

عوامل موثر

بر تسهیل

صادرات غیر نفتی

چکیده پایان نامه کارشناسی ارشد
شاهرخ رحمانی، کارشناس مدیریت اعتبارات بانک

"مقدمه:"

موضوع کشور در توسعه صادرات غیر نفتی تقویت می گردد بلکه در صادرات و فروش نفت نیز موضع مستحکمتری می یابد، ضمن اینکه توسعه صادرات بی تردید دارای اهمیت استراتژیک برای اقتصاد کشور می باشد.

روش تحقیق:

در این تحقیق برای گردآوری اطلاعات و ادبیات تحقیق، ابتدا از روشی کتابخانه‌ای نظریات صاحب نظران و اندیشمندان در خصوص عوامل موثر بر تسهیل صادرات و فاکتورهای تشکیل دهنده آنها و همچنین از نقطه نظرات مسوولان دست اندرکار صادرات و خود صادرکنندگان بهره برداری شده است.

برای جمع آوری بخش عمده اطلاعات که مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفته است. از روش مطالعات میدانی بهره برده شده و با توزیع پرسشنامه در بین مشتریان بانک توسعه صادرات ایران (حدود ۱۸۴ صادرکننده) و جمع آوری آنها اقدام گردیده است. بنابراین با توجه به این موضوع که پژوهش اکتشافی است، از روش پژوهش توصیفی و میدانی استفاده شده و به جمع آوری اطلاعات و نتیجه پرداخت شده است.

یافته‌ها و نتایج حاصل از تحقیق:

جواب دادن به سوال زیر هدف اصلی این پژوهش بوده است عوامل موثر بر تسهیل صادرات غیر نفتی کدامند و اولویت آنها از نظر تاثیرگذاری چگونه است؟

برای پاسخ دادن به سوال فوق یک نظرسنجی کلی از بین خبرگان و صاحب نظران صادرات غیر نفتی توزیع و پس از پاسخگویی جمع آوری شد که تاکید بر عوامل شناسایی شده بود که در ادامه پرسشنامه اصلی شامل ۴۴ سوال تنظیم توزیع و جمع آوری گردید و داده‌های حاصل از آن از طریق تکنیک تحلیل عاملی، مورد تحلیل قرار گرفت. و نتیجه آن استخراج ۱۰ عامل اصلی به عنوان عوامل موثر بر تسهیل صادرات غیر نفتی در جامعه مورد مطالعه می باشند. نتایج حاصل از این فرآیند به شرح ذیل می باشد:

لزوم خروج از اقتصاد تک محصولی، ورود به بازار و اقتصاد جهانی و عضویت در سازمان جهانی تجارت، و بررسی تاریخچه اقتصاد ایران مورد بررسی قرار می گیرد.

توجه به این نکته حایز اهمیت است که خروج از اقتصاد تک محصولی و ایجاد تنوع در اقلام صادراتی باعث ایجاد تنوع در درآمدهای ارزی می شود که باعث تقویت موضع ایران در فروش نفت نیز می گردد.

رابطه مثبت و مستقیم بین رشد اقتصادی کشورها و صادرات آنها با توجه به محاسبه صادرات به عنوان جزئی از تقاضای کل و انتقال منابع تولیدی از بخش های کم بازده و غیر رقابتی به بخش های پر بازده در بازار جهانی، همه و همه لزوم شناسایی عوامل موثر بر تسهیل صادرات را بیش از پیش مشخص می کند.

اهمیت و ضرورت پژوهش

با عنایت به اینکه استراتژی های موجود در طی برنامه دوم و سوم اقتصادی نظیر جایگزینی واردات یا واردات در مقابل صادرات بر پایه تحقیق درست و شناسایی دقیق محدودیت بنا نشده بود، نه تنها موجب افزایش صادرات غیر نفتی کشور نشد بلکه در پاره ای از موارد باعث رقابت ناسالم و ضربه خوردن صادرکنندگان واقعی از این استراتژی ها شد که با توجه به موارد بالا و مشکلات ناشی از تک محصولی بودن اقتصاد و پیامدهای ناگوار ناشی از آن، لزوم یک پژوهش جامع و جمع آوری نظرات، راهبردها و راهکارها ارایه شده توسط صادرکنندگان واقعی (مشتریان بانک توسعه صادرات) احساس می گردد.

از سوی دیگر رهایی از اقتصاد تک محصولی و ایجاد تنوع در اقلام صادرات از ضرورت های تمام کشورهای جهان سوم و از ضرورت های خاص جمهوری اسلامی ایران جهت تحقق شعار استقلال، آزادی، جمهوری اسلامی می باشد، با ایجاد تنوع در درآمدهای ارزی نه تنها

۱- براساس تحلیل عاملی مدیریت بازاریابی، بازارهای منطقه‌ای و تبلیغ کالا به عنوان اولین عامل موثر معرفی گردید که می‌توان استدلال کرد که با شناخت بازارهای بالقوه صادراتی که عمدتاً در کشورهای همسایه قرار دارند با تکیه بر تجربه و دانش کارکنان بازاریابی شرکت‌ها و اشخاص و توجه بیشتر به تبلیغ و شناساندن محصول تولیدی تسهیل صادرات غیرنفتی را فراهم آورد.

۲- از جمله عوامل معرفی شده دیگر سیستم‌های حمایتی، بانک توسعه صادرات ایران، موسسه استاندارد، نمایشگاه‌های بین‌المللی و نرخ حمل و نقل بین‌المللی که به عنوان عامل مهم و دومین عامل مدنظر بوده است و می‌توان استدلال کرد که با حمایت دولت از بانک توسعه صادرات و تخصیص اعتبار بیشتر به این بانک برای حمایت از صادرکنندگان در کنار استاندارد نمودن کالاهای صادراتی و برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی و توجه به نرخ حمل و نقل بین‌المللی و دادن یارانه به صادرکنندگان در این خصوص به هدف اصلی که همانا تسهیل صادرات غیرنفتی است نزدیک‌تر شد.

۳- بروز بدون تکنولوژی و فرآیند بهینه تولید به عنوان عامل سوم از نظر اهمیت شناخته شده و بیانگر این مطلب است که تکنولوژی تولید، کنترل کیفیت، استاندارد بودن فرآیند تولید و ارتباط سالم با عرضه‌کنندگان مواد اولیه از اهمیت زیادی برخوردار است. مجموعه چند شاخص خروجی نهایی محصول را تأیید می‌کند که از دهه ۹۰ میلادی بر آن تأکید جهانی شده و می‌شود و نمودهای عینی آن اعطای ایزوها و استانداردهای بین‌المللی برای محصولات کشورهای مختلف است که با عنایت بیشتر به این موضوع می‌توانیم شانس افزایش صادرات غیرنفتی را بیشتر کنیم.

۴- عامل دیگر حضور فیزیکی در بازار هدف با نام و مارک تجاری مطلوب استفاده از نماینده توزیع‌کننده محصول در بازار هدف یا داشتن شعبه فروش به همراه مارک تجاری مطلوب برای محصول به عنوان چهارمین عامل مهم در تسهیل صادرات غیرنفتی شناسایی شده که در این راستا می‌توان مقدمات لازم در این خصوص از جمله همکاری‌های سیاسی با کشورهای مقصد صورت پذیرد تا به هدف نهایی که افزایش صادرات غیرنفتی است نزدیکتر شویم.

۵- عوامل تولید همکاری بین‌المللی و شکل ظاهری محصول که شامل شاخص‌های دسترسی به مواد اولیه مناسب و مرغوب، سطح دستمزد و نحوه استهلاک داخلی همکاری بین‌المللی، نوع بسته‌بندی و شکل ظاهری محصول که دو مورد اول ناشی از وضعیت اقتصاد داخل است، همکاری بین‌المللی یک عامل محیطی برای صادرکننده است ولی شکل ظاهری محصول از شاخص‌های درونی صادرکننده خواهد بود.

۶- از جمله عوامل معرفی شده دیگر جایزه صادراتی، شفافیت قوانین صادراتی و تورم جامعه این عامل نیز مانند عامل قبلی از عوامل محیطی یک صادرکننده بوده و وظیفه

دولت است که در حمایت از صادرکننده، زمینه لازم برای جایزه صادراتی، شفافیت قوانین و تورم پایین که پیش فرض‌های یک صادرات موفق است را ایجاد کند.

۷- بودجه تحقیقاتی، ضمانت‌نامه صندوق ضمانت صادرات و عضویت ایران در تجارت جهانی، در حالت کنونی یکی از وظایف مهم دولت، تخصیص بودجه تحقیقاتی برای صادرات غیرنفتی و حمایت از صادرکنندگان برای پوشش ریسک سیاسی کشور توسط صندوق ضمانت صادرات و تلاش برای عضویت در سازمان تجارت جهانی است که با پایین آوردن تعرفه‌های وارداتی کالاهای صادراتی ایران قدرت رقابت با رقبای خود در سایر کشورها را داشته باشند.

۸- عامل دیگر مدیریت بازاریابی در خصوص تبلیغ و ترفیع و برنامه تحقیق و توسعه مدون در وزارت بازرگانی تحقیقات بازاریابی و تعریف و تعیین اهداف بازاریابی تنوع تولید و مطابقت محصول با سفارش از عوامل درونی صادرات و داشتن برنامه تحقیق و توسعه مدون در وزارت بازرگانی یک عامل محیطی است و وظیفه دولت است که با عنایت به تحقیقات بازاریابی و مطابقت محصول با سفارش از سوی صادرکننده و برنامه توسعه مدون از طرف دولت، شانس رسیدن به تسهیل صادرات و جهش صادراتی بیشتر می‌شود.

۹- برنامه‌ریزی، سرمایه‌گذاری و سیاست‌های پولی و مالی دولت عامل دیگری است که پاسخ‌دهندگان آن را مهم ارزیابی کرده‌اند و معتقدند که برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولت از یک سو و داشتن سیاست‌های درست پولی و مالی از سوی دیگر ما را در رسیدن به تسهیل صادرات غیرنفتی کمک خواهد کرد.

۱۰- آخرین عامل معرفی شده نرخ بهره بانکی مزیت نسبی و مطلوبیت سیستم حمل و نقل داخلی می‌باشد که در مقایسه با عامل‌های دیگر از درجه اهمیت کمتری تشخیص داده شده است با این حال توجه به نرخ بهره بانکی، مزیت نسبی و تجهیز ناوگان حمل و نقل داخلی ما را در رسیدن به اهداف خودمان یعنی افزایش صادرات غیرنفتی کمک خواهد کرد.

پیشنهادها:

۱- اولویت اول برای تسهیل صادرات نشان از اهمیت بازارهای کشورهای همسایه برای صادرات و شناخت

توجه بیشتر به تبلیغ و شناساندن محصول تولیدی تسهیل صادرات غیرنفتی را فراهم آورد

برای موفقیت صادرات باید اقتصاد داخلی رقابتی و کارآمد شود

بازارهای بالقوه صادراتی است که برای این منظور متولیان امر صادرات می‌توانند دوره‌های آموزشی برای صادرکنندگان برگزار کنند و امکانات لازم را در خصوص بازاریابی و رفت و آمد صادرکنندگان از جمله سوبسید برای پروازهای صادرکنندگان قایل شوند.

۲- بانک تخصصی توسعه صادرات به عنوان بانک حمایت‌کننده صادرکنندگان بیش از پیش مورد حمایت دولت قرار گرفته و سرمایه و اعتبار بیشتری برای آن در نظر گرفته شود. در عین حال مرکز توسعه صادرات نسبت به برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی صادرات اقدام نموده و موسسه استاندارد نیز در خصوص استاندارد بودن کالاهای صادراتی نظارت داشته باشد.

۳- وزارتخانه‌های ذیربط در خصوص اولویت بندی برای واردات تجهیزات و ماشین‌آلات مدون اقدام نموده و در عین حال از تاسیس موسساتی که کنترل کیفیت، فرآیند عملیاتی و در یک کلمه سیکل تولید محصول را کنترل می‌کنند غافل نماند.

۴- دولت مقدمات لازم را در خصوص تسهیل حضور فیزیکی صادرکننده در بازار هدف فراهم نموده و لوح‌های فشرده اطلاعاتی در خصوص فرهنگ و نگرش‌های کشورهای مختلف در اختیار صادرکنندگان قرار دهد که متناسب با فرهنگ بازار هدف نام و مارک تجاری محصول صادراتی انتخاب گردد.

۵- دولت حمایت لازم را برای تولید مواد اولیه جهت تولید محصولات صادراتی صورت دهد و تسهیلات خاصی برای تامین اعتبار مواد اولیه در نظر گیرد.

۶- عضویت در سازمان‌های اقتصادی و تجاری منطقه و بین‌المللی برای کاهش عوارض واردات محصولات صادراتی ایران در آن کشورها.

۷- شفاف نمودن قوانین و مقررات و دستورالعمل‌ها و حذف محدودیت‌های غیرضروری بر صادرات.

۸- مرکز توسعه صادرات که متولی قیمت‌گذاری و جایزه صادراتی است هر ساله شرایط پرداخت جایزه صادراتی و درصد آن را برای سال بعد اعلام کند و در بررسی پرونده‌های جایزه صادراتی بدون تاخیر اقدام نماید و دولت نیز اعتبار لازم را برای جایزه صادراتی برای هر سال در نظر گیرد تا پرداخت این جوایز با تاخیرهای چند ماهه روبرو نشود. میزان جوایز صادراتی باید متناسب با تورم خالص باشد و به ازای ارزش هر دلار صادراتی، حداقل ۵۰ درصد تورم، جایزه صادراتی در نظر گرفته شده و پرداخت شود.

۹- برای موفقیت صادرات باید اقتصاد داخلی رقابتی و کارآمد شود. هزینه‌های تولید و صادرات کشور سالانه به طور متوسط حدود ۲۵-۲۰ درصد افزایش می‌یابد، بنابراین محصولات صادراتی ایران با کالاهای کشورهای رقیب که تورم سالانه آنها به طور متوسط ۳-

۲ درصد است نمی‌تواند رقابت کند لذا بایستی هزینه‌های تولید و صادرات را کاهش داد.

۱۰- حمایت‌های مالی، بازاریابی، حقوقی و معنوی از طریق (وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های دست‌اندرکار صادرات، نمایندگی‌های سیاسی و وابسته‌های بازرگانی و دفاتر بازرگانی خارج از کشور) از صادرات و صادرکنندگان.

۱۱- حذف تشریفات و مقررات زاید و غیرضروری، ایجاد شفافیت در قوانین و مقررات، نرخ مغایرت‌ها، توجیه مدیران اجرایی و کارکنان دستگاه‌هایی که در فرآیند صادرات دخالت و نقشی دارند، مشورت با تشکل‌های صادراتی در امر تدوین و تصویب قوانین و مقررات.

۱۲- انجام سرمایه‌گذاری در داخل کشور و در بخش‌هایی که دارای مزیت نسبی و رقابتی هستند و برون‌نگر می‌باشند. به ویژه انجام سرمایه‌گذاری‌های مشترک مانند سرمایه‌گذاری خارجی تکنولوژی ماشین‌آلات دانش فنی مدیریت.

۱۳- بازاریابی، تجهیز، نوسازی ناوگان حمل و نقل جاده‌ای باری و بین‌المللی کشور و انطباق آن با استانداردهای اتحادیه اروپا که انجام این مهم نیازمند تولید کامیون‌های استاندارد شده در داخل کشور از یک سو و اعطای اعتبارات مورد نیاز به بخش حمل و نقل با سود کم از سوی دیگر می‌باشد.

۱۴- یکی از علل مهم عدم موفقیت دولت در اجرای برنامه‌های اول، دوم و سوم توسعه کشور در عرصه اقتصادی به این نکته برمی‌گردد که از نظریات کارشناسی و تخصصی تشکل‌های اقتصادی در تدوین و تصویب و اجرای قوانین مورد اشاره و تصویب نامه‌های متکی به آنها به طور شایسته و بایسته استفاده نکرده است.

لذا توصیه می‌شود از نظریات و دیدگاه‌های تخصصی تشکل‌های اقتصادی کشور از جمله اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، و سندیکا‌های تولیدی، اتحادیه‌های صادراتی و انجمن‌های خدماتی وابسته به آن در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و صادراتی کشور استفاده‌های لازم به عمل آید.

۱۵- با عنایت به اینکه بودجه تشکل‌های اقتصادی از حق عضویت اعضا تامین می‌شود لذا این تشکل‌ها از توان مالی لازم برای اجرای برنامه‌ها و طرح‌های خود برخوردار نمی‌باشند لذا در چنین شرایطی که دولت به ضرورت احساس کرده که باید تشکل‌های سیاسی را با کمک مالی حمایت کند، ضرورت دارد که تشکل‌های اقتصادی را نیز با کمک‌های مالی مورد حمایت قرار دهد ضمناً توصیه می‌شود که دولت با تصویب قانون، بستر عضویت و حضور فراگیر همه فعالان یک صنف را در تشکل تخصصی مربوطه فراهم کند تا بتوانند اعضای کارشناسی و مالی بیشتر در جهت پیاده کردن خواسته‌های دولت و اعضای خود تلاش‌های بیشتر و بهتری کرده و گام‌های بلندتری را بردارند.

(متن کامل این پایان‌نامه در کتابخانه بانک موجود است)