

الزامات توسعه صادرات غیر نفتی

تهیه و تنظیم: مهندس علیرضا حائری - عضو هیأت مدیره کنفدراسیون صادرات ایران و کارشناس صنعت نساجی

رشد و توسعه صادرات (غیرنفتی) همواره به عنوان یکی از ابزارهای توسعه مطرح بوده و خواهد بود و از الزامات هر اقتصادی با هر حجم و اندازه‌ای می‌باشد. در کشور ما اما این الزام حیاتی‌تر و ضروری‌تر نیز می‌باشد زیرا که در شرایط رکود در اقتصاد به سر می‌بریم و بازارهای داخلی رونقی نداشته و برای اینکه واحدهای صنعتی و تولیدی بتوانند گردش مناسبی از نظر مالی داشته باشند چاره‌ای به جز عرضه کالاهای خود به بازارهای جهانی ندارند و این لزوم توجه به صادرات را دو چندان می‌کند.

در شرایط کنونی که تأمین نقدینگی مشکل اصلی واحدهای صنعتی عنوان می‌شود، با فرض اینکه این نقدینگی که بالغ بر حدود یکصد و پنجاه هزار میلیارد تومان برآورد میشود نیز تأمین گردد، چنانچه این بنگاه‌ها نتوانند کالای تولید شده خود را در بازارهای داخلی و یا خارجی به فروش رسانند، مشکل چندانی حل نشده و همچنان رکود دامن تولید را رها نکرده و انبارهای کارخانجات محلی برای حیس نقدینگی خواهد شد.

اینک برای اینکه بتوانیم به یک توسعه پایدار در بخش صادرات (غیرنفتی) برسیم، می‌باید زیرساخت‌ها و فضای مناسب آن را تأمین نماییم، از روزمرگی خارج شویم و با تدوین سیاست‌های زیربنایی و اصولی، پایه‌های صادرات را پی‌ریزی نماییم تا هم در شرایط رکود فعلی کمک حال کشور باشد و هم پس از گذر از دوران رکود و بازگشت به دوران رونق زمینه ساز رشد مطلوب اقتصادی باشد.

اما این پیش شرط‌ها را می‌توان در دو بخش کلی دسته‌بندی کرد.

الف: آنچه مالکین بنگاه‌های تولیدی صادراتی باید انجام دهند:

۱- تولید کالای با کیفیت:

از مهم‌ترین ابزارهای حضور پایدار در بازارهای هدف صادراتی پایبندی به تولید کالای با کیفیت و حفظ و استمرار آن می‌باشد. توجه به این اصل می‌تواند در درازمدت منافع صادرکننده را حفظ کرده و باعث خوشنامی و ظهور یک برند موفق در بین مصرف‌کنندگان گردد.

۲- قیمت مناسب:

تلاش جهت کاهش قیمت تمام شده که نهایتاً منجر به کاهش قیمت‌های فروش می‌گردد می‌تواند در استقبال عمومی از کالاهای صادراتی نقش عمده‌ای ایفا نماید. افزایش بهره‌وری، کاهش ضایعات، استفاده از ماشین‌آلات مدرن و با سرعت‌های بالا و مدیریت منابع مالی و انسانی می‌تواند نقش موثری در کاهش قیمت تمام شده بازی نماید. مثال روشن این موضوع، تسخیر بازارهای داخلی ایران و اکثر کشورهای شبیه ایران توسط کالاهای ارزان قیمت چینی می‌باشد.

۳- پایبندی به تعهدات:

از ملزومات اساسی یک صادرکننده می‌باشد. تحویل به موقع کالا بر اساس قراردادهای فیما بین می‌تواند به خوشنامی صادرکننده و اطمینان خریدار از تأمین به موقع کالا کمک شایانی بنماید.

۴- بسته‌بندی مناسب:

در صورتیکه کالای صادر شده کالای نهایی می‌باشد، بسیار ضروری است که از بسته‌بندی مناسبی برخوردار باشد تا ضمن اینکه برای خریدار جذابیت داشته باشد در عین حال به صورت سالم نیز به مقصد برسد.

ب: آنچه دولت باید انجام دهد:

آنچه دولت در امر تسهیل صادرات باید انجام دهد را می‌توان در دو بخش داخلی و بین‌المللی تشریح نمود: البته پیش شرط تمامی این امور تلاش جهت لغو تحریم‌های غیر عادلانه از سیستم بانکی کشور و برقراری مجدد این روابط میباشد.

ب-۱- بخش داخلی

۱- ارائه تسهیلات مناسب و ارزان قیمت به صادرکنندگان در ازای قراردادهای صادراتی تا تولیدکنندگان بتوانند با استفاده از این امکانات نسبت به تولید کالای خود اقدام نمایند. ارائه تسهیلات صادراتی با نرخ حداقل پنجاه درصد نرخ عقود مشارکتی می‌تواند کمک شایانی به تولید کالاهای صادراتی بنماید. ضمن اینکه در قانون هدفمندی یارانه‌ها نیز پیش‌بینی شده تا بخشی از منابع حاصل از اجرای این قانون به امر توسعه صادرات تعلق گیرد.

۲- ارائه مشوق‌های صادراتی:

در شرایط رکود فعلی و نیاز عرضه تولیدات داخلی در بازارهای جهانی ارائه مشوق‌های صادراتی به صورت نقدی و یا غیرنقدی هدفمند می‌تواند بسیار کارگشا باشد.

بطور مثال می‌توان برای افرادی که ماشین‌آلات و مواد اولیه مورد نیاز خطوط تولیدی خود را با استفاده از ارز حاصل از صادرات وارد می‌کنند، تخفیفاتی در میزان حقوق ورودی در نظر گرفت. در این حالت است که ارز حاصل از صادرات غیرنفتی ارزش بیشتری خواهد گرفت و منافی را برای صاحبان آن در پی خواهد داشت که خود منجر به ایجاد انگیزه بیشتر برای انجام صادرات میباشد.

ب-۲- بخش بین‌المللی

۱- توسعه روابط تجاری با سایر کشورها در قالب عقد قراردادهای تجارت ترجیحی (Preferred Trade Agreement) و یا تجارت آزاد (Free Trade Agreement) همانند توافقی که اخیراً با کشور ترکیه انجام شده است و بسط آن به سایر کشورها و مخصوصاً کشورهای عضو CIS می‌تواند بسیار راه گشا باشد.

۲- عضویت در اتحادیه‌های تجاری منطقه‌ای و جهانی و مخصوصاً سازمان توسعه تجارت (WTO). هرچه این ارتباطات تجاری در قالب اتحادیه‌های منطقه‌ای و جهانی گسترده‌تر و عمیق‌تر باشد، علاوه بر منافع مادی برای کشور، امکان وضع تحریم‌ها را نیز بیشتر کاهش می‌دهد.

۳- جذب سرمایه‌گذاری خارجی که از اهم واجبات در امر رشد اقتصادی و رشد صادرات است و بنگاه‌های ما را به برندهای جهانی پیوند می‌دهد سرمایه‌گذار خارجی در کنار منابع مالی ارزی همچنین علم مدیریت، تکنولوژی، برند، ارزش افزوده و اشتغال را برای ما به ارمغان می‌آورد و واحدهای صنعتی ما را به تجارت جهانی پیوند می‌زند و در نهایت موجب رشد اقتصادی و رشد صادرات کشور می‌شود.

تخمین زده می‌شود که برای رسیدن به اهداف سند بیست ساله در افق ۱۴۰۴ نیازمند رشد اقتصادی سالیانه حداقل یازده درصد می‌باشیم و این جز با جذب سرمایه‌گذاری خارجی و ارتباط گسترده با بازارهای جهانی میسر نخواهد شد.

در این ارتباط دولت می‌باید زمینه و بستر حضور سرمایه‌گذاران خارجی به کشور را فراهم نماید و قوانین و مقررات مربوط به خروج سود و درآمد حاصل از فعالیت این قبیل سرمایه‌گذاران را شفاف و تسهیل نماید.

۴- هدف‌گذاری صادراتی:

علی‌رغم اینکه هدف‌گذاری کلی بخش صنعت در امر صادرات برای سال جاری اعلام شده است اما تاکنون اهداف صادراتی رشته‌های مختلف صنعتی اعلام نشده است تا بتوان فعالیتهای صادراتی هر بخش صنعتی را با

اهداف آن ارزیابی و مقایسه نمود و میزان موفقیت آن را بررسی نمود. به عنوان مثال مشخص نیست هدف صادراتی سال جاری در حوزه نساجی و پوشاک چه مقدار است، نسبت به سال قبل چقدر رشد را تجربه خواهد کرد و برای رسیدن به این هدف چه برنامه‌هایی در دست اجرا داریم.

وجود و اعلام برنامه‌ها و اهداف تولیدی و صادراتی در هر رشته صنعتی در ابتدای هر سال باعث می‌شود تا همگان با اهداف کلان آن حوزه آشنا شده و بتوانند فعالیتهای آن مجموعه را رصد نموده و با اهداف آن مقایسه نمایند و این امکان وجود داشته باشد تا در پایان دوره دلایل موفقیت و شکست برنامه ارزیابی شده و زمینه موفقیت‌های بیشتر در سال بعد فراهم گردد. ضمن اینکه امکان ارزیابی توانایی‌ها و قابلیت‌های مدیر و یا رئیس مربوطه نیز مهیا می‌گردد.

بحث در زمینه الزامات توسعه صادرات غیرنفتی بسیار است که به مجال دیگری نیاز می‌باشد.

