



ضرورت گسترش فرهنگ عمومی صادرات کالا

تحلیلی پیرامون طرح منطقه ای کردن صادرات کشور

نوشته: دکتر میرهادی زاده

هدف های کلان صادراتی، مشارکت همه دست اندرکاران بخش های خصوصی، تعاونی و دولتی خواسته شده و ضرورت برنامه ریزی منطقه ای و استانی، نظارت کمیته های صادراتی استانها برای بارور شدن توان صادراتی ۲۸ استان کشور یادآوری و تاکید شده است که می باید فرهنگ عمومی صادراتی کشور گسترش یافته و کارآیی آن آشکار گردد.

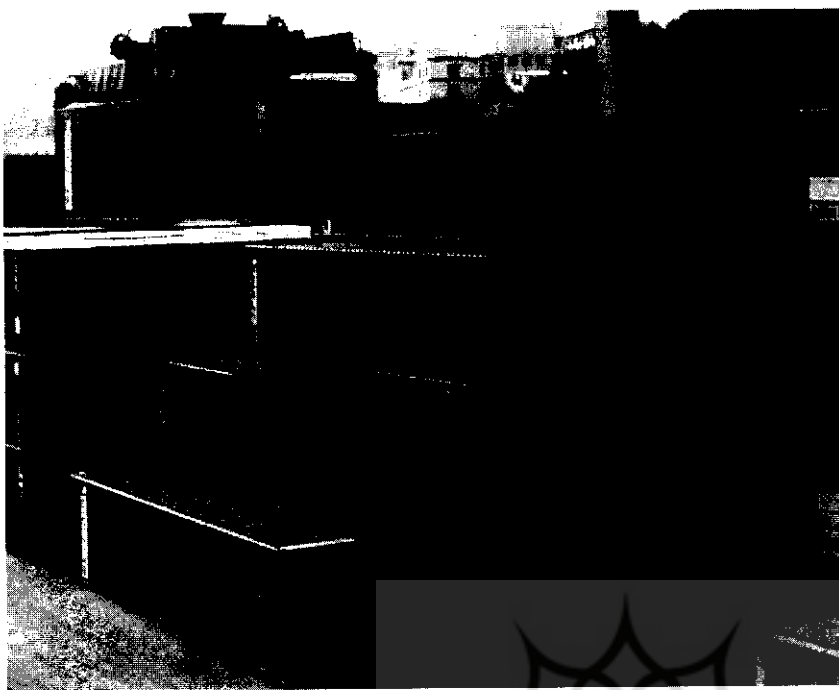
سهیمه ارز آوری برای ۲۸ استان بر اساس مازادهای صنعتی و کشاورزی قابل صدور جمعاً ۵۱۶۸/۸۹ میلیون دلار، ارزش فروش صادراتی تعیین گردیده است. دو مزیت عمده ای سهمیه بندی، شناخت پتانسیل صادراتی از یکسو و درجه تخصص های استانی از دیگر سو در امور تولید می باشد.

از ارزش فروش کل صادرات، حدود ۴۵/۴ درصد سهم چهار استان آذربایجان شرقی، خوزستان، کرمان، و همچنین استان فارس است. مزیت آذربایجان شرقی در صادرات فرش و صنایع دستی در (رتبه اول) و خوزستان در حدود محصولات پتروشیمی (رتبه دوم) و مزیت فارس و کرمان در صادرات محصولات کشاورزی

هنگام از ساخت و کارهای تسهیلات صادراتی و در نهایت تحقیق در روش های بازاریابی خارجی است. غالباً راهبردهای کلان توسعه اقتصادی رویکردی به توسعه صادرات دارد، ولی نمی تواند فرهنگ عمومی توسعه صادرات را پدید آورده خواسته های منطقی تولید کنندگان و صادر کنندگان را برای ایجا صنایع و خدمات صادراتی و تسهیلات ارزی و تجهیزات ضروری جامه عمل بپوشاند. چه اگر اجرای راهبردهای کلان، عجولانه و بدون هوشیاری پیشرفت نماید، قیمت محصولات صادراتی در حد مطلوب قرار نگیرد صادرات با خطر شکست روبرو خواهد شد، لذا ضرورت منطقه ای کردن صادرات پیش می آید.

طرح استانی کردن صادرات غیر نفتی یقیناً بر اساس تجربه وسیله کمیته صادرات غیر نفتی بر مبنای اصول یادشده، تنظیم و در هفته اول خرداد ماه سال جاری انتشار یافته است. در متن خبر، برای تحقق

جدا از نظریه های موجود اقتصاد توسعه، ارتقا فرهنگ صادرات از محوری ترین مباحث رشد بازرگانی - داخلی و خارجی - می باشد و محوری بودن آن نیز استوار بر دانائی و هوشیاری عموم دست اندرکاران اعم از سیاست گذاران، تولید کنندگان، بازرگانان و حتی خانوارهای شهری و روستائی است. محصول دانائی و هوشیاری، کشف عرصه هایی نوین برای تحقق فرهنگ صادرات یعنی تعیین ظرفیت ها بر اساس جمعیت و قدرت خرید بازارها، توجه یافتن مردم هر منطقه به ضرورت ایجاد و توسعه ارتباطات بازرگانی از جمله توسعه خدمات حمل و نقل، گمرک، پایانه های صادراتی، ایجاد شبکه های بخش و فروش، تبلیغات و شناسائی انواع رسانه های گروهی، قوانین و مقررات صادراتی - مشروط به تفسیر به



هزینه تولید آنها نسبت به کالاهای خارجی وارداتی کمتر است و یا تولید و صادرات محصولاتی را که موجب کاهش نیازمندیهای ارزی کشور می‌گردد؟ در این مورد مطالعه منابع تولید کشاورزی و صنعتی پیش رو قرار می‌گیرد و محاسبات گوناگونی می‌باید از لحاظ برآورد عوامل تولیدی، مقدار تولید محصولات سودآورتر بر حسب شرایط مبادله در بازارهای خارجی که غالباً از بی ثباتی دوره‌ای نیز متاثر می‌شوند به عمل آورده شود.

بیان دیگر ضرورت‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ایجاد فرصت‌های اشتغال مولد و جلوگیری از مهاجرت نیروی انسانی از نقاط

برنامه‌ریزی منطقه‌ای و نظارت بر عملکردهای استانها و تلاش علمی، تبلیغی و تحقیقی برای باور کردن فرهنگ عمومی صادراتی است که این چند مورد از هر نظر قابل دقت و تأمل است چرا که تنگناها و محدودیت‌ها عمدتاً در این زمینه پدید می‌آمده و نظارت‌ها را زیر پرسش قرار می‌داده است. لذا، مسائل بنیایی در این عرصه‌ها قابل توضیح بیشتری است.

اولاً، بیان ضرورت‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دلالت بر انتخاب طرح‌های استانی توسعه از لحاظ سیاست بازرگانی خارجی دارد، اینکه آیا بهتر است تولید و صادرات محصولاتی را تشویق نمود که

(در رتبه سوم است) و چهار استان دیگر نیز به ترتیب مزیت‌هایی در صادرات کالاهای صنعتی دارند که در مراتب بعدی قرار گرفته‌اند.

لذا، سهم ۲۰ استان بقیه بالغ بر ۱۴۳۴۶۷ میلیون دلار یا ۲۷/۷۴ درصد می‌باشد.

حداقل ارزآوری سهم استان بویر احمد و حداکثر ارزآوری سهم استان آذربایجان شرقی است که سهم کهگیلویه و بویر احمد ۲/۸۳ میلیون دلار است و نسبت به کل حدود ۶۶۴ ریال و سهم آذربایجان شرقی ۶۶۴ میلیون دلار به تناسب، تعیین شده است.

اصالت این شناخت به طور یقین پس از اجرای طرح‌های جامع احیا و توسعه منابع، وسیله وزارتخانه‌های کشاورزی و صنایع و معادن و سایر سازمانها، بعد از انقلاب اسلامی، به دست آمده و هزینه‌های مطالعاتی کلانی را تحمل نموده است. بنابراین این طرح مورد بحث دارای یکی از عمده‌ترین وجوه دانائی و هوشیاری است که گام محکم برای حرکت اولیه می‌باشد.

مطالعه نوع صادرات مورد پیش بینی
نشان می‌دهد که سهم فرآورده‌های کشاورزی از کل فروش محتمل صادراتی ۲۱/۲۸ درصد، فرش و صنایع دستی - تا حدودی وابسته به کشاورزی - معادل ۳۱/۲۰ درصد، محصولات پتروشیمی ۱۰/۴۴ درصد، فلزات و معادن ۶/۳۸ درصد و کالاهای صنعتی (ساخته شده و آماده) با در نظر گرفتن صنایع مواد غذایی و یا تبدیلی و تکمیلی، حدود ۴۱/۵۹ درصد و دارای بالاترین سهم ارزآوری است. همچنین مطالعه مزبور نشان می‌دهد که کل ارزآوری سال ۷۷، خیلی نزدیک به هدف‌های صادراتی پیش‌بینی شده برای برنامه پنج ساله دوم توسعه اقتصادی و اجتماعی است که ۵/۷ میلیارد دلار بوده است.

ضمانت اجرایی طرح نیز ضرورت‌های

ارزهای حاصله از محصولات صادراتی می‌باید صنایع را به سوی بهره‌وری بهینه هدایت کند، بیکاری‌های آشکار و پنهان را به حداقل برساند و رشد اقتصادی یا سودآوری ملی را بیافزاید تا به مرحله توزیع عادلانه درآمدها نزدیک شویم

اجتماعی و اقتصادی در همان منطقه و یا مناطق دیگر نماید.

مسئولان نظارت بر عملکردها باید به تعیین ضریب های فنی، اقتصادی و اجتماعی نیز پردازند که شامل تعیین قدرت تولید کار (نسبت کار به ارزش یا مقدار محصول)، تعیین بازده کشاورزی (تولید واحد سطح یا واحد دامی)، تعیین میزان سرمایه گذاری در یک رشته تولیدی برای تحصیل مقدار معین تولید، تعیین ضرایب مصرف مواد و کالاهای واسطه در هزینه کل تولید مثلاً برای تولید یک تن گندم و یا یک تن مس، تعیین ضرایب کشتش تقاضای کالاهای مختلف به از تغییرات سطوح درآمدها و قیمت ها و نظایر آنها و در نهایت جمع آوری، طبقه بندی و نمایش آمار و نشر آنها برای اطلاع اهالی منطقه و کشور است.

ثالثاً، توجه سیاست های صادراتی برای ارتقا فرهنگ عمومی و جلب مشارکت مردم در طرح های منطقه ای، سومین هدفی است که در طرح مورد بررسی، بدان توجه شده است و چنانچه با تلاش هایی تحقیقاتی و تبلیغاتی شایسته همراه نباشد موجبات بارور شدن فرهنگ صادراتی پدید نخواهد آمد.

ویژگی های برنامه گذاری منطقه ای، برنامه گذاری منطقه ای ویژه صادرات استانی بر خلاف برنامه ریزی جامع توسعه صادرات کشوری، از این مزیت برخوردار است که بجای چاره اندیشی کلی و اجرایی برای سراسر کشور، می تواند میان وسایل و مقاصد محلی همسازی و پیوستگی ایجاد کند، و یا با رعایت اصل تقدم و ترتیب (اولویت ها) از شیوه های پیش نگری پدیده ها بهره گیری و سریعاً به ارزیابی اثرهای فعالیت پردازد و دستگاههای اجرایی را با انتظارات نوین دولت نیز برای اصلاحات همگام ساخته رشد تولید و یا رشد صادرات را بر حسب هدفهای انسانی

نظارت مستمر بر عملکردها به مفهوم ایجاد نوعی تساوی شرایط - عدل و قسط - برای افزایش درآمد سرانه و تعمیم عدالت اجتماعی است

راه توسعه اقتصادی و اجتماعی پدید نیورد. شرکت های تعاونی تولید زراعی و دامی و صنعتی از عمده ترین بازوهای این برنامه ریزی بشمار می آیند که سالمتر و مطمئن تر عمل می کنند.

ثانیاً، نظارت بر عملکرد صادراتی استانهاست که از جمله اصول پذیرفته شده برنامه گذاری های منطقه ای است، تا پیوندی میان برنامه های ملی و ویژه به وجود آمده، روح ابتکار میان دستگاههای اجرایی محلی و بخش های صادراتی تحریک و کوشش همگانی به سوی اقتصادی کردن نتایج تلاش ها معطوف گردد. چرا که نظارت مستمر بر عملکردها به مفهوم ایجاد نوعی تساوی شرایط - عدل و قسط - برای افزایش درآمد سرانه و تعمیم عدالت اجتماعی است و یا به این معنی که بهره برداری از منابع ممتاز و سرشار یک منطقه پیش افتاده کمک موثر به ایجاد بنیانهای تازه

کم بازده و عقب افتاده به نقاط دیگر کشور می باشد. این ضرورتهای نگاهی به برنامه ریزی رشد اقتصادی نیز دارد. زیرا که برنامه ریزی منطقه ای و استانی و یا تنظیم برنامه بر شرایط خاص هر استان و شهرستانهای آن بستگی می یابد که آثار نامطلوب بر کل اقتصاد ملی بر جای نگذارد. لذا ضروری به نظر می رسد که میزان رشد هر منطقه با توجه به ظرفیت ها و مزیت هایی که آن منطقه در تولید و مصرف از سرمایه و منابع ملی دارد، محاسبه گردد. این بررسیها ضرورت مطالعه تحول تقاضای داخلی و تحول تقاضای خارجی را نیز در بر می گیرد. اما مرحله نخستین این برنامه ریزی با دولت است و در مراحل بعد تکالیف بخش های خصوصی و تعاونی در نظام بهره برداران تعیین می گردد تا تصمیم های دور از ملاحظه برخی از صاحبکاران اقتصادی موانع اضافی بر سر



هر منطقه با تکیه گاههای فرهنگ و روحی تضمین نماید. این روشها بار سنگین مالی هم نخواهند داشت. از نیکوترین اثرهای برنامه ریزی استانی تسهیل ارتباطات اقتصادی با خارج از کشور، از نظر وجود اطلاعات استانی قابل اعتماد در مورد هر یک از محصولات تولیدی و یا جذب سرمایه گذاری خارجی برای بهره برداری از مزیت های آب و خاک، معادن و صنایع و دیگر منابع استانی است. در شرایط فعلی نیز که طرحهای جامع استانها اجرا شده این چنین اطلاعات فراهم گردیده ولی به مرور ایام، نیاز به تجدید نظر و به روز درآوردن ارقام و تکمیل مطالعات اولیه دارند.

بدیهی است کمیته های ویژه هر یک از استانها، با همکاری دانشگاههای خود، می توانند در هر مورد اطلاعات صحیح تر و دست اول و جدید در اختیار سرمایه گذاران قرار دهند، چرا که کیفیت خوب و ارزشمند اطلاعات، در کار برنامه ریزی های صادراتی، نیاز به فرضیه سازی را از میان

عوامل فیزیکی تولید (ماشین آلات و مواد واسطه) همچنین، محدودیت تولید و یا تهیه کالاهای سرمایه ای، دانش ها و فن آوری، رقابت کشورهای پیشرفته، نقایص ایجاد واحدهای تولیدی در استانها، پر شمار بود. با احداث صنایع، در (ذوب فلزات و پتروشیمی) هم صنایع جانشین نفت را تأمین نمودیم و هم به احداث صنایع کالاهای مصرفی همت گماردیم، لذا دوره احداث صنایع نوزاد تبدیلی و تکمیلی و کشاورزی را ضمن حمایت از اینگونه فعالیت های تولیدی پشت سر نهاده ایم و با احداث صنایع مادر کشور اسلامی ایران در مرحله بهره گیری از تفکر صادراتی قرار گرفته است. ارزهای حاصله از محصولات صادراتی می باید صنایع را به سوی بهره وری بهینه هدایت کند، بیکاری های آشکار و پنهان را به حداقل برساند و رشد اقتصادی یا سودآوری ملی را بیافزاید تا به مرحله توزیع عادلانه در آمدها نزدیک شویم. اما در تابلوی امکانات صادراتی که از طرح

و نمودار امکانات منطقه ای کشور می باشد و ضمن آن سهم های ارز آوری از بخش های کشاورزی و صنایع محصولات مصرفی و محصولات اختصاصی هر یک از پنج گروه طبقه بندی شده نیز قابل توجه است.

به طوری که ملاحظه می شود قابلیت صادراتی ۸ استان پر جمعیت حدود ۷۴/۱۸ درصد از کل سهم ارز آوری است و بقیه ۲۰ استان دیگر، با داشتن نقاط غیر برخوردار و محروم حدود ۲۵/۸۲ درصد پیش بینی شده است که مورد ارزیابی کارشناسی بر اساس وضع موجود هم قرار گرفته است.

محصولات پتروشیمی و فلزات ویژه استانهای آذربایجان شرقی، اصفهان، و خوزستان و فارس و استان مرکزی است. عمده ترین منطقه ارزآوری کشاورزی استان کرمان است که اختلاف بارزی با صادرات کشاورزی ۲۷ استان دیگر دارد. زیرا که مصارف داخلی مانع از صدور حجم بزرگ محصولات کشاورزی است.

طبقه بندی ارزش سهمیه صادرات استانها در سال ۱۳۷۷

گروه ها	سهم دلاری به (میلیون دلار)	سهم ارزشی درصد به کل	استانهای مشمول طرح توسعه صادرات	تعداد استان	طبقات ارزش میلیون دلار
۱	۲۳۴۶/۰۵	۲۵/۳۹	آذربایجان شرقی، خوزستان، خراسان، اصفهان	۴	۵۰۰ تا ۷۰۰
۲	۱۴۸۸/۱۷	۲۸/۷۶	کرمان، فارس، تهران و مرکزی	۴	۲۰۰ تا ۵۰۰
۳	۵۴۹/۶۶	۱۰/۶۳	همدان، مازندران، آذربایجان غربی و زنجان	۵	۱۰۰ تا ۲۰۰
۴	۵۴۳/۸	۱۰/۳۲	کرمانشاه، بزد، لرستان، گلستان، قزوین، قم و سمنان	۷	۵۰ تا ۱۰۰
۵	۲۵۱/۲۱	۴/۸۷	اردبیل، کهگیلویه، چهارمحال و بختیاری و استان سیستان و بلوچستان	۲۸	کمتر از ۵۰ تا ۵۰
جمع	۵۱۶۸/۸۹	۱۰۰		۲۸	حدادف ۲/۸ حدادکثر ۶۶۴

می برد و برای این منظور چه بهتر که تابلوی منطقی امکانات و مزیت ها تنظیم گردد که خود نمودار توسعه فرهنگ صادراتی خواهد بود.

ارزیابی تنگناها در برابر امکانات توسعه صادرات از مناطق کشور
در سال های دورتر گذشته، کافی نبودن

گسترش فرهنگ صادرات در سطوح استانی اقتباس و تنظیم شده، وضع ارز آوری استانها نمودار هماهنگی نداشته و از وجود تنگناهای توسعه نیز خبر می دهد. از این نظر می توان وضع مناطق ۲۸ گانه را به ۵ گروه طبقه بندی نموده، سهم صادراتی و امتیازات هر گروه را برای توسعه صادرات نمایش داد. جدول ذیل برای این مقصود تهیه شده

منابع:
اعلامیه کمیته توسعه صادرات غیر نفتی کشور - پنجمین ۷ خرداد ماه ۱۳۷۷
روزنامه اطلاعات، همچنین یادداشت های شخصی نگارنده.