

از آنجا که این سیاستها هزینه مواد اولیه را تغییر می‌دهند، لذا بر قیمت کالاهای صادراتی نیز تاثیر می‌گذارند. در صورت لزوم، مشوقهای جدید تعرفه‌ای که بطور خاص برای "بخش صادراتی" طراحی شده‌اند می‌باید با شرح و بسط کامل تنظیم گردند. این سیاستها می‌توانند شامل: برنامه‌های بازپرداخت حقوق گمرکی، و یا معافیت از آن، مجوز موقت واردات و دیگر برنامه‌های توسعه صادرات باشند. بنابراین تنزل درآمد دولت - به جهت استفاده از چنین شیوه‌هایی - می‌باید در کنار منافع بلندمدت اقتصادی کشور مورد توجه قرار گیرد.

سومین ابزار، سیاستهای "مالی" هستند که می‌بایست روشهای بازپرداخت، و جبران مالیات و یا معافیتهای مالیاتی در "بخش صادراتی" را بطور صریح تعیین نمایند. بدنبال سیاستهای پیشنهادی، ضروری است تا شرح کاملی از چگونگی اعمال سیاستها و اینکه آیا اجرای آنها جنبه عام (دربرگیرنده تمام کالاهای خاص داشته - و اگرچه معیارهایی برای تعیین شمول آن، مورد استفاده قرار گیرد - آورده شود.

چهارمین ابزاری که لازم است مشخص شود، سیاستهای "اعتباری" هستند که تسهیلات تامین مالی جهت تولید و صادرات را از طریق سیستم بانکداری تجاری و یا صندوقهای ویژه برقرار می‌سازند. به همین ترتیب، می‌باید از روش فعلی بیمه اعتبارات صادراتی در صورت وجود چنین روشی - ارزیابی به عمل آمده و در مورد فعالیت‌های آن تصمیم‌گیری شود. اگر چنین روشی موجود نباشد، درآینده طرحی برای ایجاد آن می‌تواند پیشنهاد گردد.

بین توسعه صادرات و سیاستهای " سرمایه‌گذاری " رابطه نزدیکی وجود دارد بطوری که می‌تواند به‌عنوان پنجمین جزء، از مجموع سیاستهای موردنظر به‌شمار آید. اکثر کشورها به‌منظور توسعه سرمایه‌گذاری‌های داخلی و یا خارجی - در بخشهای مختلف تولیدی - تدابیر مختلفی اتخاذ نموده‌اند. این تدابیر ممکن است شامل مشوقهایی مانند: ایجاد مناطق صنعتی با تسهیلات ویژه، معافیت‌های مالیاتی، عدم محدودیت خروج درآمدها از کشور (در صورت مطرح بودن سرمایه‌گذاری خارجی) و غیره باشد. انواع مشوقهای تولیدی موجود نیز می‌باید از نقطه‌نظر صادراتی، مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند، زیرا لازم است تا این مشوقها بازار بالقوه بین‌المللی کالاهای مزبور را در نظر داشته باشند. بعضی از کشورها سرمایه‌گذاری در شرکت‌های تجاری داخلی را به‌عنوان ابزاری برای بسط تلاشهای کشور در زمینه بازار مالی بین‌المللی تشویق می‌نمایند.

در نهایت، ضروری است تا سازمان مرکزی، تدابیر لازم‌جهت توسعه زیرساختهای فیزیکی صادرات را مشخص نماید. این تدابیر، بنابر فرودگاهها، تسهیلات حمل و نقل زمینی، دریایی و هوایی، انبارها، مراکز توزیع و مناطق آزاد تجاری را شامل می‌گردد.

- شرح وظایف

oooooooooooooooo

سازمان مرکزی می‌باید مشخص نماید که آیا برای تدابیر مختلف موجود در برنامه سیاست توسعه صادرات، نظام تشکیلاتی مناسبی در کشور وجود دارد یا خیر؟ اگر چنین نظامی وجود نداشته باشد،

راستا ملحوظ نظر قرار گیرد.

- تهیه جزئیات برنامه

oooooooooooooooooooooooooooo

جزئیات برنامه پس از تعیین ویژگیهای اصلی، میتواند تهیه شود. برنامه مکتوب میباید شامل موارد ذیل باشد: اهداف، استراتژی، فعالیتهای اساسی به منظور دستیابی به اهداف، نوع حمایتی لازم از طرف موسسات خصوصی و عمومی و منابع مورد نیاز.

اهداف: هدفنهایی در هر برنامه توسعه صادرات، گسترش صادرات می باشد. اهداف برنامه میتواند حتی الامکان به صورت کمی و بر اساس افزایش قابل انتظار صادرات، (در طول دوره برنامه) تعیین شود. اهداف مذکور میباید بایک برنامه زمانی - جهت اجراء - همراه باشند. ارقام مربوط به اهداف میتواند به صورت ارقام کلی - به عنوان مثال، به صورت کل صادرات یا صادرات بر حسب گروههای عمده کالائی - و یا بطور مشخص تر بر حسب کالاهای منفرد باشد. در برنامههای صادراتی درازمدت، اهداف ممکن است بیش از برنامههای کوتاه مدت جنبه عام داشته باشند، زیرا در بلندمدت پیشبینی دقیق وضعیت خارجی بسیار مشکل است.

لازم است هدفها به نحوی قرار گیرند که موفقیتها قابل ارزیابی باشند. این امر در صورتی میسر است که هدفها در قالبهای کمی بیان شوند. میباید تا آنجا که ممکن است از تعیین هدفها به صورت فعالیتهایی که انجام آنها الزامی است اجتناب شود، مگر آنکه آنها با هدفهای صادرات همراه باشند. زیرا تعداد فعالیتهای تنهائی و لزوماً "در ارتباط با نتایج به دست آمده

نمی‌باشند. به عبارت دیگر، هدفی مانند " شرکت درش نمایشگاه تجاری" می‌باید به صورت زیر فرموله شود " در سال Z، تعداد X شرکت در نمایشگاه‌های A، B و C، به منظور ایجاد صادرات جدیدی به ارزش Y، شرکت خواهند نمود."

استراتژی : استراتژی می‌باید تصمیمات اساسی متخذه در مورد ابزارهای سیاست‌گذاری و اولویت‌کالاهای و بازارها در مراحل مقدماتی را فرموله کند.

برنامه ضروری است به صورت یک سری از زیربرنامه‌ها ارائه گردد، به نحوی که اولویت‌های کالاهای در بخشها و اولویت‌های کالاهای یا گروه‌های کالاهای در بخش را شامل گردد. بهتر است این سری از زیربرنامه‌ها بر اساس طبقه‌بندی استاندارد تجارت بین‌المللی (SITC) تنظیم گردند. هر زیربرنامه می‌باید فعالیت‌های مربوط به کالاهای مورد نظر را (در ارتباط با تولید، خدمات حمایتی است از صادرات، تبلیغ در بازارهای تعیین شده و مذاکرات تجاری) مشخص نماید.

همچنین لازم است، تاسیساتهای موثر بر صادرات - کسسه فوقا " به آنها اشاره گردید -، با شرح و بسط کامل و با توضیحاتی در مورد تغییرات لازم و چگونگی انجام این تغییرات (شامل وظایف وزارتخانه‌های مختلف مربوطه) - ذکر گردند.

فعالیت‌های برنامه : فعالیت‌های پیشنهادی برنامه - می‌باید به صورت کلی ارائه شود و نباید با برنامه فعالیت‌های سالانه " سازمان توسعه تجارت ملی " اشتباه گردد. لازم است تا شرح این برنامه‌ها را هنمایی برای " سازمان توسعه تجارت ملی "

و دیگر سازمانهای مربوطه در بخش عمومی باشد .

فعالیتها می توانند به دو گروه کلی تقسیم شود: اول، آنهایی که می باید تحت " زیربرنامه هایی " برای کالاها یا گروههای کالایی خاص انجام گیرند . دوم ، فعالیتهایی که بطور کلی برای جامعه صادراتی - نظیر ایجاد آگاهی صادراتی - صورت می گیرند . و می توانند بخشهای فاقد اولویت را نیز شامل گردند .

ارائه هر فعالیت می باید شامل موضوعات زیر باشد :

نوع فعالیت ، هدفهای کلی (۱) ، هدفهای تعیین شده (۲) ، نام موسسه مجری ، برآورد هزینه های مربوطه ، منابع تامین مالی ، حمایتهای مورد انتظار از دیگر موسسات ، طول دوره فعالیت و شرحی از خود فعالیت . - جدول ذیل نمونه ای از نحوه ارائه فعالیت از یک برنامه را نشان می دهد .

شمای پیشنهادی یک فعالیت مهم در برنامه

- ۱- نوع فعالیت : تامین مالی صادرات
- ۲- هدفهای کلی : تسهیل در دستیابی شرکتهای صادراتی به اعتبارات ترجیحی (جهت تولیدکنندگان کالاهای صادراتی)
- ۳- هدفهای تعیین شده : تامین مالی دلار امریکا ، به صورت وام قبل از صدور تامین مالی ... دلار امریکا به صورت وامهای بعد از صدور
- ۴- موسسه مجری : بانک مرکزی - صندوق تامین مالی صادرات

(1): Objectives

(2): Targets

۵- برآورد هزینه : دلار آمریکا

۶- منابع تامین مالی : بودجه عملیاتی بانک مرکزی

۷- حمایت‌های دریافتی از موسسات دیگر :

- بانک‌های ملی

- بانک‌های توسعه

- سازمانهای توسعه تجارت

۸- طول دوره : سالانه

۹- شرح فعالیت : فراهم نمودن وجوه برای شرکتهای صادراتی واجد

شرایط بانرخیهای ترجیحی جهت سرمایه‌گذاری در

فعالیت‌های تولیدی ، به منظور تولید کالاهای

صادراتی

نقش موسسات مختلف : نقش سازمانهای اصلی دولتی ،

نظیر وزارتخانه‌های اقتصادی مختلف ، آژانس توسعه تجارت ، بانک

مرکزی و بانک‌های تجاری می‌باید در هر فعالیت برنامه به وضوح بیان

گردد . وظایف موسسات دولتی دیگر (مراکز کنترل کیفی ، موسسات

بسته‌بندی و سازمانهای بازرگانی دولتی و همچنین اتحادیه‌های

بازرگانی) نیز در اجرای برنامه لازم است تا توضیح داده شود .

متعاقبا " سازمانهایی که بطور مشخص در برنامه مشارکت دارند

می‌توانند برنامه کار خود را در راستای وظایفشان در " برنامه

ملی " ، تنظیم نمایند .

منابع : توصیه می‌شود که از منابع مالی و انسانی

مورد نیاز برنامه ، خصوصا " از بودجه‌های حمایتی - که موسسات

اصلی اجراکننده برای انجام فعالیت‌های خود به آن نیاز خواهند

داشت - یک برآورد کلی صورت گیرد . اگر دولت بطور مشخص مبالغی

ارزیابی نهایی می‌باید این نکات را مورد توجه قرار دهد که آیا هدفهای کلی و تعیین شده برنامه به دست آمده‌اند یا خیر؟ همین‌طور ضروری است تا، کارآیی و ارتباط منطقی استراتژی برنامه ارزیابی شده و معلوم گردد که فعالیتهای اصلی برنامه، با چه شدت و قوتی صورت گرفته‌اند. ارزیابی نهایی می‌باید عوامل داخلی و خارجی را - که تغییراتی در مبانای طراحی برنامه به وجود آورده‌اند - نیز لحاظ نماید. بهتر است وظیفه این ارزیابی به سازمان مرکزی واگذار شود.

امکان موفقیت یک ارزیابی موثر به روشن بودن هدفهای کلی و تعیین شده و فعالیتهای اصلی بستگی دارد. اگر آنها به صورت خیلی مبهم تنظیم (فرموله) شده باشند، امکان یک ارزیابی دقیق و معنی‌دار کاهش خواهد یافت. با این وجود، ارزیابی‌های واسطه‌ای و نهایی به دلیل هزینه‌های انسانی و مالی و نیز به لحاظ آنکه این ارزیابی‌ها مسیر آینده را مشخص خواهند نمود، لازم است تا جزء لاینفکی از برنامه را تشکیل دهند.

Calmilo Jaramillo, "Preparing National Export Promotion Programmes", International Trade Forum, No.3, July- Sep. 1987, pp. 28-30.