدت

سال	مقدار اعتبارات (میلیون دلار آمریکا)
1989	525
1990	1/223
1991	1/339
1992	1/595
1993	2/196
1994	1/867
1995	2/827
1996	2/965
1997	2/891
1998	3/258
1999	3/333
2000	3/377
2001	2/714
2002	2/158
2003	3/191
2004	3/324

درصد بخش های تخصیص یافته اعتبارات (%)

عنوان	2000	2001	2002	2003	2004
پارچه - پوشاک - چرم	51	46	41	42	42
وسایل الکترونیکی و ماشین سازی	12	11	13	12	12
فولاد و آهن آلات	7	7	10	8	7
مواد غذایی، کشاورزی	9	10	9	9	8
سایر	21	26	27	29	31
مجموع	100	100	100	100	100

درصد تخصیص منطقه ای اعتبارات کوتاه مدت (%)

عنوان	2000	2001	2002	2003	2004
اتحادیه اروپا	63	62	64	61	54
دیگر کشورهای اروپایی	7	7	5	6	7
آمریکای شمالی و ژاپن	19	16	17	18	23
خاورمیانه و شمال آفریقا	8	11	9	9	11
سایر	3	4	5	6	5
مجموع	100	100	100	100	100

برنامه کشوری اعتبارات و ضمانت ها

سال	تخصیصی (میلیون دلار)
1989	263/6
1990	163/7
1991	396/7
1992	47/8
1993	288/8
1994	241/6
1995	71/2
1996	67/6
1997	110/3
1998	144/4
1999	196/5
2000	52/0
2001	22/0
2002	21/3
2003	34/3
2004	4/1

مقدار بیمه صادراتی در زیر برنامه بیمه اعتباری صادراتی

سال	مجموع بیمه حمل و نقل (میلیون دلار)
1989	16
1990	27
1991	57
1992	872
1993	1/444
1994	1/780
1995	2/065
1996	3/497
1997	2/980
1998	2/977
1999	3/000
2000	2/952
2001	2/811
2002	2/706
2003	3/056
2004	3/553

درصد بخش های تخصیص یافته بیمه صادراتی در زیر برنامه بیمه اعتباری صادراتی کوتاه مدت

(%)

عنوان	2000	2001	2002	2003	2004
پارچه - پوشاک - چرم	56	54	51	48	42
فلزات ، الکترونیک و ماشین سازی	18	19	19	20	23
تولیدات غیر فلزی	12	12	14	15	14
مواد غذایی و کشاورزی	4	5	4	5	5
سایر	10	10	12	12	16
مجموع	100	100	100	100	100

درصد تخصیص منطقه ای بیمه صادراتی در زیر برنامه بیمه اعتباری صادراتی کوتاه مدت

عنوان	2000	2001	2002	2003	2004
-------	------	------	------	------	------

اتحادیه اروپا	63	62	60	60	63
دیگر کشورهای اروپایی	7	8	10	11	9
آمریکای شمالی - ژاپن	14	14	14	12	10
خاورمیانه - شمال آفریقا	11	10	10	10	12
سایر	5	6	6	7	6
مجموع	100	100	100	100	100

مجموع پوشش بیمه ای حمل و نقل در زیر برنامه اعتباری صادراتی میان و بلندمدت

سال	مجموع بیمه حمل و نقل (میلیون دلار)
1991	49
1992	24
1993	20
1994	5
1995	-
1996	*15
1997	*16
1998	-
1999	-
2000	-
2001	-
2002	-
2003	-
2004	-

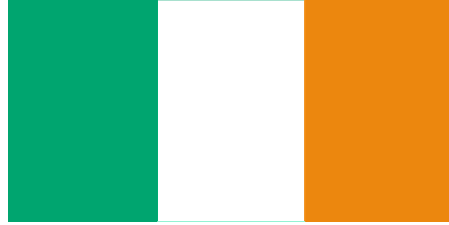
- Acceptance form was given out, no shipments were realized.

مشوق ها و حمایت های صادراتی در ترکیه

- 1) استرداد مالیات اخذ شده از کالاهای صادراتی به صادرکنندگان .
- 2) معاف از عوارض پرداخت مستقیم بر کالاهای صادراتی .
- 3) حمایت از انرژی حمل و نقل از صادرکنندگان (عودت مالیات سوخت به صادرکنندگان).
- 4) قبول هزینه های صورت گرفته در عوارض صادراتی به عنوان بدهیهای معوقه مالیاتی صادرکننده .
- 5) کمک مالی و تسهیلات بانکی ارزان قیمت جهت پروژه های تحقیقاتی صادرکننده و توسعه موسسات آنها.

- 6) کمک مالی و تسهیلات بانکی ارزان قیمت جهت اخذ گواهینامه های کنترل کیفیت داخلی و بین المللی.
- 7) کمک مالی و تسهیلات بانکی ارزان قیمت جهت دسترسی به بازارهای صادراتی .
- 8) کمک مالی و تسهیلات بانکی ارزان قیمت جهت خدمات آموزشی پرسنل شرکت صادرکننده.
- 9) کمک مالی و تسهیلات بانکی ارزان قیمت جهت استخدام نیروی متخصص.
- 10) کمک مالی و تسهیلات بانکی ارزان قیمت جهت ایجاد دفاتر ارتباطی و مراکز فروش در داخل و خارج از کشور.
- 11) کمک مالی و تسهیلات بانکی ارزان قیمت جهت ترکی نمودن محصولات و توسعه محصولات ترکی.
- 12) کمک مالی و تسهیلات بانکی ارزان قیمت جهت حضور در نمایشگاه های اختصاصی با قابلیت صادراتی در داخل و خارج کشور.
- 13) کمک مالی و تسهیلات بانکی ارزان قیمت جهت تهیه بلیط و اقامت در خارج از کشور برای شرکت در نمایشگاه های بین المللی.

ایرلند



تهیه کننده:

اسماعیل بصیرزاده

کشور ایرلند در 20 سال اخیر از سرعت توسعه صنعتی و فن آوری بالایی برخوردار بوده است و صادرات آن از مبالغ پائین به 105 میلیارد دلار در سال 2004 رسیده است. اگر کمی به دلایل توسعه صادرات ایرلند توجه کنیم درمی یابیم که دلیل افزایش ناگهانی صادرات ایرلند، وجود قوانین شفاف و سهل سرمایه گذاری خارجی است که باعث شده شرکت های بزرگ و چند ملیتی ایرلند را جای مناسبی برای سرمایه گذاری تشخیص دهند. در ایرلند مشوق های دولتی بیشتر بر روی سرمایه گذاری خارجی متمرکز شده است، در ادامه خلاصه ای از گزارش دولت آمریکا را درباره ایرلند مطالعه می کنید.

دولت ایرلند در بیست سال اخیر موفق شده است نرخ سرمایه گذاری خارجی را به شدت افزایش دهد. وظیفه این امر را سازمانی بنام سازمان توسعه سرمایه گذاری مستقیم خارجی ایرلند بر عهده دارد.

سرمایه گذاری در ایرلند از 140 میلیون دلار در سال 1980 به 2/7 میلیارد دلار در نیمه دهه 90 رسید و در جمع کل سرمایه گذاری ها تا سال 2003 به 233 میلیارد دلار آمریکا بالغ گردید.

اما کار اصلی در واقع توسعه سرمایه گذاری بر روی خلاقیت نیروی انسانی، بخصوص مشوق هایی در رابطه با فن آوری اطلاعات و صنایع با صادرات بالا بوده است. حتی دولت ایرلند به موسسات خارجی موجود در ایرلند کمک هایی در زمینه تحقیق و توسعه (R&D) و بازاریابی و فروش کالاها و خدمات با ارزش افزوده بالا ارائه داده است.

طبق آمار اتاق بازرگانی آمریکا، ایرلند با اینکه تنها یک درصد از کل جمعیت اروپا را داراست، اما به تنهایی 25 درصد از کل سرمایه گذاری های جدید آمریکا در ده سال اخیر در اتحادیه اروپا را جذب کرده است.

فقط در سال 2003 مجموع سرمایه گذاری های آمریکا در ایرلند به 9/1 میلیارد دلار آمریکا رسید، یعنی 2/5 برابر بیش از مجموع سرمایه گذاری های آمریکا در همین مدت در چین، 580 شرکت و موسسه آمریکایی در ایرلند فعالیت می کنند که مجموعاً 90 هزار کارمند و کارگر دارند. بیشترین فعالیت ها در بخش های شیمیایی، زیست دارویی و پزشکی و درمان، سخت افزار و نرم افزار کامپیوتر و الکترونیک و خدمات مالی است. شرکت های آمریکایی بیشتر بر روی تولیدات پیشرفته و تحقیقات سرمایه گذاری کرده اند. به عنوان مثال پروژه ای با شرکت اینتل (INTEL) در سال 2004 تعریف شده است که قصد دارد نسل بعدی ریزپردازنده ها را تولید نماید.

از دلایل سرمایه گذاری و پیشرفت سریع صادراتی ایرلند می توان دسترسی به بازار اتحادیه اروپا، 13/5 درصد مالیاتی که به شرکت ها تعلق می گیرد، کیفیت و قابلیت انطباق نیروهای انسانی (به صورتی که در کشورهای عضو سازمان همکاری های اقتصادی و توسعه (OECD) تنها ژاپن دارای مهندسان و دانشمندانی بهتر از ایرلند می باشد) نام برد.

اما با این حال مسائلی که در آینده سرمایه گذاری در ایرلند به نظر نکات منفی می باشد شامل افزایش حقوق کارگران ماهر و غیره ماهر (مخصوصاً وقتی که آن را با کشورهای چین و هند مقایسه کنیم)، کافی نبودن زیرساخت ها (بخصوص حمل و نقل، اینترنت، بخش های انرژی و خدمات اجتماعی) و افزایش ارزش پول داخلی و تورم که گاهی از تورم اتحادیه اروپا تجاوز می کند.

با این حال جذابیت سیستم مالیاتی، سیاست های بازرگانی درست و دسترسی به بازارهای اروپایی در میان مدت همچنان باعث جذب سرمایه های خارجی خواهد شد.

سازمان های سرمایه گذاری ایرلند

چهار سازمانی که در توسعه سرمایه گذاری خارجی در ایرلند دخالت دارند :

- 1) آژانس توسعه صنایع ایرلند، که مسئولیت کل توسعه و ساده سازی سرمایه گذاری خارجی در ایرلند را بر عهده دارد. این سازمان بجز در منطقه آزاد شانون (Shannon) در تمام ایرلند می تواند فعالیت کند. همچنین دفاتر فعالی در نیویورک، بوستون، شیکاگو، لوس آنجلس، سن خوزه، آنتالیا و همچنین در مناطق اروپا و آسیا دارد. (IDA)
- 2) موسسه اقتصادی ایرلند که مسئولیت توسعه سرمایه گذاری مشترک و اتحادهای استراتژیک را بین شرکت های بومی و خارجی بر عهده دارد.
- 3) شرکت توسعه منطقه آزاد فرودگاه شانون، که مأموریت جذب سرمایه گذاری ها در منطقه آزاد شانون را بر عهده داشته و عموماً در زمینه توسعه اقتصادی این منطقه فعالیت می کنند. دولت ایرلند نظارت کامل دارد که بین سازمان ها تداخل ایجاد نشود.
- 4) سازمان «اوداراس ناگائلتاشتا» مسئولیت توسعه اقتصادی مناطقی را بر عهده دارد که زبان غالب آنها زبان ایرلندی (گائلیج) است و با سازمان IDA برای جذب سرمایه گذاری ها همکاری می کند.

قوانین و مقررات و مالیات

قوه مقننه ایرلند قوانین بسیار شفافی در زمینه قراردادهای سرمایه گذاری های خارجی در ایرلند تصویب کرده است به صورتی که این قوانین در جهان در نوع خود بی نظیرند، بعضی از قوانین به شرح زیر است :

- قانون توسعه صنایع 1993 ارائه شده توسط آژانس توسعه صنایع ایرلند (IDA) که آژانس های ایالتی را مسئول جذب سرمایه های خارجی به ایرلند کرد.
- قانون مالی سال 2004 که مشوق های مالیاتی را برای شرکت ها و موسسات بزرگ که قصد دارند مقر اصلی خود را به ایرلند منتقل کنند و یا کارهای پیمانی تحقیقات و توسعه را در این کشور انجام

دهند. ایرلند قصد دارد تا سال 2010 مالیات را به 10 درصد برای موارد تولیدی و بعضی از خدمات تجاری بین‌المللی کاهش دهد. همانطور که گفته شد ایرلند پائین‌ترین نرخ مالیات در اتحادیه اروپا را دارا می‌باشد.

از نکات مهم در جذب سرمایه‌گذاری در ایرلند این نکته است که همه شرکت‌ها ثبت شده در ایرلند از حقوق مساوی برخوردارند و این به دلیل داشتن سیاست‌های اقتصادی رقابتی و آزاد است. هیچ اجباری مانع سرمایه‌های خصوصی یا مربوط به نهادها از نظر مالکیت یا مشارکت در موسسات خصوصی نمی‌شود. البته در این میان استثناء نیز وجود دارد به عنوان مثال برای دسترسی به تمام بازارهای هوایی اتحادیه اروپا باید 50 درصد مالکیت شرکت هواپیمایی در اختیار تبعه اتحادیه اروپا باشد و نیز برای خرید زمین‌های بزرگ کشاورزی نیز این قانون وجود دارد.

آژانس توسعه صنایع ایرلند مسئولیت مشخص کردن استحقاق پروژه‌های سرمایه‌گذاری برای دریافت کمک بلاعوض و تشویقات دولتی به سرمایه‌گذاران را بر عهده دارد.

کمک‌های بلاعوض رابطه مستقیمی با ایجاد فرصت‌های جدید شغلی و بستگی به منطقه اقتصادی دارد. نحوه کمک بسیار شفاف است و مسائل زیست محیطی در آن تاثیر بسیاری دارد.

سرمایه‌گذار خارجی آزاد است منطقه سرمایه‌گذاری خود را انتخاب کند البته برای انتخاب محل سرمایه‌گذاری، آژانس توسعه صنایع IDA سطح کمک‌های مختلفی را برای سرمایه‌گذاری دوبلین مشخص کرده است.

یکی از استراتژی‌هایی که در ایرلند وجود دارد این است که 5 درصد از مشاغل جدید در ناحیه ساحلی مرکزی و غربی به مشاغل Greenfield اختصاص یابد جایی که اقتصاد آن کمتر از بخش‌های

دیگر رشد داشته است. در سال 1999 فقط 25 درصد از مشاغل جدید در این نواحی بود و در سال 2003 به 46 درصد رسید.

برای تشویق شرکت ها برای انتقال به مناطق خارج دوبلین، ایرلند شرایط جذابی شامل پارک های تجاری ساحلی به هم پیوسته «لترکنی و دری» و مرکز اطلاعات منطقه ای را در «لیمریک» و مرکز تحقیقات میکروالکترونیک را در «کرک» افتتاح کرده است.

سیاست های تبدیل و انتقال مالی

ایرلند از یک نظام کاملاً آزاد اقتصادی برخوردار است. به همین جهت هیچ گونه محدودیتی جهت تبدیل و برگرداندن سرمایه، درآمد و سود وجود ندارد و البته هیچ محدودیتی هم برای وارد کردن سرمایه به ایرلند وجود ندارد. تبدیل ارز با نرخ بازار به سهولت انجام می گیرد.

کارایی مشوق ها

دولت ایرلند از بسیاری مشوق ها، دیگر حمایت نمی کند دلیل اصلی آن تناقض آن با مقررات سازمان تجارت جهانی (WTO) است. علاوه بر این دلیل دیگر آن نداشتن هیچ ادعایی از طرف اعضای مقررات سازمان تجارت جهانی (WTO) است. سه موسسه از موسساتی که قبلاً ذکر آن رفت تنظیم و اجازه نظارت بر کمک های بلاعوض به سرمایه گذاران کالاهای سرمایه ای، زمین، ساختمان سازی آموزش و تحقیقات و توسعه و غیره را دارند. موسسات بازرگانی در ایرلند شامل شرکت های خارجی، که در جستجوی کمک از موسسه مذکور هستند باید پیشنهادات سرمایه گذاری خود را ارائه دهند. اطلاعاتی شامل دارائی های ثابت، تعداد کارگزاران، مولفه های فناوری و تحقیقاتی، دلیل تاسیس و ضوابطی مثل فروش، سوددهی،

صادرات و کارمندان و... این اطلاعات کاملاً محرمانه حفظ می شوند و در هر پیشنهاد سرمایه گذاری قبل از تصویب مورد ارزیابی اقتصادی قرار می گیرند.

دولت ایرلند تاکید بسیاری بر روی خلق شغل های جدید از طریق سرمایه گذاری خارجی دارد. پرداخت کمک های مالی اصلی ترین روش برای تشویق سرمایه گذاران است پرداخت کمک های مالی فقط پس از بازرسی خارجی از شرکت در زمینه عملکرد شرکت صورت می گیرد و رسیدن به هدف اعلامی از طرف شرکت مورد توجه قرار می گیرد.

عموماً شرکت ها باید جبران خسارت را در صورتی که قبل از زمان لازم اقدام به توقف تعهداتشان، کنند یا بند. معمولاً 10 سال بعد از کمک دولت شرکت باید به فعالیت خود ادامه دهد. کمک های بعدی دولت عموماً پس از 5 سال از اولین کمک پرداخت می گردد.

اسپانیا



تہیہ کنندہ:

نسرین فرزانہ پور

انواع مختلفی از کمک‌ها و مشوق‌ها از سطوح مختلف دولتی (اعم از اروپایی، دولت ملی، مقامات

محلی و منطقه‌ای) به صادرکنندگان اسپانیایی اعطا می‌شود. این مشوق‌ها را می‌توان به شرح ذیل

طبقه‌بندی نمود:

- مشوق‌های ایالتی و منطقه‌ای: برای برگزاری برنامه‌های کارآموزی و اشتغال، به ویژه برای ارتقاء

مهارت‌های شاغلین و کارگران غیر ماهر و برای ایجاد اشتغال اعطا می‌شوند.

- مشوق‌های ایالتی و منطقه‌ای برای صنایع خاص: از امتیازات مالیاتی و کمک‌هایی برای

فعالیت‌هایی که در برخی از صنایع در بخش‌های اولویت‌دار انجام می‌شود در نظر گرفته شده است.

از جمله صنایع مزبور می‌توان به کشت و صنعت‌ها، انرژی، معدن، توسعه فنی تحقیق و توسعه

اشاره کرد. مشوق‌ها برای توسعه فنی از طریق پروژه موسوم به **ATYGA** وزارت صنایع اسپانیا

اعطا می‌شوند. دو پروژه اصلی در این زمینه عبارتند از برنامه توسعه تکنولوژیکی

(Industrial Technological Development Program) و برنامه ایمنی و کیفیت صنعتی

(Industrial Quality and Safety Program)

- مشوق‌های سرمایه‌گذاری در مناطق کمتر توسعه یافته: مشوق‌های سرمایه‌گذاری در برخی از

مناطق به منظور توسعه اقتصادی مناطق کمتر توسعه یافته (مناطق توسعه اقتصادی و مناطق ویژه) اعطا

می‌شوند. سقف مشوق‌های مزبور 50٪ از سرمایه‌گذاری‌ها است.

- مشوق‌های ایالتی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط: مشوق‌های موسوم به

INITIATIVE PYME از طریق مدیریت عمومی بنگاه‌های کوچک و متوسط اعطا می‌شود. این

مدیریت برنامه‌های مختلفی را بویژه برای بنگاه‌های کوچک و تدارک دیده است. از جمله برنامه

های مزبور می‌توان به برنامه همکاری تجاری **(Business cooperation Program)** و برنامه

توسعه خدمات اطلاعات **Program to promote information services** و برنامه‌های

تأمین مالی و برنامه‌های طراحی اشاره کرد.

- مشوق‌های بین‌المللی شدن: این مشوق‌ها ویژه شرکت‌های اسپانیایی که مایل به سرمایه‌گذاری در

خارج از اسپانیا به منظور توسعه فعالیت‌های تجاریشان هستند پیش‌بینی شده است.

- کمک ها و مشوق های اتحادیه اروپا: مشوق های مزبور با تأکید ویژه بر مناطق محروم اروپایی و یا مناطقی که پایین ترین سطوح درآمدی و یا نرخ بالای بیکاری دارند اختصاص می یابند. مشوق های اروپایی از طریق سازمان های اسپانیایی اعطا می شوند.

برخی از ابزارهای اروپایی عبارتند از:

بانک سرمایه گذاری اروپایی: وام های این سازمان تا پنجاه درصد از سرمایه گذاری در پروژه ها را در پوشش می دهد و به ویژه برای پروژه های مورد نظر در چند ایالت خاص در زمینه های انرژی، محیط زیست، توسعه صنعتی واحدهای کوچک و متوسط در نظر گرفته شده اند.

صندوق سرمایه گذاری اروپا (**EIF = European Investment Fund**): هدف ایجاد صندوق توسعه

سرمایه گذاری در شبکه حمل و نقل پان اروپایی، بخش مخابرات و صنایع مرتبط با انرژی است.

صندوق های ساختاری (**Structural Funds**): یکی از فصول هزینه ای اتحادیه اروپاست که برای

بهبود ساختارها در مناطق کمتر توسعه یافته کشورهای عضو اتحادیه های اروپا، اختصاص یافته است.

برخی از صندوق های ساختاری عبارتند از:

صندوق اجتماعی اروپا (**ESF = European social Fund**): این صندوق بویژه برای تأمین منابع لازم

سازمان های غیرانتفاعی و آژانس های رسمی در نظر گرفته شده است.

صندوق اروپایی ضمانت و هدایت کشاورزی

(**EACGF = European Agricultural Guidance and Guaranty Fund**): این صندوق

برای بهبود وضعیت فراوری و بازاریابی محصولات زراعی و ماهیگیری، پیش بینی شده است.

صندوق توسعه منطقه ای اروپایی **ERDF = European Regional Development Fund**: این

صندوق به زیربناهای بهداشتی، آموزشی و صنعتی اختصاص یافته است.

صندوق اتحاد (Colesion Funds): این صندوق برای توسعه اقتصادی و پیشرفت اجتماعی و از میان برداشتن تفاوت ها در استانداردهای زندگی، تاسیس شده است. در گذشته اسپانیا از جمله استفاده کنندگان از منابع صندوق فوق بوده است. منابع این صندوق برای تامین مالی مشترک حمل و نقل ترانس اروپا و پروژه های محیط زیستی به کار گرفته می شود.

فصل چهارم

حمایت‌ها و مشوق‌های صادراتی در سه کشور آمریکایی

(آرژانتین، مکزیک و برزیل)

آرژانتین



تهیه کنندگان :

محمد رضا ایزدیان

بهروز عصمتی

راه کارها و راهبردهای کشور آرژانتین برای توسعه اقتصادی و صادرات عبارتند از:

- آزاد سازی تجارت و کاهش دخالت در امر تجارت.
- خصوصی سازی از طریق ایجاد تسهیلات برای سرمایه گذاری و فروش شرکت ها و کارخانه های دولتی به مردم و حتی به سرمایه گذاران خارجی به قیمت هایی که با انگیزه فوق العاده برای خریداران همراه بود.
- اعمال سیاست ریاضت کشانه اقتصادی که کنترل مصرف داخلی با کاهش واردات و تشویق صادرات، تثبیت حقوق و دستمزدها مهار اتحادیه ها و تشکل های کارگری از مظاهر آن بوده است.
- صنعتی کردن کشور- به ویژه در صناعی که آرژانتین دارای مزیت های نسبی است (مانند صنایع تبدیلی غذایی) و همچنین توجه خاص به صنایع سنگین و مادر مانند فولاد سازی، صنایع پتروشیمی، پلاستیک سازی و تولید و سائط نقلیه.
- تغییر در ترکیب جمعیت شهری و روستایی به نحوی که سهم جمعیت روستایی از 21 درصد در سال 1970 به 12/8 درصد کاهش یافته است.
- مکانیزه کردن بخش کشاورزی و آزاد سازی نیروی انسانی مقیم روستاها، این سیاست در ابتدای اجرا، اشکالات تازه ای را از نظر افزایش نرخ بیکاری جمعیت شهری بوجود آورد ولی به تدریج با سرمایه گذاری و ایجاد شغل های جدید فشارهای وارده تا حدود زیادی تعدیل گردید.
- انتخاب شیوه های مناسب برای جلوگیری از فرار مغزها از کشور از طرق لیبرالیزه کردن اقتصاد از یکسو، کاهش خشونت ها (چه خشونت های دولتی و چه خشونت های گروه ها و احزاب با یکدیگر) و ایجاد ثبات اقتصادی.
- گسترش آموزش در کشور و تعیین سهم عمده ای از منابع دولت به بخش آموزش، به نحوی که 96درصد از مردم آرژانتین یا سوادند و 17 درصد جوانان 17-12 ساله در دوره دبیرستان مشغول تحصیل می باشند و 43 درصد از جوانان به دوره های دانشگاهی راه یافته اند. در آرژانتین 1251 دانشگاه و موسسه عالی فعال می باشد.
- آرژانتین حضور در اتحادیه های منطقه ای را بسیار جدی گرفته و در چندین اتحادیه از جمله اتحادیه ادغام اقتصادی آمریکای لاتین، سازمان حوزه رودلاتا، سازمان سیستم اقتصادی

آمریکای لاتین، گروه ریو، سازمان کشورهای آمریکایی، بازار مشترک آمریکای جنوبی (مرکوسور) عضویت یافته است.

- با توجه به خدمات رفاهی از نظر تامین رضایت و امنیت اجتماعی، اهمیت ویژه ای را برای این کشور در برداشته است. از این نظر آرژانتین در وضعیتی به مراتب بهتر از سایر کشورهای لاتین قرار دارد تا آنجا که حدود 40 درصد بودجه دولت صرف این خدمات می گردد.

- استفاده از منابع خارجی - وام یا سرمایه گذاری - در سرلوحه سیاست های جدید آرژانتین قرار گرفت. در این زمینه آرژانتین از خط مشی ها و راهنمایی های بانک جهانی و سایر موسسات مالی مانند صندوق بین المللی سود جسته است. آرژانتین در دولت جدید توانست به یکباره 7 میلیارد دلار از بدهی های خود را بازپرداخت کند و طبق برنامه ای ماهیانه از 40 تا 100 میلیون دلار از بدهی ها را پرداخت می نماید. بانک ها و موسساتی که به طور عمده به آرژانتین کمک کردند عبارتند از: بانک های آمریکایی، بانک جهانی، بانک صادرات ژاپن و آژانس بین المللی توسعه.

- گرچه سیاست «مقررات زدایی» در زمان دولت آلفونسین اعلام شد ولی اقدام جدی از ماه های نخست سال 1992 آغاز گشت. دولت منم در یک اقدام بی سابقه و شکفت انگیز طرح جدید را در این زمینه اعلام کرد و با پیش بینی لغو کلیه مقررات و قوانین بازرگانی در زمینه نظارت دولت بر صادرات و واردات و انحلال سازمان ها و ارگان های ذیربط، توانست بوروکراسی حاکم بر کشور را کاهش دهد.

اقداماتی که بطور اخص در زمینه توسعه صادرات صورت گرفته عبارتست از:

- انتخاب اولویت های صنعتی و تاکید بر صنایع متکی به منابع داخلی (صنایع غذایی و تبدیلی) و صنایع فلزی و شیمیایی.

- ایجاد آمادگی و زمینه های قانونی برای پذیرش سرمایه های خارجی.

- توسعه خدمات و نیازمندی های اقتصاد کشور (حمل و نقل و نیرو) به عنوان زیر بنای توسعه صنعتی.

- کاهش و حذف مالیات درآمد حاصل از صادرات.

- پذیرش هزینه های بازاریابی و ایجاد نمایشگاه ها به عنوان هزینه های قابل قبول مالیاتی

- معافیت از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی ماشین آلات صنعتی و کالاهای واسطه ای.

- کاهش تدریجی سهمیه بندی واردات و کنترل آن از طریق تعرفه.

- عدم دریافت حقوق و عوارض گمرکی در زمینه ورود موقت کالاها در بخش صنعت.
- آزاد سازی نرخ ارز و تثبیت نرخ آن از طریق اعمال سیاست های ارشادی.
- تبدیل درآمدهای صادراتی به گواهینامه های ارزی قابل فروش در بازار آزاد ارز.
- اعطای اعتبارات ارزی موقت برای صادرکنندگان.
- تثبیت تورم و ارزش پول داخلی.
- کمک به صنایع برای اعمال شیوه های کنترل کیفیت و کنترل صادرات صنعتی با استانداردهای تعیین شده.
- کمک به انتقال تکنولوژی در صنایع.
- تجهیز نمایندگی های سیاسی در زمینه فعال شدن در بخش اقتصادی.
- کمک به برگزاری نمایشگاه های داخلی.
- اعطای کمک های مالی و تخفیف مالیاتی برای پژوهش های صنعتی.
- کمک به ایجاد مراکز طراحی و بسته بندی کالاها.

مکزیک



تهیه کننده:

نسرين فرزانه پور

توسعه تجارت و سرمایه گذاری خارجی دو عامل اصلی تسهیل کننده نوسازی و رشد اقتصادی مکزیک به شمار می روند. مسئولین این کشور در سال های اخیر با اعمال یک سلسله سیاست های مقررات زدایی، تغییرات ساختاری و افزایش بهره وری، این کشور را به مرکز توجه تجار و سرمایه گذاران خارجی مبدل کرده اند. در فاصله سالهای 1997 و 2000، تولید ناخالص داخلی مکزیک با رشد متوسط 2/5 درصد در سال و تجارت خارجی کالایی این کشور با رشد متوسط 1/171 درصد در سال، بالاترین رشد را در میان بیست کشور بزرگ عضو سازمان تجارت جهانی داشته است. موارد فوق بموافقت افزایش قابل ملاحظه سرمایه گذاری (6/10 درصد در سال) و جلب سرمایه گذاری خارجی مستقیم به میزان 44 میلیارد دلار (- تا سال 2000 -)، عملکرد مناسبی را برای اقتصاد مکزیک رقم زده اند. این چنین عملکردی مسلماً ناشی از اتخاذ سیاست های مناسب اقتصادی است که آثار آن به صورت ثبات نرخ ارز، کاهش نرخ تورم و بیکاری نمود می یابد.

بخش اعظم تجارت خارجی مکزیک تحت سیستم تعرفه های ترجیحی و در چارچوب پیمان نفتا صورت می گیرد. مهمترین شریک تجاری مکزیک ایالات متحده امریکاست. امریکا در سال 2000، 73 درصد از واردات مکزیک را تامین و حدود 90 درصد از صادرات آنرا جذب کرده است. در همان سال کانادا دومین شریک تجاری مکزیک بود که حدود 2 درصد از صادرات آن کشور را جذب کرد. در خارج از اتحادیه نفتا سهم هیچ کشور دیگری از صادرات مکزیک به یک درصد هم نمی رسد.

مکزیک به منظور توسعه صادرات از شیوه های اعطای امتیازات مالیاتی، اعطای معافیت و یا تخفیف در حقوق و عوارض گمرکی، طرح های مختلف کاهش مالیات ها و معافیت محصولات صادراتی از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی مربوط به مواد اولیه وارداتی استفاده می کند. این کشور همچنین از طریق اجرای طرح های مختلف، توسعه برخی از فعالیت های اقتصادی مورد نظر را از طریق اعطای تسهیلات لازم توسط بانک های توسعه ای و یا صندوق های دولتی دنبال می کند. بخش تولیدی این

کشور به دلیل برخورداری از توان رقابتی در بازارهای جهانی نقش اساسی را در تسهیل رشد اقتصادی به عهده داشته است.

در بخش کشاورزی برخی از فعالیت ها مدرنیزه شده و از منافع حاصل از دستیابی به بازارهای خارجی به ویژه بازار ایالات متحده بهره برده اند. در حالی که محصول برخی از واحدهای زراعی کوچک افزایش نیافته و تنها صرف تامین مصارف خانگی می گردد. بخش انرژی تحت کنترل دولتی است و قانون اساسی فعالیت بخش خصوصی را در زمینه های استراتژیک نظیر استخراج هیدروکربورها و عرضه برق به مردم، محدود می کند. در سال های اخیر پیشرفت های قابل توجهی از نظر ایجاد شفافیت به ویژه در بخش دولتی که وظیفه نشر اطلاعات (اعم از نشر اطلاعات بر روی اینترنت) را به عهده دارد، صورت گرفته است.

علاوه بر نفتا از سال 1997 مکزیک قراردادهای تجارت آزاد دیگری را با کشورهای و اتحادیه ها منعقد کرده است که از آن جمله می توان به شیلی، اتحادیه تجارت آزاد اروپا، اتحادیه اروپا، اسرائیل، نیکاراگوئه و السالوادور، گواتمالا، هندوراس اشاره کرد. بدین ترتیب تعداد کشورهایایی که با مکزیک قرارداد تجارت آزاد منعقد کرده اند به بیش از سی کشور رسیده است. مکزیک همچنین از سال 2001 مذاکرات مربوط به برقراری تجارت آزاد با ژاپن و سنگاپور و چند کشور دیگر را آغاز کرده است.

مذاکرات تجاری بین المللی عضو کلیدی استراتژی تجارت خارجی مکزیک به شمار می رود چرا که موجبات دستیابی به بازارهای سهم جهانی را برای محصولات مکزیکی فراهم آورده، باعث انجام سرمایه گذاری های بلند مدت، افزایش بهره وری ملی و استفاده از فن آوری های نوین، توسعه صادرات و ایجاد تنوع در بازارهای هدف صادراتی مکزیک می گردد.

به منظور تطبیق با شرایط جدید در بخش تجارت خارجی، دولت مکزیک ضرورت ایجاد تغییرات لازم به منظور سرویس دهی بهینه به جامعه تجاری آن کشور را محسوس دانسته و از طریق ایجاد تحول

در خدمات توسعه تجارت به این مهم پرداخته است. در صفحات بعد توضیحات مشروح در مورد بانکومکست یا سازمان توسعه تجارت مکزیک ارائه گردیده است.

بانکومکست (سازمان توسعه تجارت مکزیک)

بانکومکست ترکیبی از سازمان توسعه تجارت و اکزیم بانک مکزیک است. خدمات جامع حمایتی این سازمان تحت عنوان «از ابتدا تا انتها» ویژه بنگاه های کوچک و متوسط طراحی شده است. ویژگی منحصر به فرد این سازمان آن است که خدمات توسعه ای و مالی را در عین حال ارائه می دهد. این سازمان مسئولیت توسعه صادرات و افزایش سرمایه گذاری ها را یک جا به عهده گرفته است. بانکومکست یک سازمان دولت فدرال است که از نظر مالی خودکفاست و به منابع خود اتکا می کند. خدمات بانکومکست را می توان به سه گروه ذیل تقسیم نمود:

- خدمات توسعه صادرات

- خدمات مالی

- خدمات ارائه شده به تجار خارجی

هریک از گروه های فوق موارد ذیل را در برمی گیرند:

1- خدمات توسعه صادرات

- ارائه اطلاعات

- ارائه خدمات مشاوره ای و راهنمایی

- نشریات

- آموزش

- کمک های فنی

- نمایشگاه های تجاری

- مذاکرات تجاری

2- خدمات مالی

- اعتبارات
- اعتبارات خرید
- اعتبار اسنادی
- ضمانت ها
- ریسک سرمایه
- میز پول (Money Desk)
- بانکداری سرمایه گذاری
- بیمه صادرات

3- خدمات ارائه شده به تجار خارجی

1-3- تجارت

- برقراری تماس با صادرکنندگان مکزیکی.
- ارائه اطلاعات درباره مکزیک و صادرات آن.
- تنظیم برنامه هیئت های خریدار و مشارکت کننده در نمایشگاه های تجاری مکزیک.
- اعطای اعتبارات خرید.

2-3- سرمایه گذاری

- برقراری تماس با کارفرمایان مکزیکی.
 - اطلاعات در مورد بخش های اقتصادی و مناطق مکزیک.
 - چارچوب های قانونی.
 - مشاوره در مورد انتخاب سایت.
- نقش بانکومکست در توسعه خدمات جدید به منظور توسعه تجارت خارجی و فرصت های سرمایه گذاری.

استراتژی بازاریابی محصولات

بانکومکست هزینه هایی را برای ارائه خدمات خود دریافت می کند که از آن جمله می توان به

موارد ذیل اشاره کرد:

- نشریات چاپی.
- دوره های آموزشی.
- تسهیلات برگزاری کنفرانس.
- مذاکرات تجاری.
- تبلیغات.
- هدایت تجاری *Trade leads*.
- نمایشگاه های تجاری بین المللی.
- پایگاه های اطلاعاتی اینترنتی.
- وسائل تبلیغاتی.
- برقراری تماس های تجاری.
- توسعه بین المللی.
- توسعه سرمایه گذاری.
- اطلاعات بازار.
- حمایت فنی.

برنامه کمک های فنی

براساس این برنامه بانکومکست منابع مالی لازم را برای رقابت پذیری فراهم می کند. این برنامه

موارد ذیل را در برمی گیرد:

- بهبود فرایند تولیدی.
- دستیابی به استانداردها و گواهی های بین المللی.
- برنامه های تبلیغی بین المللی.

- توسعه وسایل تبلیغی.

- ایجاد برنامه های تجاری صادراتی (EBP).

برنامه ریزی تجاری صادرات

(EBP = Export Business plan)

بانکومکست از شرکت های کوچک و متوسط برای طرح ریزی برنامه های تجاری شان

حمایت می کند. بسته حمایتی جامعی حاوی خدمات مالی و توسعه ای به بنگاه های کوچک و متوسط

عرضه می کند. این سازمان همچنین برنامه های آموزشی ویژه ای را برای تربیت مشاوران برنامه ریزی

تجاری برقرار کرده است.

مراکز صادرات بنگاه های کوچک و متوسط

برنامه مشترکی توسط بانکومکست و وزارت اقتصاد برای ایجاد مراکزی جهت ارائه اطلاعات،

راهنمایی، آموزش و سایر خدمات توسعه ای به بنگاه های کوچک و متوسط مکزیکی اجرا می شود. این

مراکز با حمایت دولت های ایالتی ایجاد می شوند.

نشریات مرکز تجارت بین المللی

بانکو مکست به تلاش های مرکز تجارت بین المللی برای انتشار مطالب ذیل پیوسته است:

- اسرار تجاری

- رمزهای تجارت الکترونیک

- چگونه به بانک ها نزدیک شویم.

بانکومکست به عنوان پلت فرمی برای توسعه برنامه های مرکز تجارت بین الملل در منطقه آمریکای

لاتین و کارائیب عمل می کند.

برنامه توسعه کارفرمایان جوان

- بانکومکست به فارغ التحصیلان جوان برای ایجاد شرکت کمک می کند.
- بانکومکست به عنوان شریک موقت وارد عمل می شود.
- میزان مشارکت بانکومکست می تواند تا 75 درصد از سهام شرکت باشد.

آموزش منابع انسانی در خارج

- آموزش منابع انسانی در مورد معاملات تجاری خارجی
- دانشجویان و یا فارغ التحصیلان برای دوره های آموزشی (حداکثر یکساله) در رایزنی های بازرگانی خارجی بانکومکست در سراسر جهان آموزش می بینند. افراد مزبور برای اشتغال در ادارات تجارت خارجی بنگاه های کوچک و متوسط به مکزیک برمی گردند.

برنامه توسعه سرمایه گذاری

بانکومکست از ایالات محلی در برنامه های توسعه سرمایه گذاری حمایت می کند. این سازمان در اینجا نقش یک مشاور را به عهده می گیرد که در ازای ارائه مشاوره حق الزحمه دریافت می کنند.

بسته های توسعه ای

بانکومکست بسته های حمایتی ویژه ای را برای بنگاه های کوچک و متوسط طراحی کرده است. هر یک از این بسته ها برای برآوردن یکی از نیازهای خاص بنگاه های کوچک و متوسط طراحی شده اند. هر بسته حاوی اطلاعات، نشریات، خدمات آموزشی، اطلاعاتی و مشاوره ای است. خدمات جدید مانند منویی برای بنگاه های کوچک و متوسط است که هزینه های مختلفی را در بردارد.

برزیل



تهیه کننده:

ابراهیم تقی زاده

اصولاً صادرات می تواند از یارانه های صادرات و یارانه های تولید بهره مند گردد. از این رو کشورهای واردکننده در محاسبه عوارض واردات مبلغی علیه سوبسیدها لحاظ می کنند. دولت برزیل هر دو یارانه های پیش گفته را ارایه می نماید. با نگاهی به پیشینه سیاست های تشویق صادرات برزیل در دهه های پنجاه تا هشتاد میلادی و بررسی اجمالی اصلاحات اقتصادی و تجاری اوایل دهه نود میلادی سیاست های تشویق صادرات و انواع مشوق های صادراتی که دولت برزیل از سال 1997 تاکنون به صورت موثر اجرا می نماید، بررسی خواهیم نمود.

نخستین تلاش های دولت برزیل در جهت توسعه صادرات در دهه پنجاه میلادی صورت گرفت، زمانی که مشوق های محدودی به صادرکنندگان داده شد لیکن به دلیل کنترل های پیچیده اداری فاقد اثربخشی لازم بود. دولت برزیل در اوایل دهه شصت میلادی در مواجهه با مشکلات مربوط به واردات مواد اولیه و کالاهای واسطه ای که در داخل تولید نمی شدند، نیاز به توسعه صادرات را بیشتر درک نمود. بنابراین دولت برزیل به منظور توسعه صادرات، ارایه برخی مشوق های صادراتی همانند معافیت های مالیاتی را آغاز نمود.

در سال 1965 صادرات از مالیات بر ارزش افزوده دولت فدرال (مالیات بر تولید صنعتی IPI) معاف گردید و متعاقب آن در سال 1967 دولت های ایالتی، صادرات را از مالیات بر ارزش افزوده ایالتی (ICMS) معاف نمودند. این معافیت ها همراه با سایر مشوق ها به افزایش صادرات برزیل (به ویژه در نیمه دهه هفتاد میلادی علیرغم بحران نفتی)، کمک نمودند. دولت برزیل در دهه هشتاد میلادی در

واکنش به فشارهای خارجی، سیاست های حمایت از صادرات را از طریق مشوق های صادراتی و کاهش ارزش پول ملی تقویت نمود.

ارایه مشوق های صادراتی در دهه 70 و 80 هر چند به افزایش صادرات کمک نمود، لیکن سیاست جانشینی واردات از طریق تعرفه های بالا، تولید برای بازار داخلی را سودآورتر از تولید برای صادرات نمود و رقابت را محدود کرد. اتکاء شدید برزویل به شرکت های خارجی بویژه در بخش های سرمایه بر، مشکلات اقتصادی کلان دهه 80، عدم سرمایه گذاری بلندمدت در جهت نوسازی امکانات تولید و نبود هدف استراتژیک متمرکز بر تولید کالاهای دارای مزیت رقابتی، بر سر هم باعث کاهش قدرت رقابت صادرات برزویل (دهه 80) در بازارهای بین المللی گردید.

تورم فزاینده سال های 90-1985 و افزایش هزینه های دولت، سیاست های حمایت از صادرات را با مشکل مواجه نمود. از پیامدهای آن، کاهش سوبسیدها و مشوق های صادراتی به حداقل بود. براساس برخی گزارش ها این مشوق ها از متوسط $3/1\%$ تولید ناخالص داخلی در سال های 84-1981 به $1/3\%$ تولید ناخالص داخلی در سال های 91-1990 کاهش یافت. در نهایت (9) نوع سوبسیدهای دهه 70 و 80 تا سال 1990 به طور کامل حذف گردید و به جای آن معافیت های صادراتی و برنامه های تامین مالی تقویت گردید.

اوایل دهه 1990 دولت برزویل اصلاحات اقتصادی شامل خصوصی سازی، اصلاحات تجاری و حذف نظارت دولت را آغاز نمود. رئوس برنامه اصلاحات تجاری در زمینه واردات حذف اکثر موانع غیرتعرفه ای در سال 1990 و ارایه یک برنامه کاهش تعرفه طی سال های 93-90 بود. در زمینه

صادرات، کاهش سویسیدها و مشوق ها و ایجاد بازار مشترک مرکسور با کشورهای آرژانتین، اروگوئه و پاراگوئه با تعرفه های مشترک از اول ژانویه 1995 بود.

اصلاحات تجاری صادرکنندگان را قادر ساخت تا به کالاهای سرمایه ای و مواد اولیه به قیمت های بین المللی دسترسی داشته باشند. این امر همراه با تغییرات ساختاری باعث افزایش ظرفیت رقابتی تولیدات، افزایش رشد تولید و تخصصی تر شدن آن گردید و شرایط ورود شرکت های برزیلی به بازارهای بین المللی را بهبود بخشید. با این وجود تراز تجاری در سال 95 برای اولین بار طی 15 سال منفی شد. زیرا رشد صادرات حتی دو برابر شدن حجم تجارت خارجی برزیل طی سال های 97-90 از 52 میلیارد دلار به 112 میلیارد دلار در سایه رشد واردات بود. زمانی که کسری حساب خارجی باعث افت رشد اقتصادی گردید، دولت تاکید ویژه بر توسعه صادرات را در دستورکار قرار داد.

برنامه توسعه صادرات برزیل EPP³

دولت برزیل در سال 1997 برنامه توسعه صادرات با هدف دو برابر نمودن صادرات تا سال 2002 ارائه نمود. این برنامه مبتنی بر افزایش صادرات با تلاش مشترک بخش خصوصی و دولتی بود. براساس این برنامه، 56 بخش تولیدی جهت توجه ویژه دولت به منظور کسب سهم از بازار کشورهای هدف انتخاب شدند. این بخش ها 88٪ صادرات برزیل در سال 97 را به خود اختصاص داده بودند.

مدیریت برنامه توسعه صادرات برزیل (EPP) در دو سطح اداره می شد:

- 1) از طریق دیدارهای مدیران برنامه توسعه صادرات با رییس جمهور
- 2) از طریق اتاق بازرگانی خارجی (CAMEX) که مسئولیت هماهنگی وظایف چند وزراتخانه درگیر در تجارت خارجی و نیز مدیریت، نظارت و برنامه ریزی به آن محول شده بود.

دولت در سال 1997 یک آژانس توسعه صادرات (APEX) را با هدف گسترش صدور محصولات برزیلی به سایر کشورها و وارد نمودن بنگاه های کوچک و متوسط در امر صادرات ایجاد نمود .

چند سازمان تجاری، جهت گسترش بازار صادراتی با آژانس توسعه صادرات (APEX) همکاری می کنند. آژانس توسعه صادرات (APEX) منابع مالی این سازمان ها را فراهم می نماید که این منابع کمتر از 50٪ کل بودجه توسعه صادرات هر سازمان می باشد. آژانس توسعه صادرات (APEX) بنگاه های کوچک تجاری را از طریق تامین مالی برای هیات های تجاری و نمایشگاه ها به تشکیل کنسرسیوم تشویق می نماید.

برنامه های توسعه صادرات

1- پیش پرداخت طبق قرارداد با ارز خارجی ACC⁴ پیش پرداخت طبق اسناد صادرات (ACE)⁵

برنامه های تامین مالی کوتاه مدت جهت کمک به صادرکنندگان برزیلی می باشند. این ابزارها بدون حمایت دولت طیف وسیعی از محصولات از جمله مواد اولیه را پوشش می دهد. بانک های خصوصی با استفاده از منابع مالی خارجی تامین کننده اصلی این نوع اعتبار می باشند.

هرچند ACC اعتباری است که پیش از حمل و ACE پس از حمل پرداخت می شود، هر دو نوع وام در یک عملیات اعتباری واحد قابل استفاده اند. شرایط فراتر از آن را بانک مرکزی پوشش می دهد . مدت آن از 180 روز پیش از تولید کالاها (ACC) به 180 روز پس از تولید و پیش از پرداخت واردکننده (ACE) به طول می انجامد . طی این دوره منابع مالی به پول ملی به ازاء ارز خارجی که واردکننده پرداخت خواهد نمود، تامین می شود.

2- تامین مالی صادرات توسط بانک ملی توسعه اقتصادی و اجتماعی (BNDS)

1-2- تامین مالی پیش از تولید

از سال 1991 بانک ملی توسعه اقتصادی و اجتماعی از طریق برنامه ویژه موسوم به **BNDES - EXIM** به تولید به قصد صادرات با استفاده از ابزارهای مشابه بازار بین المللی وام می دهد . اکثر وام ها تا 100٪ ارزش فعالیت در دوره زمانی 30 ماه (با توجه به چرخه تولید) را پوشش می دهند . نرخ بهره براساس هزینه های پوشش های مالی بعلاوه دامنه ریسک تعیین می شود . بنابراین نرخ بهره لیبور + 1٪ + دامنه ریسک می باشد .

2-2- تامین مالی پس از تولید

بانک ملی توسعه اقتصادی و اجتماعی با تامین مالی صادرات کالا و خدمات با استفاده از ذخائر و منابع مالی داخلی و خارجی باعث رقابتی شدن آنها در بازار بین المللی می شود . کلیه محصولات و خدمات مرتبط با آن محصولات اغلب می توانند تامین مالی شوند . تامین مالی تا 100٪ و بازپرداخت از 60 روز تا 12 سال امکان پذیر می باشد . نرخ بهره عبارت است از لیبور + 1٪ + Spread . همچنین بانک ملی توسعه اقتصادی اجتماعی از طریق برنامه سوم **Proex** در تامین مالی پس از تولید با استفاده از نرخ بهره تبدیل شده مشارکت دارد .

3- صندوق ضمانت توسعه رقابتی (EGPC)

این ابزار تحت مدیریت بانک ملی توسعه اقتصادی اجتماعی در خدمت تضمین کامل درخواست های دریافت تامین مالی پیش از تولید از بانک **BNDEC** برای صادرات و عمدتاً تجارت کوچک اعم از صادرکننده یا تولید برای صادرات می باشد . **EGPC** پوشش ریسک اعتبارات بکار رفته در :

1) توسعه، تغییر محل یا مدرن سازی کارخانه با هدف بهبود رقابت.

2) تولید برای صادرات.

3) خرید کالاهای سرمایه ای یا نصب آنها.

4) استفاده در کارهای سرمایه بر بوسیله تامین مالی.

4- تامین مالی ترجیحی صادرات طبق برنامه PROEX

PROEX در سال 1991 به عنوان زیرمجموعه برنامه موسوم به **Finex** ایجاد گردید. هدف این

برنامه پشتیبانی از صادرات کالا و خدمات برزیل از طریق تامین مالی با شرایط بازار بین المللی است.

منابع مالی این برنامه توسط خزانه داری کشور تامین می شود. این برنامه با دو روش

1) تامین مالی PROEX

2) رقابتی کردن PROEX

اجرا می شود که در هر دو مورد منابع مالی به سرعت به صادرکننده پرداخت می شود.

اجرای برنامه به عهده بانک برزیل **Banco do Brazil** به عنوان عامل^۸ خزانه داری برزیل

می باشد. این تامین مالی تا 85٪ کل ارزش صادرات امکان پذیر و بازپرداخت آن با توجه به رتبه صنعتی

محصول درخواست کننده از 60 روز تا 10 سال می باشد.

تامین مالی PROEX: طبق این برنامه وام ها هم به صادرکننده (اعتبار فروشنده)^۹ و هم به خریداران

خارجی (اعتبار خریدار)^{۱۰} پرداخت می شود.

بانک برزیل اختیار تصمیم‌گیری جهت پرداخت اعتبار تا سقف 8 میلیون دلار را دارا می‌باشد و تصمیم‌گیری در موارد بالاتر به عهده "کمیته اعتبار صادرات" است که درخواست‌ها را به دقت بررسی می‌نماید.

طبق قوانین PROEX در صورتیکه 60٪ قطعات برزیلی باشد 85٪ ارزش صادرات تامین مالی می‌شود.

برابرسازی PROEX¹²: در این برنامه بانک‌های بازرگانی به صادرکنندگان و واردکنندگان کالاها و خدمات برزیلی به صورت مساوی وام می‌دهد.

در این سیستم خزانه داری برزیل بخشی از هزینه‌های برابرسازی را (تفاوت نرخ‌های حداکثری که قبلاً توسط بانک مرکزی برزیل تعیین شده و حداقل نرخ بهره بین‌المللی که وام‌ها طبق آن پرداخت شده است) پرداخت می‌نماید.

برابرسازی به اعتبار خریدار و اعتبار فروشنده هر دو تعلق می‌گیرد و شرایط اعتبار آن مشابه تامین مالی PROEX می‌باشد.

5- بیمه اعتبارات صادراتی توسط شرکت بیمه اعتبارات صادرات برزیل

بیمه اعتبار صادرات از منافع مالی صادرکنندگان در صورت عدم بازپرداخت از طرف واردکنندگان حفاظت می‌کند. از زمان خرید، بیمه در زمینه سلامت مالی واردکنندگان وارد عمل می‌شود. این روش همچنین به غربال کردن خریداران کمک می‌کند. گذشته از این، می‌توان از آن به عنوان ابزاری جهت وصول طلب‌ها استفاده کرد. در برزیل، اعتبارات صادراتی توسط یک شرکت خصوصی (SBCE) که

بسیاری از شرکت های برزیلی در آن سهامدار هستند بیمه می شود . بیمه گران اعتبارات را تا 85 درصد در مقابل ریسک های بازرگانی و 90 درصد در مقابل ریسک های سیاسی و غیرعادی پوشش می دهند .

6- معافیت های مالیاتی

صادرات کالاها و خدمات از بسیاری از مالیات ها از جمله مالیات کالاهای صنعتی (IPI)، مالیات

فروش (ICMS) ، تامین مالی امنیت اجتماعی (COFINS)^{۱۳}، مالیات برنامه همگرایی اجتماعی (PIS)^{۱۴}

معاف می باشد . کل این مالیات ها تقریباً 30٪ قیمت محصول در بازار داخلی است . همچنین کالاهایی که صادرات مجدد خواهند شد از تعرفه های واردات معافند .

7- رژیم تادیه^{۱۵}

3 نوع سیستم برای صادرکنندگان برزیل وجود دارد :

تعلیق تادیه^{۱۶}

مواد اولیه و کالاهای وارداتی و صادراتی پس از یک فرآیند صنعتی از حقوق گمرکی، IPI و ICMS

معاف می شوند . اداره تجارت خارجی وزارت صنایع و بازرگانی که کل برنامه صادراتی را تأیید می کند، مرجع تصمیم گیری این رژیم است.

تادیه معافیت^{۱۷}

واردت مواد اولیه و کالاهایی که برای جایگزینی با ذخیره انبار کمپانی سفارش داده می شوند پس از

یک فرآیند صنعتی و پس از صادرات محصولات از حقوق ورودی، IPI و ICMS معافند. مواد اولیه و

کالاهای مذکور از لحاظ کمیت و کیفیت با محصولات که قبلاً به کار رفته است برابر خواهد بود .

Contribution to Social Security Financing - 13

Social Integration Program Tax - 14

Drawback regime - 15

Drawback Suspension - 16

Drawback Exemption - 17

در مورد واردات معمول مواد اولیه و سایر کالاهایی که پس از یک فرآیند صنعتی صادر می شوند،

واردکننده می تواند طی 90 روز بازپرداخت را از مقامات مالیاتی درخواست نماید.

واردکننده واردات و صادرات محصولات را با اظهار نامه وارداتی و صادراتی و فرم های پرداخت

مالیات انجام می دهد. در صورت پذیرش درخواست، واردکننده یک گواهی نامه اعتبار مالیاتی^{۱۹} جهت

استفاده در واردات آتی دریافت می کند.

***Export Incentives in Brazil and Korea Within WTO Framework, AHUJA
RAJEEV, April 2002, India Council for Research on International
Economic relations, New Delhi***

نتیجه گیری و پیشنهادات

بررسی سیستم های تشویق صادرات در کشورهای منتخب نشان می دهد که در اکثر این کشورها سیستم بازپرداخت حقوق گمرکی وجود دارد و برای جلوگیری از راکد ماندن سرمایه صادرکننده از زمان پرداخت تعرفه گمرکی تا لحظه صدور اغلب تولیدکنندگان فعال در بخش صادرات دارای انبارهای زیر کلید گمرک هستند. اگرچه میانگین تعرفه های گمرکی در تایلند، مالزی و اندونزی در سال های اخیر در چارچوب توافق های آسه آن (ASEAN) کاهش یافته است اما هنوز اقلام صادراتی متعددی را می توان یافت که حقوق گمرکی مصرفی آنها بالا است میانگین تعرفه های گمرکی در هند و ترکیه هنوز به گونه ای است که حذف سیستم بازپرداخت حقوق گمرکی (DUTY-DRAWBACK) را توجیه نمی کند.

در کشورهای تحت بررسی به علت فعال بودن بانک های صادرات و واردات (EXIM-BANK) و جامع بودن تسهیلات، صادرکنندگان و واحدهای تولیدی قادرند با نرخ های بین المللی وام های صادراتی مورد نیاز خود را دریافت نمایند. حتی این اعتبارات پروژه های برون مرزی را نیز شامل می شود (انتقال خطوط تولید به خارج یا اجرای پروژه های صادراتی کلید به دست)

اگرچه در تایلند و مالزی و تا حدودی در هند، معافیت جامع درآمدهای صادراتی از پرداخت مالیات - به علت فشارهای سازمان تجارت جهانی (WTO) کاهش یافته و فقط بخش هایی از صادرات را در برمی گیرد اما این کشورها برنامه های وسیعی برای کمک های صادراتی غیرمستقیم اجرا کرده اند که به نمونه هایی از آن در مورد مالزی اشاره شد.

در مالزی واحدهای 100٪ صادراتی (که بر طبق تعریف بیش از 50٪ تولید خود را صادر می کنند) و شرکت های توریستی و صادرکنندگان معاملاتی از خدمات منتخب از معافیت کامل مالیاتی برخوردارند و در سایر موارد این معافیت به تناسب ارزش افزوده متغیر است.

احتساب هزینه های بخش صادرات- در اغلب موارد به نسبتی بیش از میزان واقعی این هزینه ها- در سایر درآمدهای مشمول مالیات تولیدکنندگان مالزیایی اقدام بسیار جالب و آموزنده است که مجموع آنها می تواند بیش از معافیت مالیاتی کامل در توسعه صادرات تاثیر گذار باشد.

روش پرداخت جایزه مستقیم به کالاهای صادراتی ایران در صورت موفقیت کشور در کاهش نرخ تورم و رساندن آن به سطح میانگین بین المللی- باید به تدریج منسوخ شود و دولت برنامه کمک های غیرمستقیم خود را با الگوبرداری از سیستم های تشویق صادرات در کشورهای منتخب تدوین نماید.

بها دادن به امر تحقیق و توسعه، تجاری پروژه های تحقیق و توسعه (R&D) و کمک به توسعه و طراحی کالا متناسب با نیازهای بازارهای هدف، کمک به بهبود کیفیت کالاهای صادراتی و بسته بندی آنها، کمک به تربیت نیروی متخصص برای بخش خصوصی در زمینه صادرات، پرداخت بخشی از هزینه های تبلیغات برون مرزی کالاهای صادراتی، تامین هزینه های نمایش کالاهای شرکت هایی که در بخش صادرات فعال هستند، کمک به ارتقای بهره وری در واحدهای تولیدی از موارد کمک های غیرمستقیمی است که اعطای آنها کاملاً قابل توجیه است و با قوانین و مقررات بین المللی نیز منافات ندارد.

مقررات مربوط به احتساب هزینه های صادراتی قابل قبول در ایران که 16 سال پیش تدوین شده است نیاز به بازنگری و اصلاح دارد و معافیت مالیاتی صادرات خدمات نیز در حال حاضر از شفافیت

لازم برخوردار نیست علاوه بر آن سیستم بازپرداخت حقوق گمرکی در ایران- به سبب عدم شمول
صادرات مجدد- نیازمند اصلاح و تغییر است.

- 1) **ESCAP, PROMOTION OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS & EXPORTS OF MANUFACTURED GOODS IN ASIAN COUNTRIES, N.Y. 1992.**
- 2) **BRIDGES, WEEKLY TRADE NEWS DIGEST, VOL. 6, NO 10. MARCH 19, 2002.**
- 3) **TURKEY UNDERSECRETARIAT OF THE PRIME MINISTRY FOR FOREIGN TRADE, EXPORT REGIME OF TURKEY, SEP. 19, 2005./**
- 4) **THAILAND A GATEWAY TO SOUTHEAST ASIA, DEPARTMENT OF EXPORT PROMOTION, WEB DIRECTORY, THAILAND.COM.**
- 5) **MALAYSIA EXTERNAL TRADE DEVELOPMENT CORPORATION, TECHNICAL DEVELOPMENT AUTHORITY, KUALALUMPUR, (WWW.MIDA.GOV.MY)**
- 6) **INDIAN COUNCIL FOR RESEARCH ON INTERNATIONAL ECONOMIC RELATION, EXPORT INCENTIVES IN INDIA WITHIN WTO FRAMEWORK, NEW DELHI, JAN. 20, 2006.**
- 7) **TURK EXIMBANK ANNUAL REPORT 2004.**
- 8) **MEXICO 2002 TRADE POLICY REVIEW WORLD TRADE ORGANIZATION.**
- 9) **BANCOMEXT- INNOVATION ON TOOLS AND SERVICES OF THE TPO'S 2002 CARLOS CASAS.**
- 10) **WWW.ierier.org/pdf/lincntivesbrazil.pdf**