یادداشت: سمینار تبیین صادرات غیر نفتی

این شماره نامهء اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران پس‏ از تشکیل سمینار تبیین صادرات غیرنفتی که در تبریز برگزار می‏شود،انتشار می‏یابد.

در حقیقت تبریز سال گذشته پیشاهنگ برگزاری اینگونه‏ سمینارها بود.سال گذشته اتاق تبریز اجلاس ماهانه اتاق‏ ایران را که مرکب از نمایندگان معرفی‏شده از سوی اتاقهای‏ بازرگانی و صنایع و معادن سراسر کشور به اتاق ایران هستند، با دعوت به تشکیل اجلاس در آن شهر و توسعه دادن آن و دعوت از شخصیتهای اقتصادی و سیاسی،بصورت یک‏ کنفرانس بزرگ درآورد و سنت تشکیل کنفرانسهای اتاقهای‏ بازرگانی را دوباره زنده کرد.سال گذشته موضوع اصلی‏ کنفرانس اتاقها در تبریز،تدوین نظام صادراتی بلندمدت‏ کشور بود.در سمینار امسال،که با همکاری استانداری‏ آذربایجان شرقی و اتاق تبریز برگزار شد با توجه به‏ فرمایشات مقام رهبری،مسأله زدودن نفت از صادرات و جایگزین کردن دیگر کالاهای صادراتی بجای نفت مسأله‏ اساسی صادراتی کشور را تشکیل می‏داد.در کنفرانس‏ اردیبهشت‏ماه شیراز،این مسأله مطرح شد و آقای مهندس‏ خاموشی رئیس اتاق ایران نظریه‏ای مبتنی بر سه نکته‏ اساسی طرح کردند که مورد توجه خاص قرار گرفت و قرار شد در سمینار تبریز پیگیری شود و راه‏های اجرائی آن‏ یافت شود.

(جمعا این سه نکته عبارت بود از:محور قرار دادن‏ صادرات و برای این منظور:ایجاد یک باور ملی از طریق‏ استفاده از تمام رسانه‏های موجود کشور و تبدیل آن باور ملی‏ به عزم ملی و بالاخره محور قرار دادن صادرات در برنامه‏ریزی‏های اقتصادی کشور.

اینک در ماه پنجم سال قرار داریم و سال آهسته آهسته به‏ نیمه می‏رسد،با این همه نه از بهبود صادرات غیرنفتی اثری‏ آشکار دیده می‏شود و نه هنوز گام جدیدی در زدودن نفت‏ از صادرات برداشته شده است.

بی‏پرده بگوئیم.صادرات کشور با یک رشته مشکلات‏ اساسی روبروست که اگر از میان برداشته نشود صادرات‏ غیرنفتی در حدی که جای صادرات نفت را بگیرد و به‏ ظرفیت اقتصاد صادراتی شایسته کشور ما برسد،توسعه‏ نخواهد یافت و باز هم ما باید دل خود را به آن خوش کنیم که‏ این یا آن قلم تولید جدید،سهمی ناچیز در صادرات کشور به‏ دست آورده است.مردم دنیا صادر می‏کنند و ما برای‏ صادرات تبلیغ می‏کنیم!آنهم تبلیغ بی‏محتوی.شما فکر کنید ظرف سال 73 از طریق سازمانهای مختلف از جمله‏ رسانه‏های گروهی نوشتاری،گفتاری و تصویری چه اندازه‏ درباره صادرات تبلیغ شد و جمع هزینه‏ای که برای این‏ صادرات پرداخت شد چه مبلغ بود و در مقابل چه مبلغ کالا صادر کردیم؟کدامیک از تبلیغات ما توانست زمینه‏ساز آیندهء صادرات باشد؟شاید اگر هزینه این تبلیغات در اختیار تولیدکننده و صادرکنندگان قرار می‏گرفت تا بهتر و بیشتر تولید و ملزم می‏گردیدند که سهمی از آنرا صادر کنند نتایجی بمراتب درخشانتر به دست می‏آوردند.شاید اگر مقررات بازدارنده سال گذشته،به آن صورت ناقص به‏ مرحلهء اجرا گذاشته نمی‏شد،امروز ما مرز صادرات 5 میلیارد دلار را پشت سر گذاشته بودیم و بسوی اقلام بالاتر گام برمی‏داشتیم.

چگونه می‏خواهیم وقتی بیش از اصل قیمت کالای‏ صادراتی-گاه تا یک برابر و نیم-تعهد ارزی کوتاه‏مدت‏ از صادرکننده بگیریم،او را تشویق به توسعهء صد ور در حدی‏ بنمائیم که جای نفت را بگیرد و از آن فراتر رود و به مقامهائی‏ نظیر کشورهای جنوب شرقی آسیا در صادرات نزدیک شود؟ چگونه وقتی تولیدکننده با هزاران مشکل کمبود مواد اولیه‏ و واسطه و گرفتاریهای تشریفاتی و کارگری و مالیاتها و عوارض گوناگون و مشکلات محیط زیست و نظائر آن‏ روبروست و انتظار دارند بدون کمک و مساعدت دولت،یک‏ تنه از عهدهء حل این مشکلات برآید و هزینه سنگین آنها را تحمل کند،بتواند کالای فراوان،ارزان و مرغوب تهیه‏ و صادر کند،آنهم در شرائطی که فرضا هر ذخیره‏سازی برای‏ صادرات بعنوان احتکار کالا و خودداری از عرضه و فروش به‏ بازار داخلی مشغول مقررات تعزیر حکومتی می‏شود؟

اگر قرار است صادرات کشور به صورت جهش گونه افزایش‏ یابد باید به صورت جهش گونه نیز دربارهء آن فعالیت شود. این فعالیت الزاما به معنی سپردن کار صادرات به دست‏ این یا آن ارگان دولتی که فقط بصورت تشریفاتی عمل‏ می‏کنند و اقلام برای آنها ارقامی بی‏جان روی کاغذ هستند، نمی‏باشد.کار را باید به دست صادرکننده واقعی سپرد، مشکلاتش را دریافت و برای حل آنها با کمک خودش‏ چاره‏اندیشی کرد تا فرضا مقادیر بیشتری فرش یا خشکبار، یا زیره یا مواد پتروشیمی صادر کند.حتی در مواردی مثل‏ محصولات پتروشیمی یا آهن و فولاد که فعلا شرکتهای‏ دولتی تولید آنها را در دست دارند،بهتر است کار صادرات‏ خود را به دست صادرکنندگان بخش خصوصی بسپارند زیرا که آنها در شناخت بازار و مکاتبات و تماسهای تجاری از تجربه و مهارت بیشتری برخوردار هستند.هر چه دولت از مداخلهء مستقیم در تولید،توزیع و صد ور دورتر باشد و به‏ تصمیم‏گیری نزدیکتر شود و هرچه در تصمیم‏گیری‏ها نیز بخش خصوصی بیشتر مشارکت داده شود،طبعا نتایج‏ درخشانتری به دست خواهد آمد.

یکی از مشکلات بنیانی ما در امر صادرات اینست که‏ می‏خواهیم طرحهای چند هدفی را یک جا اجرا نمائیم‏ در این صورت کمترین تعارضی بین تصمیمات بوجود آید، کل برنامه دچار اشکال می‏شود.فرضا میخواهیم در همان‏ موقع که کالا صادر می‏شود ارزیابی تعهد ارزی نیز بعمل‏ آوریم.همین ارزیابی را هم پایه محاسبات مالیاتی قرار دهیم.

در همان زمان تضمینهای غلاظ و شداد از صادرکننده‏ بگیریم که اگر حتی یک روز در واریز تعهدنامه‏های خود تأخیر روا داشت فلان و بهمان مبلغ جریمه بپردازد. در همان حال بسرعت انبارهای گمرکی را تخلیه کند و مسائلی از این قبیل.به گفته رئیس اتاق ایران اگر قبول‏ می‏کنیم که محور صادرات باشد،بگذاریم صادرکننده- البته با اسناد معتبر در حد استاندارد بین المللی-کالایش‏ را صادر کند،مسائل ثانوی را بعد با او در میان نهیم.این به‏ معنی روشن نبودن مقررات نیست.مقررات باید روشن‏ باشد.اما مقررات منع‏کننده و بازدارنده نباید باشد،بلکه‏ نهایتا باید با هدف تشویق صادرات صورت گیرد.

در هر صورت،با امیدهای بسیار به منظور یافتن راه‏حلهای‏ اصولی برای رفع مشکلات صادرات و توسعهء عملی آن‏ بسوی تبریز رفتیم و انشا الله که این سمینار نیز مانند کنفرانسهای اتاقهای بازرگانی و صنایع و معادن کشور، دست‏آوردهای خوب و قابل اجرا به دنبال داشته باشد و مقامات اجرائی کشور نیز خود را در بکار بستن تصمیمات‏ مفید آن،پای‏بند احساس کنند.تا انشا الله تعالی بتدریج به‏ هدف نفت‏زدائی از صادرات دست یابیم.