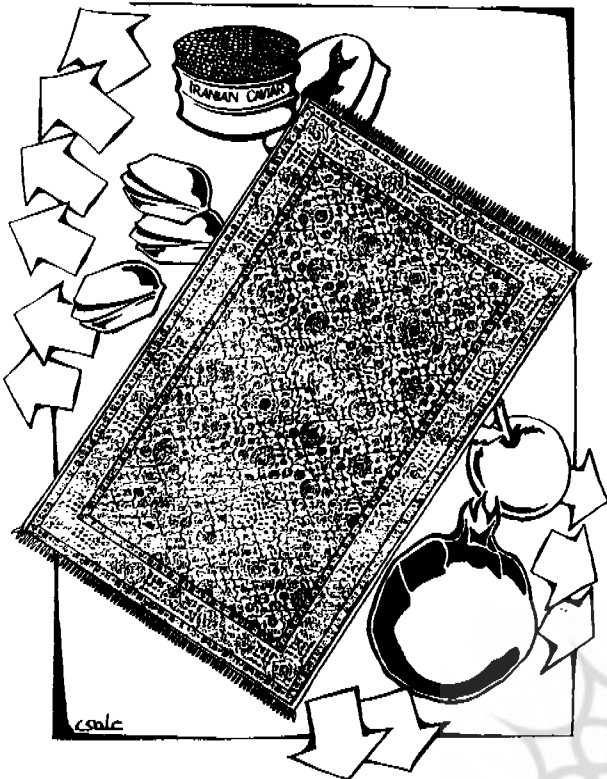


تثبیت وضعیت برای هجوم صادراتی



اشاره:

دستیابی به استقلال اقتصادی از آرمان‌های نظام جمهوری اسلامی است که تا کنون به لحاظ وابستگی شدید به درآمد حاصل از صادرات نفت، میسر نشده است.

تأکید مقام معظم رهبری بر جدا شدن اقتصاد کشور از نفت و اتکا بیشتر بر امکانات و استعدادها داخلی، سبب شده است که بررسی‌ها و پژوهش‌های کارشناسی برای طراحی برنامه بلندمدت اقتصاد بدون نفت، با جدیت بیشتری دنبال شود.

توسعه صادرات کالاها و خدمات غیر نفتی، موتور محرکه اقتصاد بدون نفت تلقی می‌شود. در این راستا، کارشناسان، مسؤولان و برنامه‌ریزان، پژوهش‌های همه‌جانبه‌ای درباره شیوه‌های دستیابی به اقتصاد بدون نفت انجام داده‌اند و هم‌اکنون ارگان‌ها و نهادهای ذیربط تلاش دارند تا هر چه سریعتر این طرح را تهیه، تدوین و برای اجرا آماده کنند.

از آنجا که دورنمای اقتصاد کشور، دست‌کم برای بیست و پنج سال آینده به طرح اقتصاد بدون نفت مبتنی است و در این زمینه سؤالات بسیاری برای عاملان اقتصادی و مردم مطرح می‌باشد، خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی»، گفت‌وگویی با آقای دکتر حسین نقره کار شیرازی، قائم‌مقام وزارت بازرگانی دارد که با هم می‌خوانیم.

به‌نحوی استفاده شود که به هدف اقتصادی خود برسیم.

نکته بسیار مهم دیگر، توجه مردم است. خوشبختانه کسانی که به‌طور مستقیم فعالیت اقتصادی دارند و آن گروه که فعالیت اقتصادی ندارند، امروزه به این نکته توجه دارند که توسعه اقتصادی در راستای تولید بیشتر، اشتغال و سرانجام گردش چرخ‌های اقتصادی کشور قرار دارد و این امر به ارزش نیاز دارد. آنها به این امر واقف هستند که باید اتکا به ارزش حاصل از صادرات نفت کاهش یابد و لذا صدور کالاها و خدمات غیر نفتی باید مدنظر قرار گیرد.

نکته سوم دارای اهمیت، توجه مسؤولان نظام به امر آموزش است. به

اقتصاد از وابستگی‌های گذشته جدا شود. به صادرات کالاها و خدمات توجه گردد تا اقتصاد کشور به‌سوی یک اقتصاد خودگردان و خوداتکا پیش برود.

○ اراده و خواست مسؤولان نظام، عزم ملی مردم برای توسعه اقتصادی کشور و فرهنگی شدن مسایل اقتصادی، زمینه را برای سوق یافتن اقتصاد کشور به جدایی از نفت، آماده می‌کند.

حرکت به‌سوی اقتصاد خودگردان زمانی مؤثر خواهد بود که از بنیان‌ها و عوامل اقتصادی مهم در بخش‌های صنعت، کشاورزی و کالاهای سنتی

■ ارزیابی جناب عالی از روند صادرات غیر نفتی و عوامل مؤثر در رکود و رونق آن چیست؟ چگونه می‌توان اقتصاد بدون نفت را پایه‌ریزی کرد؟

□ اهمیت افزایش صادرات در اقتصاد ملی و رشد و توسعه اقتصادی کشور را مشاهده می‌کنیم. توجه دقیق به چند نکته ضروری است تا موقعیت کنونی صادرات و مسؤولیتی که بر دوش مسؤولان کشور در راستای توجه به امر صادرات غیر نفتی، تقویت آن و نیز آثار رشد صادرات بر اقتصاد کشور و منطقه، روشن گردد.

نکته اول آن است که خوشبختانه مسؤولان ارشد نظام به‌ویژه مقام معظم رهبری تأکید جدی دارند که هر چه بیشتر

پژوهش‌ها و تحقیقاتی که در زمینه توسعه صادرات و توسعه اقتصادی در کشور داریم، اهمیت داده می‌شود. در درجه نخست به صورت یک روند آموزشی عمومی، «آموزش» به میان عاملان بخش‌های اقتصادی برده شده است و در درجه بعدی به صورت آرام «آموزش» به دانشگاه‌ها و از طریق رسانه‌های گروهی به میان مردم رفته است.

○ با سرمایه‌گذاری‌های کلان دولت در زمینه افزایش تولید و نیروی انسانی، قدم‌های جدی و محکمی در جهت ساختاری شدن اقتصاد کشور در حال برداشتن است.

در یک جمع‌بندی ساده به سه موضوع اراده و خواست مسوولان، عزم ملی مردم برای توسعه اقتصادی کشور، و فرهنگی شدن مسایل اقتصادی، توجه شده است که اقتصاد کشور را به سوی جدا شدن از نفت سوق می‌دهد.

آیا اهداف برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور در زمینه صادرات غیرنفتی محقق خواهد شد با عنایت به این موضوع که سال گذشته ارزش صادرات غیرنفتی کاهش یافت؟

□ برای مسوولان وزارت بازرگانی، تحقق اهداف دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی کشور، ایده‌آل است و اینکه بتوانیم در این برنامه ۲۷/۵ میلیارد دلار از صادرات کالاها و خدمات غیرنفتی به دست آوریم. متأسفانه در سال گذشته به لحاظ اقداماتی که در ساختار اقتصادی برای تقویت بنیان‌های اقتصادی به عمل آمد آثار خاصی در روند صادرات کشور پدید آورد. در نخستین سال اجرای برنامه دوم،

درآمد حاصل از صادرات غیرنفتی، از میانگین ۵/۵ میلیارد دلار پیش‌بینی شده در برنامه فاصله گرفت که البته علل و عوامل مختلفی در آن دخیل بود.

خوشبختانه دولت و مجلس در راستای تحقق اهداف صادراتی دومین برنامه توسعه اقتصادی کشور تلاش می‌کنند و فرمایشات مقام معظم رهبری راهگشای حرکت به سوی اقتصاد بدون نفت است.

دولت در ارتسباط با بخشنامه‌ها، دستورالعمل‌ها و مصوبه‌ها، معضلاتی دارد که باید اصلاح شود تا بخش عمده‌ای از مشکلاتی که سر راه توسعه صادرات است، برداشته شود.

○ در سال گذشته اقداماتی که در ساختار اقتصادی برای تقویت بنیان‌های اقتصادی به عمل آمد، آثار خاصی در روند صادرات پدیدار شد و از میانگین موردنظر در برنامه فاصله گرفت.

با اصلاح بخشنامه‌ها، اطمینان و اعتماد بیشتری در بخش صادرات برای صادرکنندگان بخش خصوصی، دولتی و تعاونی ایجاد می‌شود و برای کسانی که در امر صادرات غیرنفتی سرمایه‌گذاری می‌کنند، انگیزه و اعتماد به وجود می‌آید.

دولت در راستای توسعه اقتصادی در زمینه رشد تولید و نیروی انسانی سرمایه‌گذاری‌های کلانی انجام داده است و لذا قدم‌های جدی و محکمی در راه ساختاری شدن اقتصاد کشور در حال برداشتن است.

ایران یک محور بسیار محکم و مهم در منطقه می‌باشد و عضو مؤثر و قوی در سازمان همکاری اقتصادی (اگو) است. موقعیت خوب جغرافیایی، قرار گرفتن در

ابتدای جاده ابریشم، توانمندی‌های بالقوه در اقتصاد کشور و سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در زمینه نیروی انسانی، مؤید این نظر است که در صحنه اقتصاد بین‌الملل، ایران می‌تواند حضوری مؤثر و فعال داشته باشد.

با توجه به آنکه حرکت تجارت جهانی در راستای ضوابط و مقررات سازمان تجارت جهانی قرار دارد، آیا ایران برای داشتن حضوری مؤثر در صحنه بین‌المللی، به سوی این گونه سازمان‌ها کشیده می‌شود؟

□ اگر بخواهیم در صحنه اقتصاد بین‌الملل، نقش آفرین باشیم، باید ضوابط و قوانینی که در این عرصه جریان دارد را مورد توجه قرار دهیم. باید به سازمان‌ها و ارگان‌هایی که در صحنه اقتصاد بین‌الملل و تجارت جهانی تأثیر دارند، توجه داشت که مهمترین آنها سازمان تجارت جهانی است. این سازمان قوانین و مقرراتی دارد که در حال بررسی آن هستیم.

بررسی‌های انجام شده در چند سال گذشته ما را به سمتی سوق می‌دهد که از نکات مثبت و مهم سازمان تجارت جهانی و دیگر سازمان‌ها، بهره‌مند شویم. مطالعات ما در این زمینه در حال نهایی شدن است و نتایج آن به مسوولان تصمیم‌گیرنده ارایه می‌شود تا تصمیم‌های نهایی اتخاذ شود.

○ دولت در ارتسباط با بخشنامه‌ها، دستورالعمل‌ها و مصوبه‌ها معضلاتی دارد که باید اصلاح شود تا بخش عمده‌ای از مشکلات بر سر راه توسعه صادرات حل شود.

به نظر جنابعالی بازرگانی خارجی تا چه اندازه در تحرک بخشیدن به فعالیت‌های اقتصادی مؤثر است و نقش

وزارت بازرگانی در توسعه اقتصادی

چيست؟

□ تمام کارشناسان اقتصادی جهان، به این نکته معترف هستند که محورهای فعالیت‌های اقتصادی در تمام نقاط دنیا «فعالیت‌های بازرگانی» است. در نتیجه باید به امر بازرگانی توجه خاص داشت. نقاط ضعف آن را باید برطرف کرد و نقاط قوت را مورد عنایت قرار داد تا بتوان از این محور مؤثر فعالیت‌های اقتصادی در بهینه‌سازی و ساختاری کردن اقتصاد کشور، به‌نحو مطلوب استفاده کرد.

○ ایران محور بسیار مهم و محکم منطقه و عضوی قوی و مؤثر در سازمان همکاری‌های اقتصادی (اگو) است. توانمندی‌های اقتصاد کشور، سرمایه‌گذاری‌های انجام شده و موقعیت خوب جغرافیایی، مؤید این نظر است که ایران می‌تواند در صحنه اقتصاد بین‌الملل حضور فعال داشته باشد.

وزارت بازرگانی با این دیدگاه به سه اصل توجه دارد:

- ۱- بازرگانی و مردم: وزارت بازرگانی باید ارتباط خود را با عامه مردم گسترش دهد که از طرق مختلف می‌تواند صورت بگیرد. باید اعتماد مردم به این دستگاه به‌عنوان هدایتگر اقتصاد کشور، جلب شود. این ارگان می‌تواند در جهت ارشاد و سلامت اقتصاد کشور به مردم اطمینان دهد و مردم نیز احساس کنند که وزارت بازرگانی تکیه‌گاه و خانه خودشان است. با این شرایط فعالیت‌های بعدی در ارتباط با مردم بسیار راحت انجام می‌شود.
- ۲- توجه بازرگانی به تولید: ساختار

واردات باید در جهت تقویت تولید داخلی باشد. توجه به تولید تا اندازه‌ای سلامت اقتصاد کشور را تضمین می‌کند. تولید با اتکا به خود و استفاده مطلوب از توانایی‌ها و استعدادهای ملی، معرفی می‌شود. مزیت عمده تولید، ایجاد اشتغال و درآمد است و زمانی که تولید افزایش می‌یابد، تولید ناخالص ملی و داخلی افزایش خواهد داشت و سبب رشد درآمد ملی و درآمد سرانه می‌شود. لذا به‌منظور ساختاری کردن اقتصاد کشور و بهینه‌سازی آن، توجه به تولید ضروری است.

۳- افزایش صادرات کالا و خدمات غیرنفتی: حاصل فعالیت‌های اقتصادی در بازرگانی و ماحصل بازرگانی در امر صادرات است. اگر ساختار صادرات سالم باشد، واردات کشور نیز جهت‌دار خواهد شد و می‌توان روی کالاهای سرمایه‌ای، واسطه‌ای و مصرفی مانور لازم را داشت. در این شرایط اختیار انجام حرکت‌های قوی و صحیح در جهت اوضاع اقتصادی کشور خواهیم داشت.

صادرات نتیجه فعالیت اقتصادی است و هر اندازه مورد توجه باشد، سلامت اقتصاد و توسعه اقتصادی کشور تضمین می‌شود. با این وصف باید از عواملی که در اختیار داریم، نظیر نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی، استفاده کنیم تا توانمندی‌های اقتصاد کشور در جریان برگزاری نمایشگاه‌های داخلی به مردم معرفی شود و حلقه‌های مفقوده تولید از سوی مردم کشف و پیدا شود.

○ اگر بخواهیم در صحنه اقتصاد بین‌الملل به نقش آفرینی بپردازیم، باید به ضوابط و مقررات این صحنه توجه کنیم.

با شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی نیز می‌توان توانمندی‌های اقتصاد کشور را به جهانیان معرفی کرد. دولت به امر بازاریابی که عامل مؤثر در توسعه صادرات غیرنفتی کشور است، توجه دارد و ناچار است تسهیلاتی را برای امر بازاریابی، دانش آن و حضور در صحنه‌های بین‌المللی فراهم کند.

با بازاریابی مناسب می‌توان ارزیابی صحیح و مؤثر از رقبا داشت و حرکت‌های مؤثری در جهت بالا بردن کیفیت تولیدات و عرضه آن به بازارهای جهانی، انجام داد. با یک بازاریابی خوب، می‌توان در بسته‌بندی کالاها، ارسال به‌موقع آنها و حضور در بازارهای بین‌المللی، توفیق پیدا کرد.

○ به عقیده کارشناسان اقتصادی جهان، محور فعالیت‌های اقتصادی در فعالیت‌های بازرگانی است و باید به آن توجه داشت، نقاط ضعف آن را برطرف کرد و به نقاط قوت عنایت داشت.

در حال حاضر کلاس‌های آموزش خاص برای مسئولان و آموزش‌های عمومی در زمینه اقتصاد در مرکز توسعه صادرات برگزار می‌شود که نقش مؤثری در امر صادرات دارد و مردم با کسب آگاهی‌های لازم در صحنه اقتصادی حاضر می‌شوند.

■ تبلیغات در توسعه صادرات

غیرنفتی نقش به‌سزایی دارد اما این امر نیاز به سرمایه‌گذاری دارد. به‌نظر جنابعالی چگونه می‌توان در این بخش توفیق پیدا کرد؟

□ هزینه‌های تبلیغاتی در حقیقت

نوعی سرمایه‌گذاری است. باید توانمندی‌های اقتصاد کشور به جهانیان نشان داده شود. لذا انجام هزینه‌های تبلیغاتی در صحنه‌های بین‌المللی و حضور در نمایشگاه‌ها ضروری است.

به‌تازگی برای معرفی ویژگی‌های فرش دستباف ایران به جهانیان، ۵۰۰ هزار دلار هزینه تبلیغات منظور شده است. برای معرفی دیگر کالاها به بازارهای جهانی و افزایش آگاهی‌های مردم دنیا نسبت به کیفیت تولیدات ایرانی، هزینه‌های تبلیغاتی بیشتری نیز منظور خواهد شد.

○ وزارت بازرگانی باید ارتباط خود را با مردم گسترش دهد، به تولید توجه داشته باشد و در جهت افزایش صادرات کالاها و خدمات غیرنفتی بکوشد.

■ به نظر جناب عالی عمده‌ترین موانعی که بر سر راه توسعه صادرات غیرنفتی وجود دارند کدام است و چگونه می‌توان این موانع را برطرف ساخت؟

□ برداشت موانع و هموار ساختن مسیر برای حرکت سالم صادرات کشور الزامی است. اما در این زمینه ابتدا باید وضعیت صادرات گروه کالاها و خدمات در بخش‌های مختلف صنعتی، کشاورزی و خدمات بررسی شود. اقلام عمده صادراتی هر گروه که دست‌کم ۸۰ درصد صادرات آن گروه را تشکیل می‌دهد، مدنظر قرار گیرد و در مرحله بعدی اهداف کمی برای یک دوره پنج‌ساله با رعایت تفکیک نسبت به کشورهای مختلف، معین شود. برای مثال اگر قرار است سالانه ۵/۵ میلیارد دلار

صادرات داشته باشیم، باید مقدار کالاهای صادراتی برای هر کشور مشخص گردد تا بتوان روابط دوجانبه را متوازن ساخت.

توازن در پرداخت بدون در نظر گرفتن نفت، باید مثبت باشد. در مرحله بعدی اقدامات لازم برای آنکه هدف‌های کمی رشد در یک دوره پنج‌ساله را محقق سازد، بررسی شود. در این بررسی باید موانع برطرف و به‌منظور تسریع صادرات، ایجاد انگیزه شود. در مرحله پنجم بررسی قدرت رقابتی کشور در مقابل رقبای بالقوه در بازار جهانی، ضرورت دارد. سپس لازم است که علل مزیت نداشتن کالاها صادراتی کشور به لحاظ عواملی نظیر حمل و نقل، بوروکراسی، هزینه اعتبارات، مسایل گمرکی، بانکی و بیمه‌ای و... بررسی شود و موانع آن برطرف گردد.

○ بازاریابی مناسب متضمن حرکت‌های مؤثر در بهبود کیفیت تولیدات، بسته‌بندی مناسب و ارسال به‌موقع کالا و حضور فعال در بازارهای بین‌المللی است.

در این شرایط، فقدان توان فن‌آوری، ثبات نرخ ارز در مقابل میزان تورم در اقتصاد، مسایل سیاسی، ناهماهنگی‌های تعرفه‌های گمرکی، باید مورد توجه قرار گیرد.

توجه به سهم هر یک از عوامل کالایی و خدماتی در تولیدات آینده، ضروری است تا مشخص گردد مزیت تولید هر کالا برای کشور چقدر است.

استفاده از تجربیات کشورهای موفق نظیر کشورهای جنوب شرقی آسیا در چارچوب راهبردهای اقتصادی کشور تأثیر بسزایی دارد تا وضعیت خود را برای یک

هجوم صادراتی به بازارهای جهان تثبیت کنیم و فاصله خود را با کشورهای توسعه یافته به‌ویژه آن گروه که با استفاده از ابزار صادرات جایگاه خوبی در اقتصاد دنیا پیدا کرده‌اند، را کم کنیم. با این وصف توجه به اهداف کوتاه، میان و بلندمدت ضرورت دارد تا بتوان به اهداف دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی در زمینه کسب درآمد ۲۷/۵ میلیارد دلاری از صادرات غیرنفتی دست یافت. همچنین بتوان در آینده برنامه اقتصاد بدون نفت را تنظیم نمود و از نفت برای زیرساخت اقتصاد کشور بهره گرفت و گردش هزینه‌های کشور را با صدور کالا و خدمات تأمین کرد.

○ هزینه تبلیغات، نوعی سرمایه‌گذاری برای نشان دادن توانمندی‌های اقتصاد کشور به جهانیان است.

