



وزارت امور اقتصادی و دارایی
اداره کل امور اقتصادی و دارایی آذربایجان شرقی
معاونت اقتصادی

شناسایی عوامل موثر بر تقاضای صادرات کشورها با استفاده از زنجیره ارزش



گروه مطالعه و تحلیل بخش‌های اقتصادی

شناسه گزارش

عنوان گزارش	شناسایی عوامل موثر بر تقاضای صادرات کشور با استفاده از زنجیره ارزش
تهیه و تنظیم	نسیم مهین اصلانی نیا، کارشناس اقتصادی
معاونت اقتصادی اداره کل امور اقتصادی و دارایی	Meco۱۳۸۰@chmail.ir
وبسایت اداره کل امور اقتصادی و دارایی استان آذربایجان شرقی	As.mefa.ir

فهرست مطالب

چکیده	۱.....
۱. مقدمه	۲.....
۲. قیمت و هزینه کالاها و خدمات در زنجیره ارزش	۵.....
۳. سیاست‌هایی که مراکز هزینه را در زنجیره ارزش هدف قرار داده است	۹.....
۴. نتیجه‌گیری:	۱۲.....

لیست نمودارها و جداول

نمودار (۱): تغییرات رتبه ایران در رکن نهادی	۷.....
نمودار (۲): تغییرات رتبه ایران در رکن زیرساخت‌ها	۸.....

چکیده

مطالعاتی که به ابعاد محدودی از تجارت بین‌الملل توجه کرده‌اند نمی‌توانند پاسخ‌گوی نیاز سیاست‌گذاری‌های مناسب برای فراهم نمودن شرایط لازم برای توسعه تجارت باشند. کشورهایی که توانسته‌اند از تجارت بین‌الملل در جهت تحقق اهداف داخلی خود بهره گیرند از طریق سیاست‌های تجاری صادرات محور، مزیت‌های رقابتی داخلی را با تقاضای جهانی پیوند داده‌اند. در جامع‌ترین چارچوبی که برای رقابت‌پذیری در صادرات تعریف می‌شود باید روند تجارت و سیاست‌های تجاری در بازارهای خارجی در نظر گرفته شود. رقابت‌پذیری بین‌المللی براساس هزینه‌های تولید در مقایسه با رقبای، همچنین دسترسی به عوامل تولید مناسب و کیفیت و هزینه خدماتی که پس از تولید کالا آن را به دست مصرف‌کننده نهایی می‌رساند تعیین می‌شود. در حال حاضر موفقیت در صادرات الزاماً به معنی کمترین قیمت محصول در مزرعه یا درب کارخانه نیست؛ قیمت نهایی در بازار صادراتی شامل هزینه‌های مختلفی می‌شود که صرف ارائه کالا در بازار مورد نظر شده است. از نگاه یک کالا یا صنعت خاص، تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش شناسایی محدودیت‌های الزام‌آور برای رشد و رقابت‌پذیری و هدف‌گیری موثر مسائل نهادی را در این بخش تسهیل می‌کند. نهادهای عمومی تأثیر چشمگیری بر بهره‌وری و عملکرد بنگاه‌ها دارد. سیاست‌های دولت یا به ایجاد محیطی مناسب برای کسب و کار کمک می‌کند یا آن را محدود می‌کند. تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش نقاط هزینه‌ای را که با اتخاذ سیاست‌های مناسب می‌توان زمینه را برای ارتقای رقابت‌پذیری فراهم کرد مشخص می‌کند. بخش عمده‌ای از این سیاست‌ها از مسئولیت‌های دولت به شمار می‌رود. در این مورد، مطلوب است که سیاست‌های دولت برای مقابله با این مسائل به طور کلی برای کمک به همه مشاغل با هدف موفقیت صادرات به کار گرفته شود تا سیاست‌هایی که برای فعالیت‌های خاص هدف قرار گرفته‌اند. مجموعه‌ای موثر از سیاست‌های مستقیم و غیرمستقیم برای افزایش رقابت‌پذیری در صادرات، باید تمام مراحل زنجیره ارزش را برطرف کند. چنین سیاست‌هایی ممکن است به نکات واحدی در زنجیره ارزش بپردازد یا ممکن است مقطعی باشد و مراحل مختلف زنجیره ارزش را مورد بررسی قرار دهد.

۱. مقدمه

امروزه، جهانی شدن، کوتاه شدن چرخه عمر محصول، مشتریگرایی و غیره، محیط سنتی کسب و کار را به یک محیط پویاتر تبدیل کرده است لذا اغلب مطالعات موجود که به ابعاد محدودی از تجارت بین الملل توجه کرده اند نمی توانند پاسخگوی نیاز سیاست گذاری های مناسب برای فراهم نمودن شرایط لازم برای توسعه تجارت باشند. تجارت بین الملل از موضوعات گسترده ای است که اگر به درستی به کار گرفته شود می تواند موجبات رشد و توسعه اقتصاد محلی را فراهم نماید. کشورهایی که توانسته اند از تجارت بین الملل در جهت تحقق اهداف داخلی خود بهره گیرند از طریق سیاست های تجاری صادرات محور، مزیت های رقابتی داخلی را با تقاضای جهانی پیوند داده اند. چنانکه قوانین نظارتی مناسب برای رشد تجارت و افزایش سرمایه گذاری خارجی باشد می تواند باعث افزایش نقش تجارت در افزایش اشتغال و کاهش فقر گردد.

ابزارهای اصلی برای پیاده سازی این سازوکار عبارتند از: رقابت داخلی، حکومت قانون، مؤسسات قوی و ارائه دهندگان خدمات تجاری و تسهیل تجارت. استفاده بهینه از هریک از این ابزارها برای کشورهای مختلف، متفاوت است. نیازهای تجارت بین المللی به طور مداوم در حال تغییر است و کشورها دارای موقعیت های جغرافیایی و سرمایه متفاوتی هستند. علاوه بر این، توسعه اقتصادی می تواند مزیت نسبی بخش های خاصی را تغییر دهد و پیشرفت های تکنولوژیکی می تواند بر نیازهای صنایع خاص (و در برخی موارد، نیاز به صنایع خاص) تأثیر بگذارد. به طور خلاصه، سیاست ها باید در طول زمان بازسازی و متعادل شوند.

باید به این نکته توجه داشت که رشد صادرات - محور را نمی توان تنها با "تقویت عنصر مفقوده" به دست آورد؛ بلکه باید قوانین و مقررات از طریق گفتگو با بخش خصوصی، آگاهانه وضع شود و به طور مناسب اجرا شود تا در چارچوب آن بتوان شرایط لازم برای تقویت رقابت و ارتقای ارتباطات را فراهم نمود. اصلاحات اغلب باعث ایجاد اصطکاک در بازارهای غیررقابتی می شود، به همین دلیل است که همه ذینفعان باید مسائل را بدانند و درک کنند و متقاعد شوند که منافع بلندمدت بیش از خسارات کوتاه مدت خواهد بود. برای موفقیت در تمام بخش های اقتصاد ضرورت دارد دولت، نهادهای نظارتی و سازمان های بخش خصوصی، اهداف مشترکی را شناسایی و دنبال کنند و هر کدام به درستی در روند تحقق اهداف تعیین شده مشارکت داشته باشند.

▪ عوامل تعیین کننده تقاضای صادرات:

در جامع‌ترین چارچوبی که برای رقابت‌پذیری در صادرات تعریف می‌شود باید روند تجارت و سیاست‌های تجاری در بازارهای خارجی در نظر گرفته شود. اولاً، عملکرد موفق در بازارهای خارجی بستگی به واکنش صادرکنندگان به تغییرات در آن بازارها دارد. از یک سو، مجموع صادرات یک کشور بر اساس درآمد - و در نتیجه تقاضا - در بازارهای خارجی تنظیم می‌شود. همچنین تقاضای کلی برای کالاهای صادراتی به نیازها، سلیقه‌ها و همچنین تغییر شرایط اقتصادی در هر بازار بستگی دارد. در مواقع بحران، انتظار می‌رود تقاضا کاهش یابد و با بهبود بازارها دوباره افزایش یابد. برخی از کالاها و خدمات نسبت به تغییر درآمد حساس‌تر هستند: کالاهای اساسی نسبت به تغییرات درآمد نسبتاً کم‌کشش یا بی‌کشش هستند، در حالی که کالاهای بادوام، نسبتاً کشش‌پذیر بوده و نسبت به تغییرات درآمد حساس‌تر هستند.

شرکت‌های بزرگتر معمولاً می‌توانند تحقیقات بازار خود را انجام دهند، اما مشاغل کوچکتر از تجربه مشاغلی که با آن‌ها در یک زنجیره ارزش جهانی مرتبط هستند، سود می‌برند یا به اطلاعات بازار از نماینده رسمی خود در بازارهای خارج از کشور - کمیسیون تجارت یا مشاوران تجاری - اعتماد می‌کنند. در اغلب کشورها وزارت‌های امور اقتصادی و امور خارجه کشورها،

صادرکنندگان باید به روند تقاضای صادرات خود در بازارهای خارجی آگاه باشند و در زمان مناسب، نسبت به تغییرات روند بازار واکنش نشان دهند. وزارتخانه‌های مرتبط و یا سایر موسسات پشتیبانی تجاری نیز باید تجزیه و تحلیل الگوها و تحولات بازار را ارائه دهند. تجزیه و تحلیل صادرات نیز می‌تواند در ارزیابی اساس رقابت‌پذیری مفید باشد.

هیئت‌های صادرات یا سایر موسسات پشتیبانی تجاری نیز تجزیه و تحلیل الگوها و روندهای بازارهای خارجی را برای کمک

به صادرکنندگان جهت برخورداری از چشم انداز بهتر از بازارهای مختلف از جمله بازارهای نیچ^۱ (بازارهای با علایق ویژه) و همچنین ارتقای رقابت‌پذیری آن‌ها در بازارهای رقابت‌پذیری بر عهده دارند. نهادهای بین‌المللی مانند مرکز تجارت بین‌المللی^۲ (ITC) با تحقیقات بازار برای محصولات خاص، خدمات مشاوره‌ای مستقیم نیز به صادرکنندگان ارائه می‌دهند. این نهاد همچنین با استفاده از ابزارهای خاص خود، تجزیه و تحلیل‌هایی را ارائه می‌کند که می‌تواند توسط دولت و بخش خصوصی برای تجزیه و تحلیل اساسی در بازارهای خارجی به کار گرفته شود. با استفاده از این تجزیه تحلیل‌ها می‌توان شاخص‌هایی از جمله شاخص مزیت نسبی آشکار^۳ (RCA)، شدت تجارت، تجارت درون صنعتی و غیره را نیز محاسبه کرد. برخی از این شاخص‌ها مستقیماً از مرکز تجارت بین‌الملل (ITC)، سازمان راه حل تجارت یکپارچه جهانی بانک جهانی^۴ (WITS)، پایگاه داده‌های تجارت بین‌المللی سازمان ملل متحد (UN COMTRADE) و کنفرانس تجارت سازمان ملل (UNCTAD) در دسترس هستند. برای محاسبه سایر شاخص‌ها می‌توان از داده‌های موجود در این مراکز استفاده کرد.

برخی از ابزارهای تحلیلی برای بررسی عملکرد یک کشور در بازارهای محصولات مختلف مفید هستند. به عنوان مثال، شاخص شدت تجارت می‌تواند برای ارزیابی اینکه آیا یک کشور صادرکننده با توجه به الگوهای تجاری خود و شرکای تجاری خود، مطابق

رقابت‌پذیری بین‌المللی
بر اساس هزینه‌های تولید در مقایسه با رقبا، همچنین دسترسی به عوامل تولید مناسب و کیفیت و هزینه خدماتی که پس از تولید کالا آن را به دست مصرف‌کننده نهایی می‌رساند تعیین می‌شود.

ضرورت دارد صادرکنندگان نسبت به تغییرات نرخ ارز نه تنها در کشور خود بلکه در کشورهای رقیب حساس باشند.

مسئولیت بانک‌های مرکزی کشورهاست که با تعیین نرخ بهره داخلی و سیاست‌های ارزی مناسب، بین دو هدف کنترل نرخ تورم و رشد صادرات محور، تعادل برقرار کنند.

^۱ niche markets

^۲ International Trade Centre

^۳ Indices of Revealed Comparative Advantage (RCA)

^۴ World Integrated Trade Solution (WITS)

انتظارات عمل می‌کند، مفید باشد. مدل جاذبه نیز می‌تواند برای کمک به شناسایی دلایل عملکرد کشور در بازارهای جهانی از جمله نقش موانع تجاری مفید باشد.

ثانیاً، رقابت‌پذیری بین‌المللی نقش مهمی را در تجارت خارجی ایفا می‌کند، سهم صادرکنندگان در

بازارهای خارجی با قیمت‌های نسبی کالاها یا خدمات مشابه از سایر کشورها که در بازارهای جهانی حضور دارند تعیین می‌شود: کالاهای مشابهی که از کشورهای ارزان‌تر وارد بازار می‌شوند می‌توانند سهم بیشتری از بازار را تسخیر کنند. این قیمت‌های پیشنهادی ترکیبی از عناصر مختلف است که با هزینه نهاده‌های اولیه تولید و خدمات مختلف مورد نیاز برای رساندن کالا یا خدمات به بازارهای خارجی مانند شامل هزینه حمل و بیمه و هرگونه هزینه واردات، مانند تعرفه‌های گمرکی ارتباط مستقیم دارد.

قیمت‌هایی که بر سطح کلی تقاضا و سهم بازار صادرکنندگان مختلف تأثیر می‌گذارد، قیمت‌هایی هستند که کالا یا خدمات در بازارهای خارجی به فروش می‌رسند، جایی که صادرکنندگان کوچک اغلب، قیمت‌پذیر هستند و نمی‌توانند تأثیر زیادی در قیمت کالاها در بازارهای جهانی داشته باشند. به طور کلی، برآیند هزینه‌های تولید و فرآیند مبادله، قیمت پیشنهادی را تعیین می‌کند، صادرکنندگان نیز با توجه به قیمت‌های پیشنهادی بازار و تقاطع عرضه و تقاضا برای کالای مورد نظر، قیمت تعادلی را محاسبه و به صادرات کالای خود می‌پردازند و درآمد حاصله را با توجه به نرخ ارز در کشور به پول ملی تبدیل می‌کنند.

۲. قیمت و هزینه کالاها و خدمات در زنجیره ارزش

مدیریت هزینه‌های مختلفی که بر قیمت‌نهایی کالا موثر است، اعم از هزینه‌های تولید یا هزینه‌های ورود کالا یا خدمات به بازار، از عوامل موثر صادرات می‌باشد. همان‌طور که پیش‌تر نیز اشاره شد، میزان تقاضا و قیمت‌های پیشنهادی، حجم صادرات در بازارهای خارجی را تعیین می‌کند. قیمت پیشنهادی شامل اجزای مختلف از جمله هزینه اجاره زمین، سرمایه، نیروی کار و نهاده‌های مختلفی مانند انرژی، آب، مواد اولیه و سایر اجزا و قطعاتی است که در تولید محصول نهایی

به کار گرفته می‌شود. بخش جدایی‌ناپذیر معادله مجموعه‌ای از عوامل مانند کیفیت محصول، زمان تحویل، خدمات پس از فروش و غیره است. مدیریت صحیح این موارد در میزان موفقیت صادرکننده نقش کلیدی دارد.

فناوری به کار گرفته شده در فرآیند تولید نیز در میزان هزینه تولید کالاها نقش اساسی دارد: کشورهایی که دارای نیروی کار ارزان‌قیمت هستند اغلب از فرآیندهای کار استفاده می‌کنند اما در کشورهایی که نیروی کار گران‌قیمت است، اغلب از روش تولید سرمایه‌بر استفاده می‌شود. انتخاب تکنولوژی تولید به مقیاس اقتصاد و اندازه بازار هدف و استراتژی رشد کشورها نیز بستگی دارد، به عنوان مثال در مراحل اولیه رشد برخی از کشورهای آسیایی که گاهی اوقات با گروه‌های بزرگ صنعتی همکاری نزدیک داشتند، تصمیم گرفتند تا طیف وسیعی از صنایع سنگین را به عنوان بخشی از صنعتی شدن خود پرورش دهند به این منظور از سیاست‌های حمایتی استفاده کردند تا به تدریج رقابت‌پذیری لازم را برای حضور در بازارهای بین‌المللی کسب کنند. امروزه نیز کشورها با رشد فناوری ارتباطات، کشورهای موفق بر توسعه فناوری ارتباطات و اطلاعات، خدمات حرفه‌ای و مالی و حمل و نقل تمرکز کرده‌اند. همانند هدف‌گذاری صنایع سنگین که در گذشته شرایط لازم را برای رشد اقتصادی کشورها فراهم کرد امروزه سرمایه‌گذاری برای توسعه برخی صنایع خدماتی، مزیت استراتژیکی را برای اولین‌ها به ارمغان می‌آورد.

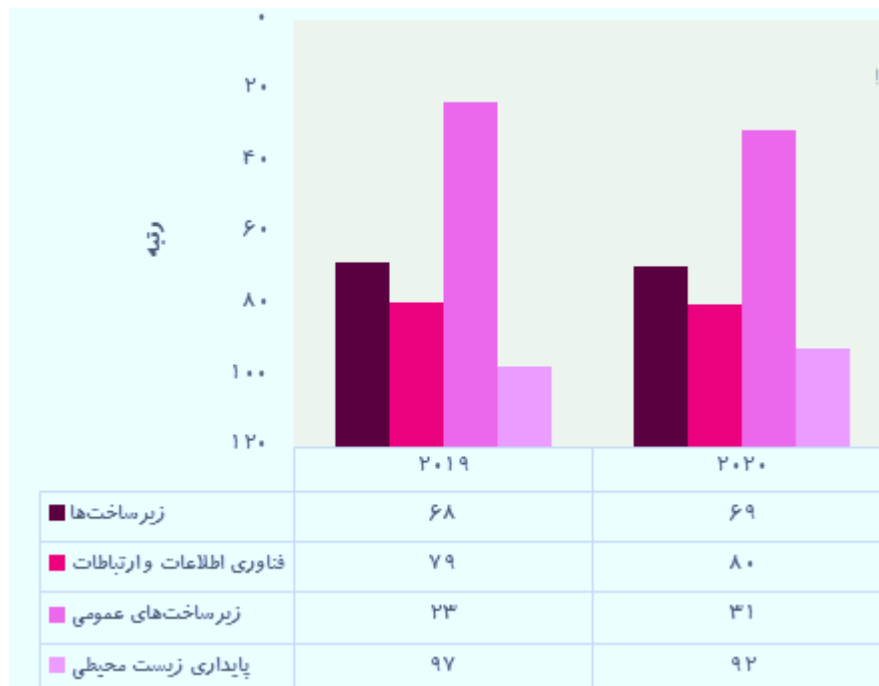
در حال حاضر موفقیت در صادرات الزاماً به معنی کمترین قیمت محصول در مزرعه یا درب کارخانه نیست: قیمت نهایی در بازار صادراتی شامل هزینه‌های مختلفی می‌شود که صرف ارائه کالا در بازار مورد نظر شده است. از نگاه یک کالا یا صنعت خاص، تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش شناسایی محدودیت‌های الزام‌آور برای رشد و رقابت‌پذیری و هدف‌گیری موثر مسائل نهادی را در این بخش تسهیل می‌کند.^۱ از دیدگاه کلان نیز اصلاحات در سه حوزه جای می‌گیرد:

- مسائل مربوط به بازار محصولات یا خدمات: سیاست تجاری، سیاست رقابت، انحراف قیمت‌ها، یارانه‌ها، مجوزها، استانداردهای محصولات و خدمات، آداب و رسوم، تدارکات، حقوق مالکیت و چارچوب مقررات.

^۱ 'Moving toward competitiveness: A value-chain approach', World Bank, ۲۰۰۷. Available at: [www.ifc.org/ifcext/fias.nsf/AttachmentsByTitle/MovingTowardCompetitiveness/\\$FILE/Value+Chain+Manual.pdf](http://www.ifc.org/ifcext/fias.nsf/AttachmentsByTitle/MovingTowardCompetitiveness/$FILE/Value+Chain+Manual.pdf)

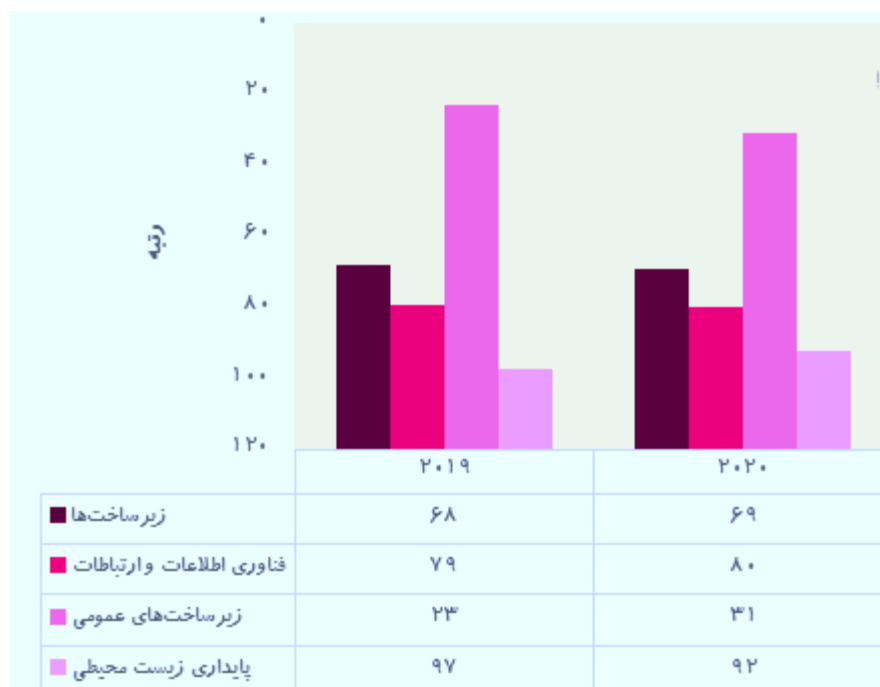
▪ مسائل مربوط به بازار نهاده‌ها: دستمزدها، هزینه‌های سرمایه‌ای، مسائل مربوط به بازار انرژی، سختی‌های بازار کار، قیمت زمین و منطقه‌بندی.

▪ مسائل مربوط به بازار: تنوع بازار، تحقیق و توسعه، تنوع محصول یا خدمات و برقراری ارتباط و پیوند با عرضه کننده.



نمودار (۱): تغییرات رتبه ایران در رکن نهادی

منبع: سیزدهمین گزارش شاخص جهانی نوآوری (Global Innovation Index)



نمودار (۲): تغییرات رتبه ایران در رکن زیرساخت‌ها

منبع: سیزدهمین گزارش شاخص جهانی نوآوری (Global Innovation Index)

عوامل فوق حاکی از آن است که نهادهای عمومی تأثیر چشمگیری بر بهره‌وری و عملکرد بنگاه‌ها دارد. سیاست‌های دولت یا به ایجاد محیطی مناسب برای کسب و کار کمک می‌کند یا آن را محدود می‌کند. تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش نقاط هزینه‌ای را که با اتخاذ سیاست‌های مناسب می‌توان زمینه را برای ارتقای رقابت‌پذیری فراهم کرد، مشخص می‌کند:

- زنجیره ارزش با نیاز شرکت‌ها برای دسترسی به مواد اولیه و کالاهای واسطه برای تولید آغاز می‌شود. در اینجا مقرون به صرفه‌ترین منبع و تأمین‌کنندگان قابل اطمینان، چه در داخل و چه در خارج از کشور جستجو می‌شود.

- سپس، نهادهای از طریق گمرک، انبارهای توزیع و زمینی (جاده‌ای، راه‌آهن و غیره) به شرکت منتقل می‌شوند. برخی از نهادهای ممکن است از طریق ارتباطات از راه دور یا سایر روش‌های تجارت فرامرزی وارد شوند.

▪ سپس نهاده‌ها به محصولات یا خدمات کشاورزی یا صنعتی تبدیل می‌شوند.

▪ سرانجام، محصولات یا خدمات به بازارهای مقصد "حمل" می‌شوند. این بستگی به عملکرد لجستیک کارآمد کشورها دارد که برای آن نیاز به سیستم‌های ارتباطی خوب (مخابرات و اینترنت) وجود دارد. سیستم‌های ارتباطی خوب برای صادرات خدماتی که اغلب تحت عنوان "برون سپاری فرایندهای تجاری" مشخص می‌شوند، ضروری هستند. همه محصولات اعم از کشاورزی یا تولیدی باید با الزامات موانع فنی تجارت (TBT^۱) مطابقت داشته باشند. محصولات کشاورزی باید با الزامات بهداشتی و گیاهی (SPS^۲) مطابقت داشته باشد. خدمات نیز باید مطابق با الزامات قانونی باشد.

۳. سیاست‌هایی که مراکز هزینه را در زنجیره ارزش هدف قرار داده است

هزینه نهاده‌ها و قیمت کالاها و خدمات نهایی تحت تأثیر سیاست‌ها در مراحل مختلف زنجیره ارزش قرار می‌گیرد. اینچنین سیاست‌هایی می‌تواند باعث افزایش قیمت نهایی (مانند اعمال تعرفه گمرکی یا افزایش بروکرسی) یا کاهش آن (مانند ارائه یارانه‌های مستقیم یا غیرمستقیم) شود. به طور مشابه، طیف وسیعی از سیاست‌ها وجود دارد که به طور مستقیم و غیرمستقیم بر هزینه

مراکز هزینه زیادی

در زنجیره ارزش وجود

دارد. تجزیه و تحلیل

زنجیره‌های ارزش برای

شناسایی چنین مراکز

هزینه و کمک به طراحی

سیاست‌هایی که

هزینه‌ها را هدف قرار

داده و ایجاد روابط

تجاری در داخل و خارج

از مرزهای ملی را

تسهیل کند، مفید

است.

^۱ Technical Barriers to Trade

^۲ sanitary and phytosanitary

مجموعه ای موثر از سیاست‌های مستقیم و غیرمستقیم برای افزایش رقابت‌پذیری در صادرات، باید تمام مراحل زنجیره ارزش را برطرف کند.

چنین سیاست‌هایی ممکن است به نکات واحدی در زنجیره ارزش بپردازد یا ممکن است مقطعی باشد و مراحل مختلف زنجیره ارزش را مورد بررسی قرار دهد.

عوامل تولید تأثیر می‌گذارد به عنوان مثال قوانین در خصوص سرمایه‌گذاری می‌تواند منجر به نوآوری‌هایی شود که باعث کاهش هزینه‌ها و ارتقای بهره‌وری گردد. سیاست‌های مرتبط با تحقیق و توسعه، آموزش حرفه‌ای و سایر اقدامات غیرمستقیم به طور مشابه بر هزینه‌ها تأثیر می‌گذارند. به طور کلی، ابزارهای سیاست‌گذاری در این حوزه شامل موارد زیر است:

- تعرفه‌ها (شامل تعرفه‌های ترجیحی)، اقدامات غیر تعرفه‌ای (شامل حمایت‌های داخلی و یارانه‌های صادراتی)، حمایت‌گرایی‌ها، تسهیل تجارت (از جمله پنجره واحد فرامرزی)، ارزش‌گذاری گمرک (از جمله قوانین مبدا)، شفافیت در تدوین و اعمال سیاست‌ها و ابزارهای سیاستی.
- سیستم‌های نظارتی، دسترسی به بازار و رفتار کشور در برابر تأمین‌کنندگان خدمات خارجی، سیاست رقابتی.
- قوانین و رویه‌های سرمایه‌گذاری، حفاظت از حقوق مالکیت، حکمرانی خوب، ثبت کسب و کار و سایر جنبه‌های کسب و کار، محیط کسب و کار.
- مقررات فنی، استانداردها، ارزیابی انطباق، آزمایش، توافق‌نامه‌های به رسمیت شناختن متقابل (MRA)، نقاط استعلام.
- مذاکرات تجاری در سطوح چندجانبه، منطقه‌ای و دوجانبه.

برخی سیاست‌ها مانند سیاست‌های حوزه آموزش (تربیت سرمایه انسانی و تولید مهارت و ...) تحقیق و توسعه، قوانین کار (نرخ دستمزدها، شرایط کار)، مالکیت زمین و ... سیاست غیرمستقیم هستند اما آثار آن‌ها بر رقابت‌پذیری بین‌الملل بلندمدت و بسیار بااهمیت هست. به طور کلی، ابزارهای سیاست باید به طیف وسیعی از مسائل "در مرز"، "پشت مرز" و "فراتر از مرز" بپردازند. برخی از ابزارها زمینه‌های خاصی از زنجیره تأمین را که رقابت‌پذیری را افزایش

می‌دهد، هدف قرار می‌دهند مانند طرح‌های بازپرداخت عوارض که به صادرکنندگان کالاهای تولیدی با نهاده‌های وارداتی با قیمت جهانی ارائه می‌دهد و در نتیجه سودآوری آن‌ها را افزایش می‌دهد، در حالی که از صنایع داخلی که با واردات رقابت می‌کنند محافظت می‌کند. گروه دیگری از ابزارها به صورت متقابل هستند و از طریق سیاست‌هایی که چشم انداز تجاری و اقتصادی کشور را شکل می‌دهد، بر حوزه‌های مختلف زنجیره تأمین تأثیر می‌گذارد؛ شامل بهبود سیستم حمل و نقل، ارتباطات، خدمات بندرگاهی و توزیع که می‌تواند در مراحل مختلف زنجیره تأمین تأثیر داشته باشد.

ابزارهای سیاست‌گذاری با هدف اصلی افزایش رقابت‌پذیری صادراتی را می‌توان در مجموعه‌ای از اهداف تعیین شده متوسط طبقه بندی کرد:

- فراهم آوردن محیطی مناسب برای کسب و کار از جمله ثبات سیاسی و نهادی، دسترسی آسان به سیستم قضایی، قابلیت اجرای قراردادهای و سیستم مالیاتی عادلانه؛
- ارائه سیاست‌های حمایتی برای همه بخش‌های اقتصاد، مطابق با قوانین بین‌المللی؛
- افزایش بهره‌وری عوامل تولید از طریق افزایش سرمایه‌گذاری ملی و جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی؛
- کاهش هزینه‌ها از طریق تسهیل دسترسی به نهاده‌های کالاها و خدمات با قیمت‌های رقابتی و ارتقای زیرساخت‌های نرم و سخت؛
- حصول اطمینان از اینکه تجارت فرامرزی کالا و خدمات به سرعت، قابل اعتماد و مقرون به صرفه انجام می‌گیرد؛
- توسعه صادرات و بازاریابی؛
- بهبود دسترسی به بازارهای صادراتی؛

برخی از این اهداف می‌تواند توسط کسب‌وکارهای فردی تحقق یابد اما بخش عمده‌ای از آن‌ها از مسئولیت‌های دولت به شمار می‌رود. در این مورد، مطلوب است که سیاست‌های دولت برای مقابله با این مسائل به طور کلی برای کمک به همه مشاغل با هدف موفقیت صادرات به کار گرفته شود تا سیاست‌هایی که برای فعالیت‌های خاص هدف قرار گرفته‌اند.

این باعث ایجاد محیطی می‌شود که صرفاً برای شرکت‌ها و صنایع فردی خاصی طراحی نشده است، بلکه به مشاغل جدید نیز اجازه می‌دهد تا شکوفا شوند و قهرمان فردا شوند.

۴. نتیجه‌گیری:

ابزارهای سیاست‌گذاری با هدف اصلی افزایش رقابت‌پذیری صادراتی را می‌توان در مجموعه‌ای از اهداف تعیین شده متوسط طبقه بندی کرد: فراهم آوردن محیطی مناسب برای کسب و کار از جمله ثبات سیاسی و نهادی، دسترسی آسان به سیستم قضایی، قابلیت اجرای قراردادها و سیستم مالیاتی عادلانه؛ ارائه سیاست‌های حمایتی برای همه بخش‌های اقتصاد، مطابق با قوانین بین‌المللی؛ افزایش بهره‌وری عوامل تولید از طریق افزایش سرمایه‌گذاری ملی و جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی؛ کاهش هزینه‌ها از طریق تسهیل دسترسی به نهادهای کالاها و خدمات با قیمت‌های رقابتی و ارتقای زیرساخت‌های نرم و سخت؛ حصول اطمینان از اینکه تجارت فرامرزی کالا و خدمات به سرعت، قابل اعتماد و مقرون به صرفه انجام می‌گیرد. اولین رکن از شاخص رقابت‌پذیری، رکن نهادها می‌باشد که از دو بخش نهادهای عمومی و نهادهای خصوصی تشکیل شده است. در نهادهای عمومی حقوق مالکیت، اخلاق و فساد، نفوذ ناروا، کارایی دولت و امنیت مورد بررسی قرار می‌گیرد و در نهادهای خصوصی اخلاق شرکت و پاسخگویی آن مد نظر است که هر کدام با استفاده از یک یا چند معیار مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. توجه به هریک از این شاخص‌ها می‌تواند در رفع مشکلات فعالین اقتصادی و کسب‌وکارها راهگشا باشد. برخی از این اهداف می‌تواند توسط کسب‌وکارهای فردی تحقق یابد اما بخش عمده‌ای از آنها از مسئولیت‌های دولت به شمار می‌رود. در این مورد، مطلوب است که سیاست‌های دولت برای مقابله با این مسائل به طور کلی برای کمک به همه مشاغل با هدف موفقیت صادرات به کار گرفته شود تا سیاست‌هایی که برای فعالیت‌های خاص هدف قرار گرفته‌اند.