

اشاره:

ایران، سرزمینی است با منابع خدادادی فراوان و استعدادهای بالقوه بسیار برای توسعه اقتصادی و اجتماعی. اما بهره‌گیری بهینه از استعدادها و توانمندی‌های اقتصادی کشور با برنامه‌ریزی اصولی و حمایت همه‌جانبه دولت و همکاری بخش خصوصی، میسر است. مشارکت مردم در امور اقتصادی نقش بسزایی در پیشبرد توسعه اقتصادی کشور و افزایش اعتبار و نفوذ آن در بازارهای جهانی دارد.

به زعم بسیاری از کارشناسان اقتصادی، شاید مواهب طبیعی موجود در ایران در کمتر کشوری در جهان می‌توان یافت. منابع غنی انرژی (خورشیدی، بادی، آبی و انرژی‌های فسیلی) آب و هوای مساعد و چهار فصل، موقعیت جغرافیایی خاص در منطقه خاورمیانه و خلیج فارس و دسترسی آسان به بازارهای جهانی، نیروی کار فراوان و... از استعدادهای طبیعی کشور است که زمینه را برای هر گونه فعالیت اقتصادی، حتی کشاورزی و باغداری که تا حدودی از اختیار انسان خارج می‌باشد، آماده کرده است. برای پیشبرد اقتصاد کشور، عزم ملی و باور عمومی برای رشد تولیدات بخش‌های مختلف اقتصادی و صادرات، لازم است. در این زمینه حمایت دولت و تلاش و همت بخش خصوصی و مردمی کارساز خواهد بود.

یکی از زمینه‌های تقویت قدرت تجاری کشور در عرصه‌های بین‌المللی، تولید و صادرات محصولات کشاورزی به‌ویژه تولیدات باغی (میوه، تره‌بار و سبزی) است، اما متأسفانه هنوز سهم بسزایی در بازار جهانی این محصولات کسب نشده است.

خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با آقای سیدرضا نورانی، مدیرعامل بازرگانی نورانی، وضعیت کنونی بازار میوه و تره‌بار ایران در خارج از کشور، توانمندی‌های داخل برای رشد تولید و بهره‌گیری از تجارت خارجی، موانع و تنگناهای موجود و راهکارهای غلبه بر آنها را جویا شد.

بازرگانی نورانی، نخستین شرکت صادراتی است که در سال ۱۳۷۶ از سوی مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی استان تهران به عنوان واحد نمونه انتخاب شد.

سید رضا نورانی که حدود ۱۵ سال در صادرات میوه و تره‌بار تجربه دارد و نایب رییس اتحادیه صادرکنندگان میوه و تره‌بار و گل و نهال ایران می‌باشد و در اتاق ایران به عنوان نماینده اتحادیه حضور پیدا می‌کند، در سال جاری از سوی مرکز توسعه صادرات ایران به عنوان صادرکننده نمونه میوه و تره‌بار برگزیده شد و از آقای دکتر حسن حبیبی معاون اول ریاست جمهوری لوح تقدیر گرفت.

وی که در کمیسیون‌های بازرگانی، گمرک و ترابری و تشکل‌های تجاری عضویت دارد، به پرسش‌های خبرنگار ما چنین پاسخ داده است:

پارفع
مشکلات

صدور

میوه و

تره‌بار

می‌توان

سالانه ۱۰

میلیارد

دلار

درآمد

کسب

کرد



پرورش داد، تولید کرد و صادر نمود.

■ مزیت‌های نسبی در اقتصاد کشور برای صادرات میوه و

تره‌بار، کدامیک بیشتر است؟

□ تا چند سال پیش، هلند در صدور سبزی‌ها به کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس، حرف نخست را می‌زد، اما در سال‌های اخیر، ایران توانست دست هلند را از این بازار کوتاه کند.

■ میزان صادرات میوه و تره‌بار ایران در دو سال گذشته

چقدر بود؟

□ صادرات سیب‌زمینی، گوجه‌فرنگی، خرما، مرکبات و انار در سال گذشته نسبت به سال ۱۳۷۲ از ۲۲ تا ۹۳۸ درصد نسبت به ارقام مشابه افزایش داشت. اما صدور سیب درختی، هندوانه، طالبی، خربزه، تره‌بار و سبزی‌ها و انگور کاهش نشان داد. در جدول ذیل میزان صادرات میوه و تره‌بار در سال‌های ۷۵-۱۳۷۲ آمده است.

■ صادرات میوه و تره‌بار از چه امتیاز و جایگاهی در

مجموعه صادرات غیرنفتی کشور برخوردار است؟

□ صادرات میوه و تره‌بار، کاری تخصصی است. با این وجود اگر به جای یک بشکه نفت، معادل وزن آن میوه صادر شود، ۸ برابر ارزش یک بشکه نفت، ارز عاید کشور می‌کند.

■ مزیت‌های نسبی از نظر آب‌وهوایی و موقعیت

جغرافیایی، برای تولید و صادرات میوه و تره‌بار چیست؟

□ جمعیت ایران، برابر یک درصد جمعیت جهان است. خاک حاصلخیز ایران برای فعالیت‌های کشاورزی و باغداری برابر با ۴/۰ درصد خاک‌های حاصلخیز دنیاست. نزولات جوی ایران برابر با ۲۵/۰ درصد نزولات جوی جهان می‌باشد. ذخایر نفت ایران ۹ درصد، ذخایر گاز ایران ۱۵ درصد و نور خورشید ایران برابر با ۵ درصد نور خورشید در سطح جهان است. تابش بلامانع خورشید در ایران در تمام سال وجود دارد و در چهار فصل سال می‌توان تمام محصولات کشاورزی را

نام محصول صادر شده	۱۳۷۳ (تن)	۱۳۷۲ (تن)	درصد تغییرات ۲۲ نسبت به ۷۲	۱۳۷۵ (تن)	درصد تغییرات ۷۵ نسبت به ۲۴
سیب درختی	۱۸۹۷۲۰	۱۱۷۳۲۲	-۶۳	۱۱۶۰۲۳	-۱
انار	۱۸۵۵۵	۱۰۳۶۱	-۵۵	۱۲۵۹۲	۲۲
خرما	۱۳۲۵۰۸	۳۱۸۱۲	-۶۵	۵۱۱۵۲	۶۰
مرکبات	۳۹۳۶۳	۲۵۶۱۶	۱۸	۶۲۴۳۲	۲۵
هندوانه، طالبی و خربزه	۱۸۲۵۳۷	۱۴۲۲۴۹	-۳۰	۱۳۱۵۵۵	-۱۹
تره‌بار و سبزی‌ها	۶۰۵۳۲	۴۰۱۳۰	-۳۳	۳۹۸۳۸	-۲
گوجه‌فرنگی	۱۸۷۱	۵۲۸	-۷۱/۱	۷۰۷۹	۱۲۰/۲
انگور	۳۹۰	۲۰۵	-۵۰	۸۹	۵۶/۵
سیب‌زمینی	۱۰۳۱۲۰	۱۱۷۳	-۸۷	۱۲۱۷۲	۹۰/۳

□ ۹۵ درصد صادرات میوه و تره‌بار ایران، به‌طور امانی انجام می‌شود. برای آنکه صادرات با گشایش اعتبار اسنادی صورت گیرد، باید قوانین تثبیت شود و بدون تغییر باشد. مشتریان خارجی علاقه‌مند هستند با گشایش اعتبار، میوه‌های صادراتی ایران را وارد کنند و معتقد هستند که ایران باید به‌طور مستمر میوه و تره‌بار خود را از طریق گشایش اعتبار، برایشان ارسال نماید. اما از آنجا که مشکلات حمل و نقل، تشریفات اداری و... وجود دارد، گشایش اعتبار اسنادی مقدور نمی‌باشد.

■ شیوه سنتی صدور میوه و تره‌بار، چه مشکلاتی را برای صادرکنندگان این کالاها، به‌وجود می‌آورد؟

□ از آنجا که صدور میوه از سوی صادرکننده واقعی انجام نمی‌شود و افراد مختلف در هر مقطع زمانی به‌طور امانی، اقدام به صادرات میوه و تره‌بار می‌نمایند، نه تنها بازارهای سنتی میوه و تره‌بار ایران به دلیل فقدان برنامه کار، خراب شده است، بلکه روی به دست آوردن بازارهای تازه نیز نمی‌توان حساب کرد.

بارها مشاهده شده که برای یکی از کشورهای حاشیه خلیج فارس که متقاضی خرید محصولی مانند سیب درختی به میزان ۲۰۰ تن در یک مقطع زمانی بوده، تا ۵۰۰ تن سیب به آن بازار ارسال شده و همین امر، ارزان شدن قیمت آن در بازار مورد بحث حتی در حدی ارزان‌تر از بازار داخلی را موجب شده است. لذا ضرورت دارد که به صادرات میوه و تره‌بار نظام داده شود و مطابق برنامه صورت گیرد.

باید به تدریج از شیوه سنتی فروش امانی میوه و تره‌بار به سوی گشایش اعتبار حرکت کرد و با در نظر گرفتن عرضه و تقاضا در بازارهای مختلف، اقدام به صدور میوه و تره‌بار نمود. ناآشنایی با بازارهای خارجی و بی‌توجهی به میزان عرضه و تقاضای محصول، به ورشکستگی صادرکنندگان میوه و تره‌بار نیز انجامیده است.

○ اگر مشکلات موجود بر سر راه صادرات میوه و تره‌بار برطرف شود، ارزش صادرات آن تا سال ۱۴۰۰ به ۱۰ میلیارد دلار در سال خواهد رسید.

توصیه می‌کنم برای صدور میوه و تره‌بار، برنامه‌ریزی صحیحی صورت گیرد. قوانین صادرات تنظیم و مدون شود،

○ تا چند سال پیش هلند در صدور سبزی‌ها به کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس، حرف اول را می‌زد، اما در سال‌های اخیر، ایران توانست دست هلند را از این بازار کوتاه کند.

■ عمده‌ترین بازارهای صدور میوه و تره‌بار ایران کجاست؟

□ نبود امکانات حمل و نقل مناسب، صادرات و فن‌آوری روز در امر صدور میوه و تره‌بار، بخش بزرگی از صادرات میوه و تره‌بار به بازارهای نزدیک در حاشیه جنوبی خلیج فارس، روانه می‌شود. البته برخی میوه‌ها که امکان فسادپذیری کمتری دارند، مانند انار، سیب درختی، خربزه و... به کشورهای اروپایی و خاور دور صادر می‌شوند.

■ درآمد حاصل از صادرات میوه و تره‌بار چقدر است و تا چه حد قابل افزایش است؟

□ ارزش صادرات میوه و تره‌بار ایران در سال ۱۳۷۴ حدود ۷۷۳ میلیون دلار ثبت شد. اگر بتوان مشکلات موجود بر سر راه صادرات این اقلام را حل کرد، ارزش صادرات میوه و تره‌بار ایران در سال ۱۴۰۰ به ۱۰ میلیارد دلار بالغ خواهد شد.

■ راه‌های توسعه صادرات میوه و تره‌بار برای نفوذ در بازارهای جدید چیست؟

□ بیش از هر چیز لازم است وضع حمل و نقل میوه و تره‌بار صادراتی کشور بهبود یابد تا بازارهای جدید به راحتی فتح شود. نبض صادرات میوه و تره‌بار، حمل و نقل با کانتینرهای جدید و یخچال‌دار می‌باشد تا میوه دست‌کم بتواند یک ماه در آن محفوظ باشد.

نقش حمل و نقل در صدور میوه و تره‌بار بسیار مهم است، به طوری که آمار گمرک نشان می‌دهد در سال‌های گذشته، گیلان ایران به شهرهای جنوب فرانسه صادر می‌شده است. این کار با حمل و نقل هوایی مطلوب و قیمت‌های قابل قبول بازار میسر شده است.

در حال حاضر به لحاظ کمبود هواپیماهای حمل بار (باربری)، نداشتن کامیون‌های یخچال‌دار و در نتیجه گرانی حمل و نقل، نه تنها نمی‌توان بازارهای جدید را فتح کرد، بلکه بازارهای سنتی در حال از دست رفتن است.

■ میوه و تره‌بار ایران بیشتر به چه صورتی (امانی یا گشایش اعتبار اسنادی) صادر می‌شود؟

حمل و نقل بهبود یابد و صدور کالا با اعتبار اسنادی (L.C) صورت گیرد تا از افزایش چشمگیر برخوردار شود.

یخچال‌دار کم است. این در حالی است که هزینه حمل و نقل به‌طور بی‌رویه افزایش می‌یابد.

گذشته از افزایش هر ساله هزینه حمل و نقل، هزینه وسایل بسته‌بندی و مواد اولیه صادراتی نیز افزایش دارد و با ثبات نرخ ارز، قدرت نمایش (مانور) صادرکننده در بازارهای خارجی کاهش می‌یابد. در نتیجه ارقام صادرات، سیر نزولی پیدا می‌کند.

معضل دیگر تبصره‌ها و بخشنامه‌های بانک مرکزی در زمینه صادرات و بی‌ثباتی آنهاست که برنامه‌ریزی برای صادرات را دشوار می‌نماید. در نتیجه، صادرکننده به «صادرکننده روز» تبدیل می‌شود و اگر صدور یک کالا برایش صرف کند، اقدام می‌نماید و در غیر این صورت از کار پرهیز می‌کند. با این تغییرات روزانه، نمی‌توان برای صادرات غیرنفتی برنامه‌ریزی مدون داشت.

دسترسی نداشتن به امکانات و فن‌آوری روز نیز سبب می‌شود که در صدور میوه و تره‌بار نتوان به بازارهای دوردست وارد شود.

گذشته از این موارد، باید گفت در بخش صنعت ۱۰۰ درصد ارز حاصل از صادرات به واردات اختصاص می‌یابد و معافیت‌های مالیاتی برای صادرات دارد. اما در زمینه میوه و تره‌بار فقط ۵۰ درصد ارز حاصل از صادرات به واردات اختصاص پیدا می‌کند و باید برای ۵۰ درصد بقیه مالیات نیز پرداخت شود. در تمام دنیا برای کالاهای فسادپذیر مانند میوه، تره‌بار، گل و گیاه، معافیت مالیاتی منظور می‌شود و دولت باید به این نکته توجه کند و در این زمینه اقدام نماید.

■ اتحاد سیاست‌های ارزی و صادراتی جدید (به‌ویژه در زمینه پیمان‌سپاری) چه تأثیری بر صادرات میوه و تره‌بار داشت؟

□ صادرکنندگان میوه و تره‌بار مشروط بر آنکه میزان تخصیص ارز حاصل از صادرات به واردات از ۵۰ درصد به ۱۰۰ درصد افزایش یابد، با سپردن پیمان ارزی موافق هستند. در ضمن باید مالیات بر صدور میوه نیز حذف شود.

○ ناآشنایی با وضعیت بازارهای خارجی و بی‌توجهی به تقاضا و عرضه میوه و تره‌بار در این بازارها به ورشکستگی برخی از صادرکنندگان انجامیده است.

○ مشکلات حمل و نقل، تشریفات اداری و... سبب می‌شود که صدور میوه و تره‌بار از طریق گشایش اعتبار اسنادی میسر نگردد و خساراتی به صادرکنندگان وارد شود.

■ به‌نظر جنابعالی، عمده‌ترین موانع موجود بر سر راه توسعه صادرات میوه و تره‌بار چه می‌باشند؟ چه راهکارهایی را برای از بین بردن موانع پیشنهاد می‌کنید؟

□ اقتصاد ایران سالانه ۲۰ تا ۲۵ درصد تورم دارد. با تثبیت نرخ ارز، مشکلاتی به وجود می‌آید که از حوصله این بحث خارج است، اما اشاره می‌کنم که در اقتصاد کشور اگر یک سوی معادله «تورم» و سوی دیگر «ثابت» باشد، بعید است که معادله (تعادل) پایدار بماند.

ضرورت دارد که نرخ ارز با توجه به میزان تورم، افزایش یابد تا معادله برقرار و صادرات انجام شود. استفاده از امتیاز واردات در برابر صادرات، برای صادرکننده امری بعید است، زیرا یک صادرکننده خوب در کار صادرات، تخصص دارد و نمی‌تواند واردکننده موفق باشد.

مسئولان کشور برای آنکه در کار صادرات از تورم چشم‌پوشی شود، چنین جایزه‌ای را به‌عنوان تسهیلات در اختیار صادرکننده می‌گذارند.

صادرات میوه با تثبیت نرخ ارز از اوایل سال ۷۴ سیر نزولی داشته و آمار گمرک گواه است.

اگر تورم وجود دارد، باید نرخ برابری دلار به موازات آن افزایش یابد تا بتواند با آثار ناشی از تورم مقابله کند.

معامله و اریزنامه‌ها در بازار اوراق بهادار، برای صادرکنندگانی که می‌خواهند ارز حاصل از صادرات خود را به واردکنندگان بفروشند، مشکلاتی را فراهم کرده است. باید اریزنامه‌ها به بانک کارگزار فروخته شود و از تشریفات اداری زاید و مختلف جلوگیری شود.

از سوی دیگر میوه و تره‌بار، جنس زنده است و اگر در حمل و نقل، گمرکات و کارهای اداری مربوط به صدور آن کوتاهی شود، کیفیتش از بین می‌رود. موضوع حمل و نقل میوه و تره‌بار صادراتی ایران از بزرگ‌ترین معضلات است، زیرا برای حمل یا ترانزیت کالاهای کشاورزی، کامیون، کامیونت و کامیون‌های

پایین و بسته‌بندی نامناسب به این بازارها صادر شده است، در حالی که این بازار می‌توانست نسل‌های آینده ایران را در صدور کالاهای مختلف تأمین و تضمین کند. مورد ضروری دیگر، تقویت تشکلهای و اتحادیه‌ها از سوی دولت است تا بتوان از طریق آنها، صادرات گسترش پیدا کند.

○ با وجود تورم سالانه ۲۰ تا ۲۵ درصد در اقتصاد ایران و ثبات نرخ ارز صادراتی، تعادل در صادرات غیرنفتی پایدار نمی‌ماند. نرخ برابری ارز باید متناسب با تورم داخلی تعیین شود تا با آثار سوء تورم بر قیمت کالاهای صادراتی مقابله کند.

■ تسهیلات بانک توسعه صادرات ایران و صندوق ضمانت صادرات، برای صادرکنندگان میوه و تره‌بار چیست؟ آیا این تسهیلات کافی است؟ چه تسهیلات دیگری مورد نیاز صادرکنندگان میوه و تره‌بار می‌باشد؟

□ از آنجا که بخش عمده صدور میوه و تره‌بار به‌طور امانی صورت می‌گیرد، تسهیلات این منابع کافی نیست.

از آنجا که هیچ شرکت بیمه‌ای حاضر نمی‌شود صدور میوه و تره‌بار را بیمه کند، در نتیجه مقررات صندوق ضمانت صادرات نمی‌تواند برای صدور این اقلام مفید باشد.

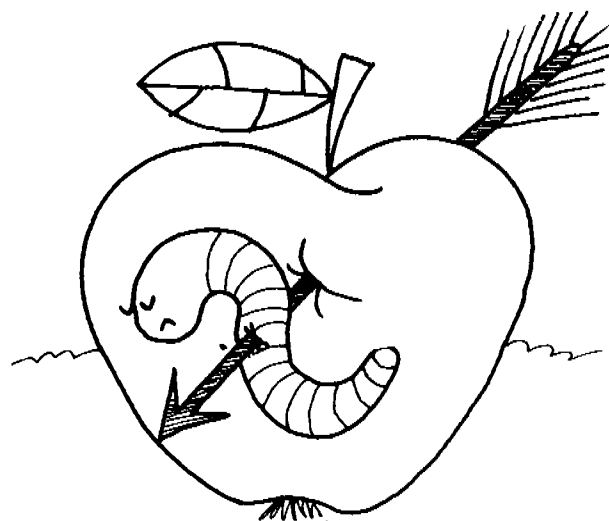
من معتقد هستم که اگر بانک‌ها بخواهند از صدور میوه و تره‌بار حمایت کنند، باید به میزان ارزی که صادرکننده در طول سال وارد کشور می‌کند، وام‌های با نرخ سود کم در اختیارش گذارند.

صادرکنندگان ارز حاصل از صادرات را با نرخ هر دلار معادل ۲۰۰۰ ریال به بانک می‌دهند. بانک نیز می‌تواند با بهره ۴ تا ۵ درصد اعتبارات مورد نیاز صادرکنندگان را تأمین کند. این امر حتی از گسترش تورم جلوگیری می‌کند. نرخ سود کنونی تسهیلات بانک ۱۸ تا ۱۹ درصد است که خود تورم‌زا می‌باشد.

■ به منظور تبلیغ و بازاریابی محصولات باغی کشور در بازارهای تازه، چه راهکارهایی را پیشنهاد می‌کنید؟

□ یکی از جایگاه‌های مهم جذب مشتری، نمایشگاه‌های خارجی است که نسبت به شیوه‌های دیگر، تبلیغات تأثیر بیشتری در صادرات میوه و تره‌بار دارد، زیرا در آنجا مشتری حضور دارد.

■ میزان تولید میوه و تره‌بار ایران چقدر است و چه مقدار



۱۲

■ تشریفات حاکم بر صادرات میوه و تره‌بار چه مشکلاتی را برای صادرکنندگان پدید می‌آورد؟ برای رفع تنگنای موجودی چه راهکارهایی را پیشنهاد می‌کنید؟

□ از نظر امور گمرکی، صادرکنندگان میوه و تره‌بار، هیچ مشکلی ندارند، زیرا گمرکات همکاری وسیعی در این زمینه با صادرکنندگان دارند و حتی در ساعات غیراداری، کارشناسان گمرک (به‌طور کشیک)، امور مربوط به صدور میوه و تره‌بار را حل و فصل می‌نمایند.

در زمینه امور بانکی، مشکلات زیادی وجود دارد. متأسفانه بانک‌ها که در گذشته به راحتی پیمان را در اختیار صادرکننده می‌گذارند، اینک بسیار سخت و با قراردادن سفته و امضاء پشت سفته توسط یک شرکت معتبر دیگر، پیمان در اختیار صادرکننده می‌گذارند. با این نوع عملکرد بانک، کار صادرات میوه و تره‌بار از سوی صادرکننده واقعی به مخاطره می‌افتد، زیرا پیمان‌سپاری از طریق بانک، مشکلات بسیاری را به وجود آورده است. ضرورت دارد که برای میوه و تره‌بار که از محصولات فسادپذیر هستند، دولت به بانک‌ها دستور دهد که تسهیلاتی برای صادرکنندگان این کالاها قایل شوند.

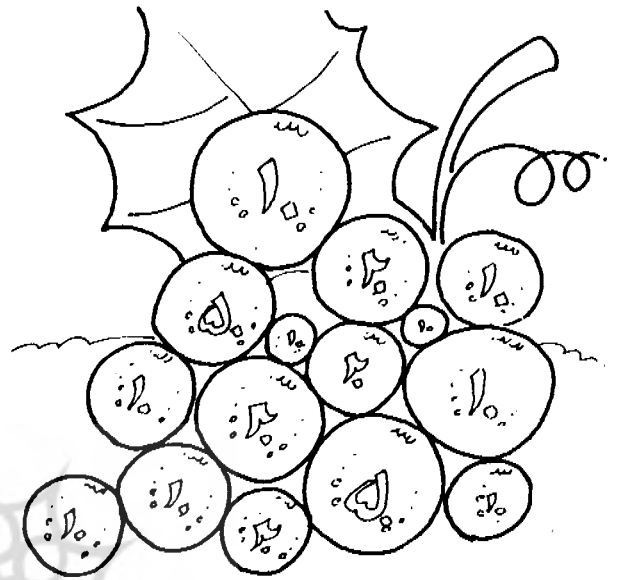
از سوی دیگر به وزارت بازرگانی توصیه می‌شود که کار صادرات را «تخصصی» قلمداد کند و کارت بازرگانی براساس تخصص صادرکننده صادر شود. در حال حاضر هر کس که کارت بازرگانی دارد، هر کالایی را صادر می‌کند و در این میان صدور کالاهای تخصصی مانند میوه و تره‌بار لطامات جبران‌ناپذیری می‌بیند. در اثر ناآگاهی صادرکنندگان، امروز بازار آسیای میانه از دست رفته است، زیرا میوه‌های با کیفیت

آن صادر می‌شود؟

انقلاب، ایران واردکننده محصولات کشاورزی بوده است. انگور، سیب، پرتقال و... پیش از پیروزی انقلاب اسلامی از خارج وارد می‌شد.

□ تولید میوه و تره‌بار ایران سالانه حدود ۲۵ میلیون تن است که ۳/۵ درصد آن صادر می‌شود. اگر مشکلات صدور میوه و تره‌بار حل شود، می‌توان تا ۲۰ درصد محصول تولیدی را صادر کرد.

○ هیچ شرکت بیمه‌ای حاضر نمی‌شود میوه و تره‌بار صادراتی را بیمه کند. در نتیجه صادرکنندگان این کالاها نمی‌توانند از تسهیلات صندوق ضمانت صادرات استفاده کنند.



با همکاری دست‌اندرکاران امور کشاورزی، امروز ایران به صادرکننده میوه و تره‌بار تبدیل شده است. بازارهای خارجی اینک میوه و تره‌بار صادراتی ایران را قبول کرده‌اند و صادرکنندگان واقعی نیز نشان داده‌اند که در این رشته، حرف‌های زیادی برای گفتن دارند. البته مشکلاتی در زمینه بسته‌بندی وجود دارد. کارتن‌های صدور میوه ایران کیفیت نازلی دارند و ضدضربه و آب‌نمی‌باشند. این کارتن‌ها اگر بیست‌روز در راه باشند، میوه‌ها کیفیت خود را از دست می‌دهند.

■ آیا میوه و تره‌بار صادراتی ایران از نظر کیفیت و بسته‌بندی در بازارهای خارجی با مشکلی مواجه می‌باشد؟

حتی چاپ روی کارتن‌ها با سلیقه روز بازارها مطابقت ندارد. هنوز چاپ روی کارتن یک یا دو رنگ می‌باشد، در صورتی که کارتن‌های میوه صادراتی دیگر کشورها چاپ ۲ رنگ دارند. حتی کارتن‌های آنها برای صدور به اروپا و حوزه خلیج فارس بسیار مقاوم است.

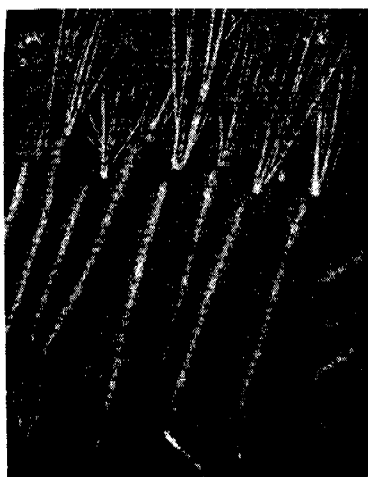
□ میوه و تره‌بار ایران از نظر رنگ، طعم، مزه و کیفیت عالی در بازارهای جهانی مطرح می‌باشد. صادرکنندگان واقعی که هنوز در بازارهای صادراتی فعالیت دارند، توانسته‌اند بسته‌بندی میوه‌های صادراتی را با سلیقه بازار وفق دهند. البته در کل مشکلاتی در زمینه بسته‌بندی وجود دارد که میوه‌های صادراتی را در بازارهای خارجی با موانع و دشواری‌هایی روبه‌رو می‌سازد. حتی در مواردی واردکنندگان می‌خواستند محصول صادراتی را معدوم کنند. اگر صدور میوه و تره‌بار تخصصی شود، در آینده چنین مشکلاتی نخواهد بود.

یکی از عمده‌ترین مشکلات در این زمینه از گرانی کارتن ناشی می‌شود. تا حدود دو سال پیش کارتن‌های خارجی به‌صورت ورود موقت وارد کشور می‌شد، اما صادرکنندگان با مشکلاتی در زمینه تمدید خروج این کارتن‌ها مواجه می‌باشد. این کارتن‌ها، خارج از فصل صدور میوه وارد کشور می‌شد و برای آنکه مورد استفاده قرار گیرد، به زمان نیاز داشت، لذا خروج کارتن در زمان مقرر میسر نبود و صادرکنندگان با مشکل تمدید خروج مواجه گردیدند که از مقررات ورود موقت و تشریفات اداری ناشی شده است. لازم است که ورود موقت کارتن، بدون تاریخ یا دست‌کم برای مدت سه سال انجام شود تا صادرکنندگان بتوانند سر فرصت از آنها استفاده کنند.

○ گمرکات کشور همکاری وسیعی با صادرکنندگان میوه و تره‌بار دارند و کارشناسان آن حتی در ساعات غیراداری به حل و فصل امور مربوطه می‌پردازند.

■ دولت چگونه می‌تواند از صادرکنندگان برای تسریع امر صادرات میوه و تره‌بار حمایت کند؟
□ دولت باید با اتحادیه‌ها همگام شود و کمیته‌ای با عضویت

■ مشکلات بسته‌بندی میوه و تره‌بار صادراتی تا چه حدی است و با چه سرمایه‌گذاری می‌توان آن را از میان برداشت؟
□ صدور میوه و تره‌بار ایران سابقه ۱۵ ساله دارد و پیش از



ایران اسلامی، بدون نفت می‌تواند نفس بکشد. باید در مجلس شورای اسلامی، هیأت دولت، نظام بانکی، گمرکات، حمل و نقل و... این باور به وجود آید که اقتصاد کشور بدون صادرات نفت، می‌تواند تنفس کند. اگر صادرات غیرنفتی محور باشد. سیاست‌های اقتصادی می‌تواند با آن هماهنگ شود.

اقتصاد ایران با تورم بیش از ۲۴ درصد مواجه است. لذا باید صادرات نیز متورم شود. اگر با کمبود اعتبارات بانکی مواجه هستیم، صادرات باید با عوامل این کمبود مقابله کند و چنانچه با کمبود کالا مواجه هستیم، صادرات باید در این زمینه چاره‌اندیشی کند. باید برای احیای صادرات، تولید افزایش یابد و برای تولید مستمر و با کیفیت، شرایط جذب سرمایه و چرخش سرمایه‌های سرگردان به سمت تولید فراهم شود.

اقتصاد ایران در زمینه صادرات حرکت به روی یک دایره بسته را دارد که مقررات، تبصره‌ها و بخشنامه‌ها، گردش آن را کند می‌کند و می‌ایستد. باید این دایره بسته به منحنی صادرات تبدیل شود که سیر صعودی داشته باشد.

■ توصیه شما به دست‌اندرکاران بخش خصوصی برای

افزایش صادرات میوه و تره‌بار چیست؟

□ صادرکنندگان باید با حمایت دولت، بسته‌بندی میوه‌های صادراتی را در جهت افزایش کیفیت تغییر دهند. از رقابت‌های ناسالم در بازارهای جهانی میوه و تره‌بار پرهیز کنند، زیرا این رقابت‌ها در نهایت به زیان صادرات کشور است.

خبرگان صدور میوه و تره‌بار تشکیل دهد تا مشکلات صدور کالاهای فسادپذیر را از نزدیک بررسی نماید. دولت باید برنامه‌های صحیح و قوانین باثبات (دست‌کم برای هشت سال) برای صادرات داشته باشد.

○ کارتن‌هایی که به‌طور ورود موقت به کشور وارد می‌شوند، در خارج فصل می‌رسند و استفاده از آنها نیاز به زمان دارد. صادرکنندگان میوه و تره‌بار در زمینه تمدید مدت خروج کارتن مشکل دارند. باید ورود موقت کارتن بدون تاریخ یا دست‌کم با مهلت سه سال صورت گیرد.

صادرکننده در اثر اجرای سیاست‌های معقول و باثبات از سوی دولت، آرامش خیال پیدا می‌کند و به امر صادرات می‌پردازد. تصمیم‌های سلیقه‌ای به صدور میوه و تره‌بار لطمات شدیدی می‌زند.

■ به نظر شما برای دستیابی به اقتصاد بدون نفت و متکی

بر صادرات غیرنفتی چه باید کرد؟

□ استقلال اقتصادی با وابستگی مغایرت دارد. اقتصاد ایران ۶۰ درصد به نفت وابسته است که نوسان‌های قیمت آن «برون‌زا» می‌باشد. در حال حاضر ۸۴ درصد فعالیت اقتصادی در اختیار بخش دولتی و فقط ۱۶ درصد در دست بخش خصوصی است که ضرورت دارد ظرف هشت سال این روند تغییر کند و به بخش خصوصی واگذار شود.