

حمایت‌های دولت در رشد صادرات غیرنفتی

حرف اول را می‌زند

اشاره:

دستیابی به جهش در صادرات غیرنفتی و محقق ساختن اهداف پیش‌بینی شده در سومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور در این زمینه، مستلزم هماهنگی، همفکری، همدلی، همسویی و همکاری تمامی دست‌اندرکاران و مسئولان امر صادرات در بخش‌های دولتی و خصوصی است.

تلاش برای جهش در صادرات غیرنفتی، حفظ بازارهای قدیمی و یافتن بازارهای تازه برای تولیدات دارای مزیت نسبی از جهت رشد تولید ناخالص داخلی، افزایش درآمدهای ارزی غیرنفتی و ایجاد اشتغال برای نیروی کار جوان کشور حایز اهمیت است. از این رو ضرورت دارد، دست‌اندرکاران تولید و صادرات در بخش خصوصی برای تقویت بنیه رقابت تولیدات خود و حضور قوی و مستمر در بازارهای جهانی بکوشند و دولت نیز با اتخاذ سیاست‌ها و راهکارهای مناسب از صادرات غیرنفتی حمایت واقعی به‌عمل آورد.

در راستای تلاش برای تحقق اهداف سومین برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، راه‌های حصول به موفقیت در امر صادرات و استفاده از تجربیات موفقیت‌آمیز، خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» با آقای محمدطاهر سلیمانی، مدیرعامل شرکت «الیاف» و صادرکننده نمونه، گفت‌وگویی دارد که با هم می‌خوانیم.

■ به نظر شما برای رشد صادرات غیرنفتی و کاهش اتکا به درآمدهای نفتی چه سیاست‌ها و برنامه‌هایی باید دنبال شود؟

□ مدیران صنعتی ایران باید قبول کنند که صادرات، یکی از محورهای اساسی توسعه اقتصادی هر کشور است. مدیران واحدهای تولیدی باید بدانند بخش عمده تولید آنان باید در بازارهای جهانی جذب شود. در نتیجه باید توجه

زیادی به امر صادرات داشته باشند و در خصوص این موضوع به‌طور جدی بیندیشند.

تصور می‌کنم مدیران صنایع ایران بیش از ۴۰ درصد وقت روزانه و فعالیت روزمره خود را باید صرف اندیشیدن به امر صادرات کنند و مجموعه تسوانسمندی‌های موجود را برای ظرفیت‌سازی در جهت صادرات رهنمون سازند.

مدیران صنایع با توجه ویژه به امر صادرات، می‌بایست سیاست‌ها، روش‌ها و مجموعه راهکارهای خود را در جهت صادرات هدایت کنند. البته یک تولیدکننده به‌تنهایی نمی‌تواند صادرکننده موفق هم باشد. صادرات را در یک رابطه تعاملی و همکاری میان تولیدکنندگان و مجموعه سیستم‌های کشوری و سیاست‌گزاران می‌توان شکل داد.

در بخش سیاسی باید فعالیت‌های لازم در زمینه صادرات صورت گیرد. در این راستا وزارت امور خارجه باید فعال شود و وابستگان بازرگانی سفارتخانه‌های ایران در خارج از کشور باید اطلاعات بازار محل مأموریت خود را در اختیار صادرکنندگان قرار دهند.

یک صادرکننده برای تشخیص بهتر بازار هدف، به اطلاعاتی که سفارتخانه‌ها از بازارهای کشورهای محل مأموریت خود می‌دهند، نیاز میرمی دارد.

این وابستگان باید اطلاعات مطلوب را از موقعیت سیاسی، اجتماعی و اقتصادی کشورهای خارجی در اختیار صادرکنندگان قرار دهند. وزارت بازرگانی نیز در قالب سیاست‌های حمایتی خود و در چارچوب تعرفه‌ها و سیاست‌های تشویقی می‌تواند مشوق صادرات باشد.

برداشتن موانع صادراتی که طی سه سال اخیر بسیاری از آنها مرتفع شده است، صادرکننده را در جهت صادرات بیشتر کمک می‌کند. اعلام سیاست‌های تشویقی در جهت صادرات می‌تواند یکی از سیاست‌های راهبردی دولت باشد.

در کشورهایی که به موفقیت‌هایی در امر صادرات نایل آمده‌اند، دولت برای شرکت‌ها، یارانه‌های صادراتی در نظر می‌گیرد و آنان را تشویق می‌کند. حمایت‌های دولت در رشد صادرات غیرنفتی ح‌سرف اول را می‌زند و سیاست‌های وزارتخانه‌های صنایع و بازرگانی، گمرک و نهادهایی که در خدمت فرآیند صادرات هستند، می‌بایست در جهت تسهیل و روان‌سازی

صادرات باشد.

■ بازاریابی و تبلیغات تا چه حدی در حیطه فعالیت شما ارزش دارد؟ آیا به آن اعتقاد دارید؟

□ تبلیغات شرط لازم است، اما کافی نیست. مهمترین عاملی که می‌تواند یک کالا را در بازارهای جهانی و هدف جا

○ مدیران صنایع ایران باید روزانه بیش از ۴ درصد وقت کاری خود را صرف اندیشیدن به امر صادرات کنند تا بتوانند مجموعه توانمندی‌های موجود را برای ظرفیت‌سازی در جهت صادرات رهنمون سازند.

ببندازد، کیفیت آن است.

کیفیت از مؤلفه‌های مهم یک کالای صادراتی است. در کنار کیفیت، قیمت کالا نیز مهم است که می‌تواند با رقبا به رقابت برخیزد. قیمت کالاهای ایرانی باید با قیمت‌های جهانی رقابت کند.

در کنار این دو عامل، برخورداری از آموزش‌های صادراتی و حضور تبلیغاتی در بازارهای هدف نیز اهمیت زیادی دارد. حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و میادین تجاری و بازارهای جهانی، می‌تواند صادرات کالا را روان سازد.

تبلیغات مهمترین ابزاری است که می‌تواند در کنار کیفیت مطلوب و قیمت قابل رقابت، موفقیت صادرکننده را تضمین کند.

■ روند صادرات کالاهای غیرنفتی در برنامه سوم توسعه را چگونه پیش‌بینی می‌کنید؟

□ این موضوع ارتباط مستقیم با نرخ دلار برای صادرات دارد. اگر ارزش دلار صادراتی رو به کاهش برود، ارزش حاصل از صادرات نیز پیرو نرخ واریزنامه‌ای باشد، انگیزه برای صادرکننده کم می‌شود. اگر دولت ارزش حاصل از صادرات را

با نرخ ثابت خریداری کند و هنگام کاهش نرخ ارزش واریزنامه‌ای، برای آن یارانه در نظر گیرد، انگیزه‌های لازم برای صادرات کالاهای غیرنفتی پدید می‌آید و این امر در کل صادرات ملی تأثیر خواهد گذاشت.

این موضوع در کشورهایی مثل ترکیه، صادرات را در حد چشمگیری توسعه داد، زیرا دولت با دادن یارانه به صادرکنندگان به هنگام کاهش نرخ ارزش، در حقیقت به

صادرات کشور کمک کرده است.

به طور اصولی، صادرکنندگان در اثر سیاست‌های «لرزان» (متغیر) دچار مشکل می‌شوند و نمی‌توانند با خیال راحت به صادرات بپردازند. اگر سیاست‌های تشویقی برای صادرکنندگان اعمال شود و این موضوع که دولت صادرات را ارزش تلقی کرده و صادرکننده را با ارزش بدانند، صادرات جایگاه ارزشی خود را پیدا خواهد کرد و در این رهگذر، صادرات غیرنفتی در برنامه سوم موفق عمل خواهد کرد.

دولت باید صادرکننده را با این دید که «ارزش» تولید می‌کند، بنگرد، آنگاه صادرات موفق خواهد داشت. البته صادرات بستگی به عوامل متعدد سیاسی و اجتماعی دارد. اگر امنیت نباشد و ارتباطات بین دولت‌ها سالم نباشد، صادرات موفق نخواهد بود.

سیاست‌های برون‌مرزی ایران در امر صادرات فوق‌العاده مؤثر است. امنیت و ثبات داخلی و نیز تنش‌زدایی بر روند صادرات اثر دارد. آنچه که مسلم است، این است که صادرکننده ارزش تولید می‌کند، نه کالا را.

تمامی عوامل اشاره شده باید دست به دست یکدیگر بدهند تا در برنامه سوم توسعه، صادرات موفق داشته باشیم.

■ **مسیران صادرات شرکت «الیاف» را اعلام فرمایید**

□ با وجود آنکه شرکت مشکلاتی در صدور محصولات خود داشته، بر

اساس یک برنامه‌ریزی منظم دوساله، صادرات را به‌طور جدی دنبال کرد.

ارزش صادرات شرکت الیاف در سال ۱۳۷۸ حدود ۴/۵ میلیون دلار بود که نسبت به سال ۱۳۷۷ حدود ۴۰۰ درصد افزایش داشت.

با توجه به آنکه در سال جاری صنایع نساجی با بحران روبه‌رو است، اما بر اساس یک برنامه‌ریزی دقیق تا بیستم دی ماه سال جاری در مجموع حدود ۳ میلیون دلار نخ به بازارهای جهانی صادر می‌کند و انتظار می‌رود مجموع ارزش صادرات شرکت در سال جاری به حدود ۵ میلیون دلار برسد. در واقع شرکت الیاف توانست در سال گذشته ۲۰ درصد محصول تولیدی خود را صادر کند.

این شرکت حدود ۲ میلیون دلار در بخش صادرات سرمایه‌گذاری کرده و اقدام به ورود ماشین‌آلاتی نموده که در خدمت توسعه صادرات است. با نصب این ماشین‌آلات، صادرات گریایی به معنای واقعی در این شرکت پیاده خواهد شد.

■ **کالاهای تولیدی شرکت تحت پوشش شما به کدام کشورها صادر می‌شود و این شرکت برای دستیابی به بازارهای جدید مصرف، چه برنامه‌هایی دارد؟**

□ کشورهای ایتالیا، ترکیه، فرانسه،

مصر و برخی دیگر از کشورهای آفریقایی از بازارهایی هستند که شرکت الیاف به آنان نخ صادر کرده است. این

صادرات به عنوان یکی از راهبردهای مهم توسعه ملی می‌نگرد و معتقد است صادرات شریان اصلی اقتصاد کشور است.

برای آنکه یک شرکت بتواند موفق عمل کند، مجموعه تاروپود آن شرکت باید به امر صادرات اعتقاد راسخ داشته

باشند. شرکت الیاف به این امر کاملاً اعتقاد دارد.

■ **آیا شرکت الیاف می‌تواند کشور را از ورود انواع نخ نایلونی بی‌نیاز کند؟**

□ این شرکت با سرمایه‌گذاری بیش از ۲۰۰ میلیارد ریال، تأمین‌کننده انواع و اقسام نخ‌های ظریف نایلون و پلی‌استر در سطح کشور است.

این شرکت واردات انواع و اقسام نخ‌های مصنوعی ظریف و میکرو را تا سال آینده قطع خواهد کرد.

هم‌اینک برخی ماشین‌آلات تولید نخ‌های ظریف و میکرو در حال نصب است، برخی دیگر نیز وارد کشور شده و بقیه ماشین‌آلات نیز در مرحله گشایش اعتبار است.

شایان ذکر است با ۸ میلیون مارک سرمایه‌گذاری، ظرفیت اسمی نخ نایلون کشور حدود ۳۵ درصد افزایش می‌یابد.

■ **مشکلات مبتلابه صنعت نخ نایلونی را ذکر فرمایید.**

□ با واردات بی‌رویه نخ پلی‌استر، این نخ جایگزین نخ‌های نایلونی شده و این امر ضربه سنگینی به صنایع مادر که شامل پلی‌اکریل، پارسیلون و الیاف است، وارد کرده است.

از وزارتخانه‌های صنایع و بازرگانی درخواست می‌شود با اتخاذ سیاست‌های تعرفه‌ای منطقی، حمایت‌های لازم را از

○ **آنچه در بخش صادرات تاکنون انجام شده را می‌توان تمرین «صادرات‌گرایی» تلقی کرد. صادرکنندگان ایرانی در بازارهای جهانی هنوز غیرمرفه‌ای هستند و تا رسیدن به مرزهای صادراتی باید تلاش و همت زیادی به خرج دهند.**

شرکت برای ورود به بازار برخی کشورهای آسیایی مطالعه و بازاریابی را آغاز کرده است و اکنون در حال مذاکره با تعدادی از دست‌اندرکاران این بخش در کشورهای یاد شده می‌باشد و به‌نظر می‌رسد به‌زودی گشایش اعتبار برای صادرات محصولات شرکت انجام شود. بازارهای هدف این شرکت، کشورهای قاره آسیا و آفریقا و برخی کشورهای اروپایی هستند. در ضمن این شرکت، فعالیت صادراتی خود را در بازار کشورهای جنوبی حوزه خلیج فارس آغاز کرده است، طوری که در آذرماه اعتبار اسنادی برای صدور محصول شرکت به کویت گشایش یافته است.

■ **شرکت الیاف چه کالاهایی صادر می‌کند؟**

□ این شرکت فقط نخ تولید و صادر می‌کند. اما چون شرکت از نظر ماشین‌آلات به‌تنهایی قادر به انجام صادرات نیست، در یک طرح ابتکاری با ارایه مواد اولیه به ده شرکت که یک مرحله بالاتر به فرآوری نخ مبادرت می‌ورزند، نخ را «استرچ» کرده و نخ «تکسچرایز» شده را به خارج صادر می‌کند.

■ **علل موفقیت در صادرات را ذکر فرمایید.**

□ مدیریت ارشد سازمان به

تولیدکنندگان داخلی نخ‌های نایلونی به‌عمل آورند.

آنچه که صنعت نساجی و نایلون با آن مواجه است، بحث کیفیت کالاهای تولیدی است. هنوز صنعتگران ایرانی نتوانسته‌اند سازوکارهای استانداردسازی کیفیت را در اختیار بگیرند و اصولاً آنچه که در کار صادرات صورت گرفته است را می‌توان به عنوان تمرین «صادرات‌گرایی» تلقی کرد.

صادرکنندگان ایرانی در امر صادرات و حضور در بازارهای جهانی هنوز غیرحرفه‌ای (آماتور) هستند و تا رسیدن به مرزهای صادراتی باید تلاش

و همت بیشتری به خرج دهند. در زمینه‌یالیاف مصنوعی نیز فناوری موجود مربوط به ۳۵ سال قبل است. این صنعت نمی‌تواند خود را با آخرین پدیده‌های موجود در اروپا مقایسه کند و با آنان به رقابت بپردازد.

پیشنهاد می‌شود دولت سیاست‌های منطقی برای این صنایع داشته باشد و به موازات این سیاست‌ها، صاحبان صنایع نیز قیمت‌های خود را در حد رقابت با قیمت‌های جهانی تعدیل کنند. دولت باید سیاست حمایت منطقی برای این صنعت داشته باشد.

چرا ایران در زمینه‌یالیاف مصنوعی نمی‌تواند با کشورهای صاحب این صنعت در بازارهای جهانی رقابت کند؟

□ صنعت نساجی ایران یک صنعت پیر است و برخی واحدهای صنعتی آن به موزه‌های صنعتی تبدیل شده‌اند. صنعت نساجی در دنیا پیشرفت‌های زیادی کرده است و در این رهگذر ایران نمی‌تواند با

فناوری روز جهان و قیمت تمام‌شده کالاهای تولیدی دیگر کشورها رقابت کند.

صنعت نساجی اشتغال‌زا است و در ایران از مزیت نسبی برخوردار است. دولت باید به سرمایه‌گذاران صنعت نساجی، ارز یارانه‌ای پرداخت کند تا این صنعت بتواند به رقابت در بازارهای جهانی بپردازد.

رقبای انواع نخ‌های نایلونی چه

○ چون شرکت الیاف از نظر ماشین‌آلات به تنهایی قادر به انجام تعهدات صادراتی نمی‌باشد، در یک طرح ابتکاری با ارایه مواد اولیه به ۱۰ شرکت برای فرآوری، نخ را استخراج کرده و نخ تکسپرایز شده را صادر می‌کند.

کشورهایی هستند؟

□ رقبای انواع نخ‌های نایلونی ایران در بازارهای جهانی به‌طور عمده کشورهای جنوب شرقی آسیا مانند تایوان، کره جنوبی، اندونزی و ژاپن هستند.

آیا از قیمت‌های صادراتی

نخ‌های نایلونی رضایت دارید؟

□ قیمت‌های صادراتی نخ‌های نایلونی در حد مطلوب و قابل رقابت با دیگر تولیدکنندگان در سطح جهان است. مطلوبیت قیمت صادراتی به اندازه‌ای است که بخش قابل توجهی از بازار ترکیه در تسخیر شرکت الیاف است.

کیفیت و مناسب بودن قیمت‌های صادراتی، زمینه را برای چنین حضوری در بازار ترکیه فراهم ساخته است.

آیا در تولید نخ‌های نایلونی

استانداردهای لازم مراعات می‌شود؟

□ این شرکت پیش از این استاندارد ایزو ۹۰۰۰ را دریافت کرده بود و در سال گذشته نیز موفق شد استاندارد

ایزو ۱۴۰۰۲ را نیز دریافت کند.

به عنوان یک شرکت نمونه صادراتی، چه پیشنهادی برای بهبود وضعیت صادرات دارید؟

□ به‌طور کلی نابرابری و بی‌ثباتی نرخ ارز از جمله مشکلاتی است که برای صادرکنندگان وجود دارد. معلوم نیست که دولت چه سیاست‌های حمایتی در قیمت‌گذاری ارزهای حاصل از صادرات دارد.

پیشنهاد می‌شود، دولت برای خرید ارزهای حاصل از صادرات، یارانه پرداخت نماید و این ارز را به قیمت هر دلار ۸۵۰۰

ریال خریداری کند.

البته در سه سال اخیر دولت تسهیلات زیادی برای صادرکنندگان فراهم کرده که باید از مسؤولان قدردانی نمود.

آیا سیستم بانکی تسهیلات لازم

را در اختیار شما می‌گذارد؟

□ از آنجا که این شرکت یک شرکت صادراتی است، بانک‌ها تسهیلات لازم را در اختیارش قرار داده‌اند. سال گذشته حدود ۸۰ میلیارد ریال تسهیلات از سیستم بانکی جذب این شرکت شد. امسال ۱۰ میلیون دلار ارز نیز بانک توسعه اسلامی در اختیار شرکت الیاف قرار داده است. سال ۱۳۷۷ نیز حدود ۱۰ میلیون دلار برای تأمین مواد اولیه از این بانک به شرکت الیاف اختصاص یافت.

