

# دستیابی به سهم مناسب در تجارت جهانی چگونه میسر است؟

اشاره:

سپاهاست که دربارهٔ رهایی از وابستگی به اقتصاد نفتی و مشکلات ناشی از نوسانات قیمت نفت در بازار جهانی برای اقتصاد ملی سخن به میان می‌آید. سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و کارشناسان اقتصادی بارها اظهار داشته‌اند که یگانه راه نجات اقتصاد کشور از وابستگی به ارزش حاصل از صادرات نفت، رشد صادرات غیرنفتی است. با وجودی که در سال‌های اخیر به ویژه از آغاز اجرای نخستین برنامهٔ توسعهٔ اقتصادی کشور، سیاست‌ها و راهبردهای گوناگون برای رشد صادرات غیرنفتی اتخاذ و عملی شده است، اما آمارهای بازرگانی خارجی عملکرد مثبتی را در این زمینه نشان نمی‌دهد. در این گزارش سعی داریم راهکارهایی را که به نفع رشد صادرات غیرنفتی ایران می‌باشد، به‌منظور دستیابی به سهم بیشتر در تجارت جهانی تشریح کنیم.

سهم ایران در تجارت جهانی در حال حاضر ۳۴/۰ درصد می‌باشد. مسئولان این وزارتخانه عقیده دارند که سهم ایران در بازرگانی بین‌المللی دست‌کم باید به یک درصد برسد. به عبارت دیگر ارزش صادرات ایران (نفت و کالاهای غیرنفتی) باید سه برابر میزان کنونی باشد تا با جمعیت ۶۰ میلیون نفری ایران که حدود یک درصد جمعیت جهان است، همخوانی داشته باشد.

با توجه به نوسانات شدید قیمت نفت در بازارهای جهانی به‌ویژه در دو سال اخیر، نیاز به کاهش وابستگی اقتصاد کشور به درآمدهای نفتی، اکنون بیش از گذشته احساس می‌شود. از سوی دیگر با روند صعودی مصرف فرآورده‌های نفتی در کشور و حجم محدود ذخایر نفت و گاز ایران، شاید در بیست سال دیگر نفتی برای صادرات باقی نماند. در این شرایط نیازهای ارزی کشور می‌بایست از درآمد حاصل از صادرات غیرنفتی تأمین گردد. با توجه به آنکه اقتصاد ایران به رشد سریع و صنعتی شدن نیاز دارد و این امر

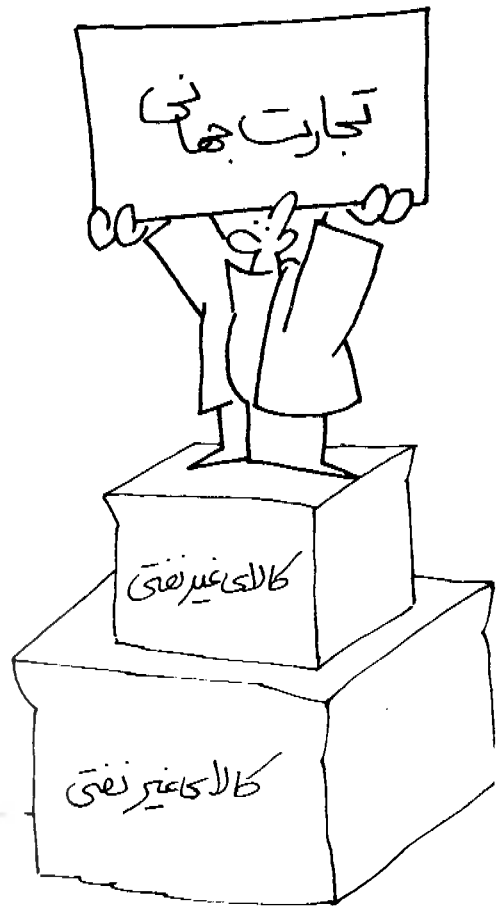
خود هزینه‌های ارزی بیشتری را می‌طلبد، رشد صادرات غیرنفتی در سال‌های آتی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. به‌منظور افزایش سهم ایران در تجارت جهانی، رشد صادرات غیرنفتی یک ضرورت غیرقابل انکار است. اما رشد سریع صادرات چگونه محقق خواهد شد؟ کارشناسان از زوایای مختلف به این پرسش پاسخ می‌دهند و در اینجا تلاش داریم راهبردهای مؤثر در توسعهٔ صادرات غیرنفتی و نیز زیرساخت‌های ضروری برای دستیابی به آن را معرفی نماییم.

**۱- ادامه اصلاحات ساختار اقتصادی**  
ساختار اقتصادی ایران تحت‌تأثیر عوامل داخلی و خارجی در سال‌های اخیر لطمه دیده است و بازسازی و اصلاح آن ضرورت دارد.

با وجود سرمایه‌گذاری‌های کلانی که در ساختار اقتصاد کشور از سال ۶۸ تاکنون انجام شده است، با این حال هنوز بخش‌هایی از ساختار اقتصاد کشور عقب

مانده‌اند و نیاز به اصلاح دارند. اصلاحات ساختاری از جنبه‌های گوناگون قابل طرح و بررسی می‌باشد. اصلاح ساختار مالی دولت به‌منظور کسب درآمدهای مالیاتی مناسب برای تأمین هزینه‌های جاری و امنیت ملی، جلوگیری از بروز کسری بودجه که ثبات اقتصادی را در اثر کاهش ارزش پول ملی و رشد فشارهای تورمی تهدید می‌کند و به افزایش هزینه‌های سرمایه‌گذاری و قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات می‌انجامد، سرمایه‌گذاری در طرح‌های عمرانی ضروری مانند ایجاد شبکه‌های مخابراتی و ارتباطی قوی، ساخت نیروگاه‌ها و سدها برای تأمین نیازهای بخش‌های اقتصادی، ایجاد تعادل در تراز پرداخت‌های کشور و... از اهمیت بسزایی برخوردار است. دولت در زمینهٔ اتخاذ راهبردهای کلان اقتصادی و ادامه اصلاحات اقتصادی می‌بایست با مشارکت مردم و بخش خصوصی گام‌های اساسی را هر چه سریع‌تر بردارد تا بتواند ساختار عقب‌ماندهٔ اقتصاد کشور (به‌ویژه

عقب‌ماندگی‌های بخش‌های عمده اقتصادی) را جبران کند.



از این رو دولت با تنظیم برنامه‌های کوتاه، میان و درازمدت و ساختار بودجه مناسب می‌بایست به اصلاحات ادامه دهد تا بتواند بستر سالمی را برای انجام طرح‌های سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های اقتصادی سودآور فراهم سازد.

#### ۲- اتخاذ راهبرد توسعه صادرات

از آنجا که راهبرد جایگزینی واردات به منظور دستیابی به خودکفایی در تولید کالاها کمابیش در سال‌های اخیر تداوم یافته و توانسته آثار مثبت بر اقتصاد کشور و نیز افزایش سهم ایران در تجارت جهانی به جای گذارد، لذا ضرورت دارد که این سیاست تا حد ممکن کنار گذارده شود.

هنوز نیز طرح‌های اقتصادی بر مبنای بازده نهایی سرمایه‌گذاری و نیز توان صادرات کالاها و خدمات ماحصل آن،

برآورد و ارزیابی نمی‌شوند. هنوز هم در طرح‌هایی که به مرحله بهره‌برداری می‌رسند، بارها میزان صرفه‌جویی ارزی ناشی از اجرای طرح در کاهش واردات محصول و تأمین نیاز بازار داخلی، به عنوان سند ارزیابی اقتصادی طرح‌ها مطرح می‌شود. در حالی که در کمتر پروژه‌ای مسأله میزان صادرات محصول در مرحله بهره‌برداری و درآمد ارزی و ریالی حاصل از آن طرح و ارزیابی می‌گردد.

لذا تغییر دید سرمایه‌گذاران، نظام بانکی، نهادهای اعطاکننده مجوزهای فعالیت برای بخش‌های دولتی و خصوصی و...، ضروری است. به عبارت بهتر سرمایه‌گذاران در توجیه اقتصادی طرح‌هایشان می‌بایست محصول نهایی قابل فروش به‌ویژه در بازارهای خارجی و سودآوری واقعی طرح با صرف نظر کردن از حمایت‌ها و یارانه‌های دولتی را مدنظر قرار دهند و بر چنین مبنایی بازده نهایی سرمایه‌گذاری را ارزیابی کنند و تصمیم به انجام فعالیت اتخاذ نمایند.

راهبرد توسعه صادرات در ربع قرن اخیر آثار مثبت خود را در دستیابی به رشد سریع اقتصادی، درآمدهای صادراتی مناسب و... در بسیاری از کشورهای تازه صنعتی شده کنونی نشان داده‌اند و از این رو استفاده از تجربیات این جوامع مفید خواهد بود.

در کنار اتخاذ راهبرد توسعه صادرات در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی جهت دستیابی به رشد و توسعه پایدار می‌بایست به جذب سرمایه‌گذاری خارجی توجه ویژه داشت. آنچه مسلم است با سطح دانش فنی کنونی به ویژه در بخش‌های صنعتی، معدنی و...، محدودیت منابع سرمایه‌گذاری (بخش‌های دولتی، خصوصی و تعاونی)، محصولات تولیدی از توان رقابت در بازارهای جهانی برخوردار نمی‌باشند.

از سوی دیگر بازاریابی برای کالاهای صادراتی محصول طرح‌های سرمایه‌گذاری با توجه به تجربیات ناموفق و ناچیز در زمینه صادرات غیرنفتی، آسان نیست و در کوتاه‌مدت نمی‌تواند گره‌گشای مشکل صادرات غیرنفتی باشد. از این رو باز کردن فضای قانونی لازم برای جذب سرمایه‌گذاران خارجی جهت دستیابی به دانش فنی و منابع مورد نیاز سرمایه‌گذاری و نیز راهیابی به بازارهای صادراتی آثار مثبتی بر رشد صادرات غیرنفتی خواهد داشت.

سرمایه‌گذاران خارجی با شرایط سهل‌توری می‌توانند در مناطق آزاد تجاری - صنعتی ایران جذب گردند، مشروط بر آنکه زیرساخت‌های ضروری در این مناطق به سرعت تعیبه گردد و زمینه برای استفاده از سرمایه‌های خارجی فراهم شود.

#### ۳- ایجاد ساختار قانونی باثبات

در سال‌های اخیر تلاش‌های زیادی در زمینه بازاریابی، ارتقاء، کیفیت و بسته‌بندی کالاها و...، انجام شده است و بازاریابی‌های مناسبی نیز برای کالاهای غیرنفتی در خارج از مرزها صورت گرفته است. اما تغییرات پی‌درپی قوانین و مقررات نه تنها تجار معتبر را نزد شرکای خارجی به گونه‌ای بی‌اعتبار نموده که آنها نسبت به تحویل به موقع محموله‌های خریداری شده تردید دارند، بلکه برنامه‌ریزی برای بازاریابی کالاهای صادراتی از سوی صادرکنندگان را نیز دچار خلل نموده و چه بسا تجاری که در اثر تغییرات قوانین، بخشی از سرمایه خود را از دست داده‌اند.

لذا ایجاد بستر و ساختار قانونی مناسب برای ترویج سهم ایران در تجارت جهانی از طریق رشد صادرات غیرنفتی و تضمین ثبات قوانین و مقررات، دست‌کم در میان‌مدت ضروری است. تغییرات

پی‌درپی در مقررات ارزی، ممنوعیت‌های کالاهای صادراتی و... از مشکل عمده فراراه صادرکنندگان در سال‌های اخیر بوده که نتیجه آن در افت ۵۰ درصدی ارزش صادرات غیرنفتی در دو سال گذشته نسبت به سال ۱۳۷۳ مشاهده می‌شود.

لذا برنامه‌ریزان و سیاست‌گزاران بازرگانی خارجی کشور می‌بایست با تدوین راهبردهای موردنیاز برای توسعه صادرات غیرنفتی، فضای قانونی و باثباتی را برای رشد و تجارت و افزایش سهم ایران در بازرگانی جهانی فراهم سازند.

#### ۴- حرکت در راستای تجارت جهانی

برای دستیابی به سهم بیشتر در تجارت جهانی، ضرورت دارد که با قوانین و مقررات حاکم بر تجارت بین‌المللی هماهنگی بیشتری ایجاد شود. به عبارت دیگر برای نفوذ به بازارهای خارجی باید با زبان تجارت بین‌المللی همسو و هم‌نو گردید.

توجه به ضوابط و حقوق بین‌المللی تجارت از مبانی اساسی برای نفوذ در بازارهای خارجی است. در حال حاضر شمار بسیاری از کشورهای جهان برای گسترش تجارت خارجی خود به ضوابط و مقررات سازمان‌های بین‌المللی اقتصادی روی آورده‌اند. آنها در راستای لغو محدودیت‌های غیرتعرفه‌ای و کاهش تعرفه‌های بازرگانی برای دستیابی آسان‌تر به بازارها گام برمی‌دارند. جمهوری اسلامی ایران نیز چنانچه بخواهد در تجارت بین‌المللی سهم بیشتری به دست آورد، باید به عضویت و همسویی با مقررات آن بیندیشد. دیر یا زود برای بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری و نیز از دست ندادن سهم بیشتر در تجارت جهانی، مجبور خواهیم بود که به این مقررات رضایت دهیم تا در بازارهای خارجی بتوانیم نفوذ و رقابت کنیم. لذا تجدیدنظر در سیاست‌های حمایتی بازرگانی بسیار ضروری است. باز کردن فضای رقابت برای شرکای

خارجی در بازار ایران و دستیابی به سهم بیشتر در آن بازارها می‌بایست همگام با کار فرهنگی در زمینه ضرورت رشد صادرات و نیز بهبود وضع الگوی مصرف و بی‌اعتنایی به مصرف کالاهای خارجی که مشابه آن در داخل ساخته می‌شود و...، در میان مردم الزامی است. سالهاست که آمریکا از محدودیت تقاضای داخلی در ژاپن گلایه دارد، اما فرهنگ مردم ژاپن که استفاده از تولیدات خودشان را توصیه می‌کند، مانع از پیشبرد اهداف تجاری آمریکا برای دستیابی بیشتر به بازار ژاپن شده است. همین امر سبب شد که ژاپن سالانه بیش از ۵۰ میلیارد دلار مازاد تراز تجاری با آمریکا داشته باشد.

با توجه به ضرورت فرهنگ‌سازی در جامعه برای رشد صادرات غیرنفتی و محدودیت خودکار واردات (نه از طریق ممنوعیت ورود یا اعمال حقوق گمرکی و سود بازرگانی بالا) می‌بایست برنامه‌ریزی دقیقی داشت.

گذشته از سازمان‌های بین‌المللی، سازمان‌های منطقه‌ای نیز نقش مؤثری در گسترش روابط بازرگانی خارجی و افزایش صادرات غیرنفتی ایران دارند.

متأسفانه در سال‌های اخیر جز در سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) که یک سازمان تخصصی و فرامنطقه‌ای است، همکاری و همسویی لازم و کافی در هیچ‌یک از سازمان‌های منطقه‌ای که ایران در آن عضویت دارد، دیده نشده است. تجدیدنظر در برخورد با این سازمان‌ها به منظور گسترش همکاری‌های اقتصادی، تجاری، صنعتی و... ضروری است. در این راستا لازم است دولت و بخش خصوصی فعالیت هماهنگ و همسویی داشته باشد.

دولت می‌بایست زمینه‌های مناسب برای رشد تجارت منطقه‌ای را از طریق جلب همکاری کشورهای منطقه فراهم کند و بسترهای قانونی لازم را شناسایی و با انجام مذاکرات هدفمند پایه‌ریزی کند و بخش خصوصی به دنبال دولت در جست‌وجوی فرصت‌های تجاری و

سرمایه‌گذاری در منطقه و گسترش تجارت با کشورهای همسایه باشد. پایه‌گذاری بسترهای لازم برای دستیابی به بازار مشترک منطقه‌ای به نظر کاملاً ضروری می‌رسد. با وجودی که بافت اقتصادی کشورهای منطقه اکو، خلیج فارس و خاورمیانه تقریباً همگن می‌باشد، لیکن درآمدهای این کشورها با یکدیگر کاملاً متفاوت است و برخی از آنها منابع لازم برای سرمایه‌گذاری‌های سودمند و سودآور منطقه‌ای را برای تأمین نیازهای وارداتی‌شان که در حال حاضر از غرب تأمین می‌شود، دارند. لذا می‌بایست زمینه‌های سرمایه‌گذاری مشترک برای تولید کالاهای قابل صدور در بازار مشترک منطقه‌ای و خارج آن شناسایی شود.

از سوی دیگر بستر قانونی لازم و یکسان در این کشورها پدیدار شود تا اعتماد به سرمایه‌گذاری با توجه به استعدادهای طبیعی، منابع زیرزمینی و... در هر یک از کشورهای منطقه به وجود آید. ایران با برخورداری از مزیت‌های خاص مانند آب‌وهوای مناسب برای کشاورزی و باغداری، منابع زیرزمینی غنی (سنگ‌های ساختمانی، معادن سنگ آهن، کانی‌های فلزی و غیرفلزی و...) همچنین موقعیت خاص جغرافیایی خود در نزدیکی به کشورهای آسیای میانه و حاشیه خلیج فارس می‌بایست نقش محوری در بهبود روابط و همکاری‌های اقتصادی، سرمایه‌گذاری تجاری منطقه‌ای ایفا کند و از موقعیت خود برای عبور (ترانزیت) کالاها با ایجاد تسهیلات ارتباطی مناسب، به بهترین شکل در اسرع وقت بهره‌جوید.

#### ۵- تقویت خدمات تجاری

بخش قابل‌توجهی از نرم‌افزارهای ضروری برای گسترش تجارت، آرایه خدمات تجاری است. در حال حاضر در این راستا به لحاظ ضعف بنیه مالی نهادهای دولتی، بانک‌ها، شرکت‌های بیمه، شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی و...

## ۶- روی آوری به روش‌های نوین تجاری

به‌منظور رشد صادرات غیرنفتی جهت افزایش سهم در تجارت خارجی، روی آوردن به روش‌های نوین تجاری برای بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری در سطح بین‌المللی، ضرورت دارد. هنوز بخش عمده کالاهای صادراتی ایران به ویژه کالاهای سنتی به روش‌های سنتی صادر می‌شوند که قادر نیستند بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری در سطح بین‌المللی، نفوذ در بازارهای جدید، شناسایی سودآورترین بازارهای فروش و... برای صادرکنندگان میسر سازند.

تربیت نسل جدید بازرگانان آشنا به روش‌های نوین تجاری و آموزش تجار کنونی برای استفاده از این روش‌ها الزامی است. زیرا بازارهای بسیاری برای کالاهای صادراتی کشور وجود دارند که هنوز شناسایی نشده‌اند. اتکاء به تقاضای موجود در بازارهای سنتی موجب می‌شوند که ارزش صادرات غیرنفتی تحت تأثیر عوامل بیرونی نوسان کند و از رشد مستمر که به افزایش تولید و اشتغال در کشور کمک کند، محروم بماند.

## ۷- ترویج تشکلهای صادراتی

از آنجا که مطالعه بر روی بازارهای قابل نفوذ، فعالیت برای بازاریابی و تبلیغ کالاهای صادراتی، عقد قراردادهای کلان و... از عهده تجار منفرد خارج است و چون تجربیات تلخ گذشته در زمینه رقابت تجار ایرانی با یکدیگر در بازارهای خارجی تکرار گردد، ضرورت دارد که تشکلهای صادراتی هر چه سریع‌تر ایجاد و تقویت گردند. این تشکلهای می‌توانند از طریق تأمین جمعی هزینه‌های بازاریابی، تسلیح و... در شناسایی محصولات صادراتی ایران در بازارهای تازه گام مؤثری بردارند. از سوی دیگر تشکلهای قادر به عقد

قراردادهای بزرگ‌تر و سودآورتر و تأمین جمعی کالاهای مورد سفارش خارجی، بهتر عمل کنند و در نتیجه به افزایش درآمد صادرکنندگان و نیز رشد صادرات غیرنفتی کمک مؤثری خواهند داشت.

## ۸- بهبود کیفیت و بسته‌بندی کالاهای صادراتی

یکی از مسایل بسیار مهم در تجارت، عرضه کالای با کیفیت استاندارد و بسته‌بندی مطلوب برای حفظ مشتری است. در این زمینه تلاش‌هایی تاکنون انجام شده که برخی با موفقیت نیز روبه‌رو بوده است. اما هنوز بسیاری از کالاهای کیفیت مناسب برای عرضه در بازارهای خارجی ندارند و لذا میزان و ارقام کالاهای قابل صدور محدود می‌باشد. لذا ضرورت دارد که واحدهای تولیدی به استانداردهای بین‌المللی توجه داشته باشند تا بتوانند محصولات قابل قبول در بازارهای جهانی پدید آورند.

در همین حال صدور بسیاری از کالاها به صورت فله انجام می‌گیرد و در کشوری ثالث با بسته‌بندی موردنظر بازار جهانی، بسته‌بندی و عرضه می‌شود و ارزش افزوده کلان آن (حدود ۳۰ درصد قیمت کالا) نصیب این‌گونه واسطه‌ها می‌شود. ضرورت دارد که سرمایه‌گذاری لازم برای تأمین تجهیزات بسته‌بندی مناسب در واحدهای تولیدی صورت بگیرد تا ارقام قابل عرضه در بازارهای بین‌المللی افزایش یابد.

در نهایت رعایت این موارد می‌تواند به رشد صادرات غیرنفتی و افزایش سهم ایران در تجارت جهانی کمک بسزایی داشته باشد. بسیاری از این موارد با یک برنامه‌ریزی صحیح در مدت زمان کوتاه قابل انجام است و تأثیر مثبت خود را بر تجارت خارجی هویدا خواهد کرد.

در هر صورت عزم ملی برای گسترش صادرات غیرنفتی و دستیابی سهم شایسته در تجارت جهانی، ضروری است. ■

اقدامات اساسی صورت نگرفته است. کارآیی نظام بانکی و بیمه‌ای ایران تحت تأثیر مالکیت و مدیریت دولتی ناپذیر است. بانک‌ها قادر به تأمین اعتبارات موردنیاز صادرکنندگان و واردکنندگان کالا از ایران نمی‌باشند. شرکت‌های بیمه، خدمات متنوعی را ارائه نمی‌دهند و... لذا بخش خدمات بازرگانی می‌بایست مورد بازرنگری قرار گیرد و بر مبنای طرحی جامع، آینده‌نگر و عرضه‌کننده خدمات فرامرزی، شکل پیدا کند. مناطق آزاد با مقرراتی که در این زمینه دارند و تاکنون عملی نشده است، می‌توانند گام نخست را بردارند و سپس در سرزمین اصلی به ارائه خدمات بازرگانی قابل رقابت در عرصه بین‌المللی روی آورند.

در همین حال سیستم‌های حمل و نقل ایران (حمل و نقل چندوجهی دریایی، زمینی، ریلی) قادر به عرضه خدمات با قیمت قابل رقابت و سرعت و اطمینان کافی نمی‌باشند که بخشی از آن ناشی از کمبود امکانات و منابع مالی و بخش دیگری ناشی از سوءمدیریت در به‌کارگیری مناسب امکانات موجود می‌باشد که باید مورد ارزیابی مجدد قرار گیرد.

از سوی دیگر تقویت بنیه مالی و مدیریتی صندوق ضمانت صادرات و بانک توسعه صادرات ایران نیز از اهمیت بسزایی برخوردار است. این نهادها باید بتوانند خدمات موردنیاز صادرکنندگان و واردکنندگان در ایران و نیز در سطح منطقه را با هزینه قابل رقابت در عرصه بین‌المللی ارائه دهند. اعطای اعتبارات صادراتی به خریداران خارجی کالاهای ایرانی، تضمین صادرات و... از اهمیت بسزایی برخوردار است و می‌تواند در افزایش تقاضای خارجی برای تولیدات ایرانی نقش مهمی ایفا کند.