

## ۶- چگونگی تنظیم و ارزیابی برنامه های توسعه صادرات

### تنظیم سیاستهای موردنظر

oooooooooooo

براساس تجزیه و تحلیلی که قبلاً "ارائه گردید، در این مرحله، عناصر اصلی سیاستهای جدید توسعه صادرات - از نقطه نظر هریک از ابزارهای مورداستفاده و موسسات مسئول اجرای آنها - میباشد تعیین گردد.

### - انواع ابزارهای سیاستگذاری

oooooooooooo

هسته اصلی یک سیاست موثر در توسعه صادرات، سیاستهای "ارزی" میباشد. نوع سیاست، چگونگی مدیریت و نحوه بهره گیری از آن به منظور افزایش قابلیت رقابت کالاهای صادراتی لازم است تا بطور دقیق مشخص گردد. این سیاستها میباشد نرخهای ارزونیز عوامل تعیین کننده درآمد واقعی صادرات - از قبیل مالیات اضافی در تبدیل ارز - الگوی نرخهای چندگانه ارز و انواع محدودیتهای ارزی را موردنرسی قرار دهند. این سیاستها نباید نرخهای آینده ارز را مشخص سازند، بلکه ضروری است تا رهنمودهای اولیه را جهت تعیین این نرخها فراهم نمایند.

ابزار دومرا، سیاستهای "تعرفه‌ای" تشکیل می‌دهند.

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

سومین ابزار، سیاستهای "مالی" هستند که می‌بایست روش‌های بازپرداخت، و جبران مالیات و یا معافیتهاي مالیاتی در "بخش صادراتی" را بطور صریح تعیین نمایند. بدنام سیاستهای پیشنهادی، ضروری است تا شرح کاملی از چگونگی اعمال سیاستها و اینکه آیا اجرای آنها جنبه عام (در برگیرنده تمام کالاهای) یا خاص داشته - و اگرچه معیارها برای تعیین شامل آن، مورداستفاده قرارگیرد - 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 آمد و در مورد فعالیت‌آتی آن تصمیم‌گیری شود. اگرچنین روشی موجود نباشد، درآینده طرحی برای ایجاد آن می‌تواند پیشنهاد گردد.

بین توسعه صادرات و سیاستهای " سرمایه‌گذاری " رابطه نزدیکی وجود دارد بطوری که می‌تواند به عنوان پنجمین جزء، از مجموع سیاستهای موردنظر به شمار آید. اکثر کشورها به منظور توسعه سرمایه‌گذاری‌های داخلی و یا خارجی - در بخش‌های مختلف تولیدی - تدبیر مختلف اتخاذ نموده‌اند. این تدبیر ممکن است شامل مشوچها یعنی ماشند: ایجاد مناطق منعти با تسهیلات ویژه، معافیتهای مالیاتی، عدم محدودیت خروج درآمدها از کشور (در صورت مطرح بودن سرمایه‌گذاری خارجی) و غیره باشد. انواع مشوچهای تولیدی موجود نیز می‌باشد از نقطه‌نظر صادراتی، مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند، زیرا لازم است تا این مشوچها بازار بالقوه بین المللی کالاهای مزبور را در نظر داشته باشند. بعضی از کشورها سرمایه‌گذاری در شرکتهای تجاری داخلی را به عنوان ابزاری برای بسط تلاش‌های کشور در زمینه بازار مالی بین المللی تشوییق می‌نمایند.

در نهایت، ضروری است تا سازمان مرکزی، تدبیر لازم جهت توسعه زیرساختهای فیزیکی صادرات را مشخص نماید. این تدبیرها، فرودگاه‌ها، تسهیلات حمل و نقل زمینی، دریائی و هوائی، انبارها، مراکز توزیع و مناطق آزاد تجاری را شامل می‌گردند.

#### - شرح وظایف

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

لزム است در مورد تغییرات موردنیاز تصمیم‌گیری نماید. این تصمیمات شامل:  
تعیین یک وزارت خانه به عنوان مسئول اجرای کلی سیاست توسعه  
صادرات، مشخص نمودن رابطه وزارت خانه مزبور با آژانس‌های توسعه  
تجارت و نحوه مشاوره با بخش‌های صادراتی در زمینه موضوعات مربوطه  
باشد. همچنین، سازمان مرکزی مو با یاد نقش سازمان توسعه تجارت  
را در اجرای برنامه آینده توسعه صادرات مشخص نماید.

## - اولویت‌های کالا و بازار

سازمان مرکزی، با همکاری دبیرخانه فنی، مو باشد  
در مورد اولویت‌کالاهای صادراتی و بازارها تصمیم‌گیری نماید. این  
تصمیم‌گیری براساس تجزیه و تحلیل انجام شده در مورد وضعیت صادرات  
صورت می‌گیرد. در بعضی موارد، انتخاب کالاهای نشان دهنده  
"اولویت‌های بخش" در سیاست‌های توسعه ملی است. در موارد دیگر،  
اولویت‌ها ممکن است در ارتباط با وضعیت کنونی کشور در بازارهای  
بین‌المللی باشد همچنین این اولویت‌ها ممکن است عواملی نظیر ایجاد  
اشتغال را در نظر بگیرند. اغلب توصیه می‌شود که در اولین برنامه  
سیان مدت، "توسعه صادرات ملی"، تنها بر تعداد محدودی از گروه‌های  
کالایی یا بخشها متمرکز شود. در تعیین بازارهای موردنظر، لازم است  
تاعواملی چون دورنمای تقاضا، هزینه‌های حمل و نقل و دسترسی به بازار  
موردنظر گیرند. دسترسی به بازارهای "نویدیخش" یکی از  
عوامل عمده برای موفقیت توسعه صادرات می‌باشد. مذاکرات تجاری  
که احتمالاً یک‌کشور در طول اجرای برنامه در گیر آن می‌شود و ممکن  
است موجب ورود آسانتر آن به بازارهای مشخصی گردد، نیز ممکن است در همین

راستا ملحوظ نظر قرار گیرد.

### - تهیه چزئیات برنامه

چزئیات 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 حمایتهای لازم از طرف موسسات خصوصی و عمومی و منابع موردنیاز.

اهداف: هدف‌ها یعنی درهربنامه توسعه صادرات، گسترش صادرات می‌باشد. اهداف برنامه میتواند حتی امکان بهصورت کمپ و براساس افزایش قابل انتظار صادرات، ( درطول دوره برنامه ) تعیین شود. اهداف مذکور میباید بایک برنامه زمانی - جهت اجراء - همراه باشند. ارقام مربوط به اهداف میتواند بهصورت ارقام کلی - به عنوان مثال ، بهصورت کل صادرات یا صادرات بر حسب گروههای عده کالایی - و یا بطور مشخص تر بر حسب کالاهای منفرد باشد. در برنامهای صادراتی درازمدت، اهداف معکن است بیش از برنامهای کوتاه‌مدت جنبه عالم داشته باشند، زیرا در بلند مدت 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 معکن است از تعیین هدفها به صورت فعالیتهایی که انجام آنها الزامی است اجتناب شود، مگر آنکه آنها با هدفهای صادرات همراه باشند. زیرا تعداد فعالیتها به تنها و لزوما " در ارتباط با نتایج به دست آمده

نمی باشد . به عبارت دیگر ، هدفی مانند " شرکت درشمنامایشگاه تجاری " می باید به صورت زیر فرموله شود " در سال ۲ ، تعداد X شرکت در نامایشگاههای A ، B و C ، به منظور ایجاد صادرات جدیدی به ارزش ۷ ، شرکت خواهد نمود . "

استراتژی : استراتژی می باید تصمیمات اساسی متعدد  
در مورد ابزارهای سیاستگذاری و اولویت کالاها و بازارها در مراحل  
مقدماتی را فرموله کند .

برنامه ضروری است به صورت یک سری از زیر برنامه ها ارائه گردد ، به نحوی که اولویتها کالائی در بخشها و اولویتها کالائی یا گروههای کالائی در هر بخش را شامل گردد . بهتر است این سری از زیر برنامه ها براساس طبقه بندی استاندارد تجارت بین الملل ( SITC ) تنظیم گردد . هر زیر برنامه می باید فعالیتهای مربوط به کالاهای مورد نظر را ( در ارتباط با تولید ، خدمات حمایت از صادرات ، تبلیغ در بازارهای تعیین شده و مذاکرات تجاری ) مشخص نماید .

همچنین لازم است ، ناسیاستهای موثر بر صادرات - کس فوقا " به آنها اشاره گردد ، با شرح و بسط کامل و با توضیحات تو در مورد تغییرات لازم و چگونگی انجام این تغییرات ( شامل وظایف وزارت خانه های مختلف مربوطه ) - ذکر گردد .

فعالیتهای برنامه : فعالیتهای پیشنهادی برنامه می باید به صورت کلی ارائه شود و نباید با برنامه فعالیتهای سالانه " سازمان توسعه تجارت ملی " اشتباہ گردد . لازم است تا شرح این برنامه ها را همایو برای " سازمان توسعه تجارت ملی "

و دیگر سازمانهای مربوطه در بخش عمومی باشد.

فعالیتها می‌تواند به دو گروه کلی تقسیم شود: اول، آنها می‌که می‌باید تحت "زیربرنا مهای" برای کالاهای یا گروههای کالایی خاص انجام گیرند. دوم، فعالیتها می‌که بطورکلی برای جامعه صادراتی-نظیر ایجاد آگاهی صادراتی - صورت می‌گیرند. و می‌توانند بخش‌های قادر اولویت را نیز شامل گردند.

ارائه هر فعالیت می‌باید شامل موضوعات زیر باشد:

نوع فعالیت، هدفهای کلی<sup>(۱)</sup>، هدفهای تعیین شده<sup>(۲)</sup>، نام موسسه مجری، برآورد هزینه‌های مربوطه، منابع تامین مالی، حمایتهای موردنظر از دیگر موسسات، طول دوره فعالیت و شرحی از خصوصیات فعالیت. - جدول ذیل نمونه‌ای از نحوه ارائه فعالیت از یک برنامه را نشان می‌دهد.

---

### شما ای 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 واحد قبل از صدور و تامین مالی... دلار امریکا به صورت واحدی بعد از صدور
- ۴- موسسه مجری : بانک مرکزی - صندوق تامین مالی صادرات

(1) : Objectives

(2) : Targets

- ۵- برآورد هزینه : ..... دلار امریکا
- ۶- منابع تامین مالی : بودجه عملیاتی بانک مرکزی
- ۷- حمایتهاي دریا فتی از موسسات دیگر :
  - بانک های ملی
  - بانک های توسعه
  - سازمانهای توسعه تجارت
- ۸- طول دوره : سالانه
- ۹- شرح فعالیت : فراهم نمودن وجود برای شرکتهاي صادراتي واجد شرایط با نرخهاي ترجيحي جهت سرمایه‌گذاري در فعالیتهاي تولیدي ، به منظور تولید کالاهای صادراتي

**نقش موسسات مختلف :** نقش سازمانهای اصلی دولتی، نظیر وزارتخانهای اقتصادی مختلف، آژانسی توسعه تجارت، بانک مرکزی و بانک‌های تجاری می‌باشد 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. متعاقباً "سازمانهایی که بطور مشخص در برنامه مشارکت دارند می‌توانند برنامه کار خود را در راستای وظایفشان در " برنامه اصلی "، تنظیم نمایند.

**منابع :** توصیه می‌شود که از منابع مالی و انسانی موردنیاز برنامه، خصوصاً از بودجه‌های حمایتی - که موسسات اصلی اجراکننده برای انجام فعالیتهاي خود به آن نیاز خواهند داشت - یک برآورد کلی صورت گیرد. اگر دولت بطور مشخص مبالغی

را از منابع تعیین شده قبلی ( مثلاً ) از تعریف یا مالیات‌سی خاص ) به برنامه اختصاص دهد، ارائه جزئیات مشارکت مالی هر یک از موسسات ضروری نخواهد بود.

### تصویب برنامه

همانطور که قبلاً بحث شد، تهیه جزئیات یک برنامه از وظایف دبیرخانه فنی است. این دبیرخانه تجزیه و تحلیل های مقدماتی از وضعیت صادراتی را فراهم نموده، ویژگیهای اصلی برنامه را طراحی می‌نماید و بهمنظور هرچه بهتر پیاده‌شدن تمامی برنامه، هماهنگی لازم را بوجود می‌ورد.

پیش از آنکه دبیرخانه برنامه نهایی شده را - جهت تصویب به سازمان مرکزی - ارائه دهد، می‌باید پیش‌نویس آن را با شرکتهای تولیدکننده و صادرکننده به بحث بگذارد تا به توصیه‌های آنها - جهت اجرای برنامه - دست پیدا نماید، تا بدین وسیله زمینه‌های احتمالی اختلاف نظر نیز مشخص شود. این امر با یک یا چند اجلاس ملی با بخشی - که فوقاً "به آن اشاره شد" می‌تواند انجام گیرد. این مشارکت مستقیم بخش بازرگانی، دورنمای موقعيت برنامه را بهبود می‌بخشد. از این راستا مشورت با موسسات عمومی مربوطه، سوء تفاهم‌های بعدی را کاهش خواهد داد.

هنگامی که آخرین سند برنامه به تصویب رسید، سازمان مرکزی تصویب و امضا آن را توسط عالیترین مقام ملی، طلب خواهد کرد. بعد از آن می‌باید برنامه اعلام و اجرا گردد.

در صورت امکان نقش نظارت بر برنامه توسعه مصادرات، می‌باید به سازمان مرکزی – که وظیفه نظارت بر تنظیم ( فرموله کردن ) برنامه را برعهده دارد – ارجاع شود. از آنجاکه ممکن است اوضاع موجود در دوران شکل گیری برنامه تغییر کند، عاقلانه آن است که در اجرای برنامه بیش از حد انعطاف‌ناپذیر نبود. برای مثال ، ممکن است تکنولوژی جدید قابل دسترس گردد و امکان ساخت کالاهایی که درگذشته تولیدشان ممکن نبود، فوahم‌آید. بنا بر این، یک برنامه می‌باید از مکانیزم‌های درونی جهت تغییر فعالیت‌ها – در صورت لزوم – برخوردار باشد. احتمالاً "سازمان تجارت ملی برای این منظور مناسب‌نمی‌باشد ، زیرا در آن صورت این سازمان نقش دوگانه عمل کننده و ناظر بر اجرای برنامه را برعهده خواهد داشت و این وضعیتی است که می‌تواند به افزایش اختلاف نظرها منجر گردد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

ارزیابی اجرای برنامه  
پortal جامع علوم انسانی  
۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵۵

دونوع ارزیابی : یکی در طول اجرای برنامه و دیگری بعد از اجرا می‌باید انجام گیرد .

ارزیابی‌های ادواری برنامه در طول دوره اجرا حائز اهمیت است . این ارزیابی‌ها برای انعطاف‌پذیر شودن برنامه ، اساسی هستند . تناوب آنها – بطور مثال دوبار در سال ، سالانه یا دوسال یکبار – تا حدودی به دوره برنامه بستگی دارد .

ارزیا بی نهایی می‌باید این نکات را موردنظر قرار دهد که آیا هدفهای کلی و تعیین شده برنامه به دست آمده‌اند یا خیر؟ همین طور ضروری است تا، کارآیی و ارتباط منطقی استراتژی برنامه ارزیابی شده و معلوم گردد که فعالیتهای اصلی برنامه، با چه شدت و قوی صورت گرفته‌اند. ارزیابی نهایی می‌باید عوامل داخلی و خارجی را - که تغییراتی در مبانی 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 کاوش 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.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پریال جامع علوم انسانی

---

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