

بازرگانی داخلی

## مسائل و مشکلات توسعه

## صادرات غیر نفتی کشور

توجهات، چه در زمینه های تولیدی و مسائل مرتبط به آن و چه در زمینه صدور و بازاری جهانی صادرات غیر نفتی، با مشکلات زیادی رو برو می باشد که در این نوشتار سعی می شود به مهمترین آنها اشاره شود بدیهی است موفقیت در توسعه صادرات غیر نفتی بستگی کامل به از میان برداشتن مسائل و مشکلات موجود دارد، در غیر این صورت دستیابی به اهدافی که در این زمینه، بویژه اهدافی که در برنامه پنجساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، در ارتباط با افزایش کمی و کیفی صادرات غیر نفتی مطرح است، با مشکلاتی مواجه خواهد بود:

در نظام سیاسی، اقتصادی و اجتماعی حاکم بر دنیای امروز، که بر قدرتهای عظیم استعماری - اقتصادی استوار است، تنها ملتی می تواند مستقل و خود کفا باشد که بتواند نیازهای خود را چه از ناحیه تولیدات داخلی و چه با صدور مازاد تولید خود بخارج و تأمین سایر ما یحتاج خود از خارج، تأمین نماید. در رژیم گذشته، بخش غالب اقتصاد کشور، نفت بوده و بیش از ۹۵ درصد درآمدهای ارزی ما از طریق آن بخش تأمین میشده به همین دلیل توجهی به صادرات غیر نفتی نشده است. خوشبختانه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، صادرات غیر نفتی، ورهائی از درآمد تک محصولی نفت، مورد توجه زیادی قرار گرفته است. اما به رغم این

یکی از مشکلات عمده‌ای که مبتلا به صادرات غیر نفتی بوده عدم ثبات استراتژی‌های مناسب و عدم وجود برنامه ریزی صحیحی در این رابطه بوده است.

داشته است: از جمله کاهش تولیدات در نتیجه مشکلاتی چون کمبود سوخت و کمبود نیروی انسانی و عدم تولید یا کاهش تولید مراکز تولیدی واقع در مناطق جنگی؛ تأمین نیازهای کالائی جبهه‌های جنگ - که طبیعتاً بخشی از تولیدات را بخود اختصاص داده و امکان صدور کمتر بوده- با توجه به اینکه تولیدات کل جامعه تغییر چندانی نکرده است. مساله دیگر در این رابطه تورم است که سبب غیر رقابتی شدن صادرات می‌گردد. همچنین تأمین نیروی انسانی مورد نیاز جنگ نیز بنحوی هم بر تولیدات و هم بر صادرات مؤثر بوده است. بالاخره در زمینه صدور می‌توان به مشکلات دیگر از قبیل: تعطیل یا نیمه تعطیل شدن مراکز صدور مناطق جنگی، عدم امکان استفاده از حق پبله‌وری مرز نشینان مناطق جنگی، افزایش هزینه حمل و بیمه به دلیل نا امنی راه‌های ارتباطی با بازارهای خارجی و... اشاره نمود که اینها همه مشکلاتی بودند که از ناحیه جنگ، صادرات غیر نفتی را تحت تأثیر قرار داده‌اند.

## ۲. عدم برنامه ریزی صحیح صادرات غیر نفتی کشور:

یکی از مشکلات عمده مبتلا به

## ۱. وقفه‌های تولید و تأمین ناشی از شرایط جنگی:

بطور کلی، جنگ در هر جامعه‌ای که رخ دهد، تمامی جوانب آن اعم از سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و حتی فرهنگی، را تحت تأثیر قرار میدهد، که در این میان، اثرات آن بیش از هر چیز، در زمینه اقتصاد مشهود است. جنگ تحمیلی عراق علیه ایران که مدتی طولانی ادامه داشت، جدای از این قاعده نیست. بویژه اینکه این جنگ در شرایط حساس اوایل پیروزی انقلاب اسلامی بر ما تحمیل شد و اثرات آن بمراتب شدیدتر بود، زیرا کشوری که در آن، انقلاب رخ داده و ساختارهای گذشته بر هم خورده، نیاز به سازماندهی جدید دارد در حالی که وقوع جنگ این تجدید سازمان را متأثر می‌سازد. بهر صورت، جنگ تحمیلی درآمدهای ارزی ما را شدیداً تحت تأثیر قرارداد. به لحاظ اینکه ساختار تولیدی و در نتیجه صادراتی کشور شدیداً به درآمدهای نفتی وابسته است. لذا اثرات درآمدهای نفتی سریعاً در تولیدات و صادرات نیز ظاهر خواهد گشت.

علاوه بر مشکلات ارزی، جنگ در زمینه تولیدات داخلی نیز مشکلات زیادی آفریده که اثر سوء بر صادرات غیر نفتی

وابستگی زیاد بخش صنعت بخارج از یک سو وبافت و ساختار نامناسب و تکنولوژی نسبتاً پائین آن نسبت به صنایع دیگر، رقبا و صادر کنندگان خارجی از سوی دیگر، خالص ارزآوری تولیدات صادراتی این بخش راشدید آگاهی داده وحتی در مواردی منفی شده است.

منفی بر صادرات غیر نفتی داشته است.

### ۳. عدم سرمایه گذاری دولت در امر صادرات و تولیدات صادراتی:

یکی از مظاهر اصلی عدم سرمایه گذاری لازم و کافی، و یا عدم تحمل زیان احتمالی ناشی از سرمایه گذاری در صادرات غیر نفتی، مسأله عدم وجود برنامه، تغییر تصمیمات و سیاست ها و مقررات می باشد. زیرا در صورتی که برنامه مناسبی در رابطه با صادرات نباشد طبیعی است که سرمایه گذاریهای لازم و مورد نیاز نیز نامشخص خواهند بود، از طرفی، تغییر تصمیمات، سیاست ها و مقررات مسأله سرمایه گذاری را تحت الشعاع قرار میدهد چرا که سرمایه گذاری به ثبات تصمیمات، و سیاست های باثبات نیاز دارد. بهر حال، بمنظور بررسی دقیق تر مسأله، گرچه آمار و ارقام مشخصی در این رابطه وجود ندارد، ولی می توان با تفکیک اقلام عمده صادراتی آترا مورد بحث قرارداد. اقلام عمده صادراتی را به ترتیب اهمیت می توان به صادرات کشاورزی و سنتی، صنعتی، و مواد کانی و معدنی تقسیم نمود؛ برای مثال، در سال ۱۳۶۵، از کل صادرات غیر نفتی

صادرات غیر نفتی عدم ثبات استراتژیهای مناسب و عدم وجود برنامه ریزی صحیح در این رابطه است. نوسان زیاد صادرات غیر نفتی در دهساله بعد از انقلاب اسلامی، خود بهترین گواه براین مدعاست. البته این مسأله مربوط به کل اقتصاد نیز بوده است. بهر حال عدم وجود استراتژی مشخص و در نتیجه نا مشخص بودن برنامه صادرات غیر نفتی سبب مشکلات بی شماری چون: تصمیمات روزمره، بلا تکلیفی، ناپایداری قوانین و مقررات، عدم امکان تحقق اهداف تولید در نتیجه عدم دسترسی به صادرات مورد نظر، تشدید تورم داخلی، عدم امکان اتخاذ تصمیمات هماهنگ و کارآ در زمینه های آموزش نیروی انسانی لازم و تدارک امکانات تولیدی و صادراتی، وضع مقررات غیرکارآ و سیاست های متخذه نا مناسب، کاهش کارآئی مقررات، سیاست ها و دستگاههای اداری و... می گردد. بهر حال مجموعه عوامل و مشکلات فوق ضمن اینکه تأثیرات سوئی بر صادرات غیر نفتی داشته، سبب تنگ نظری صادر کنندگان نیز شده است، که این خود سبب عدم برنامه ریزی مناسب صادر کنندگان جهت اهداف صادراتی خود شده و در نتیجه بیشتر به مشاغل خدماتی انگلی روی آور شده اند که بهر حال اینها همه تأثیر

(۹۱۵ میلیون دلار)، ۸۵/۳۲ درصد به صادرات کشاورزی و سنتی، ۱۲ درصد به صادرات صنعتی و مابقی (۲/۶۷ درصد) به مواد کانی و معدنی اختصاص داشته است.<sup>۱</sup> بنابراین قسمت عمده صادرات، کالاهای کشاورزی و سنتی می‌باشد که توسط بخش خصوصی تولید و صادر میشود و دولت هیچگونه سرمایه‌گذاری در این زمینه انجام نداده است، مگر یک سری سیاست‌های تشویقی و ترغیبی). از طرف دیگر، در بخش صنعت گرچه بخش عمده صنایع دولتی می‌باشند، نیز واحدی صرفاً به منظور صادرات تأسیس نشده بلکه در گذشته صنایع کشور عمدتاً جهت جایگزینی واردات احداث شده‌اند لذا صادرات صنعتی - ضمن سهم ناچیز آن - بیشتر به دلیل رفع مشکلات ارزی آنها صورت گرفته است، مضافاً اینکه کل سرمایه‌گذاری‌های دولت در اقتصاد طی سالهای ۱۳۵۶-۶۵ نه تنها افزایش نیافته بلکه کاهش نیز یافته است (از ۹۲۶/۸ به ۷۴۶/۵ میلیارد ریال)<sup>۲</sup> که نوسانات شدید سرمایه‌گذاری‌های دولت نیز یکی از مشکلات عمده در این رابطه می‌باشد.

بخش معدن نیز ضمن سهم بسیار کم آن در صادرات غیر نفتی، دارای مشکلات

کمبود سرمایه‌گذاری و نوسان شدید آن می‌باشد. بهر حال ملاحظه میشود که در زمینه تولیدات، سرمایه‌گذاری لازم جهت صدور کالا انجام نشده، مضافاً اینکه در زمینه امکانات زیربنایی لازم جهت تجارت خارجی، سرمایه‌گذاری‌های عمدتاً بر مبنای صادرات نفت بوده تا صادرات و واردات غیر نفتی.

#### ۴. پائین بودن ارزش افزوده برخی از اقلام صادراتی:

مسأله ارزش افزوده و صادرات از ابعاد مختلف قابل بررسی است: یکی، صادرات کالاهای خام و اولیه و دیگری کالاهای ساخته شده و کارخانه‌ای، از این دید، با توجه به اینکه بخش عمده صادرات غیر نفتی را کالاهای کشاورزی تبدیل نشده و یا مواد خام معدنی تشکیل می‌دهند، بنابر این اینگونه کالاها نسبت به کالاهای تبدیل شده از کالاها و مواد مزبور، از ارزش افزوده پائین‌تری برخوردار می‌باشند. از دید دیگر، می‌توان مسأله «ارزآوری» در قسبال «ارزبری» تولیدات صادراتی را بررسی نمود. گرچه بخش صنعت سهم ناچیزی در صادرات غیر نفتی داشته است اما وابستگی

۱- ارقام به نقل از: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران گزارش اقتصادی و ترازنامه سال ۱۳۶۵

(تهران: ب. م. ج. ۱۰- بی تا) ص ۹۷.

۲- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران گزارش اقتصادی و ترازنامه سالهای مختلف (تهران:

ب. م. ج. ۱۰- بی تا).



مجله علمی و مطالعات  
مجله جامع علوم انسانی

زیاد بخش صنعت (حدود ۷۰ درصد)<sup>۱</sup> بخارج، از یک سو، و بافت و ساختار نامناسب و تکنولوژی نسبتاً پائین آن نسبت به صنایع دیگر رقا و صادر کنندگان خارجی از سوی دیگر، خالص ارزآوری تولیدات صادراتی این بخش را شدیداً کاهش داده و حتی در مواردی منفی شده است که در این صورت صادرات موجود عمدتاً در نتیجه بهره جستن از سیاست‌های تشویقی دولت و استفاده از رانت‌های (سوداضافی) ایجاد شده از بازار آزاد انجام میشود. مسائل فوق بعلاوه بسته بندی نامناسب و عدم اجرای کامل استانداردهای جهانی که این دو خود سهم بسزائی در افزایش ارزش افزوده دارند، همه و همه ادعای پائین بودن ارزش افزوده را ثابت می‌کنند.

## ۵. تقاضای داخلی و پائین بودن سطح تولید.

بطور کلی تقاضای داخلی یا از محل تولیدات داخلی تأمین میشود و یا از طریق واردات. در قبال واردات بایستی کالا صادر نمود تا بتوان کالا وارد کرد. از طرف دیگر تقاضای داخلی تحت تأثیر عوامل مختلفی چون: رشد جمعیت، افزایش آگاهیها و بینش‌های افراد و افزایش درآمدها قرارداد که افزایش هر یک سبب افزایش تقاضای

داخلی میگردد و از طرفی، افزایش تقاضای داخلی یا از محل تولیدات داخلی باید تأمین گردد و یا از طریق واردات. در صورت نخست، چنانچه افزایش تولید بمیزان رشد تقاضا افزایش نباید توأم و مشکلات دیگری را در پی خواهد داشت که نهایتاً بخشی از صادرات جذب تقاضای داخلی می‌گردد از طرف دیگر، افزایش واردات در نتیجه افزایش درآمدهای ارزی میسر است که از این بابت کشور با مشکلات زیادی مواجه می‌باشد و لذا رشد تقاضا، که بنحوی خود را در رشد مصرف (خصوصی و دولتی) نشان میدهد، سبب می‌گردد صادرات غیر نفتی تحت تأثیر و با مشکل مواجه شود. مضافاً اینکه در گذشته مصرف، عمدتاً به بازارهای خارجی متکی بود و در نتیجه تولیدات داخلی عمدتاً در راستای جایگزینی واردات بکار می‌رفت تا در جهت صادرات.

علاوه بر اینکه تقاضای داخلی رشد زیادی داشته، سطح تولیدات داخلی پائین و حتی در مواردی دارای رشد منفی بوده است. ارقام تولید ناخالص ملی (به قیمت‌های ثابت ۱۳۵۳) طی دوره ۱۳۶۲-۶۶ نشان میدهد که دارای روند نزولی بوده است (از ۳۲۸۳/۵ میلیارد ریال در سال ۱۳۶۲، به ۳۲۰۳/۳ میلیارد در سال ۱۳۶۶ رسیده است)<sup>۲</sup> که این کاهش و عدم رشد مناسب «GDP» خود در نتیجه مشکلات مختلفی

۱- وزارت برنامه و بودجه لایحه برنامه اول توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی جمهوری

اسلامی ایران، (۷۲-۱۳۶۸) پیوست شماره ۱ (تهران: وزارت برنامه و بودجه، ۱۳۶۸)، صص ۳-۷.

چون کمبود سرمایه‌گذاری، مشکلات ارزی... بوده است. بهر حال رشد تقاضای داخلی از یک سو، و رشد منفی و یا عدم رشد لازم تولیدات داخلی از سوی دیگر سبب شده تا صادرات غیر نفتی شدیداً تحت تأثیر قرارگیرد.

## ۶. مسائل و مشکلات نیروی انسانی:

صادرات غیر نفتی را می‌توان به صادرات کالا و صادرات خدمات تقسیم نمود، که نقش نیروی انسانی در صادرات خدمات نسبت به صادرات کالاهای غیر نفتی بمراتب بیشتر است. برغم اینگونه امکانات صادرات خدمات کشور ناچیز است، در حالیکه با توجه به خلاقیت‌ها و استعداد‌های ایرانی‌ها، می‌توان به صادرات خدمات قابل توجهی دست یافت.

در رابطه با نیروی انسانی و صادرات کالائی، نیز مشکلات مختلفی مطرح است، اعم از مسائل آموزشی یا کمبود و یا تورم نیروی انسانی. بطور کلی در زمینه صادرات با کمبود شدید نیروهای انسانی متخصص مواجه هستیم و در این رابطه در صحنه آموزش عالی کمترین توجهات به آن شده است. در چنین وضعیتی مسأله تحقیقات جهت بهبود صادرات نیز کم‌رنگ خواهد بود. البته کمبود نیروی انسانی متخصص تنها به بخش صادرات غیر نفتی محدود نمی‌شود بلکه در

زمینه‌های تولیدی نیز آثار این مسأله بارز است. اما این کمبود بطور کلی بمعنی کمبود نیروی انسانی نیست، برعکس اشتغال نیروی انسانی، بویژه در بخش خدمات متورم بوده که این خود با توجه به کارآئی پائین نیروی انسانی در کشورها، طبیعی است که مسأله افزایش قیمت تمام شده و بنابراین عدم امکان رقابت کالاهای صادراتی در بازارهای جهانی و در نتیجه کاهش صادرات را بدنبال خواهد داشت.

## ۷. عدم امکانات، تسهیلات و تشویق‌های کافی در امر صادرات:

اصولاً امکانات و تسهیلات و سیاست‌های تشویقی بمنظور افزایش عرضه کالاهای صادراتی، کاهش بهای تمام شده آن و یا صرفاً کاهش بهای فروش کالاهای صادراتی بکار گرفته میشود. متأسفانه در کشور ما اینگونه امکانات و تسهیلات نتوانسته است اثرات لازم را داشته باشد و در زمینه‌های مختلف: اعم از ناکافی بودن، بی‌ثباتی و مشکلات قانونی و اجرایی، نامناسب بودن آن، بدلیل عدم مطالعه کافی در اتخاذ نوع مناسب آن، عدم وجود تسهیلات لازم از جانب دولت (چون بانک اطلاعاتی در زمینه تجارت خارجی و خدمات بازاریابی و...) از یک سو، و مشکلات اقتصادی دیگر در داخل از سوی دیگر سبب شده است

تا امکانات، تسهیلات و تشویق‌های ارائه شده در جهت توسعه صادرات فاقد کارایی لازم باشند و چه بسا خود موجب خلق مشکلات جدیدی نیز شده باشند.

## ۹. سیستم پولی (واریزی) و مالی کشور:

سیاست های اقتصادی دولت (سیاست های پولی، ارزی و مالی) هم

علی‌رغم وجود امکاناتی در خصوص صدور خدمات بعنوان یکی از اقلام صادرات غیر نفتی، فاقد این گونه صادرات می‌باشیم.

## ۸. عدم آشنائی به مقررات گمرکی و ورود کالا به کشورهای مختلف:

مقررات گمرکی و محدودیت های بازرگانی از ابزارهای موجود جهت کنترل و هدایت بخش بازرگانی میباشند. صادرکننده با فرض توفیق در تولید و امکان صدور، در صورتی خواهد توانست به بازار مورد نظر وارد شود که از قبل، از مقررات گمرکی آن بازار اطلاع کامل داشته باشد، اما صادر کنندگان ما اغلب فاقد چنین اطلاعاتی بوده‌اند. و نمی‌توانند عکس‌العملهای مناسب در قبال مقررات و محدودیت‌های جدید بازار خارجی، نشان دهند. از طرف دیگر، یک بانک اطلاعاتی منسجم و هماهنگ در این رابطه وجود ندارد که بتواند خدمات لازم را به صادر کنندگان ارائه دهد، البته اطلاعاتی بطور پراکنده وجود دارد که به دلیل عدم امکان دسترسی راحت و سریع به آن نمی‌توانند در این راستا مفید واقع شوند ضمن اینکه مسأله عدم وجود امکانات آموزش و کمبود تسهیلات دولت در این رابطه مزید بر علت می‌باشد.

بعنوان ابزار سیاست گذاری و هم بعنوان ابزار تأمین هزینه های دولت مورد استفاده قرار می‌گیرند. لذا تا زمانی که هریک از سیاست های فوق دارای این دو هدف عمده باشند دولت می‌تواند بخشهای مختلف اقتصاد را هدایت نماید. در کشور ما که سیاست های فوق از حالت ابزار سیاست گذاری خارج شده و بیشتر جنبه تأمین کسری بودجه دولت (تأمین درآمد) را بخود گرفته است، طبیعی است که نخواهد توانست آثار مطلوب خود را بجا گذارد، مثلاً سیاست مالیاتی، ضمن اینکه فاقد کارائی می‌باشد، افزایش آن جهت رفع کسری بودجه، ممکن است موجب رکود تولید گردد چرا که بر بخشهایی مالیات وضع می‌شود که قابل دسترسی است (بخشهای تولیدی نه خدماتی)، لذا دولت جهت جلوگیری از رکود تولید سراغ مالیات های پولی و آنهم انتشار بی‌رویه پول رفته که این خود تورم قطعی را به همراه دارد، چون که افزایش مدام حجم نقدینگی، بدون افزایش متناسب تولید، فشار تورمی را ایجاد می‌نماید. و تورم نیز اثر منفی بر صادرات غیر نفتی بجا میگذارد. لذا



ملاحظه می‌گردد سیاست‌های فوق صرفاً جنبه درآمدی بخود گرفته است.

در خصوص سیاست‌های ارزی نیز مشکلات فراتر می‌رود؛ یعنی، بدلیل گسترش کسری تراز پرداخت‌ها دولت مجبور به اجرای سیاست‌های ارزی است. بفرض کاهش ارزش پول ملی به منظور کاهش واردات و افزایش صادرات است که البته این نتیجه کمتر عاید کشورهای در حال توسعه می‌گردد. سیاست‌های ارزی در کشورما بیشتر خودش را در میستم چند نرخی ارز نشان داده که خود تشدید بازار سیاه ارزی، تورم، گسترش بوروکراسی و ارتباط صادرات با قیمت‌های ریالی تا قیمت‌های جهانی، نوسان بیشتر نرخ ارز را بدنبال داشته است که این مشکلات به انضمام عدم هماهنگی بین سیاست‌های اقتصادی دولت اثر منفی بر صادرات غیر نفتی گذاشته است.

## ۱۰. مشکل افزایش قیمت‌ها و هزینه‌های داخلی:

افزایش قیمت‌ها و تورم معمولاً در نتیجه افزایش پیوسته حجم پول، افزایش سرعت گردش پول و کاهش و یا رکود تولیدات (عرضه کالا) حادث میشود. در کشورما بجز سرعت گردش پول، بقیه متغیرها همین سیر را پیموده‌اند این مسأله (تورم) از آمار و ارقام

نیز بخوبی قابل ملاحظه است، بطوری که طی سالهای ۱۳۶۳-۶۷ شاخص کل بهای عمده فروشی از ۱۱۶ به ۲۴۶/۵ افزایش یافته است. که این مسأله در خصوص کالاهای صادراتی بمراتب شدیدتر بوده، بطوری که از ۱۱۴/۶ در سال ۱۳۶۴، به ۱۰۷۲/۲ در سال ۱۳۶۷ رسیده است.<sup>۱</sup> تورم فوق، از یک طرف سبب کاهش قدرت رقابتی صادرات و در نتیجه کاهش صادرات میگردد. مضافاً اینکه ممکن است بازار داخلی از جذابیت بیشتری برخوردار شود و لذا بخشی از صادرات به این علت جذب بازار داخلی گردد. از طرف دیگر افزایش قیمت‌ها سبب خواهد شد تا نیروی کار، تقاضای دستمزد بیشتر نموده و بطور کلی هزینه عوامل تولید نیز - گرچه با تأخیر- افزایش یابد، این افزایش هزینه تولید نهایتاً افزایش قیمت تولیدات را بدنبال داشته که مجدداً سیکل تأثیر منفی بر صادرات را تکمیل خواهد نمود. که این گونه مشکلات، با رکود و حتی کاهش تولیدات داخلی، موج تورم و تأثیر منفی گذاری بر صادرات غیر نفتی را تشدید نموده است.

## ۱۱. جاذبه‌های بازار داخلی:

با پذیرش این اصل که فرد در قبال انجام فعالیت‌های اقتصادی عمدتاً بدنبال سود بیشتر مییابد، صادرکنندگان نیز از این مسأله مستثنا نیستند، یعنی، صادرکننده معمولاً به

۱- مرکز آمار ایران، سالنامه آماری سال، ۱۳۶۷ (تهران: مرکز آمار ایران، ۱۳۶۸)، ص ۴۱۳.

THE WORLD'S MOST LUXERIOUS  
DELICACY  
MEANS



دلیل کسب منافع بیشتر اقدام به صدور کالا به بازارهای خارجی می‌نماید. این مسأله (دنبال سود بیشتر بودن)، مادامی که در بازارهای خارجی قابل تحقق باشد، تلاش در صدور بیشتر صادر کننده را دنبال خواهد داشت. در غیر این صورت در صورتی که بازار داخلی از جذابیت بیشتری برخوردار شود طبیعی است که تمام یا بخشی از صادرات جذب بازار داخلی خواهد شد. این مسأله

آینده سیاست‌های دولت نیز نا مشخص است ضمن اینکه بسیاری مشکلات دیگر هم در این رابطه وجود دارد. در مقابل این نوع سرمایه‌گذاری، خرید یک وسیله حمل-حتمی طی چند روز-بازدهی داشته و سرمایه را برگشت خواهد داد و یک انسان اقتصادی طبیعتاً دنبال نوع دوم خواهد رفت و لذا بدون اینکه تولیدی صورت پذیرد، بخش خدمات و درآمدها متورم می‌گردد و در نهایت تأثیر

بدون وجود فرهنگ صادراتی، برنامه‌ها، قوانین و مقررات و بطور کلی سیاست‌های صادراتی قابل تحقق نخواهد بود.

منفی بر صادرات را تکرار می‌کند.

## ۱۲. عدم شناخت بازارهای مصرف خارجی:

مسأله بازاریابی و کسب اطلاعات لازم در خصوص بازارهای مصرف خارجی، علی‌رغم اهمیت وافر آن در تجارت خارجی، در کشور ما کمتر بدان توجه شده است. بازارهای خارجی ضمن اینکه در حال رشد بوده و از قدیم الایام کالاهای ایرانی‌ها به آن بازار صادر می‌شده، ولی نتوانسته‌ایم صادرات خود را گسترش دهیم. یکی از علل عمده این امر، عدم شناخت بازار و کمبود بازاریابی و تحقیقات بازاریابی می‌باشد. طبیعی است که کم اطلاعاتی و یا بی اطلاعاتی نسبت به بازار شناخت رقبای خارجی و انجام عکس العمل‌های لازم در مقابل آنها را با

چیزی است که در اقتصاد کشور واقع شده است؛ یعنی، رشد جمعیت و درآمدها از یک سو و رکود تولیدات از سوی دیگر، افزایش قیمت‌های داخلی بمیزانی بیش از قیمت‌های جهانی را دنبال داشته، لذا انگیزه صدور را کاهش داده است.

مسأله فوق‌الذکر (کسب سود بیشتر) در شرایط نا مطلوب اقتصادی بیشتر در بخش خدمات (چون توزیع، بازرگانی...) بروز می‌کند که در نتیجه، سرمایه‌های سیال، جذب بخش خدمات می‌گردد. این امر به نوبه خود، تکرار رکود تولید و متورم‌تر شدن بخش خدمات را دنبال خواهد داشت، چرا که بفرض یک سرمایه‌گذار چنانچه دنبال احداث کارخانه‌ای که تولیدات آن را صادر نماید، باشد فقط در مرحله کسب موافقت اصولی چند سال منتظر و بلا تکلیف میماند، مضافاً اینکه سود آوری آتی آن نا معلوم و

مشکل مواجه خواهد کرد. چه بسا کالائی از مرزها خارج و در بازار مصرف با رقبای جدید و ناشناخته زیادی مواجه بوده است (مانند فرش و پسته ایران). لذا بدلیل عدم وجود اطلاعات از بازار، طبیعی است که تلاش لازم از سوی دولت جهت بهبود صادرات با مشکل مواجه میشود؛ یعنی، وقتی بازار خارجی کاملاً مشخص باشد (اعم از در دسترس بودن اطلاعات مربوط به روند واردات آن بازار و سیر تغییرات تقاضا و حساسیت بازار نسبت به قیمت و درآمد و پیش بینی آتی مصرف و واردات و بسیاری اطلاعات دیگری) صادر کننده و دولت می توانند در خصوص امکان بهبود صادرات به آن بازار برنامه ریزی دقیق داشته باشند، ولی بجز کمبود اطلاعات در خصوص موارد فوق، اطلاعات موجود فاقد انسجام لازم نیز می باشند. اما از همه مهمتر در سیستم آموزشی کشور و آنهم آموزش عالی است که کمتر اقدام اساسی صورت گرفته است، در حالیکه بسیاری از کشورها حتی در مورد بازاریابی نیز، رشته های آموزشی دارند.

### ۱۳. بازاریابی و تبلیغات:

همانگونه که در مبحث قبل گفته شد، بازاریابی در خصوص بازارهای خارجی از ضعف زیادی برخوردار است بطوری که

کمبود اطلاعات بازاریابی، برنامه ریزی نظام صادراتی، نامگذاری، شکل بسته بندی، استقرار دفاتر بازرگانی... را با مشکل مواجه کرده در صورتی که با وجود برنامه تحقق اهداف آن قطعی نخواهد بود. در واقع می توان گفت بازاریابی بایستی بصورت «فرهنگ» تبدیل شده و مسئولین و صادر کنندگان قبل از هر چیز اطلاعات کامل بازار را بدست آورند. اما متأسفانه چنین چیزی وجود ندارد. تبلیغات نیز ضمن اینکه اهمیتش شناخته نشده، بسیاری از صادر کنندگان بخش دولتی در این زمینه با مشکل مواجه اند و حتی اجازه انجام تبلیغات لازم را ندارند. تحقیقات انجام شده در خصوص علل عدم موفقیت برخی از شرکت های تحت پوشش سازمان صنایع ملی در صادرات نشان میدهد که ۵۰ درصد از شرکت های مورد مطالعه یکی از علل عمده را نارسائی تبلیغات خارجی بیان کرده اند<sup>۱</sup>. بایستی توجه داشت که تبلیغات مناسب بدنبال اطلاعات کافی از بازار امکان پذیر است و دامنه آن باید محدودی باشد که ضمن اینکه امکان توسعه بازار را میسر می نماید تبلیغات سوء خارجیان در خصوص صادرات ما را خنثی کند که در این رابطه هم با مشکلات زیادی مواجه هستیم. در نهایت اینکه وسیله مناسب تبلیغات جهت صادرات کشور ناشناخته است و نمایشگاههای تجاری و بین المللی

۱- سازمان صنایع ملی ایران «تحلیلی بر توسعه صادرات بانگشرشی بر مسائل وامکانات صنایع

تحت پوشش» (تهران: سازمان صنایع ملی ایران)، ص ۹۱.

که وسیله مناسبی در این رابطه میباشند در خصوص صادرات غیر نفتی نمی‌توانند نقش اصلی خود را ایفا نمایند.

## ۱۴. بالا بودن قیمت کالاهای صادراتی:

مسأله قیمت کالاهای صادراتی را بایستی از دو جهت تحلیل نمود: یکی، از ناحیه بالا بودن قیمت تمام شده کالاهای صادراتی که تعیین کننده سود یا زیان صادر کننده می‌باشد. دیگر قیمت گذاری کالاهای صادراتی توسط کمیسیون قیمت گذاری، که این مقوله در رابطه با پیمان ارزی مطرح است. در خصوص مساله بالا بودن قیمت کالاهای صادراتی کافی است که بین بهای شاخص عمده فروشی کل و شاخص عمده فروشی کالاهای صادراتی مقایسه ای صورت پذیرد، ضمن اینکه شاخص عمده فروشی کل از رشد زیادی برخوردار است و لی در مقابل رشد شاخص عمده فروشی کالاهای صادراتی ناچیز است چرا که در سال ۱۳۶۳، شاخص از ۱۱۶ به ۲۴۶/۵ در سال ۱۳۶۷ رسیده در حالیکه شاخص عمده فروشی برای کالای صادراتی از ۱۱۴/۶ به ۱۰۷۲/۲ در دوره مزبور رسیده است. ارقام فوق بخوبی ابعاد مشکلات در

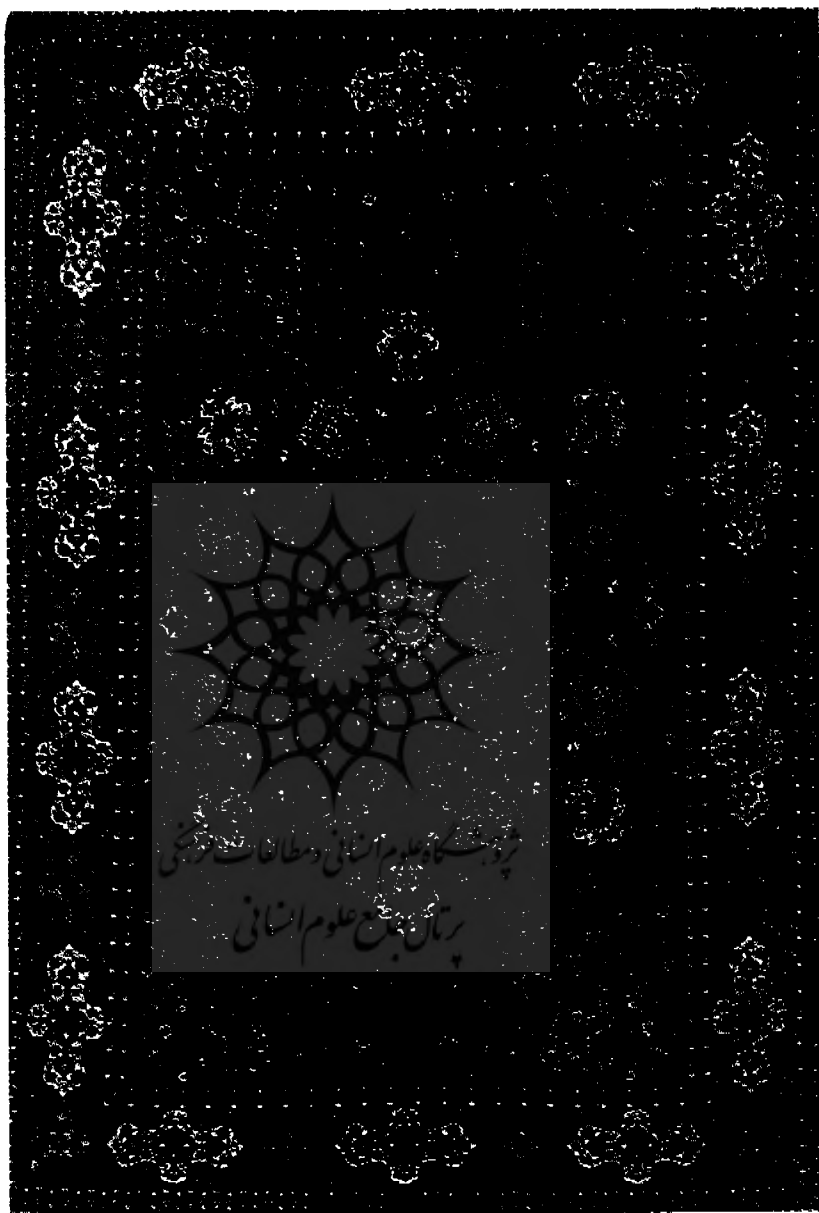
این رابطه را مشخص می‌نماید. اما در خصوص قیمت گذاری نیز وضع مشابه آنچه در فوق گفته شده می‌باشد؛ یعنی تا مدت‌ها در کمیسیون، مبنای اصلی قیمت گذاری جهت اخذ پیمان ارزی بهای عمده فروشی کالاها بود<sup>۱</sup>. که بطور طبیعی با

افزایش قیمت‌های عمده فروشی، قیمت گذاری و در نتیجه اخذ پیمان ارزی افزایش یافته و امکان برگشت ارز کافی توسط صادر کننده جهت واریز پیمان مشکل شده است. در این شرایط، همانگونه که اتفاق افتاده گسترش صادرات قاچاقی کالاها یک پدیده مسلم است. مضافاً اینکه مشکل بالا بودن قیمت، امکان رقابت در بازار خارجی را سلب می‌نماید.

## ۱۵. مشکلات قانونی و بلا تکلیف بودن وضعیت قانون بازرگانی خارجی:

بنظر کلی تحقق اهداف قانون اساسی و اجرای کامل سیاست‌های اقتصادی در زمینه صادرات، مستلزم وجود قوانین و مقررات مناسب است. علی‌رغم اینکه وضعیت تجارت خارجی در قانون اساسی مشخص شده، قانون مدون و کاملی جهت اجرا در این رابطه وجود نداشته گرچه تلاش‌هایی به منظور تهیه قانون مناسب انجام شده است ولی هنوز به نتیجه

۱- از سال ۱۳۶۶ مبنای قیمت گذاری کالاهای صادراتی در قانون و مقررات صادرات و واردات تغییر کرد و مولفه‌های ذیل مبنای کار قرار گرفت: ۱- قیمت کالا در بورسهای بین المللی. ۲- قیمت عمده فروشی کالا در داخل ۳- تأثیر در تورم داخلی ۴- میزان ارزیابی کالا.



شاخص کل بهای عمده فروشی طی سالهای ۱۳۶۳-۶۷ از ۱۱۶ به ۲۴۶/۵ افزایش یافته که این مسأله در خصوص کالاهای صادراتی بر مراتب شدید تر بوده بطوری که از ۱۱۴/۶ در سال ۱۳۶۳ به ۱۰۷۲/۲ در سال ۱۳۶۷ رسیده است.

این امر ممکن نیست مگر با تشکیلات لازم منسجم و واحد، برغم اهمیت این مسأله، در کشور ما تشکیلات لازم، منسجم و واحدی در رابطه با توسعه صادرات وجود ندارد و این خود ممکن است بدلیل نا معلوم بودن استراتژی نظام صادراتی باشد. بهر صورت عدم وجود تشکیلات واحد و استراتژی مشخص، گسترش بر خوردهای سیلقه ای و بی ثباتی را بدنبال خواهد داشت؛ یعنی، هزار چند گاهی مدیری عوض می شده، و بنا به سلیقه و نظر شخصی خود واحد سازمانی جدیدی را تأسیس و مقررات اداری خاصی را وضع می نموده است، سپس مدیر دیگری آنرا تعطیل و نوع دیگری را تأسیس می کرده است. اینها همه در واقع جهت رفع مشکل فقدان کارائی تشکیلات اداری موجود بوده که با کمال تأسف آن را قوت بخشیده و نظام بوروکراسی اداری را تشدید و مراحل اداری انجام کارها و ضوابط اداری را متورم ساخته است، مضافاً اینکه در این شرایط ضمن عدم وجود هماهنگی بین ارگانها و دست اندرکاران صادرات غیر نفتی، مشکل عدم هماهنگی را گسترش داده و بردامنه مشکلات افزوده که در نهایت سردرگمی صادر کننده، کاهش انگیزه صدور و عدم تحقق اهداف صادراتی را بدنبال دارد.

نرسیده و این مسأله خود عدم اطمینان برای سرمایه گذاران بدنبال دارد چرا که سرمایه گذار مطمئن نیست در صورت سرمایه گذاری در جهت صادرات، آیا تجارت خارجی دولتی خواهد شد یا خیر؟ لذا سرمایه گذاری جهت تولید و صادرات کاهش یافته و زمینه انجام اقدامات ریشه ای از طرف بخش خصوصی تضعیف می گردد. بلا تکلیفی مزبور سبب شده که تصمیمات و قوانین و مقررات در زمینه صادرات دچار روزمرگی و بی ثباتی گردد. پیامد چنین شرایطی طبیعتاً گسترش بوروکراسی، ناهماهنگی، کاهش کارائی نظام اداری و سایر مشکلات مترتبه، خواهد بود. کما اینکه یک صادر کننده جهت صدور کالاهایش بایستی از مراکز مختلفی مجوز صدور را اخذ نماید و سایر خوانهای غیر ضروری را بگذارند که در نهایت یا انگیزه صدور و یا کالایش در معرض نا بودی قرار خواهد گرفت.

۱۶. فقدان تشکیلات لازم و منسجم به منظور توسعه صادرات غیر نفتی:

اصولاً دولت ها جهت رشد و توسعه صادرات، در تجارت خارجی مداخله نموده و اهداف مورد نظر خود را محقق میسازند. و

## ۱۷. عدم توجه به کیفیت کالا:

در رابطه با کیفیت کالا، استاندارد مطرح است که وظیفه اصلی توجه به کیفیت کالاها، بویژه جهت صادرات را بر عهده دارد. این مسأله توسط موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی صورت می‌پذیرد. جهت ارزیابی اجمالی رعایت استاندارد در کالاهای صادراتی به اقلام عمده صادرات بایستی توجه نمود. عبارت دیگر، استاندارد مورد بحث در زمینه تولیدات صنعتی مطرح است که بخش ناچیزی از صادرات غیر نفتی را تشکیل می‌دهد. بخش عمده صادرات به کالاهای کتناورزی و سنتی مربوط می‌شود که در زمینه تولید این گونه کالاها هیچگونه اقداماتی در خصوص بهبود کیفیت آنها صورت نمی‌گیرد. در خصوص بسته بندی نیز حتی فاقد دستگاه‌های سورتینگ و بسته بندی مطلوب می‌باشیم چه رسد به رعایت استانداردهای لازم. مسأله مهمتر اجباری بودن رعایت استاندارد است، نه تنها این مسأله وجود ندارد بلکه در مواردی هم ممکن است بحدی رعایت آن تشدید گردد که کالائی، علی‌رغم قابلیت فروش آن در بازار خارجی، بدلیل عدم برخورداری از استانداردهای موسسه استاندارد، از صدور آن جلوگیری شود.

در خصوص تولیدات صنعتی نیز استانداردها بخوبی رعایت نمی‌شود. در واقع موسسه استاندارد بایستی ضمن اینکه از صدور کالاهای نامرغوب جلوگیری نماید، با

ارتباطات دو جانبه بین تولید کنندگان از طریق مؤسسات تحقیق و توسعه، از یک سو، مراکز و مؤسسات استاندارد بین‌المللی و سایر کشورها از سوی دیگر در جهت بهبود کالاها و تولیدات تلاش نماید. با فرض این ارتباط زنجیره‌ای، غالب مراکز تولیدی و صنعتی ما یا فاقد مراکز تحقیق و توسعه‌اند و یا بصورت تعطیل و یابی خاصیت مبدل شده‌اند لذا زمینه‌ای برای ایجاد ارتباط با مؤسسه استاندارد و کمک در جهت بهبود تولیدات وجود ندارد. مضافاً اینکه اجباری نبودن و رعایت استاندارد در مراحل بعد از تولید نیز با مشکلات زیادی مواجه است. مجموعه مشکلات فوق علاوه بر اینکه در نتیجه نا هماهنگی‌ها و عدم برخورداری از بافت اطلاعاتی قوی و عدم وجود ارتباطات گسترده با مراکز استاندارد بین‌المللی ... می‌باشد، زمینه رعایت استانداردها و بهبود کیفیت، بدلیل فزونی زیاد تقاضا بر عرضه در تولیدات نیز کمتر وجود دارد.

## ۱۸. ضعف امکانات حمل و نقل، و انبار

در زمینه اطلاعات زیربنائی بویژه حمل و نقل و انبارها کمبودهای چشم‌گیری اعم از کمبود امکانات جاده‌ای، بنادر، فرودگاه‌ها، راه آهن، وسایل حمل و نقل کمبود کانتینر، کمبود قطعات یدکی و عدم تأمین بموقع آن، نقصان در وسایل بارگیری، کمبود فضاهای نگهداری و انبار جهت حفاظت کالاها، بالا بودن هزینه‌های حمل و



انبارداری، کمبود سایر امکانات ارتباطی چون تلفن، تلکس و... و نهایتاً نا هماهنگی در استفاده مطلوب از امکانات فوق وجود دارد.

صادرات قاچاق و بسیاری موارد دیگر را می‌توان بیان کرد.

علی‌رغم اینکه وضعیت تجارت خارجی در قانون اساسی مشخص شده، قانون مدون و کاملی در این رابطه برای اجرا وجود نداشته است.

### راه حلها و پیشنهادات:

### ۱۹. ضعف بسته بندی:

بدنیال طرح مسائل و مشکلات پاره‌ای راه حل‌ها و پیشنهادات بشرح زیر ارائه می‌گردد:

در خصوص مشکلات بسته بندی مواردی چون کمبود کارخانجات و تجهیزات بسته بندی، کمبود مواد اولیه، نا مرغوب بودن مواد اولیه، عدم رعایت استانداردهای بین‌المللی در این زمینه، عدم انطباق بسته بندی با بازار مصرف خارجی، عدم جذابیت بسته بندی و مشکلات و محدودیت طرحها و مضامین، در نظر نگرفتن جنبه‌های تبلیغاتی و بازاریابی کافی در بسته بندی‌ها، عدم حمایت‌های لازم دولت در این زمینه قابل ذکراند.

#### ۱- بلند مدت

۱-۱. مشخص شدن جایگاه قانونی بازرگانی خارجی در راستای تحقق اهداف قانون اساسی و ایجاد زمینه ثبات و اطمینان بمنتظر جذب سرمایه‌ها جهت توسعه صادرات غیر نفتی.

۱-۲. سیاست گذاری و برنامه ریزی

صحيح صادراتی در راستای توسعه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی کشور و در قالب

برنامه‌های توسعه بلند مدت و بمنتظر ایجاد ثبات در سیاست‌های هماهنگ و سازگار و در عین حال جامع صنعتی - صادراتی، تدوین برنامه‌های صادراتی با اولویت بندی صادرات با ارزش افزوده بیشتر و ایجاد مزیت‌های نسبی در این زمینه که در این صورت امکان توسعه صادرات فراهم گردیده و از تصمیم‌گیری و سیاست‌های مقطعی

### ۲۰. سایر:

علاوه بر مشکلات مزبور، رقابت نا سالم بین صادر کنندگان، عدم استفاده مناسب از مبادلات تهاتری، عدم وجود خدمات کافی برای خریداران و مصرف کنندگان خارجی، فقدان انگیزه صدور در مسئولین امور صادراتی مراکز دولتی، عدم حمایت کافی از واحدهای صادراتی از سوی سازمانهای تابعه، الگوی نا مطلوب مصرف داخلی، وجود



مشخص شدن جایگاه قانون بازرگانی خارجی در راستای تحقق اهداف قانون اساسی و ایجاد زمینه ثبات و اطمینان به منظور جذب سرمایه‌ها جهت توسعه صادرات غیرنفتی اولین قدم مثبت تلقی میشود.

جلوگیری خواهد شد.

۱-۳. سرمایه‌گذاری لازم دولت و ایجاد زمینه مشارکت مردم در زمینه صادرات غیرنفتی با تاکید خاص در ایجاد واحدهای تولیدی-صادراتی که امکان کسب مزیت نسبی را داشته و ضمن برخورداری از حد اقل وابستگی به خارج در راستای برنامه صادراتی بلند مدت باشد.

۱-۴. آموزشهای لازم و مؤثر در امر صادرات در قالب برنامه بلند مدت و مدون بگونه‌ای که متخصصین کافی برای تمام فعالیت‌های مربوط به صادرات (اعم از تولید، صدور، بازاریابی...) تربیت شده و فرهنگ صادراتی را گسترش دهد.

۱-۵. ایجاد تشکیلات لازم، منسجم، هماهنگ و واحد در کلیه مراحل صدور کالا و کلیه بخشهای اقتصادی که بتوان اهداف برنامه‌های صادراتی بلند مدت را محقق ساخته، هادی و مشوقی در جهت توسعه صادرات باشد.

۱-۶. کسب آشنائی با قوانین و مقررات بازرگانی، سیاست‌ها و مقررات تولید کشورهای مورد مطالعه و چگونگی نفوذ در این گونه بازارها که طرف مبادله تجاری ایران هستند.

۱-۷. گسترش امکانات بازاریابی و

تبلیغاتی بمنظور شناسائی بازارهای مناسب و مطمئن جهت کالاهای صادراتی کشور و تلاش در جهت برپائی نمایشگاههای بین‌المللی و تخصصی در این رابطه.

۱-۸. کاهش و حذف بوروکراسی و ضوابط بازراننده‌اداری

۱-۹. تربیت مدیران و بازاریابهای مجرب و تأسیس دفاتر صادراتی در کشورهای مناسب.

۱-۱۰. ایجاد زمینه‌های مشارکت مردم، تصحیح الگوی مصرف، گسترش فرهنگ تحقیقات و توسعه بویژه در صنایع و مراکز تولیدی، گسترش هماهنگی و کافی امکانات زیربنائی و تلاش در جهت صادرات غیر کالائی (بیمه خدمات مقاطعه کاری...).

## ۲- کوتاه مدت:

۲-۱. استفاده بیشتر از ظرفیت‌های تولیدی با رفع تنگناهای موجود در تأمین امکانات لازم در این رابطه.

۲-۲. اختصاص سهمی از تولیدات که از قابلیت صدور برخوردارند.

۲-۳. تهیه و ابلاغ بهنگام قوانین و مقررات صادراتی کشور که ضمن جامعیت آن، از کارائی و قابلیت اجرایی بالائی

توسعه صادرات غیر نفتی ورهائی از درآمدهای تک محصولی ممکن نخواهد شد مگر در پی انجام اقدامات و سیاست های منسجم، هماهنگ، جامع و سازگار در قالب برنامه های مدون و جامع صادراتی.

- برخوردار باشند.
- ۲-۴- بالا بردن کیفیت کالاهای صادراتی و بسته بندی کالاهای بر طبق استانداردهای بین المللی و یا کاربرد مواد اولیه مصرفی مطلوب و روش و کیفیت فنی تولید مناسب.
- ۲-۵- اجرای سیاست تشویقی صادراتی (چون نرخهای ترجیحی- کمکه های نقدی، معافیت های مالیاتی، بیمه صادرات و...) مناسب و کارآ و انعطاف پذیر.
- ۲-۶- تقویت امر بازار و تبلیغات از قبیل اعزام هیئت های بازاریابی به بازارهای مورد نظر، شرکت در نمایشگاه های بین المللی
- تجاری و تخصصی، گسترش امکانات تبلیغاتی پوستری و... که نیازمند سرمایه گذاری بلند مدت نمی باشد.
- ۲-۷- مبارزه با صادرات قاچاق بصورت مستقیم و غیر مستقیم.
- ۲-۸- تشکیل و تقویت اتحادیه و تعاونی های صادراتی
- ۲-۹- گسترش مبادلات تهاتری برابر، تقویت سیستم مبادلات پله وری (واردات در مقابل صادرات)، برگزاری سمینارهای صادراتی و بهبود در شیوه قیمت گذاری کالاهای صادراتی.

## منابع و مآخذ:

- ۱- اتاق بازرگانی صنایع و معادن هفته نامه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن، شماره های مختلف.
- ۲- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران. بررسی تحولات اقتصادی کشور بعد از انقلاب. تهران: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بی نا.
- ۳- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران. گزارش اقتصادی و ترازنامه سالهای مختلف. تهران: ب. ج. ۱۰۰ بی نا.
- ۴- دانشکده علوم اقتصادی دانشگاه علامه طباطبائی «اولین سمینار ضرورت صادرات غیر نفتی ورهائهای توسعه آن» ۱۳۶۵.

- ۵- سازمان برنامه و بودجه. مجموعه گزارشها در زمینه برنامه ریزی بخش بازرگانی خارجی، «اهداف و سیاست های بخش بازرگانی خارجی»، تهران: سازمان برنامه و بودجه، خرداد ۱۳۶۱.
- ۶- سازمان برنامه و بودجه. مجموعه گزارشها در زمینه برنامه ریزی بخش بازرگانی خارجی، «عملکرد گذشته و وضع موجود بازرگانی خارجی» تهران: سازمان برنامه و بودجه. خرداد ۱۳۶۱.
- ۷- سازمان صنایع ملی ایران. «تحلیلی بر توسعه صادرات بانگشرقی بر مسائل و امکانات صنایع تحت پوشش»، تهران: سازمان صنایع ملی ایران، ۱۳۶۷.
- ۸- سازمان صنایع ملی ایران. «شناسائی و تعیین وضعیت صادرات صنعتی کشور و نقش سازمان صنایع ملی ایران در افزایش صادرات صنعتی» تهران: سازمان صنایع ملی ایران شهریور ۱۳۶۲.
- ۹- شرکت صادراتی سازمان صنایع ملی ایران. بررسی صادرات غیر نفتی کشور (۱۳۵۲-۶۴). تهران: شرکت صادراتی سازمان صنایع ملی ایران، ۱۳۶۶.
- ۱۰- مرکز آمار ایران. سالنامه آماری سالهای مختلف تهران: مرکز آمار ایران، سالهای مختلف.
- ۱۱- مرکز توسعه صادرات ایران، آینده صادرات ایران و ضرورت جلوگیری از زوال آن، تهران: مرکز توسعه صادرات مرداد ۱۳۶۱.
- ۱۲- موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، نظری اجمالی به جنبه های اقتصادی تورم، ویرایش دوم. تهران: م.م. پ.ب، ۱۳۶۵.
- ۱۳- موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، ماهنامه بررسیهای بازرگانی، شماره های مختلف.
- ۱۴- میرمحمدی، محمد. نقش بیمه های صادراتی و اهمیت آن در توسعه صادرات، تهران: واحد فوق برنامه دفتر مرکزی جهاد دانشگاهی. ۱۳۶۵.
- ۱۵- وزارت امور اقتصادی و دارائی، تازه های اقتصاد، شماره های مختلف.
- ۱۶- وزارت برنامه و بودجه «پیشنهاداتی در جهت توسعه صادرات کالاهای غیر نفتی کشور»، تهران: وزارت برنامه و بودجه، مرداد ۱۳۶۵.
- ۱۷- وزارت برنامه و بودجه لایحه اول برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۶۸-۷۲) پیوست شماره ۱. تهران: وزارت برنامه و بودجه، ۱۳۶۸.