

# توسعه صادرات صنعتی به انسان‌ها و فکرهای توسعه‌یافته نیاز دارد

اشاره:

فرآیند توسعه اقتصاد ملی بدون دستیابی به دانش فنی روز و رشد تولید و صادرات غیرنفتی به ویژه کالاهای صنعتی در درازمدت تحقق نخواهد یافت. رشد جمعیت و تقاضای داخلی و نیاز به ارز برای تأمین تقاضای بخش‌های مصرفی و تولیدی، نبود دورنمای روشن برای بازار نفت و محدودیت منابع نفتی کشور، ضرورت گذشتن از دوران عقب‌ماندگی اقتصادی و گام نهادن در مراحل بلوغ و توسعه اقتصادی و... نشان می‌دهد که استمرار شرایط کنونی دیگر برای بقای اقتصاد کشور خطرآفرین است. برای رشد بخش صنعت و صادرات آن، کارشناسان اقتصادی و دست‌اندرکاران صنعت، نقطه‌نظرات گوناگونی ارائه می‌دهند که دریافت و ارزیابی آنها در یافتن مسیر روشن آینده مؤثر خواهد بود.

به همین جهت خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» مبادرت به مصاحبه با آقای دکتر محمدحسن صراف‌زاده نموده. ایشان که مدیر دفتر تشویق و توسعه صادرات بانک صنعت و معدن است، به پرسش‌های خبرنگار ما چنین پاسخ داد:

## ■ آیا در ایران توسعه صادرات صنعتی مفاهیم جهانی پیدا کرده است؟

□ امروزه بحث جاری اقتصادی در جامعه محورهای توسعه صادرات می‌باشد. در این مورد ابتدا باید زمینه‌های فرهنگی در کشور ایجاد شود. متأسفانه این زمینه فرهنگی هنوز در ایران جزو مفروضات نیامده است.

مقایسه بین کشورهایی که برای دستیابی به توسعه صادرات صنعتی گام برداشته‌اند، نشان می‌دهد حرکت‌ها و نگرش‌های برون‌مرزی این‌گونه کشورها با ایران متفاوت بوده است. برای مثال سیاست اقتصادی آلمان پس از جنگ بر روی کسب اعتبار در حرکت‌های تولیدی و صنعتی بنا نهاده شده و در کشورهای فرانسه و ایتالیا محور، روی شهرت کالاهای صنعتی قرار گرفت و «طراحی» در زمینه‌های مختلف صنعت نقش

اساسی یافت.

آمریکا محور توسعه را بر اقتصاد بنا نهاد و با حضور قدرتمندانه در عرصه اقتصاد جهانی، موجودیت خود را اعلام کرد.

کشورهای جنوب شرقی آسیا نیز به این باور رسیدند که برای مطرح کردن خود در صحنه اقتصاد جهانی ابتدا باید در صحنه تجارت بین‌المللی حضور پیدا کنند و در فهرست متقاضیان رشد قرار گیرند که چنین نیز شد. در ایران صادرات براساس هیچ یک از این محورها بنا نشده است، بلکه صادرات کالاهای غیرنفتی و به‌ویژه کالاهای صنعتی به لحاظ یک اجبار است. این اجبار نیز از زمانی به‌وجود آمده که نفت با مشکل فروش مواجه شده است.

به دلیل اجباری بودن صادرات کالاهای صنعتی دولت برای آنکه حکمیت خود را از دست ندهد، عوامل

نظارتی را به قدری اعمال می‌کند که سیستم اقتصادی به نحو محسوسی متوقف می‌شود.

## ■ چرا ارزش صادرات کالاهای غیرنفتی و صنعتی پیوسته کاهش می‌یابد؟

□ اصولاً در اقتصاد ایران کاهش صادرات کالاهای غیرنفتی و به‌ویژه صنعتی را در اثر بحران جهانی می‌دانند، در صورتی که سهم ایران در تجارت جهانی با احتساب نفت حدود ۳۴/۰ درصد می‌باشد، بحران جهانی روی چنین سهم ناچیزی اثر ملموس ندارد. بزرگ‌ترین مشکل اقتصاد ایران این است که برای توجیه ناکامی‌ها همواره به‌دنبال عامل خارج از مرزها می‌گردیم، در صورتی که باید عوامل درون‌کشوری به‌عنوان مشکل دیده شوند.

در ایران هنوز تعریف صنعت به‌طور شفاف ارائه نشده است، در صورتی که

عواملی که باعث می‌شوند تولیدات کشاورزی نیز صادر شوند، عوامل صنعتی هستند.

برای تحقق توسعه صادرات صنعتی، باید به این توانمندی دست یافت که روی مواد خام و بی‌ارزش، قابلیت ارزش افزوده ایجاد شود.

در ایران هنوز مشخص نشده است که روی هر کالای صنعتی چه میزان ارزش افزوده می‌توان به‌وجود آورد. باید صنعت به‌عنوان یک فعالیت قلمداد شود و این موضوع بررسی شود که:

- کدام صنعت در ایران دارای ارزش افزوده است؟  
- کدام صنعت صاحب قدمت،

تجربه و مهارت می‌باشد؟

- کدام صنعت برای کشور دارای مزیت است؟

باید تعداد محدودی کالای صنعتی معرفی شوند و به تبع آن زمینه‌های رشد را برای این صنایع به‌وجود آورد تا مزیت تولید پیدا کنند، طوری که این کالا دارای یک مزیت جهانی شود. اصولاً برای رشد و توسعه صادرات صنعتی باید صنایعی را در نظر گرفت که خدمات پس از فروش داشته باشند و مشتری از مصرف آن احساس آرامش کند.

برای اینکه ایران بتواند به بازار صادرات صنعتی در سطح جهان دست یابد، باید به ارزیابی خدمات پس از فروش و تضمین تأمین قطعات کالا در مدت زمان مصرف آن بپردازد.

توسعه صادرات صنعتی نیاز به انسان‌ها و فکرها می‌تواند توسعه یافته دارد. امروزه اگر محور هر حرکت براساس خودکفایی باشد، شکست آن حتمی است، زیرا خودکفایی تنها محور توسعه محسوب نمی‌شود و باید در زمینه تولید،

نگرش برون‌مرزی داشت.

ناوابستگی در توسعه اقتصادی نیز محور توسعه صنعتی نمی‌تواند باشد، اکنون در عصر همبستگی هستیم.

امروز عصر «مشتري سالاری» است و تولیدکننده و فروشنده کالاهای صنعتی هر دو در خدمت مشتری می‌باشند. پس باید توجه داشت کالایی تولید شود که:

۱- خواستار داشته باشد.

۲- قیمت آن با توجه به کیفیت آن محدودیت ایجاد کند.

توسعه صادرات صنعتی وقتی انجام

○ سهم ایران با امتساب نفت در تجارت جهانی محدود ۳۴٪ درصد است و لذا بمران جهانی نقشی در افت ارزش صادرات غیرنفتی ندارد. باید به دنبال عوامل درونی گشت.

می‌شود که عامل اصلی یعنی مشتری، نادیده گرفته نشود. اگر قرار است میل و سلیقه مشتری در تولید دخالت داده شود و برای فرهنگ‌های مختلف کالا تولید شود، باید به فن‌آوری دست یافت. در ایران متأسفانه هنوز صنعتی بنا نشده است که فن‌آوری در تولید داشته باشد. این امر دلایل مختلفی دارد. مهم‌ترین دلیل آن، این است که در گذشته فقط به خرید ماشین‌آلات اکتفا شده و موارد فن‌آوری آنها در نظر گرفته نشده است.

بین صنعت و تحقیقات یک پیوند نهادی وجود ندارد و تحصیلات دانشگاهی به‌مثابه یک شغل در جامعه قلمداد می‌شود. در نتیجه همیشه فن‌آوری و مدیریت از یکدیگر فاصله دارند.

هنگامی که صحبت از توسعه صادرات صنعتی می‌شود، باید مالکیت تولیدی، خصوصی باشد. معمولاً توسعه صادرات در کشورهایی صورت می‌گیرد که در سیستم تجارت جهانی نقش بالایی دارند و مالکیت تولید در آنها خصوصی

است. در این زمینه باید اشاره شود قبل از آنکه مالکیت خصوصی شود، باید مدیریت خصوصی شود و به دنبال آن عواملی که منظومه حرکت اقتصاد هستند، نیز باید خصوصی شوند.

در این رهگذر، بانک، حمل‌ونقل، بیمه و... باید خصوصی شوند و از حالت سیستم‌های تحمیلی و کنترلی خارج شوند و به حالت نظارتی درآیند. در یک جمع‌بندی باید گفت: توسعه صادرات صنعتی باید به موازات خصوصی‌سازی انجام شود. تفکر دولتی برای توسعه صادرات صنعتی جوابگو نیست.

صادرات صنعتی جوابگو نیست.

اگر توسعه صادرات صنعتی، محور واقع شود، ابزاری که باید دور آن بچرخد، باید در

اختیار آن باشد. در صورتی که این ابزار، امروزه حرکت توسعه صادرات صنعتی را کند می‌کند.

به‌طور کلی وقتی سخن از توسعه صادرات صنعتی پیش می‌آید، باید تعدادی صنایع انتخاب و رشد داده شوند. تولیدات ایران باید جهانی شوند تا خصلت صادراتی پیدا کنند. تولیدات صنعتی باید خصلت صادراتی داشته باشند.

تا زمانی که به زیربنای تحقیق در جامعه اهمیت داده نشود، در دنیای تجارت بین‌الملل، به‌هیچ‌وجه موفق نخواهیم شد. زیربنای تمامی حرکت‌هایی که باعث رشد و توسعه می‌شود، تحقیق است و نه آزمون و خطا. بسیاری از صنایع ایران هم‌اینک براساس آزمون و خطا عمل می‌کنند.

در توسعه صادرات صنعتی، فقط تولید مطرح نیست، بلکه خدمات همراه با کیفیت است که این توسعه را به‌همراه می‌آورد و کشورهای مختلف را به خرید کالا ترغیب می‌کند. برای توسعه

صادرات صنعتی باید به کالاهای تولیدی، خصلت صادراتی داد. همراه با فن‌آوری حمل محصول با ادعایی در محل تولید که همان ادعا در محل مقصد جاری باشد. برای اینکه بتوان به توسعه صادرات صنعتی دست یافت، باید به خریدار کالاهای صنعتی اعتبار داد. امروزه در جهان به خریداران کالاها اعتبار می‌دهند، در صورتی که در ایران اگر اعتباری در نظر گرفته شود، فقط برای تولیدکننده است.

به نظر من باید زاویه دید نسبت به تولیدات صنعتی و صادرات آن عوض شود و مجموعه‌های جهانی که در این

زمینه مؤثرند در نظر گرفته شوند.

اصولاً برای توسعه صادرات صنعتی باید قیمت‌های تمام‌شده کالا در بازارهای جهانی قابل رقابت باشد. از نظر قیمت، کالاهای صنعتی ایران چون هزینه‌های سربار بالایی دارند، قابل رقابت در بازارهای جهانی نیستند. متأسفانه در ایران هزینه ضعف مدیریت تولید به جامعه تحمیل می‌شود.

به‌طور کلی بسیاری از عوامل اقتصادی چون مدیریت تولید، قیمت تمام‌شده کالا، حمل و نقل، بیمه، بانک، بسته‌بندی، کیفیت کالا، آرایه خدمات پس از فروش، تحویل به‌موقع کالا و... باید در نظر گرفته شود تا بتوان در بازارهای جهانی به رقابت پرداخت و سهم کالاهای صنعتی در صادرات کشور را بالا برد.

در این زمینه باید چندین صنعت همگون انتخاب و به‌سوی تولید بهتر هدایت شوند.

**■ مهم‌ترین عواملی که توسعه صادرات صنعتی را ایجاد می‌کنند، ذکر فرمایید.**

□ در توسعه صادرات صنعتی عوامل مهم متعددی وجود دارد که عبارتند از:  
۱- متولی صادرات کالاهای صنعتی باید بخش خصوصی باشد.

۲- به جای آنکه سیستم‌های مالی کشور به دنبال حفظ ارز باشد، باید به دنبال کسب ارز باشد.

۳- سطح آموزش عمومی افراد در زمینه تجارت بین‌المللی افزایش یابد و جامعه تجاری کشور در این مقوله دارای حداقل آموزش‌های لازم باشد. در این

**○ بین صنعت و تمقیقات ارتباط و پیوند نهادی وجود ندارد. تمقیقات دانشگاه به‌مثابه شغل در جامعه قلمداد می‌شود. در نتیجه همیشه میان فن‌آوری و مدیریت فاصله هست.**

رهگذر کسانی که به امر تجارت دولتی اشتغال دارند، نباید دچار هیجان‌های کاذب شوند و چنانچه بنا به عللی در یک کالا در کشور کمبود ایجاد شد، نباید دلیل آن را صادرات دانست.

۴- باید به جامعه تفهیم شود در اثر صادرات کالاها به‌ویژه کالاهای صنعتی، استاندارد زندگی در سطح کشور ارتقاء می‌یابد.

۵- نیروهای تخصصی خارجی در تجارت بین‌الملل به‌کار گرفته شوند، چرا که در کشور در همه زمینه‌های تجارت بین‌الملل نیروهای تخصصی وجود ندارد.

۶- قانون کار باید به نحوی اصلاح شود که بخش خصوصی از به‌کارگیری نیروی کار پرهیز نکند.

۷- باید شرایطی ایجاد شود تا ایران نیز به عضویت سازمان تجارت جهانی درآید.

۸- تجهیز به معیارهای تجاری که در جهان شناخته شده است، از جمله پیوستن به سیستم‌های استانداردهای بین‌المللی ضروری است. ذکر این نکته

نیز لازم است که در آینده دنیا به سوی نظام‌مند شدن پیش می‌رود و جدایی از استانداردهای بین‌المللی (ISO) به‌ویژه برای آنکه کشور یک صادرکننده کالاهای صنعتی باشد، امکان‌پذیر نیست.

۹- اعتقاد به این امر که صادرات کالاهای صنعتی یک عزم ملی است، در این زمینه باید تمامی موانع اصلاح شوند و گمرک، بانک و دیگر ارگان‌هایی که به نوعی در امر صادرات کالاهای صنعتی دخیل هستند، با یکدیگر هماهنگ شوند و موانع بازدارنده از سر راه صادرات را بردارند.

اعلام «روز ملی صادرات» و یا چاپ تمبیر برای صادرات به تنهایی چاره کار نیست، بلکه

عوامل باید به نوعی برنامه‌ریزی شوند که صادرات بدون دغدغه خاطر از سوی صادرکننده کالاهای صنعتی انجام پذیرد. ایران توانمندی صدور کالاهای صنعتی بیش از میزان کنونی را دارد.

۱۰- مشکلات صادرات کالاهای صنعتی نباید از بیرون دیده شود، مشکلات را باید از درون دید. البته اگر بخشی از آن بیرونی باشد، به‌خاطر مشکلاتی است که در درون وجود دارد.

۱۱- باید ابتدا بخواهیم که یک صادرکننده صنعتی باشیم، سپس خودمان را باور کنیم که می‌توانیم در بازارهای جهانی به رقابت پردازیم و با اعتماد به نفسی که در مصرف‌کننده داخلی به‌وجود می‌آوریم، راه را برای حرکت به‌سوی صادرات هموار کنیم. در حال حاضر تمام پوشاک ایران تولید داخلی است، اما مارک آنها خارجی می‌باشد. علت آن است که تولیدکننده داخلی، اعتمادی به مصرف آن در داخل کشور ندارد.

۱۲- صنعت ایران دارای بیماری است که باید داروهای لازم به آن تزریق شود.

## ■ برای رشد صادرات کالاهای صنعتی، به نظر شما چه نوع کالاهایی دارای مزیت نسبی هستند؟

□ برای تولید کالا، پنج عامل:

۱- ماشین آلات

۲- مواد اولیه

۳- انرژی

۴- مدیریت

۵- روش تولید

لازم است. حداقل آن است که کالاهایی در ایران دارای مزیت است که پس از خرید ماشین آلات و فن آوری، مواد اولیه آن در داخل کشور موجود باشد. به دیگر سخن، به جای آنکه مواد به کارخانه حمل شود، کارخانه نزدیک مواد اولیه احداث شود. در این زمینه مشاهده می شود:

- کلیه صنایع ساختمانی در ایران دارای مزیت است که سنگ های تزئینی از آن جمله می باشند.  
- بسیاری از فرآورده های

کشاورزی ایران دارای مزیت است، اما تمامی آنها باید از حالت خام خارج شوند و به صورت کنساتره به بازارهای جهانی وارد گردند.

- صنعت گردشگری نیز امروزه از اهمیت بالایی برخوردار است و ایران در این زمینه دارای مزیت است.

- کلیه صنایع قطعه سازی نیز دارای مزیت است. پراکندگی خاک ایران ایجاد می کند، کشور در زمینه صنایع مادر و کارگاهی بتواند رشد کند. در صنعت قطعه سازی ایران، به شرطی که استانداردهای بین المللی رعایت شوند، مزیت نسبی بالایی وجود دارد.

- در صنایعی که تولید آنها نیاز به فن آوری بالایی ندارد، مزیت وجود دارد.

- در صنایعی که ماده اولیه آنها انرژی است، و در صنایعی که نیروی کار نیاز دارند، مانند صنایع نساجی و کشاورزی، ایران دارای مزیت است. البته در کنار این موارد، باید صنعت کشور «به روز» درآید.

## ■ اگر صنایع ایران دارای زمینه ای برای صادرات به بازارهای جهانی باشند، چه سهمی از بازارهای جهانی به صادرات صنایع کشورمان تعلق می گیرد؟

□ به دلیل آنکه بازار جهانی آزاد است، ورود به آن کار بسیار مشکلی است. صادرات کالا یک جنگ تجاری است و سهمیه آن براساس رقابتی است که بین محصولات ایجاد می شود. سهم صادرات کالاهای صنعتی ایران در

○ متولی صادرات کالاهای صنعتی باید بخش خصوصی باشد و سیستم های مالی کشور به جای مفضا ارز باید به دنبال کسب ارز باشند. در ضمن جامعه باید بدانند که با صدور کالاهای صنعتی استاندارد زندگی در سراسر کشور ارتقا می یابد.

بازارهای جهانی به میزان تلاش در صدور این نوع کالاها بستگی دارد. در سیاست های اقتصادی ایران، آنقدر بخشنامه ها و مقررات صادراتی تغییر یافته که آثار استمرار حضور کالاهای ایرانی در بازارهای جهانی به چشم نمی خورد. برای صدور بخشنامه های متعدد، نباید تحت تأثیر گروه های فشار قرار گرفت. در زمینه مصرف در جامعه نیز باید برنامه ریزی شود و با صرفه جویی ها، تولیدات صنعتی که قابل رقابت در بازارهای جهانی هستند، صادر شوند.

## ■ برای توسعه صادرات صنعتی باید به بازارهای جهانی فکر کرد یا بازارهای منطقه ای؟

□ به نظر من باید ابتدا در کشورهای منطقه حاضر شد و با صدور کالاهای صنعتی، راه را برای حضور در بازارهای جهانی هموار کرد.

بازارهای منطقه ای به دلیل نزدیکی راه، مشابهت فرهنگی و مسلمان بودن ساکنان، بازارهای مطلوبی برای کالاهای صنعتی ایران محسوب می شوند. باید بازارهای نزدیک را به طور شفاف دید و با شناخت بازارهای مناطق دیگر، وارد بازارهای دور شد.

البته در برخی مواقع باید صادرات صنعتی کشور را در بازارهای سخت آزمایش کرد تا نقاط ضعف آن آشکار شود. اگر یک کالای صنعتی ایران به آلمان راه پیدا کند، در حقیقت به بازارهای جامعه اتحادیه اروپا راه یافته است.

## ■ صادرات کدام نوع از صنایع ایران راحت تر است؟

□ اصولاً صادرات مربوط به صنایع کوچک و متوسط است. صنایع مادر در کشورها بیشتر به

این خاطر به وجود آمده اند که تغذیه کننده صنایع کوچک باشند. اگر دقت شود تبلور، نوآوری و خلاقیت در صنایع کوچک به وجود می آید، زیرا این صنایع قدرت نمایش (مانور) بسیار قوی در مقابل تغییرات سلیقه جوامع دارند.

در کشورهای اسکاندیناوی حدود ۸۰ درصد صادرات صنعتی مربوط به صنایع کوچک می باشد. اما این صنایع می توانند تقاضای بزرگی را برآورده کنند. در ایران متأسفانه همواره سعی شده است با یک «هویت» وارد بازار جهانی شد، در صورتی که کشورهایی که همواره صادرات صنعتی خود را توسعه می دهند، سلیقه مشتریان را دریافت می کنند و کانون های صادراتی پس از تولید براساس

سلیقه مشتریان، کالاهای مورد نیاز جوامع را عرضه می‌کنند.

البته صنایع کوچک در هر کشوری تعریف خاص خود را دارد. در کشور چین صنایعی که تا ۲۰۰۰ کارگر داشته باشد، جزو صنایع کوچک محسوب می‌شود، اما در ایران به صنایعی که کمتر از ۵۰ کارگر دارند، صنایع کوچک گفته می‌شود.

**چرا صادرات صنعتی در ایران روی صنایع سنگین مانند فولاد بیشتر از صنایع متوسط و کوچک متمرکز شده است؟**

صنعت فولاد به سوی ایران سوق داده شد. تولید فولاد، انرژی زیادی نیاز دارد و سرمایه‌گذاری کلانی را طلب می‌کند، اما ممکن است ارزش افزوده بالایی نداشته باشد.

اصولاً اکثر صادرات صنعتی ایران صادرات کالاهای خام است. وقتی کلوخه‌های کانی

صادر می‌شود و یا سنگ به صورت فله از کشور خارج می‌شود، مثل این است که نفت صادر شده است. فولاد نیز از این امر مستثنی نیست. کشورهای صنعتی، فولاد را دارای ارزش افزوده بالا می‌کنند و به‌صورت مختلف مانند پیستون یا سوپاپ ماشین صادر می‌کنند. این امر ارزش افزوده روی فولاد را نشان می‌دهد.

اصولاً در ایران «خام‌فروشی» صورت می‌گیرد. به نظر من ایران نمی‌تواند محور صادرات خود را در هیچ‌یک از صنایع پایه‌گذاری کند، زیرا اصولاً محصولات صنایع ایران مانند فولاد به‌صورت خام صادر می‌شوند و هنگامی که یک ماده به‌صورت خام صادر شود، صنایع زیرمجموعه آن رشد پیدا نمی‌کنند.

**پس به نظر شما کشورهای که صادرات صنعتی آنان از نوع محصولات صنایع مادر است، کشورهای موفق‌تری از نظر صادرات صنعتی نیستند؟**

اصولاً این‌گونه کشورها در توسعه صادرات صنعتی موفق نیستند. کشورهای که خام‌فروشی می‌کنند، به‌سرعت آسیب‌پذیر خواهند بود. برای مثال اگر در خرید شکر بحران به‌وجود آید، کوبا دچار بحران خواهد شد. البته آلمان هم یک کشور تک‌محصولی است، اما محصول آن فن‌آوری است که قابلیت تکثیر فیزیکی دارد. اما محصولات ایران قابلیت تکثیر فیزیکی ندارند. در نتیجه هنگامی که با یک بحران برخورد شود، صنایع بزرگ به‌شدت آسیب می‌بینند. در ایران باید با ایجار کارگاه‌های

○ در صنایع سافتمانی، فرآورده‌های صنایع تبدیلی کشاورزی، گردشگری، قطعه‌سازی، صنایع دارای فن‌آوری پایین‌تر و صنایعی که ماده اولیه آنها انرژی است، مزیت نسبی برای صادرات وجود دارد.

کوچک تخصصی، صادرات صنعتی را توسعه داد. امروزه در سطح جهان یک کارخانه در زمینه تمامی اجزاء یک کالای ساخته شده، تخصص ندارد، بلکه در قطعه تخصص دارد. باید در ایران شرایط و قابلیت‌هایی فراهم آید که فکرها، نو، خلاقیت و قابلیت تولید تجاری در صنعت به‌وجود آید.

نیازهای صنعتی جامعه نیز باید با آموزش دانشگاهی ارتباط مستقیم داشته باشد. دانشگاه‌های ایران امروز با صنعت فاصله گرفته‌اند و فارغ‌التحصیلان آنها با صنعت بیگانه هستند.

**با ایجاد شهرک‌های صنعتی تا چه حدی در توسعه صادرات صنعتی موفق بوده‌ایم؟**

اکثر شهرک‌های صنعتی در ایران هنوز امکانات اولیه ندارند. در شهرک‌های صنعتی ایران هزینه‌های خدمات بسیار بالا است. هر واحد تولیدی، خود دارای تالارهای متعدد برای جلسات و از این دست می‌باشد. این امر باعث می‌شود قیمت تمام‌شده بالا رود و رقابت در بازارهای جهانی تحت‌الشعاع قرار گیرد.

**صنایع برای ورود به بازارهای جهانی در جهت توسعه صادرات چه مشکلاتی دارند؟**

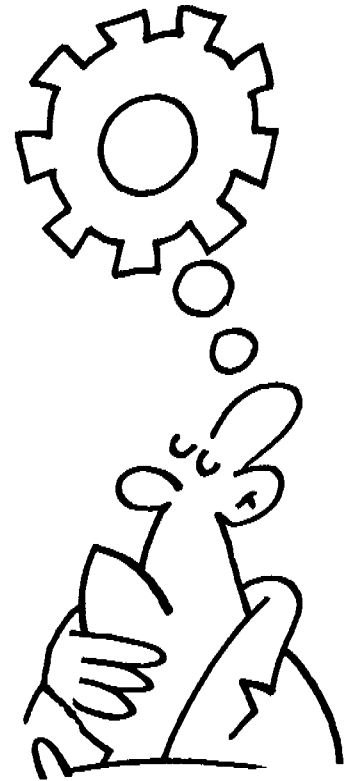
متأسفانه در صنایع، بیشتر ماشین‌آلات خریداری شده است تا فن‌آوری. سبیل فن‌آوری یک کشور خودرو آن است. تمام کشورهای که محصولات صادراتی آنها در کشورهای دیگری پا گرفت، از صادرات خودرو شروع شد (مثل صنعت خودروسازی

کوره). حجم ماشین‌آلات خریداری شده در کل صنعت ایران، از حجم ماشین‌آلات موجود در کشورهای کره و آلمان بیشتر است. اینها

آمارهایی است که خود مجلات می‌دهند، پس بهره‌وری نیست.

اکثر صنایع زیر ظرفیت اسمی تولید می‌کنند. اگر در زندگی اجتماعی بهره‌ور نباشیم، این نقص به صنعت کشیده می‌شود و صنعت هم با بهره‌وری پایین کار می‌کند. اکثر صنایع زیر ظرفیت اقتصادی با ۲۰ الی ۴۰ درصد ظرفیت اسمی کار می‌کنند. چون بازار داخلی کفش ندارد و ۶۰ الی ۸۰ درصد هزینه‌های سربار، جذب همان مقدار تولید می‌شود و در نتیجه کالاگران تمام می‌شود. کارخانه‌ای که با ۲۰ درصد ظرفیت کار می‌کند، چگونه می‌تواند با قیمت‌های جهانی رقابت کند؟ به جرأت بگویم اکثر کالاهای کشور از نظر قیمت





قابل رقابت در بازار جهانی نیست، چون هزینه‌های سربار بالاست، برای اینکه صنعت بیمار است.

تکثیر فیزیکی موافقت‌نامه‌های اصولی داده شده غلط بوده است. فقط نگرش این بوده است که نیاز داخلی رفع شود. نگرش به خارج از مرزها وجود نداشته است. در کاشان بیش از حد متعارف و معمول کارخانه فروش ماشینی است که می‌توانند به‌تنهایی نیمی از مساحت ایران را فروش کنند.

امروزه صادرات بخشنامه‌ای نیست. مسیر رودخانه را خود آب تعیین می‌کند. اگر یک کالایی در داخل کشور دارای یک مزیت نسبی باشد، شبکه جهانی مایل به جذب آن کالا در سیستم خودش می‌شود.

در حال حاضر دایماً دیده می‌شود که آگهی برگزاری نمایشگاه در خارج از کشور اعلام می‌شود. ولی من مطمئن هستم اگر از برگزارکنندگان این نمایشگاه‌ها سؤال شود که چه خصوصیتی در این نمایشگاه‌ها یافت

می‌شود، به عوامل جغرافیایی، جمعیت و وسعت اکتفا می‌شود. خیلی از اطلاعات مدون و به‌روز وجود ندارد و لذا باید هزینه بیشتری برای کسب اطلاعات قبل از ورود به نمایشگاه پرداخت کرد.

حدود ۸۰ درصد از کشورهایی که در نمایشگاه بین‌المللی تهران شرکت می‌کنند، اصولاً بنیۀ مراوده با ما را ندارند، بلکه روی یک رفاقت بین‌المللی یا سلوکی در نمایشگاه حاضر می‌شوند.

اگر قابلیت صدور کالایی وجود داشته باشد، خودبه‌خود مسیرش پیدا خواهد شد، لذا کل نگرش‌ها نسبت به نمایشگاه‌ها باید عوض شود.

پشتیبانی بعد از نمایشگاه صورت نمی‌گیرد. باید به آنهایی که کالاهایشان خصلت صادراتی دارد، کمک شود تا در صحنۀ بین‌المللی ظاهر شوند. یکی از این کمک‌ها، پشتیبانی خدماتی بعد از نمایشگاه است.

در ارزیۀ قیمت یک کالای صادراتی به دنیا هنوز مشکل وجود دارد، چون مشخص نیست که چقدر باید تمام شود. گمان می‌شود که به قیمت تمام‌شده کالا باید درصدی افزوده شود تا به نرخ بین‌المللی برسد! ولی باید در نظر داشت که قیمت تمام‌شده کالا الزاماً قیمت فروش نیست.

روش‌های کنترلی که توسط مراکز تصمیم‌گیرنده اعمال می‌شود، صادرات کالاهای صنعتی را متوقف می‌کند.

نیاز ارزی باید تأمین شود. اگر قرار باشد کارخانه‌ها با ظرفیت اقتصادی تولید نمایند، به ۳۰ میلیارد دلار ارز نیاز است که به چیزی در حدود ۳ الی ۴ میلیارد دلار اکتفا شده و در نتیجه بقیه ۲۶ یا ۲۷ میلیارد دلار از کجا باید بیاید؟ اگر در کشور امنیت سرمایه‌گذاری و تولیدی و غیره به‌وجود آید، این پول‌ها مسیر خودش را پیدا می‌کند. در روش‌هایی که

در تشویق صادرات گذاشته‌اند، از بخشنامه تا اجرا، بسیار متفاوت و بعضاً اصلاً به‌اجرا درنیامده است، ضمناً هنوز عزم ملی که به نقش صادرات اهمیت داده شود، به‌وجود نیامده است.

هنوز خام‌فروشی می‌شود. متأسفانه آمارهایی که از گمرک ایران می‌رسد، حاکی از آن است که از نظر حجمی، صادرات مثلاً ۸۰ درصد رشد داشته ولی از نظر ارزشی ۴۰ درصد کاهش داشته است. خوب این نشان می‌دهد که خام‌فروشی می‌شود و ارزش افزوده‌ای منتقل نشده است. تا زمانی که در کالاها ارزش افزوده ایجاد نشود، متقابلاً درآمدی برای کشور به‌وجود نمی‌آید.

معیارها و ارزش‌های متفاوت هم باعث می‌شود تا در تجزیه و تحلیل‌ها اشکال ایجاد شود. از مردم عادی پرسیدن که نمایشگاه چگونه بود؟ چه مشکلی را برای صنعت حل می‌کند. در نمایشگاه باید به درد دل صاحب صنعت رسیدگی کرد. تمام مشکلات، کلیشه‌ای است. به جای آنکه تمام انرژی در نمایشگاه‌ها صرف مبادلات تجاری شود، صرف نگهداری کالا در نمایشگاه می‌شود تا بدان خدشه‌ای وارد نشود.

### ■ آیا رکود اقتصادی پدید آمده در دنیا تأثیری بر صادرات ایران داشته است؟

۱۶ چون ایران نقش چندانی در تجارت بین‌المللی صنعتی ندارد، لذا تأثیری هم نداشته است. سهم ما در تجارت کالاهای صنعتی با دنیا ۰/۰۰۴ درصد است. مسلماً رکود اقتصادی دنیا بر کشوری مثل آلمان که سهم تجارتش با دنیا ۴۰ درصد است، اثر می‌گذارد. بحران بر کسی اثرگذار است که در نظام تجارت بین‌المللی نقشی داشته باشد.