



توسعه صادرات غیر نفتی (استراتژی جهش صادراتی و راهکارهای اساسی)

پدیدآورنده (ها) : گوهریان، محمد ابراهیم

اقتصاد :: نشریه برنامه :: 24 خرداد 1382 - شماره 20

از 12 تا 12

آدرس ثابت : <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1044473>

دانلود شده توسط : امیررضا حسنی

تاریخ دانلود : 16/06/1400

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائه مجلات عرضه شده در پایگاه، مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابر این، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر به صورت کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتالی که حاصل و بر گرفته از این پایگاه باشد، نیازمند کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) می باشد و نخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه [قوانین و مقررات](#) استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.





استراتژی جهش صادراتی و راهکارهای اساسی

توسعه صادرات غیر نفتی

● محمد ابراهیم گوهریان

اگر به راستی خواهان جهش صادرات هستیم، لازم است تا تحولی عمیق در همه ابعاد تولید و تجارت (توانمندی)، قوانین (قانونمندی) و رفتارها و ساختارها (نظام مندی) به وجود آوریم

- ۱۸ - تعیین مارک تجاری (BRAND) برای کالاهای صادراتی؛
- ۱۹ - تحویل به موقع کالا به خریدار؛
- ۲۰ - تربیت مدیران متخصص و کارآزموده صادرات، بازاریابی و فروش؛
- ۲۱ - تشویق و ترغیب صادر کنندگان از طریق اعطای جوایز و بارانه‌های صادراتی؛
- ۲۲ - کاهش دخالت دولت در امر صادرات؛
- ۲۳ - حذف بوروکراسی زائد و دست و پاگیر؛
- ۲۴ - ترغیب صادر کنندگان به معامله و دریافت وجه کالا از طریق اعتبار اسنادی؛
- ۲۵ - توسعه نمایشگاه‌های تخصصی - صادراتی در داخل و خارج؛
- ۲۶ - تدوین سیاست‌های مالی، پولی و ارزی مناسب؛
- ۲۷ - توسعه صادرات مجدد (Re-export)؛
- ۲۸ - بازرگاری در قوانین و مقررات صادرات؛
- ۲۹ - عدم تغییر قوانین و مقررات در کوتاه مدت و تثبیت قوانین حداقل به مدت ۵ سال؛
- ۳۰ - ایجاد تسهیلات مالی، بانکی، بیمه‌ای مناسب از طرف دولت؛
- ۳۱ - واگذاری ارز حاصل از صادرات به صادر کنندگان؛
- ۳۲ - پیمان ارزی حداقل به مدت پنج سال؛
- ۳۳ - انجام تحقیقات علمی در بازارهای هدف؛
- ۳۴ - مکانیزه کردن گمرکات و بنادر کشور؛
- ۳۵ - آرایه تسهیلات ویژه به صادر کنندگان از سوی گمرکات کشور؛
- ۳۶ - امکانات و پایانه‌های حمل و نقل مناسب (هوایی، زمینی و دریایی)؛
- ۳۷ - بهبود و ارتقای کیفیت کالاهای صادراتی؛
- ۳۸ - بسته بندی مناسب و بر طبق استانداردهای بین‌المللی؛
- ۳۹ - هماهنگی و همکاری تمامی سازمان‌های دست‌اندرکار صادرات؛
- ۴۰ - مشارکت صادر کنندگان در تصمیم‌گیری‌ها؛
- ۴۱ - افزایش تولید برای کاهش هزینه‌های تولید به منظور رقابت با رقیبان خارجی؛
- ۴۲ - توسعه ساختار شورای عالی صادرات.

تجربه‌های دهه‌های ۸۰ و ۹۰ نیز نشان داد که کشورهای تازه صنعتی شده و موفق در زمینه اقتصادی نیز همین راه را انتخاب کرده‌اند. آنچه در صادرات، فوق‌العاده دارای اهمیت است، رقابت شدید و تنگاتنگ صادر کنندگان بر سر تصاحب سهم بازار بیشتر و توسعه بازار است. بنگاه‌های بزرگ و موفق صادراتی دنیا که جهانی فکر می‌کنند، جهانی تولید می‌کنند و جهانی نیز توزیع می‌کنند، مرتباً محصولات خود را از نظر ویژگی‌های ظاهری، فیزیکی، شیمیایی و کاربردی و به طور اساسی اصلاح، تکمیل و بهبود می‌دهند.

خوشبختانه بستر سازی و اصلاح مقررات صادرات در سال‌های اخیر و اتخاذ استراتژی جهش صادراتی در برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با راهکارهایی از قبیل آزاد سازی صادرات، معافیت صادرات از مالیات و عوارض، تشکیل صندوق‌های غیر دولتی توسعه صادرات، اتخاذ تدابیری برای برون‌گرا کردن صحت و پدید بینی مشوق‌های لازم برای سرمایه گذاری داخلی و خارجی در واحدهای تولیدی - صادراتی در این برنامه راه را برای توسعه مدیریت نوین در بنگاه‌های اقتصادی کشور هموار کرده است. با این وجود همان‌طور که اشاره شد همچنان مشکلات و چالش‌های بسیاری در کشور ما فراروی صادرات قرار دارد. از این رو برای اینکه سیاست استراتژیک جهش صادراتی به اهداف و غایات تعیین شده‌اش برسد، بر اساس نگرش مدیریت نوین صادرات اجرای دقیق و کامل برنامه‌ها، طرح‌ها و راهکارهای اساسی ذیل برای توسعه صادرات غیرنفتی الزامی است:

- ۱ - طراحی، تحقیق و تدوین ادبیات اقتصاد بدون نفت؛
- ۲ - توسعه روابط سیاسی، اقتصادی و فرهنگی با کشورهای جهان؛
- ۳ - توسعه استراتژی تجارت برون‌گرا؛
- ۴ - عضویت در سازمان جهانی تجارت (WTO)؛
- ۵ - ترویج فرهنگ صادرات در جامعه؛
- ۶ - آموزش اجباری صادر کنندگان؛
- ۷ - تأسیس سازمان ملی صادرات ایران؛
- ۸ - تأسیس بانک اطلاعات صادرات؛
- ۹ - تأسیس و توسعه شرکت‌های مدیریت صادرات؛
- ۱۰ - توسعه مراکز خدمات صادراتی در تمامی استان‌های کشور؛
- ۱۱ - توسعه و تشویق سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی؛
- ۱۲ - تسریع در امر خصوصی سازی؛
- ۱۳ - باز سازی و نوسازی صنایع صادراتی فرسوده؛
- ۱۴ - توسعه صادرات صنعتی، کشاورزی و صدور خدمات فنی و مهندسی؛
- ۱۵ - تهیه لیست کالاهای قابل صدور؛
- ۱۶ - شناخت بازار هدف از طریق تحقیقات علمی - کاربردی؛
- ۱۷ - شناخت کامل رقیبان؛

وجود آوریم. اقتصاد ایران به دنبال سال‌های متمادی جنگ، محاصره و انزوای اقتصادی، شرایط ویژه‌ای دارد که حل معضلات آن با هیچ نظام و الگوی تجربه شده‌ای ممکن نیست و باید با کالبدشکافی ساختاری و شناسایی ریشه‌ها در یک نظام هدفمند به چاره جویی، برنامه‌ریزی و ساختاری کارآمد پرداخت. مشکلات صادرات کشور را می‌توان از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داد و طبقه‌بندی‌های گوناگونی (کوتاه مدت، بلند مدت، ساختاری، گذرا، داخلی و خارجی) برای آنها ارایه داد. در ساده‌ترین تحلیل این مشکلات بر دو دسته‌اند: مشکلات درون مرزی و مشکلات برون مرزی.

- مهم‌ترین مشکلات درون مرزی کشور در بخش صادرات را می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد:
- ۱ - صدور کالاهای با ارزش افزوده پایین؛
 - ۲ - عدم سرمایه‌گذاری کافی جهت ایجاد زیرساخت‌های لازم در این زمینه؛
 - ۳ - تعدد مراکز تصمیم‌گیری (دیوان‌الاری بخش صادرات)؛
 - ۴ - عدم تأمین خسارت‌های بخش صادرات؛
 - ۵ - تأثیر پذیری صادرات غیر نفتی از صادرات نفت؛
 - ۶ - عدم هماهنگی بین خط مشی‌های سیاسی و بازرگانی کشور؛
 - ۷ - رقابت مخرب و عملکرد ناهماهنگ برخی از صادر کنندگان؛
 - ۸ - نبود فرهنگ تولید بهترین کالا برای صادرات؛
 - ۹ - نهدینه شدن فرهنگ مصرف و واردات؛
 - ۱۰ - ضعف ساختار تولید (به ویژه در بخش صنعت)؛
 - ۱۱ - عدم امکان واردات نهادهای تولیدی توسط واحدهای تولیدی - صادراتی؛
 - ۱۲ - عدم شناخت اهمیت صادرات مجدد؛
 - ۱۳ - عدم اجرای قوانین، مقررات و نارسایی‌های آنها.

با توجه به مشخصات طبیعی ایران و بررسی اقلام عمده کالاهای غیر نفتی به آسانی می‌توان دریافت که در بلند مدت امکان دستیابی به هدف مورد نظر، یعنی کاهش وابستگی به منابع ارزی حاصل از صادرات نفت، از راه صادرات کالاهای کشاورزی تقریباً غیر ممکن است. صادرات احتمالی مواد کانی غیر از نفت نیز اولاً در بلند مدت کم‌وبیش همان گرفتاری‌های صادرات نفت را خواهد داشت و ثانیاً رقم دریافتی از این محل آن چنان نیست که تأثیر ملموس و تحول‌انگیزی در اقتصاد کشور ایجاد کند. بنابراین، تنها راه ممکن برای خروج از وضعیت کنونی این است که از طریق گسترش هر چه بیشتر زمینه‌های فعالیت صنعتی و تبدیل منابع بسیار غنی داخلی به انواع و اقسام محصولات ساخته شده، امکانات مساعدی برای افزایش و توسعه صادرات کشور در آینده فراهم شود و جایی محکم و پایدار در بازار مبادلات بین‌المللی به دست آید.

اهمیت روزافزون تجارت خارجی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها به حدی است که بعضی از اقتصاددانان از آن به عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می‌کنند. به عقیده این گروه از اقتصاددانان رشد صادرات کشورها حداقل از دو طریق می‌تواند به توسعه و رشد اقتصادی آنها منجر شود. افزایش صادرات اثر مستقیم بر درآمدهای ارزی کشورها داشته و از این طریق با تأمین منابع ارزی کشورها امکان سرمایه‌گذاری‌های لازم جهت قرار گرفتن اقتصاد در مسیر رشد و توسعه را فراهم می‌سازد. از طرف دیگر توسعه صادرات امکان استفاده از امکانات بازارهای جهانی برای رشد تولیدات داخلی را مهیا کرده و از این طریق واحدها و بنگاه‌های تولیدی را قادر می‌سازد تا از محدودیت‌های بازار داخلی رهایی یافته و با توسعه مقیاس تولید به منظور صادرات بیشتر به بازارهای خارجی علاوه بر کسب درآمدهای ارزی از صرفه‌های اقتصادی حاصل از مقیاس تولید نیز بهره کافی ببرند.

از سوی دیگر توسعه اقتصادی صرفاً با برنامه‌ریزی‌های هر چند دقیق و کارآمد دولت‌ها قابل دسترس نبوده بلکه به بخش خصوصی و بازرگانان کارآمدتری نیز نیاز است تا زنجیره به هم پیوسته تخصیص منابع، تولید و صادرات را تکمیل کنند. در بررسی امکانات و محدودیت‌های توسعه صادرات ایران، صادرات کالاهای صنعتی نقش حیاتی و پر اهمیتی دارد. اقتصاد ایران همواره از نظر کسب درآمدهای ارزی و درآمدهای دولت، به میزان فوق‌العاده زیادی - حداکثر تا ۹۴ درصد - به تولید و صادرات نفت وابسته بوده است. با شرایطی که از نظر قیمت نفت، میزان ذخایر و توانایی صدور آن برای کشور پیش آمده است، سیاست جایگزینی صادرات کالاهای غیر نفتی برای جبران کاهش درآمدهای ارزی بیش از گذشته اهمیت پیدا کرده و مورد تأکید مدیران نظام نیز قرار گرفته است.

صادرات غیر نفتی ایران نباید اسیر تنگ نظری، بدبینی و کوتاه مدت نگری باشد. صادرات امری استراتژیک، کلان و دایمی است که در چارچوب نظامی فراگیر قابل اجراء است. نگرش و تفکر سیستمی به صادرات، باعث می‌شود تا به جای کوچک و بزرگ نمایی یک جزء، به واقعیت و ماهیت همه اجزا توجه کنیم و هر کس در حد و توان خود، تلاشی منضبط و منظم را سامان دهد. در استراتژی جهش صادراتی، صادرات غیر نفتی ایران، پیش از جهش، نیازمند بستر سازی، سرمایه‌گذاری و فعالیت برای حرکت در مسیر جنبش، جوشش و خیزش است که هر یک ابزارها، رفتارها و راهکارهای خود را می‌طلبد.

اگر خود را متعهد و موظف بدانیم که در این مسیر آنچه را می‌دانیم با دیگران سهیم شویم و همواره بر این باور باشیم که صادرات غیر نفتی ایران، دردی ملی است که نیازمند عزم ملی است، اگر به راستی خواهان جهش صادرات هستیم، لازم است تا تحولی عمیق در همه ابعاد تولید و تجارت (توانمندی)، قوانین (قانونمندی) و رفتارها و ساختارها (نظام مندی) به