



توسعه‌ی بازارهای خارجی

خارجی و افزایش صادرات کالا و خدمات، نتیجه‌ی تدوین یک برنامه‌ی راهبردی منسجم، دقیق و کلان ملی و ایجاد زیرساخت‌های لازم جهت توسعه‌ی صادرات می‌باشد و توجه به عوامل زیر می‌تواند در این خصوص بسیار مؤثر واقع شود:

- بهبود مناسبات سیاسی و اقتصادی با دیگر کشورها
- حضور در پیمان‌های اقتصادی و سیاسی منطقه‌ای و جهانی
- افزایش سطح فعالیت سفارتخانه‌ها و وابستگان اقتصادی در خصوص بازاریابی خارجی
- اعزام هیأت‌های اقتصادی کارآمد و مجرب به بازارهای هدف
- تأمین پوشش‌های بیمه‌ای جهت افزایش قدرت ریسک‌پذیری صادرکنندگان
- ارائه‌ی تسهیلات بانکی مناسب و تأمین فاینانس
- اعطای جوایز صادراتی
- افزایش کیفیت کالاها و خدمات از طریق استانداردسازی
- نوسازی تجهیزات تولید و بهره‌گیری از فناوری‌های روز دنیا در زمینه‌ی ساخت و تولید
- رشد دانش مدیریت و بازاریابی در تولیدکنندگان و صادرکنندگان

اما به نظر می‌رسد آن چه بیش از همه باید به آن توجه شود افزایش اعتماد ملی به توانمندی‌های متخصصین کشور است. کشور ما با برخورداری از پشتوانه‌ی علمی و فنی و نیروی انسانی متعهد و کارآمد در صدور خدمات فنی و مهندسی به ویژه به کشورهای همچون عراق، افغانستان، کشورهای آسیای مرکزی و حاشیه‌ی خلیج فارس، برخی کشورهای آفریقایی و نیز کشورهای آمریکای جنوبی از مزیت‌های بسیاری برخوردار است و در صورت حمایت‌های دولت می‌تواند به موفقیت‌های چشمگیری در این خصوص نایل گردد. البته آمارها نشان می‌دهند که خوشبختانه صدور خدمات فنی و مهندسی کشورمان در طی چند سال گذشته به جز سال ۱۳۸۱ (به علت گستردگی پروژه‌های داخلی) از رشدی بیش از میزان پیش‌بینی شده در برنامه‌های توسعه‌ی اقتصادی برخوردار بوده است. اما تا رسیدن به آن چه در خور توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در کشور است راه بسیاری در پیش داریم.

وحید تیموری

"اصل نیست، از همین جنس‌های تقلبی ترکیه‌ایه، سرت رو کلاه گذاشتن!"
"اصل ترکه، حرف نداره!"

همه‌ی ما این دو جمله‌ی کاملاً متناقض را بارها و بارها حداقل موقع خرید لباس شنیده‌ایم، اما با یک فاصله‌ی زمانی پانزده تا بیست ساله! در طی این سال‌ها چه اتفاقی رخ داده که عبارت "ترکیه‌ای تقلبی" جای خود رو به عبارت "اصل ترک" داده و امروز برای بسیاری از مردم ما پوشیدن لباس‌های ترکیه‌ای به یک امتیاز تبدیل شده است؟ چرا بر در و دیوار بهترین مراکز خرید پوشاک در ایران این برندها با شکل و شمایل زیبا خودنمایی می‌کنند؟ و چگونه ترکیه در طی مدت زمانی نه چندان طولانی به یکی از کشورهای پیشرو در زمینه‌ی صنایع نساجی و پوشاک در جهان تبدیل شده و به کسب رتبه‌ی پانزدهم در این زمینه نایل گردیده است؟ و چگونه برندهای پوشاک ترکیه از چنین اعتباری در سطح جهان برخوردار شده اند؟ چنین اتفاقی نه تنها در صنعت نساجی کشور ترکیه بلکه در بسیاری از دیگر صنایع این کشور نیز رخ داده و در حال حاضر ترکیه به عنوان یکی از صادرکنندگان عمده‌ی کالاهایی همچون ماشین‌آلات و تجهیزات صنعتی، قطعات خودرو، لوازم خانگی، فرش ماشینی و دست‌باف، مبلمان، مواد خوراکی و... و نیز انواع خدمات به ویژه خدمات فنی و مهندسی در منطقه و حتی در دنیا مطرح است و امروز شاهد تبدیل شدن این کشور به یک قدرت اقتصادی تأثیرگذار در معادلات منطقه‌ای و جهانی هستیم.

واقعاً علت این همه دگرگونی چیست؟

چگونگی عملکرد مسئولین اجرایی نمایشگاه اتوماسیون WIN ترکیه که از هشتم تا یازده اسفندماه سال جاری در شهر استانبول برگزار می‌گردد و اقدامات دولت در این خصوص نمادی است از رویکرد جدید و هوشمندانه‌ی این کشور به مقوله‌ی بازاریابی و توسعه‌ی صادرات، و تأمل در این نوع نگرش و عملکرد می‌تواند دلایل موفقیت ترکیه در امر صادرات و در نتیجه توسعه‌ی اقتصادی را تا حد زیادی آشکار نماید.

کم نیستند کشورهایی که با آینده‌نگری و برنامه‌ریزی منسجم راهبردی و حمایت‌های صحیح و اصولی از صنعت و تولید، پله‌های ترقی اقتصادی را به سرعت پیموده‌اند و امروز در زمره‌ی قدرت‌های اقتصادی و سیاسی منطقه‌ای و جهانی وارد شده‌اند که از آن جمله می‌توان به سنگاپور، تایلند، تایوان، مالزی و هند اشاره نمود.

بدیهی است دستیابی به توسعه‌ی اقتصادی از طریق گسترش بازارهای