

الزامات ساختاری توسعه صادرات غیرنفتی

کریم سپهری، حسین قضاوی، رحمان پلیمی

در حالی که ضرورت تعیین یک استراتژی بلندمدت برای توسعه صادرات به‌عنوان مهم‌ترین گام احساس می‌شود، انجام اقدامات مقطعی از قبیل ارائه مشوق‌های صادراتی از طریق تعدیل نرخ ارز به مثابه چاره موقت و گریز از حقیقت امر است که حاصل آن چیزی جز حفظ منافع بخشی از جامعه و به مخاطره انداختن و نادیده انگاشتن سایر بخش‌های اقتصادی کشور نیست.

بهبود مرحله صدور و قولین مربوط به آن شرط لازم برای صادرات است و در همین زمینه ضروری است که شرط کافی برای تقویت صادرات که همانا تقویت بنیه تولیدی، تشکل امر صادرات و هماهنگی کارگزاران امر تولید و صادرات و کسب بیشترین سهم در بازارهای خارجی است، نیز مورد توجه قرار گیرد.

بر تدوین یک استراتژی مشخص توسعه اقتصادی و تجاری، نباید صادرات را به‌عنوان زائده مصرف بخشی پنداشت بلکه باید در خصوص آن همواره به‌مکانه اساسی یعنی پایداری بازار، کنترل اندازه بازار و رشد بازار را از نظر کمیت و کیفیت کالاهای صادراتی مورد توجه قرار داد.

بیمبایر دیگر، در خصوص صادرات باید برای این چهار سؤال اساسی که چه کالاهایی صادر کنیم؟ برای چه کسانی صادر کنیم؟ چگونه صادر کنیم؟ و توسط چه کسانی صادر کنیم؟ بهترین جوابها را یافته باشیم.

با در نظر گرفتن این موارد در مقاله حاضر، ابتدا لزوم توجه به صادرات غیرنفتی بررسی می‌شود. سپس با ارائه شاخص‌های عددی به ارزیابی مولدیت جمهوری اسلامی ایران در بازار جهانی پرداخته می‌شود.

در ادامه با بررسی آماری روند صادرات غیرنفتی در سال‌های ۷۷ - ۱۳۶۸، مهم‌ترین سیاست‌های اتخاذ شده در خصوص صادرات غیرنفتی ارائه می‌شود و با توجه به آن‌ها روند صادرات کشور مورد تحلیل قرار می‌گیرد. در انتها، مهم‌ترین مشکلات صادرات غیرنفتی و عده‌مترین توصیه‌های سیاستی در ارتباط با رفع موانع مذکور مطرح می‌شود.

مقدمه

آرمان اقتصاد بدون نفت که در اذهان معادل استقلال اقتصادی و همچنین به‌عنوان یکی از استراتژی‌های اصلی اقتصاد کشور مطرح شده است، به‌معنی اندیشیدن طرحی است که حضور

کشور را در اقتصاد جهانی بدون تکیه به نفت به صورتی موفق عملی سازد. هم‌اکنون بخش عمده‌ای از درآمد ارزی کشور از صادرات نفت به دست می‌آید. اتکاب صادرات این محصول به علل زیر مطلوب نیست:

الف) قیمت نفت و در نتیجه ارزش صادرات آن دستخوش نوسان‌های شدید است که این نوسان‌ها پی‌آمدهای بسیار نامناسبی بر فعالیت‌های اقتصادی کشور دارند.

ب) صادرات نفت تابع محدودیت‌های بین‌المللی است. افزایش آن لزوماً درآمدهای ارزی را افزایش نخواهد داد.

ج) نفت داده‌ای است پایان‌پذیر، صدور آن مانند صدور سرمایه است و نباید آن را همپای صادرات کالاهای دیگر به حساب آورد. به‌طور کلی، استمرار در صدور مواد اولیه نمی‌تواند تداوم بخش آرمان‌های میهنی ما در صحنه جهانی باشد، لذا برای افزایش توان نسبی اقتصاد مانند سایر کشورهای موفق، ایجاد تحول و تنوع بخشیدن به صادرات غیرنفتی کشور و کاهش تدریجی اتکا به صادرات نفت ضروری است.

از سوی دیگر، صادرات رمز بقا در صحنه تجارت بین‌المللی است و مقوله‌ای است که از آن به‌عنوان یکی از محورهای توسعه اقتصادی نام برده می‌شود. در شناخت این مقوله می‌بایست منابع و امکانات تولیدی به‌درستی شناسایی شود و مزیت نسبی در سه محور تولید، صدور و تقاضا به وجود آید.

بنابراین، برای رشد و توسعه صادرات غیرنفتی علاوه بر شناسایی امکانات داخلی و نحوه گسترش آن، شناخت اوضاع و احوال بازارهای بین‌المللی و ضوابط حاکم بر آن ضروری است.

صدور کالاهای غیرنفتی با توجه به استراتژی‌های تجاری و متغیرهای کلان اقتصادی

اساساً چرا امروزه گفته می‌شود که صادرات غیرنفتی باید افزایش یابد و چه نیازی به این کار است؟

آنچه مسلم است امروزه اقتصاد کشور ما در سطح بسیار بالایی به درآمدهای حاصل از فروش و صدور نفت متکی است. درآمدهای نفتی عمدتاً صرف واردات کالاهای اولیه و واسطه‌ای خارجی مورد نیاز در تولید داخلی می‌شوند و صنایع داخلی بدون این کالاهای

وارداتی نمی‌توانند به حیات خود ادامه دهند. به عبارت دیگر، اگر درآمد نفت نباشد نه تنها کشور ما نمی‌تواند کالاهای مصرفی خارجی را وارد کند بلکه حتی تولید داخلی نیز به دلیل وابستگی بیش از حد به مواد اولیه، واسطه‌ای و سرمایه‌ای خارجی با مشکلات فراوانی مواجه خواهد بود، همچنان‌که در گذشته بارها این اتفاق افتاده است.

از سوی دیگر، تردیدی نیست که صادرات عوامل تولید به ویژه منابع طبیعی و مواد خام اگرچه در کوتاه مدت موجب افزایش درآمد می‌گردد ولی در بلندمدت اثری جز کاهش توان تولید ملی ندارد. مسائلی نظیر تخریب رابطه مبادله بازرگانی میان کالاهای اولیه و صنعتی به زیان کالاهای اولیه، ناپایداری درآمدهای حاصل از صادرات مواد خام، کاهش اهمیت این کالاها در تولید به دلیل جانشینی مواد مصنوعی، کشش درآمدی و تقاضای پایین برای مواد خام و در نهایت وابسته شدن اقتصاد کشورهای صادرکننده مواد اولیه به کشورهای خریدار این کالاها که بطور عمده کشورهای توسعه یافته‌اند، همگی بیانگر این مطلب است که صادرات مواد خام به طور کلی قابل دفاع نیست، حتی اگر این صادرات متنوع هم باشند.

علاوه بر این، مواد خام و منابع طبیعی به دلیل تجدید ناپذیری، دارای ارزش سایه‌ای بسیار فراتر از ارزش بازاری خود هستند، ولی به دلیل ناشناخته بودن تمامی عوامل تعیین‌کننده ارزش سایه‌ای و واقعی، این کالاها بسیار ارزان فروخته می‌شوند و در برابر کالاهای صنعتی به قیمتی بسیار گران‌تر از ارزش واقعی خود وارد کشور می‌شوند تا جایی که اگر وضعیت به همین منوال ادامه یابد کشور صادرکننده مواد خام و منابع طبیعی از این کالاها تهی خواهد شد و نه تنها توان تولید احتمالی خود در آینده را از دست می‌دهد بلکه دیگر درآمدی برای واردات کالاهای صنعتی نیز نخواهد داشت.

برخی از اقتصاددانان در چاره‌جویی برای این مشکل به رویکرد درون‌گرایی اقتصاد متوسل می‌شوند، و راه حل را اتخاذ و اجرای راهبرد جانشینی واردات و صرف منابع طبیعی و عوامل برای تولید کالاهای وارداتی در داخل کشور عنوان می‌کنند. این اقتصاددانان حمایت شدید از صنایع، تأسیس بنگاه‌های دولتی، ساخت کالاهای صنعتی که قبلاً از خارج وارد می‌شدند و استفاده از دیگر ابزارهای راکه خارج از ساز و کار عادی بازار به تصور آنان موجب صنعتی شدن می‌شوند توصیه می‌کنند.

به طور خلاصه، تجربه‌ای که از اتخاذ راهبرد جانشینی واردات توسط بسیاری از کشورها

حاصل شده این است که جانشینی واردات راهبردی نیست که به‌طور نامحدود بتواند ادامه یابد. این تجربه در کشور ما نیز حاصل شده است. سیاست جایگزینی واردات از برنامه سوم عمرانی پیش از انقلاب اسلامی، به‌عنوان راهبرد توسعه به‌کار گرفته شده و این راهبرد تا به امروز، اگرچه در برنامه‌های توسعه کشور به‌صورت شفاف معین نشده است، کم و بیش پیاده می‌شود. فرونی نرخ حمایت مؤثر از نرخ حمایت اسمی برای بسیاری از صنایع، حمایت شدید از صنایع داخلی از طریق محدودیت‌های سخت‌گیر وارداتی و به‌ویژه ترکیب واردات که نشان می‌دهد اغلب بیش از ۸۰ درصد واردات کشور را کالاهای سرمایه‌ای، اولیه و واسطه‌ای مورد نیاز صنایع داخلی تشکیل می‌دهد، همگی بیانگر روش درونگرایی بازرگانی کشور است و همه این‌ها به مدد درآمد نفت انجام می‌شود.

بنابراین باید راهی برای خروج از این چرخه باطل جستجو کرد و این راه چیزی به‌جز توسعه صادرات یعنی تلاش برای ایجاد انگیزه‌های صادراتی و محرک صادرات نیست. براین اساس، دیگر تردیدی نیست که صادرات عوامل تولید، سرمایه مالی، سرمایه انسانی، منابع طبیعی و مواد خام اگرچه در کوتاه‌مدت موجب افزایش درآمد برای کشورهای درحال رشد می‌شود، اما در بلندمدت اثری جز کاهش توان تولید ملی ندارد. یکی از آثار منفی صادرات منابع طبیعی و مواد خام، وابستگی اقتصاد این کشورها به کشورهای خریدار است که به‌طور عمده کشورهای توسعه‌یافته‌اند و بدین ترتیب اقتصاد کشورهای درحال توسعه کاملاً در معرض نوسان‌های تولید و تجارت کشورهای توسعه‌یافته قرار می‌گیرد.

از سوی دیگر، صادرات خریداران خارجی را به خریداران داخلی اضافه می‌کند. بازار فروش را توسعه می‌دهد و درآمد ارزی را بالا می‌برد. این افزایش اولیه با تأثیرات القایی افزایش بزرگ‌تری را در تقاضای کل ایجاد می‌کند و ملاً درآمد ملی و تقاضای داخلی را نیز افزایش می‌دهد. به این ترتیب، توسعه صادرات به‌وجود آورنده زنجیره‌ای از تأثیرات افزایش بردرآمد ملی و تقاضای کل و تحرک بیشتر تولید می‌شود.

علاوه براین، ارزش‌های صادرات و واردات در مقابل هم موازنه بازرگانی را تشکیل می‌دهند. طبق اصول اقتصاد، کسری تراز تجاری خارجی باعث کاهش در تولید و درآمد ملی و مازاد بازرگانی خارجی موجب افزایش در تولید و درآمد ملی می‌شود. زیرا کسری تراز بازرگانی به معنی بزرگ‌تر بودن واردات به‌عنوان یک جریان نشتی از صادرات

است که به طبع کاهش تولید و درآمد ملی را ناشی می‌شود و برعکس مازاد تراز بازرگانی افزایش در تولید و درآمد ملی را در پی دارد.

به‌طور کلی صادرات به‌عنوان یک جریان تزریقی درآمد به‌کالبد اقتصاد داخلی در نخستین اثر به‌صورت مستقیم تولید و درآمد ملی را افزایش می‌دهد که این افزایش به‌صورت زنجیروار و با تأثیرات القایی بر تمام متغیرهای اقتصادی اثر فراینده خواهد داشت و این افزایش تولید و درآمد ملّی منابع بیشتری برای پس‌انداز ملی ایجاد می‌کند که این خود موجب افزایش سرمایه‌گذاری خصوصی می‌گردد. ضمن آن‌که افزایش درآمد ملی می‌تواند به‌طور مستقیم بر بودجه دولت تأثیر بگذارد، به‌طوری‌که مبنای مالیاتی را گسترده سازد و با افزایش درآمد دولت توان ارائه خدمات عام‌المنفعه را ایجاد کند.

همین‌طور به‌منظور تقویت تراز پرداخت‌ها باید ساختار اقتصادی صادرات غیرنفتی کشور را حتی‌المقدور از صدور کالاهایی که تولید آن‌ها وابسته به واردات کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای است در جهت صدور کالاهایی که به‌نحوی ناگسسته با مسائل اقتصادی، اجتماعی جامعه مربوطاند، تغییر داد. در این صورت، صادرات غیرنفتی کشور به‌جای این‌که تابعی از واردات باشد، تابعی از توان و امکانات تولیدی داخل کشور خواهد بود. لذا لازم است که ارائه امکانات زیربنایی و خدماتی مناسب با فعالیت‌های تولیدی در کنار سیاست‌های ارزی افزایش یابد. بنابراین، برای رشد و توسعه صادرات غیرنفتی دو نکته را باید مورد توجه قرار داد. نخست شناسایی توانایی کشور و امکانات قابل‌گسترش آن و دوم شناخت اوضاع و احوال بازارهای جهانی و شرایط آن.

در بُعد خارجی نیز ایجاد یک بازار جدید می‌تواند از دو جنبه ایجاد بازارهای جدید در مصرف جهانی کالا و همچنین از نظر ایجاد بازارهای جدید برای صادرات کشور قابل بررسی باشد که در روش اول ویژگی خاصی برای کالا در نظر گرفته نمی‌شود و مصرف کالا دارای روش‌های تقریباً مشابه در تمامی دنیا است، اما در روش دوم نوع خاصی از کالا و شکل به‌خصوصی از مصرف می‌تواند باعث ایجاد رقابت برای نفوذ در بازار باشد.

با توجه به مطالب مذکور، تأثیرات مستقیم و جانبی سیاست توسعه صادرات را می‌توان به‌صورت زیر خلاصه کرد:

۱. پاسخگویی به نیازهای بازار خارجی به‌منظور تحصیل ارز بیشتر و درآمد بالاتر؛

۲. ایجاد صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس باگسترش سطح تولیدات از طریق استفاده از بازارهای خارجی؛

۳. استفاده کاراتر از منابع اقتصادی؛

۴. ایجاد رقابت، زیرا فشار رقابت بین‌المللی انگیزه‌ای قوی برای تولیدکنندگان ایجاد می‌کند تا هزینه‌های خود را پایین آورند و منابع اقتصادی را به‌نحو کارا مورد بهره‌برداری قرار دهند، به نوآوری پردازند، استانداردهای کیفی را بهبود بخشند و مستمراً از نرخ‌های بالای سرمایه‌گذاری برخوردار باشند؛

۵. کمک به صنعتی‌شدن هرچه بیشتر و افزایش ظرفیت‌های تولیدی و اشتغال؛

۶. بهبود در وضعیت تراز پرداخت‌های کشور.

جمهوری اسلامی ایران در مسیر توسعه صادرات،

موفقیت یا عدم موفقیت!

نسبت کل صادرات ایران به صادرات جهان و نسبت صادرات غیرنفتی ایران به صادرات جهان نشان‌دهنده سهم ناچیز صادرات به‌ویژه صادرات غیرنفتی ایران در کل صادرات جهان است، درحالی‌که کشور ایران حدود یک درصد جمعیت جهان را دارا است. در سال‌های ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۷ در بهترین وضعیت یعنی سال ۱۹۹۳ تنها ۰/۴۹ درصد صادرات جهان متعلق به ایران بوده است. به‌علاوه، در همین سال‌ها بیش از ۷۵ درصد کل صادرات را صادرات نفت و گاز تشکیل می‌دهد. بنابراین، اگر صادرات نفت را مجزا کنیم، در همین سال می‌بینیم تنها ۰/۱ درصد صادرات جهان متعلق به ایران است. چنانچه قرار باشد که کشورها به‌نسبت جمعیت‌شان دست‌کم در صادرات جهانی (نه فروش ثروت نفت خام) نقش پیدا کنند، سهم ایران باید دست‌کم ۱۰ برابر و با توجه به ارقام سال ۱۹۹۷ این سهم باید ۲۰ برابر گردد. بررسی نرخ‌های رشد صادرات جهان و ایران نشان می‌دهد که در سال‌های ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۷ درحالی‌که صادرات جهان سالانه به‌طور میانگین حدود ۱۰/۷ درصد رشد داشته است، کل صادرات ایران به‌طور میانگین^۱ تنها از ۱/۵ درصد رشد برخوردار بوده،

۱. میانگین ساده حسابی محاسبه شده است.

الزامات ساختاری توسعه صادرات غیرنفتی ۲۹

در عین حال که نرخ رشد صادرات غیرنفتی ایران به طور میانگین حدود ۲/۵- درصد بوده است.

این مسئله نشان دهنده ضعف شدید در ساختار بازرگانی خارجی ایران است. شاخص های صادرات سرانه جهان، صادرات سرانه کشورهای توسعه یافته و صادرات سرانه کشورهای در حال توسعه و ایران نیز بیانگر عدم توانایی ایران برای حضور در صحنه اقتصاد جهانی است. صادرات سرانه کشور در ۱۹۹۷ بار رقمی معادل ۴۹/۳ دلار حتی با نفت بسیار پایین تر از رقم مشابه کشورهای توسعه یافته و حتی بسیاری از کشورهای در حال توسعه است (جدول شماره ۱).

جدول ۱. جایگاه صادراتی جمهوری اسلامی ایران در میان کشورهای جهان

| شرح | سال | ۱۹۹۳ | ۱۹۹۴ | ۱۹۹۵ | ۱۹۹۶ | ۱۹۹۷ |
|--|-----|--------|--------|------|------|-------|
| کل صادرات جهان (میلیارد دلار) | | ۳۷۱۸/۵ | ۴۲۴۶/۸ | ۵۰۶۹ | ۵۲۶۵ | ۵۵۴۶ |
| کل صادرات ایران (میلیارد دلار) | | ۱۸/۱ | ۱۹/۴ | ۱۸/۴ | ۲۲/۴ | ۱۸/۵ |
| صادرات غیرنفتی ایران (میلیارد دلار) | | ۳/۷ | ۴/۸ | ۳/۳ | ۳/۱ | ۳ |
| نسبت کل صادرات ایران به صادرات جهان (درصد) | | ۰/۴۹ | ۰/۴۶ | ۰/۳۶ | ۰/۴۳ | ۰/۳۳ |
| نسبت کل صادرات غیرنفتی ایران به صادرات جهان (درصد) | | ۰/۱۰ | ۰/۱۱ | ۰/۰۷ | ۰/۰۶ | ۰/۰۵ |
| نرخ رشد صادرات جهان (درصد) | | - | ۱۴/۲ | ۱۹/۴ | ۳/۹ | ۵/۳ |
| نرخ رشد صادرات ایران (درصد) | | - | ۷/۲ | -۵/۲ | ۲۱/۷ | -۱۷/۵ |
| نرخ رشد صادرات غیرنفتی ایران (درصد) | | - | ۳۰ | -۳۱ | -۶ | -۳ |
| نرخ رشد تجارت جهانی (درصد) | | ۴/۲ | ۱۰/۲ | ۱۰/۳ | ۶/۲ | ۹/۶ |
| نرخ رشد تجارت خارجی ایران (درصد) | | -۱۳ | -۱۵ | -۳ | ۱۶/۷ | -۱۰ |

مأخذ: گزارش چشم انداز اقتصاد جهان، صندوق بین المللی پول، مه ۱۹۹۸، بانک مرکزی ج.ا.ایران.

تحلیل روند صادرات غیرنفتی و بررسی حجم و ترکیب آن (۷۸-۱۳۶۸)
 صادرات غیرنفتی کشور در سال آغازین برنامه اول (۱۳۶۸) حدود ۱۰۴۳/۹ میلیون دلار بوده است. در سال پایانی برنامه (۱۳۷۲) رقم مذکور به حدود ۳۸۶۵ میلیون دلار رسید که

در مجموع ۶۶ درصد از اهداف برنامه را محقق ساخت.

در ۱۳۷۳ صادرات غیرنفتی کشور به بالاترین سطح نسبت به سال‌های قبل از خود رسید و رقم رسمی صادرات غیرنفتی در این سال به ۴۴۵۰ میلیون دلار بالغ گردید که با احتساب آمارهای غیررسمی و اصطلاحاً صادرات نامرئی این رقم فزون‌تر خواهد شد، هرچند که پیش‌گویی در آمار صادرات در دوره مذکور می‌تواند تا حدودی رقم صادرات واقعی را کاهش دهد.

در ادامه روند آزادسازی تجارت در این سال بسیاری از مقررات در زمینه صادرات غیرنفتی با هدف افزایش درآمدهای ارزی تغییر کرد و در این خصوص حذف کنترل‌های تجاری در زمینه صادرات که از سال قبل شروع شده بود شدت گرفت. از سوی دیگر، در خصوص واردات سیاست‌های تحدیدی اعمال شد.

مقررات زدایی در صادرات غیرنفتی در این سال منجر به افزایش صادرات غیرنفتی شد. اما به رغم این افزایش بی‌سابقه هیچ‌یک از انتظارات مورد نظر از اجرای سیاست‌های تشویقی برآورده نشد و ۴/۵ میلیارد دلار ارز تحصیل شده به دلیل منتقل نشدن به سیستم بانکی کشور نیازهای ارزی کشور را تأمین نکرد. از مبلغ عنوان‌شده صادرات غیرنفتی در این سال تنها حدود ۱ میلیارد دلار وارد سیستم بانکی کشور شد.

به دلیل عدم بازگرداندن ارز به سیستم بانکی و نیز به علت نوسان‌های شدید نرخ ارز در نیمه دوم ۱۳۷۳ از بهمن ۱۳۷۳ سپردن تعهدنامه ارزی برای صادرکنندگان الزامی شد و از ابتدای سال ۱۳۷۴ سیاست‌های کنترل ارزی با تثبیت نرخ ارز به میزان ۳۰۰۰ ریال اتخاذ و به‌مورد اجرا گذاشته شد. طبق تصمیم‌های کمیته تنظیم بازار ارز، سیاست مذکور شامل ایجاد محدودیت در واردات کالا شد و واردات کالا منوط به تخصیص اداری ارز و واردات در مقابل صادرات مشروط به رعایت ضوابط و شرایطی گشت.

به‌طور کلی می‌توان گفت که شدت نوسان‌های نرخ ارز در نیمه دوم ۱۳۷۳ و تورم داخلی اقتصاد کشور را دچار بحران کرد تا جایی که از ارزش پول ملی به‌طور روزافزون کاسته شد و کمبودهای ارزی همچنان پا برجا ماند. درچنین شرایطی بایست سیاستی اتخاذ می‌شد تا ضمن مقابله با نوسان‌های ارزی به ایجاد ثبات در اقتصاد منجر گردد. از این‌رو سیاست تثبیت نرخ ارز با این اهداف اتخاذ شد:

۱. ایجاد مازاد تجاری به منظور بازسازی و تقویت ذخایر ارزی همزمان با بازپرداخت به موقع تعهدات ارزی.

۲. تخصیص منابع به بخش‌های مورد نظر از طریق هدایت ارزهای حاصل از صادرات غیرنفتی به سیستم بانکی و کنترل واردات از طریق برقراری پیمان‌سپاری.

۳. تثبیت نرخ ارز با هدایت تمام مبادلات ارزی و بازرگانی خارجی به سیستم بانکی. اما آمار صادرات غیرنفتی در ۱۳۷۴ و سال‌های بعد از آن امید جدا شدن محور فعالیت‌های اقتصادی از درآمدهای نفتی را به‌وادی یأس‌کشاند. صادرات غیرنفتی در سال‌های ۱۳۷۴ تا ۱۳۷۷ به ترتیب با ۳۲۲۷/۴، ۳۱۰۵، ۳۰۰۸ و ۳۰۰۰ میلیون دلار روندی کاهشی به‌خود گرفت. در بررسی علل کاهش صادرات در این سال‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف) کاهش صادرات بعد از اجرای سیاست تثبیت از طریق کاهش صادراتی نبوده است که برمبنای مزیت نسبی عمل می‌کند، بلکه برمبنای قطع انگیزه بهره‌جویی از اختلاف نرخ ارز و استفاده از امتیاز واردات در مقابل صادرات بود که روند قبلی صدور عجولانه و به زیر قیمت جهانی محصولات را مقرون به‌صرفه کرده بود.

ب) بررسی صادرات غیرنفتی کشور نشانگر آن است که مقصد بیش از ۲۰ کالاهای صادراتی کشور ما به ۱۰ کشور (۸ کشور اروپایی و ۲ کشور غیراروپایی، ژاپن و امارات متحده) بوده است که این امر حساسیت روابط سیاسی و اقتصادی ما را به این کشورها نشان می‌دهد. به‌عنوان مثال، در مورد آلمان نزدیک به ۱۰٪ از کالاهای صادراتی به مقصد آن کشور بوده است که خود این مسأله و وجود رکود در بازارهای اروپایی و مسائل سیاسی مترتب بر روابط این کشورها با جمهوری اسلامی ایران صادرات غیرنفتی را به‌صورت منفی متأثر کرده است.

ج) تنوع در صادرات غیرنفتی وجود نداشته و تغییرات قیمت اقلام عمده صادراتی میزان ارزشی صادرات را تغییر داده است.

د) سهم فن‌آوری در تولید کالاهای صادراتی بسیار اندک بوده است. در بررسی ترکیب کالاهای صادراتی کشور و سهم هرکدام از آن‌ها در کل صادرات غیرنفتی نیز می‌توان چنین بیان کرد که روند سهم صادرات صنعتی در کل صادرات غیرنفتی در سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۷۷ از ۱۸/۴ درصد (با اندک نوسان‌هایی) به ۵۱/۵ درصد افزایش

یافته است. درحالی‌که روند صادرات کالاهای کشاورزی از $۳/۴۰$ درصد در ۱۳۶۹ به $۳/۲۸$ درصد در ۱۳۷۵ ، $۵/۱۸$ درصد در سال ۱۳۷۶ و $۵/۲۶$ درصد در سال ۱۳۷۷ رسیده است؛ یعنی روندی کاهنده را به دنبال داشته است. سهم فرش و صنایع دستی نیز به‌عنوان یک گروه عمده صادرات غیرنفتی از $۳/۳۸$ درصد در ۱۳۶۹ ، با حفظ ثبات نسبی تا ۱۳۷۳ ، به ۲۱ درصد در ۱۳۷۶ و $۵/۲۰$ درصد در ۱۳۷۷ تنزل پیدا کرده است.

بررسی صادرات از بُعد ارزشی نشان می‌دهد که صادرات صنعتی از $۵/۲۴۱$ میلیون دلار در ۱۳۶۹ به $۷/۱۷۷۳$ میلیون دلار ($۴/۷$ برابر) در ۱۳۷۶ بالغ شده است که این رقم در ۱۳۷۷ به $۳/۱۵۰۵$ میلیون دلار تنزل یافته است، درحالی‌که ارزش صادرات کشاورزی از $۳/۵۲۹$ میلیون دلار با قدری افزایش در ۱۳۷۵ به $۹/۹۳۷$ میلیون دلار می‌رسد و مجدداً در ۱۳۷۶ به $۴/۵۵۴$ میلیون دلار کاهش می‌یابد و در ۱۳۷۷ صادرات کشاورزی افزایش می‌یابد و به ۷۷۷ میلیون دلار می‌رسد.

ارزش صادرات فرش و صنایع دستی نیز از $۱/۵۰۹$ میلیون دلار در ۱۳۶۹ به ۱۶۸۷ میلیون دلار (یعنی بیش از سه برابر) در ۱۳۷۳ می‌رسد، اما مجدداً کاهش می‌یابد و به سطح $۶/۶۳۰$ میلیون دلار در ۱۳۷۶ می‌رسد، و ارزش صادرات فرش و صنایع دستی با ادامه روند کاهشی در ۱۳۷۷ به $۲/۵۹۹$ میلیون دلار می‌رسد.

به این ترتیب، اگرچه در اوایل دوره مورد بررسی ارزش سهم صادرات فرش و صنایع دستی از محصولات کشاورزی بیشتر بوده است، اما در سال پایانی دوره مورد بررسی نوعی توازن بین دو گروه صادراتی مزبور تجربه می‌شود و این بیشتر به‌علت کاهش ارزش صادرات فرش و صنایع دستی است.

به‌طور کلی، ارزش صادرات غیرنفتی در طول برنامه اول به ترتیب ۱ ، $۳/۱$ ، $۶/۲$ ، $۹/۲$ و $۹/۳$ میلیارد دلار بود که در ۱۳۷۳ به $۴/۴۵$ میلیارد دلار رسید؛ اما سپس با کاهش مواجه می‌شود، به‌طوری‌که در ۱۳۷۴ به $۲/۳$ و در ۱۳۷۵ ، ۱۳۷۶ و ۱۳۷۷ به ترتیب به $۱/۳$ ، ۳ و $۲/۹۲$ میلیارد دلار می‌رسد. البته بخشی از رونق قابل ملاحظه در ۱۳۷۳ را می‌توان در افزایش شدید نرخ ارز دانست و بخشی از آن نیز به تحولات صوری حاصل در این دوران برمی‌گردد. جدول شماره ۲ روند صادرات غیر نفتی و سهم بخش‌های عمده صادراتی را نیز در سال‌های مذکور نشان می‌دهد.

الزامات ساختاری توسعه صادرات غیرنفتی ۳۳

جدول ۲. ارزش صادرات غیرنفتی و درصد تغییرات آن در سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۸ (میلیون دلار)

| سال‌های برنامه اول | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|------|----------------------------------|------------------------|------|----------------------------------|------------------------|------|----------------------------------|------------------------|--------|----------------------------------|------------------------|--------|-------------------|
| ۱۳۷۲ | | ۱۳۷۱ | | ۱۳۷۰ | | ۱۳۶۹ | | ۱۳۶۸ | | | | | | | |
| درصد تغییرات به‌سال قبل | درصد سهم از کل صادرات | ارزش | درصد تغییرات به‌سال قبل | سهم از کل صادرات | ارزش | درصد تغییرات به‌سال قبل | سهم از کل صادرات | ارزش | درصد تغییرات به‌سال قبل | سهم از کل صادرات | ارزش | درصد تغییرات به‌سال قبل | سهم از کل صادرات | | |
| ۲۴ | ۲۵ | ۹۵۹ | ۶۵ | ۲۷ | ۷۷۲ | ۹۳ | ۱۷ | ۲۶۸ | ۹۷ | ۱۸/۴ | ۲۴۱/۵ | — | ۱۱/۷ | ۱۲۲/۶ | کالاهای صنعتی |
| ۲۳ | ۲۴ | ۹۱۰ | ۱۲ | ۲۶ | ۷۳۹ | ۲۴ | ۲۷ | ۶۵۹ | -۴ | ۴۰/۳ | ۵۲۹/۳ | — | ۵۲/۷ | ۵۴۹/۷ | کالاهای کشاورزی |
| ۳۳ | ۳۷/۷ | ۱۴۵۴ | -۴/۴ | ۳۸ | ۱۰۹۵ | ۱۲۵ | ۴۴ | ۱۱۲۵ | ۴۸ | ۳۸/۳ | ۵۰۹/۱ | — | ۳۳ | ۳۴۴/۷ | فروش‌و صنایع دستی |
| -۳۳ | ۱ | ۲۵ | -۱۶ | ۱ | ۳۷ | ۳۶ | ۲ | ۲۴ | ۲۰ | ۲/۵ | ۳۲/۳ | — | ۲۶/۹ | ۲۶/۹ | مواد معدنی |
| | ۱۲ | ۵۱۷ | | ۸ | ۲۳۰ | | ۱ | ۲۶۰ | | — | — | — | — | — | سایر کالاها |
| ۳۵ | ۱۰۰ | ۳۸۶۵ | ۹/۴ | ۱۰۰ | ۲۸۷۳ | ۹۹ | ۱۰۰ | ۲۶۱۲ | ۲۵/۷ | ۱۰۰ | ۱۳۱۲/۲ | | ۱۰۰ | ۱۰۴۳/۸ | جمع |

ادامه جدول ۲. ارزش صادرات غیر نفتی و درصد تغییرات آن در سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۸ (بillion دلار)

| سالهای برنامه اول | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|------------------------------|--------|------------------------------|--------|------------------------------|--------|------------------------------|---------|------------------------------|--------|------------------------------|--------|
| | ۱۳۷۸ | | ۱۳۷۷ | | ۱۳۷۶ | | ۱۳۷۵ | | ۱۳۷۴ | | ۱۳۷۳ | |
| نام کالا | درصد | ارزش | درصد | ارزش | درصد | ارزش | درصد | ارزش | درصد | ارزش | درصد | ارزش |
| | سهم از تغییرات کل به سال قبل | صادرات | سهم از تغییرات کل به سال قبل | صادرات | سهم از تغییرات کل به سال قبل | صادرات | سهم از تغییرات کل به سال قبل | صادرات | سهم از تغییرات کل به سال قبل | صادرات | سهم از تغییرات کل به سال قبل | صادرات |
| کالاهای صنعتی | ۲۶/۴ | ۱۱۶۷ | -۱۵ | ۱۵۰۰۵ | ۵۹ | ۱۷۷۳/۷ | ۴۳/۷ | ۱۳۲۸۷/۵ | -۸/۷ | ۳۲/۹ | ۱۰۰۶/۵ | ۲۲ |
| کالاهای کشاورزی | ۲۲/۲ | ۹۸۵ | ۴۰ | ۷۷۷ | ۱۸/۵ | ۵۵۴ | ۲۸/۲۹ | ۹۳۷/۹ | -۲۱/۶ | ۲۳/۹ | ۷۷۲/۶ | ۸ |
| نوش‌و صنایع دستی | ۳۸ | ۱۶۸۷ | -۵ | ۵۹۹/۲ | ۲۱ | ۶۳۰/۶ | ۱۹/۰۴ | ۶۳۳/۷ | -۴۵/۱ | ۲۸/۵ | ۹۱۹/۵ | ۱۶ |
| مواد معدنی | ۰/۱۵ | ۶۴ | ۶/۴ | ۲۳/۵ | ۱/۵ | ۴۰/۹ | ۱/۰۹ | ۳۶/۶ | ۳/۵ | ۱/۶ | ۵۳/۲ | ۱۵۶ |
| سایر کالاها | ۱۲/۳ | ۵۴۷ | — | — | — | — | — | — | -۲۷/۱ | ۱۳ | ۴۲۰/۶ | ۶ |
| جمع | ۱۰۰ | ۲۴۵۰ | -۲/۵ | ۲۲۳/۷ | -۳/۱ | ۳۰۰/۸ | -۳/۸ | ۳۱۰۰۵ | -۲۷/۵ | ۱۰۰ | ۳۲۲۷/۴ | ۱۵ |
| | ۱۰۰ | ۳۱۰۴ | -۲/۵ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۳۰۰/۸ | ۱۰۰ | ۳۱۰۰۵ | -۲۷/۵ | ۱۰۰ | ۳۲۲۷/۴ | ۱۵ |

افزایش در صادرات غیرنفتی در ۱۳۷۸ در حدود ۶ درصد مشاهده می‌شود که این روند افزایش در واقع از آبان ۱۳۷۷ شروع شده است که به دلیل اهمیت موضوع و سیاست‌های منبعث از طرح ساماندهی اقتصادی در قسمت ششم گزارش مورد بررسی قرار می‌گیرد. اما به طور کلی اهتمام دولت برای رونق صادرات غیرنفتی در سال‌های مورد بررسی از طریق تخفیف در پیمان ارزی برای صادرکنندگان امکان‌شناور کردن نرخ ارز صادراتی به طور غیرمستقیم از طریق گواهی‌نامه‌های واریز ارز و مانند آن هرچند تلاشی برای تحقق اهداف صادراتی کشور بوده‌اند، اما به دلیل عدم توجه به زیربنای تولیدی رشد قابل ملاحظه و مداوم در صادرات غیرنفتی را به وجود نیاورده‌اند و همگی این سیاست‌ها تنها راه حل‌های مقطعی بوده‌اند.

از سوی دیگر، بررسی روند ارقام عمده صادراتی طی سالیان اخیر نشان می‌دهد که در اکثر سال‌ها صادرات صنایع دستی، محصولات زراعی و نساجی بیش از ۷۵ درصد از صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است که این امر نشانگر آن است که صادرات غیرنفتی اساساً متکی بر تولیدات بخش سنتی بوده و صادرات کالاهای غیرنفتی متکی بر دستاوردهای علمی و فنی مدرن نبوده است.

مهمترین مشکلات صادرات غیرنفتی کشور

به منظور توسعه صادرات شناخت مشکلات حائز اهمیت است، زیرا بدون برطرف کردن این مشکلات و یافتن راه‌حل‌های مناسب نمی‌توان برای افزایش صادرات کشور برنامه‌ریزی کرد. مشکلات صادرات غیرنفتی را می‌توان در عین تعدد و تنوع در دو بُعد داخلی و خارجی طبقه‌بندی کرد.

الف) مشکلات صادرات غیرنفتی در بُعد داخلی

به طور کلی ناهنجاری‌ها و ناهماهنگی‌های درونی صادرات غیرنفتی از روان نبودن مناسبات درونی در بخش‌های مختلف اقتصادی و ساختار غیربهبوده آن‌ها ناشی می‌شود که در این خصوص نیاز به تغییرات ساختاری و یا سرمایه‌گذاری بنیانی در بخش‌های مختلف است. مهم‌ترین این مشکلات به شرحی است که در پی می‌آید:

۱. ضعف بنیه تولیدی: یکی از دلایل موفقیت در امر صادرات در کشورهایی که موفقیت‌های فراوانی در زمینه تجارت جهانی کسب کرده‌اند، برخورداری از زیربنای نیرومند صنعتی است. حال آن‌که در کشور ما سهم صنعت در تولید ناخالص داخلی در سطح بالایی قرار ندارد و به حدود ۱۵ درصد می‌رسد. با افزایش توان تولیدی کشور سهم صنعت در صادرات نیز افزایش می‌یابد. یکی از راه‌های توسعه صادرات غیرنفتی و کسب درآمدهای ارزی از طریق صادرات کالاهای صنعتی و فراوری محصولات کشاورزی امکان‌پذیر است.
۲. تغییر مستمر قوانین، مقررات، آیین‌نامه‌ها و بخش‌نامه‌ها: تردیدی نیست که متغیر بودن قوانین صادراتی مشکلات متعددی را برای صادرکنندگان و واحدهای تولیدی که در زمینه صادرات فعالیت دارند پدید می‌آورد. از جمله این موارد عبارت‌اند از:
 - صادرکنندگان قادر نخواهند بود برای درازمدت برنامه‌ریزی کنند و عقد قراردادهای بلندمدت به دلیل تغییر قوانین امکان‌پذیر نیست، زیرا مشخص نیست که برطبق مقررات جدید امکان انجام تعهدات صادراتی وجود داشته باشد.
 - برخی از تولیدکنندگان براساس نیاز کشورهایی که قبلاً با آن‌ها وارد مذاکره شده‌اند اقدام به تولید محصولات می‌کنند که ممکن است با وضع قوانین جدید محدودیت در صدور این کالاهای تولیدی ایجاد شود. در نتیجه، تولیدکنندگان ضمن متضرر شدن اعتبار و اهمیت خود را نزد طرف قرارداد از دست می‌دهند.
 - وقفه در صادرات کالایی که قبلاً بازاریابی در خصوص آن انجام گرفته است، باعث می‌شود تا کشور خریدار کالا، کالای مورد نظر را از سایر کشورهای عرضه‌کننده تأمین کند و این موضوع، علاوه بر ازدست دادن بازار، موجب هدر رفتن منابع زیادی می‌شود که صرف بازاریابی شده است.
۳. بوروکراسی و تشریفات زاید: به دلیل عدم تمرکز نمایندگان سازمان‌های مختلف مرتبط با امر صادرات در یک تشکیلات واحد، صادرکننده ناچار است مراحل زیادی را برای صادرات طی کند که این موضوع موجب کندی حرکت در صادرات کالا و اتلاف وقت می‌شود. به منظور تسریع در انجام امور صادراتی نیاز به ایجاد تشکیلات جدیدی است که در آن نمایندگی‌های سازمان‌های اجرایی ذی‌ربط (از جمله گمرک، بیمه، استاندارد، بانک مرکزی و...) مستقر شوند و صادرکنندگان با مراجعه به این محل بخش اعظم مراحل صدور

کالای خود را طی کنند. در این خصوص امید می‌رود با فعالیت مرکز خدمات صادراتی مشکلات مربوط به عدم تمرکز سازمان‌های ذی‌ربط حل شود.

۴. نگرش سطحی به صادرات: سطحی‌نگری به صادرات (تنها اهمیت دادن به حمایت‌های دولت) بدون توجه به نقش عوامل تولید (سرمایه، نیروی انسانی، منابع طبیعی و فن‌آوری) مراحل صدور کالا (بسته‌بندی، حمل و نقل، بیمه، بازاریابی و تبلیغات)، کشش تقاضای محصول (درآمدی، قیمتی و متقاطع)، تغییر میزان تقاضا (رشد جمعیت، تغییر سلیقه مصرف‌کنندگان خارجی)، الگوی مصرف داخلی و مسائلی مشابه، بیشترین ضرر را به صادرات غیرنفتی وارد کرده است. سیاست‌های حمایتی بدون برنامه و مطالعه نه تنها نقش مثبتی ایفا نکرده بلکه همواره نقش منفی داشته است.

۵. سهم فن‌آوری در کالاهای صادر شده بسیار اندک است.

۶. ضعف مدیریت علمی در واحدهای تولیدی و ضعف در جذب نوآوری‌ها و ایجاد تحول در صنعت.

۷. حاکمیت فرهنگ تجارت پیشگی و کمبود فرهنگ تولیدی.

۸. فعال نبودن مراکز پژوهش و توسعه.

۹. عدم توانایی واحدهای تولیدی در امر بسته‌بندی و مناسب‌سازی محصولات برای ارائه به بازار.

۱۰. مدرنیزه نبودن بخش کشاورزی و استفاده از روشهای سنتی در امر کاشت، داشت و برداشت محصولات.

۱۱. عدم آشنایی صادرکنندگان با قوانین و مقررات صادرات.

۱۲. پایین بودن ارزش افزوده بسیاری از کالاهای صادراتی.

۱۳. عدم انطباق کیفیت برخی از کالاها با نیازهای بازارهای مصرف.

۱۴. مشکلات قیمت‌گذاری کالاهای صادراتی.

۱۵. عدم توجه کافی به امر آموزش.

۱۶. مشکلات مربوط به حمل و نقل.

۱۷. کافی نبودن تسهیلات نگهداری کالا.

۱۸. توسل به روش‌های تجاری نامطلوب.

۱۹. ضعف تشکل‌های صادراتی.

۲۰. عدم استفاده یا استفاده نامطلوب از مناطق آزاد تجاری در جهت تحقق اهداف صادراتی.

۲۱. عدم توجه کافی به صادرات خدمات.

علاوه بر عوامل یاد شده می‌توان به مواردی مانند قیمت‌شکنی به منظور مقابله با رقبای تجاری داخلی، ارائه نمونه مرغوب به خریدار بالقوه و صدور کالایی با کیفیت پایین تراز نمونه، ترتیب دادن حراج‌های صوری فرش در برخی از کشورهای خریدار، تقلید از کالاهای معروف بدون جلب رضایت مؤسسه با شرکت مربوطه، عدم ذکر تاریخ واقعی مصرف و یا تولید بر روی پرچسب یا بسته‌بندی کالا و مانند آن‌ها اشاره کرد.

ب) مشکلات برون‌مرزی صادرات

۱. موانع غیر تعرفه‌ای: از جمله موانع غیر تعرفه‌ای می‌توان به تحریم اقتصادی، اخذ مالیات اضافی یا عوارض غیرمتعارف از کالاهای ترانزیت ایرانی، کاربرد روش حداقل قیمت وارداتی در مورد برخی از کالاهای صادراتی کشور (مانند کشمش)، کاربرد ضوابط محدودکننده توسط جامعه اروپا به منظور جلوگیری از برخورداری شدن برخی از کالاها از مزایای تعرفه‌های ترجیحی عمومی اشاره کرد.

۲. عدم استفاده مطلوب از امتیازات ترجیحی: کشورهای توسعه یافته در چارچوب تصمیمات اتخاذ شده در دومین کنفرانس توسعه تجارت سازمان ملل در دهلی نو برای برخی از کالاهای صادراتی کشورهای در حال توسعه تعرفه‌های ترجیحی قائل شدند. اما با وجود آن‌که ربع قرن از اعطای این امتیازات می‌گذرد، هنوز برخی از صادرکنندگان ما با ضوابط و مقررات مربوط به این تعرفه‌ها آشنایی ندارند.

۳. عدم توجه به نیازهای بازار مصرف در زمینه کیفیت کالاهای صادراتی: توجه به سلیقه مصرف‌کنندگان خارجی امری ضروری است و در بسیاری موارد کالاهایی که در بازار داخلی عرضه و فروخته می‌شوند قابل عرضه در بازارهای جهانی نیستند.

در بسیاری از کشورهای موفق صادراتی شرکت‌های بزرگی در زمینه ذوق و سلیقه مصرف‌کنندگان و نکاتی که باید در کیفیت کالا رعایت شود به تحقیق می‌پردازند. بنابراین،

- کیفیت تولیداتی که صرفاً برای صادرات صورت می‌گیرد باید بر نیاز بازارهای خارجی منطبق باشد تا به میزان قابل توجهی به فروش رسد و ارزش بیشتری را نصیب کشور کند.
۴. عدم ارتباط با کشورهای هدف صادراتی آن‌ها با ما مشترک است.
 ۵. بهره‌گیری‌های ضعیف از همکاری‌های منطقه‌ای.
 ۶. عدم اطلاع کافی از تحولات بازارها و ضعف سیستم‌های اطلاع‌رسانی.
 ۷. ضعف ارتباط با سازمان‌های بازرگانی بین‌المللی.
 ۸. فعال نبودن یا ضعیف بودن فعالیت نمایندگی‌های سیاسی در زمینه صادرات.
 ۹. محدود بودن بازارهای صادراتی کشور (بخش قابل توجهی از صادرات به چند کشور خاص صورت می‌گیرد).
 ۱۰. ضعف تبلیغات و در نتیجه عدم شناخت کشورها از توانمندی‌های صادراتی ایران و وجود تبلیغات سوء بر ضد برخی از کالاهای مهم صادراتی ایران (موضوع بزرگنمایی مسأله آلودگی پسته به افلاتوکسین).
 ۱۱. استاندارد نبودن اکثر کالاهای صادراتی.

مهم‌ترین راهکارهای میان‌مدت در جهت توسعه صادرات

۱. اتخاذ استراتژی جهش صادراتی: طبق نظریه‌های قدیم در تجارت بین‌المللی، کشورها باید کالایی را صادر کنند که عوامل تولید آن در کشور فراوان باشد، و فراوانی و ارزانی منابع موجود در یک کشور به معنای مزیت داشتن در صدور آن‌ها به حساب می‌آید. درحالی‌که عملکرد بعضی از کشورها نظیر ژاپن و کره ثابت کرده است که مزیت نسبی در زمینه‌های خاصی از صنعت و خدمات لزوماً پدیده‌ای طبیعی نیست بلکه می‌توان آن را خلق کرد. بنابراین، در کشور باید زمینه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گیرد که امکان خلق مزیت در آن‌ها وجود دارد. دولت باید با اعمال حمایت‌های منطقی و لازم به آن بخش از صنعت نسبت به تقویت تولید و صدور کالا و ایجاد موقعیت رقابتی برای آن در بازار خارجی اقدام کند.
۲. محوریت صنعت: اغلب کشورهایی که در تجارت جهانی موفق بوده‌اند بیش از ۹۰ درصد ارزش کل صادرات‌شان را کالاهای صنعتی تشکیل می‌دهد. در کشور ایران سهم صنعت در تولید ناخالص داخلی در سطحی نیست که با کشورهای مهم تجاری قابل مقایسه

باشد.

از آن‌جا که با اتکا به بخش کشاورزی نمی‌توان به صادرات چشم‌گیر و افزایش درآمدهای ارزی دست یافت، باید با توسعه صنایع تبدیلی و فراوری تولیدات کشاورزی از طریق تقویت بنیه صنعتی کشور و برطرف کردن مشکلات آن دسته از واحدهای تولیدی که برای کالاهای تولیدی آن‌ها بازار مستمر وجود دارد و ارزش افزوده تولیدات آن‌ها بالا است، افزایش شدید صادرات را متناسب با نیازهای ارزی تحقق بخشید.

۳. صدور کالاهای با ارزش افزوده بالا: برای افزایش درآمد ارزی باید صادرات کشور به سمتی حرکت کند که صادرات کالاهای فراوری شده که ارزش افزوده بالایی را ایجاد می‌کنند به تدریج جایگزین مواد خام گردند.

نگاهی به ترکیب صادرات کشور مشخص می‌کند که تعداد زیادی از اقلام صادراتی کشور ارزش افزوده نازلی دارند. برای تغییر در ترکیب کالاهای صادراتی و افزایش صادرات کالاهای فراوری شده باید صنایع تبدیلی را مورد توجه قرار داد و زمینه سرمایه‌گذاری در این صنعت را فراهم کرد. سرمایه‌گذاری در صنایع تبدیلی علاوه بر آن‌که درآمد ارزی ناشی از صادرات را افزایش می‌دهد، موجب بالا رفتن سطح اشتغال نیز می‌گردد.

۴. تأسیس و تقویت دفاتر نمایندگی بازرگانی خارجی: بسیاری از تولیدات کشور به دلیل عدم انطباق با نیازهای بازارهای مصرف به فروش نمی‌روند یا میزان فروش آن‌ها در سطحی نیست که بتواند هزینه‌های بازاریابی را جبران کند. بنابراین، باید ابتدا تحقیقات منجمی در خصوص ذوق و سلیقه مصرف‌کنندگان صورت گیرد و نتایج این تحقیقات به تولیدکنندگان و صادرکنندگان داخلی انتقال یابد. از این رو تأسیس دفاتر نمایندگی بازرگانی در مراکز تجاری مهم دنیا و یا تقویت دفاتر مستقر در وزارت امور خارجه به منظور گردآوری اطلاعات مورد نیاز و اطلاع‌رسانی به صادرکنندگان ضروری به نظر می‌رسد.

۵. عضویت در سازمان‌های تجاری بین‌المللی و منطقه‌ای: رشد و توسعه روزافزون سازمان‌های بین‌المللی و همکاری‌های چندجانبه کشورهای یکی از ویژگی‌های بارز روابط بین‌الملل در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم است.

عضویت در این سازمان‌های تجاری به دلیل کاهش موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای بین کشورهای عضو به توسعه مبادلات بین‌المللی خواهد انجامید. در شرایطی که بخش عمده‌ای از

مبادلات خارجی کشورهای عضو از طریق موافقت‌نامه‌های مشترک تجاری بین اعضا صورت می‌گیرد، دورماندن از این موافقت‌نامه‌ها چه در سطح بین‌المللی و چه در سطح منطقه‌ای به معنای روبه‌رو شدن با موانع تجاری بیشتر و کاهش قدرت رقابتی و صادرات کشور خواهد بود.

۶. جلب سرمایه‌های خارجی: تجربه کشورهای موفق در زمینه صادرات غیرنفتی نشان داده است که بدون جلب سرمایه‌های خارجی نمی‌توان در زمینه صادرات توفیقی به دست آورد. به همین منظور باید قوانین مربوط به سرمایه‌گذاری مورد تجدید نظر قرار گیرد و دولت نسبت به تضمین امنیت مالکیت و سرمایه اقدام کند.

۷. تقویت تشکلهای صادراتی: بسیاری از تولیدکنندگان علی‌رغم تمایلی که به صدور بخشی از محصولات خود دارند، به دلیل عدم آشنایی با مسائل مربوط به صادرات قادر نخواهند بود در زمینه بازاریابی، تبلیغ، شناخت ذوق و سلیقه مصرف‌کنندگان و مانند آن رأساً اقدام کنند، حال آن‌که با ایجاد و تقویت تشکلهای صادرات مشکلات بسیاری از صادرکنندگان در زمینه بازاریابی و تبلیغات حل شده و نقش قابل ملاحظه‌ای در افزایش قدرت چانه‌زنی و قدرت رقابت در عرصه بین‌المللی ایفا می‌کنند.

در حال حاضر اتحادیه‌های متعددی در کشور فعالیت می‌کنند، اما نقش قابل ملاحظه‌ای در روند توسعه صادرات ندارند. بنابراین، باید راه‌های تقویت این اتحادیه‌ها را شناسایی و با اعطای اختیارات لازم به تقویت هرچه بیشتر آن‌ها کمک کرد.

۸. ثبات در قوانین و مقررات: یکی از عمده‌ترین مشکلاتی که صادرکنندگان و تولیدکنندگان کالاهای صادراتی با آن مواجه‌اند، تغییرات مستمر و ناگهانی مقررات و قوانین است که امنیت در سرمایه‌گذاری را به مخاطره می‌اندازد و امکان برنامه‌ریزی بلندمدت را از تولیدکننده یا صادرکننده سلب می‌کند. بنابراین، به نظر می‌رسد قوانین و مقررات برای یک دوره معقول (پنج ساله) بی‌تغییر بماند تا صادرکنندگان با امنیت خاطر اقدام به برنامه‌ریزی در این زمینه کنند.

۹. استفاده مؤثر از مناطق آزاد تجاری: هدف از تشکیل مناطق آزاد تجاری - صنعتی، کمک به تولیدکنندگان و تسریع در امر تولید از طریق استفاده از مزایایی نظیر واردات ماشین‌آلات و مواد اولیه مورد نیاز واحد تولیدی بدون طی تشریفات گمرکی و تولید و صدور

کالا در منطقه است. درحالی‌که سابقه فعالیت مناطق آزاد در کشور ما نشان می‌دهد که این مناطق در راستای اهداف تعیین شده و تحقق توسعه صادراتی کشور عمل نکرده‌اند. این مناطق به روزنه‌ای برای ورود کالاهای مصرفی به کشور مبدل شده‌اند. از آن‌جا که این مناطق برای ایجاد تأسیسات زیربنایی متکی به درآمد حاصل از واردات به کشورند، جز در چند مورد جزئی نتوانسته‌اند در جهت تولید و صدور کالاهای صنعتی حضور فعالی در بازارهای جهانی و منطقه‌ای داشته باشند.

۱۰. توجه به امر تحقیق و توسعه: یکی از رموز موفقیت بسیاری از شرکت‌های صادراتی در بازارهای بین‌المللی توجه به امر تحقیق در زمینه صادرات است. با توجه به آن‌که کالاهای صنعتی با شدیدترین رقابت‌ها مواجه‌اند، بدون ایجاد زمینه‌های نوآوری و ابتکار نمی‌توان به موفقیت دست یافت.

ایجاد مراکز طراحی برای صادرات یکی از اقداماتی است که باید به منظور گردآوری بهترین نمونه‌های کالای صادراتی کشورهای رقیب، مشخصات فنی و ویژگی‌های این کالاها و بررسی در زمینه تغییراتی که می‌تواند به افزایش توان رقابت کالای تولید شده در بازارهای مصرف کمک کند، صورت گیرد.

روند کنونی افزایش صادرات غیرنفتی و سیاست‌های مرتبط با آن

به‌طور کلی تجربه نشان داده است که تأثیر اتخاذ و اعلام سیاست‌های تشویق و تسهیلات دولت در عملکرد صادرات غیرنفتی کشور با تأخیر چندین ماهه همراه بوده است. براین اساس، توقف روند نزولی صادرات و استمرار روند صعودی آن از آبان ۱۳۷۷ به دلیل اثربخشی سیاست‌های تشویق صادرات دولت در ماه‌های اولیه سال گذشته بوده است. تمامی این راهکارهای پیشنهادی و مصوبات به استناد طرح ساماندهی اقتصادی کشور مورد توجه قرار گرفته است.

از سوی دیگر، بررسی آماری صادرات غیرنفتی در سال ۱۳۷۸ مبین رشد ۶/۱ درصدی در ارزش و رشد ۱۰/۲ درصدی در وزن صادرات است که این امر مبین تشدید روند افزایش مذکور در ارتباط با صادرات غیرنفتی است.

مهم‌ترین سیاست‌ها و خط‌مشی‌های اجرایی منبعت از طرح ساماندهی که به صورت مثبت

صادرات غیرنفتی را متأثر کرده است، عبارت‌اند از:

۱. واگذاری حق استفاده صد درصد از ارز حاصل از صادرات به همه صادرکنندگان.
۲. افزایش مهلت واریز پیمان‌های ارزی صادرکنندگان و پیمان‌های سررسید نشده گذشته.
۳. معاف کردن کالاهای نمایشگاهی از پیمان ارزی به میزان متعارف.
۴. عدم اخذ پیمان ارزی از صادرکنندگان، که از طریق گشایش اعتبار اسنادی معتبر غیر قابل برگشت، کالاهای خود را به فروش می‌رسانند.
۵. استفاده از یک درصد ارز واریزنامه‌های صادراتی برای تأمین هزینه‌های بازاریابی.
۶. فراهم شدن امکان فروش پیمان ارزی صادرکنندگان به قیمت روز قبل در بازار بورس و رفع محدودیت‌های قبلی در این خصوص.
۷. اعطای تخفیف معادل یک درصد در ماه به صادرکنندگانی که پیمان‌های ارزی را زودتر از موعد واریز کنند.
۸. اعمال محدودیت در کالاهای همراه مسافر در مواردی که به صادرات رسمی کشور لطمه وارد می‌کند.
۹. موظف شدن سیستم بانکی کشور به اعطای وام اعتبار به صادرکنندگان کالا و خدمات برمبنای اعتبار اسنادی که به نفع آن‌ها گشایش می‌یابد و تلقی این اعتبارات به عنوان اسناد بهادار.
۱۰. مکلف شدن شورای پول و اعتبار به تخصیص ۸ درصد از افزایش مانده کل تسهیلات اعتباری بانک‌ها برای پرداخت تسهیلات اعتباری به صادرکنندگان.
۱۱. ممنوع شدن دریافت هرگونه عوارض غیرقانونی از صادرات کالا و خدمات از مقامات استانی و محلی.
۱۲. موظف شدن بانک مرکزی به اعطای اعتبار صادراتی به کشورهای خریدار کالاهای ایرانی در هر سال.
۱۳. معافیت صادرکنندگان محصولات صنایع دستی از پیمان‌سپاری ارزی.
۱۴. رفع محدودیت از صادرات برخی از کالاها از سوی شورای عالی صادرات.
۱۵. کاهش بوروکراسی در گمرک، مکانیزه شدن روش‌های گمرکی و در نتیجه آن کاهش مراحل صدور کالا.

۱۶. تخصیص ارز به صنایع صادراتی از سوی وزارت صنایع براساس مصوبات شورای عالی صادرات.

۱۷. رفع محدودیت صادرات پسته از سوی اتحادیه اروپا براساس مذاکرات تجاری فی‌مابین نمایندگان آن اتحادیه و مقامات ایرانی.

۱۸. تشکیل مرکز خدمات صادراتی در اجرای بند ۲۷ تصویب‌نامه شماره ۳۵۹۸۵ مورخ ۱۳۷۷/۶/۳ (مصوبه ساماندهی) با هدف ارائه خدمات به صادرکنندگان با حضور ۲۶ وزارتخانه و دستگاه اجرایی ذی‌مدخل در امر صادرات.

۱۹. تشکیل میز کالا و میز فرش براساس بندک تبصره ۵ قانون بودجه که در ارتباط با عملکرد میز فرش به مواردی مانند تهیه مقدمات یک طرح جامع آمارگیری فرش، تهیه آیین‌نامه جلوگیری از تولید و صدور فرش‌های نامرغوب و تهیه آیین‌نامه اجرایی قانون بیمه، بازنشستگی، فوت و از کارافتادگی قالیبافان به استناد مصوبه مورخ ۱۳۷۶/۹/۱۱ مجلس شورای اسلامی.

۲۰. اقدام برای صدور روادید ۷۲ ساعته برای تجار و خریداران کالاهای ایرانی.

۲۱. کاهش قیمت کالاهای صادراتی از سوی کمیته نرخ‌گذاری به میزان متوسط ۳۰ درصد از یک طرف و از سوی دیگر مجاز بودن صادرکنندگان برای فروش و اریزنامه ارزی خود در بازار بورس به‌طور غیرمستقیم، که این مسأله با توجه به افزایش نرخ ارز در بازار آزاد و محدودیت‌های ارزی، حاشیه سود صادرکنندگان را بالا برده و انگیزه آن‌ها را برای صادرات افزایش داده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

اگر با افزایش صادرات به دنبال مثبت‌کردن تراز پرداخت‌ها هستیم، باید ساختار صادراتی کشور را در جهت صدور کالا با مسائل اقتصادی و اجتماعی هماهنگ کنیم. در این صورت، صادرات کشور تابعی از واردات نخواهد بود بلکه متأثر از توان و امکانات تولید داخلی خواهد شد.

کارکنان واحدهای تولیدی باید بیاموزند که رفاه جامعه و افزایش درآمد ارزی کشور به مرغوبیت و کیفیت محصولات بستگی دارد، ضمن آن‌که مدیران و صاحبان صنایع باید به این

حقیقت به طور کامل واقف شوند که با اتکای صرف به بازار داخلی نمی توان سودآوری واحدهای تولیدی یا تداوم فعالیت های آنها را در درازمدت تضمین کرد.

از سوی دیگر، گسترش بازارها از طریق عدم اتکا به بازارهای سنتی و یافتن بازارهای جدید یکی دیگر از مواردی است که باید مورد توجه قرار گیرد. در مورد صادرات غیرنفتی شایان توجه است که چند کشور محدود در بازارهای صادراتی ایران حائز بیشترین سهم بوده اند. این امر حساسیت روابط اقتصادی و سیاسی ما را با این کشورها نشان می دهد. بنابراین، عملکرد اقتصاد کشور از دیدگاه درهم آمیزی با اقتصاد جهانی طی دو دهه گذشته بسیار محدود بوده است، به طوری که سهم ایران در تجارت بین المللی با توجه به جمعیت، وسعت، منابع و موقعیت استراتژیک در منطقه و جهان اندک است.

درخاتمه، در تحلیل وضعیت صادرات غیرنفتی در ماه های آغازین سال ۱۳۷۸ و سپس توقف و کاهش آن در ماه های پایانی سال در مقایسه با ماه های مشابه سال ۱۳۷۷ این سؤال مطرح می شود که چرا علی رغم اجابت همه خواسته های صادرکنندگان در سال های اخیر — نظیر افزایش زمان تسویه پیمان، اختصاص تمام ارز حاصل به صادرکنندگان، اجازه انتقال ارزهای حاصل به غیر، افزایش نرخ ارز مد نظر صادرکنندگان در بازار بورس و کاهش نرخ های صادراتی — باز هم وضعیت صادرات غیرنفتی بهبود نیافته و اهداف مد نظر همچنان دور از دسترس است؟ در این خصوص باید متذکر شد که مشکل صادرات کشور در مرحله صدور و تسهیلات مربوطه خلاصه نمی شود که با ارائه تسهیلات جان تازه ای در آن دمیده شود، بلکه مشکل صادرات غیرنفتی کشور نهفته در خود صادرات است که به نحوی از انحاء با بخش های تولیدی کشور ارتباط مستقیم و ساختاری دارد.

لذا صادرات ناشی از ارائه مشوق های مقطعی قابلیت تداوم ندارد و ضمن متأثر کردن اقتصاد داخلی ثبات بازارهای خارجی را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد. از این رو، ضمن ارزیابی مثبت از برخی از مصوبات طرح ساماندهی اقتصاد کشور در خصوص صادرات غیرنفتی مبنی بر کاهش یا حذف قوانین و مقررات زائد، مهم ترین راهکارها و پیشنهادها در راستای برنامه سوم توسعه به منظور ایجاد بستر مناسب برای تداوم در رونق صادرات ارائه می شود.

۱. توسعه و تقویت آموزش نیروی انسانی کارآمد در زمینه تجارت خارجی و تخصصی

نمودن فعالیت‌ها در بازرگانی.

۲. ایجاد ارتباط منطقی با اقتصاد جهانی و سازمان‌های تجاری بین‌المللی و منطقه‌ای در چارچوب مصالح کشور.

۳. شناسایی خدمات فنی و مهندسی قابل عرضه به کشورهای خارجی.

۴. گسترش پایه صادرات کشور در صنایع کوچک و متوسط.

۵. جلوگیری از خروج بی‌رویه برخی محصولات استراتژیک از طریق کالاهای همراه مسافر.

۶. افزایش مهارت و سطح آموزش نیروی کار.

۷. ایجاد مکانیزم بسته‌بندی کالا در چارچوب استانداردهای جهانی و افزایش آگاهی صادرکنندگان در این مورد.

۸. هدایت مصرف داخلی و متناسب با امکانات، با هدف گسترش صادرات و اعمال صرفه‌جویی در مصرف بخش دولتی و خصوصی.

۹. جهت‌گیری یارانه‌ها به سمت بخش‌های تولیدی که قدرت خلق مزیت در آن‌ها است.

۱۰. شفافیت حیطه مالکیت و فعالیت بخش خصوصی، سرمایه‌گذاری خارجی و سرمایه‌گذاری داخلی و ایجاد زیربناها برای افزایش تولید و اشتغال در بعد صادرات.

۱۱. غلبه روحیه کارآفرینی بر تفکر و اندیشه تجاری.

۱۲. کاهش دادن انحصارات و ایجاد فضای رقابت‌آمیز برای تولید.

۱۳. شناسایی بازارهای جدید و ایجاد ظرفیت در آن‌ها و حفظ بازارهای موجود.

۱۴. در نظر گرفتن فرهنگ و سلیقه‌های مصرف‌کنندگان از قبیل نوع طراحی، رنگ‌آمیزی، اندازه، قدرت خرید طبقات مصرف‌کننده و تولید و عرضه متناسب با آن.

۱۵. آشنا کردن صادرکنندگان به نحو روشن و ساده با مقررات و روش‌های صادراتی.

۱۶. توسعه صنایع بسته‌بندی از نظر کمی و کیفی، زیرا اولین برخورد مشتری در حقیقت با

بسته‌بندی کالا است و باید در بسته‌بندی‌ها، اندازه، استحکام، رنگ، اطلاعات راجع به کالا، طرز استفاده و جز آن آورده شود.

۱۷. ایجاد تعاونی و اتحادیه‌های تخصصی راجع به کالاهای خاص که این اتحادیه‌ها باعث

همپاری و همفکری بیشتر و رقابت کمتر گردد و بسیاری از اطلاعات و تحقیقات لازم را که

یک فرد قادر به انجام آن نیست انجام دهد و با هزینه کمتر در اختیار اعضا قرار دهد.

۱۸. توسعه مراکز موجود در جهت جمع آوری اطلاعات دقیق و کامل در رابطه با بازارهای خارجی شامل روش های تبلیغات، حجم بسته بندی، ذائقه افراد و تبلیغات درست به منظور شناساندن توانمندی های کشور در بازارهای مذکور.

۱۹. رعایت همیشگی سه نکته در تجارت خارجی کشور یعنی پایداری بازار، اندازه بازار و رشد بازار.

مآخذ

- وزارت صنایع، استراتژی توسعه صنعتی ایران، انجمن مدیران صنایع، جلد های ۱ و ۲.
- اخوی، احمد، تجارت بین الملل، استراتژی بازرگانی و توسعه اقتصادی، چاپ اول، خرداد ۱۳۷۳.
- گمرک ج.ا. ایران، «آمارهای ماهانه صادرات کشور».
- پورمقیم، سید جواد، تجارت بین الملل، نظریه ها و سیاست های بازرگانی، چاپ سوم، ۱۳۷۵.
- ترازنامه بانک مرکزی در سال های مختلف.
- مرکز توسعه صادرات، «طرح ساماندهی اقتصادی و جهت گیری صادراتی در طرح ساماندهی اقتصادی»، ۱۳۷۷.
- سازمان تجارت جهانی، آمار سال های مختلف.
- IMF, *World Economic Outlook*, May 1994.