



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان

بسته پیشنهادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان

به منظور تقویت حوزه‌ی تجارت خارجی (صادرات غیر نفتی)

واحد آموزش، پژوهش و مطالعات اقتصادی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان

مردادماه ۱۳۹۷

تحلیل نقاط قوت ، ضعف، چالش ها و فرصتها در حوزه تجارت خارجی

تحلیل نقاط قوت و ضعف صادراتی و تجارت خارجی از زوایای مختلفی انجام گردیده که بطور اختصار مهمترین فرصتها،

تهدیدات محیطی و نقاط ضعف و قوت صادرات غیر نفتی به شرح ذیل میباشد:

الف- محیط اجتماعی و فرهنگ صادراتی

- میزان نیروی انسانی و تنوع در ترکیب تخصصی آنها در رشته های مختلف مرتبط با تولید و تجارت.
- کمبود انگیزه های صادراتی به دلیل جاذبه های بازار داخلی.
- عدم فرهنگ ریسک پذیری به میزان کافی در امر صادرات.

ب- فن آوری در سطح کشور

- خلاقیت های تاریخی مردم در امر تولید و تجارت و تلفیق آن با علوم جدید در سطح بنگاه های اقتصادی.
- گرایش به صادرات مواد کمتر فرآوری شده به دلیل وجود معادن غنی و فراوان در کشور

ج- قوانین و مقررات و سیاست های تجاری

- تدوین قانون جدید تجارت و لحاظ سیاست های جدید تجاری هماهنگ با نظام تجارت جهانی در آن.
- تعدد مراکز تصمیم گیری در صادرات بدون داشتن اختیارات لازم از وزارتخانه های متبوع و نقش کم اثر نمایندگی های سازمان توسعه تجارت.

د- رقابت مندی اقتصاد در سطح اقتصاد ملی

- میزان دارایی های در اختیار بنگاه های دولتی از جمله صنایع فولاد ذوب آهن و...
- منبع مالی محدود جهت سرمایه گذاری های غیر دولتی.
- وجود رقبای قدرتمند داخلی و خارجی در اکثر بازارهای مرتبط با کشور.
- رشد فزاینده قیمت تمام شده کالا و کاهش مستمر قدرت رقابت.
- عدم وجود نام و نشان های معتبر ایرانی در بازارهای جهانی و عدم وجود عزم ملی برای ارتقای برندهای ایرانی در بازارهای جهان .

ه- وضعیت موجود صادرات کالا و خدمات در کشور

- جاذبه سود تجارت داخلی با توجه به تورم بالای ۳۰ درصد.
- تنوع بالاتر اقلام مربوط به تجارت داخلی به نسبت صادرات.

و- تنوع بخشی به ظرفیت‌های صادراتی

- وجود ظرفیت‌های طراحی، مهندسی، برنامه‌ریزی، نصب، راه‌اندازی، و تولید با وجود دانشگاه‌های معتبر صنعتی و خلاقیت‌های ذاتی فعالان اقتصادی.
- ضعف موجود در ایجاد کانال‌های توزیع استاندارد و وجود کانال‌های فرعی متعدد.

ز- وضعیت حفظ سهم بازار در بازارهای هدف موجود

- گسترش ارتباطات تجاری با کشورهای همسایه به ویژه کشورهای عراق، افغانستان، ترکیه، کشورهای حوزه خلیج فارس و آسیای میانه.
- ضعف در توانایی انطباق محصولات با نیازهای بازارهای هدف و کندی سرعت این انطباق با تغییرات الگوی مصرف در بازارها.
- تاثیر بیش از حد متغیرهای کلان اقتصادی بر امر صادرات مانند تورم، اشتغال، تولید ناخالص داخلی بر اساس PPP، رشد نقدینگی.
- فاصله بسیار زیاد با حضور در بازارهای بزرگ و پر حجم جهانی.

ح- توسعه زیر ساخت‌های مناسب و عمومی برای صادرات

- توسعه دانش مدیریت در زمینه‌های تولید، بهره‌وری، صادرات و خدمات بازرگانی.
- سرمایه‌گذاری کافی برای توسعه امکانات و زیر ساخت‌های لازم برای بهره‌گیری از درآمدهای ترانزیتی با توجه به موقعیت خاص کشور.

ط- زیر ساخت‌های تخصصی صادرات کالا و خدمات

- تجربیات بالای صادرکنندگان با توجه به قدمت و سوابق در تجارت بین‌المللی.
- منابع گسترده معدنی، طبیعی و جاذبه‌های گردشگری در کشور.

- وجود بازارهای بالفعل و بالقوه با ظرفیت‌های قابل توجه در منطقه.

ی- لجستیک تجارت و ترویج تجارت

- مشارکت در نمایشگاه‌های کشوری که به عنوان بازارهای بالفعل یا بالقوه محسوب می‌شوند.
- بهبود کیفیت ابزارهای اطلاع‌رسانی و تبلیغی در بازارهای مختلف با توجه به فرهنگ پذیرش در بازار هدف.
- کاربرد تکنولوژی‌های جدید و پیشرفته در یکپارچه‌سازی سیستم‌های حمل و نقل.
- فعال‌سازی و بهره‌وری بیشتر از امکانات ترانزیتی و گمرکی در کشور.

ک- تأمین منابع مالی و گسترش خدمات بانکی برای صادرکنندگان

- تلاش در جهت هماهنگ شدن سیاست‌های پولی و ارزی و ارایه پیشنهادات کاربردی در این خصوص.
- ایجاد تسهیلات لازم به منظور گشایش L/C از طریق بانک‌های کشوری که فروش نفت با آنها صورت می‌گیرد و با واحد پولی آنان.

ل- مدیریت کیفیت صادرات کالا و خدمات ایران و انطباق محصول

- هدایت روند گسترش تحقیق و توسعه در واحدهای صادراتی و توزیع رایگان اطلاعات مربوط به کالاهای جدید از سوی بخش دولتی.
- هدایت و کمک به جمع‌آوری اطلاعات لازم برای ارایه طرح‌های توجیهی براساس پتانسیل‌های بازارهای هدف.
- حفظ و گسترش بازارهای منطقه‌ای و شناسایی کشورهایی که به عنوان دروازه ورود به مناطق وقاره‌های دیگر مطرح می‌باشند.

م- بسته بندی کالاهای صادراتی ایران

- با توجه به ضعف موجود در بسته بندی کالاهای ایرانی، طراحی‌های جدید متناسب با فرهنگ مصرف در بازارهای هدف و با رویکرد ایجاد برند ایرانی در بسته بندی.

ن- مدیریت اطلاعات تجارت خارجی

- توزیع عادلانه اطلاعات تجاری از مجاری دولتی و رسمی برای صادرکنندگان
- توسعه کمی و کیفی شبکه‌های اطلاع‌رسانی تجاری در ایران با همکاری بخش خصوصی.

س- بنگاه‌های اقتصادی شایسته موجود

- وجود بیش از ۱۵۰۰۰۰ واحد اقتصادی فعال در بخش‌های صنعت ، معدن ، کشاورزی، خدمات فنی ومهندسی و گردشگری.
- ضعف در بهره وری و عوامل درونی بنگاه‌های کوچک ومتوسط اعم از مدیریتی، مالی، بازاریابی نیروی انسانی، عملیاتی، تحقیق وتوسعه .
- تنوع در مقیاس تولید اعم مقیاس کوچک، متوسط و بزرگ بنگاه‌ها اقتصادی علیرغم عدم وجود این نقطه قوت در سطح ملی .
- شناخته شدن برخی از اقلام صادراتی و نام بنگاه‌های اقتصادی در سطح بازارهای بین المللی.

چالش‌های جدید

- آثار بحران موجود در بازارهای سرمایه ای اروپا و امریکا.
- آثار ناشی از تحریم اقتصادی ایران وشرکت‌های خدمات بازرگانی خارجی و همکاری با ایران .

الزامات ضروری برای دستیابی به اهداف

- توفیق در برنامه نهضت قیمت تمام شده در کشور.
- تجدید نظر در نرخ ارز با منشا خارجی بدون تغییر در قیمت نرخ ارز وارداتی برای جلوگیری از تورم.
- ایجاد جذابیت های صادراتی توسط کارگروه توسعه صادرات.
- توسعه فرهنگ تولید برای صادرات.
- توسعه ارتباطات فرهنگی ، سیاسی واقتصادی با کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای.

راهنما در بخش سرمایه‌گذاری و تجارت خارجی و توسعه روابط اقتصادی خارجی برای زمان تحریم:

- ❖ تعامل فعال و مناسب با ارکان اقتصاد جهانی (شامل سازمان‌های جهانی، بین‌المللی و منطقه‌ای)
- ❖ تلاش برای فزونی رشد تجارت خارجی نسبت به رشد تولید ناخالص داخلی و تداوم مستمر آن
- ❖ افزایش توان رقابتی محصولات ایرانی (افزایش کیفیت، کاهش قیمت تمام شده، خدمات بهتر و...) ضمن اعمال نظارت بر آن
- ❖ توسعه صنعت گردشگری با توجه به قابلیت‌های بالای آن در کشور
- ❖ توجه اساسی به موقعیت ممتاز ایران در ترانزیت کالا به کشورهای آسیای میانه

اقدامات اساسی:

۱. فعال سازی دستگاه دیپلماسی خارجی برای توسعه صادرات غیر نفتی
۲. تعامل فعال و مناسب با سازمان‌های جهانی، بین‌المللی و منطقه‌ای
۳. افزایش سهم امور اقتصادی در برنامه های سازمان ها و نهادهای منطقه ای
۴. آماده و توانمندسازی ارکان اقتصادی کشور برای عضویت در WTO در دو سال اول
۵. ایجاد همسویی مناسب قوانین و مقررات بخش تجاری کشور با قوانین و مقررات اتحادیه‌های بین‌المللی، منطقه‌ای و سازمان تجارت جهانی
۶. تجمیع وظایف ادارات و نهادهای مرتبط با امر صادرات در مبادی خروجی کالا از کشور
۷. اختصاص بخشی از منابع صندوق توسعه ملی به تولیدات صادراتی (در قالب اعطای تسهیلات)
۸. هدایت شرکت‌های دولتی خدمات فنی و مهندسی به شرکت در مناقصه‌های بین‌المللی به عنوان پیمانکار مادر
۹. فرهنگ‌سازی و توسعه مراکز اطلاع رسانی تجاری
۱۰. تقویت نظام‌های حمایتی مالی و ضمانت صادرات و کاهش ریسک
۱۱. ایجاد خط اعتباری برای تجهیز منابع سهم طرف ایرانی در پروژه‌های سرمایه‌گذاری مشترک با خارج ها از محل صندوق توسعه ملی

۱۲. بازپرداخت مالیات دریافتی به تولیدات صادراتی
۱۳. پرداخت تسهیلات خرید به خارجی‌ان بابت خرید کالاها و خدمات صادراتی ایران
۱۴. محدود شدن ممنوعیت صدور به کالاهای یارانه‌ای و عتیقه‌ها و ذخایر ژنتیک
۱۵. توسعه روابط دو جانبه و چند جانبه و انعقاد توافق نامه‌های تجاری
۱۶. توسعه خوشه‌های صادراتی و توجه به کل زنجیره
۱۷. ایجاد خط اعتباری ویژه برای تأمین منابع مالی، ارائه تضمین به شرکت‌های شرکت کننده در مناقصه‌های خارجی، بین‌المللی و داخلی از محل منابع صندوق توسعه ملی
۱۸. توسعه زیرساخت‌های صادراتی (حمل و نقل، پایانه‌ها و...)
۱۹. هدفمند، شفاف و نقدی کردن حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم در زمینه صادرات غیرنفتی
۲۰. تلاش برای انتقال اطلاعات بازار هدف به صادرکنندگان، برای حضور هوشمندانه در آن بازار
۲۱. تنظیم سیاست‌های بازرگانی، به نحوی که دستیابی به تعادل در بازرگانی خارجی را باعث شود و بتواند با حمایت هدفمند، فعالیت‌های داخلی را برای دستیابی به توان رقابتی لازم در بازارهای جهانی آماده کند.
۲۲. شناسایی مستمر فرصت‌ها و محدودیت‌های خارج از کشور و معرفی آن‌ها به بنگاه‌های اقتصادی داخلی برای حضور قوی‌تر در بازار جهانی
۲۳. تنظیم سیاست‌های پولی و مالی متناسب با الزامات ارتقای سهم ایران در بازار جهانی (به ویژه توسعه جهشی صادرات غیر نفتی)
۲۴. توسعه صنعت بسته بندی
۲۵. تنظیم تراز تجاری با کشورهای صنعتی و توسعه صادرات همراه با سرمایه‌گذاری مشترک با این کشورها
۲۶. برقراری روابط اقتصادی به صورت نهادینه در قالب موافقت‌نامه‌های تجاری ترجیحی و آزاد در سطح دو جانبه و منطقه‌ای
۲۷. تنوع بخشیدن به کالاهای صادراتی به منظور کاهش تمرکز کالایی و کشوری
۲۸. تنوع بازارهای صادراتی مبتنی بر دانش و فناوری‌های نو
۲۹. تولید مشترک برای صادرات در سطح گسترده با شرکت‌های بزرگ جهانی

۳۰. ایجاد شرکت‌های بزرگ و توانمند صادراتی در سطح جهان
۳۱. ترغیب به تولید کالا و خدمات مبتنی بر نیاز بازار هدف (کششی به جای فشاری)
۳۲. تمرکز بر صادرات و محصولات با ارزش افزوده بیشتر
۳۳. توسعه سکوه‌های صادراتی و مناطق آزاد به ویژه مناطق اقتصادی
۳۴. پرداخت نقدی و شفاف بخشی از هزینه‌های بالاسری صادرات فناوری عالی شامل صادرات محصولات الکترونیک و الکترونیک، محصولات خودکار، از محل بودجه عمومی دولت
۳۵. بسترسازی برای مقابله با خسارات احتمالی ناشی از عضویت در سازمان تجارت جهانی
۳۶. معرفی الکترونیک و سه بعدی تمامی مراکز فرهنگی تاریخی و سیاحتی ایران در شش ماهه اول
۳۷. تکمیل خدمات اقامتی و رفاهی کلیه مراکز جذب گردشگر در دو سال اول
۳۸. لغو ضرورت صدور روادید برای گردشگران خارجی برای یک دوره هفت روزه
۳۹. برقراری تسهیلات بانکداری الکترونیک در تمامی مراکز جذب گردشگر در سال اول
۴۰. تعیین برخی از مراکز جذب گردشگری تاریخی و مهم به عنوان مناطق ویژه گردشگری
۴۱. ساماندهی مجدد خدمات پشتیبانی ترانزیت هوایی و زمینی در جهت افزایش عملکرد ترانزیتی
۴۲. گسترش امکانات الکترونیکی و GPS در مسیر ترانزیت زمینی
۴۳. گسترش امکانات و خدمات رفاهی بین راهی مسیرهای ترانزیت بین‌المللی
۴۴. کیفیت محصولات صادراتی: اگرچه در برخی محصولات بدلیل سابقه طولانی مدت آنها در بازارهای جهانی، استقبال جهانی هنوز ادامه دارد، ولی در برخی موارد دیده می‌شود که محصولات صادراتی از کیفیت مطلوب برخوردار نیستند. در برخی موارد کیفیت کالا مناسب است ولی در طول حمل به بازار کیفیت خود را از دست می‌دهد. بهر حال این موضوع باعث بدنامی محصولات کشور در بازارهای جهانی می‌شود.
۴۵. عدم وجود آنتالوژی جامع برای واحدهای صنعتی: هنوز بصورت کامل، روابط عمودی و افقی در میان واحدهای صنعتی شناسایی نشده و این موضوع هر از گاهی منجر به بحران‌هایی در صنعت و اقتصاد کشور می‌شود.

نمونه این بحرانه‌ها واسطه‌هایی هستند که سازوکار آنها بطور کامل مشخص نیست و در مورد صادرات، واردات یا پیش خرید کالاهایی (مثلاً محصولات کشاورزی) تصمیم‌گیری می‌کنند.

۴۶. رشد اجزای واردات و صادرات از نوسان فراوانی برخوردار بوده و سهم صادرات غیر نفتی از GOP در طول دوره از ۶ درصد فراتر نرفته است. روند کاهشی نسبت مزبور در طول برنامه‌ها بیانگر عدم موفقیت سیاست‌های اتخاذ شده، جهت تشویق و توسعه صادرات و رونق بخش‌های تولیدی می‌باشد.

۴۷. حمایت از بخش صنعت در افزایش ارزش صادرات کالاهای صنعتی مؤثر بوده است، لیکن رشد آن عمدتاً به دلیل بهره‌برداری از سرمایه‌گذاری‌های انجام در حوزه نفت و محصولات پتروشیمی و نیز افزایش قیمت جهانی فرآورده‌های نفتی و محصولات فولادی بوده است.

۴۸. روند رو به کاهش ارزش واحد کالاهای صادراتی در مقابل کالاهای وارداتی، موجب کاهش رابطه مبادله به زیان ایران گردیده؛ در حالی که تقویت بنیان‌های تولید و بخش‌های مولد مستلزم بهبود قدرت رقابت و رابطه مبادله می‌باشد.

۴۹. نسبت بازبودن اقتصاد (مجموع واردات و صادرات، به GDP) روندی بر نوسان داشته است. گرچه روند آن در سال‌های اخیر صعودی بوده، لیکن در مقایسه با کشورهای منطقه بسیار پایین می‌باشد.

۵۰. بالا بودن مزیت صادراتی بخصوص برای برخی محصولات صنایع غذایی: برخی محصولات داخلی (مانند خاویار و زعفران) دارای سابقه دراز مدت در بازارهای خارجی هستند که باعث ایجاد نوعی برند برای آنها گردیده است. این برند نوعی سرمایه با ارزش تلقی می‌شود که باید به نحو احسن از آن استفاده شود. البته مزیت صادراتی محصولات صنعتی به برند خلاصه نمی‌شود. حاصل‌خیزی کشور در کشت برخی محصولات، معادن غنی، موقعیت جغرافیایی و ... همگی در ایجاد این مزیت نسبی (و در پاره‌ای موارد مزیت مطلق) نقش دارند.

۵۱. تنوع مواد معدنی: حدود ۶۸ نوع ماده معدنی در کشور موجود است و به لحاظ تنوع جزو ۱۰ کشور برتر معادن جهان هستیم. این موضوع هم از جهت استخراج و صادرات فلزات و مواد معدنی و هم به جهت استفاده از آنها برای ساخت محصولات مختلف حائز اهمیت است.

۵۲. نیاز بسیاری از کشورهای در حال توسعه منطقه به دانش زمین‌شناسی و اکتشاف مواد معدنی باعث می‌شود تا بتوان علاوه بر صادرات مواد معدنی و کالاهای صنعتی، دانش، فناوری و خدمات مرتبط با این بخش را نیز صادر نمود.

۵۳. نیروی تحصیل‌کرده متخصص ارزان در داخل کشور: از این نیرو می‌توان در دو بخش عمده استفاده کرد؛ اول استفاده از آن در تولید و خدمات داخل کشور. دوم صادرات خدمات علمی و مشاوره‌ای این نیروها و بهره‌مندی از توان آنها در خارج از کشور.

۵۴. تقویت اتحادیه‌ها بخصوص در حوزه صادرات محصولات

۵۵. شناسایی و حذف موانع و گلوگاه‌های اخذ مجوزهای صادرات محصول و واردات قطعات مصرفی و واسطه‌ای.

۵۶. بهبود کیفیت محصولات به‌ویژه در صادرات

۵۷. تدوین استراتژی توسعه صادرات در زمان بحران و تحریم

۵۸. تعیین اولویت‌های صنعتی برای سرمایه‌گذاری در صنعت برای صادرات، همچنین اطلاع‌رسانی مناسب این اولویت‌ها به مردم و سرمایه‌گذاران بالقوه

۵۹. تشویق‌های صادراتی به‌ویژه تخفیف در مالیات واحدهای صادرکننده

- سیاست های کلی:

۱. افزایش توان رقابتی تولید و اقتصاد ملی در بازارهای داخلی و بین المللی از طریق:
 - ۱-۱- تقویت ساختارها، فرآیندها و ساز و کارهای رقابت پذیری در تولید کالا و خدمات
 - ۱-۲- حمایت از کارآفرینی و ارتقاء خلاقیت و نوآوری
 - ۱-۳- توسعه بنگاه‌های دانش بنیان و ارزش آفرین
 - ۱-۴- خوشه‌سازی فعالیت های تولیدی و اقتصادی بین بنگاه های کوچک، متوسط و بزرگ
 - ۱-۵- تشکیل بنگاه‌های بزرگ فراملی جهت حضور در صحنه های منطقه ای و بین المللی و بهره‌گیری از فرصت‌های بازارهای منطقه
 - ۱-۶- ترویج و تقویت فرهنگ کار و نوآوری و گسترش آموزش های لازم با تکیه بر کارآفرینان دانش بنیان
۲. تقویت مدیریت تولید، با جذب فناوری، سرمایه، منابع مالی، مبادله نیروی کار و دسترسی به بازارهای خارجی کالا و خدمات از طریق:
 - ۲-۱- تعامل هوشمندانه و سازنده با بنگاه ها، دانشگاه ها، صاحبان فناوری های نوین در داخل و خارج کشور که کارآیی و اثر بخشی تولید را ارتقاء می دهند.
 - ۲-۲- حمایت از تأسیس و توسعه صندوق های خطرپذیر مالی (شرکت در سرمایه) جهت تجاری سازی ایده ها و پشتیبانی از انتقال فناوری ها و شرکت های نوپا، کوچک و نوآور ملی
 - ۲-۳- تقویت و ساماندهی همکاری میان دانشگاه ها، مراکز تحقیقاتی و فرهنگستان ها با بخش های صنعتی، تولیدی و خدماتی
 - ۲-۴- حضور نیروهای علمی و دانشگاهی در واحدهای تولیدی و بنگاه ها و سازمان های خدماتی، مالی، پولی، بیمه ای و ترکیب تفکر، عمل و آموزش همراه با اصلاح قوانین مربوطه
 - ۲-۵- اصلاح و تکمیل ساز و کارها و مقررات؛ به ویژه در بخش بازرگانی، گمرکی، پولی و مالی با هدف تغییر روند ورود کالا و خدمات از خارج؛ به فرآیند انتقال فناوری، کسب دانش طراحی و ساخت برای تولید محصولات قابل صدور به بازارهای جهانی
 - ۲-۶- تأکید بر انتقال دانش و فناوری و تناسب بین مؤلفه های انسان افزار، سازمان افزار، سخت افزار و نرم افزار در مدیریت فناوری و اداره بنگاه ها و صنعت

- ۷-۲- تأکید بر تبدیل مقالات علمی و دانشگاهی به پشتوانه های صنعتی و تولیدی و حمایت از مالکیت معنوی در داخل کشور
- ۸-۲- حمایت از صدور محصولات مبتنی بر فناوری های نوین، بجای محصولات سنتی و بومی و توسعه شرکت های صنعتی و ایجاد دفاتر نمایندگی شرکت های ایرانی در کشورهای پیشرفته و دانشگاه های ممتاز جهان در جهت شناسایی و انتقال فناوری
۳. سازماندهی مدیریت شرکت های خصوصی و غیر دولتی با کوچک سازی سازمان های دولتی متولی تولید و خدمات و بازنگری در وظایف آنان در راستای سیاست گذاری، هدایت و نظارت بر صنعت و فعالیت های اقتصادی، از طریق:
- ۱-۳- سازماندهی نیروهای تحصیل کرده، باتجربه، کارآفرین، خلاق و متخصص در قالب شرکت های غیردولتی که دارای توانایی مدیریت حرفه ای در بخش های تولیدی، خدماتی و فنی می باشند
- ۲-۳- تلاش در جهت جمع سپرده های مردم، منابع بانکی و منابع خارجی به عنوان سرمایه شرکت های سهامی عام و خاص و تعاونی های فراگیر خصوصی و غیر دولتی
- ۳-۳- فراهم آوردن زمینه تشکیل شرکت های حسابرسی، نظارتی و ارزشیابی بخش خصوصی از افراد حرفه ای، امین و دانا در زمینه های مربوطه
- ۴-۳- آموزش کارآفرینی در همه رشته های تحصیلی و دانشگاهی و تأکید بر نوآوری اجتماعی در جامعه
- ۵-۳- مشارکت بنگاه های ملی با بنگاه های پیشتاز جهانی دارای فناوری های پیشرفته جهت تولید محصول در بازارهای خارجی
- ۶-۳- فراهم آوردن زمینه مشارکت در تولید برای شرکت های ایرانی، در منابع و مخازن نفت و گاز مشترک با کشورهای همسایه
۴. ضرورت اتخاذ سیاست های حمایتی دولت از تولیدکنندگان کالا و خدمات در داخل و خارج از کشور با رعایت:
- ۱-۴- توسعه و گسترش شرکت های دانش بنیان ایرانی برای حضور در بازارهای منطقه ای و جهانی و تقویت تولید دانش بنیان
- ۲-۴- اختصاص درصد معینی از خزانه عمومی و معادل آن از فروش شرکت های دانش بنیان، جهت تأمین منابع صندوق های خطرپذیر مالی حامی نوآوری، کارآفرینی جوانان، مدیران با تجربه و متخصصان و خبرگان صنعتی
- ۳-۴- بازنگری در ساختارهای مدیریتی و مالکیتی واحدهای تولیدی کالا و خدمات در بخش های مختلف صنعتی، کشاورزی و بازرگانی
- ۴-۴- ساماندهی بازارهای پولی، مالی، بیمه ای، سرمایه، بورس و صندوق های ضمانت به منظور تقویت توان رقابت تولیدکنندگان کالا و خدمات در بازارهای داخلی و خارجی

۴-۵- تأمین منابع بانکی واحدهای تولیدی کالا و خدمات و بازرنگری در رویه های اعتباری، پولی، ارزی و بانکی، مبنی بر عقود اسلامی و مشارکت واقعی

۵. بهبود فضای کسب و کار با تأکید بر ثبات محیط اقتصاد کلان و کنترل تورم از طریق:

۱-۵- ایجاد زیرساخت های ارتباطی و شفافیت اطلاعات اقتصادی برای همگان

۲-۵- کاهش خطرپذیری های کلان اقتصادی و تسهیل دسترسی کارآفرینان و مدیران حرفه ای به منابع مالی مورد نیاز در جهت توسعه ظرفیت های تولیدی و خدماتی در کشور

۳-۵- کاهش ریسک ملی در بازارهای جهانی و حمایت از ورود تولیدکنندگان در بازارهای منطقه ای و جهانی

۴-۵- تنظیم روابط اقتصادی ایران با کشورهای همسایه جهت تأسیس نهادهای مالی و بنگاه های اقتصادی، فنی و تجاری خصوصی پیشتاز، به عنوان نیروی محرکه اقتصاد فراملی نو

۵-۵- تمهید تسهیلات مالیاتی، گمرکی و بازرگانی میان کشورهای همسایه در راستای خنثی سازی پیامدهای سیاست های نامطلوب جهانی و توسعه همکاریهای اقتصادی و گسترش بازار محصولات ملی در کشورهای منطقه

۶-۵- حمایت از افزایش اختیارات بخش خصوصی و فعالان اقتصادی کشور، از جمله مؤسسات تولیدی، خدماتی، پولی، مالی، بیمه ای و بانکی جهت ظرفیت سازی طرح های تولیدی، تجاری، خدماتی و اقتصادی دانش بنیان

۶. تخصیص بهینه و رقابتی درآمدهای نفتی و تبدیل ثروت های طبیعی به سرمایه های زاینده اقتصادی به عنوان ثروت های بین نسلی از طریق:

۱-۶- تفکیک درآمدهای دولت از درآمدهای نفتی و تلاش دولت در جهت رشد شتابان اقتصاد ملی و کسب درآمد و توزیع مناسب آن به جای توزیع ثروت های طبیعی برای کسب رضایتمندی اجتماعی

۲-۶- تبدیل منابع نفت و گاز به محصولات با ارزش افزوده بالا و صنایع با فناوری برتر، جهت دستیابی به تنوع صادرات، کسب درآمدهای ملی، ظرفیت سازی کارآفرینی و اشتغال

۳-۶- اختصاص درصدی از درآمدهای حاصل از کاهش و صرفه جویی در مصرف انرژی در بخش های تولیدی و خدماتی، جهت انتقال فناوری در همان بخش ها

۴-۶- اختصاص یارانه ها به تقویت تولید ملی (و نه مصرف و توزیع)؛ و تهیه کالاهای ضروری، حیاتی کشور و همچنین پژوهش های کاربردی جهت افزایش توان رقابت ملی

۵-۶- حمایت از واردات مواد پیشرفته و فناوری های نوین تقویت کننده توان تولید ملی در جهت رقابت در بازارهای جهانی
۷. ارج نهادن به کارآفرینی، سازندگی و سرمایه گذاری و حفظ حرمت دارای های ناشی از کسب و کارهای قانونی و مشروع از طریق:
۱-۷- تقویت و ترویج فرهنگ کار، پس انداز، سرمایه گذاری، قناعت، تولید، ایجاد ارزش افزوده حاصل از کار، تلاش، نوآوری و ابتکار در جامعه و معرفی کارآفرینان برتر

۲-۷- آموزش و بازآموزی نیروی انسانی در سطوح گوناگون، جهت تأمین نیروی بنگاه های اقتصادی، واحدهای تولیدی و خدماتی
۳-۷- شفافیت بازارهای سرمایه و بورس و فراهم آوردن فرصت های برابر برای بخش های خصوصی، تعاونی و دولتی در چارچوب سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی کشور

۴-۷- تنظیم قوانین و مقررات مربوط به اهمیت سرمایه گذاری، سرمایه، مالکیت و دارائی ها
۵-۷- لغو انحصارات غیر ضروری از طریق تمرکززدایی دولت از فعالیت در بازارهای منابع نفت و گاز و محصولات جانبی آن و حمایت از فعالیت بخش های خصوصی و تعاونی در بازارهای داخلی و خارجی
۸. تقویت نوآوری اجتماعی در بخش های تولید خدمات و کالا (کارآفرینی ملی و نوآوری ملی) از طریق:

۱-۸- افزایش بهره وری عوامل تولید در واحدهای تولیدی با بکارگیری مدیریت حرفه ای و سازمان دهی نوین به ویژه ارتقاء ضریب بهره وری از آب در تولید محصولات کشاورزی به ازای هر واحد آب، تا ۲ برابر شاخص کنونی
۲-۸- نوسازی صنعتی و رعایت مقیاس اقتصادی تولید و افزایش کارایی واحدها با بهینه سازی مصرف انرژی تا یک سوم وضعیت کنونی تا ۱۰ سال آینده

۳-۸- ارتقاء ارزش افزوده واحدهای تولیدی با مدیریت بهینه منابع و انتخاب فرآیندهای صنعتی دانش محور
۴-۸- آموزش حرفه ای و مهارت آموزی نیروی کار، متنوع سازی آموزش ها و غنی سازی شغل کارکنان
۵-۸- تسهیل دسترسی به فناوری های مورد نیاز تولید کالا و خدمات
۶-۸- کاهش هزینه های تولید از طریق بازنگری در فرآیندها و فعالیت های تولیدی در بخش های مختلف با بهره گیری از تجارب جهانی و مشارکت با پیشتازان صنعت جهان در انتقال فناوری و فروش محصول به بازارهای خارجی

تعیین اهداف اصلی صادرات

۱. ایجاد تنوع بیشتر در سبد صادراتی
۲. گسترش و تنوع بازارهای صادراتی و حفظ بازارهای موجود
۳. دستیابی به سهم بیشتر از تجارت خارجی کشور و جهان خصوصاً در مناطق با مزیت حمل و نقل
۴. ایجاد کانون صادراتی برای کشورهای همجوار با امکانات کمتر
۵. ارتقاء قدرت رقابت بنگاه‌های صادراتی و محصولات آنها
۶. دستیابی به فن آوری‌های نوین و کاربردی برای ارایه خدمات پیشرفته پشتیبانی صادرات
۷. دستیابی به بنگاه‌های خوشنام و معتبر در حوزه تجارت بین الملل
۸. تلاش در جهت تحقق اهداف کمی صادرات غیر نفتی
۹. رشد پایدار تولیدات صادرات محور
۱۰. ایجاد زیر ساخت‌های تسهیل کننده برای صادرات غیر نفتی
۱۱. توانمند سازی بخشهای خصوصی از جمله تشکل‌های اقتصادی در قلمرو صادرات غیر نفتی و واردات ضروری
۱۲. کاهش ریسک بخش خصوصی در جهت توسعه تجاری

- راهکارهای عملیاتی حوزه تجارت خارجی در زمان تحریم

- پیگیری و کمک به اصلاحات نهادی و ساختاری
- بهینه سازی سیاست‌های توزیع جغرافیایی فعالیت‌ها با لحاظ تمرکززدائی
- توسعه استانداردهای داخلی و خارجی
- توسعه سیاست‌های بیمه‌ای و حمایتی
- تحقیق، آموزش و ترویج
- شناسایی بازارهای جدید صادراتی و معرفی آنها به تولیدکنندگان
- هدایت واردات در جهت تأمین مواد اولیه کالاهای صادراتی
- توسعه تشکل‌های مورد نیاز در خدمات صادراتی
- حمایت همه جانبه از تولیدات صادرات محور
- حداکثر استفاده از توان تولیدی و صادراتی بنگاه های کوچک و متوسط
- برخورداری از ارگان های توانمند و سامان یافته متولی صادرات
- توسعه تجارت الکترونیک در کشور
- استمرار و توسعه فعالیت های مقررات زدایی
- تقویت ساختار و شبکه های حمل و نقل و ارتباطات
- تجدید نظر در اهداف مناطق آزاد تجاری
- توسعه مشارکت دستگاه سیاست خارجی کشور در زمینه صادرات غیر نفتی
- گسترش فرهنگ صادراتی در کشور
- توسعه خدمات بانکی و بیمه ای صادرات محور
- تثبیت قوانین و مقررات صادراتی با محوریت برنامه پنجم و سند توسعه
- استفاده از اهرم‌های موافقتنامه‌های دو جانبه یا بلوک بندی تجاری

- افزایش مشارکت بخش خصوصی در تصمیم سازی صادراتی
- تسریع در واگذاری واحدهای صادراتی بزرگ دولتی به بخش خصوصی
- هدفمند نمودن یارانه‌ها و جوایز صادراتی
- تقویت و توسعه نظام اطلاع رسانی تجاری
- توسعه مشتری مداری و شناخت نیاز بازارهای هدف
- گسترش فعالیت‌های تحقیق و توسعه
- استمرار تلاش برای تبدیل وضعیت ایران از عضویت ناظر به عضویت دائم در سازمان تجارت جهانی
- استفاده از توان و سرمایه های مردمی در جهت تجارت مجاز چمدانی

اقدامات اجرایی

- ۱- تدوین سیاست های رشد و توسعه بازرگانی داخلی متناسب با بازرگانی خارجی در راستای هدف های توسعه پایدار، درونزا و موزون بر پایه واقعیت های موجود جامعه اقتصادی کشور و جامعه ی جهانی.
- ۲- اجرای قانون و آئین نامه صادرات و واردات، از طریق نیروی انسانی کارا، متخصص، آموزش دیده، مبتکر و مسئول در دستگاه های اجرایی.
- ۳- ارتقاء دانش فنی و فرهنگ پذیری امر صادرات و واردات برای تمامی کارگزاران و اقشار کشور در راستای تحقق اهداف رشد و توسعه بازرگانی داخلی و خارجی.
- ۴- تحقیق و شناسایی بازارهای بین المللی، نوع، میزان و نحوه ی رقابت در سطح کشورهای جهان و انتقال دستاوردهای تحقیقاتی به مدیران اقتصادی، کارگزاران و بازرگانان داخلی و بین المللی در بخش خصوصی .
- ۵- فراهم نمودن زمینه ها و شرایط فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی از طریق بکارگیری امکانات و در بین بازرگانان برای نوآوری، بهره یابی از فن آوری، دورنگری و برنامه ریزی و در راستای تثبیت امور و فعالیت های بازرگانی داخلی و خارجی بعنوان یک حرفه علمی، اقتصادی و اشتغال مورد اعتماد، احترام و نیاز جامعه.
- ۶- مطالعه و تحقیق در جهت شناسایی الگوهای مصرف در کشورهایی که در لیست بازارهای هدف کشور می باشند.
- ۷- توسعه خدمات بیمه ای و مالی و کاهش ریسک تجاری صادرکنندگان از طریق، بانک توسعه صادرات، صندوق ضمانت صادرات ایران و بیمه اعتبارات صادراتی.
- ۸- تقویت و کارآمد نمودن واحدهای مشاوره و خدمات بازرگانی در نقاط تجاری کشور.
- ۹- شناسایی و معرفی پتانسیل های صادراتی کشور به سرمایه گذاران خارجی.
- ۱۰- تقویت و توسعه و به روز نمودن مشوق های صادراتی.
- ۱۱- اصلاح نظام اداری و بهسازی و اصلاح تشکیلات و سازماندهی و بهبود روش ها.
- ۱۲- کاهش فعالیت های تصدی گری بخش دولتی که قابل واگذاری به بخش خصوصی باشد.
- ۱۳- به هنگام سازی اطلاع رسانی به فعالان اقتصادی خصوصاً بخش های خصوصی بدون اعمال انحصارگرایی.
- ۱۴- حمایت از صادرات کالا و خدمات فنی و مهندسی.

- ۱۵- هماهنگی و تنظیم خط مشی‌های صادرات کشور بین نهادهای مؤثر.
- ۱۶- طراحی و ایجاد نظام یکپارچه مدیریت اطلاعات تجاری.
- ۱۷- گسترش مناسبات دوجانبه و چند جانبه بمنظور ایجاد تسهیلات تجاری با کشورهای تجاری همگن.
- ۱۸- مطالعه و پژوهش به منظور شناسایی و تعیین فرصت‌های سرمایه گذاری صادرات‌گرا و اشتغال‌زا.
- ۱۹- افزایش کارایی تجاری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین تجاری مانند به کارگیری مبانی تجارت

الکترونیکی،(EDI(Electronic Data Interchange)

- ۲۰- محوریت قرار گرفتن صنعت و کشاورزی در رشد صادرات و توسعه اقتصادی کشور.
- ۲۱- انجام تحقیقات کاربردی و استفاده از نتایج آنها در زمینه سیاست گذاری.
- ۲۲- مشخص شدن سهم استان‌های کشور از اعطای اعتبارات صادراتی و توسعه مبادلات تهاتری با کشورهایی که با مشکلات نقدینگی روبرو می‌باشند. خصوصاً کشورهای CIS
- ۲۳- حفظ موازنه ثبت تجاری کشور از طریق جلوگیری از واردات کالاهای لوکس و غیر ضروری و حمایت از واردات ماشین‌آلات، قطعات یدکی و مواد اولیه مورد نیاز برای تولید کالاهای قابل صدور.
- ۲۴- هماهنگی‌های سیاست‌های پولی، مالی و ارزی و دیگر سیاست‌های اقتصادی کشور می‌بایست با راهبردهای توسعه صادرات ادامه پیدا نموده تا جهش صادراتی به شکل عینی‌تر و واقعی‌تر اتفاق بیافتد.
- ۲۵- سهم کشور از سهم صادرات خدمات جهان ناچیز است بهره‌مندی از نیروها استعدادها و افکار مبتکرانه موجود در صنایع عظیم که می‌تواند هدایتگر مطلوب این بخش باشد .
- ۲۶- سازماندهی تشکل‌ها و اتحادیه‌های صادراتی کشور.
- ۲۷- کمک به گسترش تولید و سرمایه گذاری برای صادرات.
- ۲۸- کمک به حذف تدریجی انحصارات در صادرات و واردات.
- ۲۹- حمایت از روش‌های تجارت الکترونیکی.
- ۳۰- پویا سازی و تجدید فعالیت شورای عالی صادرات در جهت رفع موانع قانونی صادرات و واردات.
- ۳۱- ایجاد امکانات زیربنایی مناسب جهت سرمایه گذاری صادرات‌گرا.

- ۳۲- تبیین قوانین تشویقی جهت جذب سرمایه‌گذاری با مشارکت اتباع خارجی.
- ۳۳- ایجاد و شناسایی بازارهای جدید خارجی و داخلی با کمک دولت.
- ۳۴- پیشنهاد برای حذف برخی قوانین منسوخ شده و پیچیده، بمنظور ایجاد رغبت و تشویق در امر سرمایه‌گذاری با مشارکت بنگاه‌های داخلی و خارجی.
- ۳۵- بکارگیری روشهای آموزش محور به‌منظور افزایش کیفی و ایجاد رقابت پایدار دسترسی به تولیدات بهینه.
- ۳۶- تخصیص بخشی از اعتبارات از محل تسهیلات تکلیفی و زودبازده و سایر منابع متناسب با وضعیت صادرات کشور با پیشنهاد دبیرخانه و تأیید کمیسیون کارشناسی موضوع تبصره با هدف تأمین سرمایه در گردش واحدها و تعویض ماشین‌آلات فرسوده با ماشین‌آلات جدیدی که با تکنولوژی روز ساخته شده به جهت افزایش تولیدات و کیفیت کالاهای تولیدی صورت پذیرد.
- ۳۷- یکسان‌سازی معافیت‌ها و یارانه‌های تخصیصی به واحدهای دولتی و خصوصی به‌منظور ایجاد میدان رقابتی سالم برای همه و بطور مساوی.
- ۳۸- ترویج تجارت الکترونیک از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی و ارائه راهکارهای مناسب با توجه به قوانین مربوط به صادرات و واردات.
- ۳۹- کمک به برنامه‌ریزی در جهت تشکیل بانک اطلاعات در دستگاه‌های ذیربط و یا اتاق تعاون و یا اتاق بازرگانی برای سهولت دسترسی متقاضیان به اطلاعات تجاری مورد نیاز.
- ۴۰- پیگیری استفاده از توان مخابراتی به منظور سهولت استفاده از خطوط اینترنت.
- ۴۱- اعطای تسهیلات با نرخ سود ترجیحی به تولیدکنندگان محصولات صادراتی
- ۴۲- حمایت از تولید تحت لیسانس در کشور
- ۴۳- ایجاد و توسعه خوشه‌های صادراتی
- ۴۴- هدایت منابع صندوق توسعه ملی به تولیدات صادرات محور
- ۴۵- اجازه به سرمایه‌گذار خارجی برای تولید در ایران و صادرات محصول به هر نقطه مورد نظر در جهان
- ۴۶- حمایت از تولیدات صادراتی دارای زنجیره ارزش گسترده تر

- ۴۷- حمایت از ایجاد تعاونی ها، خوشه های صادراتی متشکل از بنگاه های کوچک و متوسط
- ۴۸- تقویت فرایندهای تصمیم سازی در زمینه صادرات
- ۴۹- تقویت نیروی انسانی شاغل در نهاد های متولی صادرات
- ۵۰- طراحی و استقرار نظام پیگیری مصوبات شورای عالی صادرات
- ۵۱- طراحی و استقرار نظام ارزیابی و نظارت بر عملکرد صادراتی و اعطای مشوق ها
- ۵۲- طراحی و استقرار نظام پرداخت کارانه به کارکنان نهادهای متولی صادرات
- ۵۳- تدوین برنامه های جامع نیروی انسانی در سازمان توسعه تجارت با محوریت آموزشی
- ۵۴- همکاری با دانشگاه های کشور در خصوص توسعه رشته های مدیریت بازرگانی اجرایی MBA
- ۵۵- مطالعه امکان سنجی فعال نمودن وزارتخانه ها در امر صادرات و استقرار ساختار مناسب برای تداوم آن
- ۵۶- توسعه فرهنگ استفاده از ابزار های تجارت الکترونیکی
- ۵۷- توسعه زیرساخت های تجارت الکترونیکی در مناطق آزاد
- ۵۸- تدوین و تصویب قانون جرایم رایانه ای مرتبط با تجارت
- ۵۹- تسهیل در اخذ ضمانت نامه های بانکی برای صادرات خدمات فنی و مهندسی
- ۶۰- مطالعه موانع مقرراتی موجود برای توسعه صادرات
- ۶۱- ایجاد شرکت هایی مشترک حمل و نقل با کشورهای خارجی
- ۶۲- توسعه خطوط ریلی منتهی به پایانه های ترانزیتی
- ۶۳- توسعه زیر ساخت های تجارت الکترونیکی در مناطق آزاد
- ۶۴- مطالعه امکان سنجی حفظ اهداف صادراتی مناطق آزاد
- ۶۵- انتخاب رایزن های تجاری بر اساس صلاحیت های حرفه ای با همکاری اصناف و اتاق بازرگانی
- ۶۶- تقویت دیدگاه اقتصادی کارکنان وزارت امور خارجه
- ۶۷- مطالعه امکان سنجی فعال نمودن وزارتخانه ها در امر صادرات و استقرار ساختار مناسب برای تداوم آن
- ۶۸- اعطای نشان های ملی به صادرکنندگان برتر

- ۶۹- ایجاد کمیته فرهنگ سازی توسعه صادرات
- ۷۰- اضافه کردن مطالب آموزشی مشوق صادرات در کتب درسی
- ۷۱- تأسیس شعب بانک های داخلی در کشورهای هدف صادراتی به منظور تسهیل در مبادلات ارز حاصل از صادرات و امکان اعطای خطوط اعتباری
- ۷۲- کاربردی نمودن استفاده از کارت های اعتباری بین المللی
- ۷۳- افزایش پوشش بیمه ای و ریسک صادرات به کشورهای هدف
- ۷۴- تداوم حمایت از صندوق ضمانت صادرات
- ۷۵- حمایت از مشارکت شرکت های داخلی با شرکت های معتبر خارجی
- ۷۶- اعطای خطوط اعتباری به کشورهای هدف صادراتی جهت خرید کالا و خدمات صادراتی ایران
- ۷۷- تقویت همکاری های پولی و بانکی با بازارهای هدف
- ۷۸- تعمیق بازارهای صادراتی موجود از جمله جنوب شرق آسیا، منطقه و کشورهای CIS
- ۷۹- نفوذ به بازارهای صادراتی جدید
- ۸۰- توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی به کشورهای دارای اشتراکات زبانی
- ۸۱- توسعه صادرات به بازارهای دارای روابط سیاسی در حال گسترش با ایران از جمله آمریکای لاتین و آفریقا
- ۸۲- گروه بندی کیفی محصولات صادراتی
- ۸۳- تقویت مشارکت صادرکنندگان ایرانی در زنجیره عرضه فروشگاه ها و شرکت های بزرگ دنیا
- ۸۴- تقویت همکاری های اقتصادی با سازمان کشورهای اسلامی (OIC)
- ۸۵- تقویت همکاری اقتصادی با کشورهای شورای همکاری خلیج فارس
- ۸۶- ایجاد توازن در فعالیت های سیاسی و تجاری در کشورهای هدف و حفظ موازنه بازرگانی در این کشورها
- ۸۷- تقویت حضور ECO و D8
- ۸۸- تأسیس دفاتر اتاق بازرگانی استان ها در چین و هندوستان
- ۸۹- تأسیس اتاق بازرگانی در کشور روسیه

- ۹۰- ارائه خدمات تخصصی به تشکلهای صنفی جهت تقویت همکاری های منطقه ای و بین المللی با شرکت های خارجی
- ۹۱- برگزاری نشست های حرفه ای بین تولید کنندگان داخلی و شرکت های معتبر خارجی
- ۹۲- توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی به کشورهای دارای اشتراکات فرهنگی
- ۹۳- گروه بندی کیفی محصولات صادراتی
- ۹۴- تداوم تغییر ترکیب صادرات کشور از سنتی به صنعتی با اولویت محصولات دارای فناوری بالا
- ۹۵- بهبود مستمر محیط عملیات ترانزیت
- ۹۶- صادرات نیروی جوان و تحصیلکرده
- ۹۷- ظرفیت سازی و توسعه صنایع نفت پایه
- ۹۸- توسعه خطوط ریلی منتهی به پایانه های ترانزیتی
- ۹۹- تربیت نیروی انسانی برای صدور
- ۱۰۰- امضای موافقت نامه همکاری با کشورهای دارای پتانسیل جذب نیروی کار
- ۱۰۱- عدم تغییرات شدید در نرخ های تعرفه
- ۱۰۲- همکاری اقتصادی- تجاری با قدرت های اقتصادی نوظهور
- ۱۰۳- ارائه مشوق های صادراتی به شرکت ها و مؤسسات بازاریابی
- ۱۰۴- حمایت از ایجاد شرکتهای تخصصی بزرگ صادراتی
- ۱۰۵- حمایت از تبلیغات کالاهای صادراتی در بازارهای جهانی
- ۱۰۶- تمرکز سیاست های تشویق صادرات بر افزایش کیفیت و گسترش مقیاس بنگاه های صادراتی، استمرار در امر حضور در بازارهای فعلی، حضور در بازارهای جدید، ارزش افزوده محصول صادراتی و میزان استفاده از تجارت الکترونیک با هماهنگی تشکل های صادراتی
- ۱۰۷- حمایت از مراکز رشد دانشگاهی (incubator) جهت تأسیس شرکت های تولیدی و صادراتی متشکل از فارغ-التحصیلان دانشگاهی
- ۱۰۸- تقویت حضور نهادهای بخش خصوصی در کمیته های شورای عالی صادرات

۱۰۹- تفکیک سیاست حمایت از صادرات به دو روش ساز و کار جبران نرخ ارز و تشویق صادرات

۱۱۰- محاسبه سالانه زیان صادرکنندگان ناشی از تثبیت نرخ ارز و پرداخت نقدی آن توسط سیستم بانکی به روش اضافه

قیمت ارز صادراتی

۱۱۱- حمایت از صدور کالاهای با ارزش افزوده بالاتر

۱۱۲- تقویت نظام های آماری محاسبه صادرات بالاخص صادرات خدمات

۱۱۳- طراحی و استقرار نظام داده کاوی سایت های خارجی

۱۱۴- اجرای پروژه نحوه جمع آوری اطلاعات بازارهای هدف

۱۱۵- گروه بندی کیفی محصولات صادراتی

۱۱۶- مطالعه امکان سنجی صادرات مجدد

۱۱۷- طراحی و استقرار نظام ارزیابی و نظارت بر عملکرد صادراتی و اعطای مشوقها

۱۱۸- طراحی و استقرار نظام پرداخت کارانه به کارکنان نهادهای متولی صادرات

۱۱۹- طراحی و استقرار نظام پیگیری مصوبات شورای عالی صادرات

۱۲۰- مطالعه موانع مقرراتی موجود برای توسعه صادرات

۱۲۱- مطالعه امکان سنجی حفظ اهداف صادراتی مناطق آزاد

۱۲۲- مطالعه امکان سنجی فعال نمودن وزارتخانهها در امر صادرات و استقرار ساختار مناسب برای تداوم آن