



کیفیت و سرعت را فراموش نکنید

باور صادرات غیر نفتی، اسیر ناباوری‌های اقتصادی

♦ ابراهیم جمیلی



که می‌تواند به رونق صادرات کشور کمک کند. تسریع در پرداخت جوایز صادراتی، هدفمند کردن یارانه‌های صادراتی، برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی، شناخت محصولات دارای مزیت در استان‌ها و تأکید بر صادرات آنها و افزایش بودجه‌های حمایت از صادرات می‌تواند صادرات کالاهای غیرنفتی را توسعه دهد.

مهم‌تر از همه، ثابت نگهداشتن نرخ ارز است که صدمات زیادی به توسعه صادرات غیرنفتی وارد آورده، به طوری که قیمت کالا در جهان یا ثابت بوده یا کمی ارزان‌تر شده، در حالی که به واسطه تورم داخلی، افزایش دستمزدها و سایر هزینه‌ها، قیمت تمام شده بالا رفته و تولیدکننده ایرانی امکان رقابت را در بازارهای جهانی از دست می‌دهد. اگر تصمیم به توسعه صادرات غیرنفتی داریم، مهم‌ترین عامل جهش صادرات، نرخ ارز است که باید با کار کارشناسی مورد بررسی قرار گیرد و اقدامات لازم انجام پذیرد. در دنیای رقابت، کیفیت حرف اول را می‌زند و خود زاییده آن است. کیفیت حاصل شانس و اقبال نیست؛ به مدیریت عالمانه نیاز است تا محصولی کیفی تولید شود، زیرا بر اساس تحقیقات انجام شده، ارتباط معنی داری بین مدیریت بهینه و بهبود کیفیت وجود دارد. در حال حاضر در بعد مدیریت کیفیت، سخنان خوبی شنیده می‌شود که به آنها عمل نمی‌شود و از سویی فضای کنونی کسب و کار زمینه‌ساز توسعه کیفیت نیست، زیرا قانون حمایت از مصرف‌کننده، تولیدکنندگان را موظف به حمایت از مصرف‌کننده نمی‌کند.

هم‌اکنون تولیدات داخلی کشور مزیت نسبی برای رقابت ندارند؛ به همین دلیل دولت مجبور به پرداخت یارانه می‌شود، در حالی که یارانه‌ها باید در زمینه ارتقای کیفیت

دست‌اندرکاران و سیاست‌گذاران اقتصادی کشور بوده و توجه خاصی را در برنامه‌های اول، دوم و سوم توسعه کشور به خود معطوف داشته است. بر اساس برنامه چهارم توسعه باید میزان صادرات غیرنفتی در سال پایانی برنامه به ۵۲/۸ میلیارد دلار برسد. با توجه به سند چشم‌انداز بیست ساله کشور صادرات غیرنفتی باید به گونه‌ای افزایش یابد که باعث کاهش اتکالی شدید به صادرات نفتی شود. بنابراین دولت باید در جهت حضور فعال صادرکنندگان در بازارهای جهانی تلاش کند.

بر اساس آمار منتشر شده از سوی سازمان توسعه تجارت، ایران در سال ۸۷ حدود ۲۱ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی داشته که نسبت به دوره مشابه سال ماقبل آن ۸/۶ درصد رشد داشته است، اما حدود ۶ میلیارد دلار آن، صادرات میعانات گازی است که در آمار به عنوان صادرات غیرنفتی به حساب نمی‌آید. ضمن آنکه سه قلم نخست صادرات غیرنفتی هم تماماً در زمره محصولات نفتی قرار می‌گیرند که گاز متان، الکل، اتانول و گاز بوتان از جمله آنها هستند.

رفع برخی تنگناها از قبیل مقررات دست و پا گیر، اعمال سیاست‌های تشویقی و پرداخت به موقع جوایز صادراتی از جمله حمایت‌های دولت از صادرات غیرنفتی محسوب می‌شود. با وجود این، مقایسه آمارهای مربوط به مبادلات تجاری کشور در شش ماهه اول سال جاری نشان می‌دهد سهم صادرات از کل تجارت کشور تنها ۲۵ درصد و سهم واردات به کشور بیش از ۷۵ درصد است. اعطای تسهیلات ارزان قیمت، حذف عوارض مختلف از تولید، تولید انبوه، حمل و نقل ارزان، تبلیغ کالاهای ایرانی در بازارهای هدف و تشکیل نمایشگاه کالاهای ایرانی از جمله مواردی است

صادرات به عنوان موتور محرکه اقتصاد و رمز بقای کشورها در بازارهای جهانی نقش مهمی در عرصه اقتصاد جهانی ایفا می‌کند. تقویت ظرفیت‌های تولیدی و ایجاد ظرفیت‌های جدید، ضمن هموار کردن راه توسعه صادرات، نقش دولت را به عنوان تضمین‌کننده سرمایه‌گذاری موجود و کاهش انحصار پررنگ‌تر می‌کند. از سوی دیگر، صادرات امکان استفاده از بازارهای جهانی را برای رشد تولید داخلی مهیا کرده و بنگاه‌های تولیدی را قادر می‌سازد از محدودیت بازار داخلی رها شوند و با توسعه صادرات، بازارهای جهانی را هدف قرار دهند و از صرفه‌های اقتصادی حاصل در تولید بیشتر بهره‌برداری کنند.

توسعه اقتصادی ایران تاکنون بر اساس وابستگی به نفت و گاز بوده و عامل اصلی رشد اقتصادی، درآمد حاصل از صادرات نفت بوده است. این در حالی است که حجم صادرات غیرنفتی ایران در چند سال اخیر افزایش یافته و سهم کالاهای صنعتی در صادرات افزایش یافته است، اما ارزش صادرات کالا و خدمات ایران با احتساب میعانات گازی و پتروشیمی به مرز ۲۰ میلیارد دلار نزدیک می‌شود. در طول اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی که پس از انقلاب اسلامی در کشور به اجرا درآمده، توسعه صادرات غیرنفتی و کاهش اتکالی دولت به درآمدهای حاصل از نفت همواره مورد تأکید برنامه‌ریزان کشور بوده است، اما متأسفانه طبق آمار موجود سهم صادرات غیرنفتی در کسب درآمد ارزی بسیار ناچیز بوده و همواره میان واقعیت تا پیش‌بینی‌های برنامه مذکور شکاف عمیقی وجود داشته است. صادرات غیرنفتی همواره از مهم‌ترین مسائل مورد نظر



به کار گرفته شوند. با حرکت به سوی نظام کیفیت جامع، اهداف متعالی همچون افزایش رضایت مشتری، افزایش مشارکت کارکنان، بهبود مستمر و دستیابی به نتایج پایدار مالی و اقتصادی محقق می‌شود که از اصول حیاتی کیفیت در جامعه است.

کیفیت در ایران بیشتر به عنوان واژه‌های تبلیغاتی مورد توجه است. در بسیاری مواقع کیفیت تنها به عنوان واژه‌ای تبلیغاتی مورد توجه قرار می‌گیرد، بدون آنکه به محتوا و کارکرد واقعی آن توجه شود؛ به طوری که در شرایط کنونی عدم توجه به کیفیت تولید و عرضه محصولات گوناگون در کشور بوضوح دیده می‌شود. تولیدکنندگان داخلی بیش از هر چیز منفعت و سود خود را در تولید مد نظر قرار می‌دهند و براحتم حق مشتری و مصرف‌کننده را زیر پا می‌گذارند. نادیده انگاشتن کیفیت، قابل تعمیم به اکثر تولیدات کشور است که این امر موجب باز شدن میدان برای حضور رقبای خارجی در بازار داخلی است. عدم توجه به کیفیت محصولات داخلی باعث شده مردم به سوسی استفاده از تولیدات خارجی گرایش پیدا کنند، زیرا تجربه نشان داده کیفیت امری تضمین شده در محصولات خارجی است و بهای هر چند گزاف پرداخت شده برای کالاهای خارجی ارزش هزینه کردن را دارد. با باز شدن میدان برای حضور محصولات مشابه خارجی و استقبال خریداران داخلی، بسیاری از کارخانجات تولیدی که تولیدات مطلوبی نیز عرضه می‌کنند، با شکست مواجه می‌شوند و بیکاری بیش از پیش گریبان جامعه را خواهد گرفت.

در تمام دنیا عرضه‌کنندگان محصولات و تولیدکنندگان برای کسب رضایت مشتری به بالا بردن کیفیت محصولات

خود تکیه می‌کنند و کیفیت را به عنوان اهمی برای مقابله در رقابت با سایر تولیدکنندگان به کار می‌گیرند. این رسم در کشور ما منسوخ شده و حفظ کیفیت، رمز بقا و ماندگاری در بازار نیست. برخی تولیدکنندگان توجه به کیفیت را فدای شگردهای فرعی جذب مشتری می‌کنند و محصولات بی کیفیت خود را در قالب بسته‌بندی شکیل و جذاب به بازار عرضه می‌کنند و با بسته‌های زیبا مشتری را به سوی تولیدات خود می‌کشانند. از آنجایی که بسیاری از مصرف‌کنندگان به ظاهر کالا اهمیت فراوانی می‌دهند، محصولات بی کیفیت برای مدت طولانی و تنها با تغییر بسته‌بندی در سبب مصرفی خانوار جا خوش می‌کنند. کیفیت کالا از مسائل مهمی است که همواره مورد توجه استاندارد بوده است، زیرا کیفیت و استاندارد با هم تلفیق شده و دو مسئله تفکیک‌ناپذیر هستند. دستیابی به رقابت‌پذیری پایدار از جمله مفاهیم بهبود کیفیت استاندارد است و استراتژی کلان مدیریت کیفیت باید بر اساس آخرین فن‌آوری‌ها تدوین شود. در برنامه پنجم توسعه نیز به رویکرد نوین استانداردسازی و مدیریت کیفیت در کشور تأکید شده است.

سه عامل قیمت، کیفیت و سرعت دسترسی مشتریان به کالا در افزایش سهم صادرات مؤثر است و مادامی که قیمت کالاهای ایرانی در بازارهای جهانی کاهش نیابد، نمی‌توان از آنها انتظار رقابت جدی اقتصادی داشت. کاهش قیمت تمام شده کالا از طریق افزایش بهره‌وری، اجرای مدیریت علمی در بنگاه‌های اقتصادی، نوآوری و استانداردسازی حاصل می‌شود و می‌تواند سرعت مجموعه اقتصادی کشور را در رسیدن به توسعه صادرات افزایش دهد.

در رقابت‌پذیر کردن بخش صنعت، سه موضوع اصلی کاهش هزینه تولید، نفوذ نوآوری و ارتقای کیفیت محصول مؤثر است. باید توجه داشت کیفیت پایین، اتلاف منابع و عدم رضایت مصرف‌کننده در نظام جمهوری اسلامی غیرقابل قبول است. قیمت و کیفیت از مهمترین مزیت‌های رقابتی در صنایع است. این دو مزیت رقابتی در سال‌های اخیر، بویژه در صنایع پیشرو و کشورهای صنعتی بسیار مورد بحث بوده است. صادرکنندگان کالا در کنار صدور کالای تولیدی، فرهنگ کشور را نیز به سایر کشورها صادر می‌کنند، لذا تولیدکنندگان باید مراقب باشند با تولید کالای با کیفیت توجه بازار بین‌المللی را به سمت محصولات ایرانی جلب کنند. برخی تولیدکنندگان داخلی فقط به تولید کالای با کیفیت برای صادرات توجه می‌کنند و به تولید کالای با کیفیت برای مصرف داخلی توجه چندانی ندارند، به طوری که به نظر می‌رسد مصرف‌کننده خارجی را به مصرف‌کننده داخلی ترجیح می‌دهند. کشور آمریکا با ۱۷۳۸ میلیارد دلار تولیدات صنعتی به عنوان صنعتی‌ترین کشور جهان شناخته می‌شود. ژاپن با تولید ۹۵۲ میلیارد دلار تولید کالای صنعتی، در رتبه دوم قرار دارد و این در حالی است که کشور رومانی با تولید صنعتی ۲۳ میلیارد دلاری در رتبه ۳۸ و قبل از ایران قرار گرفته است؛ ایران نیز با رتبه ۳۹ در میان برترین تولیدکنندگان صنعتی در دنیا سالیانه قریب به ۲۳ میلیارد دلار کالای صنعتی تولید می‌کند که با توجه به پتانسیل‌های موجود در کشور جایگاه مناسب و قابل قبولی نیست.

گزارش رسمی گمرک از تراز بازرگانی ایران

براساس نتایج حاصل از آمار مقدماتی گمرک ج.ا.ا، ارزش صادرات قطعی کالاهای غیرنفتی بدون احتساب میعانات گازی، در هفت ماهه سال ۱۳۸۸، رقم ۷۶۵۰،۳۹ میلیون یورو (معادل ۱۰۶۳۱،۹۹ میلیون دلار) بوده است که از این میزان، رقم ۲۰،۳۰ میلیون یورو (معادل ۲۸،۱۵ میلیون دلار) از محل تجارت چمدانی صورت گرفته است. ارزش کل واردات نیز در این مدت، بالغ بر ۲۰۰۶۸،۶۱ میلیون یورو (معادل ۲۷۸۰۴،۴۹ میلیون دلار) بوده‌است که با مقایسه این ارقام، تراز بازرگانی خارجی جمهوری اسلامی ایران (بدون احتساب صادرات نفت خام و سایر موارد مندرج در توضیح کالاهای غیرنفتی) طی هفت ماهه سال جاری با کسری ۱۲۴۱۸،۲۲ میلیون یورو (معادل ۱۷۱۷۲،۵۰ میلیون دلار) مواجه بوده است. در مدت مذکور بنا بر این ارقام، ارزش واردات ۷۲،۳۴ درصد از ارزش کل مبادلات خارجی کشور را به خود اختصاص داده است. این نسبت در مدت مشابه سال قبل ۷۴،۲۸ درصد بوده است. طی این مدت، از میان ۱۹۴ کشور شریک تجاری ایران، تراز بازرگانی خارجی (بدون احتساب نفت، گاز و خدمات) با ۱۱۵ کشور، منفی و با ۸۴ کشور دیگر، مثبت بوده است. جداول زیر نمای تجارت خارجی ایران در در هفت ماه نخست امسال به تصویر می‌کشد.

جدول شماره (۱) کشورهای طرف معامله با بیشترین تراز تجاری مثبت در هفت ماهه سال ۱۳۸۸ (دلار)

کشور	ارزش صادرات	ارزش واردات	تراز بازرگانی خارجی
عراق	۲،۱۵۷،۲۰۹،۰۰۹	۳۳،۷۴۴،۳۹۰	۲،۱۲۳،۴۶۴،۶۱۹
افغانستان	۴۸۲،۸۹۸،۹۹۱	۳،۵۹۲،۰۳۵	۴۷۹،۳۰۶،۹۵۶
سوریه	۱۶۷،۶۶۱،۳۵۷	۱۰،۶۹۲،۷۱۷	۱۵۶،۹۶۸،۶۴۰
ترکمنستان	۱۷۱،۹۶۷،۴۱۹	۳۱،۶۱۹،۲۵۰	۱۴۰،۳۴۸،۱۶۹
آذربایجان	۱۹۳،۳۶۶،۰۰۹	۶۴،۵۵۳،۴۲۷	۱۲۸،۸۱۲،۵۸۲

جدول شماره (۲) کشورهای طرف معامله با بیشترین تراز تجاری منفی در هفت ماهه سال ۱۳۸۸ (دلار)

کشور	ارزش صادرات	ارزش واردات	تراز بازرگانی خارجی
امارات	۱،۴۵۳،۱۵۱،۶۳۴	۷،۳۱۳،۶۱۹،۵۷۲	-۵،۸۶۰،۴۶۷،۹۳۸
آلمان	۱۳۸،۶۷۰،۱۶۶	۲،۷۲۵،۶۲۰،۳۹۱	-۲،۵۸۶،۹۵۰،۲۲۵
کره جنوبی	۳۱۲،۲۲۲،۴۹۵	۱،۸۵۸،۷۸۶،۲۲۶	-۱،۵۴۶،۵۶۳،۷۴۱
سوئیس	۹،۲۱۳،۸۶۰	۱،۲۵۴،۳۵۳،۸۰۴	-۱،۲۴۵،۱۳۹،۹۴۴
انگلستان	۲۳،۷۹۱،۹۴۲	۱۰،۷۴۴،۴۴۷،۵۸۷	-۱۰،۵۰۶،۶۵۵،۶۴۵

جدول شماره (۳) میزان صادرات انواع کالاها به تفکیک گروه کالایی با احتساب میعانات گازی در هفت ماهه سال ۱۳۸۸

شرح	وزن (هزار تن)	درصد	ارزش (میلیون دلار)	درصد	درصد تغییر وزن	درصد تغییر ارزش
میعانات گازی	۵۰۷۲،۶۳	۱۷	۲۶۴۰،۲۹	۱۹،۸۹	۲۹،۷۹	-۲۸،۲۸
محصولات پتروشیمی	۸۸۵۷،۹	۳۰	۳۷۵۷،۷۱	۲۸،۳۱	۲۱،۵۲	-۳۰،۶۱
سایر محصولات	۱۵۵۵۸،۷۹	۵۳	۶۸۷۴،۲۸	۵۱،۷۹	۲۵،۶۲	۹،۳۶
جمع کل	۲۹۴۸۹،۳۲	۱۰۰	۱۳۲۲۲،۲۸	۱۰۰	۲۵،۰۴	-۱۳،۷۲

جدول شماره (۴) میزان صادرات قطعی به تفکیک قاره ها در هفت ماهه سال ۱۳۸۸

قاره	وزن (کیلوگرم)	ارزش (دلار)	وزن (درصد)	ارزش (درصد)
آسیا	۲۲،۲۹۶،۹۸۶،۸۳۰	۸،۷۸۷،۴۸۶،۴۴۵	۹۱،۴۱	۸۲،۸۷
اروپا	۱،۶۶۶،۰۸۳،۶۰۰	۱،۵۱۵،۴۶۲،۶۰۴	۶،۸۳	۱۴،۲۹
آفریقا	۴۰۳،۴۴۳،۰۹۸	۱۶۶،۹۸۶،۳۶۷	۱،۶۵	۱،۵۷
آمریکا	۱۸،۱۰۰،۴۴۵	۱۲۴،۶۰۹،۰۸۲	۰،۰۷	۱،۱۸
اقیانوسیه	۶،۹۳۲،۶۱۹	۹،۳۰۰،۷۹۳	۰،۰۳	۰،۰۹
جمع کل	۲۴،۳۹۱،۷۴۶،۵۹۲	۱۰،۶۰۳،۸۴۵،۲۹۱	۱۰۰	۱۰۰

جدول شماره (۴) میزان صادرات قطعی به تفکیک قاره ها در هفت ماهه سال ۱۳۸۸

قاره	وزن (کیلوگرم)	ارزش (دلار)	وزن (درصد)	ارزش (درصد)
آسیا	۱۴،۱۱۲،۲۸۱،۸۸۱	۱۵،۴۱۲،۸۹۷،۹۵۹	۵۲،۹۴	۵۵،۴۳
اروپا	۱۰،۱۹۶،۴۷۶،۵۳۵	۱۱،۰۹۰،۳۴۱،۵۰۴	۳۸،۲۵	۳۹،۸۹
آمریکا	۱،۶۱۱،۰۶۹،۵۲۱	۹۵۷،۴۸۳،۷۸۵	۶،۰۴	۳،۴۴
اقیانوسیه	۵۹۹،۶۷۸،۶۶۴	۲۱۳،۴۹۸،۷۳۰	۲،۲۵	۰،۷۷
آفریقا	۱۳۶،۱۷۵،۶۱۶	۱۳۰،۳۷۰،۵۶۹	۰،۵۱	۰،۰۷
جمع کل	۲۶،۶۵۵،۶۸۲،۲۱۷	۲۷،۸۰۴،۴۹۲،۵۴۷	۱۰۰	۱۰۰