

خارجی، در خصوص نوآوری، تغییر مدل و طراحی محصول متناسب با خواست و سلیقه مصرف کنندگان، تلاش های چندانی را انجام نداده اند.

- عدم توجه کافی به رعایت استانداردهای کشورهای مقصد نیز در عدم امکان بازاریابی وسیع محصولات استانی موثر بوده است.

- بروشورها و کاتالوگ های برخی از کالاهای صادراتی استان حاوی اطلاعات کافی و کامل و مورد نیاز برای مصرف کنندگان خارجی نیست.

- هزینه ی نسبتاً بالای تبلیغات و بازاریابی و ناتوانی صادرکنندگان در تأمین هزینه های آن.

- ورود برخی از افراد غیر متخصص و سودجو در عرصه صادرات و صدور برخی کالاهای نامرغوب.

- بی ثباتی و تغییرات مکرر در بخش نامه ها و مقررات صادرات به همراه برخی تشریفات اداری و وقت گیر.

- مشکلات اخذ ویزا در خصوص آمد و رفت سریع و آسان بازرگانان خارجی به ایران و بالعکس.

- کمبود کارشناسان ماهر و متخصص در امر صادرات و بازاریابی در شرکت های صادراتی.

- فقدان و یا ضعف برخی از تشکلهای و اتحادیه های صادراتی در خصوص بازاریابی و تبلیغات محصولات صادراتی.

- عدم تسلط برخی از صادرکنندگان به زبان های خارجی و بین المللی، عدم آشنایی کافی به فنون و رموز علمی صادرات و بازاریابی، تسلط به استفاده از ابزارهای نوین بازرگانی همچون کامپیوتر و اینترنت.

- وجود اعتقاد نسبتاً پایدار به الگوها و شیوه های قدیمی تجارت و عدم استفاده از متخصصان در این موارد.

- برخی بازرگانان سنتی، توانایی چندانی در نفوذ به بازارهای جدید ندارند و گاهی اوقات با رقابتی که با رقبای خود در بازارهای محدود موجود انجام می دهند در کاهش ارزش کالاهای صادراتی نقش عمده ای ایفا می نمایند.

پیشنهادها برای افزایش امکانات بازاریابی محصولات صادراتی

- افزایش، تمرکز و به روز نمودن اطلاعات تجاری در خصوص کشورها و مناطق مختلف جغرافیایی به ویژه بازارهای صادراتی استان.

- ایجاد نوآوری، تغییر مدل و طراحی متناسب با خواست و سلیقه مصرف کنندگان.

- افزایش کیفیت بسته بندی محصولات استان و توجه ویژه به خدمات پس از فروش برای برخی از محصولات.

- دقت در تهیه بروشور و کاتالوگ کالاهای صادراتی به نحوی که امکان استفاده خریداران خارجی را فراهم نماید.

- توجه ویژه دولت به امر تبلیغات و بازاریابی محصولات صادراتی کشور و اختصاص بودجه سالیانه قابل توجه برای آن.

- ایجاد تسهیلات مناسب برای ممانعت از ورود افراد غیر متخصص و سودجو در عرصه صادرات و تشویق متخصصان به سرمایه گذاری در این امر.

- ایجاد ثبات نسبی در مقررات و بخشنامه های مرتبط با صادرات، همچنین حذف برخی از مراحل و مقررات زائد و دست و پاگیر.

- ایجاد تشکلهای قوی صادراتی برای افزایش توان نفوذ در بازارهای هدف.

- انجام اصلاحات لازم در سیستم حمل و نقل و کاهش نرخ تعرفه ها در جهت رقابتی تر شدن نرخ کالاهای صادراتی در بازارهای جهانی.

- آرایه تبلیغات مناسب از طریق شرکت در نمایشگاه های تخصصی خارجی، برپایی نمایشگاه، تبلیغ در رسانه های گروهی، تشکیل شرکت های بازاریابی بین المللی، تبلیغ از طریق شبکه اینترنت و ...

- ساخت مراکز تجاری استان در خارج به ویژه در بازارهای عمده صادراتی و عرضه محصولات مختلف در آن.

۶- مسائل تحقیقات و اطلاع رسانی

در استان کرمان با استانداردهای لازم در خصوص اطلاعات تخصصی در حوزه صادرات کالا و خدمات، ظرفیت های تجاری، بازاریابی و تنظیم روابط، قوانین

و مقررات مرتبط با صادرات، امور مرتبط با بانک، حمل و نقل، ترانزیت، ضمانت صادرات تشکلهای تولیدی و صادراتی و بسیاری از اطلاعات موجود مورد نیاز، فاصله داریم. برخی موانع موجود برای توسعه تحقیقات کاربردی و اطلاع رسانی کارا به شرح زیر می باشد:

- فقدان یک بانک اطلاعاتی جامع و کارآمد که متناسب با پتانسیل صادراتی استان باشد.

- به هنگام نبودن اطلاعات، سرویس دهی ناکارآمد، وقت گیر، پرهزینه، و کمبود متخصص اطلاع رسانی.

- موضوعات تحقیقی تقریباً مشابه، بدون اطلاع مجریان آن از شروع فعالیت، اتمام کار و نتایج تحقیقی یکدیگر، توسط موسسات و سازمان های مختلف انجام می شود. این اقدامات مشابه باعث هدر رفتن استعدادهای، هزینه ها و امکانات می گردد.

- ساختار ضعف اتحادیه های صادراتی و عدم استقبال گسترده صاحبان حرفه از آنها

- عدم حضور قوی سازمان های دولتی مسئول و برخی اتحادیه ها و تشکلهای صادراتی در بازارهای هدف.

- پیش نهادها برای بهبود وضعیت تحقیقات کاربردی و سیستم اطلاع رسانی - ایجاد یک بانک اطلاعاتی جامع و کارآمد متناسب با پتانسیل های صادراتی استان

- افزایش سهم بودجه تحقیقاتی در بودجه کل کشور و استان

- ایجاد یک بانک اطلاعاتی جامع و کامل در خصوص نتایج پژوهش های مرتبط با امور اقتصادی، تجاری و اطلاع رسانی به هنگام و سرویس دهی منظم به تمامی سازمان ها، اتاق ها و موسسات مرتبط با این امور.

- افزایش حضور سازمان های دولتی و تشکلهای و اتحادیه ها در بازارهای هدف

- افزایش ارتباط بین دانشگاه ها، سازمان ها، موسسات دولتی و خصوصی تجاری و استفاده بهینه از توان پژوهشی دانشگاه ها.

- ایجاد امکانات اطلاعاتی لازم برای آشنایی کامل صادرکنندگان با مراحل کامل صادرات از لحظه شروع تا پایان کار.

در پایان بایستی یادآور شد باتوجه به نقش مهم صادرات در توسعه اقتصادی استان و کشور از یک سو و مشکلات صادرکنندگان مخصوصاً موضوع نقدینگی صادرکنندگان، از سوی دیگر، پیشنهاد می گردد با توجه به حذف جوایز صادراتی، دولت حمایت های غیرمستقیمی از جمله ارائه اطلاعات بازرگانی، تأمین بخشی از هزینه های تبلیغاتی در بازارهای بین المللی، اختصاص یارانه قابل ملاحظه شرکت در نمایشگاه های بین المللی، اختصاص یارانه حمل و نقل، تأمین بخشی از هزینه های بیمه های اعتبار صادراتی و ضمانت نامه های صادراتی و ... را در دستور کار خود قرار دهد.

منابع

فرضلی پور، مسلم (۱۳۸۲)، توسعه صادرات غیر نفتی، لزوم و اهمیت آن در اقتصاد کشور، ویژه نامه تعاون، شماره ۱۴۵

راسخی، سعید، شهرازی، میلاد، عبداللهی، محمدرضا (۱۳۹۱)، اثر نامتقارن نرخ ارز و نوسان آن بر صادرات غیر نفتی ایران، پژوهش های رشد و توسعه اقتصادی، شماره ۷ عباسی، ابراهیم، عامل، رویا (۱۳۸۰)، بررسی نقش بیمه نامه ها و ضمانت نامه های اعتبار صادرات کالا در توسعه صادرات کالاهای غیر نفتی، فصلنامه صنعت بیمه، شماره ۳

پایگاه اطلاع رسانی وزارت بازرگانی www.moc.gov.ir پایگاه اطلاع رسانی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی www.itsr.ir

پایگاه اطلاع رسانی بانک توسعه صادرات ایران www.edbi.ir

پایگاه اطلاع رسانی صندوق ضمانت صادرات ایران www.egfi.org

پایگاه اطلاع رسانی گمرک جمهوری اسلامی ایران www.irica.gov.ir

پایگاه اطلاع رسانی سازمان توسعه تجارت ایران www.tpo.ir

پایگاه اطلاع رسانی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمان <http://kimto.com>

kr.ir

<http://khabareghtesadi.com/fa/news>

