

خدمات و تسهیلات موثر در جهت توسعه و رشد صادرات (نمونه‌کاوی ۴ کشور)

مجید دهبیدی پور - حسین عیوقی پورتفتی

چکیده

در دنیای تجارت امروز، صادرات شاهرگ حیات اقتصادی کشورها شده است. گسترش صادرات به رونق اقتصادی، اشتغال‌زایی، سرمایه‌گذاری و به طور کلی توسعه اقتصادی یک کشور کمک می‌کند. با توجه به تلاش‌های روزافزون کشورهای منطقه و جهان برای افزایش صادرات خود، به نظر می‌رسد کوچکترین کوتاهی در این زمینه می‌تواند به اقتصاد کشور ضررهای غیرقابل جبرانی را تحمیل نماید. لذا اجرای سیاست‌های خرد و کلان و برنامه‌ریزی‌های کارشناسانه دولت برای توسعه صادرات کشور امری لازم می‌نماید. در این راستا اجرای سیاست‌های حمایتی توسط سازمان‌ها و ارگانهای تجاری و مالی مرتبط یکی از راه‌هایی است که نقش بسزایی در افزایش انگیزه بازرگانان، تولیدکنندگان و شرکت‌های خدماتی جهت پرداختن به بحث صادرات دارد. نکته قابل توجه در مورد ارایه خدمات به صادرکنندگان، نوع خدمات و نحوه ارایه آن می‌باشد تا بتواند بیشترین کارایی را در جذب صادرکنندگان داشته باشد. بدین منظور استفاده از تجربیات کشورهای موفق در زمینه صادرات و بررسی خدمات صادراتی ارایه شده توسط آنها می‌تواند به شناسایی بهتر خدمات مورد نیاز صادرکنندگان و همچنین ارایه بهتر این خدمات کمک نماید.

در مقاله حاضر بخشی از خدمات صادراتی ارایه شده توسط کشورهای استرالیا، کانادا، مالزی

و نیوزیلند به صورت مطالعه موردی آورده شده است که می‌تواند راهنمای مناسبی برای سازمان‌ها و ارگانهای مرتبط با بحث صادرات جهت ارایه خدمات مادی و معنوی شایسته‌تر به صادرکنندگان باشد.

کلیدواژه‌ها: خدمات و تسهیلات صادراتی، حمایت از صادرات، استرالیا، کانادا، مالزی، نیوزیلند

مقدمه

با نگاهی بر شرح خدمات سازمان‌های تجاری و بازرگانی کشورهای مختلف جهان، درمی‌یابیم که حمایت از صادرکنندگان یکی از مهم‌ترین وظایف این ارگان‌ها به شمار می‌رود و دولت خود را موظف به ارایه خدمات مادی و معنوی به این قشر از جامعه می‌داند.

بررسی تجربه سایر کشورها نشان می‌دهد رشد و توسعه صادرات بدون حمایت دولت و ارایه خدمات حمایتگرانه و پشتیبان مقدر نیست. با توجه به مشکلات موجود در صادرات از قبیل پرهزینه بودن، خطرات سیاسی و ریسک بالای تجاری، یکی از مهم‌ترین روش‌ها برای جلب توجه شرکت‌ها به مقوله صادرات، ارایه خدمات صادراتی، حمایت‌های مالی و ایجاد انگیزه‌های مادی و غیرمادی می‌باشد. شاید بتوان گفت هیچ کشوری بدون استفاده از محرک‌های انگیزشی نتوانسته است خود را به عنوان یک

کشور معتبر صادرکننده معرفی نماید. در این مقاله سعی شده است از بین خدمات و حمایت‌های وسیعی که دولت‌ها از صادرکنندگان می‌نمایند، آنهایی که در کشور ما مورد توجه قرار نگرفته‌اند و یا کمتر به آنها پرداخته شده است، مطرح شود. باشد که سازمان‌های مرتبط با مقوله صادرات که در راس آنها سازمان توسعه تجارت، صندوق ضمانت صادرات و بانک توسعه صادرات قرار دارند با الگوبرداری مناسب از کشورهای موفق در زمینه توسعه صادرات بتوانند خدمات موثرتری به صادرات کشور ارایه نمایند.

مطالعات موردی ۲،۱ استرالیا

استرالیا کشوری است با ۲۱ میلیون جمعیت که اکثر صادرات این کشور را محصولات پوستی، حبوبات و میوه تشکیل می‌دهد. طبق آخرین آمار ارزش صادرات این کشور در سال ۲۰۰۷ معادل ۱۳۹/۴ میلیارد دلار بوده است. وظیفه حمایت از صادرات در این کشور غالباً بر عهده سازمانی دولتی به نام "کمیسون تجارت استرالیا" می‌باشد. در زیر خدمات و حمایت‌های ارایه شده به صادرکنندگان توسط این هیات آمده است:

۲،۱،۱ طرح پیشرفت صادرکنندگان نوپا

این طرح خدمات رایگانی را به شرکت‌های کوچک و متوسط تجاری استرالیایی که به تازگی

وارد بازار صادرات شده‌اند یا تجربه محدودی در زمینه صادرات دارند، ارایه می‌دهد. این برنامه به شرکت‌های تجاری واجد شرایط کمک می‌کند تا مهارت‌ها و دانش مورد نیاز جهت جستجو و آماده شدن برای فرصت‌های صادراتی را گسترش دهند.

۲,۱,۲ صادرات آنلاین

بخش صادرات آنلاین به صادرکنندگان استرالیایی کمک می‌کند تا از اینترنت برای حمایت و توسعه فعالیت‌های صادراتی خود بهتر استفاده نمایند و از این طریق بازار محصولات خود را گسترش دهند.

۲,۱,۳ خدمات سازمان

از جمله خدمات این سازمان، شناسایی شرکای بین‌المللی، فراهم کردن اطلاعات در مورد صنایع مناسب و همچنین حمایت سازمان در جلب مشتری‌های بالقوه می‌باشد. این سازمان کمک می‌کند که صادرکنندگان بتوانند با کمک قوانین خارجی و شیوه‌های بازرگانی مناسب بازارهای برون مرزی را بدست آورند و در آن نفوذ کنند. این سازمان برای مراجعینی که آماده صادرات هستند یا در حال حاضر مشغول صادرات هستند و می‌خواهند تجارشان را در بازارهای جدید برون مرزی گسترش دهند، جهت دستیابی به اهداف بین‌المللی آنها کمک خواهد کرد. خدمات سازمان به شرکت‌های استرالیایی عبارتند از:

- مشاوره در مورد چگونگی آمادگی اولیه برای صادرات: شامل اطلاعات کشورها و صنایع، کمک در شناسایی شرکای بین‌المللی و دسترسی به سمینارها و مناسبت‌های مرتبط
- مشاوره و ارایه اطلاعات تحت برنامه توسعه صادرکنندگان نوپا
- ارزیابی توانایی صادرات و مشاوره صادراتی مناسب با نیازهای بازرگانی اختصاصی هر شرکت که شامل مشاوره در طرح‌ریزی صادرات، اقدامات مربوط به تهیه و توزیع، بودجه‌ها و راهبردهای پرداخت و بازاریابی می‌باشد.
- ارایه وام‌های بلاعوض جهت توسعه بازار صادرات و ارایه اطلاعات درباره تامین مالی صادرات، شامل معرفی برنامه‌های کمک مالی دیگر کشورها
- انتخاب راهبرد ورود به بازار: شامل کمک به شناسایی شرکای بین‌المللی شایسته، تحقیقات مناسب در مورد بازارهای بالقوه بین‌المللی و توافقنامه‌های تجارت آزاد، درک نیازهای مشتریان بین‌المللی و مشاوره در مورد راهبرد ورود به یک

بازار برای خدمات و محصولات.

• شناسایی و انتخاب مشتری و شریک: شامل معرفی به مشتریان بالقوه‌ای که از استرالیا بازدید می‌کنند و جستجوی بازارهای برون مرزی برای یافتن مشتریان و شرکای مناسب.

• کمک به شناسایی بهتر بازارهای برون مرزی: شامل مشاوره در مورد فرهنگ و رسوم محلی، چالش‌های بازار، کمک از طریق ترجمه و تفسیر و همچنین پشتیبانی در تهیه و توزیع.

• کمک پیشگامانه در شناسایی فرصت‌های صادراتی جدید: شامل معرفی به خریداران بالقوه از طریق پایگاه داده‌های آنلاین سازمان و شبکه‌های برون مرزی

۲,۱,۴ راهنمای فروشندگان استرالیایی

معرفی بیش از ۱۰ هزار شرکت استرالیایی از طریق وب سایت سازمان صورت می‌گیرد. این راهنما کالاها و خدمات استرالیایی را به خریداران بین‌المللی از طریق وب سایت معرفی می‌نماید. علاقمندان می‌توانند بدون هیچ هزینه و واسطه‌ای به صورت آنلاین شرکت خود را در سایت ثبت نمایند.

۲,۱,۵ حمایت از زنان صادرکننده

یکی از خدمات سازمان، کمک به بانوان برای تبدیل شدن به صادرکنندگان موفق می‌باشد. بیش از ۸ هزار زن در پایگاه داده‌های سازمان به عنوان صادرکنندگان عضو انجمن صادرات استرالیا ثبت نام نموده‌اند. یک سوم از ۱ میلیون و ۶۰۰ هزار شرکت تجاری کوچک و متوسط توسط زنان اداره می‌شوند. خدمات ارایه شده به بانوان عبارتست از:

- تشویق تاجران زن و یا معاملات صادراتی که توسط زنان انجام می‌شود.
- شناسایی تاجران زنی که در صادرات فعال هستند و می‌توانند در تجارت برای دیگر زنان الگو باشند.
- کار کردن با زنان موجود در شبکه‌های تجاری و کمک به آنها برای رسیدن به صادرات بیشتر.

۲,۱,۶ توسعه صادرات در آینده

سازمان با درک اهمیت امر فرهنگ‌سازی، سرمایه‌گذاری زیادی بر روی نخبگان و نیروی انسانی در سنین مختلف و تخصص‌های مختلف و تخصص‌های مختلف انجام داده است. به عنوان مثال سازمان گستره وسیعی از منابع علمی- آموزشی و درسی برای مدرسین دانشگاه‌ها، معلمین مدارس، دانشجویان و صادرکنندگان

بالقوه فراهم نموده است. تنوع منابع به صورتی است که هم در خانه و هم در آموزشگاه‌ها قابل استفاده است. این منابع شامل کلیپ‌های صوتی و تصویری، کتب، مطالعات موردی، پوسترها و سایت‌های اینترنتی می‌باشد. اطلاعات تحقیقات بازارها و کشورها برای دریافت از روی وب سایت به صورت رایگان در دسترس معلمان و اساتید دانشگاه می‌باشد. این کار باعث می‌شود تا اهمیت امر صادرات و توسعه آن برای همگان معلوم و مشخص شود و در سنین مختلف به آن فکر کنند.

۲,۲ کانادا

کانادا کشوری وسیع در آمریکای شمالی با ۳۳ میلیون جمعیت می‌باشد که ارزش صادرات سال ۲۰۰۷ آن به ۴۴۰ میلیارد دلار رسید. عمده محصولات صادراتی این کشور منسوجات، کفش، چرم و پوست می‌باشد. در ادامه خدمات ارایه شده توسط دولت کانادا به صادرکنندگان این کشور آمده است.

از جمله خدمات کمیسیون تجارت استرالیا، شناسایی شرکای بین‌المللی، فراهم کردن اطلاعات در مورد صنایع مناسب و همچنین حمایت سازمان در جلب مشتری‌های بالقوه می‌باشد

- ۲,۲,۱ اطلاعات و خدمات ارایه شده از طریق سایت
- ۲,۲,۱ ارایه خدمات برای شروع صادرات
 - نحوه ارزیابی آمادگی برای صادرات
 - نحوه نوشتن طرح صادراتی
 - شیوه‌های تامین مالی صادرات
 - راهنمایی قدم به قدم برای صادرات
 - راهنمایی اطلاعاتی صادرات
 - ابزارها و راهنماهای صادرات
- ۲,۲,۱,۲ ارایه تحقیقات بازار
 - شناسایی بازار هدف
 - گزارشات بازار
 - فرصت‌های صادراتی



بررسی تجربه سایر کشورها نشان می‌دهد رشد و توسعه صادرات بدون حمایت دولت و ارائه خدمات حمایت‌گرانه و پشتیبان مقدور نیست

- ابزار تحلیل بازار
- اطلاعات در مورد تجارت بین‌المللی بر حسب بخش‌های مختلف صنعت
- جستجوی موانع تجاری
- آمارهای تجارت بین‌المللی
- دولتهای خارجی و پروژه‌های توسعه بین‌المللی

۲,۲,۱,۳ ارزیابی بازار

- استراتژی‌های ورود به بازار
- استراتژی‌های بازاریابی صادرات
- تحویل کالاها
- صادرات خدمات
- مناسبت‌ها، ماموریت‌ها و نمایشگاه‌های تجاری
- خدمات واسطه‌ای تجارت
- کمک به امضای قرارداد با دولت‌های خارجی

۲,۲,۱,۴ قوانین، مقررات و مجوزهای صادراتی

- قوانین صادرات کالا از کانادا
- مجوزها، گواهی‌نامه‌ها و تاییدیه‌های کالاهای خاص
- دریافت شماره تجاری و شماره حساب صادرات
- گزارشات صادرات

- حفاظت از دارایی‌ها در بازارهای صادراتی
- توافقات تجاری بین‌المللی
- استانداردها

۲,۲,۲ خدمات صادراتی ۲,۲,۲,۱ بیمه

- بیمه حساب‌های دریافتی: پوشش ۹۰ درصدی ضررهای حسابهای دریافتی که بر اثر خطرهای سیاسی و تجاری به وجود آمده است.
- بیمه فرد خریدار: پوشش نامحدود خریدهای یک مشتری برای ۶ ماه جهت قراردادهای بیش از ۲۵۰ هزار دلار
- بیمه حفاظت صادرات: پوشش معاملات صادراتی بیش از ۲۵۰ هزار دلار یک شخص
- بیمه فسخ قرارداد: پوشش ۹۰ درصد از خسارات ناشی از فسخ قراردادها
- بیمه خطرهای سیاسی: حفاظت از دارایی‌های برون‌مرزی، شامل تجهیزات و تاسیسات کارخانه‌ای در زمان بحران‌های سیاسی

۲,۲,۲,۲ تامین مالی شرکت‌های صادراتی

۱. اعتبار ویژه صادرات: این اعتبار برای رفع نیاز تجارت‌های کوچک جهت تامین وام‌های بدون وثیقه برای گسترش صادرات مناسب است.
۲. برنامه ضمانت صادرات: این برنامه افراد را قادر می‌سازد تا از موسسات مالی جهت انجام فعالیت‌های صادراتی و سرمایه‌گذاری خارجی وام دریافت نمایند.
۳. تامین مالی فروشنده: امکان دسترسی فروشنده به پول نقد زودتر از دریافت پول از خریدار خارجی
۴. تامین مالی خریدار: این امکان را می‌دهد تا فروشنده به خریدار پیشنهاد تمدید پرداخت وجه را، از طریق این نوع تامین مالی، برای کالاها و خدمات سرمایه‌ای بدهد.
۵. اجابت وثیقه وام
۶. مشارکت در سرمایه‌ها: امکان دسترسی به سرمایه‌گذاری‌های مشترک و خطرپذیر برای رشد تجارت بین‌المللی
۷. تامین مالی پروژه: کمک به حامیان پروژه‌ها تا بتوانند با منابع مالی محدود، پروژه‌های بزرگ زیربنایی و صنعتی بین‌المللی را تامین مالی نمایند

۲,۳ مالزی

سازمان توسعه تجارت خارجی مالزی مدیریت توسعه صادرات و حمایت از صادرکنندگان را

بر عهده دارد. جمعیت مالزی ۲۷ میلیون نفر و ارزش صادرات در سال ۲۰۰۷ به ۱۷۰ میلیارد دلار رسید.

خدمات ارائه شده و حمایت‌های دولتی برای توسعه صادرات در این کشور در ادامه بر شمرده شده است:

۲,۳,۱ ارائه اطلاعات بازرگانی

- کتابخانه تجارت: این کتابخانه گستره وسیعی از اطلاعات تجاری و بازرگانی را پوشش می‌دهد. این کتابخانه شامل کتاب‌های راهنمای بازرگانی، مجلات روز دنیا، انتشارات آماری، لوح‌های فشرده و فیلم‌های مرتبط با تجارت می‌باشد.
- انتشارات: در بخش انتشارات که به صورت کتاب و لوح فشرده منتشر می‌گردد، موضوعات زیر پوشش داده شده است:
 - کتابهای راهنمای تجارت
 - کتاب راهنمای صادرکنندگان
 - بولتن‌های بازرگانی
 - تقویم مناسبت‌های تجاری
 - مطالعات تحقیقاتی

• آمارهای بازرگانی: انتشار ماهانه، فصلی و سالانه آمارهای بازرگانی که صادرات و واردات بر حسب محصولات و کشورها را نمایش می‌دهد. این اطلاعات از طریق آنلاین، چاپی و لوح فشرده در دسترس می‌باشد.

• اخبار آنلاین: خبرهای آنلاین به صورت لحظه‌ای از طریق ارسال ایمیل یا پورتال سازمان قابل دسترس می‌باشد. محتویات این خبرنامه عبارت است از مناسبت‌های تجاری پیش‌رو، سمینارها، هشدارهای بازار، تغییرات قوانین و سیاست‌های تجاری و همچنین تغییرات در مجموعه‌های موجود در کتابخانه

• بولتن بخش خدمات: این بولتن از طریق ایمیل برای تامین‌کننده‌های خدمات، انجمن‌های خدماتی و آژانس‌های مرتبط ارسال می‌گردد. این بولتن ماهانه ابعاد مختلف بخش خدمات را پوشش می‌دهد از قبیل اطلاعات پروژه‌های آتی، قوانین جدید در رابطه با خدمات، منابع مالی وارده، نمایشگاه‌ها و کنفرانس‌های مرتبط با بخش خدمات. ویژگی این بولتن، ارائه آمار و اطلاعات به‌روز و صحیح و دقیق است.

۲,۳,۲ برنامه‌های توسعه صادرات

• آموزش برای صادرات: سازماندهی سمینارها و کارگاه‌های آموزشی برای پرورش صادرکنندگان نوپا و به روز کردن صادرکنندگان موجود در زمینه توسعه تجارت و فرصت‌های تجاری در

بازارهای بین‌المللی. موضوعات تحت پوشش عبارتند از فرصت‌های صادرات در بازارها و حکومت‌های خاص، روش‌های صادرات، توسعه نام‌ها و برندهای تجاری، بسته‌بندی محصولات، مهارت‌های بازاریابی بین‌المللی، تجارت الکترونیک و مستندسازی بازرگانی.

• دفتر مشاوره تجاری: محلی در سازمان قرار دارد که اولین جایی است که افرادی که احتیاج به برنامه‌ها و خدمات حمایتی دارند به آنجا مراجعه می‌نمایند. در آنجا درخواست خود را بیان می‌کنند و مشورت‌ها و راهنمایی‌های لازم به آنها داده می‌شود.

• جلسات توجیهی و مشاوره: این جلسات به عنوان یک جایگاه برای انجمن‌های صادراتی می‌باشد تا یک بازخور از موضوعات مربوط به صادرات و برنامه‌ها و فعالیتها تهیه نمایند.

۲.۳.۳ طرح‌های کمکی

• اعطای وام بلاعوض برای توسعه بازار: هدف این وام کمک به شرکت‌های کوچک و متوسط جهت ورود به بازارهای برون مرزی می‌باشد. دولت از طریق این طرح وام به شرکت‌ها جهت پرداخت مقداری از هزینه‌های بالای توسعه صادرات را میسر می‌سازد. شرکت‌ها می‌توانند ۵۰ درصد از هزینه‌های تأیید شده فعالیت‌های توسعه صادرات واجد شرایط خود را دریافت نمایند.

• اعطای وام بلاعوض برای توسعه برند تجاری: هدف این طرح توسعه و ترقی مارکهای تجاری شرکت‌های مالزیایی برای خدمات و محصولات خود در بازارهای بین‌المللی می‌باشد.

• اعتبار مالی جهت صادرات خدمات: هدف این طرح عبارت است از:

□ گسترش صادرات خدمات از طریق افزایش معرفی توانایی‌های شرکت‌های خدماتی مالزیایی در بازار جهانی

□ معرفی برند شرکت‌های خدماتی مالزیایی به عنوان یک برند رقابتی، با کیفیت و قابل اطمینان

□ گردآوری اطلاعات بازار از طریق امکان‌سنجی و مطالعات مرتبط دیگر که به شرکت‌های مالزیایی در تأمین پروژه‌های برون‌مرزی کمک خواهد نمود.

• مشوق‌های مالیاتی: مشوق‌های مالیاتی مانند کاهش مضاعف برای گسترش صادرات، معافیت مالیاتی، تخفیف مالیات سرمایه‌گذاری

۲.۳.۴ طرح رشد برای صادرکنندگان جدید:

اجرای چندین برنامه از قبیل طرح رشد بانوان

صادرکننده و طرح رشد صادرکنندگان بومی برای شرکت‌های کوچک و متوسط، به آنها در بدست آوردن مهارت‌ها و دانش لازم جهت نفوذ و رشد بیشتر در بازارهای صادراتی کمک خواهد کرد. این طرح تجربه موفق در گسترش محصولات صادراتی در مالزی بوده است.

۲.۴ نیوزیلند

مسئولیت مدیریت توسعه صادرات در کشور نیوزیلند بر عهده آژانس توسعه اقتصادی این کشور قرار دارد. نیوزیلند در حال حاضر تنها نزدیک به ۵/۵ میلیون نفر جمعیت دارد و ارزش صادرات این کشور در سال ۲۰۰۷ میلادی ۲۳ میلیارد دلار بوده است.

۲.۴.۱ خدمات بین‌المللی

در این نوع از خدمات به صورت کاملاً کاربردی و عملی و در قالب مشاوره‌های تخصصی و کارگاه‌های آموزشی به شرکت‌ها کمک می‌شود تا بدانند که چگونه یک بازار انتخاب کنند، خریدار پیدا کنند و مذاکرات را آغاز نمایند و سپس کالاها و خدمات را در بازارهای منتخبشان گسترش دهند.

سازمان دامنه وسیعی از خدمات و اطلاعاتی را تهیه می‌کند تا به تجارت نیوزیلند از طریق طرح‌های توسعه بازار بین‌المللی کمک نماید. این خدمات از اطلاعات بازارهای عمومی تا تحقیقات شخصی ویژه، برای تجارت نیوزیلند که برخورداری از قابلیت بین‌المللی شدن در آن مفروض است، وسعت دارد. برخی از خدمات مستقیماً به وسیله سازمان ارایه می‌شود و برخی دیگر از طریق تأمین‌کنندگان خارجی.

۲.۴.۱.۱ آماده‌سازی جهت حضور در بازارهای جدید

سازمان طرح‌های تجاری و مراحل توسعه شرکت‌ها را برای تعیین نوع خدمات مفید بررسی می‌نماید. آنها همچنین موارد دیگری شامل برنامه‌های آموزشی یا وام‌های بلاعوض سازمان و نحوه استفاده از آنها را به شرکت‌ها توصیه می‌نمایند.

۲.۴.۱.۲ تحقیقات بومی شده برای بازارهای بین‌المللی

• گزارش ساختار بازار: یک گزارش ساختار بازار شامل اطلاعاتی در مورد خصوصیات بازار (مجاری توزیع، رقابت و مراحل پیشرفت) می‌باشد. این گزارشات به شرکت‌ها کمک خواهند

کرد تا برای محصولات یا خدماتشان در یک بازار جدید توان بالقوه خود را تعیین کنند

- مقررات و توافقات: بررسی مقررات و استانداردها به شرکت‌ها کمک خواهد کرد تا متوجه شوند که آیا محصول یا خدمات آنها مقررات و استانداردهای داخلی بازار را رعایت کرده است یا نه؟

۲.۴.۲ برنامه بیج‌هدز

برنامه بیج‌هدز سازمان، از طریق اتصال آنها به ارتباطات جهانی و حمایت آنها برای راه‌اندازی و گسترش عملیات‌های برون‌مرزی، به رشد شرکت‌های نیوزیلندی سرعت می‌بخشد.

۲.۴.۲.۱ رفع اشکال

سازمان شرکت‌های صادراتی را به متخصصان در حوزه‌های خاص ارجاع می‌نماید تا به حل مشکلات آنها کمک نمایند و گاهی هزینه‌های مربوطه را متقبل می‌نمایند.

۲.۴.۲.۲ روابط شراکتی

سازمان می‌تواند به نیابت از شرکت، شرکای تجاری بالقوه در یک بازار برون‌مرزی را بررسی نماید. تحقیقات سازمان یک لیست از مناسبترین مشتریان، توزیع‌کنندگان و فروشندگان را شناسایی خواهد نمود و به شرکت صادرکننده پیشنهاد می‌نماید.

۲.۴.۲.۳ بررسی شریک

اگر صادرکننده در مورد اعتبارنامه شریک تجاری آینده خود اطمینان نداشته باشد، سازمان می‌تواند پس از بررسی کامل، اطلاعات مفیدی در اختیار آن قرار دهد. بدست آوردن این اطلاعات به صورت عادی و از کانال سرویس‌های اعتباری تجاری مقدور نمی‌باشد.

۲.۴.۲.۴ حفاظت از مالکیت معنوی

در صورتیکه سازمان نتواند ارایه خدمات از طریق تأمین‌کننده‌های تجاری را تکرار کند، به شرکت‌ها در مورد روش‌هایی که ممکن است برای حفاظت از مالکیت معنوی و ارتباطات لازم باشد، مشورت می‌دهد.

۲.۴.۲.۵ طرح‌های ارتباطی

این طرح شامل مشاوره در مورد نحوه استفاده شرکت‌ها در طول بازدید از یک بازار می‌باشد. این طرح فقط برای یک تجارت منتخب در یک بازار خالص فراهم می‌باشد.

۲.۴.۲.۶ بررسی بازارها

شرکت کنندگان نشان می‌دهد که چطور در بازارهای جهانی برجسته باشند. سخنرانان این برنامه عبارتند از متخصصان پیشتاز طراحی و تجارت نیوزلند که دارای تفکرات پیشرو طراحی باشند و از آن در معرفی محصولاتشان در جهان استفاده می‌کنند. دوره‌ها زمانی که متقاضیانی کافی وجود دارند برگزار می‌شوند.

این برنامه از طریق ارابه اطلاعات ویژه درباره توسعه بازار محصولات با خدمات خاص در بازارهای معین و در دوره زمانی مشخص، به مشتریان کمک می‌نماید.

۲.۴.۲.۷ بانک جهانی / بانک توسعه آسیایی

سازمان در مورد فعالیت‌ها، گرایش‌ها، سیاست‌ها و پروژه‌های بانک جهانی و بانک توسعه آسیایی مشورت‌های لازم را ارابه می‌نماید.

۲.۴.۳.۵ فهرست راهنمای طراحی

فهرست راهنمای طراحی در وب سایت "طرح بهبود طراحی" شامل فرم‌های جامع شرکای طراحی بالقوه برای تجارت می‌باشد. کاربران برای یافتن یک شریک طراحی با استفاده از دسته‌بندی‌هایی مختلف (از طراحی بسته‌بندی و محصول گرفته تا طراحی استراتژی برند و تجربه کاربر) می‌توانند به این راهنما مراجعه نمایند.

۲.۴.۳ طرح بهبود طراحی

هدف "طرح بهبود طراحی"، کمک به صادرکنندگان نیوزیلند است تا خودشان را در بازارهای جهانی از طریق تولید بسیار عالی خدمات و محصولات طراحی شده، متمایز نمایند.

این طرح شرکت‌های نیوزیلندی که در حال صادرات هستند و یا اشتیاق فراوانی برای توسعه صادرات دارند را هدف قرار داده است و به آنها کمک می‌کند تا با طراحی بهینه و زیبای محصولات خود در بازارهای جهانی خودنمایی کنند.

۲.۴.۴ آموزش برای صادرکنندگان جدید و باتجربه

این برنامه شامل کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی صادرات و همچنین گستره‌ای از دیگر موضوعات تجارت می‌باشد. سازمان همچنین راه‌هایی را جستجو می‌کند تا برای صادرکنندگان باتجربه آموزش‌های مدیریت تجارت تهیه نماید تا بتواند به آنها در ارتقا مهارت‌ها و نفوذ موفقیت‌آمیز در رقابت‌های جهانی کمک نماید.

۲.۴.۳.۱ برنامه جامع طراحی

در یک طراحی ۶ مرحله‌ای ساختاریافته، این برنامه کمک و حمایت‌های سودمندی را فراهم می‌کند تا به شرکت‌ها در جهت یکپارچه کردن طراحی به صورت بهینه در تجارتشان، کمک نماید.

نتایج فوق‌العاده شرکت‌هایی که از طریق این برنامه در زمینه طراحی سرمایه‌گذاری کردند، به خوبی قابل مشاهده است. از مزایای این طرح می‌توان به ارتقا سریع‌تر محصولات جدید در بازار، افزایش درآمدهای صادراتی، دسترسی به بازارهای جدید و تقویت مضاعف اهداف و روش‌ها، اشاره نمود.

۲.۴.۵ تمرکز بر روی کشورها

سازمان پروژه‌های راهبردی صادرات به کشورهای خاص را انجام داده و می‌دهد که صادرکنندگان می‌توانند از این اطلاعات و تحقیقات استفاده نمایند.

نتیجه‌گیری

بررسی تجربیات کشورهای دیگر که در امر صادرات موفق بوده و درآمد سرانه صادراتی بالایی دارند نشان می‌دهد که رشد و توسعه صادرات بدون حمایت دولت و تامین به موقع بخشی از نیازهای اولیه و ضروری شرکت‌های صادراتی یا شرکت‌های علاقمند به صادرات میسر نمی‌باشد.

این بررسی نشان می‌دهد که سازمان‌های مشوق و حامی صادرات و توسعه تجارت خارجی، برای شناخت بازار، نفوذ در بازار و توسعه آن و اتصال به بازارهای بالقوه خارجی کمک‌های شایانی را به صادرکنندگان ارابه می‌کنند. این امر در بررسی هر ۴ کشور مدنظر در این مقاله مشهود بود.

تقبل هزینه‌های مربوط به تحقیقات و شناسایی بازار، در اختیار گذاشتن اطلاعات مفید، دقیق، صحیح و به‌روز از بازارهای برون‌مرزی، آموزش و حمایت‌های ویژه برای رشد صادرکنندگان نوپا، کمک به اتصال شرکت‌ها به بازارهای بین‌المللی، حضور صادرکنندگان در سفرهای بین‌المللی مسئولین به کشورهای مختلف به عنوان هیات همراه، پرداخت به موقع هزینه حضور شرکت‌های صادراتی کشور در نمایشگاه‌ها و مناسبت‌های تجاری بین‌المللی از مهم‌ترین این اقدامات است. هر چند بعضی از این خدمات از طریق سازمان توسعه تجارت به صادرکنندگان ارابه می‌گردد، اما توسعه کیفی و ارابه خدمات در زمانی که صادرکننده به آن محتاج است و نیاز مبرم دارد از اهمیت بالایی برخوردار است. ■

۲.۴.۳.۲ تامین مالی برنامه جامع طراحی

این تامین مالی، حداکثر ۵۰ درصد از هزینه‌های مشاوران تجاری خارجی، مشاوران و مربیان طراحی و هزینه‌های خارجی مربوط به ساخت نمونه‌های اولیه را پوشش می‌دهد.

۲.۴.۳.۳ آموزش‌های تکمیلی طراحی

هدف این برنامه، آسان ساختن دسترسی شرکت‌ها به مهارت‌ها و قابلیت‌های مورد نیاز برای ارتقای توانایی‌های طراحی‌شان، می‌باشد. کمک مالی این برنامه برای تامین طراحان جدیدی که در پروژه‌های تجاری کار می‌کنند فراهم می‌باشد.

۲.۴.۳.۴ برنامه‌های آموزشی

برای پیشرفت در شراکت با متخصصین پیشتاز طراحی و تجارت، "طرح بهبود طراحی" یک برنامه بنیادی دو روزه پیشنهاد می‌کند که به

1. www.austrade.gov.au
2. www.canadabusiness.ca
3. www.matrade.gov.my
4. www.nzte.g ovt.nz
5. www.intracen.org

منابع:

۶. مجموعه مقالات همایش تولید برای صادرات
۷. مجموعه مقالات اولین همایش خدمات بانکی و صادرات