



واردات = صادرات؛ از رویا تا واقعیت

■ مسعود صفا

انتظار برابر شدن میزان صادرات و واردات ایران هر چند در نگاه نخست رویا تلقی می‌شود، شدنی است؛ مشروط به اینکه دست‌کم چالش‌ها و تهدیدهای مورد تأیید و امضای دولت مورد مذاقه بیشتری قرار گیرد و راهبردها و راهکارهای مصوب هیئت وزیران درست اجرا شود. قرار است امسال صادرات غیرنفتی ایران به ۴۵ میلیارد دلار برسد، اما پرسش این است که آیا میزان واردات روند کاهشی پیدا خواهد کرد؟ ناگفته پیداست که تحقق چنین مسئله‌ای دور از ذهن خواهد بود چرا که بخش زیادی از کالاهای وارداتی به کشور - حدود ۷۰ درصد و شاید هم بیشتر - کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای است، همان گونه که بخشی از صادرات غیرنفتی ایران منشأ نفتی دارد. بر اساس جدول هدف‌گذاری مورد تأیید دولت، امسال حجم صادرات ایران باید به ۴۵ میلیارد دلار برسد، حال آنکه آمار ۱۲ ماهه صادرات غیرنفتی در سال ۸۹ نشان می‌دهد صادرات غیرنفتی در سال ۸۹ با احتساب میعانات گازی ۳۲ میلیارد دلار و بدون احتساب میعانات گازی ۲۶،۳ میلیارد دلار بوده است و با احتساب خدمات فنی و مهندسی به ۳۶ میلیارد دلار و با احتساب صادرات سایر بخش‌های خدماتی مثل گردشگری، آی. تی و حمل و نقل تا مرز ۴۰ میلیارد دلار نیز برآورد شده است. قرار است از مجموع کل صادرات غیرنفتی کشور در سال جاری، ۴۰ درصد (معادل ۱۸ میلیارد دلار) سهم بخش دولتی، ۴۵ درصد (معادل ۲۰ میلیارد دلار) سهم بخش خصوصی و ۱۵ درصد (معادل ۷ میلیارد دلار) سهم بخش تعاونی باشد. پیش‌بینی اولیه دولت این است که امسال صادرات محصولات پتروشیمی به ۱۴ میلیارد دلار، میعانات گازی به ۴ میلیارد دلار، محصولات صنعتی به ۱۴/۵ میلیارد دلار، معدن به ۲/۵ میلیارد دلار، کشاورزی به ۴/۵ میلیارد دلار، خدمات فنی و مهندسی به ۴ میلیارد دلار و فرش و صنایع دستی به یک میلیارد دلار خواهد رسید. حمید صافدل، رئیس سازمان توسعه تجارت، می‌گوید: جدول صادرات غیرنفتی ۴۵ میلیارد دلاری را رئیس‌جمهور تأیید کرده و معاون اول رئیس‌جمهور هم ۲۰ فروردین آن را به دستگاه‌های اجرایی ابلاغ کرده است. گزارش بازار بین‌الملل را از تازه‌ترین تصمیم دولت و جزئیات سند راهبرد ملی توسعه صادرات غیرنفتی ایران بخوانید:

راهبرد ملی توسعه صادرات غیرنفتی

شایسته است برای کالبدشکافی برنامه دولت در رسیدن به اهداف صادراتی کشور، سند راهبرد ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور مورد ارزیابی قرار گیرد؛ سندی که ۱۰ اسفند سال گذشته وزرای عضو کارگروه صادرات کشور به استناد اصل ۱۳۸ قانون اساسی آن را نهایی کردند و چند روز بعد به دولت ارائه کردند و اکنون ملاک عمل قرار گرفته است و دستگاه‌های دولتی و غیردولتی را موظف می‌سازد با هماهنگی وزارت بازرگانی (سازمان توسعه تجارت ایران) نسبت به اجرای برنامه‌ها و تکالیف تعیین شده اقدام کنند. سند راهبرد ملی توسعه صادرات غیرنفتی ایران را ۱۵ فروردین ماه امسال رئیس‌جمهور تأیید کرده است و دستگاه‌های اصلی برای اجرای سیاست‌ها و راهبردهای تعیین شده شامل وزارتخانه‌های بازرگانی، اقتصاد، نفت، امور خارجه، صنایع و معادن، تعاون، راه و ترابری، جهاد کشاورزی، بانک مرکزی و معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس‌جمهور می‌شود.

در واقع، سند یادشده در راستای دستیابی به افق چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور، با در نظر داشتن اسناد بالادستی نظیر سیاست‌های کلی ابلاغی مقام معظم رهبری، سیاست‌های کلی اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی، قوانین برنامه سوم و چهارم توسعه و بویژه احکام قانون برنامه پنجم توسعه و سایر اسناد بالادست تنظیم شده است که اهمیت آن را بخوبی نشان می‌دهد.

چشم‌انداز کدام است؟ اهداف چیست؟

چشم‌انداز صادرات غیرنفتی ایران این است که با توجه به توانمندی‌ها و ظرفیت‌های بالای اقتصادی نسبت به افزایش سهم خود از تجارت جهانی حرکت کند و به توازن تجاری در صادرات و واردات دست پیدا کند و دارای اقتصادی متنوع با سهم غالب بخش غیرنفتی و غیردولتی باشد و بر راهبرد توسعه صادرات، بویژه در بخش خدمات و تولید محصولات با فن‌آوری بالا تأکید شود. از سوی دیگر، نقش مدیریتی ایران در توزیع و ترانزیت انرژی، افزایش فرصت‌های صادراتی، جذب سرمایه و فناوری‌های پیشرفته و کمک به استقرار نظام پولی، بانکی و بیمه‌ای مستقل با کمک کشورهای منطقه‌ای و اسلامی و دوست با هدف کاهش وابستگی به سیستم پولی نظام سلطه هم باید محقق شود. اما ۹ هدف بنیادین که دولت در صادرات غیرنفتی دنبال می‌کند این است که به سبب صادراتی و تنوع کالاها و خدمات دست باید و توسعه صادرات اقلام موجود پایدار بماند؛ سهم صادراتی ایران در بازارها حفظ شود و دستیابی به تنوع بازارهای صادراتی محقق شود؛ ایران به جایگاه بالاتر در تجارت خارجی منطقه و سهم بالاتر تجارت

ایران از جهان دست باید؛ سهم متوازن، عادلانه و متناسب با مزیت‌ها در صادرات استان‌های کشور پدیدار شود؛ محیط صادرات کالا و خدمات در سطح ملی مساعدتر شود و بهبود پیدا کند؛ سطح رقابت‌مندی کالاها و خدمات صادراتی افزایش یابد؛ به خدمات پیشرفته و رقابتی پشتیبانی صادرات دسترسی حاصل شود؛ بنگاه‌های شایسته صادراتی و در کلاس جهانی داشته باشیم؛ و در جهت تحقق اهداف کمی تعیین شده در برنامه پنجم تلاش شود.

البته سند راهبرد صادرات غیرنفتی ایران بر اساس سیاست‌های کلی ابلاغی مقام معظم رهبری درباره صادرات در برنامه پنجم توسعه تنظیم شده که تأکید دارد، توسعه صادرات، بویژه در بخش خدمات با فناوری بالا، باید به گونه‌ای باشد که کسری تراز بازرگانی بدون نفت کاهش یابد و توازن در تجارت خدمات ایجاد شود و ارتقای نقش مدیریتی ایران در توزیع و ترانزیت انرژی، افزایش فرصت‌های صادراتی، جذب سرمایه و فناوری‌های پیشرفته و کمک به استقرار نظام پولی، بانکی و بیمه‌ای مستقل با کمک کشورهای منطقه‌ای و اسلامی و دوست با هدف کاهش وابستگی به سیستم پولی نظام سلطه را به ارمان آورد و از این منظر، گسترش همه‌جانبه همکاری با کشورهای منطقه جنوب غربی آسیا در تجارت، سرمایه‌گذاری و فناوری و حضور فعال و هدفمند در سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای و تلاش برای ایجاد تحول در رویه‌های موجود بر اساس ارزش‌های اسلامی را باید جدی‌تر دنبال کرد.

قوت‌ها، ضعف‌ها، چالش‌ها و فرصت‌ها

دولت در سند یادشده اشاره می‌کند که از حیث محیط اجتماعی و فرهنگی صادرات، افزایش اندازه و ترکیب نیروهای انسانی متخصص در رشته‌های مختلف شاغل به کار در بنگاه‌های کشور یک نقطه قوت است و ناکافی بودن توجه به ارتقای دانش و فرهنگ صادراتی در جامعه یک نقطه ضعف؛ از حیث فن‌آوری در سطح ملی نیز ارتقای علوم و فنون و فن‌آوری در برخی از رشته‌ها در سطح بنگاه‌ها یک ضرورت و قوت محسوب می‌شود و تکیه بخشی از صادرات کشور به محصولات پایه و کمتر فرآوری شده یک ضعف که باید برطرف شود و خلاصه آنکه در تنظیم قوانین و مقررات و سیاست‌های تجاری در سطح ملی با مشکل تعدد مراکز تصمیم‌گیری در امر تجارت خارجی و کم‌توجهی به نقش کلیدی سازمان توسعه تجارت مواجه هستیم.

از زاویه عنصر رقابت‌مندی اقتصاد ملی اگر به توسعه صادرات غیرنفتی نگاه شود، افزون بر اندازه‌داری‌های در اختیار بنگاه‌های دولتی،

خصوصی و تعاونی دست‌کم ۳ خلاء جدی دیده می‌شود: نخست، منابع مالی محدود جهت سرمایه‌گذاری و تولید بخش غیردولتی؛ دوم، جاگیری رقبای قدرتمند در اغلب بازارهای جهانی و سوم، رشد مستمر قیمت تمام‌شده. همچنین از حیث زیرساخت‌های عمومی مناسب برای صادرات، ضرورت دارد توسعه مهارت‌های مدیریتی در بخش‌های صنعتی، برخی بخش‌های خدماتی و سایر زیربخش‌ها جدی گرفته شود، بویژه اینکه سرمایه‌گذاری‌ها برای ایجاد زیرساخت‌های لازم جهت بهره‌گیری از توانمندی‌های ترانزیتی کشور کافی نیست.

سند راهبردی توسعه صادرات غیرنفتی مصوب دولت با تأکید بر الزام کسب تجربه بازاریابی صادرات در بخشی از بنگاه‌های فعال، ضعیف بودن یکپارچگی سیاست‌های تجاری، بویژه در مناطق آزاد، بازارچه‌ها، کالای همراه مسافر و اختلال‌های ناشی از جریان‌های غیررسمی تجارت را گوشزد می‌کند و برای بهبود و ترویج تجارت تصریح دارد، در بسیاری از نمایشگاه‌ها در کشورهای منتخب و هدف صادراتی مشارکت گسترده‌تری صورت پذیرد و نقاط ضعف در کاربرد تکنولوژی‌های پیشرفته ارتباطی و اطلاعاتی در ردیابی، یکپارچه‌سازی سیستم‌های حمل‌ونقل و ترانزیت و گمرک پوشش داده شود.

مزیت‌ها و کاستی‌های صادراتی

باور دولت این است که در زمینه تأمین مالی صادرات، خدمات بانکی مورد نیاز برای صادرات کالاها و خدمات، افزون بر تنگناهای ناشی از تحریم‌های بین‌المللی در سیاست‌های ارزی و پولی و مالی کشور، با اهداف توسعه صادرات در برخی مقاطع ناهماهنگی دیده می‌شود و مهم‌تر اینکه در زمینه مدیریت کیفیت صادرات کالاها و خدمات ایران شایسته است به تحقیق و توسعه در برخی بنگاه‌های صنعتی و خدماتی توجه بیشتری صورت گیرد تا چالش‌های موجود در تولید برای صادرات، رفع شود و به گونه‌ای اقدام شود که از این پس طرح‌های توجیه فنی و اقتصادی عمدتاً بر اساس بازارهای صادراتی و نه صرفاً داخلی، طراحی و تصویب شود؛ چه اینکه گستردگی و تنوع بازارهای پیرامونی و تنوع تقاضا و رو به رشد بودن اغلب آنها و منابع غنی، زیرساخت‌های ایجادشده و ظرفیت‌سازی عمرانی فنی، انسانی، اطلاعاتی در کشور مزیتی است گرانسنگ.

از دیگر یافته‌های کارشناسی شده دولت در زمینه صادرات غیرنفتی می‌توان به ضعف در طراحی بسته‌بندی محصولات جدید صادراتی متناسب با نیازهای بازارهای جهانی، ضعف بهره‌وری و عوامل درونی بنگاه‌ها، بخصوص

ضرورت تدوین سند راهبردی واردات

■ کیومرث فتح الله کرمانشاهی
معاون سازمان توسعه تجارت ایران

اهداف جهاد اقتصادی جز در سایه توسعه صادرات غیرنفتی محقق نمی‌شود؛ به این معنا که اگر بخواهیم در مباحث اقتصادی به درستی عمل کنیم، باید به برنامه‌ها و اسناد بالادستی نظیر سند چشم‌انداز، اصل ۴۴ قانون اساسی و قانون برنامه پنجم توسعه به همراه قوانینی که در حوزه تجارت کشور مطرح است، نگاه جدی داشته باشیم. از این رو، اگر مشکلات بر سر راه اجرای قوانین یادشده از میان برداشته شود، باید همه دست به دست هم دهند تا مسیر صادرات و صادرکنندگان کشور را هموار کنند، این در حالی است که تجارت امری فرابخشی است و تمامی دستگاه‌های اجرایی در آن، وظیفه دارند به مسئولیت‌های خود بخوبی عمل کنند. واقعیت این است که تجارت جاده‌ای دو طرفه است که یک سوی آن مدیریت واردات و سوی دیگر آن، مدیریت صادرات است؛ در این میان، سازمان توسعه تجارت ایران به عنوان متولی تجارت خارجی، در تلاش است به عنوان یکی از فعالان عرصه رونق‌بخشی تجارت، آینده خوبی را برای صادرات غیرنفتی کشور رقم زند.

در حوزه مدیریت صادرات، سند راهبردی توسعه صادرات غیرنفتی کشور تدوین شده که در آن، وظیفه هر دستگاه مشخص است. در این میان، به نظر می‌رسد برای مدیریت بهتر واردات نیز باید سند راهبردی تدوین شود که در آن موضوع واردات که مقوله‌ای مهم در امر تجارت به شمار می‌رود، مدنظر قرار گیرد و وظایف تمامی دستگاه‌های دولتی و خصوصی، تعاونی و وزارتخانه‌های مختلف مشخص شود؛ چه اینکه هم‌اکنون کشور در مسیری قرار گرفته که برابری صادرات و واردات را دنبال می‌کند؛ نسبتی که ظرف ۱۰ سال اخیر، بتدریج از ۷ به ۱ به سمت ۲ به ۱ پیش رفته است.

آمار ۱۲ ماهه صادرات غیرنفتی در کشور نشانگر این است که صادرات غیرنفتی در سال ۸۹ با احتساب میعانات گازی ۳۲ میلیارد دلار، بدون احتساب میعانات گازی ۲۶٫۳ میلیارد دلار و با احتساب خدمات فنی و مهندسی به ۳۶ میلیارد دلار و با احتساب سایر بخش‌های خدماتی مثل گردشگری، آی‌تی و حمل‌ونقل از مرز ۴۰ میلیارد دلار نیز عبور کرده است. میزان واردات کشور به صورت تخمینی در سال ۸۹ معادل ۶۸ میلیارد دلار برآورد می‌شود که حتی اگر به ۷۰ یا ۷۵ میلیارد دلار هم رسیده باشد، نسبت صادرات به واردات ۱ به ۲ است که سال گذشته در حوزه صادرات غیرنفتی اتفاق افتاده است. فراموش نکنیم که رقم صادرات غیرنفتی کشور در سال ۸۹ در شرایطی محقق شده است که تهدیدهای خارجی، بحران‌های اقتصادی و مسائل داخلی، از جمله تسهیلات بانکی، نرخ ارز و کمبود منابع مالی جوایز صادراتی گریبانگیر صادرات غیرنفتی کشور است.

برابری صادرات و واردات؛ چگونه؟

باید به سمت حل مشکلات، بهبود فضای کسب‌وکار، و رونق اقتصاد و تجارت پیش رفت و سازمان توسعه تجارت نیز به عنوان دستگاه متولی امر تجارت خارجی، علی‌رغم اینکه تجارت را موضوعی فرابخشی می‌داند، به عنوان محور کار، نقش اصولی بازی می‌کند و تلاش دارد در قالب کارگروه توسعه صادرات غیرنفتی و کارگروه ساماندهی واردات، اهداف جهاد اقتصادی را در حوزه تجارت خارجی محقق کند.

در این راستا، هدف‌گذاری برابری صادرات و واردات در سال ۹۰، در نظر گرفته شده است و وزارت بازرگانی برنامه‌هایی را تدارک دیده است که دامنه آن از نهضت کاهش قیمت تمام‌شده، آمایش تجاری و فراهم‌سازی زیرساخت‌های تجارت تا تحقق اهداف سند راهبردی صادرات غیرنفتی کشور کشیده شده است.

البته به نظر می‌رسد اتفاقات منطقه‌ای و تغییر در اوضاع اقتصاد دنیا، بازارهای هدف صادراتی را تغییر داد و با توجه به اتفاقات سیاسی در کشورهای عربی و آفریقایی و نیز وقایع کشورهای آسیای جنوب‌شرقی بازارهای هدف را باید مورد بازنگری قرار داد. اما با هماهنگی بیشتر از گذشته، تمامی دستگاه‌های اقتصادی کشور در رابطه با صادرات غیرنفتی باید به نحوی عمل کنند که اولویت‌های برنامه پنجم که توسعه صادرات محصولات های‌تک، برندسازی، توجه به صنایع دستی و مباحثی از این دست بوده و در فصول مختلف برنامه پنجم در نظر گرفته شده است، عملیاتی شود. فراموش نکنیم که کشور همچنان با محدودیت‌های ناشی از تحریم تجاری دست و پنجه نرم می‌کند که البته با مدیریتی که در این رابطه از سوی دولت در حال انجام است، کم‌رنگ شده است، چرا که عزم دولت از میان برداشتن مشکلات صادرکنندگان است.

بنگاه‌های کوچک و متوسط، اعم از مدیریتی، مالی، بازاریابی، نیروی انسانی، عملیاتی، تحقیق و توسعه، کوچک بودن مقیاس تولید و عملیات بنگاه‌ها عموماً در سطح ملی، بویژه در سطح منطقه‌ای و جهانی و فقدان یا ضعف نام و نشان‌های بنگاه‌ها و محصولات ایران در تقریباً تمامی بازارهای جهان اشاره کرد. از سوی دیگر، وضعیت صادرات کالا و خدمات صادراتی فعلی به گونه‌ای است که سودآوری نسبی زیربخش‌های اقتصادی «قابل تجارت خارجی» نسبت به «غیرقابل تجارت خارجی» پایین است، در حالی که شمار زیاد محصولات (کالا و خدمات) تولید داخلی در زمینه‌های متنوع، جای تأمل دارد.

پیشنهاد دولت این است که ظرفیت‌های صادراتی کشور و تولید کالاها و خدمات جدید صادراتی متنوع‌تر شود و ظرفیت‌های طراحی، مهندسی، برنامه‌ریزی، نصب، راه‌اندازی، تولید و... متناسب با نیازهای صادراتی در برنامه‌ها پررنگ‌تر شود تا اثر ضعف مناسبات دوربرد تأمین‌کننده - مشتری با کانال‌های توزیع و مشتریان در بازارهای صادرات خنثی شود؛ چه اینکه برای ماندگاری در بازارها و تنوع بازارهای صادراتی کالاها و خدمات ایران و روابط اقتصادی کشور ضرورت دارد ارتباطات بازاریابی با بسیاری از بازارهای پیرامونی و توسعه روابط اقتصادی تجاری با بسیاری از کشورها، بویژه کشورهای اسلامی تقویت شود. افزون بر اینها، وزرای عضو کارگروه صادرات کشور با اشاره به برخی ضعف‌های موجود بر جدی گرفتن تأثیر پیامدهای برخی متغیرهای کلان اقتصادی بر صادرات و رفع دشواری‌های کنونی در دسترسی به بازارهای بزرگ و پیشرفته تأکید و اصرار دارند.

چالش‌ها و راهکارهای تازه

برابر با سند راهبردی توسعه صادرات غیرنفتی کشور، پیامدهای اجرای قانون هدفمندکردن یارانه‌ها بر قیمت تمام‌شده، اثرات بحران مالی و اقتصاد جهانی در صورت تداوم و تنگناهای ناشی از تحریم‌های بین‌المللی را باید جدی‌تر گرفت و برای دستیابی به اهداف صادراتی، سیاست تخصیص مشوق‌های صادراتی و حمایت‌های ترویجی صادرات به روال سال‌های گذشته نیز حمایت‌های دولت از صادرات غیرنفتی ادامه یابد تا دست‌کم جذابیت صادرات در حد فعلی پایدار بماند و سرانجام اینکه ۲ راهکار مورد تأیید دولت این است که برای تحقق اهداف صادراتی کشور در افق ۱۴۰۴ باید نرخ ارز واقعی شود و تورم یک رقمی باشد.