

اشاره:

ضرورت توسعه صادرات محصولات صنعتی دارای ارزش افزوده بالاتر و کسب درآمد ارزی از این محل برای جایگزینی با دلارهای نفتی، بر کسی پوشیده نیست. اما اینکه چگونه فکر کنیم و عمل نماییم تا بتوانیم در تجارت جهانی محصولات صنعتی جایگاه مناسبی داشته باشیم مشکلی است که وجود دارد و باید برای آن چاره‌اندیشی کرد.

توسعه صادرات صنعتی یا به عبارت دیگر، صادراتی کردن تولید، به عوامل مختلف نرم‌افزاری و سخت‌افزاری نیاز دارد که در این گزارش تلاش می‌شود، این عوامل شناسایی و ارزیابی، تا بتوان راهکارهای مناسب برای رونق بخشیدن به صادرات محصولات صنعتی را نتیجه گرفت.

تولید و تجارت لازمه توسعه اقتصاد ملی

می‌شود، اما از این ظرفیت‌ها به خوبی بهره‌برداری نمی‌شود. هنوز ظرفیت خالی داریم. بنابراین تولید بخش صنعت در آینده نیز کمابیش به منابع ارزی حاصل از نفت وابستگی دارد. امروزه این اتفاق نظر وجود دارد که توسعه اقتصادی به توسعه صنعت و فن‌آوری بستگی دارد و مسیر این دو از توسعه صادرات صنعتی می‌گذرد.

○ سالانه ۴ تا ۶ میلیارد دلار صرف ایجاد ظرفیت‌های تولید می‌شود، اما از آن‌ها به خوبی بهره‌برداری نمی‌گردد و با این روند، تولید صنعتی در آینده نیز وابسته به ارز نفت است.

واضح است که اگر صادرات صنعتی در میان نباشد، توسعه اقتصادی به تأخیر می‌افتد. البته این امر بدان معنا نیست که صادرات محصولات سنتی کنار گذارده شود، بلکه لازم است سهم صادرات صنعتی در مجموعه صادرات غیرنفتی افزایش یابد.

با سرمایه‌گذاری‌های کلانی که از نظر فن‌آوری، مهارت‌های مدیریتی، واردات مواد اولیه و واسطه و ... صورت گرفته است و با ضرورت پیگیری برنامه اقتصاد بدون نفت، توسعه صنعت

چگونه صادرات محصولات صنعتی را تقویت کنیم

به عقیده برخی کارشناسان اقتصادی، کبوتر توسعه دو بال دارد، تولید و تجارت. این دو بال باید هماهنگ عمل کنند تا پرواز امکان‌پذیر شود.

برای آن‌که بتوان از دو بال تولید و تجارت برای توسعه اقتصاد ملی بهره گرفت می‌بایست موانع و تنگناهای هر دو بخش بررسی و برطرف شود.

در سال‌های اخیر تلاش‌های زیادی برای جذب سرمایه‌گذاری عمومی و خصوصی جهت ایجاد ظرفیت‌های تولیدی، ارتقاء کیفیت تولیدات و استاندارد نمودن بسیاری از اقلام صنعتی صورت گرفته است. با وجود مشکلاتی که همچنان در زمینه تولید وجود دارد، اما فضای مساعد برای افزایش تولید ملی فراهم شده و آمارهای رشد تولید ناخالص داخلی و ارزش افزوده بخش صنعت، گواه بر این امر است.

در زمینه صادرات، متأسفانه هنوز بیش از نیمی از ارزش صادرات غیرنفتی کشور از صدور کالاهای سنتی (محصولات کشاورزی، فرش و مواد خام معدنی) تحصیل می‌شود و صنعت جایگاه مناسب خود را در صادرات نیافته است.

سالانه رقمی در حدود ۴ تا ۶ میلیارد دلار صرف سرمایه‌گذاری برای ایجاد ظرفیت‌های تولیدی صنعتی

به گونه‌ای که خود منابع ارزی مورد نیازش را تأمین کند، از اهمیت و حساسیت بالایی برخوردار است.

گسترش فرهنگ صادرات، توجه به تولید با حاکمیت مصرف‌کننده است. حضور در بازارهای بین‌المللی و رشد صادرات صنعتی مستلزم رعایت خواسته‌های مصرف‌کنندگان می‌باشد.

با این وصف بنگاه‌های اقتصادی برای نفوذ در بازارهای جهانی باید از دید تولید مداری به مشتری مداری تغییر وضعیت دهند. این بنگاه‌ها باید صادراتی‌کردن تولید را در سرفلوحه فعالیت‌های خود قرار دهند تا آن‌که بخش صنعت بتواند از سرمایه‌گذاری‌های کلان ارزی و ریالی برای کسب درآمدهای ارزی مناسب از صدور تولیدات صنعتی، بهره‌مند گردد.

یکی از وظایف مبرم برای صادراتی‌کردن تولید، ایجاد فضای مدیریت تولید برای صادرات است. انجام این وظیفه مهم به عهده دولت و نهادهای تولیدی است.

مشکل عمده‌ای که اکنون بر سر راه توسعه صادرات صنعتی وجود دارد، آمادگی نداشتن بنگاه‌های تولیدی برای تولید کالاها و خدمات مورد تقاضای دنیای رقابتی است. مادامی که ساختار بنگاه‌های اقتصادی دگرگون نشود، این نابسامانی ادامه خواهد داشت.

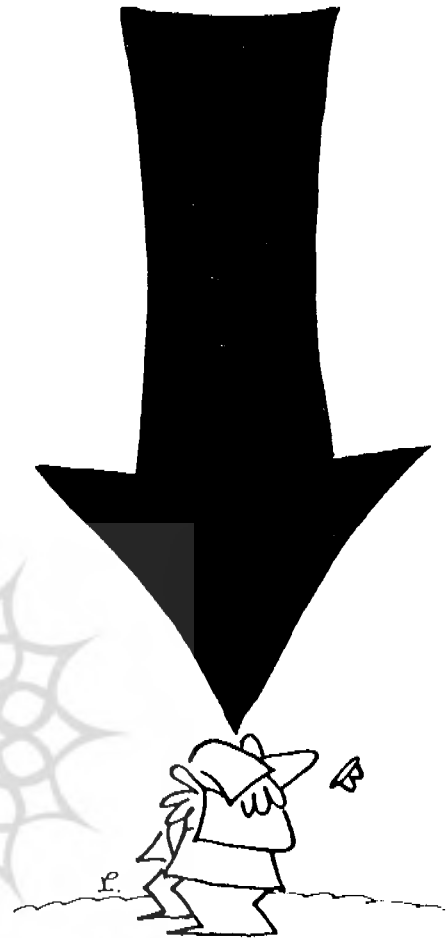
باید به این نکته توجه داشت که توسعه اقتصادی لزوماً توسعه صادرات را به دنبال ندارد، اما رشد صادرات می‌تواند به توسعه اقتصادی کمک کند.

ارتباط منطقی بین مصرف‌کننده، تولیدکننده و دولت برای توسعه صادرات صنعتی اهمیت ویژه‌ای دارد. مصرف‌کننده با خرید خود نشان می‌دهد که چه کالاهایی را و با چه قیمت و کیفیتی، خریداری می‌کند.

در بازار رقابتی که عرضه محصولات از سوی بنگاه‌های تولیدی پراکنده در گوشه و کنار جهان، صورت می‌گیرد، مصرف‌کننده آزاد است که تولیدات را از نظر کیفیت و قیمت مقایسه و سپس انتخاب کند.

در این شرایط، تولیدکننده (به‌ویژه تولیدکنندگان کالاهای صادراتی) باید با توجه به خواست مشتریان خارجی و در فضایی کاملاً رقابتی، به تولید بپردازد و با استفاده از شیوه‌های مناسب تبلیغات و بازاریابی، محصولش را صادر کند.

در این فضا، نقش درست به هدایت امر، تدوین قوانین و



یکی از عوامل اصلی در تغییر بینش برای گسترش فرهنگ صادراتی، نگرش به تولید با توجه به حاکمیت مصرف‌کننده می‌باشد. اقتصاد کشور تاکنون به صدور کالاهای مازاد بر نیاز داخلی متکی بوده است و تقاضای بازار داخلی نیز بدون توجه به نیازها و کیفیت مورد انتظار مصرف‌کننده، تأمین شده است.

برای رشد صادرات محصولات صنعتی باید دیدگاه حاکمیت تولیدکننده جای خود را به حاکمیت مصرف‌کننده (اعم از داخلی یا خارجی) بدهد. حضور در بازارهای بین‌المللی و رشد صادرات صنعتی به رعایت نظرات مصرف‌کنندگان نیاز دارد. شیوه کنونی تولید در ایران برای بازارهای جهانی قابل پذیرش نیست.

○ یکی از عوامل اصلی در تغییر بینش برای

○ بنگاه‌های اقتصادی باید صادراتی کردن تولید را سرلوحه کار قرار دهند. ایجاد فضای مدیریت تولید برای صادرات وظیفه دولت و نهادهای تولیدی است.

با این وصف نمی‌توان با امکانات بومی در صحنه بین‌المللی عملکرد مناسبی داشت. کم‌اطلاعی از نیازمندی‌های حضور در بازارهای بین‌المللی، دانش تولیدکنندگان و صادرکنندگان کالاهای صنعتی را محدود ساخته است. ادامه این روند به ضرر توسعه صادرات صنعتی تمام می‌شود.

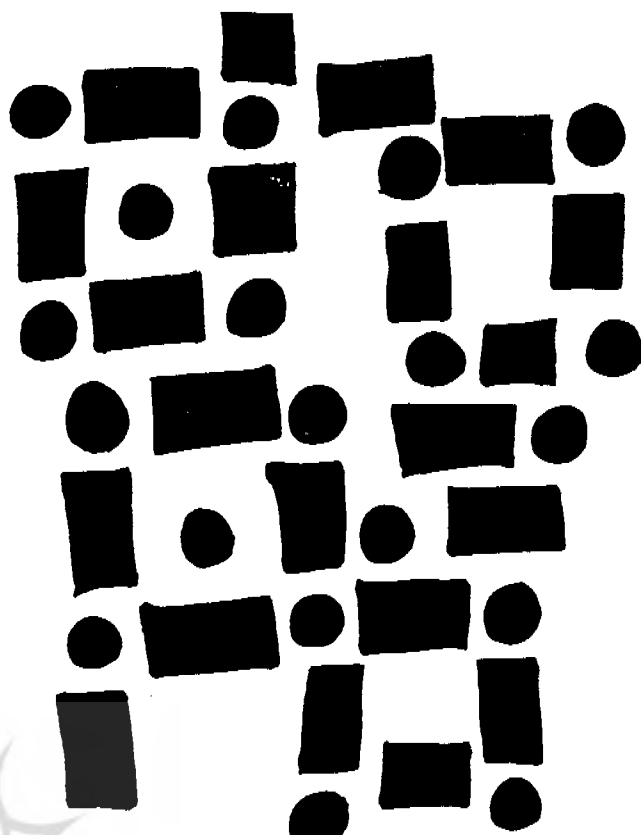
در این راستا، ناهماهنگی نهادهای تصمیم‌گیر و اتخاذ تصمیم‌های مقطعی که مشکل بخش خاصی را حل می‌کند، اما مجموعه‌های دیگر را موردنظر قرار نمی‌دهد، بر موانع صادرات صنعتی می‌افزاید.

درحالی‌که پیشبرد صادرات غیرنفتی از جمله کالاهای صنعتی به قوانین و مقرراتی نیاز دارد که این امر را تسهیل کند، قوانین موجود صادراتی، ویژگی انقباضی دارد و نمی‌تواند به رشد صادرات صنعتی کمک کند.

باعنایت به این واقعیت که تولید در ایران هیچگاه برای صادرات شکل نگرفته و همواره کالاهای مازاد بر نیازهای بازار داخلی به صادرات اختصاص یافته، سیاست انقباضی در صادرات غیرنفتی، بیش از حد به صادرات فشار می‌آورد. بازارهای بین‌المللی به تداوم عرضه کالا توجه دارد، درحالی‌که وضعیت حاکم بر تولید و تجارت کالاهای غیرنفتی (ممنوعیت‌های موردی صادرات کالا)، نوسان در عرضه را موجب شده و اعتماد مصرف‌کننده خارجی را متزلزل ساخته است.

○ نقش دولت در توسعه صادرات صنعتی به تدوین قوانین و مقررات حامی تداوم صادرات، اطلاع‌رسانی و هدایت کار منحصر می‌باشد.

برای توسعه صادرات غیرنفتی و به‌خصوص کالاهای صنعتی، ضمن تشویق دیدگاه تولید برای صادرات باید این عادت رواج یابد که محصول صادراتی تحت تأثیر بازار داخلی (کمبود عرضه و ...) قرار نگیرد و در امر صادرات «تداوم عرضه» همواره باید موردتوجه باشد. دولت می‌بایست در این



مقررات مناسب برای حمایت از تداوم صادرات، اطلاع‌رسانی دقیق از وضعیت بازارها و ... محدود می‌گردد.

باتوجه به بافت وارداتی بودن نظام بازرگانی خارجی کشور در چند دهه گذشته، اطلاعات دست‌اندرکاران تولید و تجارت محصولات صنعتی از روندهای تجارت بین‌الملل بسیار ناچیز است.

زمینه به وظیفه خود عمل کند و مردم نیز این حقیقت را درک کنند که با افزایش ارزش حاصل از صادرات غیرنفتی، زمینه تداوم اشتغال و کسب درآمد برای آنها فراهم می‌شود و این به نفع جامعه و اقتصاد کشور است.

قوانین اقتصادی - تجاری کشور (موانع و محدودیت‌های صادرات، مالیات‌ها، کار و ...) برای حضور کالاهای غیرنفتی در بازارها، تدوین نشده‌اند و بیشتر به جنبه حمایت از مصرف‌کننده نظر دارد که در نتیجه کمکی به توسعه صادرات نمی‌کند.

برای حضور و نفوذ در بازارهای بین‌المللی و استفاده از اهرم صادرات صنعتی برای تداوم رشد و توسعه اقتصادی کشور، لازم است، دولت در قوانین اقتصادی - تجاری بازنگری کند و با دیدگاه ضرورت توسعه صادرات صنعتی، قوانین جدیدی تدوین نماید که بتواند از این امر به طور واقعی حمایت کند. با این رفتار می‌توان انگیزه برای تولید کالاهای صادراتی را تقویت نمود و سرمایه‌گذاری‌های آینده را به سمت توسعه صادرات، سوق داد.

باید از قوه محرکه دولت برای توسعه صادرات به نحو احسن استفاده کرد و قانون‌گذاری را اصلاح نمود. دخالت دولت در امر صادرات نمی‌تواند نتیجه مناسبی به بار آورد. مانع اصلی در توسعه صادرات غیرنفتی به‌ویژه صادرات محصولات صنعتی، یک گیر ذهنی در شکل دادن به الگویی برای توسعه صادرات صنعتی جدا از تأمین نیازهای داخلی و به‌عنوان عامل ارزش‌آوری است. این گیر سبب شده است که صادرات در واقع نتواند نقش خود را به‌عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی ایفا کند.

در مجموع می‌توان اظهار داشت که برای حضور موفقیت‌آمیز در بازارهای جهانی و بهره‌گیری از صادرات صنعتی به‌عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی، لازم است از یک سو تولیدکنندگان و صادرکنندگان و از سوی دیگر دولت تغییر رفتار دهند و در ضمن فرهنگ جامعه برای رشد صادرات آماده گردد.

○ اطلاعات دست‌اندرکاران تولید و تجارت محصولات صنعتی از روندهای حاکم بر تجارت بین‌المللی بسیار ناچیز است و چنانچه در این زمینه کار نشود، توسعه صادرات صنعتی میسر نخواهد شد.

صادرکنندگان ضمن بهره‌گیری از فنون بازاریابی و تبلیغات مناسب، تلاش نمایند که محصولات با کیفیت مناسب را به‌طور مستمر در بازارهای خارجی عرضه کنند.

○ قوانین موجود حاکم بر صادرات، ویژگی انقباضی دارد و متأثر از توقع مصرف‌کنندگان داخلی است. این مقررات به مدیران بنگاه‌های اقتصادی فشار می‌آورد و آن‌ها را از فعالیت در صحنه بین‌المللی باز می‌دارد.

روند سرمایه‌گذاری به سمت تولید کالاهای قابل صدور به بازارهای جهانی تغییر جهت دهد و صادرکنندگان با استفاده از اطلاعات دقیق از بازارها، محصول با کیفیت و قیمت مناسب برای هر بازار را عرضه نمایند. رعایت سلیقه و کیفیت موردنظر مشتریان خارجی الزامی است.

استفاده از کارشناسان خارجی برای سامان‌دهی به فعالیت‌های صادراتی و استفاده از تجربیات کشورهای موفق در امر صادرات و حتی قرار گرفتن در مسیرهای فروش خارجی آن‌ها، در میان مدت می‌تواند، توسعه صادرات صنعتی و افزایش اطلاعات و تجربیات مدیران بنگاه‌های اقتصادی را به همراه داشته باشد. باید بستر و فضای مناسب برای این امر را با تدوین مقررات و قوانین لازم فراهم سازد و در امر اطلاع‌رسانی به مدیران بنگاه‌های اقتصادی تلاش نماید. مردم نیز باید با تحمل برخی کمبودها، توقع قطع صادرات کالاها در مقاطع زمانی را داشته باشند.

