

## ضرورت تدوین سند راهبردی واردات

■ کیومرث فتح الله کرمانشاهی  
معاون سازمان توسعه تجارت ایران

اهداف جهاد اقتصادی جز در سایه توسعه صادرات غیرنفتی محقق نمی‌شود؛ به این معنا که اگر بخواهیم در مباحث اقتصادی به درستی عمل کنیم، باید به برنامه‌ها و اسناد بالادستی نظیر سند چشم‌انداز، اصل ۴۴ قانون اساسی و قانون برنامه پنجم توسعه به همراه قوانینی که در حوزه تجارت کشور مطرح است، نگاه جدی داشته باشیم. از این رو، اگر مشکلات بر سر راه اجرای قوانین یادشده از میان برداشته شود، باید همه دست به دست هم دهند تا مسیر صادرات و صادرکنندگان کشور را هموار کنند، این در حالی است که تجارت امری فرابخشی است و تمامی دستگاه‌های اجرایی در آن، وظیفه دارند به مسئولیت‌های خود بخوبی عمل کنند. واقعیت این است که تجارت جاده‌ای دو طرفه است که یک سوی آن مدیریت واردات و سوی دیگر آن، مدیریت صادرات است؛ در این میان، سازمان توسعه تجارت ایران به عنوان متولی تجارت خارجی، در تلاش است به عنوان یکی از فعالان عرصه رونق‌بخشی تجارت، آینده خوبی را برای صادرات غیرنفتی کشور رقم زند.

در حوزه مدیریت صادرات، سند راهبردی توسعه صادرات غیرنفتی کشور تدوین شده که در آن، وظیفه هر دستگاه مشخص است. در این میان، به نظر می‌رسد برای مدیریت بهتر واردات نیز باید سند راهبردی تدوین شود که در آن موضوع واردات که مقوله‌ای مهم در امر تجارت به شمار می‌رود، مدنظر قرار گیرد و وظایف تمامی دستگاه‌های دولتی و خصوصی، تعاونی و وزارتخانه‌های مختلف مشخص شود؛ چه اینکه هم‌اکنون کشور در مسیری قرار گرفته که برابری صادرات و واردات را دنبال می‌کند؛ نسبتی که ظرف ۱۰ سال اخیر، بتدریج از ۷ به ۱ به سمت ۲ به ۱ پیش رفته است.

آمار ۱۲ ماهه صادرات غیرنفتی در کشور نشانگر این است که صادرات غیرنفتی در سال ۸۹ با احتساب میعانات گازی ۳۲ میلیارد دلار، بدون احتساب میعانات گازی ۲۶٫۳ میلیارد دلار و با احتساب خدمات فنی و مهندسی به ۳۶ میلیارد دلار و با احتساب صادرات سایر بخش‌های خدماتی مثل گردشگری، آی‌تی و حمل‌ونقل از مرز ۴۰ میلیارد دلار نیز عبور کرده است. میزان واردات کشور به صورت تخمینی در سال ۸۹ معادل ۶۸ میلیارد دلار برآورد می‌شود که حتی اگر به ۷۰ یا ۷۵ میلیارد دلار هم رسیده باشد، نسبت صادرات به واردات ۱ به ۲ است که سال گذشته در حوزه صادرات غیرنفتی اتفاق افتاده است. فراموش نکنیم که رقم صادرات غیرنفتی کشور در سال ۸۹ در شرایطی محقق شده است که تهدیدهای خارجی، بحران‌های اقتصادی و مسائل داخلی، از جمله تسهیلات بانکی، نرخ ارز و کمبود منابع مالی جوایز صادراتی گریبانگیر صادرات غیرنفتی کشور است.

### برابری صادرات و واردات؛ چگونه؟

باید به سمت حل مشکلات، بهبود فضای کسب‌وکار، و رونق اقتصاد و تجارت پیش رفت و سازمان توسعه تجارت نیز به عنوان دستگاه متولی امر تجارت خارجی، علی‌رغم اینکه تجارت را موضوعی فرابخشی می‌داند، به عنوان محور کار، نقش اصولی بازی می‌کند و تلاش دارد در قالب کارگروه توسعه صادرات غیرنفتی و کارگروه ساماندهی واردات، اهداف جهاد اقتصادی را در حوزه تجارت خارجی محقق کند.

در این راستا، هدف‌گذاری برابری صادرات و واردات در سال ۹۰، در نظر گرفته شده است و وزارت بازرگانی برنامه‌هایی را تدارک دیده است که دامنه آن از نهضت کاهش قیمت تمام‌شده، آمایش تجاری و فراهم‌سازی زیرساخت‌های تجارت تا تحقق اهداف سند راهبردی صادرات غیرنفتی کشور کشیده شده است.

البته به نظر می‌رسد اتفاقات منطقه‌ای و تغییر در اوضاع اقتصاد دنیا، بازارهای هدف صادراتی را تغییر داد و با توجه به اتفاقات سیاسی در کشورهای عربی و آفریقایی و نیز وقایع کشورهای آسیای جنوب‌شرقی بازارهای هدف را باید مورد بازنگری قرار داد. اما با هماهنگی بیشتر از گذشته، تمامی دستگاه‌های اقتصادی کشور در رابطه با صادرات غیرنفتی باید به نحوی عمل کنند که اولویت‌های برنامه پنجم که توسعه صادرات محصولات های‌تک، برندسازی، توجه به صنایع دستی و مباحثی از این دست بوده و در فصول مختلف برنامه پنجم در نظر گرفته شده است، عملیاتی شود. فراموش نکنیم که کشور همچنان با محدودیت‌های ناشی از تحریم تجاری دست و پنجه نرم می‌کند که البته با مدیریتی که در این رابطه از سوی دولت در حال انجام است، کم‌رنگ شده است، چرا که عزم دولت از میان برداشتن مشکلات صادرکنندگان است.

بنگاه‌های کوچک و متوسط، اعم از مدیریتی، مالی، بازاریابی، نیروی انسانی، عملیاتی، تحقیق و توسعه، کوچک بودن مقیاس تولید و عملیات بنگاه‌ها عموماً در سطح ملی، بویژه در سطح منطقه‌ای و جهانی و فقدان یا ضعف نام و نشان‌های بنگاه‌ها و محصولات ایران در تقریباً تمامی بازارهای جهان اشاره کرد. از سوی دیگر، وضعیت صادرات کالا و خدمات صادراتی فعلی به گونه‌ای است که سودآوری نسبی زیربخش‌های اقتصادی «قابل تجارت خارجی» نسبت به «غیرقابل تجارت خارجی» پایین است، در حالی که شمار زیاد محصولات (کالا و خدمات) تولید داخلی در زمینه‌های متنوع، جای تأمل دارد.

پیشنهاد دولت این است که ظرفیت‌های صادراتی کشور و تولید کالاها و خدمات جدید صادراتی متنوع‌تر شود و ظرفیت‌های طراحی، مهندسی، برنامه‌ریزی، نصب، راه‌اندازی، تولید و... متناسب با نیازهای صادراتی در برنامه‌ها پررنگ‌تر شود تا اثر ضعف مناسبات دوربرد تأمین‌کننده - مشتری با کانال‌های توزیع و مشتریان در بازارهای صادرات خنثی شود؛ چه اینکه برای ماندگاری در بازارها و تنوع بازارهای صادراتی کالاها و خدمات ایران و روابط اقتصادی کشور ضرورت دارد ارتباطات بازاریابی با بسیاری از بازارهای پیرامونی و توسعه روابط اقتصادی تجاری با بسیاری از کشورها، بویژه کشورهای اسلامی تقویت شود. افزون بر اینها، وزرای عضو کارگروه صادرات کشور با اشاره به برخی ضعف‌های موجود بر جدی گرفتن تأثیر پیامدهای برخی متغیرهای کلان اقتصادی بر صادرات و رفع دشواری‌های کنونی در دسترسی به بازارهای بزرگ و پیشرفته تأکید و اصرار دارند.

### چالش‌ها و راهکارهای تازه

برابر با سند راهبردی توسعه صادرات غیرنفتی کشور، پیامدهای اجرای قانون هدفمندکردن یارانه‌ها بر قیمت تمام‌شده، اثرات بحران مالی و اقتصاد جهانی در صورت تداوم و تنگناهای ناشی از تحریم‌های بین‌المللی را باید جدی‌تر گرفت و برای دستیابی به اهداف صادراتی، سیاست تخصیص مشوق‌های صادراتی و حمایت‌های ترویجی صادرات به روال سال‌های گذشته نیز حمایت‌های دولت از صادرات غیرنفتی ادامه یابد تا دست‌کم جذابیت صادرات در حد فعلی پایدار بماند و سرانجام اینکه ۲ راهکار مورد تأیید دولت این است که برای تحقق اهداف صادراتی کشور در افرق ۱۴۰۴ باید نرخ ارز واقعی شود و تورم یک رقمی باشد.