

# صادرات غیر نفتی

جمهوری اسلامی



■ گزارشی از مراسم روز ملی صادرات ■

توسعه تجارت خارجی بویژه صادرات یکی از عوامل موثر در توسعه اقتصادی کشورها محسوب می شود که می تواند علاوه بر رشد اقتصادی موجب افزایش توان رقابت پذیری کشورها در عرصه بین المللی شود. ۲۹ مهرماه از سال ۷۶ با تصویب شورای فرهنگ کشور به عنوان روز ملی صادرات تعیین شده تا بیانگر وجود اراده ملی در مجموعه دولت و ملت برای توسعه صادرات غیر نفتی کشور باشد. انتخاب یک روز در سال به عنوان روز ملی صادرات موجب گسترش تفکر و فرهنگ صادراتی در جامعه می شود. سالن همایشهای صدا و سیما ۲۹ مهر ماه سالجاری نیز میزبان صادرکنندگان، صنعتگران بخش خصوص و دولتی، دولتمردان و تشکل های صنفی و صنعتی بود. در این مراسم رادیو تجارت؛ صدای بازرگانی ایران با همکاری سازمان توسعه تجارت و صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران افتتاح شد. تمبر یادبود این روز توسط معاون اول ریاست جمهوری رونمایی شد و ۴۴ صادرکننده برتر فرصت یافتند طی دریافت لوح تقدیر از دستان داکتر داوودی، نامه هایی را که به نظرمی رسید حاوی درد دل ها و بیان مشکلات واحدهای تولیدیشان بود تقدیم وی نمایند. رئیس سازمان توسعه تجارت و میزبان این مراسم از رشد و توسعه صادرات غیر نفتی سخن گفت و ضمن ارائه آمار و ارقام به نحوه انتخاب صادرکنندگان نمونه پرداخت، رئیس اتاق بازرگانی ایران قوت دولت را در شفافیت سیاستها دانست نه در مدیریت شگفتی که سخنان وی بارها توسط مدعوین بخش خصوصی مورد تشویق قرار گرفت، وزیر بازرگانی در سخنرانی خود که با نمودارهای آماری همراه بود به بحث صادرات پرداخت و معتقد بود ایجاد فضای رقابتی و تعاملی با نگاه درونی امکان پذیر نخواهد بود، باید سازمان ها و قوانین و مقررات را متناسب با نیازها توسعه دهیم و تصدی گری دولت در بخشهای خدماتی باید کاهش یابد، معاون اول رئیس جمهور نیز اصل ۴۴ را یک تحول اساسی در کشور عنوان نمود که مقام معظم رهبری بر اساس آن خط مشی آینده کشور را مشخص کرده اند، براین اساس دولت باید سیاستگذار، تصمیم گیر و نظارتگر باشد. توجه و عنایت دولتمردان به سیاستهای کلی اصل ۴۴ و خصوصی سازی در کشور مهمترین محور سخنرانی آنان در روز ملی صادرات محسوب می شد. روزی که بخش خصوصی توانست ۴۰ شرکت را به عنوان صادرکننده نمونه معرفی نماید (در مقابل ۴ شرکت دولتی). به هر حال به نظرمی رسید علیرغم چشم اندازهای روشنی که از اجرای اصل ۴۴ و تقویت بنیه بخش خصوصی که در سخنرانی اکثر دولتمردان نیز شاهد آن بودیم، صنعت و بخصوص صنعت صادراتی با مشکلات سهمگینی روبرو است که توجه و همدلی مسئولین را در حال حاضر می طلبد و مسئولین محترم باید در کوتاه مدت فکری به حال توسعه صادرات کنند که از مهمترین آنها مشکلات تعرفه ای، نابرابری افزایش نرخ دلار و یورو نسبت به تورم داخلی کشور و وجود قوانین و مقررات زاید و دست و پاگیر می باشد.





۴- معرفی الگوهای صادراتی در عرصه تولید و صادرات

۵- تبیین سیاست های صادراتی

۶- معرفی بخشی از توانمندی های صادراتی کشور  
**شاخص های انتخاب صادر کننده نمونه:**

ارزش صادرات

رشد صادرات

ماندگاری در بازار هدف

کیفیت محصولات

مهارت های فنی و بازاریابی

سرمایه گذاری در زمینه صادرات

تنوع خدمات

کارآفرینی و اشتغال

آموزش و توسعه منابع انسانی

مجموعاً ۲۱۵ شرکت در این رقابت حضور یافتند که در نهایت ۴۴ شرکت انتخاب شدند (۴۰ شرکت از بخش خصوصی و ۴ شرکت دولتی به عنوان نمونه انتخاب شدند که ۵ میلیارد دلار جمع صادرات آنها بود، ۳۲ واحد از بخش صنایع و معادن، ۱۰ واحد از بخش کشاورزی و ۲ واحد از بخش خدمات صادرکنندگان سال ۱۳۸۶ محسوب می شوند).

**اعضای کار گروه انتخاب صادر کننده نمونه کشور:**

وزارت صنایع و معادن

وزارت جهاد کشاورزی

وزارت کار و امور اجتماعی

معاونت برنامه ریزی و معاونت راهبردی ریاست

جمهوری

بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

سازمان توسعه تجارت ایران

موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی

گمرک جمهوری اسلامی ایران

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن (بخش خصوصی)

اتاق مرکزی تعاون جمهوری اسلامی ایران (بخش

تعاونی)

تشکل صادراتی مربوطه (بخش خصوصی)

**ارزش مدیریتی و کارآفرینی تولیدکنندگان**

**را بر بنگاه های دولتی مقدم شمرد**

نماینده صادرکنندگان بخش صنعت - آقای هادیان

- بعنوان سخنران بعدی اظهارداشت: بعضی از

کارخانجات و صنایع معدنی توانسته اند یکی از اهداف

دولت را در بخش صادرات و صنعت و معادن، به

صورت صددرصد جامه عمل بپوشانند. آنها توانسته اند

در مورد سایر دستگاه ها هم فعالیتهای خوبی انجام می شود. انتظار داریم وزارتخانه های اقتصادی

دولت مانند وزارت صنایع و معادن، وزارت جهاد

کشاورزی، وزارت اقتصاد و دارایی، وزارت کار و

اموراجتماعی و... جهت گیری های صادراتی خود را

شفاف تر اعلام کنند به گونه ای که صادرکنندگان

از سرمایه گذاری های در حال انجام اطلاع پیدا

کنند و هم بدانند که چه سهمی از سرمایه گذاری ها

به سمت صادرات غیر نفتی کشور است و در آینده

چقدر می توان منتظر باشیم این جهت گیری موجب

صادرات شود زیرا یکی از پارامترهای مهم در سرمایه

گذاری محاسبه این است که بر اساس هر سرمایه

گذاری چه میزان صادرات صورت خواهد گرفت.

مجموعه ای از نرم افزارهای کامپیوتری کردن

فعالیت های تجاری کشور را افتتاح خواهیم کرد.

نرم افزار "Iran In Made" این فرصت را به

همه تولید کنندگان ایرانی می دهد که کالاهای خود را

در این نمایشگاه جهانی به نمایش بگذارند و خریداران

خارجی را به سمت کالاهای ایرانی با تبلیغات

کامپیوتری جلب شوند.

سیستم نثرش، ثبت سفارش را به صورت اتوماتیک

انجام می دهد. از این به بعد صادرکنندگان فقط یک بار

نیاز به ثبت نام دارند و بعد از آن کارهای ثبت سفارش

خود را می توانند به صورت الکترونیکی انجام دهند.

نرم افزارهایی هم برای محاسبه جواز صادراتی،

قیمت گذاری پایه، اعزام هیات های بازاریابی و برای

مجوزهای نمایشگاهی وجود دارد.

سیستم کتابخانه تجاری، پرتال تجارت خارجی است.

سیستم آماری است که انبوهی از آمارهای و اطلاعات

ذی قیمت را از موسسات خریداری نموده ایم و در

اختیار صادرکنندگان و واردکنندگان قرار می دهیم به

نحوی که می توانید از رقبیان آن محصول که قصد

خرید دارید، باخبر شوید. توصیه می کنم سری به

سایت [ir.tpo.www](http://ir.tpo.www) بزنید. امروز با لطف خدا

شاهد افتتاح رادیو تجارت خواهیم بود (موج FM

۱۰۲/۵ مگا هرتز) صدای بازرگانی کشور را خواهید

شنید

**اهداف انتخاب صادر کنندگان نمونه:**

۱- گسترش فرهنگ عمومی صادرات

۲- ارتقا شأن و مسئولیت اجتماعی

صادرکنندگان

۳- گسترش هماهنگ تولید برای

صادرات

که عراق است را بتوانیم به عنوان شریک نخست داشته باشیم که کشورهای دیگر آسیایی و اروپایی سهم های بعدی در صادرات ما دارند. در این مدت شرکت های ایرانی موفق به عقد بیش از ۷۰۹ میلیون دلار قرارداد در زمینه صادر خدمات فنی و مهندسی شده اند، این رقم در مدت مشابه سال قبل ۵۴۲ میلیون دلار بوده است. کشورهای افغانستان، سوریه، ونزوئلا و تاجیکستان مقاصد اصلی صادرات خدمات فنی و مهندسی در این مدت بوده اند.

یک نگرانی در مورد رشد صادرات غیر نفتی کشور وجود داشت بدین صورت که صادرات مواد خام، کالاهای واسطه ای و محصولات نهایی تا چه میزان است. ۴ میلیارد دلار صادرات غیر نفتی داریم که ارزش افزوده آن به نظر کارشناسان سازمان خیلی کم است، اگر این عدد کم را دنبال کنیم ۵/۴ صادرات غیرنفتی داریم که ارزش افزوده آن کم است. اگر تا حد قابل قبول را به این اضافه کنیم، ۵ میلیارد دلار و صادرات غیر نفتی داریم که جزء مواد خام محسوب می شود، یعنی ۳۰ درصد محصولات ما ارزش افزوده آن کم و تا حد قابل قبول است. آمارهای ما در سازمان توسعه تجارت این اعتقاد که کشور در حال خام فروشی است را تایید نمی کند.

**وظایف سازمان توسعه تجارت:**

۱- هدفمند نمودن پرداخت یارانه ها و مشوق های صادراتی

۲- حمایت از ایجاد شرکت های بزرگ مدیریت

**رشد صادرات غیر نفتی کشور**

دکتر مهدی غضنفری - معاون وزیر بازرگانی و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران - اظهار داشت: اگر از ۲۹ مهرماه سال ۸۵ تا ۲۹ مهرماه سال ۸۶ امسال را با اعتبار یک سال صادراتی بنامیم، سال پر فراز و نشیبی داشتیم. اراده های بسیاری وجود داشت که می خواست تجارت و صادرات نباشد و دستها و قلبهایی وجود داشت که می خواست تجارت و صادرات باشد و به لطف خدایین دستهای مقدس موفق شدند. شعار اصلی روز ملی صادرات عبارت است از: صادرات غیر نفتی؛ اوج خود باوری ملی و سایر شعارها این روز هم عبارتند از: صادرات؛ تبلور اراده و عزم ملی، تولید برون گرا، افزایش توان صادراتی، توسعه صادرات؛ اعتلای ثروت و اقتدار ملی، صادرات غیر نفتی؛ رونق اقتصادی و صادرات؛ موتور محرکه اقتصاد.

**گزارش صادرات کالاهای غیر نفتی در نیمه اول سال جاری:**

صادرات غیر نفتی با رشد خوبی مراحل جدید و رکوردهای بالاتری را تجربه می کند و در ۶ ماه نخست امسال بیش از ۷۰ میلیارد صادرات به خارج از کشور داشته ایم که هم به ۲۷ حجمی وزنی و هم به لحاظ ارزشی رشد خوبی را نشان می دهد.

در بین گروه کالاهای صادراتی در بخش معدن با حدود ۵/۲۴ درصد از کل صادرات غیر نفتی، بیشترین سهم را از آن خود کرده است و ما در محاسبات امسال با احتساب میعانات گازی، آمارها را

**صادرات غیر نفتی با رشد خوبی مراحل جدید و رکوردهای بالاتری را تجربه می کند و در ۶ ماه نخست امسال بیش از ۷۰ میلیارد صادرات به خارج از کشور داشته ایم که هم به ۲۷ حجمی وزنی و هم به لحاظ ارزشی رشد خوبی را نشان می دهد**

صادرات ۳- تاکید بیشتر به جمع آوری و انتشار اطلاعات بازارهای هدف

۴- حمایت از صادرکنندگان برای دستیابی سریع و آسان به منابع مالی با قیمت رقابتی

۵- اولویت مندی زمینه های توسعه صادرات و تمرکز بر محصولات با اولویت بیشتر

۶- برنامه ریزی و سازماندهی مجدد برای حمایت از صادرات خدمات از جنبه های گوناگون مانند توریسم، ترانزیت، خدمات آموزشی، خدمات بهداشتی و درمانی، خدمات مشاوره ای، نانو تکنولوژی، بیوتکنولوژی و غیره



در کنار بخش دولتی وظیفه دارد به عنوان خلق چشم انداز مطلوب برای رسیدن کالاهای صادراتی در بازارهای جهانی به وضع مطلوب، پیشنهاداتی را به دولت ارائه نماید. صادرکنندگان بخش کشاورزی چهار پیشنهاد در این راستا دارد که تبیین این عوامل و تناسب آن می‌تواند به مثابه یک الماس برای موفقیت صادرات غیرنفتی در بازارهای جهانی باشد:

۱- تبیین استراتژی توسعه صادرات غیرنفتی و برنامه ریزی استراتژیک مدیریت بازار و بازاریابی برای کلیه محصولات صادراتی (برنامه ریزی استراتژیک تفکر اقدام به موقع است، باید بتوان بر مبنای شرایط موجود هر لحظه برای حرکت و موفقیت محصولات صادراتی طرح و نقشه ارائه داد).

۲- به کارگیری منابع انسانی متخصص و کارآمد در بخشهای مرتبط با تولید و صادرات و سپردن کار به دست اهل کار

۳- طرح ریزی ساختارهای اداری متناسب با استراتژی های تبیین شده جهت تحقق اثر بخش فلسفه وجودی، رسالت و مأموریت سازمان ها

۴- استفاده از فناوری های روز در بخشهای مختلف در ارتباط با تولید و صادرات

مسئله دیگر لازمه افزایش کارایی، اثر بخشی و بهره برداری در توسعه صادرات غیرنفتی و تخصصی نمودن کارها است. باید اهداف پیوستن به سازمان تجارت جهانی را در اقتصاد اجرایی کنیم. موفقیت محصولات استراتژیک بخش کشاورزی و... در بازارهای رقابتی جهان، داشتن سازمان متولی یا معاونت های تخصصی برنامه ریزی در سازمان توسعه تجارت یا اتاق بازرگانی، پیشنهاد می‌شود، معاونت های تخصصی برنامه ریزی، اجرا، نظارت و کنترل بازاریابی در سازمان توسعه تجارت یا اتاق بازرگانی ایجاد شود مانند معاونت برنامه ریزی و بازاریابی هسته، زعفران، کشمش، خرما، فرش، گیاهان دارویی، خشکبار، میوه و تره بار، گل و گیاهان زینتی و...

هرکدام از محصولات فوق نقاط قوت و ضعف، فرصتها و تهدیدات خاص خود را در بازارهای متغیر و متحول جهانی دارد پس یک برنامه و استراتژی را نمی‌توان به تمام آنها ربط داد. هر محصول به استراتژی خاص خود نیاز دارد. برای مثال در صادرات زعفران با افت ۷۷ درصدی مواجه هستیم، یکی از



**لازم به یاد آوری است که امروز ظرفیت های زیادی از کارخانجات نصب شده در کشور به علت کمبود مواد اولیه و گرانی قیمت آنها و پایین بودن نرخ بهره وری با مشلات عدیده ای مواجه هستند و یا با کمتر از ۵۰ درصد ظرفیت به تولید می پردازند. می توان با اقدامات ساده و سهولت پرداخت تسهیلات بانکی آنها را فعال نمود، به ظرفیت کامل رساند و امر اشتغالزایی را بدون سرمایه گذاری محقق کرد**

بیکاری و نه دلیل رشد قیمت ها شد. با تفکر "چو فردا شود فکر فردا کنیم" نمی توانیم موفق باشیم آقای احتشام - نماینده صادرکنندگان بخش کشاورزی - گفت: امروز کشور ما با در دست داشتن منابع عظیم طبیعی در بخشهای مختلف و منابع انسانی متعهد، متخصص و کارآمدش که در دنیا زبانزد هستند، می‌توانند برپایه علوم مدیریت تولید و بازاریابی با انطباق صحیح و علمی این منابع عظیم خدادادی با فرصت های موجود در بازارهای جهانی تولیدات صادراتی خود را به محصولات رقابتی مانند شرکتهای شرق آسیا تبدیل نماید. به شکرانه خداوند بزرگ زمین این مهم با اصول اخلاق کاری که ریاست محترم جمهوری آن را در دولت نهم نهادینه نموده اند به یک فرهنگ اقتصادی و باور ملی تبدیل گردیده است. اکنون که این باور فراهم است چگونه باید از فرصتهای موجود در بازارهای جهانی به نحو مطلوب استفاده کنیم و به نقاط ضعف و تهدیدات محیطی فائق آئیم و دیگر شاهد فرصت سوزی هان باشیم؟ بخش خصوصی

مواد اولیه و گرانی قیمت آنها و پایین بودن نرخ بهره وری با مشلات عدیده ای مواجه هستند و یا با کمتر از ۵۰ درصد ظرفیت به تولید می‌پردازند. می‌توان با اقدامات ساده و سهولت پرداخت تسهیلات بانکی آنها را فعال نمود، به ظرفیت کامل رساند و امر اشتغالزایی را بدون سرمایه گذاری محقق کرد. حیف است که از فرمان مقام معظم رهبری پیرامون اصل ۴۴ قانون اساسی که واگذاری بخشهای مختلف اقتصادی دولتی به بخش خصوصی در روز صادرات نام نبرد. یک انقلاب عظیم اقتصادی در کشور رخ داده که باید به آن اهتمام ورزید. می‌توان با استفاده از پتانسیل های تولیدکنندگان صنعتی و معدنی که وضعیت خوب عملیات اقتصادی در آنها محرز گردیده؛ بخش عظیمی از معادن و صنایع خود را به این گروه واگذار نموده و به توان مدیریت بخش خصوصی اعتماد کرد تا شاهد شکوفایی و بازده مناسب بنگاه های واگذار شده در رشد صادرات غیر نفتی باشیم، لذا مشکل پرداخت نقدینگی آن بنگاه های اقتصادی را از روی دوش بخش خصوصی بردارید و ارزش آن را به صورت اقساطی و بعد از آن واگذاری به صورت پلکانی انجام دهید که گام بسیار بزرگی را در واگذاری ها داشته‌اید و تلاش نمائید که ارزش مدیریتی و کارآفرینی تولیدکنندگان را بر ارزش بنگاه های دولتی مقدم شمرد زیرا ما شاهد واگذاری های اقتصادی آلمان شرقی در زمان ادغام آن با آلمان غربی بودیم که اکثر واحدها را با شرط حفظ اشتغال، حفظ بازار و سود دهی حداقل ۱۵ درصد آن بنگاه با یک مارک و با اعتماد به مدیریت بخش خصوصی واگذار نمود و بعدها سود ناشی از همین واگذاری به ملت آلمان ارزانی گردید؛ زیرا نه بانی تورم نه باعث

با مواد اولیه داخلی و ماشین آلات ساخت داخل با کیفیت بالاتر از بورس استانداردهای جهانی محصول داشته باشند.

در این میان تولیدکنندگان صنایع معدنی با همین ساختار واحدهای تولیدی نیز هستند که کلیه محصول خود را صادر می‌کنند و این حرکت ملی و پویا را سالهاست که رقم زده و سیاست های سازمان توسعه تجارت را به صورت صددرصد جامه عمل پوشانیده اند، به همین دلیل بهترین بازارهای جهانی ظرف سالهای متمادی در تصاحب این بنگاه های تولیدی - صادراتی قرار دارند.

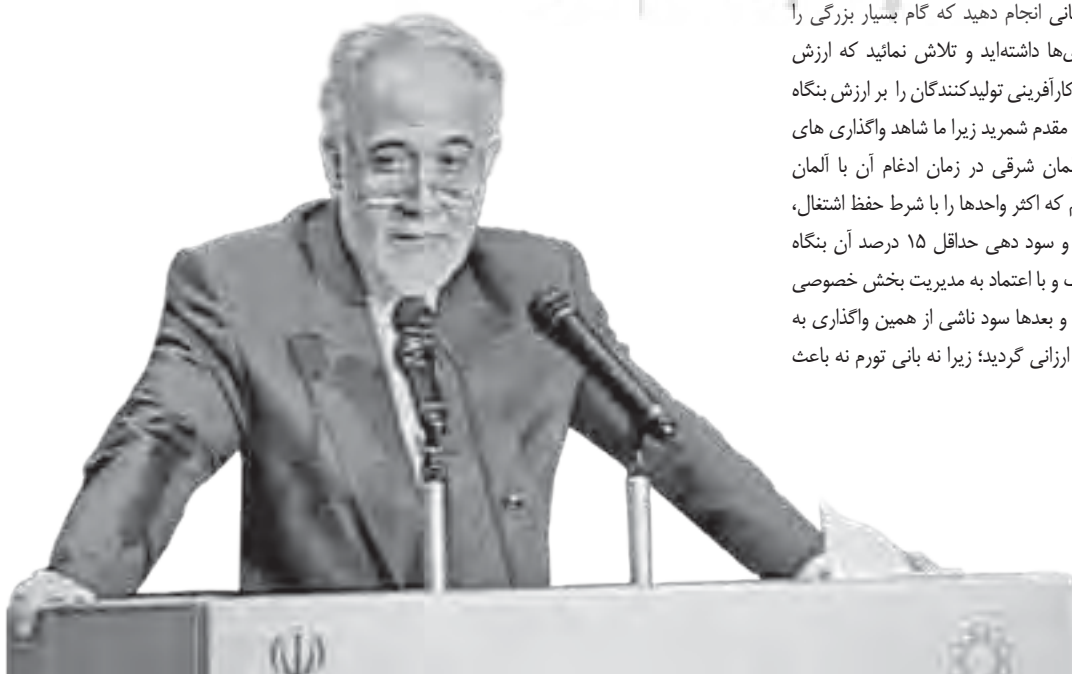
صندوق ضمانت صادرات با سرمایه صددرصد دولتی به عنوان سازمان حمایتی صادرات و پشتوانه صادرکنندگان به منظور ایجاد شتاب بیشتر در امر صادرات غیرنفتی تاسیس گردیده است که در دوره های پیشین به دلیل سیاست های متفاوت و گاهاً سختگیرانه مدیریتی تقریباً به یک بنگاه انتفاعی تبدیل شده بود که با واسطه وجودی و وظایف قانونی آن مغایر بوده است اما با مدیریت جدید صندوق، هر چند تسهیلات به نفع صادرکنندگان ایجاد شده (که ضروری همه بوده است) لیکن هیچگاه کافی نبوده است.

هزینه های قابل دریافت از متقاضیان خدمات صندوق در بخش ضمانت اعتباری، ضمانت صدور خدمات فنی و مهندسی و سایر خدمات تضمینی و بیمه ای که به درصد اخذ می‌گردد، علاوه بر افزایش هزینه های صادرات، قدرت رقابت و حضور موفق را در بازارهای جهانی کاهش می‌دهد که لازم است این هزینه ها از درصد به در هزار کاهش یابد. و در صورت ایجاد بحران در چرخه صادرات، هر صادرکننده هزینه های مازاد دوران تمدید ناشی از بحران را می‌پردازد که این نیز باید حذف شود. پوشش های تضمینی صندوق به پشتوانه ساده ترین وثایق ارائه گردد و در صورت اخذ وثایق دیگر با حداقل هزینه صورت گیرد.

اکثر کارخانجات و صنایع معدنی کشور در واحدهای خود دارای D&R می‌باشند و بعضاً اهتمام به ایجاد مرکز تحقیقاتی نیز کرده اند. آنان با بهره گیری از اساتید جوان و محققان نخبه این مراکز را اداره می‌کنند و هیأت های علمی که از جوانان تشکیل می‌شود هم وقت آزاد بیشتری دارند که در پژوهشگاه ها و آزمایشگاه ها صرف نمایند و هم بسیار علاقمند هستند، وقتی یک محصول جدید برای اولین بار از آن مراکز تحقیقات محقق می‌گردد، غرور ملی آنها را پر می‌کند.

معمولاً این مراکز از خدمات دولتی کمتر استفاده می‌نمایند و گاهی اصلاً استفاده نمی‌کنند. در خصوص بخش معدن ایجاد مناطق ویژه صادرات محصول را معدنی می‌تواند یکی از راهکارهای توسعه بخش صادرات و معدن باشد. ایران در بخش معدن از جمله کشورهایی است که اکثر ذخایر معدنی شناخته شده جهان نیز در آن وجود دارد، ایران می‌تواند با حداقل سرمایه گذاری در این ذخایر معدنی هم در استخراج هم تبدیل آنها به کنسنتره های محصولات فوق و هم در اکثر موارد در تولیدات بالادستی آنها حداکثر منابع اشتغال زایی زیاد و صادرات انبوه را رقم زند بدین صورت بطور حتم در بخشهای عظیمی از واردات خود کفای شویم لذا صادرات کنسنتره های مواد معدنی فوق خیانت به کشور است.

لازم به یاد آوری است که امروز ظرفیت های زیادی از کارخانجات نصب شده در کشور به علت کمبود





بسیار مهم است.

۷- کمک به کاهش قیمت تمام شده محصولات کشاورزی و تامین سرمایه در گردش مورد نیاز صادرکنندگان بخش کشاورزی و توجه ویژه مسئولین امر را طلب می‌کند. باید دانست که صرفاً خصوصی سازی نیست که منجر به توسعه می‌شود بلکه باید بتوانیم بنگاه‌های اقتصادی را رقابت پذیر کنیم. باید کاری انجام داد که بنگاه‌های اقتصادی به اندازه مناسب از عملکرد شایسته خود به بازارهای جهانی برسند. باید کاری کرد که منابع کوچک به منابع بزرگتر و فعالتر تبدیل شود. این کار به حمایت دولت نیازمند است. (البته به دنبال حمایت‌های معقول هستیم). حمایت‌ها باید در حدی باشد که بتواند نظام‌های تولید، بازاریابی، بازار سازی و صادرات محصولات کشاورزی را همزمان با افزایش سطح زیر کشت و تولید دگرگون نماید.

محصولات کشاورزی و ایجاد انضباط در شکل‌گیری سالم عرضه و تقاضا براساس قابلیت‌های بازار همراه با مکانیزم‌های کنترل نظارت جهت بازاری ثابت از الزامات موفقیت محصولات کشاورزی در بازارهای جهانی است.

۳- یکی از راه‌های علمی، اصولی و اثربخش در توسعه صادرات غیرنفتی، فراهم نمودن زمینه لازم جهت سرمایه‌گذاری‌های مشترک با شرکتهای توانمند در بازارهای بین‌المللی است؛ این امر می‌تواند در ایجاد اشتغال پایدار و جلوگیری از صادرات فرصتهای شغلی بسیار موثر باشد. انتظاری‌رود با تصویب قوانین و مقررات لازم زمینه افزایش انگیزه این نوع سرمایه‌گذاری بیشتر فراهم گردد.

۴- نهادینه کردن چرخه ارزیابی مدیریت عملکرد در پرداخت تسهیلات بانکی، جوایز صادراتی، یارانه‌های صادراتی و غیره برای افزایش اخلاق کسب و کار و انگیزه فعالیتهای مثبت و منطبق بر اصول و قوانین تجارت از ابزارهای مدیریت در محیط کسب و کار بسیار اثر بخش خواهد بود. برخورد جدی با پدیده ناپسند دلال بازی، واسطه‌گری و رانت طلبی که انگیزه کارآفرینی و صادرات را از صادرکنندگان و کارآفرینان سلب می‌نمایند؛ از انتظارات مسئولین این امر است.

۵- اقتصادی کردن سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در صنایع تبدیلی و تکمیلی برای محصولات کشاورزی در بازارهای جهانی شد که برای برند سازی و اجرای صحیح بازاریابی ایجاد شده اند، می‌تواند در معرفی نام محصولات کشورها در بازارهای جهانی بسیار اثربخش باشد.

۶- برنامه ریزی جهت کاهش ضایعات ناشی از برداشت، انبار، حمل و نقل، دسته بندی محصولات کشاورزی و غیره از الزامات

مطلق بخش کشاورزی به علت ضعف در فرآوری، بسته بندی و داشتن برنامه ریزی مدیریت بازاریابی به صورت خام صادر می‌شود. یعنی در واقع ارزش افزوده و فرصتهای شغلی آن را صادر می‌کنیم یا این که به علت ضعف در توسعه تکنولوژی روز و قیمت تمام شده بالا، توان رقابت در بازار جهانی را نداریم یا در نابسامانی بازار گرفتاریم؛ هم چنین محصولات دیگری در بخش کشاورزی از پتانسیل‌های بسیار بالایی در امر اشتغالزایی و صادرات برخوردار است که به علت عدم فرهنگ سازی با بازاریابی و بازار سازی در سطح بازارهای جهانی ناشناخته است و نیاز به توجه خاص مسئولان امر دارد. بنابراین تصویب اعتبارات ارزان قیمت برای واحدهای صادراتی فعال با هدف تخصصی نمودن فعالیت‌های این واحدها جهت رسیدن به عملکردی در سطح جهانی و حرکت به سوی بنگاه‌های توسعه یافته صادراتی با ایجاد انگیزه اشتغال موثر و پایدار و تولید محصولاتی با مزیت‌های رقابتی از حمایت‌های موثر دولت از طریق فعالیتهای زیرمی‌تواند باشد:

۱- بر پایه اتکا به علم مدیریت و بازاریابی در رده جهانی می‌توان کسب و کارهای سود آوری در بازارهای جهانی به پا کرد به نحوی که هم به توسعه پایدار و هم به اشتغال پایدار رسید؛ بنابراین کنار گذاشتن بازاریابی غیر علمی و مبتنی بر رفتارهای غیر مدیریتی و تدوین نظام قانونمند کسب و کاری می‌تواند به توسعه صادرات غیر نفتی کمک بسیار موثری نماید؛ لذا انتظاری‌رود در فرآیند توسعه صادرات غیرنفتی به این مهم توجه بیشتری شود. تأسیس سازمان بازاریابی جهت تحقق بازاریابی کلان در این راستا پیشنهاد می‌گردد.

۲- مشخص نمودن محدوده سرمایه‌گذاری‌های بخش دولتی و بخش خصوصی در عرصه

عوامل این افت ضعف در برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی است؛ هرچند برای زعفران اقدامات بازاریابی توسط سازمان توسعه تجارت صورت گرفته است اما اگر زود اقدام نکنیم بازار زعفران را به چین و افغانستان واگذار خواهیم کرد و آن وقت نظاره گر پیامدهای نامطلوب آن خواهیم بود.

با افزایش سطح زیرکشت و تولید پسته و سایر محصولات مانند خرما و غیره با توجه به تهدیدات موجود در بازارهای جهانی ممکن است برای این محصولات اتفاقاتی رخ دهد لذا تا دیر نشده باید وضعیت مطلوب را پیش بینی کنیم تا به وضع نامطلوب دچار نشویم. خاصیت توین برنامه‌های استراتژیک اتخاذ استراتژی‌های لازم برای رسیدن وضع موجود به وضع مطلوب است.

با تفکر "چو فردا شود فکر فردا کنیم" نمی‌توان شاهد موفقیت محصولاتمان در بازار جهانی باشیم، همین پیشنهاد را برای وزارت جهاد کشاورزی داریم. در وزارتخانه فوق لازم است معاونت‌های تخصصی تولید محصولات استراتژیک با نگاه صادراتی و بر اساس استانداردهای بین‌المللی تأسیس گردد.

تحولات تکنولوژیکی و مبانی علمی این واقعیت را اثبات نموده که علم، فناوری و تولید همواره سه اصل جدایی ناپذیر و مکمل هم هستند. فناوری کاربرد برای ارزش تجاری است. علم، مهارت را به وجود می‌آورد و مهارت‌ها، منابع ارزش افزوده را به دنبال دارند. لذا کسب ارزش افزوده برای محصولات صادراتی بخش کشاورزی سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی و اصولی برای صنعتی کردن فرآیند تولید محصولات کشاورزی و قابل رقابت در بازارهای جهانی را امری واجب کرده است، لذا رویکرد دانش محوری به تولید و صادرات محصولات کشاورزی الزامی است.

بسیاری از محصولات دارای مزیت نسبی و مزیت



## رادیو تجارت؛ پنجره ای به بازارهای جهانی

به مناسبت روز ملی صادرات و با هدف کمک به توزیع عادلانه اطلاعات اقتصادی و تجاری رادیو تجارت کار خود را آغاز نمود. این رادیو ابتدا روزانه ۴ ساعت برنامه خواهد داشت و به تدریج ساعات آن افزایش خواهد یافت. رادیو تجارت به موضوعاتی مانند اقتصاد، تجارت، صادرات، بازرگانی، صنعت و... می‌پردازد.

شرکت های فراوانی در کشور وجود دارند که وارد حوزه صادرات خدمات فنی و مهندسی نشده اند و یا آنهایی که وارد شدند هنوز ظرفیت های بسیار خالی در خود دارند. برآوردهای کارشناسی که در انجمن صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی انجام شده، توان اجرایی صادرات خدمات فنی و مهندسی کشور را ۸ میلیارد دلار در سال برآورد می‌کند. این واقعیت نشان می‌دهد که علیرغم رشد مناسب سالهای گذشته هنوز به

**برآوردهای کارشناسی که در انجمن صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی انجام شده، توان اجرایی صادرات خدمات فنی و مهندسی کشور را ۸ میلیارد دلار در سال برآورد می‌کند. این واقعیت نشان می‌دهد که علیرغم رشد مناسب سالهای گذشته هنوز به ظرفیت های کامل و دلخواه صادراتی در کشور نرسیده ایم**

### کشور صادراتی

پس از افتتاح رادیو تجارت، نماینده صادرکنندگان بخش خدمات فنی و مهندسی - آقای کدخدایی - گفت: اگر پایه اولیه توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی را سال ۱۳۷۳ در نظر بگیریم، در این سال ۷۵ میلیون دلار حجم قراردادهای صادرات خدمات فنی و مهندسی کشور بوده که در سال ۱۳۸۵ این رقم به ۱/۶ میلیارد دلار رسیده است. (یعنی رشدی تقریباً ۲ برابر)

منابع عظیم طبیعی انسانی، مزیت های نسبی و رقابتی و قرار گرفتن در منطقه‌ای که بسیاری از کشورهای در حال توسعه، سرمایه‌های عظیمی برای رشد و توسعه تخصیص داده اند، نشان از پتانسیل بالای کشور برای توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی دارد. در عین حال هنوز ظرفیت ها و

ظرفیت های کامل و دلخواه صادراتی در کشور نرسیده‌ایم، البته در این مدت بنگاه ها وارد بازارهای رقابتی صادرات شده اند و برخی هم جایگاه مناسبی در این زمینه یافته اند حتی تعدادی به بازارهای تثبیت شده دست یافته به طوری که صادرات، در برنامه ریزی سالیانه آنها جایگاه مهمی دارد.

البته در جهان امروز نمی‌توان میزان رشد را تنها با گذشته خود سنجید باید معیارها و شاخص های جهانی را ملاک پیشرفت و مبنای سنجش قرار دهیم. شکی نیست که برای رسیدن به موقعیت مطلوب باید افق آینده را ترسیم کنیم، مشکلات را بیابیم و راه حل های مناسب عملی برای آنها تدوین کنیم. توسعه صادرات به معنای خروج هر چه بیشتر کالا و خدمات از کشور است، برنامه و سیاستی را می‌توان موفق خواند که در نهایت به این

امر منجر شود. به عبارت دیگر معیار و میزان الحراره صادرات برخلاف برخی از متغیرهای اقتصادی ساده و روشن است، لیکن مجموعه سیاستها و اقداماتی که این معیار بالا ببرد چندان ساده نیست بخصوص در جهانی با تغییرات پر شتاب از اطلاعات و ارتباطات. شاید در نگاه اولیه چنین به نظر برسد که تولیدکننده، پیمانکار یا هر بنگاه دیگر صادراتی، مسئولیت اصلی افزایش حجم صادرات را برعهده دارد اما اگر صادرات را به شکل زنجیره به هم پیوسته از انگیزه ها، منابع، مزیتها، توانمندی ها، حقوق، قوانین، سیاست ها و بنگاه ها ببینیم، آنگاه تولیدکنندگان و پیمانکاران تنها یک حلقه از این زنجیره صادراتی خواهند بود که طبیعتاً کتبی نتوانند در حوزه اختیارات و توانمندی های بنگاهی خود موثر باشند. وقتی بحث از صادرات است نزدیکترین واژه‌ای که در ذهن متبادری شود رقابت است، رقابت نه در سطح خانگی و داخلی بلکه رقابتی در سطح وسیع، منطقه‌ای و جهانی. وقتی صحبت از رقابت و صادرات جهانی می‌شود دیگر فقط بنگاه ها در رقابت نخواهد بود بلکه تمام اجزای آن زنجیره صادراتی در بازار رقابت حضور خواهند داشت از آنجا که اجزای زنجیره صادراتی در کلان ترین سطح موضوعات هر کشوری مطرح می‌شوند، ناگزیر نه فقط بنگاه ها در رقابت جهانی خواهند بود، بلکه کلان ترین مجموعه تصمیم ساز و سیاستگزاری کشور یعنی دولت‌ها نیز وارد رقابت جهانی می‌شوند. مشکلات عمده صادرات تاکنون بسیار مطرح شده است، تورم و ثابت بودن نرخ ارز یک واقعیت است که آنقدر مطرح شده که حالت سنتی و تکراری به خود گرفته و حل هم نشده است، این مساله همیشه همراه با صادرکنندگان وجود دارد. در واقع هر ساله ذره ذره قدرت رقابت صادرکنندگان کاهش می‌یابد. نمونه دیگر در بحث تسهیلات است که می‌تواند به توسعه صادرات کمک نماید. اعتبارات صادراتی خوبی

در نظر گرفته شده است اما باید گفت مقررات آن چندان رقابتی نیست. به طور کلی کمتر از یک هزارم تسهیلات ارائه شده به خدمات فنی و مهندسی، نقد شده است.

در مجموع می‌توان گفت تاکنون اقدامات موثری برای شناسایی مشکلات توسعه صادرات صورت گرفته است و متخصصان در همایشها و گردهمایی های مختلف، ابعاد مختلف نقایص و کمبودها را شناسایی کرده اند، از یک سو توانایی صدور خدمات فنی و مهندسی کشور بالاتر از آن مقداری است که در حال حاضر انجام می‌شود و از سوی دیگر مشکلاتی خارج از حیطه اختیارات بنگاه ها فرآوری آنها می‌باشد. اگر به فرض آنکه در یک مقطع زمانی مشکلات را حل کنیم با توجه به توسعه‌ای بودن امر صادرات همواره دارای مسائل و مشکلات خاص خود می‌باشد. در حال حاضر اگر آیین نامه‌ای صادر می‌شود یا بسته حمایتی ارائه می‌گردد تا وارد مراحل تصویب شود، آنقدر به طول می‌انجامد که مسائل جدیدی را هم به وجود می‌آورد، لذا پیشنهاد می‌شود هر چه سریعتر روند اجرایی شدن بسته حمایتی که با همکاری سازمان توسعه تجارت و انجمن صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی تهیه شده به پایان برسد و مهمتر آنکه پیشنهاد می‌شود کمیته‌ای تخصصی تدوین و بسته حمایتی از صدور خدمات فنی و مهندسی به طور دائم تشکیل گردد تا با توجه به شرایط اقتصادی کشور هر ساله حمایت لازم از این بسته حمایتی انجام و به همراه تدوین بودجه سالیانه، تصویب شود تا بتوان حداقل با یک تاخیر زمانی منطقی، وضعیت رقابت شرکت ها در بازار جهانی حفظ و یا از شرایط بهتری برخوردار گردد.

**قوت دولت در شفافیت سیاستهاست نه در مدیریت شگفتی**  
دکتر محمد نهبان - رئیس اتاق بازرگانی و





مزیت طبیعی بازارهای همسایگان را به هیچ وجه نباید از نظر دور بداریم. باید در بالاترین سطح مدیریت کشور مجموعه عملکردها مورد ارزیابی قرار گیرد. این امر بزرگترین خدمتی است که وزارت بازرگانی می‌تواند انجام دهد.

نکته آخر اینکه از صادرکنندگان نیز ارزیابی داشته باشیم. خوشبختانه روند انتخاب صادرکنندگان



نمونه، حرکت بسیار خوبی است اما باید مرتباً ملاک‌های انتخاب آنان، ملاک‌های کیفی تری شود. باید پایداری در بازار را در انتخاب صادرکننده نمونه پررنگ تر کنیم و کیفیت کالاها و خدمات پس از فروش را مورد توجه قرار دهیم. صادرکننده کالای خود را صادر می‌کند اما پیوسته کالای آبروی کشور و اقتصاد، دانشمندان و تولید کنندگان است. پس باید کسانی که به این آبرومی‌افزایند باید مورد تشویق و قدر دانی قرار گیرند.

### ایجاد فضای رقابتی و تعاملی با نگاه درونی امکان پذیر نخواهد بود

دکتر مسعود میرکاظمی - وزیر بازرگانی - اظهار داشت: در حال حاضر در کشور ما یک تحول اقتصادی برقرار است. سیاست‌های کلی اصل ۴۴ که از سوی مقام معظم رهبری ابلاغ شد، در واقع تعبیر تحول اقتصادی را منظر ایشان بیان می‌کند. اهداف سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی عبارتند از: شتاب بخشیدن به رشد اقتصاد ملی، گسترش مالکیت در سطح عموم مردم و تامین عدالت اجتماعی، ارتقای کارایی بنگاه‌های اقتصادی و بهره‌وری منابع انسانی، افزایش رقابت پذیری در اقتصاد ملی، افزایش سهم بخش‌های خصوصی و تعاونی در اقتصاد ملی، کاستن از بار مالی و مدیریتی دولت در تصدی فعالیت‌های اقتصادی، افزایش سطح عمومی اشتغال و تشویق اقشار مردم به پس انداز و سرمایه‌گذاری و بهبود در آمد خانوار.

بحث صادرات و الزامات مورد نیاز باید مورد توجه جدی قرار گیرد تا بتوانیم گام‌های بلند تری در آینده برداریم. در دو سال گذشته رشد صادرات خوب بوده و به امید خدا امسال هم رشد خوبی خواهیم داشت اما تلاطم و پایداری این رشد در سایه حرکات اصولی و منطقی تر کشور است در این راستا محورهای مورد تاکید سیاست‌های کلی اصل ۴۴ عبارتند از: رقابت

تاملی است. این مساله اصلاً قوت دولت نیست که مرتباً شوک وارد کند، دولت قدرتمند در سیاست‌گذاری اقتصادی، دولتی است که با قوت و از موضع قدرت اعلام نماید که سیاست‌های موجود تا ده سال دیگر برقرار است. قوت دولت در شفافیت سیاست‌هاست نه در مدیریت شگفتی. اگر برنامه ریزی و سیاست‌گذاری‌ها



مبتنی بر مطالعات دقیق باشد به تغییرات مستمر نیازی نداریم. بازار سازی: پس از مرحله امکان‌سنجی به بازار سازی می‌رسیم، بازار را در اختیارمان قرار نمی‌دهند ما با انواع رقبا می‌توانیم و پر حامی روبرو هستیم پس باید بازار سازی کنیم، همچنان که دیگران نیز این اقدام را انجام داده‌اند. اگر به نحوه عمل و حضور در بازارهای بین‌المللی تمام کسانی که دم از اقتصاد رقابت و رقابت اقتصادی می‌زنند، دقت کنید متوجه خواهید شد که آنان از استراتژی تجاری تبعیت می‌کنند. می‌دانند دنبال چه هستند و از تمام ابزارها و فشارها برای پیشبرد اهدافشان استفاده می‌کنند. در مطالعه بازار هدف از بخش خصوصی انتظار نداشته باشیم که هزینه مطالعات گسترده را تقبل نماید، بزرگترین کمکی که دولت می‌تواند به صادرکننده در این زمینه صورت دهد، کمک مطالعاتی است زیرا پیش‌بینی بازارهای آینده، کار عظیم مطالعاتی می‌طلبد. رقابت فضاها سخن امروز دنیاست؛ در رقابت کالاها فضاها کسب و کار با یکدیگر در حال رقابت

۵- استفاده از تشکلهای اقتصادی ایرانیان خارج از کشور  
۶- زیرساختها  
۳- پس از بازار سازی، باید در خدمات دولتی، نظم و سرعت را تامین کنیم. گاهی شرایطی در اقتصاد پیش می‌آید که دولت باید تصمیم اقتصادی بگیرد، اما اگر تصمیم اقتصادی گرفتیم حتماً باید لطامت ناشی از تصمیمات اقتصادی را برای صادرکننده جبران کنیم. قرار بر این است که برای نهضت جهش صادراتی همه کشور بسیج شود لذا اگر (به هر دلیلی) به خاطر مسائل ملی، دولت تصمیمی گرفت که نتیجه آن برآیند این مولفه‌ها این شد که هزینه‌ها را باید صادرکننده بپردازد، این هزینه باید محاسبه و پرداخت شود و اضافه‌هزینه‌ای که به هر دلیلی ایجاد شده را مرجع مسئول به عهده بگیرد.

۴- ریسک‌های سیاسی: پوشش ریسک‌های سیاسی لازمه حضور صادرکنندگان ما در بازارهای اقتصادی است.

مرحله ارزیابی و و پیشرفت: هیچ نگاه سیستمی بدون مرحله ارزیابی و عکس‌العمل کامل نیست. اگر قرار است برای حضور عزتمند ایرانیان در اقتصاد جهانی نهضت همگانی باشد، همچنان که صریحاً در سند چشم‌انداز تاکید شده و در سند سیاست‌های کلی اصل ۴۴ هم آمده، لازم‌الشی این است که در ارزیابی مدیران دولتی یک شاخص اصلی را عملکرد صادراتی وی قرار دهیم و عملکرد، نقش و اثر وی را در افزایش صادرات مورد بررسی قرار دهیم.

۲- متأسفانه فرصت‌های بازار آسیای مرکزی را از دست داده ایم اما چه نهادی مسئولیت این امر را برعهده گرفت؟ چه زمانی نظام ارزیابی داشتیم؟ چه زمانی خطاهای انجام شده را مورد بررسی قرار داده ایم تا آن خطاها را در فرصت‌های جدیدی که پیدا شده است، تکرار نکنیم؟ فرصت عراق پیش روست،

صنایع معدن ایران - گفت: می‌خواهم به این سوال اساسی بپردازم که فکری کنیم صادرات چه جنس کاری است؟ آیا از جنس کارهای اقتصادی، واکنشی و اتفاقی است که در پاسخ به برخی حوادث در مورد آن تصمیم‌گیری کنیم و با موضع انفعالی داشتن کار ما پیش می‌رود؟ آیا نگاه ما به صادرات از جنس تدبیر، برنامه ریزی دراز مدت و پیشی گرفتن بر حوادث، تعیین تصویر آینده و تصمیم برای تعیین سهم در بازار جهانی است؟ اگر بر اساس نوع اول می‌اندیشیم (که گاهی دیده می‌شود در بعضی از برخوردها پس زمینه فکری این گونه است) یعنی کسی که گمان می‌کند صادرات به معنای پسماند تولید داخلی از مصرف بازارهای داخلی است در واقع نگاه انفعالی به صادرات دارد و این نگاه در بازارهای امروز جهانی محکوم به شکست است.

جنس کار صادرات حضور در یک مسابقه بسیار پر چالش با بازیگران متعدد و آینده ساز است، حضور در این بازی بین المللی بدون تدبیر حتماً ناموفق خواهد بود. لذا باید در امر صادرات نگاهمان بر اساس تدبیر و برنامه ریزی بلند مدت باشد، هم مطالعه علمی ما را به این نتیجه می‌رساند هم آموزه‌های اسلامی به ما می‌گوید، وظیفه تدبیر بر دوش کسی است که تضمین عزت آینده را می‌خواهد، خدمت‌گزاری در این نیست که ما فقط پاسخ به حوادث دهیم، خدمت‌گزاری تدبیر برای آینده و نسل‌های آینده است. سوال این است که تدبیر، وظیفه کیست؟ تدبیر و برنامه ریزی برای صادرات وظیفه دولت است یا بخش خصوصی؟ بهتر است به این سوال در فضای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ جواب دهیم. جواب این است که تدبیر در صادرات و برنامه ریزی دراز مدت برای آن وظیفه بخش خصوصی است. اگر قرار است با کار آمدی بالا و قدرت واکنش سریع در بازارهای صادرات چالاک و آینده نگر موضع بگیریم این بخش خصوصی است که باید در مسابقات شرکت کند. اما وظیفه دولت توانمند

**تدبیر در صادرات و برنامه ریزی دراز مدت برای آن وظیفه بخش خصوصی است. اگر قرار است با کار آمدی بالا و قدرت واکنش سریع در بازارهای صادرات چالاک و آینده نگر موضع بگیریم این بخش خصوصی است که باید در مسابقات شرکت کند**

سازی بخش خصوصی است اگر بخش خصوصی بخواهد تدبیر کند و دولت بخواهد در این تدبیر بخش خصوصی را توانمند نماید چهار مرحله باید مورد توجه قرار گیرد:

- ۱- مرحله امکان‌سنجی اقتصادی
- ۲- مرحله بازار سازی
- ۳- مرحله رقابت و حضور
- ۴- مرحله ارزیابی و پیشرفت

در مرحله امکان‌سنجی اقتصادی، اولین کاری که یک صادرکننده بالقوه می‌خواهد انجام دهد، محاسبه به صرفه بودن حضور در بازار است، دولت باید کمک کند وی در محاسبات خود موفق عمل نماید.

بهترین کمکی که دولت می‌تواند به بخش خصوصی در تدبیر صادرات کند این است که عوامل پر نوسان در محاسبات قیمت تمام شده را حتی الامکان کاهش دهد. در کنار متغیرهای هزینه، سیاست‌ها نیز نکته قابل

هستند پس باید فضاها رقابتی بازار را به درستی بشناسیم. بازاریابی علمی و حرفه‌ای: باید اذعان کنیم که بازاریابی یک علم، حرفه و تخصص است. تولید کنندگان و صادرکنندگان ما باید به دنبال جذب بازاریاب حرفه‌ای باشند. اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران با جدیت از راه اندازی تشکلهای حرفه‌ای و تخصصی علم بازاریابی حمایت به عمل می‌آورد.

دیپلماسی سیاسی: دیپلماسی ما باید در خدمت بازاریابی صادراتی قرار گیرد. برای اینکه در بازارهای صدور خدمات فنی و مهندسی حضور یابیم و در مناقصات بین‌المللی حضور داشته باشیم حتماً باید از انگیزش‌های سیاسی در خدمت پیشبرد اهداف صادراتی استفاده کنیم. لذا همکاری نزدیک اتاق‌های بازرگانی و بخش خصوصی با نمایندگی‌های سیاسی ما در خارج از کشور بسیار ضروری است.

۴- پایین آوردن هزینه‌های شروع:

های نرم افزاری و تولید علم و استفاده از فناوریها و تکنولوژیهای برتر است، اشاره می‌شود. در واقع این امر تضمین کننده رسیدن کشور به سطح اول منطقه در علم و فناوری اقتصاد از چشم انداز خواهد بود. افزایش کارایی و بهره‌وری و ارتقای فضای کسب و کار و اصلاح ساختار تولید در کشور به ویژه تولیدات صنعتی در جهت وابستگی کمتر به درآمدهای نفتی و وابستگی بیشتر به توان‌های مدیریتی، کارآفرینی و تکنولوژیک و تجاری کشور و ارتقای روابط بین‌المللی و گسترش این روابط با کشورهای دیگر از لازمه‌های رشد مستمر و بادوام اقتصادی است، البته فاکتورهای دیگری هم مورد نیاز است ولی فاکتورهای مورد اشاره، می‌توانند از صادرات غیرنفتی متأثر باشند.

از بعد صادرات غیرنفتی نسبت به تولید ناخالص داخلی بسیار نسبت به استانداردهای جهانی عقب هستیم. ارزش حجم تجارت ما نسبت به تولید ناخالص داخلی تقریباً با آنچه که متوسط جهانی است، یکسان می‌باشد. حدود ۶۰ درصد تولید ناخالص داخلی در جهان را حجم تجارت تشکیل می‌دهد که حدود ۲۹ هزار میلیارد دلار است. در ایران این رقم ۵۵ درصد است. با توجه به صادرات نفتی ما این رقم با رقم متوسط جهانی برابری می‌کند ولی در بحث صادرات غیرنفتی بسیار عقب هستیم به لحاظ اینکه از حدود ۷ درصد تولید ناخالص داخلی ۷/۱ درصد متعلق به صادرات غیرنفتی است، در حالیکه در استانداردهای جهانی این رقم بالای ۲۰ درصد است. این یک هشدار است به ما که هر چند کشوری نفت خیز هستیم و نفت یک ثروت و موهبت الهی است و قطعاً برای توسعه و رشد باید به کار گرفته شود اما کافی نیست باید توان‌های مدیریتی و کارآفرینی رشد یابد.

توسعه ما توسعه انسان محور است و این توسعه نیازمند انسانهایی کارآفرین، مدیر، و مدیر و کاردان است که باید اینها افسار توسعه را در دست داشته باشند و نقش اساسی را در توسعه کشور ایفا نمایند. صادرات غیرنفتی یکی از لوازم کار است لذا در جهت ارتقای این نسبت باید سیاست‌های جهش‌واره را اتخاذ کنیم، به ویژه در موقعیت فعلی، اقتصاد کشور ویژگی‌هایی دارد که به ما این علامت‌رانی دهد که می‌توان برای صادرات غیرنفتی برنامه‌ریزی کرد و بهره‌هایی از آن گرفت.

ظرفیت‌های صنعت کشور به طور متوسط در سالهای گذشته متغیر است اما معمولاً بین ۴۰ تا ۵۰ درصد است ما ظرفیتهای خالی فراوانی را در اقتصاد داریم و تقاضای موثر برای این ظرفیت‌ها در داخل وجود ندارد. این دو واقعیت به ما می‌گوید که می‌توان صادرات غیرنفتی را با ایجاد بازارهای خارجی گسترش داد. از جانب دیگر همان‌طور که در چشم‌انداز قید شده، نیازمند فناوریهای نو و تکنولوژی‌های جدید هستیم، قطعاً صادرات



بحث بعدی در مورد نهادهای حقوقی و قانونی است که این امر هم نیازمند توجه بیشتر است. قانون تجارت ما مربوط به سال ۱۳۱۰ است. در قانون تجارت فعلی برای فناوریهای پیشرفته و توسعه خلأهای زیادی داریم. این قانون جزء پیش‌نیازهای توسعه صادرات است پس باید کمک کنیم قانون فعلی از مجلس شورای اسلامی با مشارکت فعالانه بخشهای

در طول ۳۵ سال گذشته این نگاه وجود داشته حتی قبل از انقلاب هم عمدتاً این تفکر وجود داشته که فناوریهایی را وارد کشور کنیم که بتوانند نیازهای داخلی را رفع کند و کمتر توجه داشته‌ایم که باید به سمت بازارهای بین‌المللی برویم. به لطف خدا کشور ما هم در زمینه کشاورزی استعدادهای بسیار بالایی دارد و هم از جهت معادن خدادادی رتبه‌های جهانی

**قانون تجارت ما مربوط به سال ۱۳۱۰ است. در قانون تجارت فعلی برای فناوریهای پیشرفته و توسعه خلأهای زیادی داریم. این قانون جزء پیش‌نیازهای توسعه صادرات است پس باید کمک کنیم قانون فعلی از مجلس شورای اسلامی با مشارکت فعالانه بخشهای خصوصی، دولتی و مجلس خارج شود**

خصوصی، دولتی و مجلس خارج شود. دکتر پرویز داوودی - معاون اول رئیس‌جمهور - به عنوان آخرین سخنران مراسم روز ملی صادرات ایراز داشت: در دولت نهم به دنبال این هستیم که اهداف چشم‌انداز را دنبال کنیم. چشم‌انداز برنامه‌ای واقع‌نگر و مبتنی بر مجموعه توانایی‌های انسانی، علمی، تکنولوژیک و صنعتی یک کشور می‌باشد. در یکی از بندها به داشتن رشد مستمر پر شتاب و بادوام و همچنین رشدی که مبتنی بر استفاده از جنبش

خوبی را به خود اختصاص می‌دهد. در بخش نفت، گاز و پتروشیمی وضعیت مناسبی داریم، نیروی انسانی و جوانان توانمند تحصیل کرده داریم، بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار دانشجو داریم که می‌توانند سهم ما را در بازارهای بین‌المللی افزایش دهند. بخشهای خصوصی باید توجه کنند اگر می‌خواهند امروز سرمایه‌گذاری کنند حتماً باید بازار هدف مشخصی را دنبال کنند تا در سرمایه‌گذاری که انجام می‌دهد دچار بحران نشوند.

پذیری و توانمندسازی، تعامل با اقتصاد جهانی، توسعه بخش تعاون، عدالت اجتماعی، توسعه فناوری، توسعه منابع انسانی، نظارت بر بازار و خصوصی سازی رقابت مندی: در گذشته نگاه به رقابت پذیری چارچوب محدود و منطقه‌ای بود در حالی که امروزه این نگاه با توجه به حضور در صحنه‌های بین‌المللی و ضرورت تعامل با اقتصاد جهانی باید قدری تغییر کند. شاید زمانی برای فعالیت بنگاه‌ها شرایط ایجاد می‌کرد که صرفاً به مقابله با واردات یا جایگزینی واردات پرداخته شود البته خودکفایی امر مقدسی است که به آن اهتمام ورزیدیم و باید این امر را در آینده هم ادامه دهیم. در شرایط فعلی عمدتاً علاقمند به درونگرایی هستیم و به مسائل داخلی اقتصاد بسیار توجه نشان می‌دهیم. اما آنچه سیاست‌های کلی اصل ۴۴ مطرح می‌کند لزوم تعامل بیشتر با اقتصاد بین‌المللی، بازارهای هدف، نگاه برون‌گرا برای توسعه و توسعه سرمایه‌گذاری و تجارت است. آنچه که در سیاستهای کلی اصل ۴۴ آمده و ما باید آن را تکمیل کنیم این است که بتوانیم شرایط ایجاد می‌دهیم در کنار شرایط سلبی داشته باشیم. در سیاستهای کلی اصل ۴۴ و قوانین تصویب شده موضوع رقابت مورد توجه ویژه قرار دارد.

نکنه مد نظر امروز شرایط ایجاد می‌تواند، چگونه می‌توان ماهیت رقابت را از بنگاه‌ها افزایش داد و به چه ابزارهایی نیازمندیم تا این افزایش صورت گیرد؟ نمی‌توان رقابت پذیری را در کالا و خدمات تزیق کرد بلکه باید برنامه‌های جدی برای این موضوع داشته باشیم تا بتوانیم با کمک تشکلهای خصوصی و تعاونی و کمک دولت به وضع قوانین و مقررات مناسب، شرایط ارتقای بهره‌وری و رقابت مندی را در داخل بنگاه‌ها هم نهادینه کنیم. در واقع سازمان‌هایی موفق هستند که کالا و خدماتشان را به بازارهای بین‌الملل ارائه دهند.

بعضی از فضاهای ما خصوصاً در بخش خدمات انحصاری است؛ مانند بانکها، بیمه، حمل و نقل و... آنچه بعنوان زیرساختها و بسترهای صادرات مطرح است باید کاملاً در یک فضای رقابتی و حتی شرایط بهتر از آنچه در منطقه ما وجود دارد، باید توسعه یابد زیرا در صورت فراهم شدن این شرایط

بنگاه‌ها می‌توانند به حل اختلاف خود بپردازند. به عبارت دیگر ایجاد فضای رقابتی و تعاملی با نگاه درونی امکان پذیر نخواهد بود و باید سازمان‌ها و قوانین و مقررات را متناسب با نیازها توسعه دهیم و تصدی‌گری دولت در بخشهای خدماتی باید کاهش یابد این امر به صراحت در سیاستهای کلی اصل ۴۴ مورد اشاره قرار گرفته است.

شرایط داخلی بنگاه‌ها؛ توسعه مبتنی بر نیاز داخلی که معمولاً در ذهن سرمایه‌گذاران ما قرار دارد و البته در چند سال اخیر کمتر دیده می‌شود اما



در صادرات نفت و منابع نفتی نداریم ولی عقل حکم می‌کند که به سمت صادرات با ارزش افزوده بالاتر برویم. صادراتی که حاصل توان‌های فکری، تکنولوژیک و مدیریتی باشد. در محصولات مختلف فرش چیزی است که ارزش افزوده بسیار بالایی دارد (حدود ۷۰ درصد ارزش افزوده دارد). اما توجه دارید که صادرات فرش محدود است یعنی قادر نخواهیم بود از یک صادرات ۴۰۰-۵۰۰ میلیون دلاری به صادرات ۲۰ میلیارد دلاری برسیم. طبق آمار، ۵۰ درصد محصولات ما تولید می‌کنیم دارای ارزش افزوده بالا، ۲۰ درصد ارزش افزوده متوسط و ۲۰ درصد ارزش افزوده پایین دارند.

آخرین مطلب مربوط به سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی است. اصل ۴۴ یک تحول اساسی در کشور ایجاد کرده است. مقام معظم رهبری در واقع خط مشی آینده کشور را مشخص کرده اند، بر این اساس دولت باید سیاست‌گذار، تصمیم‌گیر و نظارت‌گر باشد. این نقش دولت می‌تواند برای هدایت بخش‌های غیردولتی شامل بخش‌های خصوصی، تعاونی و عمومی بسیار مؤثرتر باشد. یکی از جنبه‌های اصل ۴۴ این است که انتظار داریم بخش خصوصی، تعاونی و عمومی با فعالیت، حرکت، همکاری و مشارکت بیشتری وارد این صحنه شوند مثلاً در آیین نامه تحول بانکها، تصمیم بر آن است که بانک قدرت بیشتری پیدا کنند، منابع اعتباری و مالی لازم را برای بخش‌های غیر دولتی و شرکت‌های عظیم دولتی را در اختیار بگیرند و آنها را فعال و کارآمدتر کنند. قطعاً صادرات غیرنفتی نقش اساسی ایفا می‌کند. برای تحقق این حرکت، صادرات غیرنفتی بعنوان یک کاتالیزور می‌تواند وارد صحنه شود و در ارتقای مدیریت، بهبود کارایی، انتقال تکنولوژی و ایجاد فناوری‌های برتر کمک کند، لذا اصل ۴۴ زمینه مناسبی تا بخش خصوصی، تعاونی و عمومی وارد میدان شوند و با تحریک و تشویق آنها صادرات غیرنفتی گسترش یابد.

#### اهدای الواح تقدیر

پس از اتمام سخنرانی دکتر داوودی، مراسم رو نمایی و ابطال تبر روز ملی صادرات انجام گرفت و سپس از ۴۴ صادرکننده نمونه با اعطای الواح تقدیر، قدرانی به عمل آمد. این صادرکنندگان عبارت بودند از: ترک شیمی، اکسیس تجارت بین الملل، اطمینان روز، اطلس دام رود، ایران خودرو، ایران گلاب مرغوب، ایران ملاس، ایران یاس، بازرگانی پتروشیمی ایران، بازرگانی اکبر حاج کاظمیان، بازرگانی برادران میرجلیلی، برفاب، بلور نوری تازه، توسعه پستهای فشار قوی پارسیان، پالایش قطران زغال سنگ، پاکسان، پتروشیمی اراک، تولید مواد اولیه دارو پخش (تماد)، تولیدی یاس نخ، توس چرم شرق، تهیه و بسته بندی خشکبار آرات، تولیدی صنعتی مایان فولاد، درخت الماس سبز، داروسازی فارابی، روغن نباتی جهان، شیشه ایران فلوت، شیمیایی بهداشت، صنایع مس ایران، صنایع فرو آلیاژ ایران، صادراتی زرباف فر، صنایع الکترونیک ایران (صایران)، صادرات صنایع شیر ایران (پگاه)، صادراتی فرآورده‌های خاورمیانه، افزون پلاست، صنایع مس شهید باهنر، طراحان گلچین حامد، فرش ستاره کویر، فرآوری تابان دریا، کاشی ایرانا، کابل‌های مخابراتی شهید قندی، کیسون، گروه صنعتی آداک، گسترش بازرگانی کرمان، نفت سپاهان.



و موجب می‌شود با ضریب امنیت بیشتری بتوانیم در صحنه‌های بین‌المللی کار کنیم همچنین همگرایی منطقه‌ای ما با کشورهای دیگر باعث می‌شود در بازارهای بین‌المللی حرف و سخن ما ارتقا یابد و قطعاً زمینه‌های تحقق و نوآوری هم‌ایجاد خواهد شد. بحث دیگر، مناطق آزاد و ویژه اقتصادی است. این مناطق به دلایل مختلف ایجاد شده اما نقشی را که باید در صادرات بازی کنند را هنوز ایفا نکرده اند قطعاً باید زیربنای فراوانی در آن ایجاد شود. مناطق آزاد را بعنوان حلقه واسط توانمندی‌های داخلی با بازارها و نیازهای بین‌المللی می‌دانیم. باید زمینه‌هایی ایجاد شود تا ارتباط قوی میان توانمندی داخلی و نیاز خارجی بصورت ایجاد واحدهای مشترک تولیدات صادراتی در این مناطق ایجاد شود. در این زمینه یکی از سیاست‌های دولت، فعالیت جهت حمایت بیشتر در بحث صادرات کالا و خدمات است. قطعاً برای حمایت، نیازمند صادرکنندگان هستیم و جوایز صادراتی برای این منظور در نظر گرفته شده است. بحث کنترل تورم یکی از مشکلاتی است که با آن مواجه هستیم. دولت با تمام توان دنبال این قضیه است که هزینه تمام شده صادرکننده افزایش نیابد. بحث مهم دیگر، توسعه صادرات کالا با ارزش افزوده بالاتر است که بسیار مهم می‌باشد. ما مشکلی

را صورت داده ایم. از صنایع کوچک و زودبازده و تولیداتی به این نحو حمایت می‌کنیم تا هر چه سریعتر رشد یابند و محصولاتی تولید کنند که در صحنه‌های بین‌المللی قادر به رقابت باشند. ایجاد تشکلهای و خوشه‌های صادراتی در بحث تولید منابع زودبازده یکی از اهداف ماست. با تشکیل اتحادیه‌ها، تعاونی‌ها یا مراکز متمرکز می‌توانیم مدیریت موفق در امر صادرات محصولات ایجاد کنیم. بنابراین در کنار حمایت از صادرکنندگان بزرگ، حمایت از خوشه‌های صادراتی گرا را هم جزء سیاست‌های خود داریم که طرح آن در حال نهایی شدن است و به تصویب خواهد رسید. بحث مهم دیگر بحث صادرات خدمات فنی و مهندسی است. صادرات خدمات فنی و مهندسی ابعاد چندگانه دارد. یعنی در کنار افزایش صادرات، ارزآوری و تسخیر بازارهای بین‌المللی، ارتباطات بین‌المللی را گسترش می‌دهد. در واقع ما سیاست همگرایی منطقه‌ای را مدنظر داریم، بحث گسترش روابط سیاسی، اقتصادی و تجاری با کشورهای مختلف منطقه می‌تواند به بازارهای توسعه‌ای ما که مبتنی بر توسعه انسان محور، صادرات خدمات فنی و مهندسی در جهت تربیت و پرورش متخصصان است، کمک کند، با صادرات خدمات فنی و مهندسی در واقع این ارتباطات ریشه دار

غیرنفتی می‌تواند مجرای و کانال این تعامل‌ها برای دستیابی به فناوری‌ها باشد. نکته بعدی که در چشم انداز مورد اشاره قرار گرفته و دولت نهم بطور قطع پیگیر این سیاست است؛ بحث گسترش روابط همه جانبه با سایر کشورها به ویژه کشورهای همسایه و مسلمان است، قطعاً ابزار بسیار مناسب این ارتباط بحث تجارت خارجی و صادرات غیر نفتی است که از این کانال ما قطعاً می‌توانیم ارتباط بسیار گسترده و عمیق را با کشورهای دیگر برقرار کنیم. حاصل این واقعیت‌ها این است که نقشی که این بخش از اقتصاد در مجموعه اقتصاد کشور ایفا می‌کند، نقش بسیار حائز اهمیت و قابل توجهی است و قطعاً دولت باید حساب ویژه‌ای را برای این بخش باز کند.

به لطف خدا صادرات رشد خوبی داشته است مجموع صادرات کالا و خدمات، به حدود ۲۰ میلیارد دلار رسیده که ۱۶/۳ آن را صادرات کالا و ۳/۷ را صادرات خدمات تشکیل می‌دهد. این رقم نسبت به روند سال ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴ صعودی بوده است. سال ۱۳۸۳، ۷/۵ درصد، سال ۱۳۸۴، ۱۱ درصد و در سال ۱۳۸۵، ۱۶/۳ درصد (با یک رشد نزدیک ۴۷/۳ درصدی در سال ۱۳۸۵ مواجهیم). نسبت صادرات غیرنفتی به صادرات کل هم رشد خوبی داشته در سال ۱۳۸۳، ۱۹/۴ درصد، سال ۱۳۸۴، ۲۰ درصد و سال ۱۳۸۵، ۲۴/۱ درصد بوده است. این ارقام نشان می‌دهد جهت گیری درستی را اتخاذ کرده‌ایم و نسبت صادرات غیر نفتی از تولید ناخالص داخلی در سال ۱۳۸۲، ۴/۷ درصد، سال ۱۳۸۴، ۵/۷ درصد و سال ۱۳۸۵، ۷/۱ درصد می‌باشد، البته رقم ۷/۱ در مقابل ۲۷/۳ نسبت صادرات نفتی کل ما به GDP ما نسبت پایینی است.

در واقع باید سهم صادرات غیر نفتی را افزایش دهیم. در کیفیت صادرات هم اقدامات موثری صورت گرفته است، متوسط قیمت هر تن کالای صادراتی با رشد ۱۰ درصدی مواجه بوده (در ۶ ماه ۱۳۸۶) که نشان می‌دهد ما به سمت صادرات با کیفیت بالاتر و ارزش‌های بالاتر رفته‌ایم.

در حال حاضر با ۱۵۰ کشور در بحث صادرات خدمات فنی و مهندسی که بحث ویژه‌ای است ارتباطات خوبی برقرار کرده ایم. در زمینه‌های تولید و انتقال برق، مخابرات، آب رسانی، تصفیه آب، جاده سازی، ساخت تونل، پل و ساختمان، تاسیسات نفتی، نرم افزارها و دانش فنی فعال هستیم که نشان دهنده این است که ما زمینه‌های خوبی برای حرکت داریم، در واقع بستر برای ایجاد جهش آماده است. سوال اینجاست که سیاست‌ها و اقدامات دولت برای بحث صادراتی چیست؟ اولین بحث سیاست‌های ما این است که در جهت تشویق صادرات به این سمت می‌رویم که هم صادرکنندگان بزرگ را تشویق کنیم و هم یکسری خوشه‌های صادراتی راه اندازی کنیم. در واقع یکی از تنگناهای ما این است که برای انجام صادرات نیازمند منابع مدیریتی تکنولوژیکی قوی هستیم و هم نیازمندیم در بازارهای بین‌المللی قادر به رقابت باشیم. با توجه به رقابت‌های تنگناکی که در بازارهای بین‌المللی وجود دارد، به توان‌های متمرکز نیاز داریم تا بتوانیم کالا و محصول صادر کنیم. این امر قطعاً نیاز به صادرکنندگان بزرگ دارد البته در برخی از صنایع و محصولات کشاورزی صادرکنندگان بزرگ داریم که باید از آنها حمایت شود اما در کنار آن با توجه به سیاست‌های عدالت محور دولت نهم حرکات وسیعی