



## مقالات اقتصادی: راهکارهای توسعه صادرات غیر نفتی

پدیدآورنده (ها) : گوهریان، محمد ابراهیم؛ عینکیان، جعفر  
اقتصاد :: نشریه نامه اتاق بازرگانی :: شهریور 1379 - شماره 389  
از 14 تا 18

آدرس ثابت : <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/151089>

دانلود شده توسط : امیررضا حسنی

تاریخ دانلود : 16/06/1400

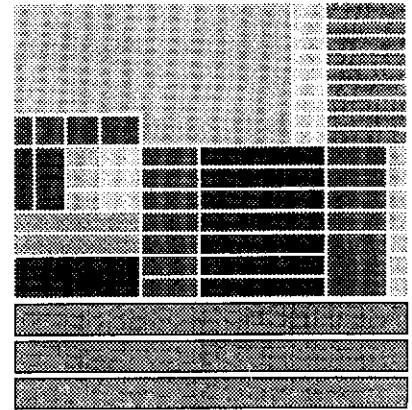
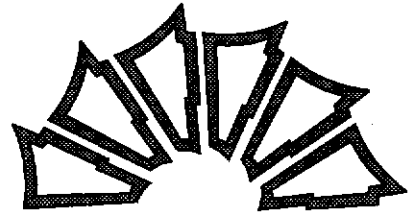
مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائه مجلات عرضه شده در پایگاه، مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابر این، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر به صورت کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتالی که حاصل و برگرفته از این پایگاه باشد، نیازمند کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) می باشد و تخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه [قوانین و مقررات](#) استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.



پایگاه مجلات تخصصی نور

[www.noormags.ir](http://www.noormags.ir)

# مقالات اقتصادی



## راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی

محمد ابراهیم گوهریان

و

جعفر عینکیان



خصوصی را به حرکت در آورند، تشکل‌ها را ایجاد کنند، در آموزش، تحقیق و پژوهش طرحی نو دراندازند و تحول اساسی را به‌عنوان یک هدف متعالی در برنامه کار خود قرار دهند.

با این امید که این مقاله بتواند تذکری باشد برای کسانی که به نحوی از انجا در سیاستگذاری‌های مقوله صادرات در کشور دخیل هستند تا همگان شاهد شکوفایی و توسعه واقعی صادرات غیرنفتی در ابعاد مختلف باشیم.

طراحی، تحقیق و تدوین ادبیات اقتصاد بدون نفت، به منظور ایجاد پشتوانه تئوریک و بنیان زیربنای فکری در جهت تبیین راهکارهای عملی و قابل اجرا، با هدف رها شدن از سامانه اقتصاد تک‌محصولی متکی بر صادرات سوخت‌های فسیلی.

**○ با تأسیس و توسعه شرکت‌های مدیریت صادرات می‌توان از آخرین روش‌های علمی در مدیریت فروش بهره‌مند شد.**

صادرات، گسترش صادرات غیرنفتی، الگو سازی برای صادرات، گسترش فرهنگ تولید رقابتی، معرفی صادرکنندگان نمونه و برتر، پی‌گیری اهداف صادراتی و گسترش آموزش‌های تخصصی روند توسعه صادرات بهبود یابد.

شکی نیست که صادرات باید به‌عنوان موتور توسعه و اقتصاد کشور به رسمیت شناخته شود و فارغ از هر موضوعی دیگر، به‌عنوان پایگاهی اساسی در اقتصاد کشور تعریف گردد. در این راستا، لازم است وزارت بازرگانی و اتاق بازرگانی بیش از گذشته با یکدیگر همکاری کنند و بخش

### ● اشاره

آمار و ارقام مربوط به عملکرد دو ماهه اول سال جاری بیانگر این واقعیت ناخوشایند می‌باشند که پس از بهبود نسبی بهای نفت خام در بازارهای بین‌المللی، موضوع صادرات غیرنفتی به شدت تحت تاثیر قرار گرفته و شواهد حاکی از کاهش سی و سه درصدی آن می‌باشد. متأسفانه، این رویکرد در حالی صورت می‌پذیرد که ظاهراً تمامی هم و غم دولت بر افزایش حجم صادرات اقلام غیرنفتی معطوف شده است.

مقاله حاضر نگاهی است دوباره بر اهمیت موضوع صادرات و با پیشنهاد راهکارهای متعدد، سعی شده است تا امکانات عملی توسعه صادرات مورد بررسی قرار گیرد. امید است با ایجاد راهکارهایی مانند ایجاد باور و عزم ملی برای

توسعه صادرات را در پی خواهد داشت.

تاسیس سازمان ملی صادرات ایران، به منظور جهت دادن و هماهنگی بین واحدهای خرد و کلان صادر کننده، همینطور به منظور حمایت و پشتیبانی از آنان در رابطه با مشکلات و معضلات احتمالی در هر مرحله از مراحل صادرات کالا و خدمات و ایجاد رابطه و هماهنگی با سایر سازمان‌های ذیربط مانند وزارت بازرگانی، بانک مرکزی و بانک‌های تجاری، گمرک و سازمان استاندارد و غیره.

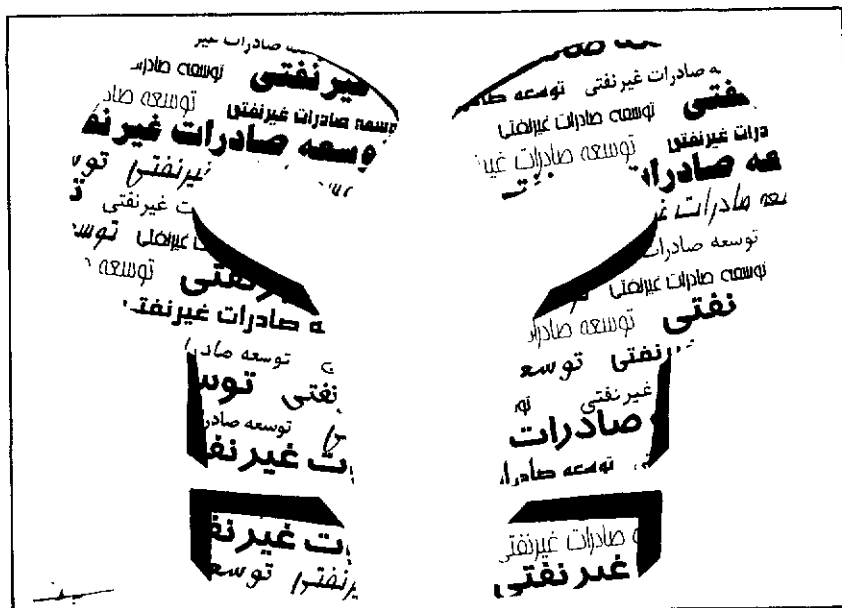
○ تغییر شرایط زمانی و تغییر ساختار در عرصه تجارت بین‌المللی، بازرگانی در قسوانین و مقررات صادرات - واردات را ضروری می‌سازد.

تاسیس بانک اطلاعات صادرات، به منظور ایجاد پایگاه اطلاعاتی لازم و پوشش اطلاعاتی مورد نیاز صادرکنندگان که مزایایی به شرح زیر خواهد داشت:

- ۱) جلوگیری از اتلاف وقت و سرمایه صادرکنندگان.
- ۲) اطلاع رسانی به موقع به صادرکنندگان از طریق ایجاد و حفظ فرصت‌های تجاری.
- ۳) جهت و سمت و سو دادن به تولیدکنندگان از طریق مشخص کردن نیازها و نوع تقاضاهای بازارهای بین‌المللی.
- ۴) تبادل اطلاعات بین صادرکنندگان.

تاسیس و توسعه شرکت‌های مدیریت صادرات، به منظور بهینه‌سازی مراحل صادرات و استفاده از آخرین روش‌های علمی بدست آمده در مدیریت فروش و تعمیم آن در بین صادرکنندگان.

توسعه مراکز خدمات صادراتی در تمامی استان‌های کشور؛ از آنجایی که از نظر جغرافیایی صادرکنندگان در اقصی نقاط کشور پراکنده می‌باشند، لازم است تا مراکزی که به کار آرایه خدمات به صادرکنندگان اشتغال دارند، در سراسر این نقاط توسعه یابند تا دسترسی تمامی صادرکنندگان به آنها تسهیل یابد و بدین ترتیب،



قیمت‌گذاری دقیق کالاها و خدمات می‌شود. با حذف تعرفه‌های گمرکی و تقلیل موانع وارداتی، با در نظر گرفتن مزیت‌های نسبی که در کشورهایی مانند ایران وجود دارد، یعنی پایین بودن هزینه عوامل تولید، بستر مناسبتری در جهت توسعه صادرات پدیدار می‌شود.

ترویج فرهنگ صادرات در جامعه: دیر زمانی است که جامعه تولیدی و خدماتی در کشور ما، با فرهنگ مصرف و الگوی جانشینی واردات خو پیدا کرده است. اگر بنا را بر توسعه صادرات نهادیم، ناگزیر از ترویج فرهنگ صادرات می‌باشیم، امری که نیازمند عزم ملی و همه جانبه است.

آموزش اجباری: بدهی است که موفقیت راهکارهای صادرات رابطه مستقیمی با فراگیری یافته‌هایی دارد که پیشاپیش توسط صادرکنندگان موفق در سطح بین‌المللی تجربه شده‌اند و بکارگیری تجربیات بدست آمده در طی سال‌های متعددی و در مقاطع مختلف، آنها را به شکل قوانین و راهکارهای عملی و کاربردی درآورده است. آموزش اجباری افرادی که به نحوی از انحاء با مقوله صادرات در ارتباط هستند، در مجموع سطح کیفی صادرات را افزایش داده و نهایتاً

توسعه روابط سیاسی، اقتصادی و فرهنگی با کشورهای جهان؛ شکی نیست که دستیابی به یک اقتصاد پویا و مبتنی بر گردش صحیح کالا و خدمات با پشتوانه سیاست‌ها و خط‌مشی‌های اصولی پولی و مالی و نهایتاً حصول به رونق اقتصادی از طریق صادرات کالا و خدمات، امکان‌پذیر نخواهد بود، مگر با اتکا و تبیین سیاست خارجی کارا و مبتنی بر منافع ملی تعریف شده و اصل احترام متقابل.

توسعه استراتژی تجارت برون‌گرا: اگر سیاست‌های تجاری تبیین شده توسط دولت‌مردان، تنها مبتنی بر علایق، سلايق و تقاضاهای مردم داخل کشور تدوین شود، در آن صورت، امکان رقابت در بازارهای بین‌المللی کاهش می‌یابد. بنابراین، مهمترین اصل در تبیین خط‌مشی‌های تجاری باید با دیدگاهی ملی و فراملی باشد تا کالاهای تولید شده و همچنین خدمات آرایه شده هم پاسخگوی نیازهای داخلی و هم قابل رقابت در بازارهای جهانی باشند.

عضویت در سازمان جهانی تجارت (WTO): عضویت در WTO باعث هماهنگی با سیاست‌های تجاری در عرصه بین‌المللی، خصوصاً در زمینه

از تمامی امکانات بالقوه و بالفعل در کشور استفاده شود.

توسعه و تشویق سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی: از آنجایی که صادرات روی دیگر سکه تولید می‌باشد، بنابراین، افزایش امکانات تولیدی در واقع به معنای قدرت بخشیدن به بخش صادرات است و از طرفی، چرخ‌های تولید تنها با سرمایه‌گذاری به حرکت در می‌آیند. بنابراین، تشویق سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در این بخش، یعنی افزایش صادرات. در این راه از تشویق سرمایه‌گذاران خارجی نیز نباید غفلت کرد.

تسریع در امر خصوصی‌سازی: همگان بر این مهم صحه می‌گذارند که دولت‌ها هیچگاه صادرکنندگان موفق نبوده‌اند. به عبارت دیگر، تجربه کشورهای توسعه یافته نشان می‌دهد که اولین گام در جهت بهبود توان صادرات این کشورها، اتخاذ سیاست‌های صحیح در جهت خصوصی‌سازی می‌باشد. کشورهای موفق صادرکننده آسیای جنوب شرقی، به خوبی گواه مطلب فوق می‌باشند.

بازسازی و نوسازی صنایع صادراتی فرسوده: به منظور استفاده بهینه از کلیه امکانات صادراتی، بررسی دوباره امکانات صادراتی، خصوصاً آن دسته از صنایع که به هر دلیل از دور فعالیت خارج شده‌اند، کاملاً ضروری می‌نماید.

توسعه صادرات صنعتی، کشاورزی و صدور خدمات فنی و مهندسی: توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی در سال‌های اخیر اهمیت ویژه‌ای یافته، به طوری که بخش قابل توجهی از سهم بازار صادرات را به خود اختصاص داده است. ارایه خدماتی مانند گردشگری، بانکی، مشاوره‌ای، حمل و نقل، ارتباطات و تبلیغات در حال حاضر، موفقیت خاص و قطعی خود را به دست آورده‌اند. لذا لازم است تا در کشور ما نیز به ارایه این نوع از خدمات بهایی دو چندان داده شود و خصوصاً در زمینه خدمات مهندسی به دلیل کسب تجارب در دوره دفاع مقدس و دوران سازندگی پس از جنگ،



شناخت کامل رقبا، به منظور شناخت نقاط قوت و ضعف رقبا و بدین ترتیب، رفع نقاط ضعف کالاها و خدمات که با هدف صادرات تولید و ارایه می‌شوند. بدیهی است که ورود به بازاری که هیچ شناختی از رقبا وجود نداشته باشد، قطعاً با شکست همراه خواهد بود.

تعیین مارک تجاری (BRAND) برای کالاهای صادراتی: در سال‌های اخیر، توجه خاصی به موضوع تعیین علامت تجاری شده است. در واقع، علامت تجاری نشانه‌ای است مخصوص شرکت تولید کننده که به شکل انحصاری محصول یا محصولات آن شرکت را از سایر رقبا متمایز می‌سازد. امروزه، حتی موضوع علامت تجاری به‌عنوان یک سرمایه غیر ملموس محسوب می‌شود. نگاهی به علایم تجاری معروف جهان، بیانگر اهمیت آن در جلب مشتری در بازارهای داخلی و خارجی را دو چندان می‌نماید. البته باید دانست که ایجاد و انتخاب علامت تجاری امریست کاملاً تخصصی که نیاز به بازاریابی و تحقیقات گسترده توسط افراد حرفه‌ای و متخصص دارد.

با نگاهی کارشناسانه، مزیت‌های نسبی موجود در این زمینه بررسی شود.

تسهیل لیست کالاهای قابل صدور: چنانچه فهرستی از کالاهایی که امکان صدور آن‌ها فراهم می‌باشد، تهیه و تنظیم شود. در نتیجه، تولیدکنندگانی که مایل به صدور کالاهای تولیدشده خود هستند، به خوبی خواهند توانست نوع تولیدات را تعیین نموده و بدین وسیله ضمن کاهش هزینه‌های خود، فعالیت‌های خود را بر این اساس تمرکز بخشیده و بهینه سازند.

○ مکانیزه کردن گمرکات و بنادر کشور می‌تواند روند بازرگانی و تحویل کالا را بهبود بخشد.

شناخت بازار هدف از طریق تحقیقات علمی - کاربردی: بدون شک، بسیج امکانات موجود جهت توسعه صادرات بدون شناخت صحیح از بازار هدف امکان‌پذیر نخواهد بود. البته شناخت بازار مورد نظر، حتماً باید بر اساس روش‌های علمی و تحقیقات بازاریابی که از طریق فنون کاربردی انجام شده باشند، صورت پذیرد.

تحويل به موقع کالا به خریدار: یکی از مسائلی که موجب اعتبار بخشیدن به بنگاه صادر کننده کالا و خدمات می شود تحويل به موقع کالا یا انجام به هنگام خدمات می باشد. این امر، خصوصاً در مورد کالاهای کشاورزی یا کالاهای بورسی که به طور دائم با نوسانات قیمت در بازارهای بین المللی و داخلی مواجه هستند، اهمیت خاصی می یابد.

تربیت مدیران متخصص و کارآزموده صادرات، بازاریابی و فروش: امروزه، با توجه به تنوع و تکثر کالاها و خدمات تولید شده و همبستگی حضور رقباي خرد و کلان لازم است که صادرکنندگان با تربیت متخصصان کارآزموده، از توان حرفه ای کارشناسان خبره بهره ببرند.

تشویق و ترغیب صادرکنندگان از طریق اعطای جوایز و سوبسیدهای صادراتی: از آن جهت که تولید کنندگانی که تولیداتشان به بازارهای صادراتی روانه می شود، با مشکلات و معضلات بسیاری در کشور ما روبرو می شوند، لذا بر دولت و اولیای امر است تا با اتخاذ شیوه های تشویقی و خصوصاً با استفاده از سوبسیدهای صادراتی، صادرکنندگان را در برخورد با مشکلات موجود یاری نمایند.

کاهش دخالت دولت در امر صادرات: تجربه ثابت کرده است که در اکثر مواقع، دخالت دولت با افزایش مشکلات صادرکنندگان همراه بوده است. پس، مانند یکی از اصول اقتصاد آزاد، نقش دولت تنها باید یک نقش نظارتی باشد تا از راه تدوین قوانین و مقررات کارآمد، روند صادرات را برای صادرکنندگان تسهیل کند.

حذف بروکراسی اداری زاید و دست و پاگیر: مانند سایر بخش های اقتصادی و غیره اقتصادی جامعه، دیوان سالاری حاکم بر روح فعالیت های سازمان ها و ادارات دولتی و بعضاً غیر دولتی، مانع بسیار بزرگی در راه سرعت و سهولت روند فعالیت های صادراتی می باشد. مسلماً حذف یا کاهش این مراحل اداری دست و پاگیر، بزرگترین

کمک به صادرکنندگان خواهد بود.

ترغیب صادرکنندگان به معامله و دریافت وجه کالا از طریق اعتبار اسنادی: چون بسیاری از صادرکنندگان در کشور ما از روش های غیر اعتباری برای دریافت وجه کالای صادراتی استفاده می کنند، لذا لازم است تا به منظور جلوگیری از به وجود آمدن مشکلات ناشی از عدم پرداخت یا مشکلاتی از قبیل عیب گذاری خریدار یا مصرف کننده بر روی کالا، صادرکنندگان از روش اعتبار اسنادی که تا حدود زیادی متضمن پرداخت به موقع و ایجاد چهارچوب متعارف مانند یک قرارداد تجاری می باشد، استفاده کنند.

○ بسیج امکانات موجود در جهت توسعه صادرات، بدون شناخت صحیح از بازار هدف امکانپذیر نخواهد بود.

توسعه نمایشگاه های تخصصی - صادراتی در داخل و خارج: نمایشگاه بهترین محل برای شناخت عرضه کنندگان و مصرف کنندگان کالاها و خدمات می باشد. در زمینه صادرات نیز، چنانچه مستمراً نمایشگاه های تخصصی در داخل و خارج کشور برگزار شود، صادرکنندگان با مصرف کنندگان داخلی و خارجی آشنا می شوند که این به معنای شناخت بازارهای جدید می باشد.

کاهش تعدد نرخ ارز: وجود نرخ های متفاوت ارز، بر بخش های متفاوت اقتصادی و بازرگانی تاثیرات بد می گذارد و بخش صادرات نیز از آن مستثنا نمی باشد. مهمترین حسن کاهش تعدد نرخ ارز، همانا محاسبه دقیق و صحیح قیمت تمام شده است که به صادرکنندگان کمک می کند تا قیمت های رقابتی بهتری را به مصرف کنندگان ارائه نمایند.

تدوین سیاست های مالی، پولی و ارزی مناسب: این بخش بر عهده دولت می باشد تا با اتخاذ سیاست های مالی، پولی و ارزی کارا و متناسب با شرایط بازار، برطرف کننده مضایق و تنگناهای موجود در راه صادرات کالا و خدمات باشد.

توسعه تجارت در مناطق آزاد: مناطق آزاد به

دلیل فقدان تعرفه های گمرکی، بهترین محل برای صدور کالاهای تجاری می باشند. بسیاری از متقاضیان کالا نیز در مناطق آزاد تجاری به سهولت نیازهای خود را از بازار تامین می کنند. چنانچه کالاهای صادراتی در خود محل منطقه آزاد تولید شوند، بی شک از قیمت تمام شده رقابتی تری برخوردار خواهند بود.

توسعه صادرات مجدد (RE - EXPORT): همانطور که در بحث راجع به لزوم مشخص کردن مزیت نسبی در صدور کالا و خدمات اشاره شد، ممکن است محدودیت های موجود در کشور، مانند فقدان فن آوری بسته بندی، صادرکنندگان را از رقابت در بازارهای بین المللی باز دارد. در این صورت، پیشنهاد می شود که با استفاده از مزیت نسبی کشور ثالث، محصول صادراتی ارتقای کیفی یابد و از این طریق، قدرت رقابت صادراتی افزون شود.

بازنگری در قوانین و مقررات صادرات - واردات: اگر چه وضع قوانین جدید می تواند به سهولت روند کار صادرکنندگان کمک نماید، اما بسیاری از قوانین موجود نیز نیاز به اصلاح و بازنگری دارند. مهمترین دلیل بر این امر تغییر شرایط زمانی و تغییر ساختار در عرصه تجارت بین المللی می باشد که لزوم بازنگری در قوانین را دو چندان می نماید. در این راستا می توان به لزوم اعزام کارشناسان متخصص از طرف دولت به منظور بررسی قوانین و مقررات سایر کشورهای پیشرفته و بررسی علل پیشرفت و موفقیت کشورهای مذکور در تهیه الگوی مناسب برای توسعه صادرات غیرنفتی اشاره کرد. بی شک، الگوپردازی از کشورهایی که در امر توسعه صادرات موفق بوده اند، یکی از راه های پیشرفت در صادرات می باشد. بهترین نمونه این کشورها که شباهت های بیشتری نیز با فرهنگ و آداب و رسوم ما دارند، کشورهای آسیای جنوب شرقی و خصوصاً گروه کشورهای معروف به بیره های آسیا می باشد. البته لازم به ذکر است که انتخاب کارشناسان باید با ظرافت و دقت و وسواس خاصی باشد تا این گونه اعزام ها را از حالت مأموریت های تشریفاتی اداری خارج کند.

عدم تغییر قوانین و مقررات در کوتاه مدت و تثبیت قوانین حداقل به مدت ۵ سال: یکی از معضلاتی که بخش اقتصاد و تجارت، از جمله صادرات را رنج می دهد، موضوع عدم ثبات قوانین است. این امر نه تنها تولیدکنندگان بسیاری را به ورطه ناپودی و ورشکستگی کشانده، بلکه بسیاری از سرمایه گذاران داخلی و به تبع خارجی را از عرصه تجارت کشور گریزان کرده است. بنابراین، لازم است تا اراده دولت بر تثبیت قوانین کاملاً جدی و عملی باشد تا صادرکنندگان نیز از حاشیه امنیت کافی برخوردار شوند.

ایجاد تسهیلات مالی، بانکی، بیمه ای مناسب از طرف دولت: صادرات فرایندی است که بدون پوشش مناسب از طرف ارگان ها و سازمان های ذیربط هرگز به سرمنزل مقصود نخواهد رسید. وجود نظام کارآمد بانکی و ارایه کننده اعتبارات مالی لازم و همینطور پوشش بیمه ای لازم به منظور ایجاد حاشیه امنیتی مناسب برای صادرکنندگان، امری ضروری و غیرقابل اجتناب می باشد.

واگذاری ارز حاصل از صادرات به صادرکنندگان، به منظور تشویق صادرکنندگان به فعالیت بیشتر و کمک به آنان در جهت استفاده از ارز بازگشت از صادرات در جهت توسعه فعالیت های تولیدی آنها و تامین مواد اولیه مورد نیاز.

حذف پیمان ارزی حداقل به مدت پنج سال: بیشتر صادرکنندگان براین باورند که وجود پیمان ارزی باعث دلسردی صادرکنندگان و کاهش اشتیاق آنها به افزایش فعالیت صادراتی شده است. اگر حذف پیمان ارزی امکان پذیر نیست، پس لااقل زمان آن به پنج سال کاهش یابد تا فعالیت های صادرکنندگان نیز تسهیل شود.

انجام تحقیقات علمی در بازارهای هدف: امروزه، آنچه در صادرات نقش بسیار مهمی را ایفا می کند، موضوع شناخت صحیح و کامل از بازار می باشد و این مهم قابل دستیابی نیست مگر با بکارگیری تحقیقات علمی در بازارهای مورد نظر که قصد صادرکننده به صدور کالا و خدمات به آن

بازارها می باشد.

مکانیزه کردن گمرکات و بنادر کشور: همانطور که در مورد "تحويل به موقع کالا" ذکر شد، آنچه به صادرکننده کالا و خدمات اعتبار بین المللی می بخشد، رعایت دقیق زمان تحويل کالا است. یکی از عوامل مهمی که جریان صادرات و تحويل کالا را در کشورها به تعویق می اندازد، اتلاف وقت در گمرکات و بنادر و پایانه های کشور است. مکانیزه کردن گمرکات و بنادر کشور می تواند تا حدود زیادی از اتلاف وقت و دیرکرد در بازرگانی و نهایتاً تحويل کالا جلوگیری بعمل آورد.

ارایه تسهیلات ویژه به صادرکنندگان از سوی گمرکات کشور: علاوه بر مزایایی که در مورد قبل بدان اشاره شد، ارایه تسهیلات ویژه با هدف توسعه صادرات از سوی گمرکات کشور باعث کاهش قیمت تمام شده و نهایتاً رقابتی تر کردن بازارهای بین المللی می شود.

تسهیلات بندری مناسب و مدرن: وجود تسهیلات بندری مناسب باعث کاهش اتلاف وقت و سهولت بازرگانی کالاهای صادراتی می شود و از طرفی، کمترین خدشه و صدمه را به کالاها وارد می کند و در مجموع، می تواند حجم و مقدار صادرات را فزونی دهد.

امکانات و پایانه های حمل و نقل مناسب (هوایی، زمینی و دریایی): وجود پایانه های مناسب در هر کشور به معنای سرعت در تحويل کالا به صاحبان آن، یعنی خریداران است و از طرفی، باعث تشویق متقاضیان به رفع نیازهای مصرفی از مبدا دارای امکانات فوق خواهد شد.

بهبود و ارتقای کیفیت کالاهای صادراتی: بدون شک، بازارهای بین المللی محل عرضه کالاهای متنوع با کیفیت های بالا و متفاوت می باشد. در این عرصه، مسلماً صادرکننده ای موفق است که بتواند بالاترین و بهترین کیفیت را عرضه کند.

بسته بندی مناسب و بر طبق استانداردهای بین المللی: امروزه، بسته بندی نقش اساسی را در

عرصه کالاهای صادراتی ایفا می نماید. بسته بندی مناسب نه تنها باعث حفظ سلامت کالاهای صادراتی و خصوصاً از نوع غذایی می شود، بلکه بکارگیری رنگ و طرح مناسب جاذب سلیقه مشتریان خواهد بود.

هماهنگی و همکاری تمامی سازمان های دست اندرکار صادرات: به طور کلی، توسعه صادرات امریست که نیاز به بسیج ملی با استفاده از کلیه امکانات دولتی و غیردولتی دارد. در این راستا، آنچه بیش از همه مهم می نماید، ایجاد هماهنگی و همکاری میان کلیه سازمان هایی است که به نوعی از انحا با موضوع صادرات ارتباط پیدا می کنند.

مشارکت صادرکنندگان در تصمیم گیری ها: اگر صادرکنندگان در امر تصمیم گیری ها در زمان اتخاذ خطوط مشی و سیاست های خرد و کلان مربوط به امر صادرات دخیل باشند، در آن صورت، مشکلات و تجاربی که صادرکنندگان در انجام مراحل صادرات به طور عملی با آن مواجه هستند، مطرح و راه حل آنها در قالب تصمیمات اتخاذ شده ارایه می شود.

افزایش تولید برای کاهش هزینه های تولید به منظور رقابت با رقبای خارجی: هر قدر تولید، آن هم با استفاده از روش های علمی و با فن آوری روز، افزایش یابد، به تبع آن، هزینه های تولید و نهایتاً قیمت تمام شده کالاهای تولید شده کاهش می یابد و در نتیجه، کالاها با قیمت مناسب و رقابتی تر روانه بازارهای بین المللی می شوند. در این صورت، امکان بقای صادرکنندگان در عرصه بازار فراهم می آید.

توسعه ساختار شورای عالی صادرات: شورای عالی صادرات، به عنوان بالاترین مقام تصمیم گیرنده در امر صادرات، تنها در صورتی می تواند نقش بنیادین و استراتژیک خود را به نحو احسن انجام دهد که از ساختاری قوی و منظم برخوردار باشد. در این صورت، اتخاذ تصمیمات به هنگام و مفید فایده در جهت توسعه صادرات میسر خواهد شد. مقاله وارده