

بسم الله الرحمن الرحيم



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز
TABRIZ CHAMBER OF COMMERCE, INDUSTRIES, MINES & AGRICULTURE

اتاق تبریز

نشریه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز

ویژه نامه بیست و ششمین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی - آبان ۱۴۰۱

صاحب امتیاز :

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز

مدیر مسئول:

ابوالفتح ابراهیمی

سر دبیر:

رضا کامی

دبیر تحریریه:

ساسان نیک رفتار خیابانی

همکاران:

فائزه زنجانی، ساناز شهابی، حامد عاطفی فر، جعفر ساعی نیا،

علی ولی زاده فرد، امیر ملک زاده

نشانی:

تبریز، خیابان ارتش شمالی، شماره ۶۵، اتاق بازرگانی، صنایع،

معادن و کشاورزی تبریز

تلفن:

۰۳۵۲۶۴۱۱۱ (۰۴۱)

تلفن سفارش آگهی:

۰۳۵۲۶۴۱۱۳ - ۰۳۵۲۶۴۱۰۱ (۰۴۱)

وب سایت: www.tzccim.ir

تلگرام: @tzccim

اینستاگرام: @tzccim

توضیحات مجله:

نشریه اتاق تبریز از تمامی صاحبان اندیشه، و قلم در حوزه های مربوطه مقاله می پذیرد. از ارسال کنندگان مطالب درخواست می شود شرح کوتاهی از مشخصات فردی، سوابق علمی و تحصیلی، سوابق اجرایی، تالیفات و ترجمه های خود را به همراه عکس به نشانی ایمیل news@tzccim.ir ارسال کنند. آراء و نظرات چاپ شده در نشریه لزوما بیانگر دیدگاه نشریه اتاق تبریز نیست.

نشریه اتاق تبریز در ویرایش مطالب دریافتی آزاد است.

یادداشت استاندارد

تاثیر توسعه صادرات غیرنفتی در تحرک بخشی به تولید و جهش تولید

گفتگو با رئیس اتاق تبریز

نقشه ی راه مناسبی برای صادرات طراحی نشده است

یادداشت اتاق ایران

موانع پیش روی بخش خصوصی در مسیر توسعه ی صادرات غیرنفتی

پرونده: دیدگاه اتاق های سراسر کشور

رئیس اتاق اصفهان

رئیس اتاق مازندران

رئیس اتاق همدان

رئیس اتاق سمنان

رئیس اتاق کرمان

رئیس اتاق آبادان

رئیس اتاق هرمزگان

رئیس اتاق ارومیه

رئیس اتاق البرز

رئیس اتاق قم

موانع و مشکلات صادرکنندگان آذربایجان شرقی

گفتگو با اساتید اقتصاد

رونق صادرات در گرو رشد تولید

پارادوکس شعار تا عمل توسعه صادرات غیرنفتی

تحقق نهضت صادرات با علم باوری

پرونده: دیپلماسی اقتصادی

اهمیت نقش استان ها در صادرات کشور با تاکید بر جایگاه استان آذربایجان شرقی

اهمیت دیپلماسی اقتصادی در سیاست خارجی

دیپلماسی اقتصادی، افزایش اقتدار یک ملت

پرونده: صادرات

میزگرد بررسی مسائل حمل و نقل و توسعه پایانه ها و زیرساخت های تجارت خارجی

تقویت صادرات، ضرورتی حیاتی برای کشور

مقالات

راهکارهای افزایش صادرات غیرنفتی

قوانین موانع صادراتی در اقتصاد ایران

صادرات پسا کرونا در ایران و راهکارهای افزایش آن

شتاب دهنده های صادراتی

استلزامات و پیش نیازهای تحقق منافع ناشی از تجارت

تاریخچه بیماری هلندی در اقتصاد

نقش دانش بنیان شدن واحدهای تولیدی در توسعه صادرات غیرنفتی

دیدگاه

افزایش صادرات، هدف منطقه ی آزاد ارس

نمایشگاه های بین المللی، مهمترین ویتترین صادرات کالاهای ایرانی

۲۵ دوره همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی

۲

۳

۵

۱۱

۱۲

۱۳

۱۴

۱۶

۱۸

۱۹

۲۰

۲۲

۲۶

۲۸

۳۰

۳۵

۳۶

۳۸

۴۰

۴۲

۴۳

۴۸

۵۱

۵۴

۵۵

۶۶

۶۹

۷۰

۷۵

۷۷

۸۱

۸۵

۸۸

۹۱

۹۹

۱۰۰

۱۰۱

۱۰۲

عابدین خرم؛ استاندار آذربایجان شرقی:

تأثیر توسعه صادرات غیرنفتی در تحرک بخشی به تولید و جهش تولید



نقش اثرگذاری را در توسعه صادرات محصولات دانش‌بنیان داشته باشد. بر این اساس، به دنبال ایجاد هاب صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان در تبریز هستیم که می‌تواند استان‌ها و کشورهای همجوار را تحت پوشش قرار دهد.

در کنار این ظرفیت قابل توجه، سایر بخش‌های اقتصادی آذربایجان شرقی نیز دارای نقاط قوت فراوان بالقوه‌ای است که می‌تواند توان صادراتی استان و کشور را تا سطح قابل قبولی افزایش دهد. نفوذ فرهنگی و ارتباط تاریخی با ملت‌های منطقه و استفاده از این ظرفیت در دیپلماسی اقتصادی، موقعیت ممتاز جغرافیایی و قرار گرفتن در شاهراه ترانزیتی منطقه، توان بالایی ارائه خدمات فنی مهندسی، محوریت در تولید برخی محصولات راهبردی مانند پتروشیمی، قطعات خودرو، صنایع غذایی، فرآورده‌های معدنی، تولیدات کشاورزی و مصالح ساختمانی، وجود صنایع مادر و پایه به‌عنوان تأمین‌کننده مواد اولیه سایر صنایع، وجود نزدیک به ۵۰ شهرک و ناحیه صنعتی و برخورداری از ذخایر غنی معدنی و مهم‌تر از همه‌ی بهره‌مندی از نیروی انسانی متخصص و کارآزموده از مهم‌ترین پتانسیل‌های استان برای نقش‌آفرینی در توسعه صادرات غیرنفتی کشورمان است.

مدیریت ارشد آذربایجان شرقی با آگاهی از این ظرفیت‌ها و با درک این واقعیت که مسیر توسعه و پیشرفت همه‌جانبه‌ی استان، از مسیر توسعه‌ی تولید، سرمایه‌گذاری و صادرات می‌گذرد، عزم جدی خود را برای رفع موانع و تسهیل فعالیت سرمایه‌گذاران و بازرگانان جزم کرده است. از نیمه‌ی دوم سال گذشته حرکتی مبتنی بر مزیت‌های استان آغاز و سند جامع توسعه و پیشرفت استان با تکیه بر اسناد بالادستی، نگاه آینده‌پژوهانه و نقش‌آفرینی بخش خصوصی تدوین شده است. خروجی همه‌ی اقدامات این حوزه معطوف به دو هدف اصلی است؛ نخست اشتغال و دوم صادرات با هدف ارزآوری. مطمئناً با اهتمام جدی مسئولان و تلاش بخش خصوصی این هدف دور از دسترس نیست.

تحقق اهداف چشم‌انداز اقتصاد کشور که در اسناد بالادستی ترسیم شده، در گرو توجه به مولفه‌های پیش‌برنده‌ی اقتصادی است که یکی از مهم‌ترین این مولفه‌ها، توسعه‌ی صادرات غیرنفتی محسوب می‌شود. بررسی شاخص‌های اثرگذار بر اقتصاد کشور حاکی از ضرورت توجه بیشتر به این مولفه‌ی مهم و راهبردی است که تأثیر آن در تحرک بخشی به تولید و جهش تولید نیز قابل مشاهده است.

توسعه‌ی تجارت فرامرزی و صادرات غیرنفتی با محوریت بخش خصوصی نیازمند الزامات و سازوکارهایی است که مورد توجه دولتمردان و تصمیم‌گیران در نهادهای اقتصادی کشور قرار دارد. بازنگری در قوانین تجارت، هماهنگی سیاست‌های پولی و ارزی با سیاست‌های تجاری، حرکت به سمت تولید رقابتی در بازارهای داخلی و خارجی، بهبود فضای کسب‌وکار و محیط سرمایه‌گذاری، فراهم کردن بسترهای لجستیکی مانند بهبود وضعیت جاده‌ها و زیرساخت‌ها، رفع موانع گمرکی و مرزی و توسعه‌ی صنایع پایین‌دستی از مهم‌ترین این الزامات است.

یکی از حوزه‌های جدید و دارای ظرفیت‌های بالا برای توسعه‌ی صادرات غیرنفتی، حوزه‌ی محصولات و تولیدات دانش‌بنیان است. بر همین اساس، شناسایی شرکت‌ها و محصولات دانش‌بنیان دارای توان صادراتی از اولویت‌هایی است که در قانون جهش تولید دانش‌بنیان نگاه ویژه‌ای به آن شده است. مأموریت انجام این مهم بر عهده‌ی دستگاه‌های مسئول گذاشته شده است تا با هم‌افزایی و همکاری‌های مشترک، زمینه‌ی توسعه‌ی صادرات محصولاتتی که با دانش و تخصص بومی به تولید رسیده و ظرفیت صادرات و ورود به بازار جهانی را دارند، فراهم شود.

دولت سیزدهم در کنار تسهیل فعالیت کسب‌وکارهای فناورانه در داخل کشور، به دنبال ارتقای توان و ظرفیت صادراتی این محصولات و خدمات باکیفیت نیز هست. استان آذربایجان شرقی در این حوزه دارای توانمندی‌ها و ظرفیت‌هایی است که می‌تواند

از نیمه‌ی دوم سال گذشته حرکتی مبتنی بر مزیت‌های استان آغاز و سند جامع توسعه و پیشرفت استان با تکیه بر اسناد بالادستی، نگاه آینده‌پژوهانه و نقش‌آفرینی بخش خصوصی تدوین شده است. خروجی همه‌ی اقدامات این حوزه معطوف به دو هدف اصلی است؛ نخست اشتغال و دوم صادرات با هدف ارزآوری.

رئیس اتاق تبریز:

نقشه‌ی راه مناسبی برای صادرات طراحی نشده است



یونس ژائله، رئیس اتاق بازرگانی تبریز پاسخگوی سوالات ویژه‌نامه اتاق تبریز با محوریت «نقشه‌ی راه توسعه‌ی صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی با ربع قرن تجربه» بود. وی در این گفتگو معتقد بود تاکنون نقشه‌ی راه مناسبی برای صادرات طراحی نشده است و اینکه از علم بازاریابی و بازاریابی برخوردار نیستیم و همیشه صرفاً آنچه را که تولید کرده‌ایم به بازار عرضه می‌کنیم و هرگز به دنبال آن چیزی نیستیم که بازار می‌خواهد. به عبارت دیگر ما به جای اینکه از طریق بازاریابی به سمت محصول حرکت کنیم، از سمت محصول به طرف بازار پیش می‌رویم. وی در این گفتگو به ضعف محتوای آموزشی دانشگاه‌ها، اهمیت لجستیک و حمل و نقل بین‌المللی و تلاش برای رفع مشکل سرمایه در گردش و نقدینگی تولید و صادرکنندگان تاکید کرد. در ادامه، این گفتگو را می‌خوانید.

رئیس اتاق تبریز ادامه داد: ما نسبت به وضعیت فعلی، رضایت کامل نداریم و معتقد هستیم جای رشد وجود دارد و با توجه به ظرفیت‌های موجود می‌توان رو به جلو حرکت کرد. لذا برگزاری این همایش اهمیت زیادی دارد و تمامی اتاق‌های بازرگانی باید حضوری فعال در آن داشته باشند و ما نیز از دیدگاه و نظرات آن‌ها استفاده کنیم. چه بسا در این همایش، راهکارهای مناسبی برای رفع مشکلات موجود ارائه شود.

ژائله در مورد بزرگترین موانع موجود بر سر راه توسعه‌ی صادرات غیرنفتی، نیز بیان کرد: ما تاکنون نقشه‌ی راه مناسبی برای صادرات طراحی نکرده‌ایم و همیشه صرفاً آنچه را که تولید کرده‌ایم به بازار عرضه می‌کنیم و هرگز به دنبال آن چیزی نیستیم که بازار می‌خواهد. به عبارت دیگر ما به جای اینکه از طریق بازاریابی به سمت محصول حرکت کنیم، از سمت محصول به طرف بازار پیش می‌رویم.

وی تشریح کرد: به عنوان مثال به جای اینکه ابتدا به

ژائله در پاسخ به این سوال که به نظر شما برگزاری ۲۵ دوره همایش ملی توسعه‌ی صادرات غیرنفتی موفقیت‌آمیز بوده است یا نه؛ گفت: اینکه بگوییم از این همایش‌ها، نتیجه‌ای کسب نکرده‌ایم، درست نیست و قطعاً یک سری موفقیت‌هایی به دست آورده‌ایم. اگر اولین همایش توسعه‌ی صادرات غیرنفتی را با آخرین دوره‌ی همایش مقایسه کنیم، متوجه می‌شویم که در چه جایگاهی قرار داشتیم و اکنون در کجا هستیم. بهتر است اینطور بگوییم که ایراداتی داریم و می‌توان بهتر از وضعیت فعلی نیز باشیم.

وی تشریح کرد: هدف از این همایش بررسی نقاط ضعف در طول سال‌های گذشته و تلاش برای رفع این نقاط ضعف است. هدف ما تخریب نیست بلکه می‌خواهیم با برگزاری این همایش‌ها و به چالش کشیدن مسئولان، به نقطه‌ی مطلوب رسیده و بتوانیم مشکلات موجود در حوزه‌ی اقتصاد و صادرات را برای سال آینده حل کنیم.

هدف از این همایش بررسی نقاط ضعف در طول سال‌های گذشته و تلاش برای رفع این نقاط ضعف است. هدف ما تخریب نیست بلکه می‌خواهیم با برگزاری این همایش‌ها و به چالش کشیدن مسئولان، به نقطه‌ی مطلوب رسیده و بتوانیم مشکلات موجود در حوزه‌ی اقتصاد و صادرات را برای سال آینده حل کنیم.

بازار کشوری مانند روسیه رفته و از نوع محصول، کیفیت و بسته‌بندی کشور مقصد مطلع شویم، ابتدا محصول را تولید می‌کنیم که روش درستی نیست. بنابراین باید براساس اهداف بازار، زنجیره‌های تأمین محصول را ایجاد کنیم که تاکنون در این موضوع کوتاهی کرده‌ایم. در این میان بازاریابی و بازار سنتی درست مغفول مانده است و حلقه‌ی گمشده‌ی مهمی در صادرات غیرنفتی ما است.

وی اضافه کرد: این مشکلات به دلیل عدم پرورش نیروهای متخصص صادرات و تجارت در دانشگاه‌ها است. درواقع باید افراد متخصص صادرات و مسلط به زبان و دانش تجارت تربیت شده و هرکدام مارکت‌شناس یک کشور باشد، چراکه رقبا هرروز محصولاتی با کیفیت بالا و با بسته‌بندی‌های بهتر و قیمت مناسب‌تر عرضه کرده و سهم تجارت خود را بالا می‌برند. ما تا زمانی که نیروی انسانی متخصص در بازارهای جهانی نداشته باشیم، نمی‌توانیم هیچ شناختی از بازار داشته و دیپلماسی اقتصادی را برقرار کنیم.

رئیس اتاق تبریز، دیپلماسی اقتصادی را یکی از ابزارهای مهم در توسعه صادرات غیرنفتی دانست و تاکید کرد: دیپلماسی اقتصادی به وسیله‌ی افراد حرفه‌ای و متخصص برقرار می‌شود و اتاق‌های بازرگانی باید به عنوان مرکز توسعه تجارت با برقراری ارتباط با دانشگاه و برگزاری دوره‌های آموزشی مربوطه - که در این بُعد از ظرفیت اتاق‌های بازرگانی غفلت شده است - از سوی دولت تقویت شود. ما نمی‌گوییم که در شرایط فعلی تحریم‌ها، می‌توانیم در تمامی بازارهای دنیا حضور داشته باشیم؛ اما تحریم‌ها تنها بخشی از اقتصاد ما را با مشکل مواجه کرده و بخش اعظمی از مشکلات به دلیل مسائل کلان دولت‌ها و خودتحریمی به وجود آمده است و باید به جای حمله به این دولت و آن دولت، به فکر بهبود وضعیت فعلی باشیم.

وی خاطرنشان کرد: یکی از خواسته‌های ما فعال کردن اتاق بازرگانی در بخش بین‌المللی است که در این راستا و در جهت انتقال لجستیکی کالاهای ایرانی به مقاصد بازارهای مصرفی حتما باید زمینه‌های لازم در جهت کمک به ایجاد و تقویت خطوط تجاری از جمله خطوط کشتیرانی، زمینی و هوایی فراهم شود.

موضوع بعدی بحث ایجاد زنجیره‌های لجستیکی با شرکت‌های بین‌المللی است. دولت باید از خود محور بودن به سمت شرکت‌محور بودن و ایجاد شرکت‌های قابل اعتماد برای ورود به بازارهای جهانی حرکت کند. باید سهم بخش خصوصی و بانک‌ها در هدف‌گذاری صادرات ۷۵ میلیارد دلاری در سال ۱۴۰۲ مشخص شده و سرمایه‌ی در گردش کالا برای ورود به بازار در اختیار واحدهای تولیدی قرار داده شود. به عبارتی باید از عدد و رقم رژیایی خارج شویم در غیر این صورت این عدد ۷۵ میلیارد دلار صرفاً در روی کاغذ باقی خواهد ماند. باید

ما تاکنون نقشه‌ی راه مناسبی برای صادرات طراحی نکرده‌ایم و همیشه صرفاً آنچه را که تولید کرده‌ایم به بازار عرضه می‌کنیم و هرگز به دنبال آن چیزی نیستیم که بازار می‌خواهد.

تسهیلات ارزان قیمت را به متولّی هر بخش از صادرات داده و میزان تحقق صادرات را مطالبه کنیم و اگر یک شرکت یا واحد تولیدی دچار مشکل شد، با کمک به آن اجازه ندهیم دچار چالش شود چراکه تولیدکنندگان سربازان خط مقدم اقتصاد هستند.

ژائله تصریح کرد: ما باید نظم جدیدی در بخش صادرات ایجاد کنیم و توجه داشته باشیم که روش‌های قبلی پاسخگو نیست. بنابراین تأمین مالی، تأمین لجستیک، بازاریابی و تأمین نیروی انسانی به عنوان سرفصل‌های اصلی در نظر گرفته شود و به دانشگاه‌ها بگوییم که آموزش و تربیت افراد با رویه‌ی فعلی نه تنها به درد ما نمی‌خورد حتی برای ما مشکل‌ساز نیز است. ما برای اینکه جایگاه ایران را در نظم نوین جهانی حفظ کنیم، باید در بازارهای جهانی حاضر باشیم و اینطور نیست که خریداران به سراغ ما آمده و کالای ما را بخرند بلکه ما باید در بازار حضور داشته باشیم.

رئیس اتاق تبریز در مورد فرصت‌ها و تهدیدهای تبریز و آذربایجان شرقی برای توسعه صادرات غیرنفتی گفت: تبریز و آذربایجان ظرفیت‌های زیادی دارند که یکی از این ظرفیت‌ها، تجار و بازرگانان تبریز بوده و امنیت سرمایه‌گذاری نیز بسیار مهم است و نباید اجازه دهیم فضای اقتصاد استان ناامن باشد. تجار این استان از ۱۵۰ سال پیش، پیشرو در امر تجارت بودند و نخستین اتاق تجارت ایران در تبریز شکل گرفته و در صورت بهاء دادن به بخش خصوصی بدون شک، تبریز و آذربایجان می‌توانند همچون گذشته نقش مهم خود را در صادرات غیرنفتی بازی کنند.

وی در پاسخ به این سوال که کریدور شمال به جنوب تا چه اندازه می‌تواند به رونق حمل و نقل و تجارت کمک کند، یادآور شد: ما باید روابط خود را با کشورهای همجوار بخصوص جمهوری آذربایجان توسعه دهیم و هر دو طرف باید از انجام رفتار تحریک‌آمیز خودداری کنند و سعی کنیم روند رو به رشد روابط تجاری بین دو کشور را ادامه دهیم و به صورت کلان به موضوع نگاه کنیم و وارد جزئیات نشویم. در صورت رونق گرفتن کریدور شمال-جنوب بدون شک در گام اول تجار و مردم استان و کشور از عواید آن برخوردار خواهند شد. رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز در پایان در پاسخ به این سوال که جایگاه اتاق تبریز در میزهای تجاری ایران و سایر کشورها را چگونه ارزیابی می‌کنید، گفت: ما باید میزان تأثیرگذاری خود را در عمل نشان دهیم. میزها اکثراً یک موضوع تشریفاتی بوده و تأثیر آنچنانی در تجارت ندارند و تجار ما به کار خود ادامه می‌دهند. دولت‌ها باید بگویند چه خدماتی به میزها داده و از آن‌ها چه حمایتی کرده‌اند. ما حساسیتی به این موضوع نداریم که میز ایران و ترکیه یا میز ایران و آذربایجان در دست چه کسی است. ما تبریز هستیم و با قدرت به کار خود ادامه می‌دهیم.



در یادداشتی از سوی اتاق ایران بررسی شد؛ موانع پیش روی بخش خصوصی در مسیر توسعه صادرات غیرنفتی

الف. مسائل کوتاه مدت و میان مدت:

مشکل ۱: رفع تعهد ارزی

بخش بزرگی از درآمدهای ارزی کشور از ناحیهی نفت، مواد پتروشیمی و مواد معدنی حاصل می شود، به طور مشخص در سال ۲۰۲۰ بیش از ۸/۱۷ میلیارد دلار از صادرات ۸/۱۰ میلیارد دلاری ایران را بخش های نفتی، فرآورده های نفتی و بخش های معدنی تشکیل داده اند و در عمل سایر صادرات غیرنفتی غیر منبع محور تأثیر چندانی در بازار ارز کشور ندارد، با این وجود این بخش به واسطه ی ایجاد اشتغال و توسعه ی دانش بنیان نقش کلیدی در اقتصاد کشور ایفا می کند. این مسئله از آن حیث حائز اهمیت است که قوانین موجود مربوط به بازگشت ارز بیشترین صدمه را به این بخش غیرنفتی غیر منبع محور وارد کرده است بدون آنکه دستاورد چندانی در مدیریت متمرکز بازار ارز در کشور داشته باشد.

پیشنهادهای:

الف) تفکیک قائل شدن میان صادرات غیرنفتی منبع محور و غیر منبع محور از منظر رفع تعهد ارزی در دستور کار بانک مرکزی و دولت قرار گرفته شود و در میان مدت به کلی صادرات غیرنفتی غیر منبع محور از مقررات مربوط به

معاونت کمیسیون ها، مجامع و شوراهای اتاق ایران، یادداشتی را با موضوع افزایش صادرات غیرنفتی در اختیار ویژه نامه اتاق تبریز با محوریت «نقشه راه توسعه ی صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی با ربع قرن تجربه» قرار داده است که آن را در ادامه می خوانید.

صادرات نه تنها یکی از مهم ترین کانال های کسب درآمد و توسعه ی اقتصادی کشورها به شمار می رود، بلکه از زاویه ی نقش آفرینی در زنجیره های ارزش جهانی، نقشی کلیدی در امنیت اقتصادی و سیاسی کشور ایفا می کند. صادرات در ذات خود یک فعالیت اقتصادی است، به این معنا که فعالان اقتصادی بخش خصوصی با توجه به میزان سوددهی و ریسک موجود نسبت به سرمایه گذاری و توسعه ی فعالیت های صادراتی تصمیم گیری می کنند، لذا برای توسعه ی صادرات غیر نفتی کشور باید موانع برطرف شده و هزینه های تحمیلی به فعالان اقتصادی کاهش یابد.

در ادامه برخی از مهمترین موانع پیش روی بخش خصوصی در مسیر توسعه ی صادرات و همچنین راهکارهای عملی پیشنهادی برای کاهش اثرات مخرب این موانع را به تفکیک مسائل کوتاه مدت و مسائل ساختاری بررسی شده است.



پیمان‌سپاری ارزی معاف شوند.

ب (فرصت زمانی مقرر برای بازگشت ارز حاصل از صادرات به ۸ تا ۱۲ ماه افزایش پیدا کند.

ج (رتبه‌بندی کارت‌های بازرگانی، به گونه‌ای که برای بازرگانان خوش حساب تشویق و برای آنها مزیت‌هایی در نظر گرفته شود، از جمله مهلت بیشتر برای رفع تعهد ارزی.

د (تشکیل شورای حل اختلاف ارزی با عضویت نمایندگان بانک مرکزی، سازمان توسعه تجارت، اتاق ایران، گمرک ایران و سازمان امور مالیاتی به منظور مدیریت صحیح بازگشت ارز صادراتی.

مشکل ۲: تحریم‌های بین‌المللی و محدودیت‌های ناشی از فقدان ارتباطات بانکی بین‌المللی

تحریم‌های بین‌المللی و محدودیت‌های ایجاد شده در حوزه روابط بانکی با نظام بانکی بین‌الملل در عمل هزینه‌های اضافی و غیر ضروری برای بازگشت ارز به صادرکنندگان تحمیل کرده که این مسئله حاشیه سود فعالیت‌های صادراتی را کاهش داده است.

پیشنهادهای:

الف (ارائه فهرست دقیقی از صرافی‌های معتمد بانک مرکزی جهت تسویه ارز صادراتی و رفع تعهد ارزی در کشورهای افغانستان، عراق و حوزه اوراسیا جهت کاهش هزینه‌های مبادله برای صادرکنندگان.

ج (فعال‌سازی صرافی‌های مورد اعتماد بانک مرکزی در گذرگاه‌های زمینی مرزی کشور برای تسهیل نقل و انتقال پول در شرایط تحریمی و کاهش هزینه‌های بخش خصوصی برای بازگرداندن ارز صادراتی.

د (فراهم کردن زیرساخت‌های لازم برای بهره‌گیری از فناوری‌های نوین جهت انجام پرداخت‌های خارجی همچون رمزارزها و تسهیل مبادلات پولی خارج از سیستم بانکی مانند صرافی‌های مورد اعتماد بانک مرکزی و آموزش نحوه استفاده از آنها به فعالان اقتصادی توسط بانک مرکزی.

ه (ارائه فهرست دقیقی از صرافی‌های معتمد بانک مرکزی جهت تسویه ارز صادراتی و رفع تعهد ارزی در کشورهای عراق و افغانستان و CIS

و (رایزنی با کشورهای مختلف برای استفاده از ابزارهای پیام‌رسان جایگزین سوئیفت (همچون پیام‌رسان سپام) با کشورهای هدف تجاری (با اولویت پاکستان).

ز (صندوق ضمانت صادرات ایران مکلف شود ضمانت‌نامه‌های اعتبار بانکی مورد نیاز صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی را حداکثر ظرف یک ماه از تاریخ درخواست صادر کند.

مشکل ۳: کمبود و مستهلک شدن تجهیزات حمل و نقل

این مسئله نه تنها موجب شده است که هزینه حمل و نقل و جابه جایی محصولات صادراتی افزایش پیدا کند،

بلکه به دلیل استهلاک تجهیزات، بعضاً منجر به از بین رفتن و کاهش کیفیت کالاهای صادراتی و در نتیجه تحمیل هزینه‌های اضافی به صادرکنندگان می‌شود.

پیشنهادهای:

الف (رفع ممنوعیت و انحصار در واردات کانتینرهای یخچال‌دار که سهم اساسی در هزینه‌های جابه جایی صادرات محصولات کشاورزی دارند.

ب (سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های حمل و نقل دریایی در دریای خزر با تمرکز بر قایق‌های رو-رو، تا از این طریق فارغ از مشکلات مرزهای زمینی به صورت مستقیم با روسیه و قزاقستان ارتباط تجاری دریایی ایجاد شود.

ج (رفع ممنوعیت واردات کامیون و تسهیل مقررات برای واردات کامیون‌های حتی دست دوم اما قابل استفاده

مشکل ۴: مدیریت نامناسب گذرگاه‌های مرزی

با توجه به تحریم‌های بین‌المللی و همین‌طور عزم دولت سیزدهم برای در اولویت قرار دادن توسعه تجارت با همسایگان، موضوع مدیریت گذرگاه‌های مرزی بیش از پیش اهمیت پیدا کرده است. در حال حاضر، عدم مدیریت یکپارچه در پایانه‌های مرزی، تعدد متولیان و کنترل‌های موازی منجر به ناهماهنگی بین سازمان‌های مستقر در پایانه‌های مرزی و ناکارآمدی قابل توجهی شده است.

پیشنهادهای:

الف (مدیریت واحد گذرگاه‌های مرزی توسط معاون اول دولت قبل به وزارت راه و شهرسازی محول شده است لیکن متأسفانه هنوز عملیاتی نشده و منازعاتی در دستگاه‌ها وجود



تحریم‌های بین‌المللی و محدودیت‌های ایجاد شده در حوزه روابط بانکی با نظام بانکی بین‌الملل در عمل هزینه‌های اضافی و غیر ضروری برای بازگشت ارز به صادرکنندگان تحمیل کرده که این مسئله حاشیه سود فعالیت‌های صادراتی را کاهش داده است.

مشکل ۵: نظام فعلی مقررات مربوط به صادرکنندگان بسیار پیچیده، غیرشفاف و دارای تبصره‌های متعددی است

این مسئله نه تنها کارآمدی این قوانین را مختل ساخته است بلکه زمینه‌سازی بروز فساد و اعمال نظر شخصی در استفاده از این قوانین را بوجود آورده است. تا جایی که در دیدار اسفندماه ۱۴۰۰ مقام معظم رهبری با فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان نیز مسئله‌ی حل تورم قوانین و صدور خلق الساعه بخشنامه‌ها در حوزه‌ی بازرگانی و تجارت خارجی مورد تأکید ایشان قرار گرفت.

پیشنهادهای:

الف) بازبینی در این قوانین و انجام اصلاحات معطوف به ساده‌سازی قوانین و کاهش تبصره‌ها و استثنائات می‌تواند نقش مهمی در بهبود فضای کسب و کار، کاهش فساد و مانع‌زدایی بر سر راه تولید و تجارت کشور داشته باشد.

ب) پرهیز از صدور بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های مکرر و خلق الساعه و غیرکارشناسی از طریق رایزنی‌ها و همکاری‌های دستگاه‌های دولتی با بخش خصوصی. به صورت مشخص پیشنهاد می‌شود ابلاغ تمامی قوانین و دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌های مرتبط با بحث صادرات منوط به کسب نظر مکتوب و رسمی اتاق ایران به عنوان نماینده‌ی بخش خصوصی شوند.

ج) قبل از هرگونه تصمیم‌گیری در خصوص ممنوعیت‌های صادراتی و وارداتی، مهلت سه ماهه برای تجار در نظر گرفته شود.

مشکل ۶: ناکارآمدی نظام فعلی برای تعیین رایزنان بازرگانی کشور

طی سال‌های اخیر، سازمان توسعه تجارت سعی کرده است در پاسخ به تقاضای بخش خصوصی و در راستای ماهیت خود، از طریق اعزام رایزنان بازرگانی مستقر در سفارت‌های جمهوری اسلامی نسبت به بازاریابی و تقویت روابط و تعاملات خارجی، بازرگانان ایران اقدام کند. متأسفانه آمارهای صادراتی و تجربیات عملی بازرگانان گویای آن است که به رغم تلاش‌های صورت گرفته، این رایزنان نتوانسته‌اند دستاوردهای مورد انتظار را محقق سازند. به نظر می‌رسد که جو سیاسی و امنیتی حاکم بر سفارتخانه‌ها باعث به حاشیه رفتن رسالت اصلی این بازرگانان شده است.

پیشنهادهای:

الف) بازبینی و اصلاح روند موجود در فرآیند انتخاب و نظارت بر عملکرد رایزنان بازرگانی با محوریت مشارکت اتاق ایران به نمایندگی از فعالان بخش خصوصی.

ب) اتاق ایران با همکاری سازمان توسعه تجارت و اتاق‌های مشترک اقدام به تاسیس دفاتر تجاری و دفاتر خدمات مشاوره‌ای در کشورهای که بیشترین ظرفیت را برای تأمین نیازهای اقتصاد کشور و همچنین بیشترین قابلیت را برای صدور کالاهای ایران دارند، کند. با توجه به محدودیت‌های بودجه‌ای موجود و این واقعیت که ایران شرکای تجاری محدودی دارد، می‌توان برای



دارد. اتاق پیشنهاد می‌کند که هرچه زودتر انتخاب یک سازمان دولتی به عنوان مدیریت واحد در گذرگاه‌های مرزی در دستور کار دولت قرار بگیرد تا از این طریق مشکلات موجود از قبیل ضعف‌های لجستیکی و رویه‌های زمان‌بر و هزینه‌بر در گذرگاه‌های مرزی هرچه سریعتر حل شوند.

ب) برای تکمیل مدیریت واحد مرزی ضروری است، کاستی‌های سامانه‌ی پنجره‌ی واحد تجارت اصلاح شود و فرآیند تجارت خارجی با هدف کاهش زمان انجام تشریفات گمرکی به صورت کامل الکترونیکی شود. به طور خاص، گمرک ج.ا.ایران مکلف شود زیرساخت‌های مورد نیاز برای اجرا و استقرار پنجره‌ی واحد در فعالیت‌های گمرکی را طی یک دوره‌ی زمانی شش ماهه فراهم کند.

ج) تجهیز گمرکات مرزی برای رفع صف‌های طولانی کامیون‌ها در مرز و توقف زمان‌بر آنها برای مبارزه با پدیده‌ی صف‌فروشی (افزایش پرسنل، افزایش تجهیزات گمرکی چون باسکول و دستگاه X Ray، افزایش ساعات کاری به صورت شبانه‌روزی و بدون تعطیلی و امکان اینترنتی کردن برخی خدمات)

د) اتصال الکترونیکی بین ادارات گمرک کشورهای همسایه از قبیل عراق، آذربایجان، افغانستان و ترکیه برای تسریع در عبور و مرور مرزی در دستور کار وزارت صمت، وزارت امور خارجه و گمرک ج.ا.ایران قرار گرفته شود.

ه) تقویت «کارگروه ملی دیپلماسی حمل و نقل و ترانزیت» در معاونت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه برای اجرایی کردن کامل کریدور شمال - جنوب و کریدور خلیج فارس - دریای سیاه.



اتاق پیشنهاد می‌کند که هرچه زودتر انتخاب یک سازمان دولتی به عنوان مدیریت واحد در گذرگاه‌های مرزی در دستور کار دولت قرار بگیرد تا از این طریق مشکلات موجود از قبیل ضعف‌های لجستیکی و رویه‌های زمان‌بر و هزینه‌بر در گذرگاه‌های مرزی هرچه سریعتر حل شوند.



شروع در شهرهایی چون دبی (امارات)، کابل (افغانستان)، باتومی (گرجستان)، بغداد (عراق)، اربیل (عراق)، استانبول (ترکیه)، دهلی نو (هند)، دوشنبه (تاجیکستان)، نورسلطان (قزاقستان)، شانگهای (چین)، شنزن (چین) اقدام به تاسیس این دفاتر کرد.

مشکل ۷: ناکارآمدی مدیریت نمایشگاه ها و پايون های تجاری و اقتصادی در سطح منطقه و بين المللی

تجربیات یک دهه‌ی گذشته‌ی کشور درباره‌ی حضور در نمایشگاه‌های بزرگ جهانی همچون اکسپوی دبی را نمی‌توان موفقیت‌آمیز ارزیابی کرد. حتی از نمایشگاه‌های ملی و منطقه‌ای در کشورهای همسایه نیز نتوانسته‌ایم به صورت بایسته بهره‌مند شویم. این ناکارآمدی به روشنی بازنگری در رویه‌ها و سازماندهی موجود در این زمینه را اجتناب‌ناپذیر می‌کند.

پیشنهاد:

برگزاری نمایشگاه‌ها و پايون های تجاری و اقتصادی در کشورهای هدف تجاری با نظارت وزارت صمت بر عهده‌ی بخش خصوصی و به طور مشخص اتاق ایران گذاشته شود.

مشکل ۸: برگزاری ناکارآمد مراسم صادرکننده‌ی نمونه کشور

در حال حاضر مراسم صادرکننده‌ی نمونه کشور توسط وزارت صمت و تنها با تمرکز بر ارزش دلاری صادرات و بدون در نظر گرفتن میزان رقابت‌پذیری و دانش بنیان بودن صادرات مورد بررسی قرار می‌گیرد. این نگاه کمی به صادرات موجب شده است که این جایزه اثرگذاری محدودی برای تشویق و ترغیب صادرکنندگان به سمت فعالیت‌های دانش بنیان و صنعتی داشته باشد.

پیشنهاد:

برگزاری مراسم صادرکننده‌ی نمونه کشور با نظارت صمت به اتاق ایران محول شود.

مشکل ۹: برگشت خوردن کالاهای صادراتی به دلیل عدم رعایت استانداردهای بازار هدف

به دلیل عدم آگاهی فعالان بخش خصوصی از استانداردهای بازارهای هدف، بعضاً صادرکنندگان با مشکلات جدی در مراحل پایانی صدور کالای خود مواجه می‌شوند که این مسئله هم ضرر و زیان مالی قابل توجهی متوجه صادرکنندگان می‌کند و هم باعث خدشه وارد شدن به اعتبار فرد و برند ایرانی کالا و در نهایت از دست رفتن بازار صادرکنندگان خواهد شد.

پیشنهاد:

الف) پیشنهاد می‌شود سازمان ملی استاندارد مکلف شود با همکاری اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران و سازمان توسعه تجارت، سازوکار مناسب جهت اطلاع‌رسانی و معرفی استانداردهای بازارهای هدف به تجار بخش خصوصی

طراحی و به صورت منظم اعلام نماید.

ب) اتاق ایران با همکاری سازمان توسعه تجارت و وزارت امور خارجه نسبت به برگزاری دوره‌های آموزشی برای افزایش آگاهی و شناخت صادرکنندگان نسبت به بازار کشورهای هدف به صورت موردی اقدام کرده و محتوای تولید شده را به صورت مستمر بروزرسانی و در اختیار عموم قرار دهد.

مشکل ۱۰: حذف معافیت مالیاتی واردات ماشین‌آلات خط تولید

سالها تحریم و افزایش مستمر قیمت ارز موجب شده است که توان تولیدکنندگان برای بروزرسانی فناوری خط تولید کاهش پیدا کند و در قانون جهش تولید دانش بنیان به رغم اعلام مخالفت اتاق، معافیت مالیاتی واردات ماشین‌آلات خط تولید با چنین اقدامی منجر به افزایش شکاف فناوری میان محصولات تولید داخل و استانداردهای جهانی خواهد شد.

پیشنهاد:

الف) دولت مکلف شود تعرفه‌ی حقوق ورودی ماشین‌آلات مورد نیاز تولید را به گونه‌ای تغییر دهد که نرخ مؤثر تعرفه‌ی قبل و بعد از اجرای این حکم بدون تغییر باقی بماند.

ب) همچنین، دولت مکلف شود نرخ مؤثر تعرفه‌ی قبل و بعد از اجرای این حکم را با در نظر گرفتن نوسانات نرخ ارز در فواصل زمانی ۳ ماهه بازنگری کند و گمرک جمهوری اسلامی ایران نیز موظف شود بر اساس دستورالعملی که به تصویب وزیر امور اقتصادی و دارایی می‌رسد به گونه‌ای عمل کند که پرداخت وجوه حقوق و عوارض گمرکی مربوط به واردات کالاهای سرمایه‌ای بخش تولید حسب درخواست متقاضی، به صورت اعتباری قابل انجام باشد.

تجربیات یک دهه‌ی گذشته‌ی کشور درباره‌ی حضور در نمایشگاه‌های بزرگ جهانی همچون اکسپوی دبی را نمی‌توان موفقیت‌آمیز ارزیابی کرد. حتی از نمایشگاه‌های ملی و منطقه‌ای در کشورهای همسایه نیز نتوانسته‌ایم به صورت بایسته بهره‌مند شویم. این ناکارآمدی به روشنی بازنگری در رویه‌ها و سازماندهی موجود در این زمینه را اجتناب‌ناپذیر می‌کند.



ب. مسائل ساختاری:

مشکل ۱. قرار گرفتن کشور در لیست سیاه: FATF

چنانچه همه‌ی تحریم‌ها نیز برداشته شوند لیکن مشکل FATF حل نشود، باز هم در فعالیت‌های بانکی با بانک‌های دنیا روند عادی وجود نخواهد داشت. مضافاً اینکه قرار گرفتن در لیست سیاه، موجبات افزایش ریسک کشور و عدم ورود سرمایه‌گذاری خارجی به کشور خواهد شد. حتی، در شرایط وجود تحریم‌ها نیز در عمل، نپیوستن به FATF مانع مهمی برای توسعه‌ی روابط اقتصادی کشور با شرکای سیاسی از قبیل چین و روسیه بشمار می‌رود لذا منوط کردن بحث FATF به حل مشکل تحریم‌ها و بازگشت طرفین به برجام، نیز به نوعی خودتحریمی مضاعف به شمار می‌رود.

پیشنهادها:

الف) بانک مرکزی برنامه‌ی مشخصی برای اصلاحات بانکی در کشور با هدف ارتقای کارایی و شفافیت در نظام بانکی و رعایت استانداردهای بین‌المللی تهیه و اجرا کند. ب) مذاکره با FATF مشابه موقعیت سال ۱۳۹۴ و رفع تدریجی موانع پیوستن به FATF

مشکل ۲: بی‌ثباتی محیط کلان اقتصادی و اثرات مخرب آن بر تولید داخلی

نوسانات نرخ ارز و استفاده از رویکردهای مبتنی بر شوک درمانی، نااطمینانی را بر فضای کلان اقتصادی کشور حاکم نموده است. این مسئله امنیت سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تولید را زیر سوال برده و مشکل جدی تامین سرمایه برای

فعالیت‌های مولد ایجاد نموده است. شایسته‌ی ذکر است که به دو دلیل نوسانات نرخ ارز در ثبات محیط کلان اقتصاد کشور از جایگاه حساسی برخوردار است: اول آنکه ساختار تولیدات داخلی کشور از منظر تامین مواد اولیه و فناوری تولید، وابستگی بالایی به خارج از کشور دارد و به اصطلاح از ضریب مونتاژکاری بالایی برخوردار است. بنابراین با افزایش نرخ ارز نه تنها قیمت کالاهای وارداتی مصرفی افزایش پیدا می‌کند، بلکه قیمت کالاهای تولید داخلی نیز افزایش پیدا می‌کند که این امر منجر به افزایش سطح عمومی قیمت‌ها، کاهش تقاضای موثر در بازار، کاهش قدرت رقابت‌پذیری صادرکنندگان و افزایش هزینه‌های حقیقی دولت به عنوان بزرگترین مصرف‌کننده می‌شود و از این زاویه به کسری بودجه نیز دامن می‌زند. دومین دلیل نیز بار روانی قیمت ارز در اقتصاد ایران است که به دلیل تجربه‌ی تاریخی و تقویت انتظارات تورمی، از طریق تقویت فعالیت‌های سوداگران و دلالی، اثرات تورمی را تشدید می‌کند. متأسفانه طی یک دهه‌ی گذشته اثرات مخرب بی‌ثباتی در بازار نرخ ارز در عمل ثابت شده است و هیچ شک و شبهه‌ای برای اختلاف نظرهای علمی و تئوریک باقی نگذاشته است. لذا تقاضای بخش خصوصی از دولت این است که یادگیری سازمانی از این تجربیات تلخ را که هزینه‌ی سنگین به کشور وارد کرده است، در صدر برنامه‌های اصلاحی خود در دولت جدید قرار دهد.

پیشنهادهای:

الف) از هرگونه راهبردهای مبتنی بر شوک‌درمانی و دستکاری یکباره در قیمت‌های کلیدی اجتناب شود. ب) با تغییر نحوه‌ی استفاده از منابع حاصل از صادرات نفت و گاز در بودجه، زمینه‌ی اصلاح ساختاری رابطه‌ی بانک مرکزی با دولت فراهم شود تا تعیین نرخ ارز با قاعده‌ی مشخصی و با هدف تقویت قدرت رقابت‌پذیری ملی در بازار انجام شود.

مشکل ۳: نادیده گرفتن اهمیت و جایگاه تجارت خارجی در نظام تصمیم‌گیری کلان کشور

اهمیت تجارت خارجی برای بقای اقتصادی و توسعه‌ی کشور آنطور که لازم است در نظام تصمیم‌گیری کشور به رسمیت شناخته نمی‌شود و عموماً ملاحظات سیاسی و امنیتی بر اولویت‌های این بخش، سیطره‌ی کامل دارند. این رویکرد موجب شده است دولت نتواند حکمرانی مطلوبی در این حوزه به نمایش بگذارد.

پیشنهاد:

الف) ایجاد یکپارچگی و هماهنگی میان بازیگران اصلی نظام بازرگانی کشور با محوریت سازمان توسعه تجارت ایران ب) افزایش بهره‌وری سازمان توسعه تجارت ایران با بازنگری در شرح وظایف

مشکل ۴: ضعف نظام تولید داخلی به عنوان پیش‌نیاز صادرات غیرنفتی:

چنانچه همه‌ی تحریم‌ها نیز برداشته شوند لیکن مشکل FATF حل نشود، باز هم در فعالیت‌های بانکی با بانک‌های دنیا روند عادی وجود نخواهد داشت. مضافاً اینکه قرار گرفتن در لیست سیاه، موجبات افزایش ریسک کشور و عدم ورود سرمایه‌گذاری خارجی به کشور خواهد شد. حتی، در شرایط وجود تحریم‌ها نیز در عمل، نپیوستن به FATF مانع مهمی برای توسعه‌ی روابط اقتصادی کشور با شرکای سیاسی از قبیل چین و روسیه بشمار می‌رود.

واقعیت آن است که بدون بهره‌مندی از یک نظام تولیدی داخلی که توان تولید کالاهای رقابت‌پذیر، با کیفیت، متنوع و فناوری را داشته باشد، عملاً صادرات و نقش‌آفرینی در بازارهای جهانی و زنجیره‌های ارزش بین‌المللی بی‌معنی است. حتی اگر تمامی موانع صادرات برطرف شوند، تا زمانی که کالایی برای عرضه وجود نداشته باشد، توسعه صادرات غیرمنبع محور محقق نخواهد شد. واقعیات اقتصادی کشور نشان می‌دهد که طی یک دهه‌ی گذشته نظام تولید داخلی با رکود و فقدان سرمایه‌گذاری در سطوح گسترده‌ی روبه‌رو بوده است. بر مبنای آمارهای صادرات کشور در حال حاضر بسیار غیرمتنوع و فقط با کشورهای محدودی صورت می‌پذیرد، این مسئله نشان می‌دهد که بدون توجه به ضرورت اصلاح نظام تولید کشور نمی‌توان نسبت به توسعه‌ی صادرات غیرمنبع محور امیدوار بود.

پیشنهادهای:

الف) تدوین استراتژی توسعه‌ی صنعتی با هدف ارتقای تولید و تشویق صنایع با ارزش افزوده بالا
ب) حمایت‌های هدفمند، مشروط و در طول زمان کاهنده از بخش‌های تولیدی منتخب بر اساس سند توسعه‌ی ملی
ج) تمرکز سیاست‌های توسعه‌ی اقتصاد دانش بنیان مبتنی بر ارتقای بهره‌وری عوامل تولید و تقویت شرکت‌های صادرات محور به جای توجه به تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان.

مشکل ۵. ضعف در زیرساخت‌های حمل و نقل و پایانه‌های صادراتی کشور:

به دلیل آنکه سالیان طولانی سرمایه‌گذاری قابل توجهی برای توسعه و بهسازی زیرساخت‌های صادراتی کشور صورت نگرفته است، هزینه‌های بسیار بالایی از این زاویه به بخش خصوصی کشور تحمیل می‌شود. ضمن آنکه به دلیل این ضعف زیرساختی، کشور نتوانسته است از موقعیت ژئواستراتژیک جغرافیایی خود در راستای کسب درآمدهای ترانزیتی بهره‌مند شود.

پیشنهادهای:

الف) سرمایه‌گذاری‌های مشترک با کشورهای هند و چین و افزایش ظرفیت پایانه‌های صادراتی داخلی با محوریت دو مسیر ترانزیتی بین‌المللی: الف) ابتکار کمربند و راه، ب) گذرگاه بین‌المللی شمال - جنوب
ب) سرمایه‌گذاری در پایانه‌های زیرساختی حمل و نقلی در کشورهای همسایه هدف با رویکرد تکمیل مسیرهای ترانزیتی داخلی و اتصال پایانه‌های صادراتی داخلی با بازارهای هدف.

مشکل ۶: ناکارآمدی توافقنامه‌های تجارت ترجیحی فعلی کشور در راستای جهش صادرات با کشورهای هدف:

بررسی داده‌ها و آمارهای تجاری نشان می‌دهد که توافقنامه‌های تجارت ترجیحی اجرا شده در عمل نتوانسته‌اند دستاوردهای مورد انتظار را در قالب جهش قابل ملاحظه صادرات به کشور طرف قرارداد محقق سازند. این مسئله بازتابنده خلاءهای موجود در نحوه‌ی انعقاد قراردادهای مذکور

در راستای به فعل درآوردن پتانسیل‌های صادراتی کشور است.

پیشنهادهای:

الف) وزارت صمت با همکاری اتاق بازرگانی ایران، توافقات تجارت ترجیحی و آزاد فعلی کشور را بازبینی و مورد آسیب‌شناسی قرار دهد و با توجه به گزارش‌های کارشناسی و تجربیات عملی نسبت به اصلاح آنها اقدام کند.
ب) از تجربیات فعلی و نتایج آسیب‌شناسی توافقنامه‌های قبلی، برای استخراج یک دستورالعمل استاندارد و یک رویکرد علمی در راستای بهبود کارایی توافقات پیشرو استفاده شود.
ج) طراحان توافقنامه‌های پیشرو، ملزم به ارائه یک سند پیوست از برآورد اهداف کمی صادراتی، نیازهای مشخص وارداتی و بخش‌های تولیدی هدف در راستای ارزشیابی موفقیت موافقتنامه‌های اقتصادی و تجاری شوند.

مشکل ۷: فقدان سازوکار کارآمد حل مشکلات حقوقی بین بخش خصوصی داخلی و کشورهای هدف تجاری:

در حال حاضر حل مشکلات حقوقی میان بخش خصوصی ایران و کشورهای هدف با پیچیدگی‌های قابل ملاحظه‌ی اداری و حقوقی مواجه است که این مسئله ریسک تعامل با تجار ایرانی را برای بخش خصوصی خارجی افزایش داده است.

پیشنهادهای:

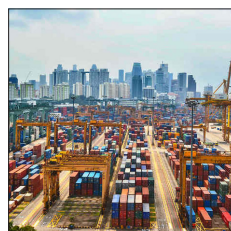
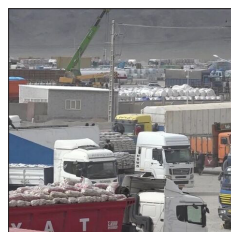
وزارت دادگستری مکلف شود با همکاری وزارت امور خارجه و اتاق ایران، سازوکار دوجانبه لازم را بین اتاق‌های بازرگانی کشورهای هدف صادراتی همسایه و دوست (بویژه کشورهای همچون عراق، افغانستان، پاکستان و سوریه) به منظور رسمیت‌بخشی به مراکز دآوری و میانجی‌گری تجارت بین‌الملل مرضی‌الطرفین فراهم آورد.

مشکل ۸: عدم آمادگی و برنامه‌ریزی نظام تصمیم‌گیری برای تحولات اقتصادی پیشرو

در صورت احیای برجام، آزادسازی منابع مالی بلوکه شده‌ی ایران و همچنین فروش نفت کشور، نقدینگی قابل ملاحظه‌ای را در مدت کوتاهی در دسترس مدیران کشور قرار خواهد داد. یک خطای راهبردی در چنین شرایطی واردات بی‌رویه‌ی کالاهای مصرفی و لوکس و پیگیری سیاست‌های ناپایدار پوپولیستی و ایجاد رونق بی‌کیفیت و موقتی در عرصه‌ی نظام تصمیم‌گیری اقتصادی کشور است. این مسئله هم به لحاظ نظری و هم به لحاظ تجربه‌ی تاریخی کشور باعث آسیب‌های جدی به اقتصاد ملی خواهد شد، به‌ویژه آنکه طی چند دهه‌ی اخیر کشور بارها از پیامدهای بیماری هلندی آسیب دیده است. برای جلوگیری از اشتباهات گذشته و از دست رفتن فرصت‌های تاریخی، الزامی است که دولت قبل از وقوع تحولات احتمالی، آمادگی‌ها و برنامه‌ریزی‌های لازم در این خصوص را مهیا سازد.

پیشنهادهای:

برنامه‌ای با مشارکت بخش خصوصی با هدف تقویت تولید صنعتی فناوریانه و ایجاد زیرساخت‌های لازم برای تقویت صادرات با پروژه‌های مشخص مبتنی بر سناریو رفع تحریم‌ها تهیه شود.





اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی ایران

دیدگاه اتاق‌های سراسر کشور

در رابطه با برگزاری بیست و ششمین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی سوالاتی به تمامی اتاق‌های بازرگانی سراسر کشور ارسال شد که روسای ۱۰ اتاق در موعد مقرر پاسخ‌های خود را به دفتر روابط عمومی اتاق تبریز ارسال کردند که در ادامه آنها را می‌خوانید.

ویژه‌نامه بیست و ششمین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی - آبان ۱۴۰۱
نشریه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز

رییس اتاق بازرگانی اصفهان تاکید کرد: لزوم ایجاد یک روند باثبات در تعامل بیشتر با کشورهای هدف تجاری



مسعود گلشیرازی، رییس اتاق بازرگانی اصفهان پاسخگوی سوالات ویژه نامه اتاق تبریز با محوریت «نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی با ربع قرن تجربه» بوده است که در ادامه، این گفتگو را می‌خوانید.

نقاط قوت شامل تربیت شرکت‌های مدیریت صادرات ذیل شتاب‌دهنده صادراتی استان، همدلی و همکاری دستگاه‌های اجرایی استان، وجود ۱۰ میز توسعه صادرات در صنوف مختلف، افزایش و متناسب سازی مشوق‌های صادراتی، حمایت از برند منطقه‌ای

● عملکرد ایزنی اقتصادی سفارتخانه‌های ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ دیپلماسی اقتصادی در توسعه صادرات غیرنفتی به چه میزان تأثیرگذار است؟

گذار از دیپلماسی سنتی به دیپلماسی اقتصادی به عنوان ابزار نوین و کارآمد تعامل در اقتصاد جهانی و دستیابی به توسعه قابل مشاهده است. دستیابی به توسعه اقتصادی نیازمند تعامل با ساختارهای اقتصاد سیاسی جهانی خواهد بود. دغدغه‌ی حاکم بر ساختار اقتصاد سیاسی جمهوری اسلامی ایران نیز در برهه‌ی کنونی مسئله‌ی توسعه اقتصادی است. برای ایران به عنوان کشوری در حال توسعه، استراتژی‌های از فروش مواد خام و دستیابی به مدارهایی از تولید کالاهای صنعتی یا مشتقات حاصل از فرآوری مواد خام، آنگونه که مقام معظم رهبری تأکید می‌کنند، نه تنها یک ضرورت بلکه یک الزام است. نقش راینان اقتصادی و بازرگانی در توسعه و تسهیل این تعاملات بسیار قابل توجه است

● در دوران پساکرونا برای موفقیت در تولید و توسعه صادرات غیرنفتی باید چه رویکردهایی اخذ کنیم؟

تولید کالای باکیفیت، تقویت بازاریابی، حمایت دولت از صادرات غیر نفتی، تسهیل قوانین، ایجاد بسته‌های حمایتی به منظور تشویق فعالان اقتصادی حوزه‌ی غیرنفتی به صادرات

گذار از دیپلماسی سنتی به دیپلماسی اقتصادی به عنوان ابزار نوین و کارآمد تعامل در اقتصاد جهانی و دستیابی به توسعه قابل مشاهده است. دستیابی به توسعه اقتصادی نیازمند تعامل با ساختارهای اقتصاد سیاسی جهانی خواهد بود.

● تجربه‌ی دهه‌های گذشته و برگزاری ۲۵ دوره همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی نشان داده بیش از هر زمان، لزوم تدوین نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی حس می‌شود. نظر جنابعالی در این خصوص چیست؟

پیشنهاد می‌شود که کارگروه‌های استانی توسعه صادرات با توجه به مسائل و مشکلات موجود در این حوزه، پیشنهادات خود را به کارگروه توسعه صادرات ملی ارسال کنند تا ضمن جمع‌بندی موارد، زمینه‌ی طرح آن‌ها را در مجلس شورای اسلامی به منظور لحاظ در برنامه‌ی هفتم توسعه کشور فراهم کنند.

● به نظر شما بهترین راه توسعه صادرات غیرنفتی به دور از شعار چه موارد و مسائلی است؟

- کالای باکیفیت و رقابت‌پذیر قابل مبادله مازاد بر مصرف داخلی در کشور تولید شود
- بهره‌گیری از یک روند باثبات در بلندمدت و در جهت تعامل بیشتر با کشورهای هدف تجاری
- بازاریابی فعال با همکاری حداکثری سازمان توسعه تجارت و معاونت اقتصادی وزارت امور خارجه کشور
- ایجاد شرکت‌های مدیریت صادرات برای اتحادیه‌های کالاهای مزیت‌دار صادراتی هر استان

● در استان اصفهان، بزرگترین موانع و عمده‌ترین نقاط قوت صادرات غیرنفتی چه مواردی است؟

موانع و مشکلات شامل موانع پیمان‌سپاری ارزی، نوسانات بالای نرخ ارز، نبود نظام ارزی مشخص، افزایش هزینه‌ی تولید، عدم بازاریابی مناسب و مستمر، توسعه کند لجستیک و حمل و نقل، ضمانت‌نامه‌ها و بیمه‌های صادراتی، تحریم و هزینه‌های مبادله انتقال ارز

رییس اتاق بازرگانی مازندران مطرح کرد: اصلاح سند نقشه راه توسعه‌ی صادرات کشور با محوریت توجه به بخش خصوصی



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی مازندران

عبدالله مهاجر دارابی، رییس اتاق بازرگانی مازندران پاسخگوی سوالات ویژه‌نامه اتاق تبریز با محوریت «نقشه راه توسعه‌ی صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی با ربع قرن تجربه» بوده است که در ادامه، این گفتگو را می‌خوانید.



در امر صادرات، افزایش قیمت تمام شده به واسطه‌ی به روز نبودن تکنولوژی و فرسودگی (بهره‌وری پایین و عدم رقابت)، غیرقابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات، دشواری تامین مالی از بانک‌ها و موانع در فرآیند اداری و اخذ مجوزهای کسب و کار در دستگاه‌های اجرایی، برندسازی در امر تجارت و آموزش عمومی مباحث مرتبط با صادرات دانست.

● عملکرد رایزنی اقتصادی سفارتخانه‌های ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ دیپلماسی اقتصادی در توسعه‌ی صادرات غیرنفتی به چه میزان تاثیرگذار است؟

در این راستا، تقویت دیپلماسی اقتصادی در امر توسعه‌ی صادرات با تاکید بر اعزام رایزنان اقتصادی متخصص و مجرب برای توسعه صادرات غیرنفتی ضروری است.

● در دوران پساکرونا برای موفقیت در تولید و توسعه‌ی صادرات غیرنفتی باید چه رویکردهایی اتخاذ کنیم؟

سیاست‌های حمایتی همچون تامین مالی و سرمایه در گردش کسب و کارها (افزایش حمایت‌های مالی از کسب و کارها)، معافیت یا کاهش حق بیمه‌ی تامین اجتماعی کارفرمایان، ارائه‌ی یارانه‌ی تامین اجتماعی به کسب و کارهای کوچک و متوسط، معافیت یا کاهش اجاره‌ی بهای کسب و کارها، حذف عوارض اداری سربار بر کسب و کارها، معافیت یا امکان تأخیر در پرداخت مالیات کسب و کارها و همچنین پرداخت یارانه به فعالیت‌های تحقیق و توسعه کسب و کارها از جمله ضروریات است.

بهبود کارایی زنجیره تامین، حفظ ارتباط با مشتریان، بهبود و اصلاح سیاست‌های کلان اقتصادی (سیاست‌های پولی، مالی - بودجه‌ای و ساختاری)، برنامه‌ریزی سیستم‌های نوآورانه و ایجاد صنایع جدید و مشاغل مختلف، توسعه‌ی تجارت الکترونیک و توسعه‌ی کارآفرینی اقتصاد دانش بنیان صادراتمحور از دیگر ضروریات این حوزه است.

تقویت دیپلماسی اقتصادی در امر توسعه‌ی صادرات با تاکید بر اعزام رایزنان اقتصادی متخصص و مجرب برای توسعه صادرات غیرنفتی ضروری است.

● تجربه‌ی دهه‌های گذشته و برگزاری ۲۵ دوره همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی نشان داده بیش از هر زمان، لزوم تدوین نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی حس می‌شود. نظر جنابعالی در این خصوص چیست؟

با توجه به ابلاغ سند نقشه راه توسعه‌ی صادرات کشور در سال ۱۳۹۹ از سوی وزارت صمت (۱۳۹۹-۱۴۰۴) و با عنایت به تعریف نقشه راه توسعه‌ی صادرات کشور در سند مذکور و جایگاه ضعیف بخش خصوصی در این سند اعم از چشم‌انداز، اهداف، الزامات و برنامه‌ها به نظر می‌رسد باید نسبت به اصلاح سند یادشده با کاهش تولی‌گری دولت در حوزه‌ی تجارت و تقویت و محوریت بخش خصوصی به‌ویژه ارتقای وظایف اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در تقسیم وظایف نهادی نقشه راه توسعه صادرات کشور به عنوان ارکان اصلی سند نقشه راه توسعه‌ی صادرات غیرنفتی کشور و همچنین تصویب آن در هیئت محترم وزیران اقدام شود.

● به نظر شما بهترین راه توسعه‌ی صادرات غیرنفتی به دور از شعارزدگی چه موارد و مسائلی است؟

بهترین راه توسعه‌ی صادرات غیرنفتی را می‌توان انعقاد و توسعه‌ی موافقت‌نامه‌های تجاری، تسهیل دسترسی به نتایج مالی، توسعه‌ی لجستیک و حمل و نقل، ثبات نرخ ارز، افزایش مشوق‌های صادراتی، تعدیل تعرفه‌های صادرات، سهولت رفع تعهد ارزی، سهولت خرید مواد اولیه، ماشین‌آلات، تجهیزات و قطعات یدکی، تسهیل امور مربوط به ترخیص مواد اولیه، ایجاد هماهنگی بین سازمان‌های دخیل در امر صادرات به منظور تسهیل امور گمرکی و کاهش نرخ تورم (تک رقمی) دانست.

● در استان مازندران، بزرگترین موانع و عمده‌ترین نقاط قوت صادرات غیرنفتی چه مواردی است؟

بزرگترین موانع استان مازندران را می‌توان کمبود سرمایه‌گذاری

رئیس اتاق بازرگانی همدان تاکید کرد:

ضرورت بهره‌مندی از تجربیات فعالان بخش تولید در تدوین نقشه راه اقتصادی کشور



اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی همدان

علی اصغر زبردست، رئیس اتاق بازرگانی همدان پاسخگوی سوالات ویژه نامه اتاق تبریز با محوریت « نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی با ربع قرن تجربه » بوده است که در ادامه، این گفتگو را می‌خوانید.

نقشه راه یک اصل مسلم است. تخصص و تجارب مراکز علمی و واحدهای فعال و بزرگ اقتصادی باید مورد بهره‌برداری قرار گرفته و از حضور آن‌ها در تدوین نقشه راه بهره برد.

تشکیل و تدوین شورای عالی و کمیسیون‌های تخصصی در ساختار ملی و استانی بدون هرگونه افزایش و ایجاد تشکیلات جدید و هزینه‌کردهای مترتب، تحت قالب و چارچوب شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی نیز اصل مهم دیگری است.

● به نظر شما بهترین راه توسعه صادرات غیرنفتی به دور از شعار چه موارد و مسائلی است؟

رعایت زمان لازم اعلام شده برای ممنوعیت صادرات بایستی بر اساس قانون، اعلام صورت پذیرد. همچنین باید نسبت به فسادپذیری پاره‌ای از محصولات صادراتی خصوصاً محصولات کشاورزی که نمی‌تواند برای صادرکننده همان تعهدات اولیه را در اولویت بخشی به تعهدات ارزی و ترخیص داشته باشد، توجه شود.

ایجاد مکانیزم لازم قانونی جهت برگشت ارز حاصل از صادرات و جلوگیری از دلالی و واسطه‌گری، لزوم تعریف و ارائه‌ی بسته‌های تشویقی و تأکید بر اجرای آن برای محصولات و تولیدات داخلی که مجاز دانسته می‌شود و تک‌نرخ شدن ارز در امر تولید و

● تجربه‌ی دهه‌های گذشته و برگزاری ۲۵ دوره همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی نشان داده بیش از هر زمان، لزوم تدوین نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی حس می‌شود. نظر جنابعالی در این خصوص چیست؟

بدون شک نقشه راه به لحاظ گستردگی و ارتباط تنگاتنگ فی ما بین دستگاه‌های اجرایی دولتی و بخش خصوصی می‌بایستی با مشارکت و حضور توانمندان دستگاه‌های اجرایی موظف دولتی و تشکلهای ذیربط بخش خصوصی، تهیه و تدوین شده و نقطه نظرات بخش خصوصی کاملاً لحاظ شود.

در ضرورت حضور بخش خصوصی در تهیه و تدوین نقشه راه می‌بایستی به حضور تخصصی این بخش، توجه خاص و کامل صورت گیرد. ضرورت جامع‌نگری به تمامی عوامل مؤثر در موضوع صادرات، حضور پررنگ و مؤثر تمامی تشکلهای تخصصی بخش خصوصی و دستگاه‌های دولتی و حاکمیتی را می‌طلبد.

همچنین لزوم حرکت متعادل در طی طریق راه صادرات متضمن تعادل در تمامی ابعاد مؤثر آن در تدوین نقشه راه بوده و از سویی، ضرورت تأکید بر قدرت بر تأمین ضمانت‌های لازم جهت اجرای برنامه‌های



بعضی از کشورها در زمینه‌ی صادرات از مهم‌ترین نقاط قوت استان در حوزه‌ی صادرات است.

● عملکرد رایزنی اقتصادی سفارتخانه‌های ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ دیپلماسی اقتصادی در توسعه‌ی صادرات غیرنفتی به چه میزان تاثیرگذار است؟

متأسفانه اغلب رایزن‌ها به لحاظ عدم داشتن تخصص لازم از تبحر کافی برخوردار نبوده و همین امر عدم کارایی آن‌ها را به همراه داشته است. از سوی دیگر مشارکت اتاق‌های بازرگانی در معرفی رایزن‌های اقتصادی به عنوان یک ضرورت بوده و ارزیابی عملکرد آن‌ها نیز باید توسط بخش خصوصی و اتاق بازرگانی انجام گیرد.

● در دوران پسا کرونا برای موفقیت در تولید و توسعه‌ی صادرات غیرنفتی باید چه رویکردهایی اتخاذ کنیم؟

افزایش و تأمین سرمایه در گردش واحدهای تولیدی و صادراتی، افزایش کیفیت تولید با توجه به پروتکل‌های بهداشتی داخل و کشورهای مقصد، تأکید بر ارتقاء بسته‌بندی و حمایت از صنایع مربوطه و همچنین جلوگیری از صادرات محصولات به صورت خام‌فروشی و بدون بسته‌بندی از موارد قابل توجه در این حوزه است.

محصول صادراتی از دیگر موارد مهم است.

توجه به تأمین سرمایه‌ی لازم جهت تولید محصولات صادراتی، توجه به موضوعیت تولید برای بازار به جای تولید برای دولت و همچنین توجه به کیفیت محصولات تولیدی و صادراتی و به‌کارگیری راهکارهای تشویق در این مورد نیز از اصل‌های مهم به شمار می‌رود.

● در استان همدان، بزرگترین موانع و عمده‌ترین نقاط قوت صادرات غیرنفتی چه مواردی است؟

باید اشاره داشت که عمده مشکلات موجود در امر صادرات به صورت ملی است. کمبود شدید کشنده‌های یخچال‌دار در استان که باعث افزایش هزینه‌های حمل و نقل پاره‌ای از کالاهای صادراتی استان می‌شود و همچنین نبود و کمبود آزمایشگاه‌های فنی و تخصصی در ارائه‌ی گواهی‌های لازمه‌ی صادراتی و عدم توجه به صنعت برندینگ در استان از مهم‌ترین موانع در این حوزه است.

تولید و تأمین مواد اولیه (کشاورزی و معدنی) در استان، نزدیکی به مرز مشترک غربی، وجود راه‌های ارتباطی مناسب، موقعیت جغرافیایی استان (نزدیکی به مرکز و شمال و جنوب غربی کشور)، وجود نیروهای تخصصی لازم در موضوع مربوطه و ارتباط دیرینه با

در ضرورت حضور بخش خصوصی در تهیه و تدوین نقشه راه می‌بایستی به حضور تخصصی این بخش، توجه خاص و کامل صورت گیرد.

رئیس اتاق بازرگانی سمنان:

توسعه‌ی صادرات غیرنفتی در فضایی به دور از شعارزدگی ممکن است

علی اصغر جمعه‌ای، رئیس اتاق بازرگانی سمنان پاسخگوی سؤالات ویژه‌نامه اتاق تبریز با محوریت «نقشه راه توسعه‌ی صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی با ربع قرن تجربه» بوده است که در ادامه، این گفتگو را می‌خوانید.

غیرنفتی به دور از شعار چه موارد و مسائلی است؟

توسعه‌ی صادرات غیرنفتی باید به دور از شعارزدگی و با اجرای راهکارهای قانونی که در قالب قوانین بهبود محیط کسب و کار در مجلس شورای اسلامی مصوب شده، اعمال شود. علاوه بر آن، اجرای منویات رهبری در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است که باید در دو بخش عملیاتی شود:

۱- تمامی قوانین، آئین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اقتصادی کشور باید در مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی و اداره‌ی کل تنقیح قوانین ریاست جمهوری احصاء، پایش و پالایش شود به نحوی که با روح حاکم بر این سیاست‌ها، تطابق و همخوانی داشته باشد.

۲- از گسترش حوزه‌ی عملکرد شرکت‌های شبه‌دولتی و سازمان‌های خاص بخصوص در حوزه‌های غیر مرتبط و مالی، بانکی و بیمه‌ای جلوگیری شود و فضای رقابتی بر بنگاه‌ها حاکم شود.

مسائلی مانند برجام و برقراری روابط تعاملی بین‌المللی با در نظر گرفتن پروتکل‌ها و فعال شدن در سازمان و نهادهای منطقه‌ای و بین‌المللی از ضروریات و اولویتهای توسعه صادرات غیر نفتی است. البته جذب سرمایه‌گذاران بین‌المللی با رویکرد تولید دانش‌بنیان که دارای ارزش افزوده است، باید مورد توجه قرار گیرد.

• تجربه‌ی دهه‌های گذشته و برگزاری ۲۵ دوره همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی نشان داده بیش از هر زمان، لزوم تدوین نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی حس می‌شود. نظر جنابعالی در این خصوص چیست؟

بیش از یک دهه است که سند ملی راهبردی توسعه صادرات غیرنفتی کشور که به مهر تصویب‌نامه هیئت وزیران مزین گشته، ابلاغ شده است. سازمان توسعه تجارت ایران موظف بوده در راستای تحقق برنامه‌های بخشی، گزارش عملکرد اجرای سند یادشده را هر شش ماه یک بار به کارگروه صادرات کشور ارائه کند.

اینک بعد از گذشت یک دهه به اهداف مدنظر که عبارت از 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 و با هدف کاهش وابستگی به سیستم پولی است، نرسیده‌ایم؛ باید ریشه‌ی عدم دسترسی را در سیاست‌های ناهمگون بخش کلان کشور بررسی کرد.

• به نظر شما بهترین راه توسعه‌ی صادرات

در بین کشورهای پیشرفته‌ی اقتصادی، کشوری در مبادلات اقتصادی موفق است که رایزن اقتصادی مطلع و مسلط داشته باشد تا بتواند با مطالعه و شناخت، آنچه را که می‌تواند مبنای دادوستد باشد، رصد کرده، به جریان انداخته و مورد پیگیری قرار دهد



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سمنان

● در استان سمنان، بزرگترین موانع و عمده‌ترین نقاط قوت صادرات غیرنفتی چه مواردی است؟

در استان سمنان خوشبختانه دستگاه‌های متولی دولتی با اتاق بازرگانی سمنان، تعامل و همکاری بسیار خوبی به جهت رفع مشکلاتی که مربوط به استان است، دارند که میزان این همکاری را می‌توان رضایت‌مندانده دانست. بیشتر موانع در بخش کشوری و ملی به چشم می‌خورد.

قابل ذکر است برخی موانع همانند خشکسالی، مشکل تامین منابع آب و انرژی برای واحدهای تولیدی و مشکلات حمل و نقل به‌طور عمده مشاهده می‌شود و از نقاط قوت استان سمنان در صادرات غیر نفتی می‌توان به وجود معادن، محصولات باغی همانند پسته و انگور و نزدیکی به پایتخت اشاره کرد.

● عملکرد رایزنی اقتصادی سفارتخانه‌های ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ دیپلماسی اقتصادی در توسعه صادرات غیرنفتی به چه میزان تاثیرگذار است؟

در بین کشورهای پیشرفته‌ی اقتصادی، کشوری در مبادلات اقتصادی موفق است که رایزن اقتصادی مطلع و مسلط داشته باشد تا بتواند با مطالعه و شناخت، آنچه را که می‌تواند مبنای دادوستد باشد، رصد کرده،

به جریان انداخته و مورد پیگیری قرار دهد. همچنین دفتر رایزن اقتصادی هر سفارت در کنار دفتر رایزن فرهنگی و رایزن نظامی، باید در حدی فعال باشد که موجبات سرمایه‌گذاری کشور میزبان را در خاک خود فراهم آورد.

با رصد اجمالی در کشورهایی مانند مالزی، اندونزی و امارات که به‌طور ناگهانی و در کوتاه مدت، شاهد شکوفایی اقتصادی خود بودند، مشخص می‌شود که دفاتر اقتصادی آن‌ها به‌خوبی عمل کرده و سرمایه‌گذاری خارجی با تلاش رایزان اقتصادی آن کشور باعث شده است که در تولید، فروش و صادرات، جهش داشته باشند.

جمهوری اسلامی ایران باید ضمن توجه به دفتر رایزن اقتصادی، از افراد زبده و مسلط به امر قانونی سرمایه‌گذاری خارجی استفاده کند. امیدوارم با تأسیس نمایندگی‌های وزارت خارجه در استان‌ها، تعامل با اتاق بازرگانی دوچندان شود و از طرفی رایزن اقتصادی یا بازرگانی به نظر باید از جنس بخش خصوصی باشد.

● در دوران پساکرونا برای موفقیت در تولید و توسعه صادرات غیرنفتی باید چه رویکردهایی اتخاذ کنیم؟

در دوران پساکرونا باید سهم تجارت الکترونیک خود را دوچندان کنیم.

رئیس اتاق بازرگانی کرمان مطرح کرد: نبود متولی واحد در امر تجارت کشور



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان

سیدمهدی طبیب‌زاده، رئیس اتاق بازرگانی کرمان پاسخگوی سؤالات ویژه‌نامه اتاق تبریز با محوریت «نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی با ربع قرن تجربه» بوده است که در ادامه، این گفتگورا می‌خوانید.



● تجربه‌ی دهه‌های گذشته و برگزاری ۲۵ دوره همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی نشان داده بیش از هر زمان، لزوم تدوین نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی حس می‌شود. نظر جنابعالی در این خصوص چیست؟

عدم برنامه‌ریزی جامع توسعه صادرات غیرنفتی و عدم اولویت صادرات همواره یکی از عمده‌ترین موانع بر سر راه صادرات بوده است و یکی از عمده دلایل عدم جدیت در این خصوص را می‌توان، نبود متولی واحد در امر تجارت کشور دانست. نبود متولی مشخص، به توسعه صادرات آسیب وارد کرده چرا که آنچه در ارتباط با تصمیمات در خصوص صادرات مطرح است، توسط سازمان‌های مختلف صورت می‌پذیرد و پاسخگویی در مقابل این تصمیمات اتخاذ شده بسیار ضعیف است.

● به نظر شما بهترین راه توسعه صادرات غیرنفتی به دور از شعار چه موارد و مسائلی است؟

به نظر می‌رسد بهترین راه توسعه صادرات غیرنفتی، معرفی یک متولی واحد و تدوین استراتژی‌های توسعه صادرات با هماهنگی تمام سازمان‌ها و افراد ذینفع در آن است تا با تقسیم وظایف و اختیارات مشخص در این برنامه هر کدام از ذینفعان به صورت مشخص پیگیر و مجری برنامه‌های عملیاتی خود باشند.

● در استان کرمان، بزرگترین موانع و عمده‌ترین نقاط قوت صادرات غیرنفتی چه مواردی است؟

از عمده‌ترین نقاط قوت استان کرمان این است که در تولید محصولات صادراتی کشور نقش قابل توجهی را ایفا می‌نماید. این استان تولیدکننده عمده محصولات کشاورزی از جمله پسته، خرما، گردو، محصولات جالیزی، مرکبات و... و همچنین تولیدکننده محصولات در خارج از فصل کشت و کشت‌های گلخانه‌ای است. این استان دارای منابع غنی و متعدد است به نحوی که عمده‌ترین تولیدکننده سنگ آهن، مس و زغال سنگ می‌باشد.

سابقه‌ی دیرینه‌ی استان در تولید و صادرات فرش‌های دستباف به همراه وجود قابلیت‌های توریستی منحصر به فرد در سطح ملی و بین‌المللی، اهمیت استان را در توسعه صادرات

غیر نفتی بیش از پیش مشخص می‌نماید. از عمده‌ترین موانع صادرات این استان، مشکلات کمبود آب، سیاست‌های ارزی دولت، عدم وجود تعداد کافی شرکت‌های مدیریت صادرات و کنسرسیوم‌های صادراتی، بالا بودن هزینه‌های حمل و نقل، ضعف در زیرساخت‌های مورد نیاز تجارت، قوانین و بخشنامه‌های خلق الساعه، کمبود نقدینگی و ضعف در میزان و روش‌های تامین مالی موجود است.

● عملکرد رایزنی اقتصادی سفارتخانه‌های ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ دیپلماسی اقتصادی در توسعه صادرات غیرنفتی چقدر تاثیرگذار است؟

با توجه به اینکه صادرکنندگان در محیطی رقابتی فعالیت می‌کنند، برای پاسخ به این سوال بهتر است وضعیت کشورهای رقیب را در ارتباط با عملکرد سفارتخانه‌ها و رایزنان اقتصادی و همچنین دیپلماسی اقتصادی بررسی کرد. به عنوان مثال تعداد رایزنان اقتصادی ترکیه در عراق بیش از ۱۰ نفر است. تعرفه‌های ترجیحی تدوین شده بین کشورهای رقیب از لحاظ تعداد و دامنه‌ی شمول بسیار بالا است و لذا نیازمند توسعه‌ی این موضوع هستیم که ضمن توسعه‌ی تعداد رایزنان، از لحاظ کیفیت خدمات تخصصی ارائه شده نیز برنامه‌ریزی لازم صورت پذیرد و رویکرد تغییر نماید و در مجموع در خصوص دیپلماسی اقتصادی فعالانه‌تر و هدفمندانه‌تر گام برداریم.

● در دوران پساکرونا برای موفقیت در تولید و توسعه صادرات غیرنفتی باید چه رویکردهایی اتخاذ کنیم؟

بهترین راهکارها به منظور توسعه صادرات غیرنفتی در دوران پساکرونا را می‌توان موارد ذیل نام برد:

(الف) تدوین سند دیپلماسی اقتصادی کشور با همکاری بخش خصوصی و تمام طرف‌های ذینفع

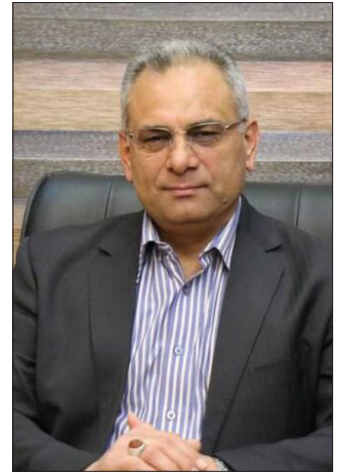
(ب) اجرای قراردادهای دوجانبه‌ی تجارت آزاد با کشورهای عضو سازمان‌های بین‌المللی منطقه و همسایه

(پ) تقویت صادرات حوزه‌های دارای مزیت و تقاضا از جمله محصولات کشاورزی و صنایع غذایی و پرهیز از خام‌فروشی

(ت) تلاش جهت جذب سرمایه‌گذاری خارجی به منظور توسعه‌ی زیرساخت‌های صادرات محصولات غیرنفتی

به نظر می‌رسد بهترین راه توسعه صادرات غیرنفتی، معرفی یک متولی واحد و تدوین استراتژی‌های توسعه صادرات با هماهنگی تمام سازمان‌ها و افراد ذینفع در آن است تا با تقسیم وظایف و اختیارات مشخص در این برنامه هر کدام از ذینفعان به صورت مشخص پیگیر و مجری برنامه‌های عملیاتی خود باشند.

رییس اتاق بازرگانی آبادان مطرح کرد: ضرورت استفاده از پیشنهاد کارشناسان داخلی و الگوهای موفق خارجی برای تدوین نقشه راه صادرات



اسداله کرد زنگنه، رییس اتاق بازرگانی آبادان پاسخگوی سوالات ویژه نامه اتاق تبریز با محوریت «نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی با ربع قرن تجربه» بوده است که در ادامه، این گفتگو را میخوانید.



داخلی با بهره‌گیری از الگوهای موفق کشورهای توسعه یافته جهان سومی با توجه به امکانات بومی جهت ارائه برنامه‌ای مدون در زمینه توسعه صادرات بهترین راه محسوب می‌شود.

● در استان خوزستان، بزرگترین موانع و عمده‌ترین نقاط قوت صادرات غیرنفتی چه مواردی است؟

عمده‌ترین نقاط قوت استان خوزستان در زمینه توسعه صادرات، وجود بنادر و گمرکات بزرگ و کوچک متعدد مشرف به خلیج فارس و مرزهای زمینی و آبی با کشور عراق و فرودگاه‌های بین‌المللی آبادان و اهواز است که خطوط ریلی را نیز می‌توان به آن اضافه کرد. متأسفانه به علت عدم رشد صادرات در کشور و ضعف تولید ملی، این امکانات در خدمت واردات قرار گرفته است.

استفاده از آراء و پیشنهادات کارشناسان خبره داخلی با بهره‌گیری از الگوهای موفق کشورهای توسعه یافته جهان سومی با توجه به امکانات بومی جهت ارائه برنامه‌ای مدون در زمینه توسعه صادرات بهترین راه محسوب می‌شود.

● تجربه‌ی دهه‌های گذشته و برگزاری ۲۵ دوره همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی نشان داده بیش از هر زمان، لزوم تدوین نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی حس می‌شود. نظر جناب‌عالی در این خصوص چیست؟

عدم موفقیت طرح‌های توسعه صادرات غیرنفتی توسط دولت و لزوم تدوین نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی در شرایط فعلی احساس می‌شود که دلیل آن نیز عملکرد ناموفق دولت‌های وقت در چند دهه‌ی اخیر است.

● به نظر شما بهترین راه توسعه صادرات غیرنفتی به دور از شعار چه موارد و مسائلی است؟

استفاده از آراء و پیشنهادات کارشناسان خبره‌ی

رئیس اتاق بازرگانی هرمزگان مطرح کرد: نیازمند نقشه‌ی راه صادراتی متناسب با نقشه‌ی تنظیم بازار هستیم



محمدرضا صفا، رئیس اتاق بازرگانی هرمزگان پاسخگوی سؤالات ویژه‌نامه اتاق تبریز با محوریت «نقشه راه توسعه‌ی صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی با ربع قرن تجربه» بوده است که در ادامه، این گفتگو را می‌خوانید.

● تجربه‌ی دهه‌های گذشته و برگزاری ۲۵ دوره همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی نشان داده بیش از هر زمان، لزوم تدوین نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی حس می‌شود. نظر جناب‌عالی در این خصوص چیست؟

صادرات غیرنفتی ایران امروز با عدم واقع‌بینی روبرو است و این امر ریشه در فرهنگ کاری تصمیم‌گیران حوزه‌ی اقتصادی کشور دارد. منظور از نقشه راه اگر برنامه عملیاتی اجرایی برای راهبردها باشد، نیاز به تنظیم و تدوین دارد اما در شرایط کنونی که شرایط تحریم و جنگ اقتصادی است، نیاز به نقشه راه جدید منطبق و متناسب با نقشه‌ی تنظیم بازار داریم. نقشه راه تنظیم بازار و نقشه راه توسعه‌ی صادرات باید به موازات هم شکل بگیرند. قطعاً تفویض اختیارات در این زمینه به بخش خصوصی گام مؤثری در جهت ارتقاء افزایش صادرات غیرنفتی ایران خواهد بود.

● به نظر شما بهترین راه توسعه‌ی صادرات غیرنفتی به دور از شعار چه موارد و مسائلی است؟

برای افزایش صادرات غیرنفتی و تأثیر آن بر جهش تولید، اقدامات ساختاری و نهادی در حوزه‌ی تجارت نظیر تعیین مزیت‌های صادراتی کشور و سرمایه‌گذاری

در تولید این کالاها باید در اولویت قرار گیرد. وجود بازارهای جایگزین که امکان مبادله با آن‌ها در شرایط تحریم وجود داشته باشد و همکاری و عضویت در اتحادیه‌های منطقه‌ای دارای سود متقابل تجاری برای طرفین و شناسایی بازارهای جایگزین برای بازارهای فعلی و گسترش روابط تجاری برای محصولات داخلی نیز می‌تواند بسیار مؤثر باشد. البته باید توجه داشت صرفاً توافق تجاری مشکل صادرات را حل نمی‌کند و مشکلات مربوط به حوزه نقل و انتقال ارز، زیرساخت‌های مورد نیاز حمل و نقل، تبادلات بانکی و ... بر حجم تجارت مؤثر هستند و توافق تجاری این مسائل را شامل نمی‌شود که نیازمند توجه به این حوزه‌ها هستیم.

رونق بیشتر بنادر کوچک، توسعه‌ی تجاری با کشور عمان و افزایش زیرساخت‌های بندر جاسک و سیریک از جمله راهکارهای رونق صادرات در استان هرمزگان است. بندر شهید رجایی بندرعباس، بندر شهید باهنر، بندرلنگه، بندر جاسک و بندر سیریک از جمله زیرساخت‌های لجستیکی استان هرمزگان برای صادرات بیشتر محسوب می‌شود.

● در استان هرمزگان، بزرگترین موانع و عمده‌ترین نقاط قوت صادرات غیرنفتی چه مواردی است؟

صادرات غیرنفتی دارای مشکلات متعددی است که برخی از آنها شامل موانع پیمان‌سپاری ارزی، نوسانات

در حال حاضر،
سفارتخانه‌ها باید
با فعال کردن
ظرفیت و افزایش
تعامل خود با
بخش خصوصی
و بازرگانان
داخلی و بازاریابی
و بازاریابی،
بزرگ‌ترین حامی
منافع کشور به
لحاظ اقتصادی در
بازارهای جهانی
باشند.



اقتصادی در توسعه صادرات غیرنفتی به چه میزان تأثیرگذار است؟

متأسفانه سفارتخانه‌های ایران به جز تعداد محدود، فعالیت اقتصادی چشم‌گیری ندارند و توجه به این امر را به طور کلی از دایره‌ی امور خود خارج کرده‌اند. در اغلب موارد افراد کارناבלد و ناآشنا با مسائل و مفاهیم اقتصادی مانند بازاریابی و بازاریابی در سفارتخانه‌ها مشغول به کار هستند و نمی‌توانند از عهده‌ی چنین وظیفه‌ی خطیری برآیند. قطعاً با توجه به نقشه‌ی جغرافیایی و جایگاه ایران با دیپلماسی اقتصادی مناسب می‌توان از ظرفیت اقتصادی بخصوص کشورهای همسایه برای تقویت چرخه‌ی اقتصادی در کشور استفاده کرد.

بالای نرخ ارز، نبود نظام ارزی مشخص، افزایش هزینه‌ی تولید، عدم بازاریابی مناسب و مستمر، ضعف دستگاه دیپلماسی اقتصادی و ... است.

محصولات شیمیایی، کالاهای ساختمانی، معدنی، صنعتی و میوه و تره‌بار از عمده‌ترین کالاهای غیرنفتی است که به کشورهای حاشیه‌ی جنوبی خلیج فارس صادر می‌شود. در مجموع به ۱۵ کشور همسایه کالاهای غیرنفتی صادر می‌شود.

بنابر اطلاعات تقسیم‌بندی کالا، صادرات غیرنفتی استان هرمزگان بر اساس بیشترین ارزش دلار، فلزات معمولی و مصنوعات آن (شامل کالاهایی چون شمش، محصولات نیمه تمام از آهن)، مواد پلاستیکی (شامل پلی‌اتیلن و کانوچو)، محصولات معدنی (گوگرد و سیلیسیت و سیمان و سنگ گچ و ...)، محصولات نباتی (شامل میوه و سبزیجات و برنج و ...) و محصولات صنایع شیمیایی (اوره و فور آلدئید و کربنات سدیم و ...) بیشترین ارزش دلار صادرات استان را به خود اختصاص داده‌اند.

همچنین در تقسیم‌بندی کشورهای هدف صادرات، کشورهای چین و هند و امارات و عمان بیشترین ارزش دلار صادرات به کشورهای هدف را در بر گرفته‌اند. علاوه بر این کشورهای تایلند و اندونزی و غنا نیز در رده‌ی بالای صادرات از استان هرمزگان قرار دارند.

● عملکرد راینی اقتصادی سفارتخانه‌های ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ دیپلماسی

● در دوران پساکرونا برای موفقیت در تولید و توسعه صادرات غیرنفتی باید چه رویکردهایی اتخاذ کنیم؟

در دنیای پساکرونا، بخش بین‌الملل همه‌ی وزارتخانه‌ها و نهادهای دولتی باید در بخش صادرات فعال و هم‌راستا شوند که البته در این بین، قطعاً سفارتخانه‌ها از اهمیت بیشتری برخوردارند. در حال حاضر، سفارتخانه‌ها باید با فعال کردن ظرفیت و افزایش تعامل خود با بخش خصوصی و بازرگانان داخلی و بازاریابی و بازاریابی، بزرگ‌ترین حامی منافع کشور به لحاظ اقتصادی در بازارهای جهانی باشند. ضروری است که نسبت به اعزام راینان بیشتر به کشورهای موردنظر، بخصوص کشورهای همسایه اقدام شود.

● برای افزایش صادرات غیرنفتی و تأثیر آن بر جهش تولید، اقدامات ساختاری و نهادی در حوزه تجارت نظیر تعیین مزیت‌های صادراتی کشور و سرمایه‌گذاری در تولید این کالاها باید در اولویت قرار گیرد.

رئیس اتاق بازرگانی ارومیه تاکید کرد: ضرورت توجه به مؤلفه‌های «صادرات» و «بازار داخلی» در تدوین نقشه راه صادرات غیرنفتی



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ارومیه

حسن انتظار، رئیس اتاق بازرگانی ارومیه پاسخگوی سؤالات ویژه‌نامه اتاق تبریز با محوریت «نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی با ربع قرن تجربه» بوده است که در ادامه، این گفتگو را می‌خوانید.

زمانی کوتاه‌مدت و بدون پیش آگهی موجب شده بسیاری از محموله‌های صادراتی کشور، با مشکلات عدیده برای حضور به‌موقع و مطابق با قراردادهای، در بازارهای هدف مواجه شوند و همین امر، تا حدود زیادی روند صادرات غیرنفتی کشور را کند کرده است. لذا چنانچه نقشه راه توسعه صادرات با تمرکز بر تقویت بنگاه‌ها در کشورهای هدف توسط بخش خصوصی تدوین شود، بسیار موثر خواهد بود. در تنظیم نقشه راه توسعه صادرات توسط بخش خصوصی می‌بایست هر دو موضوع صادرات و بازار داخلی مدنظر قرار بگیرد. باید توجه داشت که توسعه صادرات غیرنفتی ضروری است تا اقتصاد کشور را به سمت توسعه بیشتر پیش ببرد و هدف از توسعه صادرات رسیدن به توسعه اقتصادی است که در نهایت افزایش رفاه اجتماعی جامعه را در پی خواهد داشت.

● به نظر شما بهترین راه توسعه صادرات غیرنفتی به دور از شعارزدگی چه موارد و مسائلی است؟

توسعه صادرات در هر کشور به عوامل زیادی بستگی دارد که زیربنای همه‌ی آنها به میزان پژوهش و تحقیقات در زمینه‌ی توسعه صادرات وابسته است. از عمده‌ترین موارد جهت بهبود توسعه صادرات غیر نفتی در دو بخش کشوری و استانی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف: بخش کشوری

– تعیین راهبرد کلان و چند وجهی در تجارت خارجی کشور

● تجربه‌ی دهه‌های گذشته و برگزاری ۲۵ دوره همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی نشان داده پیش از هر زمان، لزوم تدوین نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی حس می‌شود. نظر جنابعالی در این خصوص چیست؟

در شرایط کنونی که شرایط تحریم و جنگ اقتصادی است، نیاز به نقشه راهی منطبق و متناسب با نقشه تنظیم بازار داریم که این نقشه راه می‌بایست یک برنامه‌ی عملیاتی اجرایی برای راهبردهایی باشد که نیاز به تدوین و تنظیم دارد. توسعه صادرات غیرنفتی می‌بایست با سیاست‌های تنظیم بازار منطبق شود. صادرات بیشتر از آنکه خروجی واقعیت‌های اقتصادی باشد، نتیجه‌ی روابط سیاسی کشورهاست.

در حال حاضر با توجه به اینکه در شرایط تحریم، پارامترهای کنترل نشده‌ای بر حوزه‌ی تجارت خارجی ما ناظر است، باید پیش از اینکه بخواهیم نقشه راه صادراتی بنویسیم، بیشتر به فکر اصلاح و بهبود شرایط موجود و تقویت بنگاه‌ها برای نفوذ در بازارهای کنونی باشیم. متأسفانه ما هیچگاه تاکنون برای توسعه صادرات برنامه نداشتیم و ظرفیت‌ها را نشناختیم و این درحالیست که اگر نگاه صادراتی نداشته باشیم، توسعه صادراتی شکل نمی‌گیرد.

بخشنامه‌های متناقض و بعضاً متضاد در حوزه‌ی صادرات و تولید، ضرر و زیان زیادی را متوجه صادرات غیرنفتی کشور کرده و این امر منجر به از دست رفتن برخی بازارهای صادراتی نیز شده است. از سوی دیگر، ممنوعیت در صادرات برخی از کالاها آن هم در مقاطع



- تعیین اهداف بر اساس واقعیت‌های موجود در تجارت جهانی
- عدم حذف بخش قابل توجهی از جغرافیای جهان از نقشه‌ی تجاری کشور
- توجه بیشتر به بازار کشورهایی که از اهمیت استراتژیک اقتصادی بالایی برخوردارند
- رفع محدودیت مالی و بانکی برای انتقال ارز صادراتی
- استفاده‌ی بهینه از ترجیحات تجاری
- برنامه‌ریزی برای حضور موثر در بازارهای هدف
- استفاده‌ی بهینه از ظرفیت‌های تجاری اتحادیه‌ها بخصوص اتحادیه‌ی اوراسیا
- سیاستگذاری در خصوص تمرکز بر تولید کالاهایی با مزیت‌های رقابتی و قیمتی صادراتی
- توجه جدی به گسترش زنجیره‌ی صادرات
- توسعه‌ی مراکز تجاری در بازارهای هدف
- افزایش کیفیت محصول و برندسازی محصولات
- حذف مراحل مازاد در انجام صادرات و به‌کارگیری روش‌های نوین در صادرات
- کاهش قیمت تمام شده‌ی کالا و پایین آوردن هزینه‌های صادراتی
- لزوم توجه به روش‌های تولید دانش بنیان و ضرورت ایجاد خوشه‌های صنعتی
- اجتناب از خام‌فروشی و صادرات مواد اولیه
- توسعه‌ی صادرات صنایع پایین‌دستی و تبدیلی منبع‌محور مانند پتروشیمی، فلزات و کشاورزی
- تغییر رویکرد صادراتی در ارتباط با صادرات کالا با فناوری و ارزش افزوده بالا
- اعطای مشوق‌های لازم برای تشکیل و تقویت

شرکت‌های مدیریت صادرات
- تسهیل برگشت ارز حاصل از صادرات با اتخاذ تمهیدات لازم زیرساختی و معرفی صرافی‌های معتبر به همراه معرفی نماینده ویژه بانک مرکزی در استان‌ها برای پاسخگویی به مشکلات رفع تعهد ارزی صادرکنندگان
- تصویب قوانین برای خروج شهرها و روستاهای مرزی کشور از فقر محیطی، انزوای جغرافیایی و تقویت راه‌های ارتباطی با جذب سرمایه‌گذار برای توسعه و محرومیت‌زدایی از این مناطق و پایین آوردن نرخ بیکاری
- تقویت مبادلات مرزی و تجاری‌سازی آن با رسیدگی به مشکلات شرکت‌های تعاونی مرزنشین و اضافه کردن این شرکت‌ها به معافیت موضوع ماده ۱۳۳ قانون مالیات‌های مستقیم
- ایجاد ثبات در قوانین، دستورالعمل و بخشنامه‌های تأثیرگذار در سرمایه‌گذاری و صادرات
- تقویت زیرساخت‌های حمل و نقل زمینی، ریلی و هوایی برای استفاده‌ی تجار و بازرگانان
- ایجاد تعامل هم‌افزا میان حوزه‌های مختلف بخش دولتی، بخش خصوصی، مدیران، بخش دانشگاهی و واحدهای تحقیق و توسعه
ب: بخش استانی
- تمرکز بر صادرات منابع محرک رشد و توسعه‌ی اقتصادی استان با ارزش افزوده بالا
- تامین مالی لازم برای تکمیل پایانه‌های صادراتی با عنایت به اهمیت این استان در صادرات به‌ویژه محصول سیب
- تسهیل صادرات از مرز ترمچین، سرو و بازرگان با ایجاد زیرساخت‌های لازم

توسعه‌ی صادرات غیرنفتی می‌بایست با سیاست‌های تنظیم بازار منطبق شود. صادرات بیشتر از آنکه خروجی واقعیت‌های اقتصادی باشد، نتیجه‌ی روابط سیاسی کشورهاست.

- مصوبات لازم برای تسهیل تجارت مرزی با توجه به جایگاه این استان به عنوان دروازه‌ی ارتباطات بین‌المللی و دارای نقش لجستیک، ترانزیت، بازرگانی، معدن، گردشگری در مقیاس ملی

- استثناء کردن محصولات کشاورزی و شرکت‌های تعاونی مرزنیسان از رفع تعهد ارزی

- تامین مالی لازم برای بروزرسانی تکنولوژی واحدهای صنایع موجود استان

- تمهیدات لازم برای تسریع و اتمام عملیات عمرانی پایانه‌ی مرز رازی و بهسازی جاده‌ی خوی-قطور

- افزایش اعتبارات کمک‌های فنی اعتباری برای استان

- تقویت دیپلماسی تجاری و تعامل هر چه بیشتر با تمامی کشورهای همسایه

در نهایت باید به این نکته توجه ویژه داشت که تنها افزایش صادرات، منجر به توسعه‌ی اقتصادی یک کشور نمی‌شود بلکه تسهیل کالاهای وارداتی هم دارای اهمیت هستند چرا که اگر واردات کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای و مواد اولیه افزایش یابد، می‌تواند به تولید و بهبود تکنولوژی کمک کرده و در نهایت خود این عامل نیز باعث کمک به صادرات می‌شود.

● در استان آذربایجان غربی، بزرگترین موانع و عمده‌ترین نقاط قوت صادرات غیرنفتی چه مواردی است؟

از مهم‌ترین موانع توسعه صادرات استان آذربایجان غربی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- صادرات خرد کالا بدون برند مشخص
- بستنبندی نامناسب کالا به همراه عدم تبلیغات مناسب کالا
- مشکلات نقل و انتقال ارز
- مشکلات موجود در حمل و نقل محصولات صادراتی از جمله کمبود کامیون‌های یخچالی برای محصولات کشاورزی
- مشکلات ناشی از تحریم‌ها که موجب محدودیت بسیار بالای صادراتی می‌شود
- مشکلات مربوط به رفع تعهد ارزی صادرکنندگان
- نبود تضمین مناسب برای صادرکنندگان استان
- مشکلات موجود در بازاریابی محصولات
- مشکلات در اخذ روادید
- نبود پروازهای مستقیم به شهرهای هدف صادراتی در فرودگاه استان و کمبود این پروازها در کشور
- تورم بالا و نیاز واحدهای صادراتی به گردش نقدینگی بالا برای صادرات مشابه سال‌های قبل
- عدم تخصیص تسهیلات کم‌بهره برای تقویت صادرات غیر نفتی استان در طی سال جاری
- کمبود ظرفیت تولید کالا و خدمات
- مشکلات ناشی از ساختار اقتصادی کشور
- محدودیت کالاهای صادراتی به این معنی که سبد

صادرات غیرنفتی ایران عمدتاً کالاهای با پایه‌ی نفتی بوده و سایر کالاهای چندان بازار بزرگی را به خود اختصاص نداده‌اند

نقاط قوت:

وجود ۹۶۷ کیلومتر مرز مشترک، هم‌مرز بودن با سه کشور، فعالیت ۹ گمرک مرزی و داخلی، وجود شش پایانه‌ی مرزی، همچنین یک کشیدن نام دروازه‌ی اروپا از جمله مهم‌ترین ظرفیت‌های تجاری آذربایجان غربی بوده که به خوبی از آن استفاده شده است. نوع محصولات صادراتی نیز از مهم‌ترین مسائلی است که همیشه مورد توجه بوده و نشان از جایگاه و روند فعالیت هر خطه دارد و در این بین، آذربایجان غربی با افزایش صادرات محصولات پتروشیمی به جایگاه مهم خود در شمال غربی‌ترین نقطه‌ی کشور تاکید دارد. در کنار توسعه‌ی صادرات انواع کالا از گمرکات آذربایجان غربی نباید از بخش صادراتی شهرک‌های صنعتی غافل شد. شهرک‌های صنعتی بستر مناسبی برای ایجاد اشتغال و رونق تولید و جذب سرمایه‌گذاران مختلف هستند و می‌توان از این ظرفیت ایجاد شده در راستای توسعه‌ی صنعتی هر شهرستان استفاده کرد چرا که افزایش تولید، مهم‌ترین بخش توسعه هر کشور و موتور محرک برای رشد و توسعه بوده و در ایجاد رفاه عمومی بیشترین نقش را برعهده دارد. توسعه‌ی صادرات کنسرسیوم‌های صنعتی نیز بخشی قابل توجه برای توسعه‌ی صادرات در استان آذربایجان غربی به شمار می‌آید.

یکی دیگر از نقاط قوت در توسعه‌ی صادرات استان آذربایجان غربی ترانزیت‌محور بودن این استان است. از نقاط قوت دیگر استان می‌توان به منطقه‌ی آزاد ماکو اشاره کرد. منطقه‌ی آزاد تجاری ماکو به عنوان یکی از بزرگترین مناطق آزاد تجاری جهان در تبدیل شدن استان به هاب اقتصادی و صادراتی نقش موثری خواهد داشت لذا باید از تمامی ظرفیت‌های این منطقه به اتخاذ تصمیمات درست و مقتضی برای ایجاد فرصت‌های اشتغال و جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی صادرات بهره‌مند شد.

بهره‌مندی از ظرفیت و مزایای منطقه آزاد تجاری صنعتی، مناطق ویژه اقتصادی و بازارچه‌های مرزی در راستای توسعه‌ی تجارت به‌ویژه صادرات درآمدزا با افزایش شاخصه‌های سرمایه‌گذاری به‌ویژه سرمایه‌گذاری خارجی صادرات محور در این مناطق، یکی دیگر از عمده‌ترین نقاط قوت صادرات غیر نفتی در استان است. از جمله‌ی این مناطق، منطقه‌ی سرو است که یکی از مناطق بسیار بکر و در عین حال دارای ظرفیت در جهت توسعه می‌باشد. بهره‌برداری از ظرفیت تجاری و اقتصادی سرو، به علت نزدیکی به بندر "مرسین" ترکیه بسیار با اهمیت بوده و لذا پایانه‌ی مرزی سرو به عنوان قطب مهم صادرات و واردات

حل مشکلات سیاسی در روابط با کشورهای همسایه و سایر کشورها، پرهیز از رفتارهای تنش‌آفرین در منطقه و جهان، ترغیب سرمایه‌گذاران خارجی و ایرانیان خارج از کشور به سرمایه‌گذاری، بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی روز دنیا و شناسایی بازارهای جدید برای دستیابی به بازارهای صادراتی از جمله مواردی است که وزارت امور خارجه باید به آن توجه کند.

برای تحقق
دیپلماسی
اقتصادی
صادرات‌محور
نیاز است
سفارت‌خانه‌ها
مسائل اقتصادی
و تجاری را به
عنوان یکی از
اصلی‌ترین وظایف
در کشورهای
هدف دنبال کنند
و شرایط عملی
ساختن طرح‌های
اقتصادی و تجاری
منطقه‌ای، بین
المللی و انعقاد
تفاهم‌نامه‌ها و
پیمان‌نامه‌ها را
فراهم کنند.

کشور ترکیه، از اهمیت خاصی برخوردار است که با توجه به این امر، این پایانه می‌تواند نقش بالایی در توسعه‌ی استان از نظر تجاری ایفا کند و نیز به‌عنوان مبادی رسمی ورود و خروج کشور نقش بسزایی در اقتصاد و ارزآوری و صادرات و واردات به کشور خواهد داشت. از دیگر نقاط قوت استان می‌توان به منطقه‌ی ویژه‌ی اقتصادی سلماس و منطقه‌ی ویژه‌ی اقتصادی سرو اشاره کرد.

● **عملکرد ریزنی اقتصادی سفارتخانه‌های ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**
دیپلماسی اقتصادی در توسعه‌ی صادرات غیرنفتی به چه میزان تاثیرگذار است؟
یکی از موضوعات با اهمیتی که در روابط ایران با کشورهای هدف صادراتی در توسعه‌ی صادرات غیر نفتی موثر بوده، دیپلماسی اقتصادی است. تقویت دیپلماسی اقتصادی به منظور دسترسی به بازارهای صادراتی، افزایش صادرات و سرمایه‌گذاری خارجی و تاثیرگذاری بر قواعد بین‌المللی ضرورتی بوده که بدون آن دستیابی به رشد و توسعه‌ی اقتصادی دشوار است. دیپلماسی اقتصادی باید مبتنی بر سه محور دسترسی به بازارهای خارجی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی و اثرگذاری بیشتر بر تعاملات، اسناد و فرآیندهای بین‌المللی تدوین شود و چهره‌ی سیاسی سفارتخانه‌ها به چهره‌ی اقتصادی نیز تغییر یافته و نقش استان‌ها، ترانزیت و گمرک و غیره در تقویت دیپلماسی اقتصادی باید روشن شود.

جمهوری اسلامی ایران به دلیل تحریم‌ها نیازمند گسترش ارتباطات خود با سایر کشورها از جمله کشورهای همسایه و کشورهایی است دارای ارتباطات و اشتراکات قومی و فرهنگی، اشتراکات جغرافیایی و سایر مولفه‌های نزدیکی هستند و کشورهای آسیای مرکزی از این جهت می‌توانند گزینه‌های خوبی برای ایران باشند. لذا ابتدا می‌بایست ظرفیت‌های داخل کشور و کشورهای این منطقه شناسایی شود و سپس طراحی و تدوین استراتژی‌هایی که جمهوری اسلامی ایران بتواند با کشورهای مختلف این منطقه ارتباط برقرار کند، صورت پذیرد.

این استراتژی باید براساس شناختی باشد که از چالش‌ها، ظرفیت‌ها و مشکلات شناسایی شده است. رشد پایدار صادرات نیازمند اتخاذ دیپلماسی اقتصادی قوی و کارآمد و هماهنگی دستگاه‌های اقتصادی و سیاسی به‌ویژه وزارت امور خارجه است. از همین رو، دولت و در راس آن وزارت امور خارجه در جهت رفع موانع سیاسی و تسهیل تجارت با کشورها، باید دیپلماسی فعال‌تری را در دستور کار قرار دهد. انتخاب ریزن‌ان بازگانی آگاه و مسلط با مشورت و تعامل دستگاه‌های دولتی و بخش خصوصی، هماهنگی در انتخاب سفرا

و نیروهای سفارتخانه‌ها در خارج از کشور، حمایت و تقویت از ایجاد تشکلهای تجار مقیم در کشورهای دیگر، حمایت و تسهیل ایجاد دفتر، شعب، نمایندگی‌ها و مراکز تجاری از سوی بخش خصوصی از جمله راهکارهایی است که همراه با یک دیپلماسی اقتصادی قوی برای بهبود وضعیت تجارت خارجی نیاز است. برای تحقق دیپلماسی اقتصادی صادرات‌محور نیاز است سفارت‌خانه‌ها مسائل اقتصادی و تجاری را به عنوان یکی از اصلی‌ترین وظایف در کشورهای هدف دنبال کنند و شرایط عملی ساختن طرح‌های اقتصادی و تجاری منطقه‌ای، بین‌المللی و انعقاد تفاهم‌نامه‌ها و پیمان‌نامه‌ها را فراهم کنند. حل مشکلات سیاسی در روابط با کشورهای همسایه و سایر کشورها، پرهیز از رفتارهای تنش‌آفرین در منطقه و جهان، ترغیب سرمایه‌گذاران خارجی و ایرانیان خارج از کشور به سرمایه‌گذاری، بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی روز دنیا و شناسایی بازارهای جدید برای دستیابی به بازارهای صادراتی از جمله مواردی است که وزارت امور خارجه باید به آن توجه کند.

ایجاد فرصت انعقاد پیمان‌نامه‌های تجاری، منطقه‌ای، جهانی دوجانبه و چندجانبه و همچنین توافق‌نامه‌های تجارت ترجیحی و آزاد با کشورها و اتحادیه‌های اقتصادی و استفاده از امتیازهای حاصل از موقعیت ژئوپلیتیکی کشور و بهره‌گیری از این امتیازات در قالب یک دیپلماسی صادراتی موثر نیز به پیشبرد اهداف صادراتی کمک خواهد کرد. در خصوص عملکرد ریزن اقتصادی چنانچه اختیار معرفی ریزن‌های بازگانی متخصص در امر اقتصادی به بخش خصوصی واگذار شود، عملکرد این ریزن‌ان مطلوب خواهد بود و لذا سمت و سوی نهایی در دیپلماسی اقتصادی باید به گونه‌ای باشد که به تقویت جایگاه اتاق ایران و جایگاه اتاق‌های مشترک در روابط اقتصادی برون مرزی منجر شود و به تعبیری دیگر جایگاه اتاق‌های مشترک در طرح دیپلماسی اقتصادی و در تنظیم مراودات اقتصادی بین‌المللی با کشورهای دیگر مشخص شود. زیرا بازیگر اصلی دیپلماسی اقتصادی بخش خصوصی است گرچه در دیپلماسی اقتصادی کنونی نقش و جایگاه بخش خصوصی مشخص نیست.

● **در دوران پساکرونا برای موفقیت در تولید و توسعه‌ی صادرات غیرنفتی باید چه رویکردهایی اخذ کنیم؟**

با عنایت به مشکلات متعدد در تجارت خارجی از جمله دیپلماسی اقتصادی و وضعیت حاکم کشورمان در روابط تجارت جهانی، علی‌رغم تاثیر کووید ۱۹ در امر توسعه‌ی صادرات در ایران همانند سایر کشورهای جهان، بدیهی است حل مشکلات به شرح فوق در دوران پساکرونا هم موثر خواهد بود.

رئیس اتاق بازرگانی البرز مطرح کرد:

تسهیل‌گری در امر تجارت اساس تدوین نقشه راه توسعه‌ی صادرات



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی البرز
ALBORZ CHAMBER OF COMMERCE, INDUSTRIES, MINES & AGRICULTURE

پرهام رضایی، رئیس اتاق بازرگانی البرز پاسخگوی سوالات ویژه‌نامه اتاق تبریز با محوریت «نقشه راه توسعه‌ی صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی با ربع قرن تجربه» بوده است که در ادامه، این گفتگو را می‌خوانید.

● تجربه‌ی دهه‌های گذشته و برگزاری ۲۵ دوره همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی نشان داده بیش از هر زمان، لزوم تدوین نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی حس می‌شود. نظر جنابعالی در این خصوص چیست؟

در فرآیند توسعه‌ی اقتصادی، تقویت تولیدات داخلی صادرات‌محور با تکیه بر ظرفیت بخش خصوصی به عنوان یک راهکار اساسی باید مورد توجه قرار گیرد زیرا تحقق این امر در کنار کمک به کاهش معضلات نظیر فقر و بیکاری، موجب توانمندسازی جامعه می‌شود و به همین دلیل در تدوین نقشه راه توسعه‌ی صادرات غیرنفتی بحث تسهیل‌گری در امر تجارت از جمله حذف بروکراسی پیچیده‌ی اداری، جلوگیری از صدور دستورالعمل، مصوبه و تصمیمات سریع و بدون پشتوانه‌ی کارشناسی نهادها، ارگان‌ها، سازمان‌ها و ادارات باید مورد توجه جدی قرار گیرد.

به عبارت دیگر تدوین نقشه راه توسعه صادرات حتماً می‌بایست توسط بخش خصوصی و یا حداقل با اعمال نظرات کارشناسی بخش خصوصی صورت گرفته و سازمان توسعه‌ی تجارت به عنوان متولی توسعه‌ی صادرات به کشور باید به‌صورت جدی در جهت تحقق موارد فوق ایفای نقش کرده و امر تسهیل‌گری صرفاً محدود به برگزاری همایش نشود.

● به نظر شما بهترین راه توسعه‌ی صادرات غیرنفتی به دور از شعارزدگی چه موارد و مسائلی است؟

یکی از اساسی‌ترین چالش‌ها در حوزه‌ی صادرات غیر نفتی وجود دستگاه‌های متعدد در حوزه‌ی تصمیم‌سازی

و تصمیم‌گیری است که فعالان این حوزه را با مشکلات جدی مواجه ساخته است، لذا داشتن برنامه‌های توسعه‌ای بلندمدت به عنوان سند فرادستی، تشکیل شورای مشورتی در حوزه‌ی تجارت خارجی در کنار فراهم کردن بستر لازم جهت تجارت آزاد با حذف محدودیت‌ها، استثنائات و امضاهای طلایی و نظایر آن که در نهایت موجب از بین رفتن انحصار برای افراد خاص می‌شود و همچنین توجه جدی به تسهیل در روابط تجاری با اجرای صحیح دیپلماسی و تعامل سازنده با دیگر کشورها از عمده مطالبی است که می‌تواند در تحقق این امر مهم موثر واقع شود.

● در استان البرز، بزرگترین موانع و عمده‌ترین نقاط قوت صادرات غیرنفتی چه مواردی است؟

از عمده موانع و مشکلات حوزه صادرات استان البرز همانند سایر استان‌های کشور تعداد قوانین، بخشنامه‌ها، دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های اجرایی است که در عمل به جای تسهیل در امر تجارت موجب بروز مشکلات عدیده‌ای شده است. در کنار این موضوع تنگناهای ناشی از شیوع کرونا، افزایش سطح تحریم‌های اقتصادی، اعمال تعرفه‌ی بالای گمرکی در کشورهای هدف صادراتی و نوسانات شدید نرخ ارز موجب کاهش تدریجی سهم کشور در بازارهای خارجی شده است.

از دیگر موانع عمده در استان البرز نزدیکی به پایتخت بوده که در مواردی باعث عدم تصمیم‌گیری سریع مدیران شده و سعی می‌شود بار مسئولیتی مدیران به دستگاه فرادستی و ملی خود در پایتخت منتقل و عملاً مدیران استانی از اختیارات مدیریتی خود استفاده بهینه کنند. از نقاط قوت استان البرز توان تولیدی قابل توجه در بخش‌های مختلف با وجود بیش از ۳ هزار واحد تولیدی

یکی از
اساسی‌ترین
چالش‌ها در
حوزه‌ی صادرات
غیر نفتی وجود
دستگاه‌های
متعدد در حوزه
تصمیم‌سازی و
تصمیم‌گیری است
که فعالان این
حوزه را با مشکلات
جدی مواجه
ساخته است.



آنچه مسلم است دیپلماسی اقتصادی تاثیر بسزایی در توسعه صادرات غیرنفتی خواهد داشت مشروط بر اینکه ابتدا دیپلماسی سیاسی نقش مفید و موثر خود را ایفا نموده و بستر لازم را جهت فعالیت اقتصادی فراهم کند.

ابتدا دیپلماسی سیاسی نقش مفید و موثر خود را ایفا نموده و بستر لازم را جهت فعالیت اقتصادی فراهم کند.

• در دوران پساکرونا برای موفقیت در تولید و توسعه صادرات غیرنفتی باید چه رویکردهایی اتخاذ کنیم؟

خوشبختانه با بهبود شرایط کشور در روبا رویی با بیماری کرونا می‌توان بر رفع موانع صادراتی از جمله تسریع در انجام مرادوات مالی تمرکز کرد. علاوه بر موضوع فوق‌الذکر موارد زیر نیز جهت استحضار و بذل توجه تقدیم حضور می‌شود:

(الف) بهره‌مندی از دانش فناوری اطلاعات جهت توسعه صادرات در اولویت خواهد بود زیرا در دوران کرونا و حسب ضرورت کشورهای مختلف با شدت و سرعت بیشتر به این سمت و سو حرکت کرده‌اند.

(ب) بهره‌مندی از تجارب اشخاص با سابقه در فعالیت‌های تجاری در تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها و اعتماد بیشتر به فعالان بخش خصوصی

(ج) حذف و بلا اثر نمودن قوانین، مقررات، مصوبات و دستورالعمل‌هایی که به نوعی موجب کاهش سرعت انجام امور تجاری به‌ویژه در حوزه صادرات شده و مانع محسوب می‌شوند زیرا حمایت از صادرات بدون نیاز به بازنویسی قوانین و مقررات جدید و نیز بهره‌گیری از تجارب و مقررات کشورهای موفق در این حوزه امکان‌پذیر نخواهد بود.

در کنار موارد فوق افزایش توان رقابت‌پذیری کالاهای تولید داخل با رعایت مواردی مانند بهبود کیفیت بسته‌بندی محصولات صادراتی و تمرکز بر شناخت کالاهای تولیدی مشابه پرتعداد در دیگر کشورها و همچنین رفع مشکلات حمل و نقل به‌ویژه در بحث ترانزیت نیز می‌تواند از رویکردهای موثر و مفید در این زمینه باشد.

و صنعتی در حوزه‌های مختلف و متنوع است که جایگاه استان البرز را در بازارهای رقابتی برخی صنایع مانند صنایع غذایی، دارویی و قطعات خودرو و ... متمایز ساخته است. علاوه بر این تولید و به‌ویژه صادرات محصولات کشاورزی از جمله سبزیجات، صیفی‌جات و میوه‌جات نیز در استان البرز قابل توجه بوده و فعالان این حوزه نیز در کنار تولیدات صنعتی توان تأمین بخشی از نیاز مشتریان در خارج از کشور را دارا هستند.

• عملکرد رایزنی اقتصادی سفارتخانه‌های ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ دیپلماسی اقتصادی در توسعه صادرات غیرنفتی به چه میزان تاثیرگذار است؟

یکی از مؤلفه‌های خروج اقتصاد یک کشور از رکود، صادرات است که نقش مهمی در افزایش تولید ناخالص ملی و افزایش درآمد ارزی دارد. از جمله روش‌های تسهیل در امر صادرات توجه به دیپلماسی اقتصادی و عملکرد موثر سفارتخانه‌ها و رایزن‌های اقتصادی جهت ایجاد و یا تقویت روابط مناسب با بازار هدف و نیز ایرانیان مقیم خارج از کشور و جلب اعتماد آنان برای سرمایه‌گذاری در کشور است. با توجه به وجود تحریم‌های ظالمانه و اثرات آن از جمله کاهش قدرت چانه‌زنی و بازاریابی صادرکنندگان ایرانی، رایزن‌های اقتصادی می‌توانند نقش مؤثری برای ایجاد و یا بسط ارتباطات بین فعالان این حوزه و بازار هدف باشند. ذکر این نکته ضروری است که متأسفانه عملکرد رایزن اقتصادی سفارتخانه‌های کشور در مجموع مثبت ارزیابی نشده و به نظر می‌رسد در این حوزه نیز می‌بایست از بخش خصوصی کمک گرفته شود.

آنچه مسلم است دیپلماسی اقتصادی تاثیر بسزایی در توسعه صادرات غیرنفتی خواهد داشت مشروط بر اینکه

رئیس اتاق بازرگانی قم:

تدوین نقشه راه صادرات بدون توجه به نظرات بخش خصوصی ممکن نیست



اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی قم

ابوالفضل خاکی، رئیس اتاق بازرگانی قم پاسخگوی سوالات ویژه‌نامه اتاق تبریز با محوریت «نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی با ربع قرن تجربه» بوده است که در ادامه، این گفتگو را می‌خوانید.

را بر پایه اصالت کار و مأموریت که مربوط به تشکیل بخش خصوصی (اتاق‌های بازرگانی) است، مطرح کرده و شاخص‌های کاربردی تعیین شود.

● در استان قم، بزرگترین موانع و عمده‌ترین نقاط قوت صادرات غیرنفتی چه مواردی است؟

از نظر موانع توسعه صادرات در استان‌ها، به‌نظر می‌رسد چالش‌ها در حدود ۸۰ درصد بین استان‌ها مشترک بوده و بارها تکرار شده است اما به‌طور خاص در استان قم (سهم ۲۰ درصد) محورهای اصلی عبارتند از:

الف) چندگانگی و عدم یکپارچگی در زمینه صدور کارت‌های بازرگانی بین سازمان صمت و اتاق بازرگانی در ایستگاه‌های مختلف فرایندی که نتیجه آن صدور کارت در یک بازه‌ی حداقل ۶ ماهه صورت می‌پذیرد و این خود یک رکورد جهانی است.

ب) نظام بازگشت ارز حاصل از صادرات و روش بازگشت ارز با سلیقه و روش دولتی نشانگر بی‌اعتمادی به دو سامانه‌ی بخش خصوصی است و عقب‌گرد در آمار صادرات رسمی و قانونی تلقی می‌شود. مضافاً که در همین فرایند ناقص و پیچیده و مبهم گاهی ۳ سامانه‌ی امور مالیاتی، بانک مرکزی و سازمان توسعه تجارت همسان عمل

● تجربه‌ی دهه‌های گذشته و برگزاری ۲۵ دوره همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی نشان داده بیش از هر زمان، لزوم تدوین نقشه راه توسعه صادرات غیرنفتی توسط بخش خصوصی حس می‌شود. نظر جناب‌عالی در این خصوص چیست؟

تدوین نقشه راه برای توسعه صادرات غیرنفتی توسط دولت بدون ترتیب اثر دادن به نظرات بخش خصوصی امکان‌پذیر نخواهد بود یا حداقل در کوتاه‌مدت نتایجی سطحی بوجود آمده اما نهایتاً به شکست منجر می‌شود. تجربه‌ی ۲۵ دوره همایش مشکله نشان می‌دهد، جلسات و همایش‌های برگزار شده حاوی شعارهای بی‌پشتوانه و بدون اثر معنادار در منظومه‌ی اقتصاد کشور بوده است و تکرار آن صرف اتلاف منابع (زمان و هزینه) خواهد بود.

● به نظر شما بهترین راه توسعه صادرات غیرنفتی به دور از شعار چه موارد و مسائلی است؟

برای رهیافت و دستیابی به مهمترین گام‌های توسعه صادرات غیرنفتی، دولت باید همانند سایر کشورها و به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته با اعتماد به بخش خصوصی (نه در شعار و لفاظی‌ها) پیشنهادات

عملکرد رابینا
اقتصادی و
وابسته‌های تجاری
در سفارتخانه‌های
ایران علاوه بر
آنکه از نظر کمیت
بسیار محدود
و ناچیز است،
از نظر کیفیت
هم نتوانسته
پاسخگوی نیازهای
تجّار و اتاق‌های
بازرگانی باشد.



تدوین نقشه
راه برای توسعه
صادرات غیرنفتی
توسط دولت
بدون ترتیب اثر
دادن به نظرات
بخش خصوصی
امکان‌پذیر
نخواهد بود یا
حداقل در کوتاه
مدت نتایجی
سطحی بوجود
آمده اما نهایتاً
به شکست منجر
می‌شود.

از نظر کمیت بسیار محدود و ناچیز است، از نظر کیفیت هم نتوانسته پاسخگوی نیازهای تجار و اتاق‌های بازرگانی باشد. لذا توسعه‌ی دیپلماسی اقتصادی از طریق نیروی انسانی توانمند، خلاق و کارآمد امکان‌پذیر است که اخیراً از نظر گفتمان از سوی دولتمردان تکرار می‌شود. لیکن هنوز نماد عینی و عملیاتی آن به‌وجود نیامده است. مشورت با اتاق‌های مشترک برای انتصاب افراد به این مسئولیت‌ها حائز اهمیت است.

● در دوران پساکرونا برای موفقیت در تولید و توسعه‌ی صادرات غیرنفتی باید چه رویکردهایی اتخاذ کنیم؟

در دوران پساکرونا، شاخص‌های اقتصادی تفاوت زیادی ندارند اما نظام سخت‌گیرانه‌تر تحریم‌ها، گلوئی اقتصاد را بیش از پیش می‌فشارد و اقتصاد را از نفس انداخته است لذا امضاء برجام - هر چند با حداقل‌های امتیاز برای کشور - تا حدودی زمینه‌ی برگشت آرامش به اقتصاد را به‌وجود می‌آورد. آمار خروج سرمایه از تالار بورس و روند صعودی آن طی هفته‌های اخیر، تنش‌های اقتصادی را بوجود آورده و با توجه به ضریب توانی آن (گسترش شایعه‌های اقتصادی و انتشار آمار زرد) تأثیرات آن را به‌صورت امواجی گسترش خواهد داد. لذا پیشنهاد می‌شود دولت مجدد از توان کارشناسی و مشاوره‌ی اتاق‌های بازرگانی خود را بی‌بهره نسازد.

نکرده و اطلاعات متفاوت را ارائه می‌کنند که نیاز به روزرسانی مداوم دارند.

ج) جواز صادراتی به برترها و نمونه‌های استانی، بی‌خاصیت بوده و انگیزه‌ی پایداری برای قرار گرفتن افراد در کاندیداتوری صادرکننده‌ی نمونه و برتر ایجاد نمی‌کند چون اصولاً اختیار و امتیازی برای واحدهای نمونه‌ی استانی تعریف نشده است. د) عدم وجود شرکت‌های بزرگ مقیاس تجاری و صادراتی به‌ویژه در بخش محصولات کشاورزی (مگاپروژه) برای پاسخگویی به مشتریان حرفه‌ای بخصوص در حوزه‌ی اوراسیا و کشور روسیه که یکی از عقب‌ماندگی‌ها نسبت به تجار سایر کشورها در معاملات اوراسیاست.

ه) سیستم‌های حمل و نقل خاص برای کالاهای آسیب‌پذیر (میوه و سبزیجات) ناکافی و سنتی بوده و وضعیت کلی در انتقال این نوع کالاها موجب آسیب به بخشی از ظرفیت استان شده است.

● عملکرد راینزنی اقتصادی سفارتخانه‌های ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ دیپلماسی اقتصادی در توسعه‌ی صادرات غیرنفتی به چه میزان تأثیرگذار است؟

عملکرد راینزان اقتصادی و وابسته‌های تجاری در سفارتخانه‌های ایران علاوه بر آنکه

موانع و مشکلات صادرکنندگان آذربایجان شرقی

برگزاری بیست و ششمین همایش ملی توسعه صادرات غیر نفتی بهانه‌ای شد، برای صحبت با صادرکنندگان. با تعدادی از صادرکنندگان با سابقه و موفق استان تماس گرفتیم تا در مورد چالش‌ها و موانع صادرات در استان صحبت کنیم. عده‌ای به کل از مصاحبه سر باز زدند. مشخص بود دل پُری دارند، اما زبان به سخن نگشودند، گویا روزه‌ی سکوت گرفته‌اند در برابر این همه دشواری. برخی نیز سخن گفتند، هر چند کوتاه. برخی هم درددل‌هایشان را تیتروار گفتند تا شاید در فرصت چند دقیقه‌ای یک مکالمه‌ی تلفنی بتوانند تمام رنجی را که سال‌ها متحمل شده‌اند تا نام ایران در بازارهای جهانی بر زبان‌ها جاری شود، را در چند جمله بیان کنند. در نهایت توانستیم با ۱۶ نفر صحبت کنیم و بشنویم آنچه را که زیسته‌اند تا اقتصاد ایران سرپا بماند. ماحصل این مصاحبه‌ها چکیده‌ای از درد دل و خواسته‌های صادرکنندگان است.

میر جلال سید جلالی
شرکت نگین گام پارس



اول باید صادرات کنیم که بعد مشکل پیش بیاید

مشکل بزرگ و اساسی ما این است که عملاً در کشور جلوی صادرات را گرفته‌اند.

ما قبلاً به کشور ترکیه صادرات داشتیم، اما بعد از محدود کردن واردات از ترکیه، این کشور از سال ۹۸ متقابلاً واردات قیر از ایران را ممنوع کرده است، به تبع آن صادرات ما به گرجستان به دلیل مشکل عبور کالا از ترکیه نیز تقریباً قطع شده است. ما عملاً فقط بازار ارمنستان را در دست داریم.

در این شرایط کشور عراق محصولاتش را بعد از عبور از ایران و ترکیه به راحتی به گرجستان می‌فرستد، ما نیز بعضاً مجبور می‌شویم تولیدات خود را به اسم عراق به این کشور بفرستیم.

در اصل ما نمی‌توانیم صادراتی انجام دهیم که به دنبال آن مشکل هم به وجود بیاید. در این اوضاع مشکل مربوط به اخذ عوارض و ارزش افزوده را هم که اضافه کنید، متوجه سختی‌هایی که تولیدکنندگان می‌کشند، می‌شوید.

جعفر فرجی‌پور
شرکت کیسه تبریز



عمده‌ترین مشکل ما تهیه مواد اولیه است

تامین مواد اولیه‌ی تولید مشکلی است که ما تولیدکنندگان در این صنف همواره با آن مواجه بوده و هستیم.

تصور کنید شرکت ما با کارخانجات سیمان قرارداد بسته و متعهد به تامین محصولات درخواستی طی زمان مشخص با قیمت معین شده است، اما به دلیل افزایش لجام‌گسیخته‌ی قیمت مواد اولیه عملاً قیمت تمام شده برای محصول، بیشتر از مبلغ قرارداد تمام می‌شود. با این حال با توجه به تعهد اخلاقی که به مشتری داریم و هم‌چنین چک تضمینی که به شرکت طرف قرارداد داده‌ایم، نمی‌توانیم سفارش را لغو کنیم. در این شرایط اگر کار کنیم، چطور کار کنیم؟ اگر کار نکنیم چه کسی چک‌های برگشتی ما را پاس می‌کند؟!

من نمی‌دانم چرا زمانی که خود ما در کشور تولید داریم، باید مواد اولیه کم عرضه شود و قیمت‌ها افزایش یابد؟!

سامان وطن‌خواه علمدار
شرکت ارسا تجارت گستر آذر ارس



اصلی‌ترین مانع بر سر راه صادرات، تحریم است

در حال حاضر مسئله‌ی تحریم باعث شده است که برگشت ارز حاصل از صادرات به کشور مشکل شود. از یک سو قانون ما را متعهد به برگرداندن ارز می‌کند، اما از سویی دیگر ایران در کشورهای خارجی نه سوئیفت دارد، نه حساب بانکی و نه امکان وارد کردن مستقیم اسکناس، به همین دلیل ما برای بازگرداندن ارز به کشور، واردات انجام دهیم که همین امر روند کار را برای ما سخت‌تر می‌کند؛ چرا که خود پروسه‌ی واردات کلی موانع و چالش دارد.

در کنار این عوامل باید به مشکلات مربوط به حمل و نقل، لجستیک، نبود تریلی یخچالدار و... نیز اشاره کرد.

جمال صفائیان
شرکت ترمه بافت آذر



موانع صادرات یک واحد درسی است

هنگام سخن گفتن از موانع صادرات در ابتدا باید به پیش پا افتاده‌ترین مورد که همان تامین مواد اولیه است، برگردیم. در صنعت ما این مشکل از همان ابتدا بوده است. در حال حاضر چون مواد اولیه ما از بورس تامین می‌شود، قیمت بالاتر از نرخ جهانی درمی‌آید؛ با توجه به وجود فضای رقابتی در بورس، دلاری که به طور مثال در بازار آزاد ۳۳ هزار تومان معامله می‌شود، در بورس به ۴۰ هزار تومان می‌رسد، این در حالی است که مبنای بورس ارز نیمایی است. با این اوصاف وقتی ما می‌خواهیم محصولی را صادر کنیم، به دلیل قیمت تمام بالا، در بازار جهانی از رقابت باز می‌ماند.

مشکل دیگری که ما صادرکنندگان با آن دست به گریبان هستیم، مسئله برگشت پول صادرات است. به دلیل نبود شعب بانک ایرانی در کشورهای دیگر، ما باید برای بازگشت پول محصولات صادراتی به صرافی‌ها مراجعه کرده و بابت حواله‌ی پول هم هزینه‌ی هنگفتی پرداخت کنیم. صرافی‌ها به ما ریال می‌دهند، اما دولت از ما دلار می‌خواهد، اما از ما نمی‌پرسد که چطور باید با خود دلار بیاوریم!

به نظر من در شرایطی که سیستم بانکی تحریم است، دولت باید از صادرکننده حمایت کند، نه اینکه از پایش بکشد.

حسین دقیقی

توسعه تجارت نگین پارس ایرانیان



بانک‌ها و گمرک اصلی‌ترین موانع صادرکنندگان

گمرک و بانک‌ها با سنگ‌اندازی، بیشترین اذیت را به صادرکنندگان می‌دهند. بانک‌ها در شرایطی که به خاطر تحریم با مشکلات متعددی مواجه هستیم ما را ملزم به رعایت تعهد ارزی می‌کنند و این قضیه واقعا ما را به دشواری انداخته است. از طرف دیگر گمرک و اداره‌ی استاندارد هر کدام به نحوی باعث پیچیده شدن امور می‌شوند. ما صادرکنندگان مدام به کشورهای دیگر رفته، خودمان را به آب و آتش می‌زنیم تا برای محصولاتمان بازاربایی کنیم، اما در نهایت به دلیل موانعی که در کشور خودمان داریم، از سوی کشور مقصد مجرم شناخته می‌شویم. باید در کشور آنقدر به صادرکننده اهمیت داده شود، که در این اوضاع سخت از فعالیت دلسرد نشود.

محمدعلی آقائی زاده نیکجو

نقشبینه چاپ تبریز



«تحریم» اصلی‌ترین چالش صادرکنندگان

اصلی‌ترین چالش امروز ما صادرکنندگان مسئله‌ی تحریم است که به تنهایی به بروز انواع مسائل انجامیده است. مشکلات ما صادرکنندگان زیاد است، اما در واقع منشاء بیشتر این مشکلات به تحریم‌ها بازمی‌گردد، از ابتدایی‌ترین مواعیل تولید تا صادرات! اگر این مشکل رفع شود، باقی قضایا قابل حل هستند. یکی از مواردی که از همین تحریم‌ها سرچشمه می‌گیرد، مقوله‌ی بازگشت پول صادرات به کشور است. رفع تعهد ارزی از جمله مشکلات صادرکنندگان است. دولت خواستار بازگشت ارز حاصل از صادرات از ما است، ما هم در واقع همین خواسته را داریم، اما راهی برای این کار در عمل وجود ندارد.

میر محمد موسی زاده

کارخانه خشکبار میر محمد موسی زاده



وظیفه‌ی دولت حمایت از باغدار و صادرکننده است

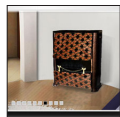
بسیاری از باغداران شهرستان‌های ملکان، بناب، عجبشیر و مراغه که تاکنون انگور دارند، محصول باغ‌های خود را در ابتدا در بازارهای داخلی عرضه می‌کنند، اما به دلیل نبود استقبال از یکسری محصولات، ۹۰ درصد آنها را به شکل انگوری درآورده و برای صادرات به ما می‌فروشند. ما نیز اقدام به صادرات انگور و کشمش به برخی کشورهای عربی و کشورهای آسیای میانه می‌کنیم. اما در این بین با دو مسئله‌ی مهم مواجه هستیم اولی قیمت تمام شده‌ی محصولات عرضه شده‌ی ما در کشورهای مقصد است که مانع از فروش آن می‌شود، به طوریکه اکنون کشور ازبکستان عملا به خاطر قیمت تمام شده‌ی پایین، در بازار فروش از ما جلو زده است.

دومین مورد که به ضرر باغدار تمام می‌شود، اخذ نیم درصد گمرکی از کشاورز است. کسی نیست بگوید آخر کشاورز ارز نیمایی چه می‌داند چیست؟ یا چرا باید هزینه‌ی گمرک بدهد؟! این انصاف نیست کشاورزی که با سن بالا و به‌سختی هزینه‌های خانواده‌اش را تامین می‌کند، چنین هزینه‌های اضافی را متحمل شود.

زمان ریاست جمهوری آقای خاتمی، برای صادرکنندگان مشوق‌هایی در نظر گرفته بودند و این کار ما را دلگرم می‌کرد، اما الان ما جز ضرر و زیان هیچ نتیجه‌ای از فعالیت‌هایمان نمی‌بینیم.

میر علی حسنی کجباباد

تولیدی تبریز مهبان گاز



سیاست خارجی ایران در صادرات ضعیف عمل می‌کند

سیاست خارجی ما در زمینه‌ی سیاست ضعیف عمل کرده است. ما هیچ ارتباطی با کشورهای خارجی نداریم. فقط توانسته‌ایم تا حدودی بین کشورهای عربی بازار به دست بیاوریم. این در حالی است که وزارت امور خارجه باید با تعاملات دیپلماتیک راه را برای صادرکنندگان هموار می‌کرد.

امروز برای ساده‌ترین معامله و تجارت در عرصه‌ی بین‌الملل باید تعهد داد، اما ما حتی بانکی قانونی و رسمی در خارج از ایران نداریم، در نتیجه آنها ما را برای عقد قرارداد به رسمیت نمی‌شناسند و در نهایت ما نمی‌توانیم سهمی در بازارهای جهانی به دست بیاوریم.

به فرض هم با هزار زور و زحمت قراردادی بسته و محصولاتمان را صادر کنیم، تازه در این لحظه باید فکر نحوه‌ی انتقال ارز باشیم و در این مورد یا باید به صرافی مراجعه کنیم یا به طریقی خودمان پول را مستقیم به کشور بیاوریم.

علی رضا ولی زاده سرابی

شرکت پالایش نگین سیاه آذربایجان



تاخیر در پرداخت ارزش افزوده به ضرر صادرکننده است

دولت با تاخیر در پرداخت ارزش افزوده باعث می شود ما صادرکنندگان متضرر شوند. به عنوان مثال ما دولت حدود ۱۰ میلیارد دلار از سال ۹۸ باید به من ارزش افزوده پرداخت کند، اما هنوز بعد از سه سال هیچ مبلغی دریافت نکرده ایم. طی این سه سال قیمت دلار چندین برابر شده است و برابری ریال تا حد زیادی پایین آمده. کارهایی که با ۱۰ میلیارد دلار چند سال قبل می شد انجام داد، اکنون نمی شود، حل کرد. ما قبلا به کشورهای ارمنستان، گرجستان، ترکیه و ونزوئلا صادرات داشتیم، اما الان به دلیل اینکه قیمت نهایی تولیدات ایرانی نسبت به سایر کشورها گران تر تمام می شود، عملا از رقابت بازمانده ایم. در حال حاضر کشور عراق به دلیل پایین بودن قیمت نهایی محصولات، بازار گرجستان را از دست ما درآورده است. و تنها بخش کوچکی از بازار ترکیه و ارمنستان فعلا در اختیار ما مانده است. مورد دیگری که ما با آن درگیر هستیم بحث مالیات است، «قیر» محصول نهایی ما است، اما دولت آن را محصول نیمه خام حساب می کند و شامل مالیات بیشتری می شود.

محمد حمل کاری

گروه صنعتی آریا سهند تبریز



عدم ثبات قیمتی در بازار، کمر کارخانه داران را شکسته است

قیمت ها در ایران به هیچ وجه ثابت نیست و همین امر یکی از چالش های اساسی تولیدکنندگان و صادرکنندگان است. عدم ثبات قیمتی در بازار عملا کمر کارخانه داران را شکسته است. علاوه بر این بازار به کوچکترین مسائل نیز واکنش نشان می دهد و میزان فروش کاهش می یابد. در این شرایط ما ملزم به دادن مالیات هستیم، اما زمانی که هنوز سودی نکرده ایم، نمی توانیم سر وقت مالیات خود را پرداخت کنیم. همین امر دوباره باعث دیرکرد شده و ما دوباره باید هزینه ی بیشتری پرداخت کنیم. در کنار این موارد باید بحث گمرک و عدم بازگشت ارزش افزوده سر وقت مقرر را اضافه کرد که دست ما را کاملا بسته است. آیا در این شرایط می توان در بازارهای جهانی رقابت کرد؟!

صمد صفایی کجابادی

تولیدی صنعتی آیسان خزر



چین در حال تصاحب بازارهای ایرانی در منطقه

رقبای خارجی به خصوص چین بازار ایران را در عراق و سوریه تسخیر کرده است. تنها دلخوشی ما این بود که چین به دلیل دوری از این دو کشور وارد تعامل تجاری با آنها نمی شود، اما اکنون از طریق باربری دریایی نه تنها به سهولت به بازارهای منطقه راه یافته است، بلکه به دلیل اینکه کیفیت محصولاتش یا با تولیدات ایرانی برابر یا بیشتر از آن است، و قیمت محصولات نیز ارزانتر است، بازار را به تسخیر خود درآورده است. ما از قیام الایام با مشکلات عیده ای از قبیل مشکلات ارزی، صرافی ها، نوسان قیمت ارز و... در حوزه ی صادرات مواجه بوده و هستیم، اما چین طی دو-سه ماه اخیر، تازه ترین و مهم ترین دغدغه ی ما است که اگر فکری در این زمینه نکنیم، به زودی باید با همین بازارها نیز خداحافظی کنیم. از یک طرف ما با مسئله ی نبود قانون ثابت در زمینه ی واردات مواجه هستیم؛ یک روز قانونی را به تصویب می رسانند و روز بعد لغو می کنند. یک روز واردات فلان کالا مجاز است و روز بعد غیر مجاز. همین امر باعث سردرگمی می شود. از طرف دیگر ما را ملزم به تعهد ارزی می کنند. خب زمانی که من ارز را با نرخ آزاد می خرم، چه انتظاری دارند با ارز نیمایی محصول را به کشور وارد کنم؟! چه کسی قرار است این مابه التفاوت را به من صادرکننده بدهد؟!

علی جوهری کجاباد

آرام کالای سبلان



تعهد ارزی، مانع اصلی سر راه صادرات

تعهد ارزی، اصلی ترین مانع صادرات در ایران است. زمانی که من صادرکننده به عنوان مثال ۲۰ میلیارد دلار فروش می کنم، باید دو میلیارد تومان هزینه ی دارایی و تعهد ارزی و... بدهم. اکثر فروش های ما به کشورهای همسایه ریالی است، وقتی ما با ریال داد و ستد می کنیم، اداره ی دارایی فروش ما را داخلی حساب کرده و علاوه بر تعهد ارزی، ما باید به دارایی هم جواب پس بدهیم. در این بین مشخص نیست زمانی که اظهارنامه، بارنامه و تمام اسناد ما موجود است، دارایی با چه حساب و کتابی نرخ تعیین می کند، خدا می داند. وقتی من کالایی را ۳۰ دلار می فروشم، گمرک همان کالا را ۵۰ دلار قیمت گذاری می کند. معلوم نیست معیار ارزش گذاری محصولات در گمرک بر چه مبنایی است. مابه التفاوت ارز نیمایی با ارز آزاد تقریبا سه هزار تومان است. دولت در این شرایط به ما می گوید با ارز آزاد صادر کنید. با ارز نیمایی واردات انجام دهید. در نتیجه به دلیل این مابه التفاوت ما با ریال داد و ستد می کنیم. از طرفی ما نمی توانیم از کشوری مثل افغانستان و عراق به هنگام معامله بخواهیم که به ما دلار بدهند.

جلال عیوضی زاده خسروشاهی
بازرگانی خسروشاهی



بانک‌ها حامی صادرکنندگان نیستند

قوانین بانکی کشور طوری است که متاسفانه نه تنها از صادرات حمایت نمی‌شود، بلکه بیشتر سد راه ما می‌شوند. دولت و بانک‌ها باید تسهیلات در اختیار صادرکنندگان قرار دهند، اما در عمل ما چنین حمایتی را ندیده‌ایم. ما از ابتدا با بانک صادرات کار کرده‌ایم، اما متاسفانه سیستم این بانک متعلق به عهد بوق است. و مبالغ واریزی ۲۴ تا ۴۸ ساعت طول می‌کشد تا به حساب بنشیند. اگر هم بخواهیم بانک دیگری را جایگزین کنیم، تمام سوابق کاری ما از بین می‌رود. ما صادرکننده میوه هستیم و دسترنج باغدار را پس از بسته‌بندی در بازار عرضه می‌کنیم. این محصولات فسادپذیر هستند و همین امر کار ما را در مرز و گمرک و چندان می‌کند. مخصوصاً با قوانین و شرایط سخت گمرکی که در ایران داریم! تازه ما در ازای صادرات برای ارزآوری به کشور، موز وارد می‌کنیم. متاسفانه محصولات ما چند روز در گمرک می‌مانند. هزینه‌ی هر روز خواب خودرو در گمرک ۱۵۰ دلار است، اگر سه روز بار در گمرک بماند، می‌شود ۴۵۰ دلار. زمانی ما به کشور بلغارستان هم صادرات داشتیم اما الان تنها با کشورهای عراق، افغانستان و آسیای میانه در تعامل هستیم.

سید امیر سیاوش مقیمی اصل
تولیدی مهر اصل



عرضه‌ی کالا در بورس به ضرر صادرکننده است

زمانی که کالا یا محصولی در بورس عرضه می‌شود، به دلیل رقابتی بودن عملاً قیمت دلار بیشتر از نرخ آزاد برای ما تمام می‌شود. این قضیه به هیچ وجه نه به نفع تولیدکننده است و نه صادرکننده. قیمت داخلی مواد اولیه با توجه به اینکه نرخ ارز یکسان نیست، ما را دچار مشکل می‌کند. ما ارز را گاه با قیمت آزاد می‌خریم گاه با قیمت نیمایی. با یک قیمت ارزی صادر می‌کنیم، با قیمت دیگر باید وارد کنیم. این شرایط اصلاً به نفع ما نیست. در تمام کشورهای همسایه، ماشین‌آلات از حقوق گمرکی معاف هستند، اما ما نه تنها چنین معافیتی نداریم، بلکه از جیب خودمان ارزش افزوده پرداخت می‌کنیم و به همین دلیل مجبور می‌شویم برای جبران هزینه‌های ارزش افزوده و گمرک قیمت نهایی را ۲۵ تا ۳۰ درصد افزایش دهیم. در کشورهای همسایه تمام زیرساخت‌ها برای تولیدکننده از قبیل زمین، آب و برق و گاز و... به راحتی مهیا می‌شود، اما ما در همین امر ساده هم مشکل داریم. سایت اداری گمرک هیچ وقت به‌روز نیست و مبنای مشخصی برای قیمت‌گذاری وجود ندارد.

فرهاد اللهقلی یاری بناب
فولاد جاوید بناب



محدودیت مبادی خروجی و بخشنامه‌های خلق الساعه بلای جان صادرکنندگان

اینجا شرایط به گونه‌ای است که در عرض ۲۴ ساعت صادرات چیزی که آزاد بود به یکباره ممنوع می‌شود. ما دیگر به این بخشنامه‌های خلق الساعه عادت کرده‌ایم. از سوی دیگر زیرساخت‌های گمرک برای صادرات اصلاً فراهم نیست. مدت زمانی که محصول ما در گمرک برای ترخیص یا حتی یافتن ماشین حمل در آن سوی مرز معطل می‌ماند، هزینه‌ی خواب ماشین را به ما تحمیل می‌کند. در بیشتر کشورهای همسایه تحویل بار در مقصد است، اما ما در اینجا باید پس از عبور از گمرک محصول را دوباره از خودروی ارسالی خودمان خارج کنیم و در خودرویی که شرکت خارجی طرف قرارداد فرستاده است، بار بزنیم. همین امر باعث می‌شود کیفیت بسته‌بندی محصول به دلیل جابجا شدن مداوم پایین بیاید و مشتری ناراضی شود. مشکل دیگری که ما با آن مواجه هستیم، محدودیت مبادی‌های خروجی است. در غرب کشور ما شش مبادی خروجی داریم اما کالاهای اکثر فقط از یک مرز می‌توانند خارج شوند، به همین دلیل در مرزها ازدحام ایجاد می‌شود. این در حالی است که اگر کالاهای بتوانند از چند مرز عبور کنند، دیگر در مرز معطل نمی‌مانیم. از طرف دیگر پول ما سال‌ها در خزانه‌ی گمرک می‌خوابد و تازه پس از چند سال همان مبلغ بدون در نظر گرفتن تورم به حساب ما واریز می‌شود و ما دوباره متضرر می‌شویم. واحدهای تولیدی و صادراتی واقعا الان فشار بزرگی را متحمل می‌شوند، ما نه تنها مشوق‌های صادراتی نداریم، بلکه با انواع و اقسام چالش‌ها و محدودیت‌ها مواجه هستیم.

محمدرضا اسمعیل نائینی
پالایش نفت جی ارس



همخوان نبودن محاسبات گمرک با نرخ صادرکنندگان معضل بزرگ صادرکنندگان

معضل بزرگی که داریم، همخوان نبودن محاسبات گمرک با نرخ فروش ما صادرکنندگان است. معلوم نیست چرا گمرک هزینه‌ای که ما مشخص می‌کنیم را قبول ندارد و با نرخ بالاتری قیمت را ثبت می‌کند. عدم بازگشت ارزش افزوده نیز مشکل دیگر ما است. ما قبل از هر کاری ۹ درصد ارزش افزوده به تولیدکننده پرداخت می‌کنیم، اما چون دولت این مبلغ را با تاخیر چند ساله به ما برمی‌گرداند، من صادرکننده مجبور می‌شوم برای جبران این هزینه، قیمت محصول را افزایش دهم. در نهایت قیمت تمام شده در ایران بالا می‌رود و چون هزینه‌ها مقرون به‌صرفه نیست، مشتری رغبتی برای خرید از خود نشان نمی‌دهد. خرید مواد اولیه از بورس، الزام به تعهد ارزی، عدم ثبات قیمت‌ها و چند نرخی بودن نرخ ارز در ایران، همه و همه از چالش‌های پیش روی صادرکنندگان محسوب می‌شوند.

گفتگو با اساتید اقتصاد



یک اقتصاددان، دلیل ناکامی ایران در رسیدن به جایگاه واقعی در عرصه صادرات را پایین بودن سهم کشورمان از تولید جهانی در قیاس با سرانه جمعیتی دانست

رونق صادرات در گرو رشد تولید

دکتر «محمدباقر بهشتی» اقتصاددان و از مدیران ارشد اجرایی سابق آذربایجان شرقی، دلیل ناکامی کشورمان در رسیدن به جایگاه واقعی در عرصه صادرات را در یک نکته میداند: «سهم پایین تولید ایران از تولید جهانی در مقایسه با سرانه جمعیتی». او در تبیین موضوع مورد اشارش به مسایل دیگری هم اشاره کرده است که توجه مسئولان امر به آن نکات میتواند راهگشا باشد. مرور متن سوالهای ما و پاسخهای جذاب، صریح و جسورانه دکتر بهشتی خالی از لطف نیست با این توضیح که او استاد تمام بازنشسته اقتصاد دانشگاه تبریز است و در سالهای گذشته، ریاست سازمان مدیریت و برنامه ریزی آذربایجان شرقی را عهده دار بود. دکتر بهشتی که سابقه ریاست مرکز پژوهش های شورای اسلامی کلانشهر تبریز را هم در کارنامه مدیریتی و اجرایی خود دارد، این روزها به عنوان عضو انجمن اقتصاددانان ایران بر روی کارهای تحقیقاتی و پژوهشی متمرکز است.



یعنی حدود ۰/۳ درصد است. اگر ما بتوانیم سهم تولیدمان را حداقل به تراز سهم جمعیتی مان برسانیم، نه تنها صادرات رونق خواهد گرفت بلکه مشکلات مربوط به عرصه های دیگرمان نیز حل و فصل خواهد شد.

برای رسیدن به این سهم چکار باید کرد؟

به نظر من، از مسیر «ارتباط با دنیا» و «علم باوری» می گذرد. اجازه بدهید بخش اول این پاسخ را با ذکر

برای توسعه صادرات غیرنفتی چه نسخه ای تجویز می کنید؟ به عبارت بهتر پیش نیاز یا پیش نیازهای توفیق در زمینه رونق صادرات غیرنفتی چیست؟

بسم الله الرحمن الرحيم. در کل جهان هستی، ۲۲۰ کشور وجود دارد که ایران یکی از این ۲۲۰ کشور است. در این میان بد نیست بدانید که سهم جمعیتی ایران از جمعیت کل جهان ۱/۸ درصد است اما سهم تولید کشورمان از تولید جهانی، یک سوم سهم جمعیتی مان،

مثالی شرح دهم. میدان پارس جنوبی، بزرگ‌ترین میدان گازی جهان است که در خلیج فارس و به‌طور مشترک در آب‌های سرزمینی ایران و قطر واقع شده است. این میدان گازی با ۴۰ تریلیون مترمکعب ذخیره‌ی گاز، ۱۰ درصد و به روایت دیگری ۱۶ درصد از منابع گاز جهان را در خود جای داده است.

در شرایطی که چندی قبل مسئولان وزارت نفت و شرکت ملی گاز ایران از کمبود گاز زمستانی و قطعی بودن ناترازی تولید و مصرف گاز در فصل‌های سرد امسال خبر داده و مردم را به صرفه‌جویی در مصرف گاز دعوت کردند، قطر از همین میدان مشترک، گاز را استحصال و پس از تبدیل کردن به «ال ان جی» (LNG) به اقصی نقاط جهان صادر می‌کند. «ال ان جی» به گاز طبیعی‌ای گفته می‌شود که موقتاً برای ذخیره‌سازی یا ترابری در حجم بسیار به حالت مایع تبدیل می‌شود. این را هم بگویم که برابر آمار پیارسال، صادرات ال ان جی قطر معادل کل درآمد حاصل از صادرات نفت خام ایران بود. آیا این سوال در ذهن شما ایجاد نمی‌شود که چرا قطر می‌تواند این حجم عظیم از گاز را از میدان مشترک پارس جنوبی برداشت و پس از تبدیل کردن به ال ان جی به‌راحتی صادر کند اما ایران نه تنها قادر به این کار نیست بلکه باید در انتظار صرفه‌جویی مردم برای عبور بدون قطعی گاز از روزهای سرد باشد؟ اگر این سوال به ذهنتان خطور کرده است، می‌خواهم پاسخش را بدهم تا راحت شوید: چون قطر در پرتو ارتباط با کشورهای پیشرفته دنیا، فناوری تبدیل گاز استحصال شده از این میدان مشترک به ال ان جی را به دست آورده است اما ایران محروم از این تکنولوژی پیشرفته است.

می‌توانیم بگویم که یکی از دلایل عدم توفیق ایران در ارتباط‌گیری با دنیا، ضعف دیپلماسی در معنای عام و ضعف دیپلماسی اقتصادی در معنای خاص است؟

من بر این باورم که اساساً ما دیپلماسی را بلد نیستیم. ریشه این مسئله هم به همان نکته‌ای برمی‌گردد که در پاسخ به سوال قبلی بیان کردم: «علم باور نبودن» ما. چون مدیریت‌های ما علمی نیست، بلد نیستیم چگونه مذاکره کنیم و در ایجاد و گسترش روابط بین‌الملل ناتوان هستیم.

ما، «ایرانی مسلمان» هستیم؛ «ایرانیّت» یعنی منافع ملی که «اسلامیت» هم در کنار آن قرار گرفته است. معنی دیگر این حرف آن است که باید همگان، از صدر تا ذیل، منافع ملی را در اولویت قرار دهیم. به عبارت بهتر، دیپلماسی در تمام عرصه‌ها از جمله دیپلماسی اقتصادی در قالب منافع ملی معنا و مفهوم پیدا می‌کند.

فاصله ما با یک دیپلماسی اقتصادی اصولی بسیار زیاد است. ابتدای نکته این است که وابستگی‌های خارجی ما اصل کارشان باید این باشد که اقتصاد محل مأموریت خود را بشناسند و بدانند که چگونه ارتباط بگیرند.

وقتی با کشوری مثل بورکینافاسو ارتباط داریم که هزینه‌های این ارتباط بیشتر از منافع آن است و یا اقدام به تأسیس سفارتخانه در کشوری می‌کنیم که هیچ نفعی برای ما ندارد، یعنی این که تشخیص ما در دیپلماسی اشتباه بوده است. مفهوم صحیح دیپلماسی این است که با نظرداشت منافع ملی‌مان، با همه کشورهای بجز رژیم صهیونیستی رابطه داشته باشیم.

در شرایطی که در طول تاریخ همیشه با اروپا ارتباط داشته‌ایم، در تعجبم که چه کسی گفته باید به سمت شرق گرایش داشته باشیم؟! این مزاح را از من داشته باشید که از سمت روسیه سوز و سرما می‌آید و از سمت اروپا، باران. (با تبسم)

نکته دیگر در همین باب این که مرغ دیپلماسی یک پا ندارد. «چرچیل وینستون» سیاستمدار و نویسنده بریتانیایی که زمانی نخست‌وزیر این کشور بود، اعتقاد داشت که سیاست‌ها و منافع ملی، ثابت اما کشورهای دوست و دشمن متغیر هستند.

اگر بخواهم یک جمع‌بندی برای این بخش از صحبت‌هایم داشته باشم باید بگویم که وظیفه وزارت خارجه تأمین منافع ملی در قبال سایر کشورها از مسیر دیپلماسی است. نهایتاً، سیاست خارجی باید ابزاری برای تأمین منافع ملی باشد و نه چیز دیگر.

با این حساب اگر بخواهیم به واسطه استاد اقتصاد بودنتان، به دیپلماسی اقتصادی کشورمان نمره بدهید، چه نمره‌ای منظور می‌کنید؟

صفر! فاصله ما با یک دیپلماسی اقتصادی اصولی بسیار زیاد است. ابتدای نکته این است که وابستگی اقتصادی نمایندگی‌های خارجی ما اصل کارشان باید این باشد که اقتصاد محل مأموریت خود را بشناسند و بدانند که چگونه ارتباط بگیرند. ما نه تنها این خصیصه را در بسیاری از ریزن‌های اقتصادی ایران نمی‌بینیم، بلکه بعضاً با انتخاب سفرای مواجه شده‌ایم که بجای انجام مأموریت‌های دیپلماتیک، مثلاً به خرید و فروش دلار اشتغال داشتند! این شخص، «محمدجمشید گوهری» سفیر ایران در رومانی در سال‌های پایانی دهه ۶۰ بود که نام و جزئیات بیشتری از حواشی دوران مسئولیتش را در کتاب «در گذار روزگاران» منتشر کرده‌ام.

و سخن پایانی؟

عریضی که در ابتدا طرح کردم را دوباره بازگو می‌کنم. حجم تولید دنیا ۹۶ هزار میلیارد دلار است اما سهم ایران از این حجم، متناسب با سرانه جمعیتی‌اش نیست. مادامی که تولیدمان از تولید جهانی در جایگاه فعلی باشد، صادرات‌مان نیز روی رونق را نخواهد دید.



یک اقتصاددان، از حاکمیت دوگانگی‌های متعدد بر عرصه سیاست‌گذاری و اجرایی حوزه تجارت خارجی ایران انتقاد می‌کند

پارادوکس شعار تا عمل توسعه صادرات غیرنفتی

دکتر «داود بهبودی» عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز با مرتبه استاد تمام و از اقتصاددانان شاخص منطقه است. علاوه بر اشتغال به فعالیت آموزشی و تحقیقاتی، سابقه طولانی تکیه دادن به مناصب مدیریتی را هم دارد ضمن اینکه در برهه‌هایی مشاور مدیران ارشد اجرایی نیز بوده است. مدیرکلی دفتر برنامه‌ریزی و توسعه وزارت وقت بازرگانی، ریاست سازمان وقت برنامه و بودجه آذربایجان شرقی، مشاور اقتصادی و سرپرست گروه مشاوران استاندار آذربایجان شرقی، معاون برنامه‌ریزی استاندار آذربایجان شرقی و ریاست سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی آذربایجان شرقی از جمله این سوابق است.

دارا بودن این ویژگی که به نوعی پیوند حوزه‌های علمی و اجرایی است، او را به یک صاحب‌نظر خبره‌ی اقتصادی تبدیل کرده است؛ صاحب‌نظری که در گفت‌وگو با ما از حاکمیت دوگانگی‌های متعدد بر عرصه تجارت خارجی ایران انتقاد می‌کند و اعتقاد دارد که راه توسعه صادرات غیرنفتی از مسیر بهبود نظام حکمرانی اقتصادی می‌گذرد. متن زیر ماحصل مصاحبه کوتاه ما با این اقتصاددان است که می‌خوانید:

غیرنفتی دچار پارادوکس‌هایی هستیم که همین پارادوکس‌ها حرکت‌های خوب ما را تقریباً خنثی می‌کند. مثلاً از یکطرف از سیاست‌های هدفگذاری توسعه صادرات غیرنفتی یا مشوق‌های صادراتی حرف می‌زنیم و از طرف دیگر موانعی برای توسعه صادرات ایجاد می‌کنیم که برابند این تناقض، چیزی می‌شود که الان می‌بینیم.

از کدام موانع سخن می‌گویید؟

مفهومی به نام «بیماری هلندی» در اقتصاد وجود دارد که مخصوصاً کشورهای متکی به منابع طبیعی و از جمله نفت، مثل ایران را بیشتر درگیر می‌کند. این عارضه در کشورمان البته ریشه‌ای دارد که به سال‌های قبل از انقلاب بازمی‌گردد و در عین حال در دوران بعد از پیروزی انقلاب نیز به تناوب می‌توان ریشه‌های آن را دید.

در چارچوب این مفهوم، وقتی درآمدهای نفتی بالا می‌رود، حرکت

آیا تمایل دارید گفت‌وگو را از چرایی نامطلوب بودن وضعیت تجارت خارجی ایران شروع کنیم؟

بله، اما در ابتدای سخن، هم می‌خواهم از شما بابت ترتیب دادن این مصاحبه تشکر کنم و هم علاقه‌مند هستم به مسئولان اتاق بازرگانی تبریز بابت تلاش‌های ربع قرن‌شان جهت برگزاری همایش‌های توسعه صادرات غیرنفتی خدا قوت بگویم و امیدوارم همایش بیست و ششم، موفقیت‌آمیز باشد.

سیاست توسعه صادرات غیرنفتی یکی از سیاست‌های رسمی و البته مورد تأکید و تعقیب تقریباً همه دولت‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی با سلاقی سیاسی مختلف بوده است اما همواره شاهد فراز و نشیب‌هایی در نحوه اجرای این سیاست اصولی بوده‌ایم و جالب‌تر این که، خیلی وقت‌ها توفیق ۱۰۰ درصدی در اجرای این سیاست‌ها نیز پیدا نکرده‌ایم.

به عقیده من، ما در اقتصادمان و به‌خصوص در حوزه صادرات

متغیرهای اقتصادی به سمتی می‌رود که احساس می‌کنیم باید صادرات نفت بیشتری داشته باشیم ضمن اینکه این درآمد، احساس نیاز دولت به تحصیل ارز از منابع دیگر را کمرنگ می‌کند. همین مسئله باعث می‌شود صادرات غیرنفتی شکل نگیرد و از همین نقطه اختلال در چرخه اقتصاد کشور آغاز می‌شود و در ادامه باعث می‌شود حتی صنعت نیز در کشور پا نگیرد چون در چنین شرایطی صنعت، اصطلاحاً مبتلا به خودخوری می‌شود، به این معنی که در داخل خودش عارضه پیدا می‌کند.

پس وقتی از پارادوکس‌ها سخن به میان می‌آوریم یعنی این که دولت طبق سیاست رسمی‌اش می‌خواهد صادرات غیرنفتی رونق بگیرد و حتی بخش خصوصی با برگزاری همایش، برگزاری نمایشگاه، پذیرش هیئت‌های خارجی و ... تمام تلاش خود را در این مسیر صرف می‌کند اما چون متغیرهای کلان اقتصادی متأثر از درآمدهای نفتی است، در عمل صادرات غیرنفتی به جای داشتن رشد، به تحلیل می‌رود. شواهد نشان می‌دهد ابتلا به این بیماری حتی در سال‌هایی که درآمدهای نفتی کم بوده نیز تجربه شده است. البته باید از موانع دیگری مانند تحریم، تورم، سوءتدبیر، تغییر مدیریت‌ها، حکمرانی نامناسب اقتصادی و تولید غیرمتناسب با نیاز جهانی و بازارهای بین‌المللی که نه در کیفیت سرآمد هستند و نه قیمت قابل رقابت با دنیا دارند نیز یاد شود.

و طبیعتاً برای دستیابی به رشد صادرات غیرنفتی باید بر این پارادوکس‌ها فائق آمد. بر این عقیده هستید؟

دقیقاً. اولاً باید به حاکمیت پارادوکس‌ها پایان دهیم و ثانیاً تکلیف خودمان را با بعضی از موضوعات روشن کنیم. مثلاً این که آیا بالاخره تعامل با اقتصاد جهانی را می‌پذیریم، یا نمی‌پذیریم؟ در کنار تعیین تکلیف تعامل با اقتصاد جهانی باید در مواجهه با تحولات نظام ارزی از سرکوب قیمت ارز پرهیزیم و اجازه دهیم به موازات تورم، نرخ ارز نیز حرکت داشته باشد، همانطور که دستمزدها و حقوق‌ها را متناسب با آهنگ تورم تعدیل می‌کنیم. همچنین فشار تورمی، خود عامل اذیت‌کننده‌ای است که در کنار دشواری بازگرداندن ارز حاصل از صادرات که از تحریم‌ها نشأت می‌گیرد، باید مورد حل و فصل قرار گیرد.

در اظهاراتتان، هم متغیرهای اقتصادی و هم متغیرهای سیاسی را مورد اشاره قرار دادید. از آنجا که جنابعالی هم استاد اقتصاد دانشگاه هستید و هم سابقه فعالیت اجرایی در سطوحی مانند ریاست سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان را داشتید، نقش کدام یک از متغیرها را در گرفتار شدن حوزه صادرات به وضع نامطلوب فعلی بیشتر از دیگری دخیل می‌دانید؟

من بر این باور هستم که اصلی‌ترین عامل، نظام تدبیر و حکمرانی ماست. بر این اساس، ایجاد یک دگرگونی در این نظام می‌تواند نقطه شروعی برای رونق صادرات غیرنفتی باشد.

نکته‌ای که دوباره می‌خواهم بیان کنم این است که باید فکری به حال دوگانه‌های متناقض کرد. اینک اتاق بازرگانی تبریز به عنوان پارلمان بخش خصوصی، بیست و ششمین دوره همایش ملی صادرات غیرنفتی را برگزار می‌کند. هدف از همایش، این است که

مطالبات بخش خصوصی مطرح شده و با تحت فشار گذاشتن دولت، مجلس و دیگران، مثلاً قوانین ناکارآمد تغییر کند. من نمی‌گویم این همایش بی‌تأثیر بوده، بلکه با افتخار می‌گویم که برخی از موانع از رهگذر برگزاری همین همایش مرتفع شده است اما باید این نکته را هم بپذیریم که در طی این سال‌ها موانع تازه‌ای نیز به وجود آمده است و لذا درمان اساسی مشکلات این حوزه، غلبه بر پارادوکس‌هاست.

چون سر صحبت در این خصوص دوباره باز شد، می‌خواهم حرفم را با بیان یک مصداق تکمیل کنم. بر اساس برنامه‌ی چهارم توسعه، دولت حق نداشت صادرات هیچ کالایی را ممنوع کند، مگر ۳ قلم کالا که شامل عتیقه‌جات، کالاهایی که جنبه ذخیره ژنتیکی دارند و کالاهای یارانه‌ای بود. اما دولت با یک تصمیم، به قانون و به مفاد این سند بالادستی بی‌اعتنایی کرد و دست بخش خصوصی و تاجر را در پوست گردو گذاشت. هنوز که هنوز است دولت‌ها نپذیرفته‌اند در سیاستگذاری تجارت خارجی، احکام برنامه‌های پنج‌ساله توسعه را اجرایی نکنند. یعنی، قانون روی کاغذ است ولی عملی نمی‌شود. و لذا باید دیدگاه‌هایمان را اصلاح کنیم که متعاقب آن رفتارمان نیز اصلاح خواهد شد.

و نکته دیگر این که، در کنار همه مشکلاتی که باعث و بانی آنها دولت است، خود بخش خصوصی هم ضعف‌هایی دارد که نباید از اثر سوء همین ضعف‌ها بر کم و کیف صادرات غافل شد. منتهای مراتب باید اذعان کرد که گام نخست در سامان دادن به وضع نامطلوب صادرات، بهبود نظام حکمرانی اقتصادی است و اگر این مهم محقق شود، ضعف‌های بخش خصوصی بسرعت قابل برطرف شدن است.

در این میان آیا می‌توان از ضعف رایزن‌های بازرگانی کشورمان به عنوان مؤلفه‌ای اثرگذار بر وضعیت صادرات نام‌برد؟

رایزن‌های بازرگانی در مساعد کردن بستر رونق صادرات بی‌تأثیر نیستند اما مشکلات، تا از سرچشمه حل و فصل نشوند، دستیابی به توفیق خیره‌کننده غیرممکن است.

بهتر است این را هم گفت که رایزن بازرگانی لزوماً نباید کارمند دولت باشد چون فضاهای مربوط به تجارت و بازرگانی، کارمندسالاری رانمی‌پذیرد. بر این اساس می‌توان از خود فعالان بخش خصوصی به عنوان رایزن بازرگانی استفاده کرد. اصلاً از ظرفیت همین اتاق‌های بازرگانی می‌توان برای تعیین رایزن‌های بازرگانی بهره گرفت و اطمینان دارم که تحقق این ایده نتایجی به مراتب بهتر از انتخاب و اعزام ۲ کارمندی خواهد داشت که نه از چارچوب‌های دیپلماتیک سر رشته‌ای دارند و نه به اصول تجارت خارجی مسلط هستند.

طی حدود ۳ دهه گذشته مرتباً از ضرورت تقویت دیپلماسی اقتصادی و تقویت رایزن‌های بازرگانی جمهوری اسلامی در نمایندگی‌های خارج از کشور سخن‌ها و وعده‌ها شنیده‌ایم اما نه تاکنون اتفاق خاصی را دیده‌ایم و نه بخش اقتصادی وزارت خارجه در طول این مدت گل کرده است. بنابراین عملیاتی کردن برنامه تقویت دیپلماسی اقتصادی و رایزن‌های بازرگانی، یک «اقدام لازم» است اما «کافی نیست». خلاصه کلام این که، اگر اراده کرده و قدم نخست که بهبود نظام حکمرانی اقتصادی است را برداریم، سیاست تقویت دیپلماسی اقتصادی نیز مفید خواهد بود.

بر اساس برنامه‌ی چهارم توسعه، دولت حق نداشت صادرات هیچ کالایی را ممنوع کند، مگر ۳ قلم کالا که شامل عتیقه‌جات، کالاهایی که جنبه ذخیره ژنتیکی دارند و کالاهای یارانه‌ای بود. اما دولت با یک تصمیم، به قانون و به مفاد این سند بالادستی بی‌اعتنایی کرد و دست بخش خصوصی و تاجر را در پوست گردو گذاشت. هنوز است دولت‌ها نپذیرفته‌اند در سیاستگذاری تجارت خارجی، احکام برنامه‌های پنج‌ساله توسعه را اجرایی کنند. یعنی، قانون روی کاغذ است ولی عملی نمی‌شود.

یک استاد اقتصاد دانشگاه تبریز، راهکار رشد صادرات غیرنفتی را
توجه جدی به رهیافت‌های علمی دانست

تحقق نهضت صادرات با علم‌باوری

دکتر «محمد رضا سلمانی بی‌شک» عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز که دانش‌آموخته دکترای اقتصاد بین‌الملل است، اعتقاد دارد که راهکار رشد صادرات غیرنفتی کشورمان توجه جدی و عملی حاکمیت و البته صاحبان بنگاه‌های اقتصادی به رهیافت‌های علمی و پرهیز از اتخاذ رویکردهای سنتی است. متن زیر گفت‌وگوی ما با این اقتصاددان است که از نظر می‌گذرانید:



شعار امسال، مبین مهم برشمردن شدن «تولید دانش‌بنیان» است. از نگاه شما داشتن رویکرد دانش‌بنیانی در مبحث صادرات نیز واجد اهمیت است؟

بنده، نه تنها انتخاب این رویکرد را برای توسعه صادرات و به‌ویژه توسعه صادرات غیرنفتی یک ضرورت می‌دانم بلکه معتقدم که کل زنجیره تامین جهانی و صادرات کالا و خدمات، باید دانش‌بنیان باشد. زنجیره تامین، تمام جنبه‌های انتقال مواد و محصولات از فرایند تولید و رسیدن به عرضه‌کننده خرد گرفته تا رسیدن به دست مشتری نهایی را دربرمی‌گیرد. به بیان

دیگر زنجیره تامین شامل فروشندگان مواد اولیه، تولیدکنندگان، واسطه‌ها، خدمات لجستیکی و مشتری است و تمام این اجزاء باید به نوبه خود دانش‌بنیان شوند.

با همه این اوصاف و با شوربختی، باید بگویم که بسیاری از اجزای این زنجیره در کشور ما، نه تنها دانش‌بنیان نشده که در ارائه خدمات ابتدایی نیز دچار نقص‌های جدی هستند و همین کاستی‌ها بر روند صادرات کشورمان اثر سوئی گذاشته است. مثلاً بسیاری از گرفتاری‌های صادرکنندگان ما مشکلاتی است که از ناحیه گمرک، بیمه، شرکت‌های حمل و نقل، بنادر و

زنجیره تامین
بین‌المللی ما روان
نیست و باید فکری
به حال زار این
زنجیره مشکل‌دار
کرد.

... ایجاد می‌شود. می‌خواهم بگویم که زنجیره تامین بین‌المللی ما روان نیست و باید فکری به حال زار این زنجیره مشکل‌دار کرد.

نسخه شما چیست؟

یک کلمه: «علم‌باوری». اجازه بدهید اینگونه توضیح دهم که هر کسب و کاری و از جمله تولید و صادرات آن کسب و کار از ۳ محیط «سازمانی»، «کاری» و «کلان» متأثر می‌شود. منظور از محیط سازمانی، چرخه امورات مرتبط با داخل یک بنگاه اقتصادی است. مدیریت کیفیت جنس، نوع جنس، قیمت تمام شده، مدیریت منابع انسانی و یا مدیریت مواد اولیه در همین محیط قابل بررسی است. محیط کاری نیز به رقابتی بنگاه اقتصادی و همچنین پاوران تولید، مانند بانک، بیمه، آژانس‌های تبلیغاتی، شرکت‌های حمل و نقل، انبارداری، گمرک و ... اشاره دارد. و اما در محیط کلان پای مسائلی مانند توزع، تحریم‌ها یا نوسانات نرخ ارز در میان است.

آنجا که مبنای حرکت تصمیم‌سازان این ۳ محیط، اعم از دولت، مالکان صنایع و آحاد نقش‌آفرینان در سیکل اقتصادی جامعه، «علم» و «عقل» باشد، توفیق حاصل می‌شود و آنجا که رفتار عقلانی و علمی نداشته باشیم، جوابی نخواهیم گرفت.

علم‌باور هستیم یا خیر؟!

اگر مرادتان این باشد که نسبت به علم، بی‌توجهی مطلق هستیم را نمی‌پذیرم اما با جرأت می‌گویم که در مقاطع و یا مواردی که به علم و جایگاه والای آن بها قائل شده‌ایم، رشته‌های انسانی در کانون توجه نبوده‌اند. یعنی بعضاً شاهد بها دادن به جایگاه علم در رشته‌های فنی، مهندسی و پزشکی بوده‌ایم اما هرگز ندیده‌ایم که بین رشته‌هایی نظیر اقتصاد و مدیریت با رویکردهای علمی، رابطه معناداری برقرار شود.

با دقت در اظهاراتان می‌توان دریافت که بخشی از مشکلات مبتلا به صادرات ما به دولت به معنای عام کلمه و به قول شما به رفتارهای غیرعلمی آن مربوط می‌شود و بخشی از مسائل نیز ریشه در حرکت‌های سنتی خود تولیدکنندگان و یا تجار برمی‌گردد. اگر این برداشت درست است، می‌توانید بگویید که سهم دولت و سهم بخش خصوصی، هر کدام در به بار آمدن وضع نامطلوب فعلی چه میزان است؟

من ابتدا مایلیم بسیاری از صنایع بزرگ را از صنایع متوسط و کوچک یا SMEها سوا کنیم. واقعیت این است که عمده صنایع بزرگ فعال در کشورمان، بطور

کامل خصوصی نیستند و وابستگی‌هایی به دولت دارند که من اسم آن را «حمایت‌های غیرمنطقی دولت» گذاشته‌ام و همین مسئله باعث می‌شود این صنایع بزرگ اساساً دلسوز تولید و یا صادرات نباشند.

با این پیش فرض و بر اساس یافته‌های تحقیقاتی شخصی، می‌توانم بگویم که سهم دستگاه‌های اداری و به تعبیر شما دولت، بطور نسبی ۴۰ درصد؛ سهم متغیرهای تحمیل شده خارجی به اقتصاد کشورمان مانند تحریم‌ها یا کم و کیف تعاملات کشورهای خارجی با ایران که غالباً متأثر از نظرات ایالات متحده آمریکا است، ۳۵ درصد و سهم خود تولیدکنندگان یا تجار، ۲۵ درصد است.

با این حساب بهبود وضع فعلی نیازمند چه تدابیری است؟

دولت باید در سه حوزه «سخت‌افزاری» مانند تجهیز بنادر، تسهیل امور گمرکی، توسعه زیرساخت‌های ترانزیتی و ...، «نرم‌افزاری» نظیر ارتقای آگاهی‌های عمومی، آموزش‌ها و ارتقای تعاملات بین‌المللی و «محیط قانونی» با دستور کار قرار دادن اصلاح قوانین قدیمی و یا نیازمند اصلاح حوزه تجارت و قوانین مرتبط با فعالان اقتصادی مانند قانون بیمه، قانون کار، قانون مالیات و ... ایفای نقش کند.

تولیدکننده محصول صادراتی نیز با اتخاذ رویکرد اصولی، محصولی استاندارد و قابل رقابت در بازارهای جهانی تولید کند. بهتر است بدانید که دنیا در سال‌های اخیر تولید را از مشتری شروع می‌کند اما در کشورمان همچنان، ابتدا کالا یا خدمت تولید می‌شود و سپس مشتری متناسب با محصول تولیدی شناسایی و کالا یا خدمت به او عرضه می‌شود. بر همین اساس در زمان حاضر «تولید انبوه» در دنیا منسوخ شده و مثلاً در صنعت داروسازی نظام «تولید انبوه سفارشی» شکل گرفته که مبتنی بر درخواست‌ها و سفارش‌های مشتریان است.

و اگر در پایان این گفت‌وگو نکته‌ای باقی مانده که مطرح نشد را می‌شنویم.

با توجه به اینکه همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی در مرکز آذربایجان شرقی برگزار می‌شود، خالی از لطف نیست که قابلیت‌های فراوان اما بالقوه این استان در زمینه ترانزیت و بازرگانی را مورد یادآوری قرار دهم. این پتانسیل جذاب و نافع، می‌تواند حکم بازیگر اصلی شتاب‌دهنده حجم صادرات آذربایجان شرقی را بازی کند. اعتقاد من این است که اگر تقویت زیرساخت‌های ترانزیتی آذربایجان شرقی در کانون توجه مسئولان تصمیم‌ساز باشد، صادرات استان می‌تواند متحول شود.

واقعیت این است که عمده صنایع بزرگ فعال در کشورمان، بطور کامل خصوصی نیستند و وابستگی‌هایی به دولت دارند که من اسم آن را «حمایت‌های غیرمنطقی دولت» گذاشته‌ام و همین مسئله باعث می‌شود این صنایع بزرگ اساساً دلسوز تولید و یا صادرات نباشند.

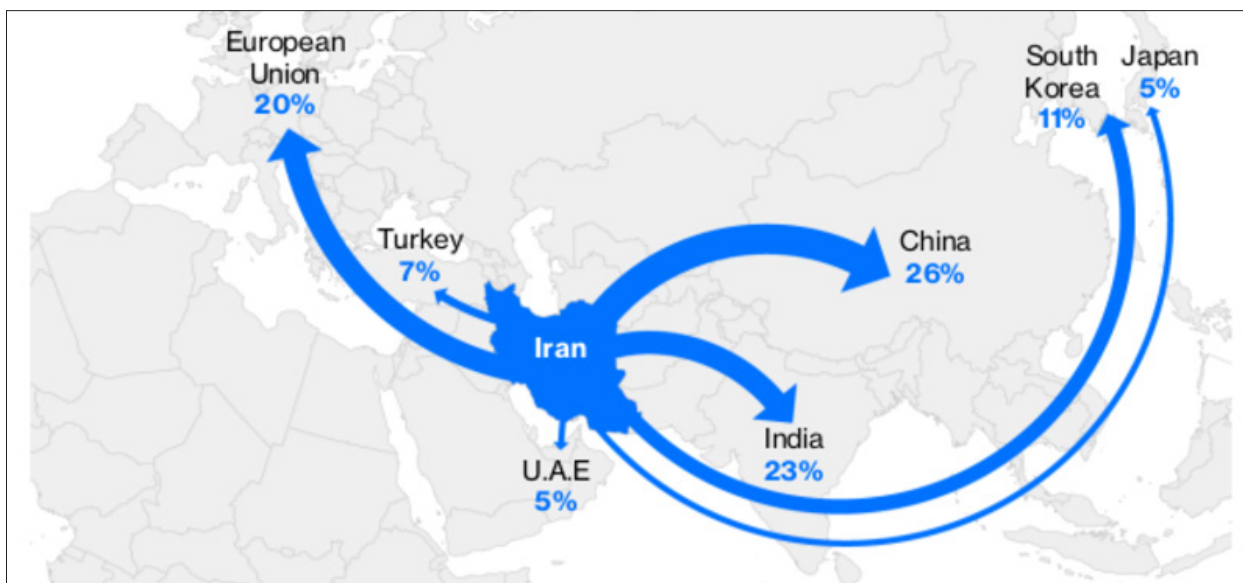
دیپلماسی اقتصادی





مهدی صفری
معاونت دبلماسی اقتصادی
وزارت امور خارجه ج.ا.ایران

اهمیت نقش استان‌ها در صادرات کشور با تاکید بر جایگاه استان آذربایجان شرقی



جمهوری اسلامی ایران برای تسریع رشد خود به آن متکی خواهد بود. گسترش صادرات، مستلزم رقابتی شدن کالاها و خدمات صادراتی ایران در سطوح منطقه‌ای و جهانی همراه با رفع تنگناها در مراحل مختلف فرآیند صادرات است. این امر با ایجاد یک چارچوب توانمند، ایجاد نهادهای مورد نیاز، رفع تنگناها و ایجاد انگیزه در صادرات، محقق می‌شود. فراهم آوردن بسترهای لازم جهت تقویت صادرات کشور، صرفاً با ایجاد یک راهبرد صادراتی واحد در سطح ملی، کافی نخواهد بود؛ بلکه در کنار آن فراهم آوردن زمینه‌های مشارکت کارآمد استان‌ها در حوزه‌ی سیاست‌گذاری‌های صادراتی نیز امری ضروری محسوب می‌شود. متأسفانه در بررسی‌های انجام شده مشخص شده تقریباً هیچ استانی سیاست‌گذاری مدون و ثبت شده‌ای برای توسعه‌ی صادرات ندارند. شاخص‌های ارزیابی آمادگی‌های صادراتی

در راستای تحقق اهداف اقتصادی مورد نظر رئیس‌جمهوری محترم برای دستیابی به رشد اقتصادی ۸ درصد در سال ۱۴۰۱ و تحقق اهداف سند راهبردی چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ و تاکید آن بر دست یافتن جمهوری اسلامی ایران به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه‌ی آسیای جنوب غربی (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه و کشورهای همسایه)، رشد اقتصادی ایران به طور پیچیده‌ای با رویکرد صادرات‌محور کشور مرتبط شده است.

برای دستیابی به توسعه‌ی پایدار در تمام مناطق کشور و قرار گرفتن در مسیر بهبود و رشد اقتصادی، افزایش صادرات باید جزء لاینفک استراتژی توسعه‌ی ایران باشد. صادرات یکی از چهار رکن توسعه اقتصاد (سه رکن دیگر: منابع انسانی، سرمایه‌گذاری و حکمرانی خوب) است که

استان‌ها تلاشی است در راستای ساماندهی امور صادراتی استان‌های ایران که امکان برنامه‌ریزی مدون برای سیاست‌گذاری‌های صادراتی استانی را در اختیار مقامات استانی قرار می‌دهد.

برای کشوری به وسعت و تنوع جغرافیایی مانند ایران، توسعه‌ی صادرات، صرفاً با انجام یک اقدام سیاسی در سطح ملی، کافی نخواهد بود؛ بلکه در کنار آن فراهم آوردن زمینه‌های مشارکت کارآمد استان‌ها در حوزه‌ی سیاست‌گذاری‌های صادراتی نیز، امری ضروری محسوب می‌شود. هر استانی باید معیار سیاستی خاص خود را داشته باشد و قدرت منحصر به فرد و منابع ارزشمند خود را احصاء کند تا بستر توسعه منطقه‌ای و گسترش صادرات استانی را فراهم آورد.

جایگاه استان آذربایجان شرقی در صادرات کشور

بررسی‌های مقایسه‌ای از وضعیت تجارت خارجی استان‌ها در دو دهه گذشته نشان می‌دهد، استان‌هایی که بیشترین سهم در تجارت خارجی بویژه در صادرات را دارند، رقابتی‌ترین و دارای بیشترین مازاد تجاری هستند. همچنین مشخص شده، استان‌هایی که با بازارهای جهانی و همچنین با سایر استان‌ها در داخل کشور درگیر هستند، ثروتمندتر هستند. یافته‌های این بررسی‌ها تأیید می‌کند که سرانه‌ی تولید ناخالص داخلی یک استان با سهم صادرات آن در سرانه‌ی تولید ناخالص داخلی استان، همبستگی زیادی دارد. بنابراین، مشارکت استان‌ها در اقتصاد جهانی، برای رشد اقتصادی و استاندارد زندگی استان‌ها، اهمیت حیاتی پیدا می‌کند. این امر به رشد کلی اقتصادی استان کمک می‌کند. در حال حاضر استان آذربایجان شرقی با دومیلیارد صادرات جزء پنج استان برتر ایران در حوزه صادرات است.

آذربایجان شرقی به عنوان یکی از استان‌های پیش‌تاز در صادرات هر چند رشد ۱۶ درصدی را در این حوزه در سال گذشته (۱۴۰۰) تجربه کرد، رفع موانع تولید به عنوان یکی از اولویت‌های اعلامی مدیریت ارشد آذربایجان شرقی در دولت سیزدهم، از مولفه‌های متعددی متأثر است که بدون شک صادرات از جمله مهم‌ترین آنها محسوب می‌شود و رشد قابل قبول آن به عنوان بستر اصلی ارزآوری برای این خطه و کشور، نیازمند هم‌افزایی همه‌ی نهادهای مسئول در بخش دولتی و خصوصی است.

آذربایجان شرقی برای تحقق صادرات ۲ میلیارد دلاری در سال جاری، مزیت‌های نسبی فراوانی در حوزه‌ی صنعت، خدمات، معدن، اقتصادی دانش‌پنیا و معدن دارد. تبریز به عنوان پایتخت فرش، چرم، معدن و شکلات و وجود بیش از چهار هزار واحد صنعتی و ظرفیت‌های بالای کشاورزی، گمرکی و مرزی در آذربایجان شرقی، توان بالایی برای تولید درون‌زا، کارآفرینی و توسعه‌ی صادرات در این استان ایجاد کرده است. بدیهی است که رشد هر چه بیشتر

صادرات به عنوان زمینه‌ساز رونق تولید، اشتغال‌زایی و توزیع عادلانه‌ی ثروت در آذربایجان شرقی نیازمند برنامه مدون و برداشتن گام‌های عملی در این راستاست و با دادن شعار و گفتار درمانی میسر نمی‌شود.

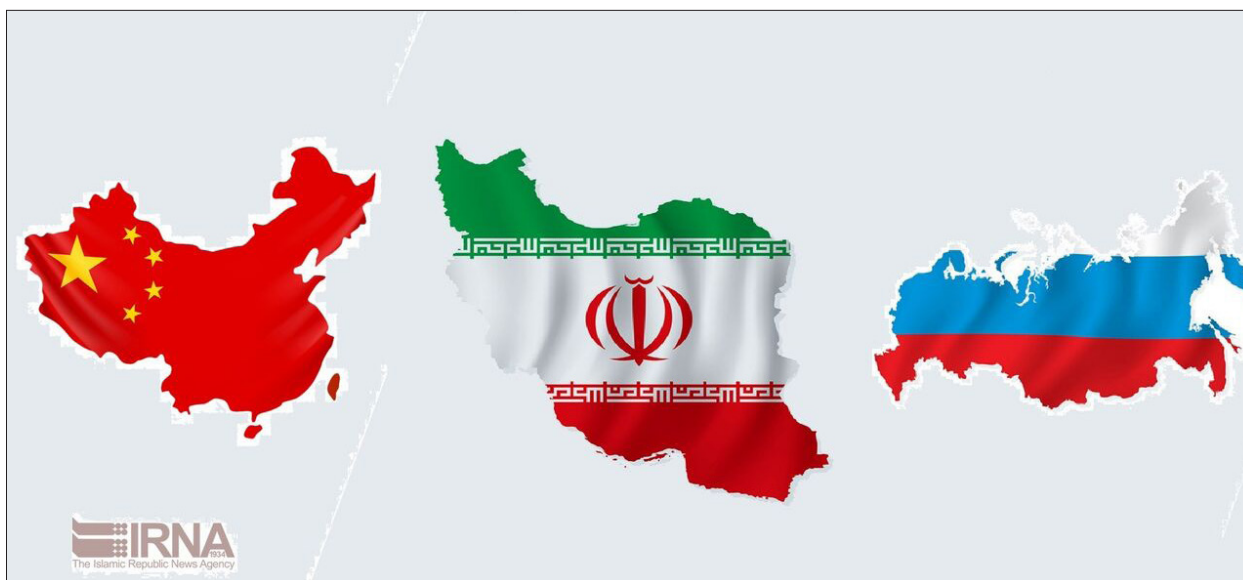
تعداد فزاینده‌ای از استان‌های ایران تلاش‌های مستمری را برای ایجاد چارچوبی توانمند که صادرات را تسهیل و ارتقا دهد، انجام داده‌اند. این امر به‌ویژه پس از پیشرفت قابل توجه ایران در زمینه‌ی گسترش صادرات و همچنین گسترش جغرافیایی کشورهای مقصد صادراتی در سال‌های اخیر، اتفاق افتاده است. در حالی که برخی از استان‌ها عملکرد فوق العاده‌ای داشته‌اند، نیاز به تجزیه و تحلیل متمرکزتری در مورد اینکه چگونه سایر استان‌ها می‌توانند بازارهای صادراتی خود را توسعه دهند، وجود دارد. از این رو، برخی از بهترین تجربه‌ها و راهکارهای صادراتی استان‌های موفق از جمله استان آذربایجان شرقی در حوزه‌ی صادرات، می‌تواند توسط استان‌هایی که هنوز نتوانسته‌اند اکوسیستم صادرات خود را تقویت کنند، تکرار شود. این بدین خاطر است که به دلیل نقاط قوت ذاتی متفاوت و مزیت‌های رقابتی استان‌ها، یک سیاست صادراتی استاندارد، برای همه‌ی آنها کارساز نخواهد بود. بهبود رقابت‌پذیری صادرات را نمی‌توان به طور کامل از سطح بالا در سطح ملی، هدایت کرد. این امر مستلزم مشارکت فعال مقامات سطح استان و شناسایی مناطق تمرکز صادرات بر اساس محرک‌های اصلی رشد اقتصادی استان‌ها است.

رئیس جمهوری محترم، در سخنرانی خود در جریان معرفی اعضای کابینه به مجلس در شهریور ماه سالجاری (۱۴۰۰)، بر لزوم تقویت صادرات تأکید کرده است. با توجه به اینکه محصولات محلی دارای پتانسیل بسیار زیادی هستند. بنابراین، تقویت رقابت صادرات در سطح تفکیک شده بین استان‌ها، نقش مهمی در تقویت اکوسیستم کلی صادرات در استان، ایفا خواهد کرد. و می‌توان هر منطقه از ایران را به یک مرکز صادرات تبدیل کرد، توجه به این نکته مهم است که استان‌های ایران نه تنها در مراحل مختلف توسعه قرار دارند، بلکه از نظر گستره‌ی جغرافیایی و همچنین ظرفیت تولید متفاوت هستند. از این رو، صادرات در بین استان‌ها، به طور گسترده‌ای متفاوت است. با در نظر گرفتن این موضوع، استان‌های ایران باید بر اساس پارامترهای مختلف مورد نیاز برای یک استراتژی رشد مبتنی بر صادرات ارزیابی شوند تا تغییرات عملکرد را در نظر بگیرند به گونه‌ای که مجموع بخش‌های اقتصادی استان‌ها می‌تواند از همین مزیت بهره‌مند شوند.

محورهای عمومی دیپلماسی اقتصادی در سطح ملی و ایفای نقش استان‌های مرزی در این چارچوب

توسعه‌ی روابط تجاری و اقتصادی با کشورهای همسایه و همسو بر مبنای تعریف منافع متقابل ملت‌ها، در کانون

استان‌هایی که با بازارهای جهانی و همچنین با سایر استان‌ها در داخل کشور درگیر هستند، ثروتمندتر هستند. یافته‌های این بررسی‌ها تأیید می‌کند که سرانه‌ی تولید ناخالص داخلی یک استان با سهم صادرات آن در سرانه‌ی تولید ناخالص داخلی استان، همبستگی زیادی دارد. بنابراین، مشارکت استان‌ها در اقتصاد جهانی، برای رشد اقتصادی و استاندارد زندگی استان‌ها، اهمیت حیاتی پیدا می‌کند. این امر به رشد کلی اقتصادی استان کمک می‌کند. در حال حاضر استان آذربایجان شرقی با دومیلیارد صادرات جزء پنج استان برتر ایران در حوزه صادرات است.



• سوآپ انرژی

از دیگر مزایای موقعیت جغرافیایی ویژه‌ی کشورمان، امکان انتقال انرژی به شیوه‌ی سوآپ است که اخیراً با پیگیری‌های صورت گرفته، سوآپ گاز میان جمهوری اسلامی ایران، ترکمنستان و جمهوری آذربایجان اجرایی شد و می‌توان این مدل را با سایر کشورهای منطقه نیز اجرایی کرد.

• بهره‌برداری بهینه از فرصت حضور در سازمان‌ها و اتحادیه‌های اقتصادی منطقه‌ای

با تحکیم روابط اقتصادی با کشورهای عضو سازمان‌هایی نظیر شانگهای و اکو و اتحادیه‌ی اوراسیا می‌توان با استفاده از سازوکارهای تجاری - مالی منطقه‌ای، بخشی از ظرفیت اقتصادی کشور را در حوزه‌ی منطقه‌ای به فعلیت درآورد.

• توسعه‌ی صادرات محصولات دانش‌بنیان و با ارزش افزوده بالا

در شرایطی که رقابت شدیدی در صحنه‌ی بین‌المللی برای کسب دانش و علوم مختلف در جریان است، یکی از موثرترین راه‌ها برای رشد اقتصادی و خنثی نمودن تحریم‌ها، تقویت شرکت‌های دانش بنیان داخلی از طریق توسعه‌ی تعاملات آنها در سطح جهانی و مساعدت به انتقال دانش فنی و فن‌آوری مورد نیاز صنایع کشور است. بسترسازی برای صادرات واکسن‌های کرونا، تولید شرکت‌های ایرانی نیز از جمله برنامه‌های شاخص معاونت اقتصادی وزارت امور خارجه برای توسعه‌ی محصولات دانش‌بنیان کشور بوده است.

• توجه و تمرکز بر مکانیزم‌ها و روش‌های خاص صادراتی در راستای بی‌اثرسازی تحریم‌ها:

در راستای رویکرد بی‌اثرسازی تحریم‌های ظالمانه، بویژه در بخش مالی و بانکی، بسترسازی توسعه‌ی تجارت تهراتی به عنوان نوعی از تجارت که نیازی به نقل و انتقالات

برنامه‌های معاونت اقتصادی وزارت امور خارجه در دولت سیزدهم قرار دارد. بر این اساس برنامه‌های متنوعی در حوزه‌های مختلف همکاری‌های اقتصادی و تجاری با کشورهای هدف در چهارچوب رویکرد بی‌اثرسازی تحریم‌ها، از طریق متنوع‌سازی روش‌ها و بازارهای صادراتی و همچنین مبادی واردات محصولات ضروری و تکنولوژی مورد نیاز صنایع کشور، در دستور کار حوزه‌ی ستادی و نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در خارج و داخل کشور قرار گرفته است. برخی از مهمترین روندهای کاری در این زمینه به قرار زیر است:

• توسعه‌ی تعاملات پولی و بانکی با کشورهای همسایه و همسو

تداوم روابط اقتصادی با همسایگان و کشورهای همسو با وجود محدودیت‌های بی‌سابقه‌ی تحریمی، اهمیت اولویت‌بخشی به تعامل روزافزون با این دسته از کشورها را بیش از پیش عیان ساخت. بر این اساس وزارت امور خارجه با هماهنگی دستگاه‌های داخلی همچون بانک مرکزی، ضمن ارائه و پیگیری راهکارهای حفظ روابط پولی و بانکی متناسب با شرایط تحریم با کشورهای مذکور، تقویت بخش‌های اقتصادی نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در کشورهای همسایه و همسو را برای توسعه‌ی این تعاملات در دستور کار قرار داده است.

• بهره‌برداری از مزیت ژئواکونومیک کشور

موقعیت جغرافیایی کم‌نظیر ایران، فرصت انتفاع اقتصادی از کریدورهای شمالی - جنوبی و شرقی - غربی را فراهم آورده است. در این رابطه وزارت امور خارجه در هماهنگی با دستگاه‌های متولی داخلی، اجرای جدی سیاست تعامل گسترده با همسایگان را برای تکمیل کریدورهای مورد نظر و ارتقای سطح بهره‌مندی از این مزیت را دنبال می‌کند.

مالی ندارد، در دستور کار معاونت اقتصادی قرار گرفته است.

• تعامل سازنده با بخش خصوصی فعال و معتبر در جهت رفع موانع و زمینه‌سازی توسعه‌ی تجارت خارجی کشور

با توجه به لزوم ارتباط مستقیم وزارت امور خارجه با صادرکنندگان توانمند و معتبر کشور جهت استفاده بهینه از فرصت‌های صادراتی شناسایی شده در نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور، معاونت اقتصادی وزارت امور خارجه برنامه‌هایی را برای تعامل سازنده با تشکلات و فعالان اقتصادی بخش خصوصی کشور در دستور کار دارد.

• متنوع‌سازی روش‌ها و مبادی تأمین کالاهای اساسی و تکنولوژی مورد نیاز کشور

عدم وابستگی کشور به یک یا چند کشور تأمین‌کننده، بویژه در کالاهای اساسی مورد نیاز کشور و همچنین به کارگیری روش‌های متنوع در این خصوص، از جمله برنامه‌های اصلی وزارت امور خارجه در حوزه‌ی واردات می‌تواند باشد. از جمله‌ی این روش‌ها می‌توان به کشت فراسرزمینی اشاره کرد که با توجه به کمبود منابع آبی کشورمان و همچنین مشکلات پیش آمده در تأمین برخی محصولات کشاورزی اساسی در پی جنگ روسیه و اوکراین، در همکاری با وزارت جهاد کشاورزی در دستور کار این وزارتخانه قرار دارد.

استراتژی پیشنهادی معاونت دیپلماسی وزارت امور خارجه برای ارتقای صادرات استان‌ها

بررسی‌ها نشان می‌دهند که ارتقای صادرات در استان‌ها با سه چالش اساسی مواجه است:

۱. نابرابری‌های درون و بین استانی در زیرساخت‌های صادرات
۲. جهت‌گیری رشد و حمایت تجاری ضعیف در بین استان‌ها

۳. زیرساخت ضعیف تحقیق و توسعه برای توسعه‌ی صادرات محصولات با ارزش افزوده بالا

با این حال، اینها تنها مشکلاتی نیستند که استان‌ها در فرایند صادرات با آنها مواجه هستند. در واقع، هدف برنامه‌ی صادراتی استان‌ها، باید مقابله با یک رویکرد صادراتی استاندارد و تعمیم آن به همه‌ی استان‌ها باشد که صرفاً بر روندهای کلان صادراتی تمرکز دارد. هدف اصلی از ارتقای صادراتی استان‌ها، تشویق و توسعه‌ی رقابت‌های صادراتی بین استان‌ها است. براین اساس، هر استان می‌تواند چالش‌های حیاتی خود در حوزه‌ی صادرات را شناسایی کند و سپس استراتژی‌های خاص خود را برای رسیدگی و رفع آن مشکلات، ایجاد کند.

شواهد آماری از روند توسعه‌ی صادرات استان‌ها نشان می‌دهد که اکثر استان‌های ایران در رسیدگی به سه چالش اصلی مورد اشاره، عملکرد چندان موفق‌ی نداشته‌اند. ناتوانی اکثر استان‌ها در ارائه‌ی استراتژی‌های مرتبط برای این سه

حوزه این سوال را ایجاد می‌کند که آیا استان‌ها ظرفیت رسیدگی به این مسائل را ندارند. این سوالی است که پاسخ آن باید خارج از چارچوب این طرح بررسی شود، زیرا به تجزیه و تحلیل بسیار دقیق نیاز دارد. با این حال، در کوتاه مدت، این سه چالش مهم را می‌توان با اتخاذ استراتژی‌های زیر، برطرف کرد:

۱. همگرایی:

ایجاد زیرساخت‌های صادراتی، در واقع یک فرآیند سرمایه‌بر است، که ممکن است برای بسیاری از استان‌ها به عنوان یک چالش ظاهر شود، حتی اگر استان‌ها بتوانند در سایر حوزه‌ها، عملکرد بهتری داشته باشند. دولت با همگرایی در طرح‌های توسعه‌ی زیرساخت‌های استان‌های مختلف و هماهنگی مشترک در توسعه‌ی زیرساخت‌های صادراتی، می‌تواند به استان‌هایی که گام‌های مهم و رو به جلویی در جهت ارتقای صادرات برداشته‌اند، پاداش دهد. این امر به عنوان انگیزه‌ای برای استان‌ها عمل می‌کند تا اصلاحات سیاستی مؤثرتری را انجام دهند.

۲. ایجاد پیوندهای قوی بین دولت - صنعت - دانشگاه:

برای پیوند دولت، صنعت و دانشگاه از طریق تسهیل تشویق ظرفیت‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط، و ایجاد شوراهای عمومی صادرات، هر استان باید به طور فعال، کانال‌هایی ایجاد کند. ارتباطات صنعت و دانشگاه نباید فقط به سطح مشاوره سیاستی محدود شود، بلکه باید به اقدامات منظم ظرفیت‌سازی برای شرکت‌های کوچک و متوسط در استان‌هایی که عملکرد قابل توجهی در صادرات داشته‌اند، نیز سرایت کند.

۳. ایجاد تعاملات ساختا یافته در سطح دولتی برای دیپلماسی اقتصادی:

ایران دارای چندین اتاق بازرگانی استانی و مراکز تسهیل تجارت است. با این حال، استان‌های ایران به‌ندرت به طور مستقیم با آنها درگیر و طی سالیان اخیر و ایجاد دفاتر نمایندگی وزارت امور خارجه در «دیپلماسی اقتصادی» هستند. با تلاش دولت برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های مراکز استان‌ها و مناطق آزاد تجاری و صنعتی، ظرفیت‌های جدیدی در استان‌ها ایجاد شد که چارچوب‌هایی را برای تسهیل تعاملات مستقیم با چنین نهادهای حاکمیتی ملی ایجاد کرده است. این امر به استان‌ها این امکان را می‌دهد که از ویژگی‌های منحصر به فرد اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی خود برای توسعه‌ی صادرات به بازارهای منطقه‌ای استفاده کنند. تعامل در سطح استانی می‌تواند با سیاست خارجی بسیاری از شرکای ایران از جمله عراق و روسیه که فعالانه به دنبال توسعه‌ی تعاملات تجاری و سرمایه‌گذاری با استان‌های ایران هستند، هماهنگ باشد. با این حال، تعامل با مجامع بین‌المللی ممکن است پیامدهای ملی داشته باشد، بنابراین، ظرفیت این امر در ابتدا باید توسط دولت تسهیل شود که می‌تواند کانال‌های دیپلماتیک ایران را برای مذاکرات اقتصادی و تجاری در سال‌های آینده تقویت کند.

برای کشوری به وسعت و تنوع جغرافیایی مانند ایران، توسعه‌ی صادرات، صرفاً با انجام یک اقدام سیاسی در سطح ملی، کافی نخواهد بود؛ بلکه در کنار آن فراهم آوردن زمینه‌های مشارکت کارآمد استان‌ها در حوزه‌ی سیاست‌گذاری‌های صادراتی نیز، امری ضروری محسوب می‌شود. هر استانی باید معیار سیاستی خاص خود را داشته باشد و قدرت منحصر به فرد و منابع ارزشمند خود را احصاء کند تا بستر توسعه منطقه‌ای و گسترش صادرات استانی را فراهم آورد.



۴. تمرکز بر طرح‌ها و استانداردها برای آماده‌سازی محصولات برای صادرات:

برای استفاده‌ی بهینه‌تر از پتانسیل صادرات استان‌های ایران، باید بر طرح‌ها و استانداردهای آماده‌سازی محصولات برای صادرات تمرکز کرد.

چندین صنایع دستی منحصر به فرد و سازگار با محیط زیست در استان‌ها تولید می‌شوند که پتانسیل صادرات به خارج از استان را به عنوان اقلامی برای دکوراسیون داخلی و اثاثیه یا لوازم داخلی منزل را دارند. با این حال، اغلب این محصولات دارای طرح‌های اولیه هستند و استانداردهای صادراتی را رعایت نمی‌کنند. مقامات ذیربط دولت و استان‌ها باید برای ایجاد گفت‌وگوهای ملی در مورد اهمیت طرح‌ها و استانداردهای مورد نیاز برای صادرات این نوع کالاها، با موسسات طراحی در داخل استان‌ها هماهنگی و تعامل کنند.

۵. موارد استفاده‌ی جدید برای محصولات:

علاوه بر این، باید با تفکر طراحی موارد استفاده جدید برای محصولات صادراتی غالب در استان‌ها مانند محصولات کشاورزی، خشکبار و منسوجات بافته شده و...، شناسایی شوند تا از پتانسیل صادرات گسترده‌ی شرکت‌های خرد ایرانی به اندازه‌ی کافی استفاده شود. همین امر در مورد طرح محصولات صنعتی نیز صادق است. چندین سازنده‌ی قطعات الکترونیک را می‌توان با پشتیبانی طراحی مناسب، به تولیدکنندگان تجهیزات اصلی ارتقا داد. طرح‌ها و استانداردها بدون شک به عنوان یک ستون مهم برای ارتقای صادرات ایران ظاهر می‌شوند.

اگرچه استان‌ها به طور معمول، استراتژی‌های آمادگی صادرات را بر اساس ظرفیت‌های محلی خود توسعه می‌دهند، با اینحال، پنج روش مداخله‌ای فوق‌الذکر که از آنها یاد شد، بدون تسهیل دولت، امکان‌پذیر نیست. بنابراین ضروری است که دولت به حمایت از استان‌هایی که علی‌رغم چالش‌های اجتماعی-اقتصادی منحصر به فردشان، قادر به ایجاد اکوسیستم‌های سیاست‌گذاری صادراتی کاربردی

هستند، ادامه دهد.

معاونت دبیلپماسی اقتصادی در راستای توسعه و تقویت تعامل و همکاری خود با استانداری‌های کشور و شناسایی ظرفیت‌ها و توانمندی‌های صادراتی استان‌ها، برنامه‌های متعددی را در این خصوص به مورد اجرا گذاشته است که اهم آنها عبارتند از:

۱- سفر معاون دبیلپماسی اقتصادی وزارت امور خارجه به ۱۵ استان عمدتاً مرزنشین؛ در جریان این سفرها دکتر صفری ضمن ملاقات با استانداران، فعالان اقتصادی در حوزه‌ی صادرات، از بازارچه‌های مرزی، شرکت‌های صادرکننده دانش بنیان و... بازدید و اقدامات مقتضی برای رفع مشکلات صادراتی استان‌ها در همکاری نزدیک با نمایندگی‌های دبیلپماتیک ایران در خارج به عمل آوردند.

۲- برنامه‌ریزی و اعزام هیئت‌های مدیران و کارشناسان اقتصادی وزارت امور خارجه به استان‌ها قبل از اعزام به ماموریت خارج از کشور؛ برای آشنایی با پتانسیل‌ها و توانمندی‌های صادراتی و مشکلات صادراتی استان‌ها با کشورهای مقصد صادراتی

۳- برنامه‌ریزی و برگزاری وبینارهای تجاری دو جانبه بین مقامات و فعالان تجاری استان‌ها با سفرا، سرکنسول‌ها و کارشناسان اقتصادی نمایندگی‌های دبیلپماتیک ایران در کشورهای مقصد صادراتی و رؤسای اتاق‌های بازرگانی و مقامات سازمان‌های تجاری و اقتصادی کشورهای محل ماموریت

۴- برنامه‌ریزی و تسهیل برگزاری نمایشگاه‌های تجاری اختصاصی استان‌ها ایران در دیگر کشورها بویژه کشورهای مقصد صادراتی

۵- برنامه‌ریزی و مساعدت سفر استانداران استان‌های مختلف به کشورها مقصد صادراتی و کشورهای همسایه در راستای فراهم آوردن زمینه‌های توسعه‌ی روابط اقتصاد خارجی استان‌ها در حوزه‌های صادرات، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، جذب گردشگر و...



مصطفی حسین زاده
کارشناس روابط بین الملل

اهمیت دیپلماسی اقتصادی در سیاست خارجی



دیپلماسی اقتصادی در سیاست خارجی در معنی تخصصی آن پدیده‌ی جدیدی است و به دوران معاصر مربوط می‌شود. اما طبیعتاً ریشه‌ی دیپلماسی اقتصادی به اندازه‌ی تاریخ حکومت و حکمرانی، طولانی است. در دوران مصر باستان و رم روابط تجاری میان واحدهای سیاسی زمان حائز اهمیت بوده است و بسیاری از این دولت‌ها به دنبال توسعه‌ی روابط تجاری و تجاری‌سازی روابط فی مابین بودند. رواج استعمار نیز بخشی از دیپلماسی اقتصادی بود که بدان شکل در زمان‌های گذشته خود را بروز داشت. روز به روز بر اهمیت تجارت و اقتصاد در سیاست بین‌الملل بویژه بعد از جنگ جهانی دوم و به صورت عینی بعد از فروپاشی شوروی افزوده شده است. به گونه‌ای که امروز شاهد تحول در ماهیت نظام بین‌الملل و افزوده شدن اقتصاد به عنوان بخش مهمی از نظام بین‌الملل و سیاست خارجی کشورها می‌باشیم. سیاست خارجی در جهان معاصر با تغییر ماهیت نظام بین‌الملل بعد از فروپاشی شوروی و

پایان جنگ سرد دچار تحول شده است. بعد از پایان جنگ سرد مولفه‌های دیگری نظیر توسعه‌ی پایدار، رشد و توسعه‌ی اقتصادی، حکمرانی مطلوب، توسعه‌ی اجتماعی و فرهنگی و قدرت نرم در کنار موضوعات سیاسی، قدرت، جنگ و موازنه‌ی قوا وارد عرصه‌ی روابط بین‌الملل شده است. با تغییرات در ماهیت روابط بین‌الملل، سیاست خارجی کشورها نیز با این تغییرات همراه شده است. ایجاد سازمان تجارت جهانی در سال ۱۹۹۵ نماد عینی اهمیت موضوعات اقتصادی، رفاهی، رشد و توسعه‌ی اقتصادی، اشتغال‌زایی، مبارزه با فقر و توسعه‌ی پایدار بود. ایجاد پیمان‌ها، نهادها و سازمان‌های منطقه‌ای با موضوعات اقتصادی و تخصصی کارکردی، از میان برداشتن موانع گمرکی و مالیاتی در دستور کار بسیاری از کشورهای در قالب همکاری منطقه‌ای و سازمان‌ها در آسیا، آفریقا و آمریکا قرار گرفت. ایجاد و تقویت سازمان‌های همکاری اقتصادی در اقصا نقاط

جهان در راستای تسهیل تجارت منطقه‌ای، رفع و تعدیل موانع گمرکی، جذب سرمایه‌ی خارجی، تسهیل عبور کالا و خدمات از مرزها، توسعه‌ی تولید و رونق صادرات، تولید نیازهای اساسی، اشتغال‌زایی و کاهش جمعیت زیر خط فقر، تسهیل حمل و نقل جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی، جذب سرمایه‌ی خارجی از اصول این سازمان‌های منطقه‌ای اقتصادی می‌باشند.

در یک اقدام برجسته، تاسیس منطقه‌ی تجارت آزاد قاره‌ی آفریقا در ژانویه ۲۰۱۸ یکی از بزرگترین و مهمترین اتفاقات در این حوزه بود. طبق گزارش بانک جهانی این توافق می‌تواند ۷۶ میلیارد دلار به درآمد بقیه‌ی جهان اضافه کند. این توافق دربردارنده‌ی بازار ۱/۲ میلیارد نفری و بیش از ۳ تریلیون دلار مجموع تولید ناخالص داخلی است. در نهایت تعداد ۴۴ کشور آفریقایی در ۲۱ مارس ۲۰۱۸ در پایتخت رواندا در کیگالی معاهده‌ی تاسیس این منطقه را امضاء نمودند. این معاهده در تاریخ ۲۹ آوریل ۲۰۱۹ با تصویب پارلمانی صحرای غربی و سیرالئون در مجموع با ۲۲ کشور وارد مرحله‌ی اجرایی گشت.

مروری بر سازمان‌های ایجاد شده عموماً بعد از جنگ سرد حول محور توسعه‌ی همکاری‌های اقتصادی و کارکردی نشان از اهمیت و تغییرات ایجاد شده در عرصه‌ی روابط بین‌الملل می‌باشد. سازمان همکاری شانگهای، ائتلاف آلبا معاهده تجارت ملل آمریکایی، اتحادیه‌ی گمرکی آند، نظام همگرایی آمریکای مرکزی، بازار مشترک کشورهای امریکای جنوبی مرکسور، قرارداد تجارت آزاد آمریکای شمالی نفتا، گروه ۲۰، سازمان همکاری اقتصادی آسیا - پسیفیک ایک، جامعه و بازار مشترک کارائیب، جامعه‌ی اقتصادی کشورهای مرکزی آفریقا، جامعه‌ی اقتصادی کشورهای غرب آفریقا، اتحادیه‌ی آفریقای شرقی، اتحادیه‌ی همکاری منطقه‌ای جنوب آسیا سادک، اتحادیه‌ی همکاری منطقه‌ای حاشیه‌ی اقیانوس هند، اتحادیه‌ی اقتصادی اوراسیا که از دهه‌ی ۹۰ میلادی به بعد شکل گرفته‌اند نمونه‌های عینی اهمیت روزافزون همکاری‌های اقتصادی و رشد و توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی در سیاست خارجی می‌باشد.

با اهمیت یافتن انتخابات و آرای مردمی در حکومت‌داری، افزایش نقش شهروند، رفاه اجتماعی و مولفه‌های حکمران خوب، افزایش انتظارات و مطالبات توسعه‌ای شهروندان از دولت‌ها، امروزه مهمترین شاخص موفقیت دولت‌ها، عملکرد مطلوب در عرصه‌ی اقتصادی، جذب سرمایه‌ی خارجی و کاهش بیکاری، ایجاد و بسط زیرساخت‌های کیفی نظیر جاده، بیمارستان، مراکز آموزشی، ورزشگاه‌ها و مکان‌های ورزشی و تفریحی با کیفیت، فرودگاه‌های بین‌المللی با استانداردهای جهانی، سیستم‌های حمل و نقل ریلی، جاده‌ای و هوایی پیشرفته و بروز، اشتغال‌زایی، کاهش فقر و افزایش توان اقتصادی و سطح زندگی مردم می‌باشند.

امروزه شاخص‌های اقتصادی و تجاری به عنوان

امروزه شاخص‌های اقتصادی و تجاری به عنوان عاملی برای ظهور و سقوط دولت‌ها در بسیاری از کشورهای جهان تبدیل شده است. یکی از مفاهیم اصلی روابط بین‌الملل، مهم بودن روابط بین‌الملل و حکمرانی می‌باشند. مواردی نظیر تولید ناخالص داخلی، نرخ درآمد سرانه، نرخ رشد اقتصادی، میزان جذب سرمایه‌ی خارجی، میزان صادرات و واردات، موازنه‌ی تجاری، نرخ تورم، بیکاری، سهولت کسب و کار، حکمرانی مطلوب، میزان فساد مالی، بانکی و اداری، بوروکراسی، تعداد و تعدد پروازهای بین‌المللی، میزان ورود گردشگر و درآمد حاصل از گردشگری، عضویت و بازیگری در سازمان‌های منطقه‌ای بین‌المللی تخصصی و اقتصادی، میزبانی از اجلاس‌های مهم بین‌المللی و رویدادهای ورزشی، بهره‌مندی از وام‌ها و منابع نهادهای مالی و بانکی بین‌المللی و منطقه‌ای به عنوان شاخصه‌هایی برای ارزیابی توان و قدرت کشورها بویژه در حوزه‌ی نرم مطرح هستند.

عاملی برای ظهور و سقوط دولت‌ها در بسیاری از کشورهای جهان تبدیل شده است. بنابراین عناصر و مولفه‌های اقتصادی و کارکردی، یکی از مفاهیم اصلی روابط بین‌الملل و حکمرانی می‌باشند. مواردی نظیر تولید ناخالص داخلی، درآمد سرانه، نرخ رشد اقتصادی، میزان جذب سرمایه‌ی خارجی، میزان صادرات و واردات، موازنه‌ی تجاری، نرخ تورم، بیکاری، سهولت کسب و کار، حکمرانی مطلوب، میزان فساد مالی، بانکی و اداری، بوروکراسی، تعداد و تعدد پروازهای بین‌المللی، میزان ورود گردشگر و درآمد حاصل از گردشگری، عضویت و بازیگری در سازمان‌های منطقه‌ای بین‌المللی تخصصی و اقتصادی، میزبانی از اجلاس‌های مهم بین‌المللی و رویدادهای ورزشی، بهره‌مندی از وام‌ها و منابع نهادهای مالی و بانکی بین‌المللی و منطقه‌ای به عنوان شاخصه‌هایی برای ارزیابی توان و قدرت کشورها بویژه در حوزه‌ی نرم مطرح هستند.

در فضای بین‌المللی، موضوعات اقتصادی، مهمترین انگیزه‌ی دعوت‌های رسمی و سفرهای دیپلماتیک مقامات عالی و ارشد کشورها محسوب می‌شوند. بسیاری از سفرهای مقامات کشورها برای افتتاح و رونمایی از پروژه‌ها و عقد تفاهم‌نامه‌ها و پیمان‌های تجاری اقتصادی و یا شرکت در اجلاس‌های مربوط به سازمان‌های اقتصادی می‌باشند. بسیاری از محورهای مذاکرات در دیدار روسای جمهور، وزرای امور خارجه و دیگر مقامات حول موضوعات همکاری اقتصادی، تجاری و کارکردی می‌باشند. در کابینه‌ی دولت‌ها نیز اکثریت وزارتخانه‌ها یا اقتصادی مرتبط هستند و یا کارکردی و فنی که با توسعه‌ی اقتصادی مرتبط هستند. کمیسیون‌های اقتصادی میان کشورها بیشتر از کمیسیون‌های سیاسی رواج دارد. همراهی وزرای متعدد اقتصادی در سفر روسای جمهور و حضور بازرگانان و فعالین تجاری در این سفرها دلیل دیگری بر اهمیت اقتصاد در سیاست خارجی کشورها محسوب می‌شود.

در دنیای کنونی اقتصاد به کانون اصلی توجه در سیاست خارجی کشورها تبدیل شده است، به گونه‌ای که کارکرد وزارت امور خارجه در اغلب کشورهای جهان با تغییراتی به امور اقتصادی سوق پیدا کرده است و امور سیاسی در این وزارتخانه در سراسر جهان هموارکننده‌ی مسیر و بسترسازی برای اهداف اقتصادی می‌باشند. میان سیاست و اقتصاد ارتباط مستقیمی وجود دارد و سیاست زمینه را برای نفوذ و توسعه‌ی اقتصادی فراهم می‌آورد. اگرچه با اقتصاد بازار آزاد و رشد شرکت‌های خصوصی امکان فعالیت تجاری برای شرکت‌های تجاری در سراسر دنیا فراهم می‌باشد.

سیاست خارجی اقتصاد محور:

کارکرد اصلی سیاست خارجی تعامل مؤثر و سازنده با جهان است. کاهش تنش‌ها در محیط پیرامونی، وجود قوانین شفاف اقتصادی، توانمندی جذب سرمایه‌های خارجی، برقراری روابط مؤثر اقتصادی و حضور در

سازمان‌های اقتصادی، پولی، مالی، فنی، تخصصی و حمل و نقل بین‌المللی و منطقه‌ای از اصول سیاست خارجی اقتصادمحور می‌باشند. با توجه به تحریم‌های ظالمانه علیه ج.ا.ایران، اهمیت دیپلماسی اقتصادی در راستای تسهیل تعاملات اقتصادی کشور با اقتصاد جهانی و رفع محدودیت‌های بین‌المللی دوجندان شده است. استفاده از موقعیت جغرافیایی راهبردی کشور، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، گسترش تجارت و صادرات، تسهیل همگرایی اقتصادی جهانی و به کارگیری دیپلماسی انرژی مهم‌ترین الزامات سیاسی و اقتصادی سیاست خارجی اقتصادمحور است. هماهنگی متقابل دستگاه‌های اقتصادی با سیاست خارجی در پیشبرد برنامه‌های دیپلماسی اقتصادی الزامی است.

تحقق اهداف توسعه‌ای کشور مستلزم تقویت همکاری‌های بین‌المللی است. در شرایط کنونی، خنثی‌سازی آثار و محدودیت‌های ناشی از تحریم‌های اقتصادی و برچیدن آن برای توسعه اقتصادی کشور ضرورت دارد. با وجود دستاوردهای قابل توجه کشور در عرصه اقتصادی که مرهون تلاش نهادها و بخش‌های مختلف سیاست خارجی است، دیپلماسی اقتصادی در مسیر خود با موانع و چالش‌هایی همراه بوده است. در عرصه داخلی مشکلات ساختاری اقتصادی و ناهماهنگی‌ها و در عرصه خارجی نیز استمرار و تشدید سیاست ضد ایرانی آمریکا، امنیتی‌سازی چهره‌ی ایران، وجود تنش‌ها در مناطق پیرامونی سیاست خارجی و ایجاد فضای رعب در شرکای اقتصادی ایران از موانع پیشبرد دیپلماسی اقتصادی بوده است.

ضرورت‌های دیپلماسی اقتصادی سیاست خارجی:

- تغییر رویکرد سیاست خارجی از امنیتی به اقتصادی و مقابله با ایران‌هراسی: اولویت اقتصاد و تجارت در مقایسه با امور امنیتی در سیاست خارجی نقش مهمی در ترسیم توسعه اقتصادی دارد. مقابله با ایران‌هراسی و تبلیغات منفی علیه ج.ا.ایران در رسانه‌های بین‌المللی، تسهیل و افزایش ورود گردشگران خارجی به کشور و مشاهده میدانی مواردی هستند که در این حوزه می‌بایست مورد توجه قرار گیرند.

- موقعیت جغرافیایی ایران در کریدور حمل و نقل بین‌المللی شرق - غرب و شمال - جنوب: موقعیت جغرافیایی جمهوری اسلامی ایران فرصت قابل توجهی برای نقش‌آفرینی در حمل و نقل بین‌المللی به عنوان مسیری امن و به صرفه اقتصادی فراهم کرده است. ایجاد زیرساخت‌های لازم در مبادی ورودی زمینی و دریایی کشور، تسهیل در تردد ناوگان حمل و نقلی در کمترین زمان ممکن و بدون ایجاد معطلی طولانی، کاهش زمان ترخیص کالا، کاهش بروکراسی اداری و همچنین به‌روز نمودن ناوگان حمل و نقلی داخلی متناسب با نیازهای این حوزه از جمله کانتینرهای مجهز به سیستم سرمایشی نقش

مهمی برای تسهیل در حمل و نقل بین‌المللی با استفاده از موقعیت جغرافیایی ویژه ج.ا.ایران دارند. دیپلماسی اقتصادی در این حوزه می‌تواند با ایفای نقش فعال، ایران را در پروژه‌های حمل و نقل بین‌المللی منطقه و جهان تسهیل و شریک نماید تا ایران بخشی از مسیرهای انتقال انرژی و کالا باشد.

در ابتکار یک کمربند و یک راه چین، ایران با توجه به موقعیت جغرافیایی آن یکی از مسیرهای حمل و نقلی بین‌المللی شرق - غرب و شمال - جنوب می‌باشد. شراکت و تسهیل ج.ا.ایران در طرح‌های حمل و نقل بین‌المللی کالا و انرژی مورد توجه دستگاه سیاست خارجی می‌باشد.

- بهره‌مندی از منابع مالی بین‌المللی: امروزه برخی از پروژه‌ها از سوی نهادهای مالی و بانک‌های توسعه‌ای بین‌المللی و منطقه‌ای مورد حمایت و تأمین مالی می‌شوند. جذب این سرمایه‌ها برای توسعه جوامع در مناطق روستایی و محروم و همچنین توانمندسازی اقشار مختلف در این جوامع مورد توجه می‌باشند. از سوی دیگر مشارکت پیمانکاران ایرانی در مناقصه‌های بین‌المللی با منابع مالی تأمین شده از سوی نهادهای بین‌المللی نیز زمینه‌ی دیگری برای افزایش نقش بین‌المللی شرکت‌های ایرانی می‌باشد.

- جذب سرمایه‌های خارجی: ایجاد و توسعه بازارهای بین‌المللی سرمایه، دیگر ابزار زمینه‌ی توسعه اقتصادی و سیاسی کشور است. در این چارچوب رفع موانع درونی سرمایه‌گذاری خارجی، اصلاح مقررات و تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری، کاهش بروکراسی اداری، اجتناب از حساسیت‌های غیر اقتصادی، معرفی فرصت‌های جذاب سرمایه‌گذاری خارجی، ارائه تسهیلات گمرکی و مالیاتی حائز اهمیت است.

- گسترش تجارت و توسعه صادرات با همسایگان و لزوم توجه به آفریقا: با توجه به اقتصاد نفتی کشور در سال‌های گذشته و تحریم‌های اعمال شده، توسعه صادرات محصولات غیر نفتی با همسایگان ضرورت و فوریت دارد. نظر به دسترسی آسان و نزدیکی، کشورهای همسایه و همجوار ایران دارای اولویت و اهمیت فراوان می‌باشند.

- اهمیت قاره‌ی آفریقا در تجارت بین‌الملل روزبروز بیشتر می‌شود. باتوجه به وجود بازار فروش و نیاز آفریقا به محصولات صنعتی، مواد غذایی، بهداشتی، پتروشیمی، منسوجات، لوازم و ابزارآلات، توسعه زیرساخت‌ها و خدمات فنی و مهندسی و نیاز کشورمان برای واردات برخی از منابع معدنی و محصولات کشاورزی نظیر ذرت، کنجد، روغن نخل، دانه قهوه و کاکائو می‌توان چارچوبی از همکاری با این قاره را ترسیم کرد. رقابت قدرت‌های استعماری سابق و قدرت‌های نوظهور و بهره‌مندی از ظرفیت‌های دست نخورده آفریقا نشان از اهمیت آن دارد. حضور فعال کشورهای همسایه‌ی ایران در این قاره لزوم توجه بدان را دوجندان می‌کند.

در عرصه داخلی مشکلات ساختاری اقتصادی و ناهماهنگی‌ها و در عرصه خارجی نیز استمرار و تشدید سیاست ضد ایرانی آمریکا، امنیتی‌سازی چهره‌ی ایران، وجود تنش‌ها در مناطق پیرامونی سیاست خارجی و ایجاد فضای رعب در شرکای اقتصادی ایران از موانع پیشبرد دیپلماسی اقتصادی بوده است.



جعفر ساعی نیا

دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه اقتصادی و برنامه ریزی
دانشگاه علم و صنعت

دبلماسی اقتصادی افزایش اقتدار یک ملت



یکی از ابزارهای نوین، کارآمد و قدرتمند دولت‌ها برای کنش در فضای بین‌المللی و دستیابی به موقعیت بهتر در اقتصاد جهانی، «دبلماسی اقتصادی» است. این نوع دبلماسی عبارت است از اقدامات رسمی دبلماتیکی که اولاً دسترسی به بازارهای خارجی را برای کسب و کارهای ملی تسهیل می‌کنند، ثانیاً در تلاش برای جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی هستند و ثالثاً بر اثرگذاری روی قوانین بین‌المللی در راستای پیشبرد منافع ملی تأکید می‌نمایند. در تعریفی دیگر، دبلماسی اقتصادی، دبلماسی یا سیاستی است که به اداره و هدایت روابط اقتصادی بین‌الملل می‌پردازد. یکی از سیاست‌های کارآمد و راهبردی برای کسب امتیاز در صحنه رقابت اقتصاد جهانی برای پیشرفت اقتصادی، از تلاقی دو حوزه اقتصاد و سیاست خارجی با عنوان «دبلماسی اقتصادی» حاصل می‌شود. دبلماسی اقتصادی به دنبال تبدیل کردن منابع قدرت موجود در حوزه اقتصاد به قدرت واقعی و در نتیجه، افزایش اقتدار یک ملت است. اگر چه تعریف دقیقی از دبلماسی اقتصادی در دست نیست، اما می‌توان آن را تنظیم و پیشبرد سیاست‌های مرتبط با تولید، جابه‌جایی یا مبادله کالاها، خدمات، کار و سرمایه‌گذاری در سایر کشورها تعریف کرد. یک مشخصه متمایز دبلماسی اقتصادی این است که بخش‌های خصوصی برای تأثیرگذاری بر مذاکره و با هدف باقی‌ماندن در بازار رقابتی جهانی یا منطقه‌ای در فرایند سیاست‌گذاری مشارکت می‌کنند. جهانی شدن اقتصادی به شکل فزاینده‌ای دبلماسی اقتصادی را به سازه‌ای مهم در سیاست خارجی تبدیل کرده است. دبلماسی اقتصادی با پیش‌بینی وضع آینده‌ی رژیم‌های

بازرگانی نیز ارتباط دارد و از این رو نیازمند درک و شناخت مؤلفه‌های مؤثر بازار در محیط اقتصادی جهانی است و در این فرایند، کشور باید برای پیشبرد منافع اقتصادی خود تصمیم‌گیری کند. جهانی‌شدن ساختارهای تولیدی، مالی و تجاری، ماهیت و کاربدهای دولت‌ها را از واحدهای سرزمینی به بازیگرانی مجازی و بازاری در اقتصاد سیاسی جهانی متحول ساخته است. در گذار به جهانی شدن دغدغه‌ی دولت‌ها از مسائل امنیتی و سیاسی به دستیابی به سهمی از بازارهای تولید، تجارت و سرمایه‌ی جهانی تغییر یافته است. تجلی این تحول در عملکرد دولت‌ها در نظام اقتصاد سیاسی جهانی، گذار از دبلماسی سنتی به دبلماسی اقتصادی به عنوان ابزار نوین و کارآمد تعامل در اقتصاد جهانی و دستیابی به توسعه‌ی قابل مشاهده است. در چارچوب ساختار نوین، نخست این که مقوله‌ی توسعه‌ی اقتصادی به مؤلفه‌ی تعیین‌کننده‌ی کارآمدی و قدرتمندی دولت‌ها تبدیل شده و دوم، دستیابی به توسعه‌ی اقتصادی نیازمند تعامل با ساختارهای اقتصاد سیاسی جهانی است.

مسئله‌ی چگونگی دستیابی به توسعه و شکوفایی اقتصادی کشورهای در حال توسعه در اقتصاد سیاسی جهانی دست‌کم یکی از کانونی‌ترین مباحث و مناظرات نظری و عملی محافل آکادمیک و اجرایی در نیم قرن گذشته بوده است. در خصوص امکان یا امتناع دستیابی به توسعه‌ی کشورهای در حال توسعه، برخی از صاحب‌نظران بویژه در چارچوب مکتب انتقادی و وابستگی، تحولات نوین جهانی را به مثابه‌ی تهدیدی برای وضعیت سیاسی- اقتصادی جهان در حال توسعه قلمداد

می‌کنند و به تبع آن، راهکار مقابله با مسئله را در اتخاذ رویکردهای تدافعی، دولت‌محور، انزواگرایانه و مقابله جویانه می‌دانند. طیفی از این کشورها بویژه در آمریکای لاتین متأثر از این جریان فکری از همان سال‌های بعد از جنگ دوم جهانی با اتخاذ راهبردهای درونگرایانه و استراتژی جایگزینی واردات تلاش کردند موقعیت خود را در نظام اقتصاد بین‌الملل از وابستگی به استقلال و خودکفایی تغییر دهند. مواجهه شدن استراتژی جایگزینی واردات و خطمشی‌های حاصل از آن با مشکلات و بحران‌هایی نظیر بحران بدهی‌ها در کشورهای در حال توسعه از دهه ۱۹۷۰ و تعمیق وابستگی آنها باعث شد که زمینه برای انتقاد از بدبینی مفرط به تحولات اقتصاد سیاسی جهانی و جهانی‌شدن فراهم شود. در این راستا لیبرال‌ها، جهانی‌شدن را به شکل‌گیری فرایندهای ارتباطات، اطلاعات، تولید و تجارت جهانی تعبیر نمودند که منجر به شکل‌گیری وابستگی متقابل بین کشورها شده و هر بازیگری می‌تواند به تناسب مزیت نسبی، توان بهره‌گیری از فرصت‌های نوظهور و کاهش دخالت دولت در اقتصاد، وضعیت توسعه‌ی خود را بهبود ببخشد. از منظر لیبرالیست‌ها جهانی‌شدن نهایتاً به نفع همگان تمام می‌شود. شکل‌گیری و استقبال از استراتژی توسعه‌ی صادرات در چارچوب تعامل با ساختارهای پولی، مالی، تجاری و تکنولوژیک جهانی را می‌توان واکنشی مثبت به مفروضات پارادایم لیبرالیسم تلقی نمود.

تاریخچه دیپلماسی اقتصادی

تا قبل از پایان جنگ سرد، برای قرن‌ها دغدغه‌ی دولت‌ها و سیاست‌های حاکم بر روابط بین‌المللی، حفظ تمامیت ارضی و امنیت ملی از طریق قدرت نظامی بود. اما با پدید آمدن تحولاتی شگرف در عرصه‌ی جهانی، همچون تأسیس سازمان‌ها و نهادهای مالی، گسترش جهانی‌شدن اقتصاد و افزایش وابستگی متقابل میان کشورهای جهان، پایان جنگ سرد و فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و غیره، به تدریج اقتصاد به عنصری تأثیرگذار بر روابط بین‌المللی تبدیل شد. به این ترتیب، الزامات امنیتی در سطح ملی و بین‌المللی کمرنگ شد و اقتصاد اهمیت بیشتری یافت؛ به‌طوری که سیاست خارجی دولت‌ها که بر پایه‌ی مسائل سیاسی و امنیتی بود، معطوف به مسائل اقتصادی گشت و دیپلماسی سنتی جای خود را به دیپلماسی اقتصادی به عنوان فصل مشترکی میان دیپلماسی و منافع اقتصادی داد. به این ترتیب و با توجه به این که فضای سیاسی و نظامی جهان به سمت اقتصادی شدن تغییر کرد، قدرت واقعی بر پایه‌ی توانایی‌ها و ظرفیت‌های هر کشور در ادغام با اقتصاد جهانی و نه صرفاً بر پایه‌ی قدرت نظامی و حفظ قلمرو شخصی تعریف شد. تاریخچه‌ی فعالیت‌های اقتصادی دولت‌ها در زمینه‌ی تجارت خارجی به قرن‌ها پیش از میلاد مسیح بازمی‌گردد هرچند در آن زمان نهادهای دیپلماتیک مدرن امروزی وجود نداشت اما به تدریج به‌ویژه در خلال قرن نوزدهم خدمات بازرگانی توسط دیپلمات‌های متخصص در این زمینه پیگیری شد. با این حال پس از جنگ جهانی دوم این تحولات شتاب بیشتری گرفت و برخی کشورهای پیشگام، خدمات اقتصادی

متن قانون اساسی و
متمم آن با صراحت
کامل معرف سنت‌ها،
عقاید و تمایلات
طبقات مختلف افراد
جامعه و نیروها و
قدرت‌های آشکار
و پنهان مسلط بر
اوضاع است و در
بررسی از مواد و
اصول آن بخوبی
درمی‌یابیم که
چگونگی هر یک
از آنها نماینده‌ی
انعکاس علل فوق و
تأثیر قدرت و نفوذ
عامل سازنده انقلاب
است.

را به‌عنوان بخشی مستقل در ساختار وزارت خارجه مدنظر قرار دادند. در اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ نیز جذب سرمایه‌گذاری خارجی در دستور کار سفارتخانه‌های برخی کشورها قرار گرفت. همانطور که مشاهده می‌شود بعد از جنگ جهانی دوم اهمیت دیپلماسی اقتصادی در سیاست اقتصادی کشورها به تدریج افزایش یافته است. همین مسئله توضیح می‌دهد که چرا به تدریج مطالعه و توجه به دیپلماسی اقتصادی افزایش یافته است.

دیپلماسی اقتصادی در ایران

به‌طور کلی و عام، هدف عمده‌ی دیپلماسی اقتصادی، کمک به توسعه‌ی اقتصاد ملی است و کارکرد اصلی آن جست‌وجوی اهداف اقتصادی با معیارهای دیپلماتیک است؛ خواه با ابزارهای اقتصادی و خواه با ابزارهای غیراقتصادی. با توجه به ضرورت‌های ناشی از تحولات اقتصاد سیاسی جهانی، می‌توان این هدف کلان را به‌طور جزئی‌تر در سه محور قرار داد: ۱- دسترسی به بازارهای جهانی؛ ۲- جذب سرمایه‌های خارجی (به‌طور مستقیم/ غیرمستقیم؛ و دوجانبه/ چندجانبه)؛ و ۳- حفظ اقتصاد ملی در مقابل چالش‌های اقتصاد جهانی. برخی الزامات رفتاری برای دستیابی به اهداف دیپلماسی اقتصادی عبارت‌اند از: توجه به عرف و هنجارهای بین‌المللی و تعامل با اقتصاد جهانی برای تحقق توسعه؛ پیگیری اهداف از طریق اقناع و مجموعه‌سازی؛ از میان برداشتن تصویر امنیتی و پرهیز از رویکرد تقابلی و دشمن‌آفرینی؛ همکاری در ایجاد و هدایت فرایندهای منطقه‌ای؛ ارائه‌ی تعریف جمعی از خود در محیط بین‌الملل و کانونی کردن مجموعه‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای در پیگیری و تعقیب اهداف ملی. دغدغه‌ی کانونی و گفتمان حاکم بر ساختار اقتصاد سیاسی ج.ا.ی نیز در برهه‌ی کنونی مسئله‌ی توسعه‌ی اقتصادی است. برای ایران به عنوان کشوری در حال توسعه، استراتژی‌های از فروش مواد خام و دستیابی به مدارهایی از تولید کالاهای صنعتی یا مشتقات حاصل از فرآوری مواد خام، نه تنها یک ضرورت بلکه یک الزام است. همچنین می‌توان گفت یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه‌ی تجارت خارجی در کشورها، وجود اطلاعات بازارهای هدف و تسهیل توافقات دوجانبه است. در همین راستا، حضور رایزن‌های بازرگانی و اقتصادی در سفارتخانه‌ی کشورها و نقش تسهیلگری آنها بسیار مهم شمرده می‌شود.

اهمیت وجود رایزن بازرگانی در گسترش روابط تجاری

اهمیت تجارت خارجی در رشد و پیشرفت کشورها مسئله‌ای انکار نشدنی است به گونه‌ای که سهم آن در تولید ناخالص دنیا از رقم ۵ درصد در سال ۱۹۵۰ به بیش از ۲۰ درصد رسیده است. یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه‌ی تجارت خارجی در کشورها وجود اطلاعات بازارهای هدف و شناسایی چگونگی ورود به آنها و تسهیل توافقات دوجانبه است. در همین راستا حضور رایزن‌های بازرگانی و اقتصادی در سفارتخانه‌ی کشورها و نقش تسهیل‌گری آنان بسیار مهم قلمداد می‌شود. در عین حال ما به رغم همسایه بودن با ۱۵ کشور و داشتن مرز آبی و خاکی با آنها، در تعدادی

مقایسه‌ی راین‌های بازرگانی ایران با کشورهای مختلف

مقایسه‌ی وضعیت ایران با برخی کشورهای منتخب نشان می‌دهد درحالی ایران فقط ۱۲ راین‌های اقتصادی در کشورهای مختلف از جمله کشورهای همسایه و چین و هند دارد که تعداد راین‌های کشور سوئد ۲۳۵ نفر (۲۰ برابر ایران)، چین ۲۲۱ نفر (۱۸ برابر ایران)، آلمان ۲۱۳ نفر (۱۷ برابر ایران)، هند ۱۹۸ نفر (۱۶ برابر ایران)، فرانسه ۱۵۶ نفر (۱۳ برابر ایران) و آمریکا ۱۵۰ نفر (۱۱.۵ برابر ایران) است و دیگر کشورهای ذکر شده در نمودار نیز چند برابر ایران راین‌های بازرگانی دارند.

با وجود تمام اهمیت‌های حضور راین‌های بازرگانی، سیاست‌های کلان تجارت ایران طی سال‌های اخیر کمترین توجه را به این مسئله داشته است. یکی از مزیت‌های فعالیت موثر راین‌های بازرگانی، تدوین شدن نقشه راه مناسب برای تجار است. راین‌های تجاری با برگزاری جلسات مختلف با فعالان بازرگانی سایر کشورها، با ایجاد بازار برای تولیدات کشور مبدأ، در عمل فرصت‌های مناسبی را برای توسعه‌ی صادرات فراهم می‌کنند، همچنین در این نشست‌ها و تفاهم‌های تجاری منعقدشده، می‌توانند در واردات کالاهای موردنیاز نیز نقشی موثر و مناسب داشته باشند. افزایش ورود سرمایه‌های خارجی و همچنین شکل‌گیری فرصت‌های مناسب سرمایه‌گذاری تجار ایرانی در خارج از کشور، از دیگر ظرفیت‌های افزایش تعداد راین‌های بازرگانی است. افزایش انعقاد قراردادهای جوینت ونچر نیز حاصل افزایش تمایل سرمایه‌گذاران تجاری بین‌المللی با یکدیگر است. قرارداد جوینت ونچر یکی از پرکاربردترین قراردادهای بین‌المللی در حوزه‌ی تجارت است و طی آن، طرفین قرارداد، انجام فعالیت تجاری مشخصی را برعهده می‌گیرند. این نوع قراردادهای بین‌المللی تنها در شرایطی امکان‌پذیر است که روابط اقتصادی و همچنین دیپلماتیک کشورها با یکدیگر در سطح مناسبی قرار و راین‌ها بازرگانی می‌توانند در این مورد نقش مهمی داشته باشند.

از این کشورها راین‌های بازرگانی را برای فروش محصولات تولید شده به دست توانمند تولیدکنندگان داخلی نداریم، در حالی که اغلب کشورهای جهان تعداد قابل توجهی راین‌های بازرگانی در کشورهای مختلف دارند. مطابق آمارهای اعلامی توسط مسئولان سازمان توسعه تجارت، ایران در بین ۲۰۵ کشور دنیا هم اکنون تنها ۱۲ راین‌های بازرگانی دارد. در اینجا ضمن بررسی نقش راین‌های بازرگانی در گسترش روابط تجاری با کشورهای دیگر، تعداد راین‌های بازرگانی کشورهای مختلف را بررسی می‌کنیم.

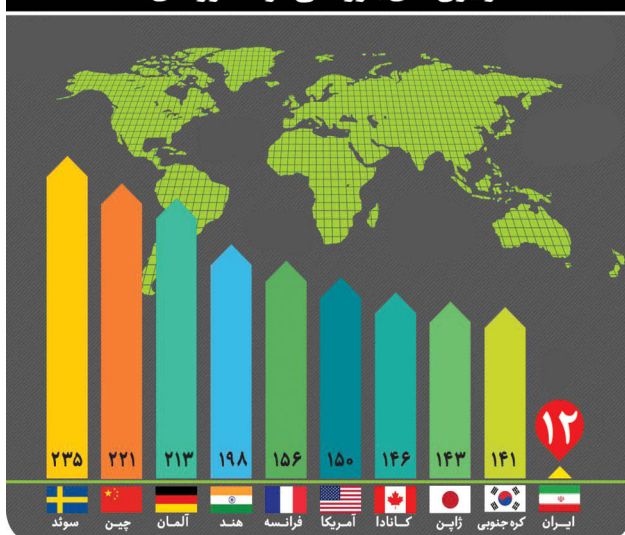
راین‌های بازرگانی چه وظیفه‌ای دارد؟

امروزه می‌توان ادعا کرد به همان اندازه که تولید مهم است، بازاریابی محصول هم مهم است و بسیاری بازاریابی محصولات را مقدم بر تولید آن می‌دانند. هر کشوری که بخواهد کالایی را به فروش برساند، نیاز به افرادی دارد تا در کشورهای مختلف ضمن سنجیدن وضعیت بازار آن‌ها، رقابتی موجود در بازار، انجام هماهنگی‌ها و مذاکرات لازم، فروش محصول آن کشور را انجام دهند. در واقع راین‌های بازرگانی در آخر خط تولیدکننده‌ی داخلی، وظیفه‌ی بازاریابی و فروش محصولات را برعهده دارد که اگر توجه جدی به آن نشود، عملاً زحمات تولیدکننده‌ی داخلی به ثمر نمی‌نشیند.

نگاهی به تعداد راین‌های بازرگانی کشور در یک دهه‌ی اخیر

در ابتدای سال ۹۲ تعداد راین‌ها بازرگانی ایران ۲۱ نفر بود اما از سال ۹۷ این تعداد به دو نفر رسید که این عمل به اعتقاد بسیاری از کارشناسان نوعی خودتخریمی به شمار می‌آید. با این حال با روی کار آمدن دولت سیزدهم اقداماتی برای اعزام راین‌های بازرگانی انجام شد و هم اکنون راین‌های بازرگانی کشورمان به ۱۲ نفر رسیده که به گفته‌ی رئیس سازمان توسعه تجارت در آخر سال به ۲۰ راین‌های افزایش پیدا می‌کند. پیش از این هم وزیر صمت وعده‌ی اعزام ۱۲۰ راین‌های بازرگانی تا سال ۱۴۰۴ به کشورهای مختلف را داده بود.

تعداد راین‌های بازرگانی در کشورهای مختلف



مقایسه‌ی وضعیت ایران با برخی کشورهای منتخب نشان می‌دهد درحالی ایران فقط ۱۲ راین‌های اقتصادی در کشورهای مختلف از جمله کشورهای همسایه و چین و هند دارد که تعداد راین‌های کشور سوئد ۲۳۵ نفر (۲۰ برابر ایران)، چین ۲۲۱ نفر (۱۸ برابر ایران)، آلمان ۲۱۳ نفر (۱۷ برابر ایران)، هند ۱۹۸ نفر (۱۶ برابر ایران)، فرانسه ۱۵۶ نفر (۱۳ برابر ایران) و آمریکا ۱۵۰ نفر (۱۱.۵ برابر ایران) است.

صادرات



نشریه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز
۱۴۰۱ همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی - آبان



در میزگرد بررسی مسائل حمل و نقل و توسعه پایانه‌ها و زیرساخت‌های تجارت خارجی مطرح شد؛

زیرساخت‌های لجستیکی

ضرورتی حیاتی برای توسعه صادرات

میزگرد بررسی مسائل حمل و نقل و توسعه پایانه‌ها و زیرساخت‌های تجارت خارجی در قالب کمیسیون گمرک، حمل و نقل و ترانزیت اتاق بازرگانی تبریز با حضور مهدی امامی، مدیر کل پشتیبانی تجاری و آماد سازمان توسعه تجارت، علی میرخسروی، معاون وی و اعضای انجمن کارگزاران گمرکی، انجمن شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی، نمایندگان سازمان صمت، گمرکات، ادارات کل راه آهن، فرودگاه‌ها، حمل و نقل و پایانه‌ها و انبارهای عمومی و خدمات گمرکی سه‌لان و جلفا در اتاق تبریز برگزار شد. در این میزگرد، ۱۸ مورد پیشنهاد جهت توسعه حمل و نقل، ترانزیت و تجارت خارجی ارائه شد و مدیرکل پشتیبانی تجاری و آماد سازمان توسعه تجارت، قول مساعد پیگیری موارد مرتبط با حوزه اجرایی خود را داد.

معافیت‌هایی را در نظر گرفته بودیم که تسری این معافیت‌ها برای واردات ناوگان حمل و نقل نیز لازم است. همچنین مشوق‌های مالیاتی هم می‌توان برای توسعه این بخش در نظر گرفت. متأسفانه حمل و نقل ایران، رانده‌محور شده است و شرکت‌های بزرگ و مهم که بتوانند در جهت افزایش و توسعه ترانزیت نقش ایفاء کنند وجود ندارند و لذا تاسیس شرکت‌های حرفه‌ای حمل و نقل ضروری است.

وی افزود: حمل و نقل بین‌المللی ریلی استان از زمان جنگ اول قره‌باغ متوقف شده است و در آن زمان از طریق اتاق بازرگانی تبریز پیشنهاد شد که خط آهن جلفا به خط آهن جمهوری آذربایجان متصل بشود و پیگیری‌هایی هم انجام گرفت اما در اجراء به جایی نرسید.

در ابتدای این میزگرد، رئیس کمیسیون گمرک، حمل و نقل و ترانزیت اتاق بازرگانی تبریز با تأکید بر ارزش بودن صنعت ترانزیت گفت: آذربایجان شرقی در منطقه‌ای از جهان قرار گرفته است که جزو مناطق خاص بوده و از دیرباز در بحث حمل و نقل موقعیت ویژه‌ای داشته است. رضا کامی ادامه داد: اهم مشکلات اساسی که در بخش حمل و نقل بین‌المللی کالا به وجود آمده است شامل فرسودگی ناوگان حمل و نقل کالا، عدم مدیریت واحد حمل و نقل، عدم توجه به تسهیلات و تشویق‌هایی که برای صنعت حمل و نقل نیاز است می‌باشد. اگر ما دنبال توسعه تولید و تجارت هستیم مکمل آن حمل و نقل است که متأسفانه توجه لازم به این بخش نمی‌شود. وی تصریح کرد: ما سال‌ها برای واردات ماشین‌آلات،





رضا کامی:
حمل و نقل
بین‌المللی ریلی
استان از زمان جنگ
اول قره‌باغ متوقف
شده است و در
آن زمان از طریق
اتاق بازرگانی تبریز
پیشنهاد شد که
خط آهن جلفا به
خط آهن جمهوری
آذربایجان متصل
بشود و پیگیری‌هایی
هم انجام گرفت اما
در اجراء به جایی
نرسید.

اتاق بازرگانی تبریز در ادامه‌ی این میزگرد گفت: مشکل اساسی ما در بخش حمل و نقل و ترانزیت، ناهماهنگی بین ارگان‌های دولتی است. سال‌هاست که ناهماهنگی‌های ملموسی بین ارگان‌های مختلف وجود دارد و علیرغم پیگیری‌ها رفع نمی‌شود. در بحث ترانزیت، ۲۴ سازمان دخیل هستند و هماهنگی بین آنها مشکل و زمان‌بر است لذا ضروری است در جهت مانع‌زدایی و ایجاد تسهیلات خاص برای ترانزیت اقدام شود.

مدیرکل پشتیبانی تجاری و آماد سازمان توسعه تجارت نیز گفت: مدیریت پایانه‌های مرزی زمانی دست گمرک بود بعداً به وزارت راه منتقل شد و الان مصوبه‌ی پیشنهادی به دولت ارائه شده است که در صورت تصویب، مدیریت پایانه‌های مرزی به استانداری‌ها به عنوان سازمان فرابخشی داده خواهد شد. کامی، نیز در پاسخ گفت: در خصوص تشکیل شرکت‌های مشترک لجستیکی که الان در برنامه‌های حمایتی سازمان توسعه تجارت است، زمینه لازم در بخش خصوصی کشور وجود دارد اما مقررات و ناهماهنگی سازمان‌های دخیل، مانع تشکیل این شرکت‌ها است و تا زمانی که تدبیری در سیستم‌های دولتی اتخاذ نشود و حمل و نقل و ترانزیت، مدیریت واحدی نداشته باشد توفیق در این امر غیرممکن خواهد بود. چنانچه ما در سال ۱۳۸۷، با یک شرکت معروف ترکیه‌ای که صاحب چندین بندر در نقاط مختلف دنیا بودند جهت تشکیل پایانه‌ی صادراتی اقدام کردیم اما متأسفانه عدم هماهنگی مابین سازمان‌های مربوطه و بروکراسی‌های زائد و طولانی اداری موجب انصراف شرکت خارجی از شراکت با طرف ایرانی شد.

● توسعه‌ی حمل و نقل به روسیه نیازمند کرایه‌ی یک بندر بزرگتر و مجهزتر است

ناصر انزلیچی، رئیس انجمن شرکت‌های مدیریت صادرات نیز در این میزگرد با اشاره به اینکه بندرگاه اصلی طرف مقابل ایران در آستاراخان روسیه، بندرگاه سالیانکا است، گفت: این بندر، یک بندر قدیمی و کم امکانات است و درب ورودی آن ۵ متر می‌باشد و تا سال ۹۷ حتی زنبیل تخلیه بار (flat rack) هم نداشت که آن را هم ما ساختیم. از این رو



● ما از حوزه‌ی لجستیک ضربه می‌خوریم

مدیرکل پشتیبانی تجاری و آماد سازمان توسعه تجارت کشور نیز در این میزگرد گفت: چنین جلساتی می‌تواند در پیگیری و اجرای برنامه‌های رئیس سازمان توسعه تجارت که نفر اول در دیپلماسی اقتصادی کشور با حوزه‌ی آسیای میانه، قفقاز و روسیه است موثر باشد. مهدی امامی افزود: تجار روس، تمایل زیادی دارند که محموله‌های تجاری و بار خودشان را از سمت ایران به سایر نقاط ترانزیت کنند و از بسترهای لجستیکی ایران استفاده کنند و چون بسترهای ترانزیتی در ایران آماده نیست لذا مسیر گرجستان و دریاهای سیاه، مدیترانه، سرخ و اقیانوس هند را انتخاب می‌کنند و در کل، ما از حوزه‌ی لجستیک ضربه می‌خوریم. در بنادر دریای خزر جهت فعال کردن ترانزیت، با کمبود کشتی مواجه هستیم و برنامه‌های حمایتی و تسهیلاتی برای اشخاصی که به این بنادر کشتی بیاورند داریم. جهت استفاده از خطوط ریلی برای فعال کردن ترانزیت، با شرکت راه‌آهن و شرکت‌های حمل و نقل ریلی مذاکره کردیم که آنها هم کمبود لوکوموتیو داشتند و درکل ۱۶۰ لوکوموتیو فعال و ۴۰۰ لوکوموتیو خراب داریم که لوکوموتیوهای فعال، مسافر یا بارهای معدنی حمل می‌کنند و ما نتوانسته‌ایم مسیر ریلی را برای ترانزیت آماده کنیم.

وی ادامه داد: از طرف معاون اول رئیس جمهور به رئیس سازمان توسعه تجارت ماموریت ویژه‌ای داده شده است که این موانع ترانزیت زمینی، دریایی، ریلی و هوایی را شناسایی و حل بکند. هدف ماموریت ما اینست که این محدودیت‌ها را استخراج بکنیم تا تدابیری جهت رفع آنها اتخاذ بشود. برای بنادر آستارا، انزلی، امیرآباد، اینچه برون و مرزی سرخس برنامه‌هایی را در دست اجراء داریم از جمله مجوز واردات پانصد دستگاه لوکوموتیو را صادر کردیم که ۲۰۰ دستگاه آن وارداتی و ۳۰۰ دستگاه آن ترکیبی از تولید داخل و واردات خواهد بود که به‌زودی واردات لوکوموتیو عملیاتی خواهد شد.

امامی با بیان اینکه برای حل مشکل کمبود کشتی، شرکت‌های ایرانی و روسی تشکیل شده است و حمایت‌هایی از طرف بانک‌های روسی بعمل آمده است و مشکل زیرساخت‌های ترانزیت دریایی در حال رفع شدن است، خاطرنشان کرد: جلفا و نوردوز، زیرساخت‌های لازم را از لحاظ ریلی برای ترانزیت دارند و مذاکرات سیاسی و تقاهم با آذربایجان، ترکیه و ارمنستان، جهت فعال شدن ترانزیت در این مسیر، لازم است. تردد قطارها با پرچم روسیه یا ایران در این مسیر هم قابل پذیرش خواهد بود. مضافاً بر اینکه همه‌ی کشورهای مذکور از این امر منتفع می‌شوند و امنیت لازم هم فراهم می‌شود.

وی در پایان یادآور شد: تنها با تشکیل شرکت‌های مشترک ایرانی-خارجی حمل و نقل و لجستیک، تجارت و ترانزیت پایدار با این کشورها میسر خواهد شد.

● ۲۴ سازمان در امر ترانزیت دخیل هستند

کامی، رئیس کمیسیون گمرک، حمل و نقل و ترانزیت

وی اضافه کرد: افزایش نرخ کرایه کانتینر (در مقطع زمانی خاص) در بندر انزلی از ۸۵۰ دلار به ۱۴۰۰ دلار نیز از دیگر مشکلات صادرات به روسیه بود. در بندر انزلی، در اجاره‌ی کانتینر، بارهای ترانزیتی از بندر عباس در اولویت قرار می‌گیرند و بارهای داخلی معطل می‌مانند.

دبیر استانی میز روسیه بیان کرد: در خصوص واردات، مطابق قوانین و بخشنامه‌های کشور باید در حمل بار به مقصد ایران در کشورهای خارجی از ناوگان ایرانی استفاده شود و در صورت نبود ناوگان حمل ایرانی، از ناوگان خارجی استفاده شود و در صورت موجود بودن ناوگان ایرانی و عدم استفاده از آن، واردکننده باید ۱۰ درصد معادل کرایه را به خزانه‌ی کشور واریز کند و این مبلغ در راستای نوسازی ناوگان حمل و نقل داخلی و ... هزینه شود. متأسفانه علیرغم نبود ناوگان ایرانی در خارج، این ۱۰ درصد از صاحب کالا دریافت می‌شود که مغایر با قانون است که اصلاح این بخشنامه مورد تقاضاست.

● عدم تسهیلات دهی بانک‌ها به بخش حمل و نقل

علی اکبر ذاکری، مدیرعامل شرکت حمل و نقل بین‌المللی ترنم تبریز نیز در این میزگرد بیان کرد: در کل دنیا، زمان در بخش حمل و نقل و تجارت تعیین‌کننده و بسیار حائز اهمیت است اما در کشور ما به این امر اهمیت داده نمی‌شود که نمونه‌ی آن معطلی کامیون‌ها در پایانه‌های مرزی است. در مرز نوردوز، دیپ‌گیری سوخت هم توسط شرکت نفت انجام می‌گیرد، هم در ورود به گمرک توسط گمرک و هم پس از خروج از گمرک توسط مرزبانی انجام می‌گیرد. ضروری است روش‌هایی جهت سرعت‌دهی به اندازه‌گیری گازوئیل از جمله استفاده از ساکشن و بازگرداندن ۵۰۰ لیتر مجاز به باک کامیون اعمال شود.

ذاکری با اشاره به اینکه هزینه‌ی گازوئیل مصرفی از ۶ میلیون تومان به ۱۷/۸ میلیون تومان افزایش یافته و کرایه‌ای که از صاحب بار می‌گیریم، ۶۰ درصد آن مربوط به هزینه‌ی سوخت و هزینه‌ی دوزیلاست، افزود: معضل دیگر، عدم تسهیلات دهی بانک‌ها به بخش حمل و نقل جهت خرید کامیون و نوسازی ناوگان است و با توجه به اینکه کامیون‌های وارداتی اکثراً چینی می‌باشند با مشکل تامین قطعات مواجه هستیم و در صورت خرابی کامیون در خارج از کشور، تامین قطعات بسیار مشکل می‌باشد.

وی خاطرنشان کرد: اکثر پایانه‌های مرزهای ما به محل تخلیه و بارگیری تبدیل شده است و با معطلی کامیون‌ها مواجه هستیم. در گمرک ورودی گرجستان، ظرف ۲۰ دقیقه، فرآیندهای اداری انجام می‌گیرد و در گمرک بازرگان حداقل ۳ روز باید معطل بمانیم. پیشنهاد می‌شود که تخلیه و بارگیری را به جلفا انتقال دهیم تا مرز آرام و در تردد ناوگان تسهیل و تسريع شود. در صورت بروز تخلف توسط راننده، شرکت حمل و نقل بین‌المللی با مشکلات عدیده‌ای مواجه می‌شود که بازنگری مقررات مربوطه ضروری است.



توسعه‌ی حمل و نقل به روسیه نیازمند کرایه‌ی یک بندر بزرگتر و مجهزتر در روسیه است.

مهدی امامی، مدیرکل پشتیبانی و آماد سازمان توسعه تجارت بیان کرد: بندر سالیانکا، دارای مشکلات زیرساختی است اما با توافق رئیس‌جمهور کشورمان با رئیس‌جمهور روسیه، توافق شده است که ایرانیان در بندر ماکاچکالا سرمایه‌گذاری بکنند و بندر ماکاچکالا مکمل بندر سالیانکا شود.

ناصر انزلیچی پاسخ داد: در رابطه با تاسیس شرکت‌های مشترک حمل و نقل و ترانزیت، شرکت‌های مشترک دارای چالش‌های متعددی هستند که باعث می‌شوند اینگونه شرکت‌ها تاسیس یا فعال نشوند از جمله‌ی این مشکلات و چالش‌ها، عدم اجرای توافقات تهاثر مالیاتی است که سهام‌دار ایرانی را به تحمل مالیات مضاعف و عدم تمایل به ثبت شرکت مشارکتی در روسیه وامی‌دارد.

● هزینه‌ی حمل و نقل قیمت تمام شده صادرات را بالا می‌برد

رئیس کمیسیون صادرات و مدیریت واردات اتاق بازرگانی تبریز نیز در این میزگرد تأکید کرد: افزایش کرایه‌های حمل کالا از ارمنستان به مقصد ایران از ۱۶۰۰ دلار به ۲۷۰۰ دلار و از داخل کشور به مقصد ارمنستان از ۱۲/۵ میلیون تومان به ۲۱ میلیون تومان، افزایش قیمت تمام شده صادرات را در پی دارد و قدرت رقابت را تضعیف و صادرات موجود را تهدید می‌کند. اخیراً هیئت تجاری از استان به ارمنستان اعزام و قراردادهای تجاری متعدد مابین بخش خصوصی دو کشور منعقد شد و تجار ایرانی کرایه‌ی ۱۶۰۰ دلاری را مبنای محاسبات خود در قراردادها قرار دادند اما با افزایش آن در کوتاه‌مدت به ۲۷۰۰ دلار، موجب تحمیل خسارت و مشکل در ایفای تعهد تجار ایرانی خواهد شد.

سید یوسف حسینی، افزود: تجار ایرانی ۴۸ تا ۵۲ روز در بندر انزلی معطل می‌مانند و با توجه به اینکه بخش عمده‌ی محموله‌ها را مواد غذایی تشکیل می‌دهد لذا معطلی ۲ ماهه‌ی مواد غذایی زیر آفتاب ۳۸ درجه موجب افت کیفیت و بدنام شدن محصول و سوء تبلیغ برای کالای ایرانی می‌شود.



مهدی امامی:

تجار روس، تمایل زیادی دارند که محموله‌های تجاری و بار خودشان را از سمت ایران به سایر نقاط ترانزیت کنند و از بسترهای لجستیکی ایران استفاده کنند و چون بسترهای ترانزیتی در ایران آماده نیست لذا مسیر گرجستان و دریاهای سیاه، مدیترانه، سرخ و اقیانوس هند را انتخاب می‌کنند و در کل، ما از حوزه‌ی لجستیک ضربه می‌خوریم.





مشکل حمل و نقل جاده‌ای ما ناشی از فرسودگی ناوگان ماست هر سال یک میلیارد دلار هزینه سوخت این ناوگان است. دولت هزینه‌ی سوخت را پرداخت می‌کند و این مبلغ را به نوسازی ناوگان تزریق نمی‌کند یا کامیون‌های وارداتی که در گمرکات معطل ترخیص هستند، سریع ترخیص شوند تا مزیت تولید کنند.

● سوخت، مهمترین چالش ایرلاین کارگو است

امین قاسم‌زاده، عضو هیئت مدیره شرکت کارگوی هوایی پسیان نیز در این میزگرد گفت: در حال پیگیری تأسیس ایرلاین تخصصی کارگو هستیم و چالش اساسی که در این قضیه وجود دارد هزینه‌ی سوخت پروازهای کارگو است به نحوی که در کشور ما قیمت سوخت پرواز کارگو ۴۰ برابر گرانتر از پروازهای مسافری و بدون سوپسید است. با توجه به تولید این نوع سوخت در کشور (پالایشگاه تبریز) می‌توان این سوپسید را برای پروازهای کارگو و پروازهای باری اعمال کرد. قاسم‌زاده افزود: چند سال قبل مصوبه‌ای مبنی بر اعطای سوپسید سوخت پروازهای کارگو تصویب شد و سازمان توسعه‌ی تجارت متولی آن بود تا پروازهایی که محصولات کشاورزی صادر می‌کنند مشمول سوپسید مسافری شوند اما سازوکار آن مشخص نیست. پیشنهاد می‌کنم دولت برای پروازهای کارگو مشابه پروازهای مسافری سوپسید بدهد و یا این سوخت در بورس انرژی عرضه شود تا شرکت‌های هواپیمایی آن را از طریق بورس انرژی مشابه سایر حامل‌های انرژی خریداری بکنند.

وی در پایان یادآور شد: ما برای کشورهای روسیه و ارمنستان سوخت هواپیما صادر می‌کنیم اما این کشورها این سوخت را یا به ما نمی‌دهند یا با هزینه بسیار بالایی به ما می‌فروشند که توجیه استفاده از کارگوی هوایی را برای واردات از بین می‌برد. سوخت، ۵۰ درصد هزینه ایرلاین کارگو یا به عبارتی مهمترین چالش ایرلاین کارگو هست. مدیرکل پشتیبانی تجارتی و آماد سازمان توسعه تجارت کشور نیز در پاسخ بیان کرد: در خصوص رفع مشکل گران بودن سوخت پروازهای کارگو، ما در سازمان توسعه‌ی تجارت، منابع مالی برای یارانه‌ی سوخت کارگوی هوایی مختص

● در حوزه‌ی حمل‌ونقل و لجستیک از کشورهای منطقه عقب مانده‌ایم

محمد ابراهیم نوشیروان‌زاده، مدیرعامل انبارهای عمومی و خدمات گمرکی جلفا نیز در این میزگرد گفت: ما در شرایط فعلی مزیت منطقه‌ای که مدیران تولید کنند را نداریم و صرفاً مزیت‌های نسبی و طبیعی ماست که می‌تواند ما را نجات دهد و با این اوصاف نمی‌توانیم در عرصه‌های منطقه‌ای و ترانزیت وارد بشویم. به عنوان مشاور کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی در حوزه‌ی لجستیک، طرحی را با عنوان سند توسعه‌ی بازار آماده کرده‌ایم. نبود سند توسعه‌ی بازار یکی از مشکلات اساسی ماست. ما هیچ سند بالادستی در عرصه‌های لجستیک و حمل و نقل نداریم که مأموریت ادارات بر اساس آن تدوین شود و هر سازمانی، جداگانه و به صورت جزیره‌ای، برنامه‌ی خود را جلو می‌برد و تعاملات بین بخشی و مدیریت تقالهی در توسعه‌ی بازار یا توسعه‌ی تجارت نداریم. این باید جزء اولویت‌های ما باشد. در کشورهای همسایه این سندها تهیه شده است. پیشنهاد می‌کنم سند توسعه‌ی بازار تصویب و اجراء شود.

نوشیروان‌زاده تأکید کرد: ما هنوز نتوانسته‌ایم وارد کاربست ترتیبات منطقه‌ای بشویم. در حوزه‌ی زیرساخت‌ها، بنادر جنوبی ایران، ۲۰۰ میلیون تن و بنادر شمالی، ۲۵ میلیون تن ظرفیت دارند و بنادر و پایانه‌های مرزی، پسرانه مناسبی ندارند که بنادر شمالی و جنوبی را به هم وصل کنند تا این بنادر و پایانه‌ها، همدیگر را از طریق ریل و جاده پشتیبانی بکنند. با شرایط موصوف نمی‌توانیم تعادلی را در عرصه‌ی بنادر جنوب و شمال ایجاد بکنیم. مثلاً واردکننده‌ای می‌خواهد ۵۰۰۰ کانتینر روسی را به امارات ارسال بکند بندر انزلی ۳ ماه ظرفیتش پر است و شبکه‌ی ریلی ما قادر به انجام جابجایی نیست و شبکه‌ی جاده‌ای ما هم در این خصوص مشکل دارد و باید در حوزه‌های نرم‌افزاری تسهیلاتی را ایجاد بکنیم. در حوزه‌ی سخت‌افزاری و جاده مشکل نداریم در حوزه‌ی جاده، مقام ایران در دنیا ۲۲ و در حوزه ریل پایین‌تر از ۴۰ است اما در ترکیب اینها در قالب لجستیک، رتبه‌ی ما در بین ۱۵۵ کشور، ۱۲۰ می‌باشد با این اوصاف وضعیت آذربایجان و ارمنستان و گرجستان از ما مناسب‌تر شده است.

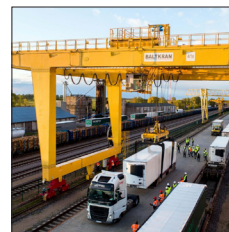
وی ادامه داد: اجازه‌ی ثبت شرکت‌های لجستیکی طرف سوم یا به اختصار 3PL ها در کشور داده شود. شرکت‌های لجستیکی طرف سوم به شرکت‌هایی گفته می‌شود که سازمان‌های تولیدی یا خدماتی بخشی و یا کل امور لجستیکی خود را به آن‌ها برون‌سپاری می‌کنند. در دنیا ۱۰ شرکت لجستیکی طرف سوم (3PL) وجود دارد و این شرکت‌ها در ترکیه و امارات هم حضور دارند ما قانونی را در جذب این شرکت‌ها نداریم. اگر این شرکت‌ها به کشور بیایند خودشان در عرصه‌های ترانزیت و لجستیک مزیت تولید می‌کنند.

وی تصریح کرد: ما باید در قالب سند توسعه‌ی بازار، مزیت‌های نهادهای ایجاد بکنیم و تا این سند نباشد مزیت‌های نهادهای در قالب فعالیت‌های لجستیکی و ترانزیتی شکل نخواهد گرفت. ما طرحی را در مجلس نوشتیم مبنی بر اینکه

سید یوسف حسینی:

تجار ایرانی ۴۸ تا ۵۲ روز در بندر انزلی معطل می‌مانند و با توجه به اینکه بخش عمده‌ی محموله‌ها را مواد غذایی تشکیل می‌دهد لذا معطلی ۲ ماهه‌ی مواد غذایی زیر آفتاب ۳۸ درجه موجب افت کیفیت و بدنام شدن محصول و سوء تبلیغ برای کالای ایرانی می‌شود.





حمید باراندوزی:

تا زمانی که متولی واحد در بحث حمل و نقل بین‌المللی نداشته باشیم و تعدد قوانین و ضد و نقیض بودن آنها که مخل و مانعی برای فعالیت بخش حمل و نقل هستند، و راننده محوری رفع نشود در توسعه حمل و نقل و ترانزیت به نتیجه‌ای نخواهیم رسید.

کشور روسیه به مبلغ ۱۱/۵ میلیارد دلار را تامین نمودیم و دستورالعمل لازم را نوشتیم. با تمام استان‌ها مکاتبه کردیم اما از طرف شرکت‌ها استقبالی بعمل نیامد. درحال مذاکره با شرکت ملی پالایش و پخش هستیم که قیمت سوخت کارگرو را به قیمت سوخت مسافر حساب بکند و به دلیل بحث حمایت از توسعه صادرات، این موضوع در دست سازمان توسعه تجارت بود و امسال این کار بر عهده وزارت جهاد کشاورزی خواهد بود و این وزارتخانه دستورالعمل مربوطه را نوشته است که در صورت تصویب، اجرایی خواهد شد.

علی میرخسروی، معاون مدیرکل پشتیبانی تجاری و آماد سازمان توسعه تجارت ایران نیز گفت: در خصوص دادن سوپسید سوخت برای پروازهای کارگو با سازمان‌های صمت کل کشور مکاتبه کردیم تا میزان بار صادراتی استان‌ها را که تمایل دارند در یک دوره ۶ ماهه به روسیه بفرستند را به ما اعلام بکنند اما جواب درستی نگرفتیم اگر جواب درستی می‌گرفتیم با تفاهم‌نامه‌ای که با شرکت ایران ایر منعقد کرده بودیم می‌توانستیم از آن ۱۱/۵ میلیارد دلار در جهت ارسال بار فسادپذیر به مقصد روسیه یا دیگر مقاصد استفاده بکنیم.

● تعدد قوانین و راننده محوری عامل عدم توسعه‌ی ترانزیت

حمید باراندوزی، رئیس انجمن شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی استان نیز گفت: تا زمانی که متولی واحد در بحث حمل و نقل بین‌المللی نداشته باشیم و تعدد قوانین و ضد و نقیض بودن آنها که مخل و مانعی برای فعالیت بخش حمل و نقل هستند، و راننده محوری رفع نشود در توسعه‌ی حمل و نقل و ترانزیت به نتیجه‌ای نخواهیم رسید.

حمید نائی، عضو هیئت مدیره انجمن شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی استان نیز گفت: بخشنامه‌ی اخیر دولت در مورد واردات کامیون‌های با عمر تا سه سال، معطلی این کامیون‌ها را در گمرکات در پی داشته است. با توجه به اینکه این کامیون‌ها سرمایه‌ی ملی هستند و باید در خدمت توسعه‌ی تجارت باشند تسریع در ترخیص آنها ضروری است. ستاد سوخت بخشنامه‌ی را مبنی بر ضرورت خرید یک کامیون اسقاطی جهت واردات کامیون نو مصوب کرده است و نبود کامیون اسقاطی فروشی



در بازار، اجرای این مصوبه را ناممکن کرده است. مهدی امامی، مدیرکل پشتیبانی تجاری و آماد سازمان توسعه تجارت کشور در پاسخ گفت: در خصوص موضوع واردات کامیون‌های با عمر تا ۳ سال، تا خرداد ماه ۱۴۰۱ ثبت سفارش انجام می‌شد و در صورت اسقاط کامیون فرسوده می‌توانستید نسبت به واردات کامیون اقدام کنید و قیمت کامیون اسقاطی از ۱۵۰ و ۲۰۰ میلیون به ۱/۳ میلیارد تومان رسیده بود و علت توقف ثبت سفارش و اینکه اسقاط از مرحله‌ی آخر به مرحله‌ی اول فرآیند واردات بیاید مفاسدی بود که اتفاق افتاد و در یک مقطعی ثبت سفارش را متوقف کردند تا فرآیند را اصلاح و فرآیند دقیق‌تری را جایگزین کنند. از چند روز پیش مشکل ثبت سفارش حل شده است و آیین‌نامه‌ای برای اسقاط کامیون در واردات کامیون نو، در کمیسیون امور زیربنایی دولت مصوب شده است و اگر در دولت هم مصوب بشود مشکل اسقاط حل خواهد شد و سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای در فرآیند واردات دخیل خواهد بود و احتمالاً در مواردی، نیاز به اسقاط نباشد.

وی اضافه کرد: در بحث کانتینرهای یخچالی و تریلی‌های یخچالی، امکان ثبت سفارش آنها نیز وجود دارد. واردات کانتینر برای توسعه‌ی صادرات و حمل و نقل اولویت دارد و اشخاصی که تمایل به واردات کانتینر و تریلی یخچالی دارند به سازمان صمت مراجعه نمایند.

● از ظرفیت گمرک سهلان برای تخلیه و بارگیری محموله‌های ترانزیتی استفاده شود

عضو هیئت مدیره انجمن شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی استان، با بیان اینکه توجه به مزیت کریدورها و بنادر کشور از جمله بندر چابهار ضروری است، گفت: فاصله‌ی هند با بندر چابهار ۴۰۰ کیلومتر است. از استانبول به اروپا کشتی رو-رو فعال هست از بندر نیوشیوا و سایر بنادر هندوستان به چابهار کشتی رو-رو فعال نیست. محصولات تولیدی هندوستان از جمله تجهیزات پزشکی، گران قیمت و سبک وزن هستند و مقاصد صادراتی آنها، عمدتاً آسیای میانه هست ما می‌توانیم این محموله‌ها را در عرض یک روز به چابهار بیاوریم و در عرض ۲ روز به آسیای میانه برسانیم. لذا پیگیری دایر کردن کشتی رو-رو از بنادر هند به چابهار ضروری است.

حمید نائی اضافه کرد: در مرز بازرگان و نوردوز عملیات تخلیه و بارگیری انجام می‌شود و طبق قانون، تخلیه و بارگیری محموله‌های ترانزیتی در مرز ممنوع است و انجام عملیات تخلیه و بارگیری در مرز بازرگان موجب معطلی کامیون‌ها می‌شود که در این خصوص پیشنهاد می‌شود از ظرفیت گمرک سهلان برای تخلیه و بارگیری محموله‌های ترانزیتی استفاده شود.

وی افزود: به دلیل چابک نبودن فرآیندهای ترانزیتی در کشور، کریدور ترانزیتی بازرگان به گذرگاه‌های مرزی لطف‌آباد در خراسان شمالی و اینکه برون در استان گلستان جهت ورود به کشور ترکمنستان حذف شده است و متأسفانه حمل و نقل محموله‌های ترانزیتی که از این کریدور می‌تواند انجام بگیرد از طریق کشور آذربایجان و با متحمل شدن هزینه‌ی کشتی انجام



می‌پذیرد و بخش حمل و نقل کشور از این امر متضرر می‌شود.

● موضوع تفاوت سوخت، به ترانزیت کشور لطمه زده است

دبیر هیئت رئیسه‌ی اتاق تبریز نیز در این مورد گفت: لزوم بررسی هزینه و فایده‌ی تفاوت سوخت برای ترانزیت کشور ضروری است. یکی از مهمترین موانعی که باعث انتخاب مسیر گرجستان به جای مسیر ایران در ترانزیت کالا به شرق توسط شرکت‌های حمل و نقل ترکیه می‌شود موضوع تفاوت سوخت است.

رضا کامی ادامه داد: در رابطه با ترافیک و شلوغی مرزها هم عدم دریافت تفاوت قیمت سوخت از کامیون‌های خارجی می‌تواند در حل این مشکل موثر باشد و درآمدی که کامیون‌های خارجی از تفاوت قیمت سوخت دارند کفاف هزینه‌هایش را خواهد کرد.

وی افزود: دریافت تفاوت سوخت از کامیون‌های خارجی، بزرگترین مانع ترانزیت در منطقه ماست. قبلاً پیشنهاد داده بودیم که تفاوت قیمت سوخت را از کامیون‌های ترکیه (از مرز تا گمرک سهران) دریافت نکنیم حسن این کار این می‌توانست باشد که بخش اعظمی از کالاها به خاطر اینکه خارجی‌ها تفاوت سوخت ندهند در سهران تخلیه می‌شد و بقیه‌ی مسیر با ناوگان ایرانی حمل می‌شد و با این کار ترافیک کاری کم و امکانات گمرک سهران مورد بهره‌برداری قرار می‌گرفت اما متأسفانه این پیشنهاد اجرایی نشد. گمرک سهران به پشته‌ای گمرک جلفا تاسیس شد و در گمرک جلفا با امکانات وسیع خود روزانه ۶۰۰ واگن کالا تخلیه می‌شد و به غیر از زمان جنگ تحمیلی عراق با ایران، در دیگر مقاطع زمانی، از ظرفیت گمرک سهران، استفاده‌ی بالای ۱۰ درصدی را انجام نداده‌ایم.

● تنها انبار کالای خطرناک در کشور در منطقه‌ی ویژه اقتصادی سهران است

مدیرعامل انبارهای عمومی و خدمات گمرکی منطقه‌ی ویژه‌ی اقتصادی سهران، به تشریح پتانسیل‌های شرکت انبارهای عمومی و خدمات گمرکی منطقه‌ی ویژه اقتصادی سهران پرداخت و گفت: این شرکت از سال ۱۳۵۴ افتتاح شده است و طراحی آن به صورت بندر خشک است و همه‌ی امکانات مورد نیاز در اینجا فراهم است و در سطح کشور هاب لجستیک می‌باشد و ۱۹ کیلومتر خط ریل اختصاصی در ۹ خط دارد که یکی تک خطه و ۴ مورد دیگر دوخطه هستند تا در همه‌ی ترانشیپ‌ها قابلیت اجراء داشته باشند (واگن به واگن، کامیون به واگن، کامیون به کامیون و ...).

سید روح‌الله قریشی ادامه داد: ۲۰۵۲ هکتار وسعت منطقه است و ۳۳۶۰۰۰ متر مربع مساحت انبارهای منطقه می‌باشد و تنها انبار کالای خطرناک در کشور در این گمرک قرار دارد. انبارهای هانگار، باراندازهای بتنی، بزرگترین انبارهای ۱۰۰۰۰ متری بدون ستون ایران با دهانه ۶۲ متر در گمرک سهران قرار دارند. ظرفیت تخلیه و بارگیری گمرک سهران، ۲

میلیون تن است و تخصص شرکت انبارهای عمومی که در این گمرک مستقر است تخلیه، بارگیری و خدمات مربوطه است. قریشی خاطرنشان کرد: علاوه بر گمرک، منطقه‌ی ویژه اقتصادی هم در محدوده‌ی تاسیس شده که اراضی موجود را به واحدهای تولیدی واگذار می‌کنیم. با شرکت کشتیرانی مذاکره کردیم تا هاب کانتینتری را راه‌اندازی کنیم. روبروی گمرک سهران، پایانه بار است که خدمات آن در دسترس می‌باشد. در فرودگاه تبریز، ایستگاه و شعبه‌ی کارگو داریم. گمرک سهران در مسیر ترانزیتی ایران و اروپا قرار دارد. در حال حاضر ۶۸ هزار تن کالا در گمرک داریم و از ۳۰ درصد ظرفیت گمرک سهران استفاده می‌کنیم.

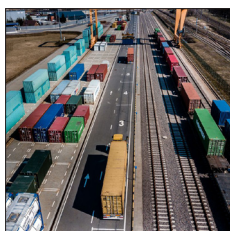
وی ادامه داد: در شرکت انبارهای عمومی و خدمات گمرکی سهران در زمان شیوع کرونا در سال‌های ۹۸ و ۹۹ که مرزهای زمینی شمال غرب کشور بسته شده بود روزانه ۳۰۵ دستگاه واگن، تخلیه و بارگیری می‌شد. در زمان کرونا با توجه به نیاز به لوکوموتیو، ۲ دستگاه لوکوموتیو توسط شرکت راه‌آهن تامین شد و سایر دستگاه‌ها هم حمایت‌های لازم را دارند اما حمایت‌های سرعت لازم را نداشتند.

وی تشریح کرد: مزیت‌های منطقه‌ی ویژه‌ی اقتصادی سهران موجب جذب سرمایه‌گذار می‌شود اما بخشنامه‌های خلق الساعه از جمله فرصت دومه‌ای متروکه شدن کالا و یک ماهه‌ی تمدید آن در شرایطی که سرمایه‌گذار خارجی به اندازه‌ی تولید ۵ ماهه‌اش مواد اولیه آورده است و مواد اولیه‌اش بر اساس بخشنامه، متروکه اعلام می‌شود، مانعی در فعالیت سرمایه‌گذار است. اگر مذاکرات با کشورهای همسایه در خصوص توسعه تجارت انجام گیرد، شرکت انبارهای عمومی و خدمات گمرکی سهران آمادگی دارد خدمات لازم را ارائه دهد. رضا کامی، رئیس کمیسیون گمرک، حمل و نقل و ترانزیت اتاق بازرگانی تبریز با بیان اینکه مناطق ویژه و آزاد اقتصادی، قانون ویژه خود را دارند، متروکه شدن کالا را با ذات قانون مغایر دانست.

● خط ریلی جلفا به خط ریلی جمهوری آذربایجان متصل شود

سید محمد امیرمیران، عضو هیئت مدیره انجمن

● ● ●
امین قاسم‌زاده:
ما برای کشورهای روسیه و ارمنستان سوخت هواپیما صادر می‌کنیم اما این کشورها این سوخت را یا به ما نمی‌دهند یا با هزینه بسیار بالایی به ما می‌فروشند که توجیه استفاده از کارگوی هوایی را برای واردات از بین می‌برد. سوخت، ۵۰ درصد هزینه ایرلاین کارگو یا به عبارتی مهمترین چالش ایرلاین کارگو هست.



مطابق این بخشنامه، در صورت اختلاف در تعیین تعرفه‌ی کالای وارداتی، اجازه ترخیص داده نمی‌شود بلکه ترخیص منوط به انجام اصلاحیه شده و موارد متعددی پیش آمده که بخشی از کالای وارداتی مثلاً با ماخذ ۹۰ درصد ترخیص شده اما جهت ترخیص مابقی کالا، باید اصلاحیه‌ی تعرفه‌ی کالا و در نتیجه تغییر ماخذ انجام شود و چون تخصیص ارز بر مبنای ماخذ قبلی انجام شده است لذا انجام این اصلاحیه موجب بروز مشکل در سازمان‌های همجوار گمرک از جمله بانک‌ها می‌شود. الان اعمال تعرفه سایر ممکن نیست اگر صاحب کالا نتواند با کارشناس گمرک مکاتبه و موضوع را تشریح نماید مشمول بند ۱۱۳ ماده قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز می‌شود که پرونده تشکیل و به تعزیرات حکومتی ارسال می‌شود.

وی اضافه کرد: در مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۷ بخشنامه‌ای مبنی بر عدم مطالبه ثبت سفارش در مبادی ورودی کشور صادر شد اما در برخی مبادی ورودی از جمله در پایانه‌ی مرزی بازرگان، به بهانه‌ی عدم وجود ثبت سفارش و نبود کد تخصیص ارز، برای هر کامیون ۳۰۰ یورو مطالبه می‌کنند تا اجازه‌ی ورود کالا را بدهند. دریافت کد تخصیص از بانک مرکزی، یک ماه زمان می‌برد و صاحب کالا، فرصت یک ماهه جهت استفاده از این کد دارد و در صورت عدم انجام فرآیندها در این فرصت به تعزیرات معرفی خواهد شد. اجرای بخشنامه مذکور در همه گمرکات مورد تقاضاست.

● فرودگاه تبریز، تمام زیرساخت‌های لازم برای جابجایی بار را داراست

معاون عملیات فرودگاهی فرودگاه‌های استان نیز در این میزگرد گفت: در فرودگاه تبریز، تمام زیرساخت‌های لازم برای جابجایی بار را داریم. بزرگترین هواپیمای روس (آنتونف ۴۰۰) در فرودگاه تبریز نشست و برخاست داشته است. مطابق مصوبات سند تدبیر و توسعه استان شرکت انبارهای عمومی سهران در فرودگاه تبریز مستقر هست و باید نسبت به احداث سالن کارگو اقدام نماید.

علیرضا جمشیدی افزود: بخش خصوصی به دلیل عدم توجه اقتصادی آماده‌ی سرمایه‌گذاری برای احداث سالن کارگو در فرودگاه تبریز نیست. ورود مواد اولیه تولید و صادرات تولیدات کارخانجات استان به صورت کارگوی هوایی، عمدتاً از سایر فرودگاه‌ها از جمله فرودگاه امام صورت می‌گیرد و نباید این درآمد سنگین، از استان به سایر فرودگاه‌ها برود. با ایجاد زون منطقه آزاد ارس در فرودگاه تبریز می‌توان بهترین خدمات را برای صنایع مستقر در منطقه آزاد ارس جهت ورود و خروج مواد اولیه و کالاهای صادراتی‌شان با تعرفه‌ی گمرکی منطقه‌ی آزاد ارس در فرودگاه تبریز انجام داد و انجام این امر مستلزم رایزنی‌های لازم هست. با تغییراتی که در مدیریت منطقه آزاد ارس بعمل آمده پیگیری موضوع متوقف شده است و از طریق ریاست جمهوری و استانداری هماهنگی لازم است تا زون منطقه آزاد ارس در فرودگاه تبریز ایجاد شود.



کارگزاران گمرکی استان نیز در این میزگرد گفت: وزارت راه و شهرسازی، ۱۰ درصد اضافه‌ی کرایه‌ای که از صاحبان کالا در عدم استفاده از ناوگان حمل ایرانی در مبداء وارداتی کالا می‌گیرد در راستای نوسازی ناوگان حمل و نقل استفاده نمی‌کند. در خصوص حذف حمل ریلی بین‌المللی جلفا، از سال ۱۳۷۴ بارها پیشنهاد شده است که با جمهوری آذربایجان مذاکره شود تا خط ریلی جلفا به خط ریلی این کشور متصل شود. تا سال ۱۳۷۰ و فروپاشی شوروی، حمل ریلی کالا از کره جنوبی تا جلفا، ۱۲ روز طول می‌کشید و الان حمل دریایی بار از کره جنوبی تا بندرعباس حداقل ۲ ماه طول می‌کشد و حمل ریلی امنیت بیشتر و قیمت ارزانی نسبت به حمل دریایی دارد و ایجاد گمرک سهران هم به این خاطر بود که کالایی که از گمرک جلفا پاساوان می‌شود در گمرک سهران ترخیص شود.

● تشریح مشکلات مقررات واردات ناشی از بخشنامه‌ها

عضو هیئت مدیره انجمن کارگزاران گمرکی استان نیز در این میزگرد گفت: در مورد مقررات واردات، مشکلاتی ناشی از بخشنامه‌ها وجود دارد که پیگیری اصلاح و رفع آنها توسط معاونت مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت ایران مورد تقاضاست. معاونت حقوقی و فنی سازمان امور مالیاتی بخشنامه‌ای را جهت دریافت مالیات ارزش افزوده واردات به صورت تضمین (دریافت چک) صادر کرده است اما معاون درآمدهای مالیاتی این سازمان بخشنامه‌ای مغایر با این بخشنامه صادر و اخذ چک در ازای مالیات بر ارزش افزوده واردات را تا پایان سال ممنوع کرده است.

مهرداد ایرانی اصل تصریح کرد: از مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۳، گمرک، بخشنامه‌ای مرتبط با انتخاب تعرفه‌های وارداتی کالاها صادر کرد پس از صدور این بخشنامه، در انتخاب ((تعرفه سایر)) مشکل پیش می‌آید. اعمال قانون در رویه قبلی اینچنین بود که اگر در انتخاب تعرفه کالا، ۴ ردیف ماقبل تعرفه و ۴ ردیف مابعد تعرفه موجب تضییع حقوق دولت نمی‌شد و ماخذ مربوطه (درصد محاسبه تعرفه) یکسان بود تعرفه را تایید می‌کردند و ترخیص انجام می‌یافت. لیکن

مهرداد ایرانی اصل:

در برخی مبادی ورودی از جمله در پایانه‌ی مرزی بازرگان، به بهانه‌ی عدم وجود ثبت سفارش و نبود کد تخصیص ارز، برای هر کامیون ۳۰۰ یورو مطالبه می‌کنند تا اجازه‌ی ورود کالا را بدهند. دریافت کد تخصیص از بانک مرکزی، یک ماه زمان می‌برد و صاحب کالا، فرصت یک ماهه جهت استفاده از این کد دارد و در صورت عدم انجام فرآیندها در این فرصت به تعزیرات معرفی خواهد شد.





خواهد داشت. در خصوص تعرفه‌های حمل ریلی، تجدید نظر و ملاحظات لازم است که مشتریان بیشتر به سمت حمل ریلی سوق داده شوند. در مقایسه هزینه‌های حمل بار با کشتی و حمل ریلی از چین به جلفا، حمل دریایی حداقل ۲ ماه طول می‌کشد ولی حمل ریلی از چین به جلفا در عرض ۱۵ روز انجام می‌شود.

● رسالت پایانه‌های مرزی؛ تسریع در تجارت بین‌المللی

دبیر میز استانی کشور ارمنستان نیز در این میزگرد گفت: در خصوص مدیریت واحد پایانه‌های مرزی و عدم هماهنگی ارگانهای مستقر در مرزهای نوردوز و جلفا مشکل داریم. در مورد سامانه‌های نرم‌افزاری مرزی، ارگان‌های مختلف باید به این سامانه لینک بشوند. در مورد ایجاد سیستم‌های آلترناتیو آف لاین باید تدابیری اتخاذ شود.

علیرضا نظیف تصریح کرد: رسالت پایانه‌های مرزی، تسریع در تجارت بین‌المللی و کاهش ایستایی با پلمپ، بازدید و خروج است و تخلیه و بارگیری به سایر مراکز انتقال داده شود. وی افزود: موضوع پسرکانه اهمیت بالایی دارد. در مرز نوردوز که تنها دروازه ورود ایران به اوراسیا است ولی فاقد ظرفیت و آمادگی لازم است. تشریفات اداری در پسرکانه انجام می‌شود و در گمرکات و پایانه‌ها، تشریفات خروج انجام می‌شود. موضوع کنترل‌های موازی سوخت، نیز جهت تسریع در سرعت تجارت خارجی باید رفع شود و با توجه به مسئولیت شرکت نفت در این خصوص، پیشنهاد می‌شود مدیریت این کار با این شرکت باشد.

وی متذکر شد: در سفر ریاست محترم جمهور به استان، پیشنهاد شد گمرک سه‌لان به عنوان بندر خشک جهت انجام خدمات لجستیکی برای کشورهای همسایه ایفای نقش نماید لذا لازم است مسئولان سیاسی، مذاکرات لازم را با کشورهای همسایه در این خصوص انجام دهند. با توجه به اینکه مطابق پیش‌بینی کارشناسان، با اتمام مناقشات آذری- ارمنی، تمام کریدورهای ریلی و جاده‌ای منطقه از جمله مسیر ریلی نخجوان با ارمنستان در آینده باز خواهد شد، لازم است راه‌آهن جلفا از حالا آمادگی لازم را برای انجام خدمات حمل ریلی با حجم قبلی داشته باشد و زیرساخت‌های لازم تامین شود.

● چابکی گمرک، لازمه‌ی توسعه‌ی ترانزیت و تجارت

نماینده اداره کل گمرک تبریز نیز در این میزگرد گفت: هر کاری که در رابطه با توسعه‌ی ترانزیت و تجارت انجام شود لازمه‌اش اینست که گمرک چابکی داشته باشیم. در کشور، گمرکات بنا بر مسائل سیاسی احداث می‌شود و بعداً امکانات را در آن مستقر می‌کنند و استقرار امکانات ممکن است چندین سال طول بکشد. به عنوان نمونه می‌توان به گمرک نوردوز اشاره کرد که پس از چند دهه از تاسیس آن، نماینده آزمایشگاه هنوز مستقر نشده است.

رضا پیروی ادامه داد: پایانه‌ی مرزی، مدیریت واحد ندارد و تمام سازمان‌های مستقر در پایانه مستقل می‌باشند. گمرکات در ایران در محدوده‌ای که برایشان مستقر شده است فعالیت می‌کنند. اما در کشوری مانند آذربایجان اگر کامیون در مسیر متوقف شود پلیس گمرک اجازه توقف نمی‌دهد. کامیونی که از جلفا و نوردوز وارد شود و بخواهد به تبریز و بندر عباس برود در مسیر کنترلی برایش اعمال نمی‌شود و احتمال قاچاق در مسیر هم وجود دارد.

● ناوگان حمل و نقل ریلی فرسوده است

نماینده شرکت راه‌آهن آذربایجان نیز در این میزگرد گفت: فعالیت شرکت راه آهن، بدون وقفه و به صورت شبانه‌روزی است و تلاش در جذب بیشتر بار دارد و همچنین حداکثر ارتباط و تعامل کاری با گمرکات را دارد. ناوگان حمل و نقل ریلی فرسوده شده و قطعات و تجهیزات آن، وارداتی است که در این مورد ضعف داریم و با این حداقل امکانات موجود خودمان حداکثر تلاش خود را جهت ارائه خدمات بعمل می‌آوریم. آمارهای موجود نشان می‌دهد که متناسب با تجهیزات موجود، بیشترین بهره را برده‌ایم. از نظر حمل و نقل و ترانزیت بین‌المللی ما در سطح کشور و استان، از نظر تعداد واگن و از نظر تناژ افزایش داریم.

سید حسین موسوی‌شناس افزود: گلوگاه خروجی راه‌آهن آذربایجان، ایستگاه رازی (مرز ترکیه) است و ۴ خط ظرفیت داریم که ظرفیت محدودی است و در حال پیگیری هستیم و راهکارهایی هم داریم و توجیه اقتصادی را اعلام کرده‌ایم. مسئولین مربوطه پیشنهادهایمان را قبول کرده‌اند. افزایش ظرفیت و زیرساخت‌های مربوطه مصوب شده و اجرای آن آغاز شده است. تا اوایل دهه‌ی هفتاد، در گمرک جلفا روزانه به تعداد حداقل ۴۰۰ واگن مبادله تجاری انجام می‌شد علیرغم اینکه شرایط سیر واگن‌های روسی با شرایط سیر واگن‌های ایرانی و زیرساخت‌هایشان متفاوت بود و الان هم پیگیری می‌کنیم که این فعالیت‌ها از سر گرفته شود. در صورت تصویب، در عرض کمتر از ۱۰ روز می‌توان فعالیت ریلی جلفا را به زمان قبل از جنگ قره‌باغ و حتی بهتر از آن برگرداند.

وی تصریح کرد: توسعه‌ی راه‌آهن آستارا- رشت نباید موجب رکود راه‌آهن جلفا شود چون که جلفا دارای کوتاهترین مسیر از نظر ترانزیت به روسیه و کشورهای همجوار است و در صورت فعال شدن، برای استان، منطقه و کشور اثرات مثبتی

رضا پیروی:
هر کاری که در رابطه با توسعه‌ی ترانزیت و تجارت انجام شود لازمه‌اش اینست که گمرک چابکی داشته باشیم. در کشور، گمرکات بنا بر مسائل سیاسی احداث می‌شود و بعداً امکانات را در آن مستقر می‌کنند و استقرار امکانات ممکن است چندین سال طول بکشد. به عنوان نمونه می‌توان به گمرک نوردوز اشاره کرد که پس از چند دهه از تاسیس آن، نماینده آزمایشگاه هنوز مستقر نشده است.



پیشنهادهای مطرح شده در کمیسیون گمرک، حمل و نقل و ترانزیت اتاق تبریز جهت توسعه حمل و نقل، ترانزیت و تجارت خارجی

۱ لزوم حل مشکل مالیات مضاعف شرکت‌های خصوصی مشترک ایرانی-خارجی حمل و نقل، ترانزیت و لجستیک.

در رابطه با تاسیس شرکت‌های مشترک حمل و نقل و ترانزیت که شرکت‌های مشترک دارای چالش‌های متعددی هستند که باعث می‌شوند اینگونه شرکت‌ها تاسیس یا فعال نشوند از جمله این مشکلات و چالش‌ها، عدم اجرای توافقات تهاثر مالیاتی است که سهام‌دار ایرانی را به تحمل مالیات مضاعف و عدم تمایل به ثبت شرکت مشارکتی وامی‌دارد.

۲ لزوم عدم دریافت ۱۰ درصد مبلغ معادل کرایه از صاحبان کالا که در مبداء حمل کالا از خارج از کشور به داخل کشور به ناوگان ایرانی دسترسی ندارند.

مطابق قوانین و بخشنامه‌های کشور باید در حمل بار به مقصد ایران در کشورهای خارجی، از ناوگان ایرانی استفاده شود و در صورت نبود ناوگان حمل ایرانی، از ناوگان خارجی استفاده شود و در صورت موجود بودن ناوگان ایرانی و عدم استفاده از آن، واردکننده باید ۱۰ درصد معادل مبلغ کرایه را به خزانه‌ی کشور واریز کند و این مبلغ در راستای نوسازی ناوگان حمل و نقل داخلی و ... هزینه شود. متأسفانه علیرغم نبود ناوگان ایرانی در خارج، ۱۰ درصد مبلغ معادل کرایه به عنوان جریمه از صاحب کالا دریافت می‌شود که مغایر با قانون است که این بخشنامه نیاز به اصلاح دارد.

۳ پیشنهاد حذف کنترل‌های موازی سوخت در مبادی خروجی جهت تسریع در سرعت تجارت خارجی

در پایانه‌های مرزی، دیپ‌گیری سوخت هم توسط شرکت نفت انجام می‌گیرد، هم در ورود به گمرک توسط گمرک و هم پس از خروج از گمرک توسط مرزبانی انجام می‌گیرد. با توجه به مسئولیت شرکت نفت در این خصوص، پیشنهاد می‌شود مدیریت این کار با این شرکت باشد و همچنین روش‌هایی جهت سرعت‌دهی به اندازه‌گیری گازوئیل از جمله استفاده از ساکشن و بازگرداندن ۵۰۰ لیتر مجاز به باک کامیون اعمال شود.

۴ لزوم آرام کردن پایانه‌های مرزی جهت عدم معطلی کامیون‌ها با انتقال تخلیه و بارگیری به سایر مراکز گمرکی

اکثر پایانه‌های مرزی منطقه به محل تخلیه و بارگیری تبدیل شده است و با معطلی کامیون‌ها مواجه هستیم. در گمرک ورودی گرجستان، ظرف ۲۰ دقیقه، فرآیندهای اداری انجام می‌گیرد و در گمرک بازرگان حداقل ۳ روز باید معطل بمانیم. در مرز بازرگان و نوردوز عملیات تخلیه و بارگیری انجام می‌شود و طبق قانون تخلیه و بارگیری محموله‌های ترانزیتی در مرز ممنوع است. پیشنهاد می‌شود که تخلیه و بارگیری را به گمرک جلفا یا گمرک سهلان انتقال دهیم تا مرز آرام و در تردد ناوگان تسهیل و تسریع شود چون رسالت پایانه‌های مرزی، تسریع در تجارت بین‌المللی و کاهش ایستایی است.

۵ لزوم حل مشکل مسئولیت حقوقی شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی در صورت بروز تخلف توسط راننده

در صورت بروز تخلف توسط راننده، شرکت حمل و نقل بین‌المللی با مشکلات عدیده‌ای مواجه می‌شوند که بازنگری مقررات مربوطه ضروری است.

۶ لزوم تصویب سند توسعه بازار در مجلس شورای اسلامی

ما هیچ سند بالادستی در عرصه‌های لجستیک و حمل و نقل نداریم که مأموریت ادارات بر اساس آن تدوین شود. هر سازمانی، جداگانه و به صورت جزیره‌ای، برنامه‌ی خود را پیش می‌برد و تعاملات بین بخشی و مدیریت نقاله‌ای در توسعه‌ی بازار یا توسعه‌ی تجارت نداریم. طرحی در کمیسیون عمران مجلس در این خصوص تهیه شده که پیگیری تصویب آن ضروری است.

۷	اجازه‌ی ثبت شرکت‌های لجستیکی طرف سوم (3PL) در کشور
	شرکت‌های لجستیکی طرف سوم یا به‌اختصار 3PL ها به شرکت‌هایی گفته می‌شوند که سازمان‌های تولیدی یا خدماتی بخشی و یا کل امور لجستیکی خود را به آن‌ها برون‌سپاری می‌کنند. اگر این شرکت‌ها به کشور بیایند خودشان در عرصه‌های ترانزیت و لجستیک، مزیت تولید می‌کنند. پیشنهاد می‌شود اجازه‌ی ثبت شرکت‌های لجستیکی طرف سوم (3PL) در کشور داده شود.
۸	لزوم ارائه‌ی سوپسید به سوخت پروازهای کارگو همانند سوخت پروازهای مسافری
	قیمت سوخت پرواز کارگو، ۴۰ برابر گران‌تر از پروازهای مسافری و بدون سوپسید است. با توجه به تولید این نوع سوخت در کشور (پالایشگاه تبریز)، می‌توان این سوپسید را برای پروازهای کارگو و پروازهای باری اعمال کرد. پیشنهاد می‌شود دولت برای سوخت پروازهای کارگو مشابه پروازهای مسافری سوپسید بدهد و یا این سوخت در بورس انرژی عرضه شود تا شرکت‌های هوایی آن را از طریق بورس انرژی، مشابه سایر حامل‌های انرژی خریداری بکنند.
۹	لزوم توجه به مزیت کریدورها و بنادر کشور از جمله بندر چابهار
	فاصله‌ی هند با بندر چابهار ۴۰۰ کیلومتر است. محصولات تولیدی هندوستان از جمله تجهیزات پزشکی، گران‌قیمت و سبک وزن هستند و مقاصد صادراتی آنها، عمدتاً آسیای میانه هست می‌توان این محموله‌ها را در عرض یک روز به چابهار آورده و در عرض ۲ روز به آسیای میانه رساند. از بندر نیوشیوا و سایر بنادر هندوستان به چابهار کشتی رو-رو فعال نیست لذا پیگیری دایر کردن کشتی رو-رو از بنادر هند به چابهار ضروری است.
۱۰	لزوم تقویت زیرساخت‌ها و تسهیل فرآیندهای قانونی ترانزیت در کشور
	به دلیل چابک نبودن فرآیندهای ترانزیتی در کشور، کریدورهای ترانزیتی از جمله کریدور ترانزیتی بازرگان به گذرگاه‌های مرزی لطف‌آباد در خراسان شمالی و آنچه برون استان گلستان جهت ورود به کشور ترکمنستان حذف شده است. حمل و نقل محموله‌های ترانزیتی کشورهای خارجی که می‌توانست از این مسیر ترانزیتی حمل شود از طریق کشور آذربایجان و با متحمل شدن هزینه‌ی کشتی اقدام می‌شود و بخش حمل و نقل کشور از این امر متضرر می‌شود.
۱۱	لزوم بررسی هزینه و فایده‌ی عدم دریافت تفاوت سوخت برای توسعه‌ی ترانزیت استان و کشور
	یکی از مهمترین موانعی که باعث انتخاب مسیر گرجستان به جای مسیر ایران در ترانزیت کالا به شرق توسط شرکت‌های حمل و نقل ترکیه می‌شود موضوع دریافت تفاوت سوخت است. قبلاً اتاق تبریز پیشنهاد داده بود که تفاوت قیمت سوخت را از کامیون‌های ترکیه (از مرز تا گمرک سهلان) دریافت نشود. حسن این کار این می‌توانست باشد که بخش اعظمی از کالاها به خاطر اینکه خارجی‌ها تفاوت سوخت ندهند در گمرک سهلان تخلیه شود و بقیه‌ی مسیر با ناوگان ایرانی حمل شود و با این کار، امکانات سهلان مورد بهره‌برداری بهینه قرار می‌گرفت اما متأسفانه این پیشنهاد اجرایی نشد.
۱۲	لزوم انتخاب سازمان مسئول در مناطق ویژه و آزاد در حوزه‌ی لجستیک و حمل و نقل
	برخی پایانه‌های مرزی در محدوده‌ی مناطق آزاد و ویژه‌ی اقتصادی قرار گرفته‌اند و نباید مدیریت مناطقی که مزیت‌های ترانزیتی و لجستیکی دارند به حوزه‌ی مدیریت مناطق آزاد و ویژه‌ی اقتصادی منحصر شود. لذا ضروری است در مناطق ویژه و آزاد، سازمان مسئول و دارای اهلیت در حوزه‌ی لجستیک و حمل و نقل تعریف شود.
۱۳	لزوم انعطاف بخشنامه‌های تجاری در مناطق ویژه اقتصادی
	مزیت‌های منطقه ویژه اقتصادی سهلان موجب جذب سرمایه‌گذار می‌شود اما بخشنامه‌های خلق‌الساعه از جمله فرصت دوماهه متروکه شدن کالا و فرصت یک ماهه‌ی تمدید آن در شرایطی که سرمایه‌گذار خارجی به اندازه‌ی تولید ۵ ماهه‌اش مواد اولیه آورده است و مواد اولیه‌اش بر اساس بخشنامه، متروکه اعلام می‌شود، مانعی در فعالیت سرمایه‌گذار است.

۱۴

پیشنهاد انجام مذاکرات سیاسی با کشورهای منطقه در جهت قبول کردن منطقه‌ی ویژه‌ی اقتصادی سهلان به عنوان بندر خشک جهت انجام خدمات لجستیکی

در سفر ریاست محترم جمهور به استان، پیشنهاد شد گمرک سهلان به عنوان بندر خشک جهت انجام خدمات لجستیکی برای کشورهای همسایه ایفای نقش نماید لذا لازم است مسئولان سیاسی، مذاکرات لازم را با کشورهای همسایه در این خصوص انجام دهند.

۱۵

پیشنهاد رونق حمل ریلی بین‌المللی در جلفا و تقویت زیرساخت‌های حمل

در خصوص حذف حمل و نقل بین‌المللی ریلی از جلفا، از سال ۱۳۷۴ از طرف بخش خصوصی، بارها پیشنهاد شده است که با جمهوری آذربایجان مذاکره کنید تا خط حمل ریلی مجدداً راه‌اندازی شود. تا سال ۱۳۷۰ و فروپاشی شوروی، حمل ریلی کالا از کره جنوبی تا جلفا، ۱۲ روز طول می‌کشید و الان حمل دریایی بار از کره جنوبی تا بندرعباس حداقل ۲ ماه طول می‌کشد و حمل ریلی امنیت بیشتر و قیمت ارزانی نسبت به حمل دریایی دارد و ایجاد گمرک سهلان هم به این خاطر بود که کالایی که از گمرک جلفا پاساوان می‌شود در گمرک سهلان ترخیص شود.

با توجه به اینکه مطابق پیش‌بینی کارشناسان، با اتمام مناقشات آذری-ارمنی، تمام کریدورهای ریلی و جاده‌ای منطقه از جمله مسیر ریلی نخجوان با ارمنستان در آینده باز خواهد شد. لذا لازم است راه‌آهن جلفا را حالا آمادگی را برای انجام خدمات حمل ریلی با حجم قبلی را داشته باشد و زیرساخت‌های لازم تأمین شود.

۱۶

لزوم کاهش تعرفه‌های حمل ریلی

در خصوص تعرفه‌های حمل ریلی، تجدید نظر و ملاحظات لازم است که مشتریان بیشتر به سمت حمل ریلی سوق داده شوند.

۱۷

استفاده از پتانسیل فرودگاه بین‌المللی شهید مدنی تبریز در جهت توسعه تجارت بین‌الملل

۱-۱۷- مطابق مصوبات سند تدبیر و توسعه استان شرکت انبارهای عمومی سهلان باید نسبت به احداث سالن کارگو اقدام کند.

۲-۱۷- لزوم تأسیس ایرلاین کارگو در استان

ورود مواد اولیه تولید و همچنین صادرات استان به صورت کارگوی هوایی، عمدتاً از سایر فرودگاه‌ها از جمله فرودگاه امام صورت می‌گیرد و استان از این مزیت و درآمد محروم می‌شود. لذا تأسیس شرکت ایرلاین کارگو و برقراری پروازهای کارگو از فرودگاه بین‌المللی شهید مدنی تبریز پیشنهاد می‌شود.

۳-۱۷- ایجاد زون منطقه آزاد ارس در فرودگاه تبریز

با ایجاد این زون، می‌توان بهترین خدمات را برای صنایع مستقر در منطقه آزاد ارس جهت ورود مواد اولیه و صدور کالاهای صادراتی شان با تعرفه گمرکی منطقه آزاد ارس در فرودگاه تبریز انجام داد و انجام این امر مستلزم رایزنی است. از طریق ریاست جمهوری و استانداری هماهنگی لازم است تا زون منطقه آزاد ارس در فرودگاه تبریز ایجاد شود.

۱۸

در مورد مقررات واردات، مشکلاتی ناشی از بخشنامه‌ها به شرح زیر وجود دارد که پیگیری اصلاح و رفع آنها توسط معاونت مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت ایران مورد تقاضاست از جمله:

۱-۱۸- لغو بخشنامه‌ی متناقض معاونت درآمدهای مالیاتی با بخشنامه‌ی معاونت حقوقی و فنی سازمان امور مالیاتی جهت برقراری دریافت مالیات ارزش افزوده واردات به صورت تضمین (دریافت چک).

۲-۱۸- پیشنهاد اصلاح بخشنامه مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۳ گمرک در خصوص اصلاح ((تعرفه سایر)) در ثبت سفارش. پیشنهاد می‌شود در مواردی که مآخذ ارزش تعرفه ثبت شده و تعرفه‌ی مورد درخواست کارشناس گمرک برای اصلاح، برابر باشد. درخواست اصلاح تعرفه و ارجاع به بانک مرکزی انجام نگیرد چون حقوق ورودی هر دو تعرفه یکسان است و به زیان دولت نیست و فرآیند اصلاح تعرفه، زمان‌بر است.

۳-۱۸- درخواست اجرای بخشنامه ۱۴۰۰/۱۰/۱۷ گمرک مبنی بر عدم درخواست ثبت سفارش در تمامی مبادی ورودی کشور. مطابق این بخشنامه در مبادی ورودی نیاز به ارائه ثبت سفارش برای واردات کالا نیست اما در برخی مبادی ورودی از جمله بازرگان، این بخشنامه رعایت نمی‌شود و صاحب کالا را مجبور به ارائه کد تخصیص ارز می‌نمایند تا اجازه‌ی عبور کامیون به گمرک مقصد را بدهند. انجام فرآیند ثبت سفارش و دریافت کد تخصیص ارز از بانک مرکزی، یک ماه زمان می‌برد و یک ماه هم اعتبار دارد و در صورت عدم اتمام فرآیند در عرض یک ماه باید دوباره چرخه‌ی بروکراسی اداری تکرار شود.

تقویت صادرات، ضرورتی حیاتی برای کشور



سید یوسف حسینی
عضو هیئت نمایندگان و رئیس
کمیسیون صادرات و مدیریت واردات
اتاق تبریز

محصولات و خدمات این بنگاه‌ها نیز کاهش یابد. رکود در این بنگاه‌ها بر شاخص‌های کلان نظیر تولید ناخالص داخلی و اشتغال تأثیر مستقیم و مخربی دارد. از این رو سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی کلان و خرد، و به کارگیری مدل‌های معتبر و کارآ برای صادراتی کردن این شرکت‌ها ضرورتی انکارناپذیر است.

همچنین این کمیسیون جهت تداوم و عدم توقف صادرات کشاورزی از طریق قائل شدن استثنائاتی در رفع تعهد ارزی، جلسات مشترکی با کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی و برخی سازمان‌ها برگزار کرده است. شرایط برابر برای رفع تعهد ارزی صادرات کالاهایی که تامین آنها با نرخ ارز بازار آزاد انجام می‌شود (از جمله محصولات کشاورزی) با کالاهای صنعتی که از ارز سامانه‌ی نیما در تامین مواد اولیه آنها بهره‌برده می‌شود موجب مغیون شدن این گروه از صادرکنندگان می‌شود چون که کالا با ارز بازار آزاد تامین شده اما در بازگشت ارز، این ارز باید یا در سامانه‌ی نیما عرضه شود یا برای واردات خود استفاده شود یا در بازار متشکل ارزی با قیمت توافقی به صرافی‌ها فروخته شود که در هر سه صورت صادرکننده کشاورزی، مغیون و زیانکار می‌باشد.

در ادامه، به چالش‌های عمده‌ی بخش صادرات و راه‌حل‌های پیشنهادی پرداخته می‌شود:

● چالش تعدد و تغییر مقررات مرتبط با صادرات غیرنفتی

بخش عمده‌ای از بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌ها حول قانون مقررات صادرات و واردات و مرتبط با آیین‌نامه‌ی اجرایی این قانون است. اما تعدد بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌ها آثار منفی عمیقی بر صادرات کشور دارد. علاوه بر مقررات داخلی، عوامل برون‌زایی نیز رخ می‌دهد که با همراهی این بخشنامه‌ها، امکان برنامه‌ریزی بلندمدت را از صادرکننده و تولیدکننده می‌گیرد.

این دستورالعمل‌ها به واسطه‌ی شرایط تحریمی و به واسطه‌ی تعهد ارزی صادرکنندگان و با اعمال بیشتر محدودیت صادراتی افزایش نیز یافته است.

یکی از حوزه‌های تأثیرگذار بر تولید ناخالص داخلی در کشور، صادرات غیرنفتی است که می‌تواند از مجاری مختلفی به طور قابل توجهی بر تولید ناخالص داخلی اثرگذار باشد. صادرات غیرنفتی در اقتصادهای تک‌محصولی و به طور عمده نفتی یکی از بخش‌هایی است که می‌تواند به تنوع‌بخشی و افزایش تولید ناخالص داخلی کمک شایانی کند.

در سنوات اخیر، صادرات کشور با چالش‌هایی مواجه شده است که عمده علل آن را می‌توان در تعدد و تغییر مقررات مرتبط با صادرات غیرنفتی، مشکلات مربوط به بخش تولید و رقابت پذیری محصولات، محیط اقتصادکلان، ضعف زیرساخت‌های پشتیبانی و لجستیکی عنوان کرد.

کمیسیون صادرات و مدیریت واردات اتاق بازرگانی تبریز، پیگیری رفع مسائل و چالش‌های صادرات را در سطوح استانی و ملی در برنامه و دستور کار خود دارد که به عنوان نمونه می‌توان به ارائه‌ی پروپوزال برای تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی در استان، پیگیری مشکل رفع تعهد ارزی صادرکنندگان کشاورزی و در کل، پیگیری رفع مشکلات و موانع مرتبط با حوزه‌های قانونگذاری، اجرایی و مسائل حوزه کسب و کار (مالیاتی، بیمه‌ای، تامین مالی و لجستیکی و ...) صادرکنندگان استان جزو وظایف و ماموریت‌های این کمیسیون است اشاره کرد. تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی در استان از برنامه‌های پیشنهادی کمیسیون است. کنسرسیوم صادراتی (Export Consortium)، نوع شبکه‌ی همکاری بین بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط است که تمایل دارند برای کاهش ریسک و بهره‌وری بیشتر، با هدف ورود به حوزه‌ی صادرات و تصاحب بازارهای خارجی و حضور مستمر در آن، فارغ از فعالیت‌های صادراتی انفرادی، با یکدیگر در قالب‌های حقوقی مشخص همکاری کنند.

با توجه به اینکه بیش از ۹۵ درصد بنگاه‌های اقتصادی کشور و نیز استان از نوع SME هستند. این بنگاه‌ها در نگاه خوش‌بینانه عموماً در کمتر از ۴۰ درصد ظرفیت‌شان کار می‌کنند. رکود ناشی از قطع ارتباط با بازارهای خارجی باعث شده است تا سطح کیفیت



مزیت نسبی در تعریف، به توانایی یک کشور در تولید و صدور کالاهای مورد نظر با هزینه کمتر و قیمت ارزان تر نسبت به کشورهای رقیب اطلاق می شود. البته این مهم در طول زمان ثابت نبوده و ممکن است دستخوش تغییر شود. برای تقویت صادرات غیرنفتی باید حمایت لازم از صنایعی که مزیت نسبی دارند به جای فعالیت های واسطه گری و بخصوص تولیدات دانش بنیان قرار گیرد.

مزیت نسبی در تعریف، به توانایی یک کشور در تولید و صدور کالاهای مورد نظر با هزینه کمتر و قیمت ارزان تر نسبت به کشورهای رقیب اطلاق می شود. البته این مهم در طول زمان ثابت نبوده و ممکن است دستخوش تغییر شود. برای تقویت صادرات غیرنفتی باید حمایت لازم از صنایعی که مزیت نسبی دارند به جای فعالیت های واسطه گری و بخصوص تولیدات دانش بنیان قرار گیرد.

● راهکارهای مربوط به بخش تولید

بخش قابل توجهی از مشکلات صادراتی ناشی از مشکلاتی است که در بخش تولید قرار دارند. در بخش عرضه محصول صادراتی سه مانع مهم صادراتی به ترتیب عبارتند از: کیفیت محصول، قیمت تمام شده و خدمات پس از فروش در فضای صادرات. علاوه بر این، از نظر پردازش و فرآوری محصول، فناوری تولید و بهره‌وری نیروی کار نیز بر صادرات کالا بسیار تأثیرگذار است. همچنین ترکیب کالاهای صادراتی نیز مهم است، از این جهت پیشنهاد می شود سهم بخش هایی از اقتصاد که دارای صادرات مواد خام هستند، کاهش و سهم بخش هایی با ارزش افزوده بالا (همانند صنایع غذایی، محصولات نساجی و پوشاک، محصولات فلزی و ...) افزایش یابد تا موجب پایداری درآمدهای صادراتی و پایداری رشد اقتصادی شود. برخی راهکارها شامل موارد ذیل است:

- جذب سرمایه، منابع مالی و فناوری پیشرفته خارجی برای تولید محصولات صادراتی
- رفع مشکلات و تنگناهای ارزی برای تامین مواد اولیه باکیفیت و قیمت مناسب
- کاهش زمان ثبت سفارش برای واردات مواد اولیه
- تدوین و وضع استانداردهای تولیدات صادراتی سختگیرانه
- زمان بندی مناسب تولید و تحویل محصولات صادراتی
- معافیت هدفمند از پرداخت عوارض ماشین آلات و کالاهای واسطه‌ای مورد نیاز تولیدات صادراتی
- اعطای تسهیلات ارزی و تامین سرمایه در گردش واحدهای تولیدی صادرات گرا همراه با نظارت صحیح
- سرمایه‌گذاری های مشترک با کشورهای صاحب تکنولوژی در راستای گسترش صادرات
- سرمایه‌گذاری بر بخش های تولیدی پيشران صادرات غیرنفتی.

● مشکلات مربوط به فضای سیاسی و اقتصادی کلان

بسیاری از مسائلی که اکنون صادرات غیرنفتی کشور را تحت تأثیر قرار داده، می‌تواند ناشی از سیاست‌های داخلی و خارجی در حوزه‌های سیاسی و اقتصادی باشد. برخی از مهم‌ترین این موارد شامل نکات ذیل است:

- تحریم‌های دولت‌های غربی علیه کشور
- اعمال نرخ‌های تعرفه بالا از سوی کشورهای هدف
- نوسانات شدید نرخ ارز
- مشکلات اجرایی در پیمان‌سازی ارزی
- عدم ارائه خدمات توسط سامانه نیما به خریداران خارجی
- عدم استفاده مطلوب از ظرفیت عضویت در پیمان‌های تجاری منطقه‌ای و ...

عدم ثبات مقررات صادرات یکی از موانع اساسی در توسعه صادرات غیرنفتی محسوب می‌شود زیرا هم بر خریدار خارجی و هم بر فروشنده داخلی تأثیر می‌گذارد. از جنبه خریدار خارجی، طبیعی است که هر خریداری مایل است با صادرکننده‌ای که توانایی تامین کالاهای مورد نیاز وی برای مدت طولانی را دارا باشد، وارد معامله و امضای قرارداد شود زیرا در هر مورد معامله، نیاز به بررسی کالا و کیفیت آن و نیز ارزیابی صادرکننده نخواهد بود. از جنبه داخلی نیز عدم ثبات مقررات صادرات، برنامه‌ریزی صادرکننده ایرانی از نظر اقتصادی بودن صادرات یک قلم کالا در یک مقطع خاص زمانی را غیرممکن ساخته و با توجه به ارزش بالای بعضی از معاملات، صادرکنندگان بالقوه را در شرایط تردید در مدت اعتبار مقررات از انجام صادرات منصرف می‌سازد. این موضوع خصوصا در مواردی که صادرکننده، خود تولیدکننده کالا بوده و خط تولید کارخانه را متناسب با نیاز بازار صادراتی تنظیم کرده و به طور عمده بازار صادراتی را به جای داخلی مورد هدف قرار می‌دهد، بسیار حساس است.

● راهکارهای مربوط به قوانین و مقررات

قوانین و مقررات می‌توانند موجب توسعه صادرات شوند، چنانچه جامع، کارا و دارای ضمانت اجرایی باشند و توسط مجریان با دانش به کار گرفته شوند. قوانین همچنین می‌توانند مانع صادرات باشند اگر متعدد و ناکارآمد باشند یا فاقد ضمانت اجرایی بوده و توسط افرادی که از دانش لازم برخوردار نیستند به کار گرفته شوند.

برخی راهکارها شامل موارد ذیل است:

- پرهیز از تغییرات مکرر در مقررات حوزه صادرات به منظور امکان برنامه‌ریزی بلندمدت صادرکنندگان
- تلخیص و ساده‌سازی قوانین و مقررات صادراتی و حذف قوانین موازی، منسوخ یا ناکارآمد
- یکپارچه‌سازی تدوین قوانین و مقررات صادراتی توسط یک نهاد
- تدوین سند حمایت از صادرات غیرنفتی به منظور ثبات در سیاست‌های صادراتی دولت‌های مختلف
- اصلاح و بازنگری در قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز، به منظور جلوگیری جدی از قاچاق وارداتی و صادراتی با استفاده از سامانه‌های شناسایی و رصد کالا و ارتباط این سامانه‌ها به یکدیگر
- اصلاح قانون چگونگی اداره مناطق آزاد تجاری - صنعتی جمهوری اسلامی ایران و قانون تشکیل و اداره مناطق ویژه اقتصادی در راستای رونق در صادرات غیرنفتی
- ساماندهی مبادلات مرزی از طریق اصلاح قانون ساماندهی مبادلات مرزی با تأکید بر صادرات در مقابل واردات.

● چالش‌های صادرات غیرنفتی از منظر تولید

هرگونه اختلال در بخش تولید، بخش ثانویه یا صادرات را دچار اختلال می‌کند. بدون توجه به مشکلات مربوط به تولید که به طور عمده ناشی از اقدامات و سیاست‌های داخلی است، نمی‌توان صادرات قابل قبولی را انجام داد. در دستیابی به اهداف توسعه‌ی صادرات دو مرحله مهم از هم تفکیک شده که عبارتند از: مراحل قبل از صادرات و فرایند صادرات (یا به عبارت دیگر پس از درگیر شدن در مراحل صادرات).

● مشکلات مربوط به خدمات لجستیکی و پشتیبانی

بخش دیگری از زنجیره صادرات غیرنفتی، مربوط به حوزه خدمات پشتیبانی و لجستیکی است. بخش مهمی از این زنجیره، در انتقال کالا بر بازار هدف متمرکز است؛ زنجیره‌ای که به آن زنجیره تامین می‌گویند. در واقع زنجیره تامین سیستمی متشکل از سازمان‌ها، مردم، فعالیت‌ها، اطلاعات و منابعی است که در انتقال یک کالا یا خدمت از عرضه‌کننده به مشتری (مصرف‌کننده) درگیر هستند. فعالیت‌های زنجیره تامین، منابع طبیعی، مواد خام و قطعات را به محصول نهایی برای عرضه به مشتری تبدیل می‌کند. گسترش خدمات تجارت خارجی و ترانزیت و زیرساخت‌های مورد نیاز یکی از مولفه‌های بند «۱۰» سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی است. ارزیابی این مولفه نیز نشان می‌دهد در مورد بهبود خدمات تجارت خارجی و ترانزیت به واسطه‌ی تشدید تحریم‌های اقتصادی، مشکلاتی برای این بخش به وجود آمده است و اثرگذاری این سازوکار نیز دچار اختلال شده است. همچنین ارزیابی نهادهای بین‌المللی ازجمله بانک جهانی و فعالان اقتصادی داخل کشور نشان می‌دهد زیرساخت‌های تجارت خارجی همچنان ناکافی و دچار کمبودهایی است و متناسب با نیاز صادراتی کشور نیست. برای مثال نتایج بررسی‌ها در یک پژوهش نشان می‌دهد می‌توان از طریق اتخاذ سیاست‌های مالیاتی مناسب، کاهش تعرفه‌ی واردات کالاهای ایرانی به روسیه و تسهیل مبادلات بانکی، به افزایش سهم صادرات محصولات کشاورزی ایران در بازار روسیه کمک کرد.

مدیریت این زنجیره، یعنی مدیریت جریان کالا، اطلاعات یا هر نوع منابع دیگر مانند انرژی یا انسان‌ها بین محل تولید یا محل موجودی تا نقطه‌ی مصرف مورد نیاز برای برآورده کردن نیازهای مصرفی است. وظیفه‌ی اصلی آن برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل جریان مستقیم و معکوس مواد، کالاها و اطلاعات مرتبط و ذخیره‌سازی آنها به گونه‌ای کارا و اثربخش میان نقطه‌ی مبدأ و نقطه‌ی مصرف به منظور برآوردن الزامات مشتری است.

فعالیت‌های مدیریت لجستیک نوعاً شامل مدیریت حمل‌ونقل ورودی و خروجی، مدیریت ناوگان حمل، انبارداری، جابه‌جایی مواد و کالا، اجرای سفارش، طراحی شبکه‌ی لجستیک، مدیریت موجودی، برنامه‌ریزی عرضه و تقاضا و مدیریت اشخاص ثالث تامین‌کننده‌ی خدمات لجستیکی است. زیرساخت‌های حمل‌ونقل از مباحث مهم در حوزه‌ی صادرات غیرنفتی است که ضعف‌های جدی در این حوزه وجود دارد و متأسفانه متولی مشخصی نیز ندارد.

● راهکارهای مربوط به بخش پشتیبانی و لجستیکی

زیرساخت‌های لجستیکی و پشتیبانی از محصولات تولیدی و تحویل آنها به مشتری، شامل حمل‌ونقل، انبار، مدیریت و سازمان و ارتباطات را دربرمی‌گیرد. مهم‌ترین مانع توسعه‌ی صادرات کالا در بین موانع مربوط به خدمات لجستیکی، به حمل کالا و انبار و نگهداری آن برمی‌گردد. برخی از راهکارها شامل موارد ذیل است:

- توسعه و تقویت شبکه‌ی حمل و نقل باری کشور بخصوص شبکه‌ی حمل جاده‌ای و ریلی

- توسعه‌ی فضاهای انبار و نگهداری کالا در مبادی تولید

- بازبینی جایگاه مناطق آزاد تجاری صنعتی

در بخش عرضه‌ی محصول صادراتی سه مانع مهم صادراتی به ترتیب عبارتند از: کیفیت محصول، قیمت تمام شده و خدمات پس از فروش در فضای صادرات. علاوه بر این، از نظر پردازش و فرآوری محصول، فناوری تولید و بهره‌وری نیروی کار نیز بر صادرات کالا بسیار تاثیرگذار است.

- برقراری بیمه عمومی صادرات

- سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اقتصادی و توسعه‌ی شبکه‌های ارتباطی و حمل‌ونقل به عنوان یک اقدام اولویت‌دار

- تعیین متولی مشخص و ارائه‌ی گزارش‌های دوره‌ای و منظم از وضعیت موجود زیرساخت‌های حمل‌ونقل و مرتبط با صادرات و روند تکمیل پروژه‌های در دست اقدام.

● راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی مرتبط با اقتصاد کلان

مشکلات صادرات غیرنفتی در نگاه کلان، موجب نابسامانی جدی در بخش بازرگانی خارجی شده است؛ این مشکلات به طور عمده شامل عدم استراتژی مناسب و تلاطم‌های بالا در نرخ برابری ریال در مقابل دیگر ارزها، خارج کردن سیستم بانکی کشور از چرخه‌ی دسترسی به بازارهای مالی و پولی جهان و اعمال فشار بر کشورهای طرف تجاری ایران است. در این راستا افزایش نوآوری‌ها، بهره‌مندی از تکنولوژی‌های جدیدتر و افزایش صرفه به مقیاس تولید و در یک کلمه افزایش کیفیت و نوآوری و کاهش بهای تمام‌شده کالاهای صادراتی ضرورت دارد. راهکارهای زیر را می‌توان برای حل این مشکلات پیشنهاد کرد:

- راهکارهای مرتبط با کم اثر یا بی‌اثر کردن شرایط تجارت خارجی در تحریم با استفاده از انواع روش‌ها مانند سازوکارهای اجرایی و هدفمند در جهت عملی شدن پیمان‌های تجاری منطقه‌ای و استفاده از ظرفیت توافقنامه‌های تجاری موجود و آتی، متنوع‌سازی مسیر نقل و انتقال پول، ارز جایگزین و استفاده از یک واحد پولی دیجیتال با کشورها و بازارهای هدف

- تعیین مزیت‌های صادرات کشور و ارائه‌ی برنامه‌ی مشخص برای ارتقای کمی و کیفی این محصولات از سوی وزارت صمت

- متنوع‌تر کردن صادرات غیرنفتی با توجه به مزیت‌های نسبی بالفعل و به‌کارگیری ظرفیت‌های بالقوه در تجارت خارجی می‌تواند گام مؤثری برای کاهش اتکا به درآمد نفتی و ایجاد شرایط به نسبت باثبات‌تری برای تمامی بخش‌های اقتصادی محسوب شود. راهکارهای پیشنهادی در این حوزه عبارت است از:

- تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی جهت حمایت از صنایع کوچک و متوسط که امکان حضور در بازارهای هدف صادراتی را ندارند.

- ارائه‌ی دوره‌های آموزشی قیمت‌گذاری، بازاریابی و بسته‌بندی برای صادرکنندگان

- تشویق صادرکنندگان خرد به صادرات کالاهای خود از طریق شرکت‌های مدیریت صادرات به منظور جلوگیری از نابسامانی در قیمت‌گذاری محصولات مشابه

- توجه به رقابتی بازار و فراموش کردن تعهدات صادراتی خود

- توجه به نقش کلیدی برخی نهادهای مؤثر در امر صادرات ازجمله برخی بانک‌ها در تسهیل‌گری و در جهت جهش صادرات

- تلاش برای گسترش بازارهای هدف و ایجاد تنوع در محصولات صادراتی

- ایجاد مرکز آموزش عالی صادرات، طراحی و بسته‌بندی کالاهای غیرنفتی.



مقالات



مصطفی صدیقی
دانشجوی کارشناسی اقتصاد
دانشگاه پیام نور تبریز

راهکارهای افزایش صادرات غیرنفتی



ضرورت ارتباط با خارج از کشور و به طور خاص صادرات در اقتصاد کلان و توسعه و رشد اقتصادی:

اقتصاد کلان دارای چند بازیگر اصلی است که هر کدام نقش‌ها، وظایف و کارکردهایی را دارند. از قبیل خانوار، بنگاه‌های تجاری، دولت، بانک و خارج از کشور. همانطور که بیان شد خارج از کشور یکی از بازیگران اقتصاد کلان است و در صورت عدم ارتباط با خارج از کشور (صادرات و واردات) و ایزوله ماندن کشور، ماشین اقتصاد به درستی کار نخواهد کرد و سیستم اقتصادی مختل خواهد شد.

از طرفی گاهی شاید شنیده باشید که بحث‌هایی مثل خودکفایی مطرح می‌شود. در واقع هم صادرات و هم واردات کارکردهای مشخصی دارند و یک کشور نمی‌تواند تمام کالاها و خدمات مورد نیازش را با بهره‌وری بالا و بهتر از همه‌ی دنیا تولید کند و همچنین ایزوله ماندن یک کشور در عصر امروز از لحاظ علم اقتصاد توجیهی ندارد.

البته این نکته را نیز باید بیان کنم که سیاست بر

اقتصاد مقدم است. مثلاً فرض کنید کشور الف با کشور ب در تعامل اقتصادی است و با هم کالاها و خدماتی را رد و بدل می‌کنند که در نتیجه محصولاتی که فرضاً کشور ب نسبت به کشور الف دارای مزیت نسبی و بهره‌وری بهتری است را کشور الف تولید نمی‌کند و واردات انجام می‌دهد. حال اگر از نظر سیاسی این دو کشور با هم تنش پیدا کنند و پس از آن مبادلات تجاری نیز کاهش یابد یا قطع شود، محصولاتی که دو کشور از یکدیگر وارد می‌کردند علی‌رغم نیاز جامعه وجود ندارد و باعث ایجاد مشکلات متعدد در آن کشورها می‌شود، در نتیجه دو کشور به نوعی با یکدیگر وابسته هستند و باید مبادلات و تجارت با کشورهایی صورت گیرد که منافع مشترک بیشتری دارند و احتمال تنش‌های سیاسی کمتر است لذا سیاست بر اقتصاد مقدم است.

حال با ضرورت ارتباط تجاری و صادرات و واردات در اقتصاد کلان به طور خلاصه آشنا شدیم، برویم و نگاهی به وضعیت گذشته و فعلی ایران با آمار و ارقام موجود در این زمینه بیندازیم.

بودجه‌ی سالانه باید متناسب با برنامه‌ی پنج‌ساله نوشته شود ولی هیچ‌وقت این اتفاق نمی‌افتد. چون در ایران اوضاع و شرایط اقتصادی بسیار متلاطم است و این تغییرات و تلاطم‌ها باعث می‌شود که بودجه‌ریزی در وضعیت اضطراری صورت گیرد و انجام شود.



وضعیت گذشته و فعلی ایران از لحاظ تجارت خارجی و صادرات نفتی و غیر نفتی

از سال ۱۳۳۸ تا سال ۱۳۵۷ هجری سالانه بود که سهم نفت از سبد صادراتی ایران کمتر از ۹۰ درصد بوده باشد. همانطور که احتمالا می‌دانید اقتصاد ایران و بسیاری از مشکلات تجاری آن ریشه در اقتصاد تک‌محصولی دارد که معایب متعددی نیز همراه خود می‌آورد و تحت عنوان بیماری هلندی بیان می‌شود.

این محصول برای ایران نفت است و به‌وضوح وابستگی کشور به آن مشخص است.

تا سال ۱۳۵۲ و قبل از به وجود آمدن اولین شوک نفتی در دنیا، صادرات ایران روند رو به رشدی داشته و بیشتر این امر طبق داده‌های معتبر و موجود سبب افزایش تولید و صادرات نفت خام بوده است. (جهت اختصار فقط نتایج نهایی آمار بیان می‌شود تا به موضوع اصلی بپردازیم)

این افزایش درآمد ناشی از فروش نفت به طور معقولی در برنامه‌های اول تا چهارم و اوایل برنامه‌ی پنجم صرف ایجاد زیرساخت‌ها و صنعتی‌سازی و فاصله گرفتن از اقتصاد تک‌محصولی شد و تا حد زیادی هم نتیجه گرفت اما از سال ۱۳۵۲ به بعد با اتفاقات جهانی (متوسط قیمت جهانی نفت خام) و اتفاقاتی که در برنامه‌ی پنجم و دور زدن سازمان برنامه برای خرج کردن بی‌رویه‌ی این درآمد باد آورده افتاد، ایران را به یک واردکننده‌ی صرف کالاهای مصرفی و سرمایه‌ای تبدیل کرد. واردات کالاهای سرمایه‌ای سبب رونق بخشیدن بخش‌های صنعتی اقتصاد و افزایش سرمایه‌ی بنگاه‌ها می‌شد اما مشکل کار خرج کردن این درآمد برای کالاهای مصرفی در راستای ایده‌ی عبور از دروازه‌های تمدن و افزایش رفاه جامعه بود که این سبب از بین رفتن فرهنگ تولید و تضعیف کردن بخش تولیدی در ایران و سوق دادن مردم به سمت تبلی و وارد شدن فرهنگ بیگانه که جزء لاینفک واردات است، شد.

پس از انقلاب نیز نفت نقش اصلی صادرات را بازی می‌کرد و صادرات غیر نفتی کشورمان قابل توجه نبود و بیشتر واردات داشتیم. همانطور که در آمار مشخص است تا سال ۱۳۷۱ صادرات ما از واردات مان کمتر بوده، اما از سال ۱۳۵۹ شاهد بودیم که شیب مثبت شده و روند صعودی تا سال ۱۳۶۸ به خود گرفته است سپس تا سال ۱۳۷۱ شاهد شیب منفی و پس از آن به خاطر اقدامات دولت وقت، شاهد صعود خوبی تا سال ۱۳۷۴ بودیم که رکورد خالص صادرات و واردات بعد از انقلاب است. پس از آن تقریباً با شیب منفی تا سال ۱۳۹۱ مواجه بودیم که علت آن تحریم‌های مختلف و گاهی تأثیرات قیمت جهانی است. از سال ۱۳۹۲ شاهد سیر صعودی در این شاخص هستیم که با تصویب برجام این روند قوت گرفته است اما مجدداً در سال ۱۳۹۶ با آمدن ترامپ و مشکلاتی که ایجاد شد به کانال نزولی بازگشتیم. تأکید می‌شود که در اقتصاد ایران صادرات نفتی عامل مسلط بر رشد صادرات در تمامی سال‌ها بوده است این پدیده بیانگر ضعف صادرات غیرنفتی است.

در سال‌های اخیر طبق داده‌ها، باتوجه به اینکه فروش نفت کشورمان مخصوصاً به خاطر تحریم‌ها محدودتر شده است، صادرات غیرنفتی کشور درحال افزایش است اما باتوجه به پتانسیل‌های کشور که در ادامه‌ی یادداشت به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود، باید بسیار بیشتر از این باشد و با اتخاذ راهکارهای مختلف می‌توان این امر را محقق کرد که هدف این یادداشت نیز همین امر است و نتیجه؛ رشد صادرات غیرنفتی کشور و درآمد بیشتر کشور خواهد بود که قطعاً در معیشت تک‌تک هموطنان عزیزمان تأثیرگذار خواهد بود.

توضیحی در باب ایران و برخی دلایل وجود موانع صادرات غیرنفتی

ایران کشوری درحال توسعه و با جمعیت متوسط است. با بررسی تاریخ روابط تجاری با خارج از کشور تا حدودی با برخی دیگر از ویژگی‌های کشورمان آشنا شدیم و به ضرورت بین‌المللی شدن و رشد صادرات غیرنفتی پی بردیم. در دو دهه‌ی گذشته نیز زیرساخت‌های اقتصاد دانش بنیان و فناوریانه مثل نیروی انسانی متخصص و تحصیل کرده، ارتقا و تجهیز زیرساخت‌های آزمایشگاهی و پیشرفت‌های علمی مختلف حاصل شده است اما همانطور که مشخص است تلاش بیشتری نیاز است و نتوانستیم به نتایج عملکردی مناسب دست یابیم. ابتدا برخی موانع اصلی که به نظر نگارنده در این راستا بسیار مهم است را بررسی خواهیم کرد سپس با شرح متدولوژی و شیوه‌ی تحلیل خود، راهکارهایی جهت افزایش صادرات غیرنفتی بیان خواهیم شد.

در صدر موانع می‌توان تحریم‌های گسترده را نام برد که با توجه به توضیح ابتدای یادداشت مبنی بر تقدم سیاست بر اقتصاد، مخصوصاً از جانب کشورهای دیگر، کشور ما هرچه بیشتر به انزوا کشیده شده است و کشورهای مختلف ریسک‌های ناشی از تبادلات تجاری با ایران را بالا می‌بینند. مورد بعد برنامه‌ریزی‌های بلندمدت در مقابل کوتاه‌مدت است. شاید شنیده باشید که اقتصاد ما درگیر رکود تومی است و مشکل با جراحی اقتصادی در بلند مدت و اصلاحات و بهبود در سمت عرضه (نه تقاضا) با تولید کالاهای خدمات مختلف مرتفع خواهد شد اما دولت‌ها بیشتر بر تغییرات کوتاه مدت (در سمت تقاضا) قصد ایجاد تغییراتی سریع در اقتصاد را دارند و با توجه به عدم حضور نهادی که برنامه‌ی بلندمدت را دنبال کند و منافی که از تغییرات کوتاه‌مدت حاصل می‌شود، اغلب به دلیل تضاد منافع به تغییرات کوتاه‌مدت اصرار دارند.

همین‌طور نهادهای متعددی نیز در بعد ملی و داخل کشور فعالیت می‌کنند و باعث اختلاف می‌شوند و برنامه‌ریزی نامناسب و اتخاذ سیاست‌های نادرست عمودی - گزینشی در افق‌های مختلف زمانی توسط نهادهای متعدد، به صادرات ضربه می‌زند. می‌توان موانع متعددی را عامل عدم توسعه‌ی مناسب

ایجاد ثبات اقتصادی و سیاسی، سامان‌دهی جامع الگوهای سیاست‌گذاری با تئوری‌های علمی اقتصاد، مدیریت درآمدهای مالیاتی و سامان‌دهی معافیت‌ها، کاهش سهم درآمدهای نفتی و افزایش پایداری بودجه برنامه‌های توسعه‌ای و همچنین مدیریت کسری بودجه و تبعات ناشی از آن، می‌تواند بسیار اثربخش‌تر از تنظیم دوزنمای‌های بیست‌ساله عمل کند.



دانش بنیان نیز بسیار مستعد برای صادرات هستند البته این موضوع بیانگر این نیست که راهکارها فقط برای افزایش صادرات این شرکتها است بلکه تا حدی راهکارها دارای عمومیت هستند و اگر دیده شود و به آن توجه شود و به مرحله ای اجرا برسد به نظرم موثر واقع خواهد شد.

ارائه تفصیلی و موردی و راهکارهای افزایش و توسعه صادرات غیر نفتی:

۱ برنامه حمایت‌های مالی مثل یارانه، تسهیلات مالی، بیمه، مشوق‌های مالیاتی و...:

یکی از موانعی که مخصوصاً شرکت‌های کوچک‌تر با آن درگیر هستند و به زبانی دیگر برای همه‌ی شرکتها باعث تشویق و انگیزش می‌شود مباحث مالی است زیرا بقای هر سازمان به رشد و سودآوری وابسته است. یکی از دیگر مزایای کمک‌های مالی، کاهش ریسک شرکت‌های خصوصی برای شروع فعالیت صادراتی است زیرا معمولاً شرکت‌هایی که به حوزه‌ی صادرات ورود نکرده‌اند نیاز به انگیزه‌های مالی و قانونی و حمایت‌های دولتی جهت کاهش ریسک صادرات دارند مخصوصاً که ایران تحت تأثیر تحریم است.

طبق آمار، سرمایه‌گذاری دولت‌های دنیا در حمایت از صادرات شرکت‌های خصوصی در ۲۰ سال گذشته افزایش داشته و در ۱۰ سال اخیر ۳ برابر شده است. در همین راستا با توجه به بزرگ بودن دولت ایران و به تبع آن هزینه‌های بالای دولت، باید سیاست‌هایی برای کوچک‌تر شدن دولت

صادرات غیر نفتی و بازدارنده‌ی همکاری‌های بین‌المللی دانست (مثل دشواری راهاندازی کسب و کار، عدم امنیت سرمایه‌گذاری، مدیریت ضعیف و... که در بخش راهکارها بیشتر به آنها می‌پردازیم) اما به نظر می‌رسد تحریم‌های بین‌المللی و تعدد نهادهای داخلی در بعد ملی مهم‌ترین عوامل است.

متدولوژی و نحوه‌ی تحلیل و ارزیابی راهکارهای مختلف

از در این مطلب سعی داریم با استفاده از ابزارهای علم مدیریت استراتژی به ارائه‌ی راهکارهای مختلف بپردازیم. نگاه اصلی و پیشنهادات در دو سطح سازمانی و ملی (دولت) با توجه به دیتاهای مختلف که به دو دسته محیط درون آن‌ها (اصول، ارزش‌ها و اهداف - منابع و قابلیت‌ها - ساختار و سیستم‌ها) و محیط بیرون (رقبا، مشتریان، تامین کنندگان و... در محیط نزدیک و قوانین، محیط زیست، اقتصاد، سیاست، جامعه و... در محیط دور) است.

موضوع بعدی که قبل از بیان راهکارها نیاز است یادآوری شود این است که تمرکز اصلی بیشتر بر بنگاه‌های (کسب و کار) کوچک و متوسط (SME) است. شرکت‌های کوچک و متوسط معمولاً ۹۵ درصد از کل شرکت‌های یک کشور را تشکیل می‌دهند پس در نتیجه سهم زیادی از اشتغال و ایجاد اشتغال و به تبع آن صادرات را می‌تواند به خود اختصاص دهند.

از آنجایی که SME ها معمولاً کوچک نیز می‌باشند سرعت و انعطاف بیشتری نیز دارند. همین‌طور شرکت‌های

برنامه‌ریزی مرکزی بدین معناست که مسئله‌ی اقتصادی باید، به جای فرد، توسط اجتماع حل شود. اما این مستلزم آن است که اجتماع یا نماینده آن، باید کسی باشد که درباره اهمیت نسبی نیازهای مختلف تصمیم بگیرد. و کسی که صرفاً کنترل ابزارها را در اختیار دارد، همچنین باید تعیین کند که این ابزارها به کدام اهداف به کار گرفته شوند، کدام ارزش‌ها مقام والا‌تر و کدام یک مقام پایین‌تر دارد.



بخواهند وارد عرصه‌ی صادرات شوند به دلیل اطلاع‌رسانی ناصحیح برنامه‌ها با مشکل مواجه می‌شوند. این امر در کنار نداشتن تجربه‌ی کافی باعث عدم آگاهی و بی‌اطلاعی بنگاه‌ها در نتیجه‌ی استفاده نکردن از خدمات متنوع دولتی برای صادرات و در نهایت کاهش اثربخشی را به همراه خواهد داشت.

باید سطح استفاده از برنامه‌های توسعه‌ی صادرات را با مدیریت درست‌تر و آگاهی‌بخشی بیشتر به بنگاه‌ها ارتقاء داد.

۳ فعالیت‌های تسهیل‌کننده مثل نمایشگاه بین‌المللی، دفتر خارج از کشور، دیپلماسی فعال و ... :

بسیاری از محصولات کشور مخصوصاً محصولات دانش بنیان که جلوتر مفصل به آن می‌پردازیم اگر دیده شود استقبال بین‌المللی خوبی به همراه خواهد داشت. با دیپلماسی فعال و برگزاری و یا شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و ایجاد بسترهای مشابه در توسعه‌ی صادرات غیر نفتی بسیار اثربخش خواهد بود که نتایجی چون ایجاد شبکه‌های بین‌المللی بین شرکت‌های داخلی و خارجی، اثرات یادگیری و رشد فناورانه‌ی داخلی ناشی از استفاده از متخصصان و شرکت‌های خارجی، دسترسی به بازارهای هدف بزرگتر و ... را در بر دارد.

همانطور که بیان شد یکی از موانع بزرگ تحریم است که با دیپلماسی فعال و ارتباط هرچه بیشتر تجاری (ابتدا سیاسی با توجه تقدم سیاست بر اقتصاد) با کشورهایی

و کاهش مالیات بخصوص صادرکنندگان در نظر گرفت. با توجه به نرخ ارز نیز می‌توان یارانه‌هایی برای صادرکنندگان در نظر گرفت اما در اجرا و نحوه‌ی مصرف باید نظارت قوی صورت گیرد که از سوء استفاده جلوگیری شود.

۲ ارائه خدمات اطلاعاتی از جمله ارائه‌ی داده، فهرست خریداران و رقبای بین‌المللی، مقررات آسان در کشور، مجوزها و ... :

در بررسی کشورهای توسعه‌یافته، خدمات اطلاعاتی در صدر خدمات دولت‌ها به صادرکنندگان است.

یکی از موانع اصلی صادرات در کشورها بخصوص در شرکت‌های کوچک و متوسط عدم آگاهی و در اختیار نداشتن اطلاعات است. این اطلاعات می‌تواند اطلاعات رقبا، مشتریان بین‌المللی، تمایلات و ... و یا عدم آگاهی از اطلاعاتی مثل قوانین بین‌المللی، استانداردها و مجوزهای کشورهای مبدا جهت صادرات تفاوت‌های فرهنگی، اطلاعات سیاسی، و ... در سطح بین‌المللی است که برای هر کسب و کاری که بخواهد اصولی و با موفقیت صادرات کند الزامی است.

از طرفی داخل کشور مخصوصاً قوانین و مجوزهای لازم نیز موانع متعدد وجود دارد که باید مرتفع شود. طبق آمار شاخص سهولت کسب و کار، رتبه‌ی ایران ۱۲۷ از بین ۱۹۰ کشور دنیا است که خود شاهدی بر سختی شروع کسب و کارها است که یکی از نتایج آن کاهش صادرات خواهد بود.

همچنین بسیاری از شرکت‌های کوچک و متوسط که



که منافع مشترک داریم می‌توان تحریم‌ها را کاهش و یا رفع و خنثی کرد که وزارت خارجه کشور باید در راستای تسهیل‌گری اقدامات متعددی انجام دهد.

۴ برنامه‌های آموزشی مثل سمینار، مشاوره، زبان خارجی و ... :

همانطور که اشاره شد مخصوصاً برای بنگاه‌هایی که تجربه ندارد باید موارد مهمی مثل مدیریت، بازاریابی، زبان خارجی، استانداردهای صادرات در کشور مقصد و ... به بنگاه‌ها از طرق مختلف مثل آموزش حضوری، مشاوره، منتورینگ و ... منتقل شود و مخصوصاً با علم بیزینس و مباحث جدید آن آشنا باشند که نتایج آن بر توسعه‌ی صادرات به‌وضوح مشخص است.

۵ آینده‌پژوهی و صنایع‌های تک و بالادستی:

فروش خام مواد اولیه و ثانویه حتی غیرافقی نیز در انتها به ضرر کشور است چون این مواد اولیه و ثانویه که صادر می‌شوند در کشور مبدا پس از انجام عملیات بر روی آن‌ها مجدداً ارزش افزوده خلق می‌کنند و احتمالاً وارد کشور می‌شوند که در نتیجه از قیمتی که فروختیم باید گران‌تر بخریم. راه حل چیست؟

در شاخه‌ای از علم مدیریت استراتژیک به آینده‌پژوهی پرداخته می‌شود و با اطلاعات و تحلیل روندها صنایع آینده‌ساز و همینطور بالادستی و پیشرفته (های تک) را در آینده پیش‌بینی می‌کنند مثلاً صنایع اینترنت اشیا، هوش مصنوعی، بیوتکنولوژی (زیست فناوری) و ... که تا ۱۰ سال آینده بسیار ارزشمند خواهد بود. باید این روندها را شناسایی و سپس زیرساخت‌های مناسب را جهت پرورش متخصصان و آموزش در این زمینه‌ها و سپس حمایت جهت ورود به صنعت را مهیا کرد که نتیجه‌ی آن داشتن شرکت‌های دانش‌بنیان در سال‌های آتی است که باتوجه به ارزش افزوده قابل توجه آن‌ها می‌تواند منبع بزرگ ارزآوری باشند. شرکت‌های دانش‌بنیان معمولاً کوچک، جوان، سریع‌الرشد و دارای ظرفیت بالای بین‌المللی شدن هستند البته فرصت‌ها و تهدیدها نیز باتوجه به تغییرات زیاد و پرشتاب در فناوری در این حوزه بسیار بیشتر است اما برای دولت منبع مهم صادراتی و برای آینده بسیار بااهمیت هستند.

جهت حمایت از آن‌ها باید مدت زمان دستیابی به تامین بودجه و تحقیقات کاهش یابد که از طریق شتاب‌دهنده‌های خصوصی و دولتی و مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری قابل انجام است تا بتواند قبل از فشار بالای رقابت بین‌المللی در همه‌ی بازارهای ممکن تثبیت شوند. همچنین زیرساخت‌های مناسب جهت دستیابی به اهدافی مثل صرفه‌ناشی از مقیاس، کاهش ریسک بازار، منبع‌یابی جدید، ایجاد چرخه‌های جدید و ... برای شرکت‌های دانش بنیان الزامی است.

۶ ایجاد امنیت برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی:

با ایجاد و اصلاح قوانین مختلف در زمینه‌ی سرمایه‌گذاری و مالکیت سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در بسترهای مهمی همچون بورس باید امنیت سرمایه‌ی آنان را بالا برد و علاوه بر آن با کسب سود و رشد شرکت‌ها و تکرار این چرخه هم پول‌های اضافی به سمت عرضه و تولید هدایت می‌شود، هم ارزآوری سرمایه‌گذاران خارجی و هم توسعه‌ی صادرات را محقق خواهد نمود که متأسفانه شرایط فعلی کاملاً برعکس است.

۷ ارزش پول ملی:

با توجه به ارزش فعلی پول ایران، فرصت بسیار مناسبی برای تولید محصولات با استراتژی «رهبری هزینه» موجود است. فرصتی که در دهه‌ی ۶۰ و ۷۰ میلادی کشورهای آسیای شرقی مثل چین، کره و ژاپن از آن به‌خوبی استفاده کردند که وضعیت کنونی اقتصاد و صادرات آنها امروز اینچنین است.

اما توجه به این نکته الزامی است، در حال حاضر با توجه به ارزش پول ایران در کشورهای عقب افتاده‌تر دنیا مزیت رهبری هزینه داریم. کشورهای مبدا صادراتی حال حاضر (عراق، افغانستان و ...) گواه این است. دلیل آن فقط ارزان بودن محصولاتمان است و از نظر کیفیت در اغلب کالاهای صادراتی در کشورهای جهان اول و حتی در حال توسعه، با اینکه قیمت بسیار پائینی دارند توان رقابت ندارند و اگر هم صادر شوند خریداری نخواهند داشت.

در واقع ما باید از این فرصت استفاده کنیم اگر با استفاده از دانش و تجهیزات تخصصی، کیفیت مطلوب در برخی صنایع را به دست آوریم آنگاه مزیت رهبری هزینه بسیار مفید خواهد بود.

۸ توجه به مزیت نسبی:

بگذارید با مثالی مزیت نسبی را برایتان توضیح بدهم. فرض کنید کشور آمریکا در دو کالای ذرت و کفش دارای بهره‌وری مناسب است. کشور دیگری مثل ایتالیایی را فرض کنید که در کالای کفش دارای بهره‌وری مناسب است و صادرکننده‌ی آن است. کشور آمریکا کفش از ایتالیایی وارد می‌کند و به تولید ذرت می‌پردازد، چرا؟

زیرا اگر همان ظرفیت از نیروی کار تا سرمایه و ... که برای تولید کفش نیاز است ذرت تولید کند و آنرا بفروشد خیلی برایش به‌صرفه‌تر است و علاوه بر واردات کفش مورد نیاز سود هم می‌کند. اصطلاحاً ذرت بر کفش در آمریکا دارای مزیت نسبی است.

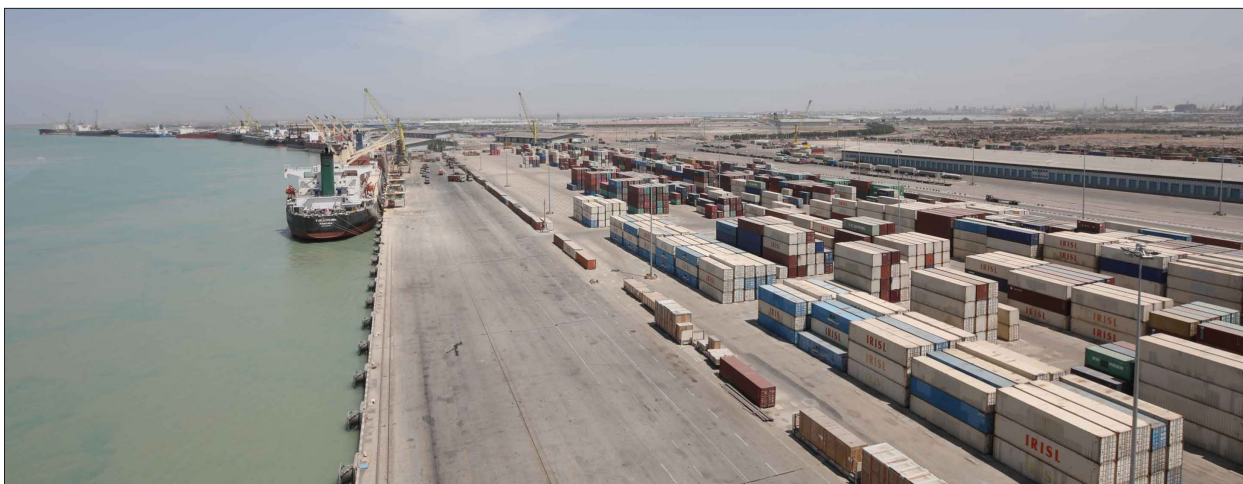
دولت باید با تشخیص محصولات که دارای مزیت نسبی است و با توجه به کشورهایی که با آنها مرادود دارد، منابع موجود را اثر بخش‌تر استفاده کند؛ اینگونه صادرات نیز توسعه می‌یابد.

برنامه‌ریزی مرکزی
بدین معناست که
مسئله‌ی اقتصادی
باید، به جای فرد،
توسط اجتماع
حل شود. اما این
مستلزم آن است که
اجتماع یا نماینده
آن، باید کسی باشد
که درباره اهمیت
نسبی نیازهای
مختلف تصمیم
بگیرد. و کسی که
صرفاً کنترل ابزارها
را در اختیار دارد،
همچنین باید تعیین
کند که این ابزارها به
کدام اهداف به کار
گرفته شوند، کدام
ارزش‌ها مقام والاتر
و کدام یک مقام
پایین‌تر دارد.



مرتضی عسکری
کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی
دانشگاه شاهد

قوانین موانع صادراتی در اقتصاد ایران



نیست. برای مثال، تکنولوژی‌های ارتباطی و رسانه‌ای و به‌ویژه تلویزیون، تمایز و مرز بین واقعی و فراواقعی را به هم ریخت. وی استدلال می‌کند که جوامع پسامدرن از تکنولوژی‌های اطلاعات و ارتباطات اشباع و به عصر وانمایی (شبیه‌سازی) وارد شده‌اند. به نظر بودریار، طلیعه‌ی فرهنگ‌های مصرفی اساساً مرزبندی‌های معمول بین هنر والا و هنر نازل، امور عمیق و امور سطحی، فرهنگ و کالا، دال و مدلول، و نفس ایده‌ی نیازهای انسانی را برای برآورده ساختن آن‌ها در ورطه‌ی تردید افکنده است (استیونسن، ۱۳۸۳: ۴۰-۲۰۳).^۲ در این جهان می‌توان واقعیتی را آفرید بدون وجود هر گونه حقیقت، در چنین صورتی وقتی تربیون به همه‌ی اشخاص داده می‌شود تا در رابطه با اقتصاد اظهار نظر کنند مطمئناً به ایجاد فرا واقعیتی خواهد انجامید که لزوماً مفید نخواهد بود. برای مثال برای انجام پایان‌نامه‌ی کارشناسی به یکی از اتاق‌های بازرگانی مراجعه کرده بودم که بعد از پذیرش و مراجعه دوباره به من اطلاع داده شد که رئیس اتاق سر رشته‌ای از بازرگانی ندارد، در حالی که هر روز مقالات متفاوتی از ایشان در وبسایت‌های مختلف منتشر می‌شود. این مسئله به عدم وجود قانونی که افراد را از اظهار نظر در رشته‌ای نامربوط بازدارد اشاره دارد. از اثرات جانبی آن می‌توان به شکل‌گیری نظرات سو داخلی یا بین‌المللی راجع به اقتصاد ایران و همچنین ناامیدی در بین فعالان اقتصادی کم‌تجربه یا علاقه‌مندان ورود به این

بر خلاف تصور برخی از افرادی که دورادور با تجارت ایران آشنایی دارند با توجه به تجربه‌ی کاری اینجانب در کشورهای حوزه‌ی خلیج فارس، اوراسیا و ایران، تجارت ایران بسیار پویا بوده و همواره با راهکارهایی مختلف با مشکلاتی همچون تحریم‌ها برخورد کرده است. مشکلات مختلف و موانع قانونی صادرات را نمی‌توان منکر شد ولی خود موانع را بهتر است جزئی از همان تجارت دانست که با تجربه و ذکاوت تاجر تا حدودی قابل حل است. دوری از مسایل تئوریک و کنکاش در رابطه با راه‌حل‌های عملی برای برون‌رفت از مشکلات با در نظر گرفتن موانع قانونی بعنوان قسمتی از مشکلاتی که بایستی حل شود می‌تواند تا حدودی به امور بازرگانی کمک کند. از موانع صادراتی می‌توان به برخی قوانین دست و پا گیر و از طرفی به نبود برخی قوانین اشاره کرد. عدم پیش‌بینی برخی مسائل در قانون مشکلات عدیده‌ای همچون سردرگمی یا سو استفاده از وضعیت موجود را می‌تواند باعث شود.

بهتر است به این مثل توجه داشت که ما در دورانی قرار داریم که فرا واقعیت‌ها به آسانی شکل می‌گیرند. فرا واقعیت مدل‌هایی از واقعیت‌ها هستند که وجود واقعی ندارند (ژان بودریار ۲۰۰۷-۱۹۲۹).^۱ به زعم بودریار، آنچه ما با آن سروکار داریم، وانمایی فراواقعیت و شباهت‌هاست، زیرا انتقال نشانه‌ها به هیچ وجه اشاره‌ای به چیزهای واقعی

^۱ Jean Baudrillard, Selected Writings, ed. Mark Poster (Stanford; Stanford University Press, 1988), pp.166-184

² The evil demon Of images

عرصه نام برد. در صورت وجود چنین قانونی راه برای تجارت و کارشناسان خبره‌تر هموار شده و نظرات ایشان می‌تواند به جامعه‌ای اقتصادی و همچنین اصلاح اذهان عمومی کمک کند. برای مثال امروزه خبرهای بسیاری در رابطه با مهاجرت یا امید به مهاجرت از طرف رصدخانه مهاجرت ایران^۳ که تنها مرجع رسمی در این باره است منتشر می‌شود و علت بسیاری از آنها عدم امید به آینده است^۴ در حالی که آمارهای بین‌المللی از صندوق بین‌المللی پول گرفته تا بانک جهانی حاکی از ارتقاء رتبه‌ی ایران در جهان دارد^۵.

نوسانات ارز تابحال مشکلی بود که گریبانگیر ایران بود ولی بعد از کووید ۱۹ به یک مسئله‌ی جهانی تبدیل شده است از این جهت یکی از موانع تجارت با ایران عملاً به کمک عوامل خارجی نسبتاً تسهیل شده است، بسیاری از شرکت‌های خارجی قرارداد بلند مدت و ثبات حداقل چند ماهه را لزوم شروع همکاری و ایجاد زنجیره‌ی تامین مطمئن دانستند ولی در سال‌های اخیر و به دلیل مشکلات بوجود آمده در زنجیره‌ی تامین از این انتظارات خود تا حدودی عقب‌روی کرده‌اند. ولی از طرف دیگر مشکل ارتباطات و قطعی‌های پیام‌رسان‌های خارجی مشکلات عدیده‌ای را برای شرکت‌های بازرگانی ایرانی بوجود آورده است، قطعی اصلاً به خودی خود مشکل‌ساز نیست، مشکل اصلی زمانی است که مشتریان خارجی با عدم قطعیت ارتباط موثر و به موقع روبرو می‌شوند. از طرف دیگر پیام‌رسان داخلی‌ای که بتوان به مشتری خارجی پیشنهاد داد وجود ندارد و تمامی پیام‌رسان‌ها به غیر از روبیکا صرفاً برای اینترنت داخلی تعریف شده‌اند، حتی روبیکا نیز فقط با شماره تماس ایرانی قابل ثبت نام است. از این رو بهتر است تسهیلاتی برای شرکت‌های بازرگانی همچون اینترنت پرسرعت و بدون محدودیت فیلترینگ یا شرایط خاص دیگر در نظر گرفته شود و یا اینکه با پشتیبانی از پیام‌رسان‌های داخلی آنها را به استانداردهای بین‌المللی نزدیک کرد و همانند دولت چین به تمامی شرکای خارجی از این برنامه به عنوان راهکار ارتباط مستمر با شرکت‌های ایرانی نام برد. لازم به ذکر است که دولت چین با توسعه‌ی برنامه وی چت و تبلیغ آن موجبات ارتباط بدون مشکل با بیرون از کشور خود را فراهم کرده است.

قانون آزمایش تعیین ماهیت برای صادرات از جمله موانعی است که هزینه‌ای مضاعف را به شرکت‌های بازرگانی اضافه می‌کند و همچنین پروسه‌ی اظهار صادراتی را افزایش می‌دهد. این قانون صرفاً برای شرکت‌های بازرگانی و برای کنترل کیفیت کالای صادراتی‌ست در صورتی که می‌توان راه‌های جایگزینی برای این مسئله اندیشید یا حداقل آزمایشگاه‌ها را مجاب کرد تا نتیجه را همان روز اعلام کنند تا شرکت‌های بازرگانی مجاب به پرداخت انبارداری اضافه و غیره نشوند به صورتی که نه شرکت‌های بازرگانی تخطی کنند و نه متحمل موارد گفته شده شوند.

ارزش افزوده شرکت‌های بازرگانی نقش پررنگی را به دلیل ماهیت حرفه‌ای کارشان در معرفی محصولات ایفا

می‌کنند ولی به دلیل اینکه تولیدکننده نیستند بایستی ۹ درصد ارزش افزوده پرداخت کنند، در برخی از محصولات، مخصوصاً محصولاتی که ارزش آنها بیشتر از ۳۵ دلار در تن است نمی‌توان بیش از ۹ درصد سود در نظر گرفت، حتی در محصولات گران قیمت، گاه سود به کمتر از ۵ درصد می‌رسد که در صورت طی کاملاً قانونی مراحل و خرید از کارخانه با فاکتور رسمی شرکت‌های بازرگانی بایستی مبالغی را از محل خود پرداخت کرده و بعد از پر کردن اظهارنامه ارزش افزوده و انتظار ۳ ماهه این مبالغ بازگردانده می‌شود که روند معقولی به نظر نمی‌رسد.

قانون رفع تعهد ارزی در نگاه خرد و از دید شرکت بازرگانی ارز کالای به فروش رفته بایستی به نحوی به ایران بازگردانده شود در حالی که سیستم بانکی ایران متصل به بانک‌های جهانی نیست طبیعتاً به شکل‌های غیر رایج بین‌المللی خواهد بود. این مبالغ بازگشتی صرف پرداخت به تولیدکننده، گمرکات، شرکت‌های حمل و امور داخلی شرکت می‌شود، عدم بازگشت ارز عملاً به ضرر شرکت خواهد بود و از این زاویه این قانون صرفاً امور بازرگانی را پیچیده کرده و وقت بازرگان از امور اصلی صرف امور فرعی می‌شود لذا انتظار می‌رود قدم‌هایی در رابطه با اصلاح یا بازبینی این قوانین دیده شود که از طرفی به افراد سودجو فرصت استفاده داده نشود و از طرف دیگر امور بازرگان نیز پیچیده‌تر نگردند.

در تکمیل مورد بالا نرخ بسیار پایین تبدیل ارز بانکی، منافی بازگشت ارز از کانال‌های رسمی است. نرخ بالای ارز منجر به عرضه‌ی کالا با قیمت پایین‌تری می‌شود حال آنکه نرخ پایین اعلامی بانک قیمت محصول را گاهی تا ۱۵ درصد بالاتر برده و در نتیجه در صورت استفاده از کانال‌های رسمی، کالا با قیمت بالاتری عرضه خواهد شد که در این صورت شرکت‌های بازرگانی ناچارند یا صادرات و واردات خود را بالانس نگه دارند تا از محل کوتاژ صادراتی خود واردات انجام دهند یا از طریق کانال‌های غیر رسمی مبادرت به بازگشت ارز حاصل از صادرات نمایند تا با نرخ تبدیل نازل‌تری قادر به رقابت با رقبا باشند. مورد اول که مورد ایده‌آلیست موانع ذاتی در آن نهفته است، صادرکننده روحیات و نگاه یکسانی با واردکننده ندارد لذا بایستی وارد اموری شود که گاه دور از علایق و توانمندی آنها است. صادرات نیاز به شناخت بازارهای خارجی و واردات نیاز به شناخت بازار داخلی دارد که گاه شرکت‌ها علاقه‌مند نیستند که به هر دو حوزه وارد شوند.

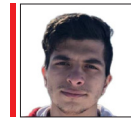
در پایان می‌توان اشاره کرد که اغلب دیدگاه بازرگان یک دیدگاه خرد و معطوف به سود است و لذا موانع در سطح کلان کشوری را به راحتی نمی‌تواند ببیند ولی در صورت تعامل با قانون‌گذار از طریق کانال‌های مختلف می‌تواند نیازهای خود و مشکلات را بازگو نماید و قانون‌گذار نیز در صورت امکان و عدم منافی با قوانین دیگر کمک به رفع مسئله بدون تاثیرگذاری منفی بر مسائل کلان مملکت نماید.

در یک مطالعه‌ی گسترده از رشد بلندمدت در چهل و یک کشور در حال توسعه، لوید رینولدز به طور مشابه دریافت که اقتصاد باز بین‌المللی ۱۸۵۰-۱۹۱۴ در ترویج شروع رشد سریع اقتصادی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه خارج از اروپا و آمریکای شمالی بسیار مهم بود. رینولدز خاطرنشان می‌کند که جدای از سیاست، عامل اصلی تعیین‌کننده زمان‌بندی نقاط عطف، توانایی یک کشور برای مشارکت مؤثر در فرصت‌های تجاری باز شده با گسترش اقتصاد جهانی بوده است.

3 <https://imobs.ir/>

4 <https://imobs.ir/publication/show/838>

5 <https://www.imf.org/en/Countries/IRN>



علیرضا مردی
دانشجوی کارشناسی اقتصاد
دانشگاه پیام نور تبریز

صادرات پسا کرونا در ایران و راهکارهای افزایش آن



مقدمه

نکته‌ی مهم در ارتباط با افزایش صادرات پسا کرونا در ایران این است که در شرایط فعلی که تحریم‌های خارجی و همچنین انتشار ویروس کرونا موجب کاهش بیشتر تقاضای داخلی اقتصاد شده است، می‌توان با استفاده از افزایش صادرات، کاهش تقاضای کل را تا حدودی تقویت و در نتیجه تا حدود زیادی مشکلات فعلی و نیاز به منابع ارزی را برطرف کرد.

در یک نگاه می‌توان گفت صادرات دارای مشکلات متعددی است که برخی از آن‌ها شامل موانع پیمان‌سپاری ارزی، نوسانات بالای نرخ ارز، نبود نظام ارزی مشخص، افزایش هزینه‌ی تولید، عدم بازاریابی مناسب و مستمر، ضعف دستگاه دیپلماسی اقتصادی و... است. اما متأسفانه صادرات غیرنفتی در کشورهای نفت‌خیز نظیر کشورمان نادیده گرفته شده‌است درحالی‌که این نوع صادرات ارزآوری سرشاری را می‌تواند به همراه داشته باشد. جدای از بحث ارزآوری صادرات غیرنفتی که خود موضوع مهمی تلقی می‌شود، ایجاد بازار کار متنوع در داخل کشور نیز یکی از دستاوردهای مهم صادرات غیرنفتی است. صادرات غیرنفتی به معنی صادرات محصولات پتروشیمی، و سایر کالاها و خدمات است که به عنوان نمونه عمده‌ترین محصولات صادرات غیرنفتی کشورمان شامل پروپان مایع

شده، پلی‌اتیلن، سنگ آهن و کنستانت‌های آن، متانول، پسته، بوتان مایع شده، انواع گازهای نفتی، فرش و کفپوش‌های نساجی، اوره، سیمان، آلومینیوم، زعفران، و خودرو می‌شود. متأسفانه در حوزه‌ی صادرات غیرنفتی کشورمان با اشتباهات بزرگی مواجه است و در صورتی که این اشتباهات ادامه پیدا کند می‌تواند بر بدنه‌ی اقتصاد ایران ضربات جبران‌ناپذیری وارد کند. یکی از این اشتباهات رایج این است که صادرات غیرنفتی ما به طبیعت نزدیک است و این مفهوم بر این معناست که در زمینه‌ی صادرات غیرنفتی خام‌فروشی همیشه بیشترین سهم را در بین کالاهای صادراتی کشور داشته است و درواقع صادرات این نوع کالاها یا ارزش افزوده‌ای ندارد و یا درصد آن بسیار ناچیز است.

تعیین راهبرد مناسب تجاری برای کشور و نحوه‌ی تعامل با اقتصاد جهانی باید از گام‌های مهم سیاست‌گذاری تجاری کشور باشد و وجود چنین راهبرد مناسبی، باعث می‌شود صادرکنندگان امکان برنامه‌ریزی برای بازاریابی محصولات خود و افزایش تولید و اشتغال را داشته باشند. بنابراین یکی دیگر از مهم‌ترین مشکلات صادرات غیرنفتی کشور این است که سیاست‌های تجاری کشور از یک روند باثبات در بلندمدت و در جهت تعامل بیشتر با کشورهای هدف تجاری نیست. به عبارت دیگر اگرچه طی سال‌های



اخیر اقدامات متعددی انجام شده است، اما آمار صادرات غیرنفتی کشور متناسب با ظرفیت‌های بالقوه اقتصادی کشور نبوده و نیست. برای اینکه بتوان به طور بنیادی و بلندمدت تأثیرگذاری صادرات غیرنفتی را در حوزه‌ی تولید مشاهده کرد، باید بعد از اصلاحات ساختاری (اصلاح و تقویت قوانین و مقررات، فرایندها و سامانه‌های تجارت خارجی)، بخش‌هایی از اقتصاد کشور که مزیت دارد را شناسایی و تولیدات با فناوری بالا را در آن بخش‌ها ساماندهی کرد.

گام بعدی در راستای انتقال فناوری، استفاده از روش‌های مختلف از جمله فعال شدن دستگاه دیپلماسی کشور است تا بتواند با کاهش مشکلات تحریمی، واردات فناوری مورد نیاز برای جهش تولید را تسهیل نموده و سطح رقابت‌پذیری کالاهای داخلی را در حد قابل قبولی در سطح استانداردهای رقابت‌پذیر بین‌المللی ارتقا دهد. در این یادداشت روند تجارت خارجی در دوران پساکرونا و دلایل ناموفق بودن صادرات غیرنفتی ایران مورد بحث قرار می‌گیرد و در پایان علاوه بر بررسی مشکلات صادرات غیرنفتی به ارائه پیشنهادهایی برای افزایش صادرات خواهیم پرداخت.

عملکرد تجارت خارجی در دوران پساکرونا

از ابتدای سال ۱۴۰۰ در کنار رشد صادرات نفت، صادرات غیرنفتی و در مجموع تجارت با سایر کشورها برخلاف سال‌های قبل با جهش قابل توجهی همراه شد. در سال ۱۴۰۰ صادرات ایران به رقم ۴۸ میلیارد و ۴۴۰ میلیون دلار رسید، رقمی که بالاترین مقدار صادرات غیرنفتی ایران در تاریخ است؛ چراکه رکورد قبلی حدود ۴۰ میلیارد دلار و مربوط به سال‌های ۹۶ تا ۹۸ بوده است. براساس آمار اعلامی گمرک ایران، ارزش صادرات غیرنفتی ایران از شهریور ۱۴۰۰ تا شهریور ۱۴۰۱ حدود ۵۵ میلیارد و ۲۰۹ میلیون دلار بوده که نسبت به صادرات ۴۳ میلیارد و ۴۹۱ میلیون دلاری در ۱۳ ماهه (از مردادماه ۱۳۹۹ تا مردادماه ۱۴۰۰) رشد ۲۷ درصدی (معادل افزایش ۱۱ میلیارد و ۷۱۸ میلیون دلاری) داشته است.

از ابتدای سال جاری تا پایان شهریورماه ۱۴۰۱ یعنی نیمه‌ی نخست سال نیز روند صعودی تجارت و صادرات ادامه داشته است. در همین راستا، تجارت خارجی ایران در نیمه‌ی نخست امسال برای نخستین بار از مرز ۵۰ میلیارد دلار عبور کرد. بر اساس گزارش گمرک ایران، تجارت خارجی کشور در ۶ ماهه سال جاری با رشد ۱۳٫۲ درصدی در ارزش به ۵۰ میلیارد و ۲۸۲ میلیون دلار رسید. تجارت خارجی کشورمان در نیمه‌ی اول سال ۱۴۰۱ از نظر وزن ۶۸ میلیون و ۱۰۳ هزار تن کالا بوده است و مقدار صادرات به عدد ۲۴ میلیارد دلار رسید. این در حالی است که بررسی اعداد و ارقام تجارت خارجی کشور در مدت مشابه سال‌های قبل، از رشد قابل توجهی در سال جاری حکایت دارد. در ۶ ماهه اول سال گذشته، مجموع ارزش تجارت غیرنفتی کشور ۴۴ میلیارد و

در عمل، در ایران به شیوه‌ای خصوصی‌سازی شد که نه تنها بار مدیریتی این بنگاه‌ها از دوش دولت برداشته نشد، بلکه به شکل حاد و گسترده‌ای، هم موجبات استفاده ناکارا از منابع فراهم آمد و هم به دلیل روابط گسترده مدیران این گونه بنگاه‌ها با سازمان‌های دولتی و حاکمیتی، رانت اطلاعاتی به شدت وسیعی پیش‌روی آنان قرار گرفت بدون آنکه مانند سایر شرکت‌های فعال بخش خصوصی، به شفافیت، پاسخگویی به مشتریان، کیفیت و بسیاری نیز، مالیات‌دهی اهمیت دهند.

۴۹۷ میلیون دلار بوده است. نگاهی به عملکرد تجارت ایران در نیمه نخست سال ۱۳۹۹ نیز نشان می‌دهد که در این دوره تنها ۳۰ میلیارد و ۳۴۹ میلیون دلار میان ایران و شرکای تجاری داد و ستد کالایی صورت گرفته است. بدین ترتیب ارزش تجارت نیمه‌ی نخست امسال در مقایسه با سال ۱۳۹۹ حاکی از رشد بیش از ۲۰ میلیارد دلاری و در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته نشان‌دهنده‌ی رشد حدود ۶ میلیارد دلاری است.

بر پایه‌ی آمار و اطلاعات ارائه شده از سوی گمرک ایران، در نیمه‌ی نخست امسال، ۵۱ میلیون و ۷۸۳ هزار تن کالا به ارزش ۲۴ میلیارد و ۲۵۱ میلیون دلار صادر شده که این میزان صادرات از لحاظ وزن ۱۲٫۵ درصد کاهش و به لحاظ ارزش ۱۳٫۳۲ درصد افزایش نشان می‌دهد. در بخش صادرات کالا نیز مقایسه‌ی عملکرد ۶ ماهه اول امسال با سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ موید جهش صادرات در سال جاری است. طبق آمار گمرک در مدت مشابه سال ۱۳۹۹ ارزش صادرات غیرنفتی ۱۳ میلیارد و ۵۶۶ میلیون دلار بوده که بیش از ۱۰ میلیارد دلار از صادرات ۶ ماهه سال جاری کمتر است.

عملکرد دوره‌ی مورد بررسی در سال گذشته نیز نشان می‌دهد که ارزش صادرات غیرنفتی ۲۱ میلیارد و ۴۰۴ میلیون دلار بوده که همچنان حدود ۳ میلیارد دلار کمتر از سال جاری است.

بر اساس این گزارش، میزان واردات کالا در ۶ ماهه نخست امسال ۱۶ میلیون و ۳۲۰ هزار تن کالا به ارزش ۲۶ میلیارد و ۳۱ میلیون دلار بوده که از حیث وزن ۱۴٫۷۲ درصد کاهش و از لحاظ ارزش ۱۳٫۱۵ درصد افزایش داشته است. این در حالی است که رشد واردات نیز در راستای رونق تولید صورت گرفته است. طبق آمار ارائه شده بیش از ۸۵ درصد واردات را کالاهای سرمایه‌ای و مواد اولیه تولید تشکیل می‌دهد، اقلامی که مورد نیاز واحدهای تولیدی کوچک و بزرگ کشور است. علاوه بر این، بخشی از واردات نیز شامل کالاهای اساسی و مایحتاج ضروری مردم است. طبق آمار سازمان توسعه تجارت، در سال ۱۴۰۰ ترکیب کالاهای وارداتی کشور به این شکل بوده است: حدود ۱۴٫۶ درصد اقلام سرمایه‌ای، ۱۴٫۷ درصد اقلام مصرفی، ۶۸ درصد اقلام واسطه‌ای و ۲٫۷ درصد نیز اقلام متفرقه بوده است. افزایش شدید قیمت کالاهای اساسی و پایه در بازارهای جهانی بخصوص پس از جنگ روسیه با اوکراین موجب شده هزینه‌ی واردات افزایش یابد. بر همین اساس در نیمه‌ی نخست امسال در حالی که وزن کالاهای وارداتی کاهش داشته اما ارزش آن با رشد همراه شده است. در همین راستا آمار نشان می‌دهد که در نیمه‌ی نخست سال ۱۳۹۹ ارزش واردات کشور ۱۶ میلیارد و ۷۸۳ میلیون دلار بوده که این رقم به ۲۳ میلیارد و ۱۵ میلیون دلار در مدت مشابه سال قبل رسیده و امسال هم از ۲۶ میلیارد دلار عبور کرده است.

دولت سیزدهم در صادرات کالاهای غیرنفتی و

نرخ برابری دلار طی سال‌های اخیر سودآور شده و روندی افزایشی داشته‌است. یکی از مباحث مطرح شده در ادبیات اقتصادی، آن است که کاهش ارزش پول داخلی موجب افزایش صادرات خواهد شد.

ضرورت ورود بخش خصوصی برای توسعه‌ی صادرات کشور

بخش خصوصی با همهی تجارب و ظرفیت‌هایش باید پا به عرصه‌ی عمل گذارد و با عزم جدی وارد بازار صادرات کالا و خدمات شود. بدیهی است که باید با استفاده از ساختارهای سنتی و درعین حال بهره‌گیری از فناوری مدرن بازرگانی و شرایط موجود، جایگاه صادرات غیرنفتی را ارتقا بخشد. در این راستا، کسب اطلاعات تجاری، تبادل هیئت‌های بازرگانی، نشر جزوه‌های اطلاعاتی، تشکیل کلاس‌های آموزشی و برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و بازرگانی در داخل و خارج از کشور از عوامل مهمی است که باید مورد توجه قرارگیرد. تربیت متخصصان در رشته‌هایی مانند بانکداری بین‌الملل، کارشناسی بیمه، حمل‌ونقل، کارگزاری، بازاریابی و مدیریت مالی نیز از عواملی است که ابزارهای ضروری برای صادرات غیرنفتی را تقویت خواهد کرد. تبلیغات در این رشته باید از فن‌آوری روز بهره‌برده و از استمرار برخوردار باشد، زیرا معرفی و تبلیغات مؤثر، زمینه‌های مناسبی برای گسترش صادرات خدمات و کالاهای غیرنفتی فراهم می‌کند. نیروی محرکه‌ی اصلی در هر حرکت اقتصادی، درآمد حاصل از آن حرکت است تا پس از پوشش هزینه‌ها، سود انتظاری معقولی به بار آورد. نرخ خرید ارز حاصل از صادرات، نقش بسزایی در رشد صادرات غیرنفتی دارد. بنابراین نرخ آن باید به گونه‌ای تعیین شود که وقتی صادرکننده، ارز حاصل از صادرات را به ریال تبدیل کرد، ضمن پوشش هزینه‌های انجام شده برای صدور کالا، سود معقولی را در مقایسه با سایر بخش‌ها به دست آورد. بیشتر کشورهای در حال توسعه برای تشویق صادرکنندگان، از سیاست‌هایی نظیر برقراری نرخ بالاتر برای ارز حاصل از صادرات و نرخ معمول به‌علاوه جایزه یا امتیازاتی برای ارز حاصل از صادرات، در راستای توسعه صادرات استفاده می‌کنند. کاهش دیوانسالاری اداری و تدوین بخشنامه‌های صحیح نیز موجب تقویت صادرات می‌شود. برای افزایش صادرات لازم است سیاست تجارت خارجی تقویت شود و مذاکراتی برای فراهم آوردن زمینه‌های انعقاد قراردادهای مشترک و توسعه‌ی صادرات و دستیابی به توازن نسبی در مبادلات خارجی انجام شود. همچنین در این راستا اتخاذ سیاست‌های پولی و مالی هماهنگ با سیاست‌های تجاری و صادراتی، استفاده صحیح از نظام ارزی و سیاست‌های ارزی مناسب، تعیین نرخ ارز قابل قبول، بهره‌برداری کامل از سیاست‌های مکمل نظیر سیاست‌های گمرکی، بازاریابی، اعتبار مناسب، توجه به اهمیت نقش نظام بانکی در توسعه‌ی صادرات و توجه لازم به فناوری نوین اطلاعات ضرورت دارد.

دولت باید بپذیرد که ابتدا باید آزادسازی بعد خصوصی‌سازی شود. فضای کسب و کار در ایران مناسب فعالیت بخش خصوصی نیست و در نتیجه بخش خصوصی توان تولید کالای رقابت‌پذیر جهانی را ندارد. اقتصاد کشور دولتی است و دولت در تمام جنبه‌های همه‌ی بازارها از جمله کالا، خدمات، کار و پول دخالت می‌کند.



حضور در بازارهای جدید رکوردهای خوبی را ثبت کرده است. صادرات به کشورهای جدید و مستقل قاره‌ی آفریقا به‌گونه‌ای بوده که برای اولین بار اعداد تاریخی در این بخش ثبت شده است. صادرات ایران به کشورهای نیجریه ۱۰۰ درصد، موزامبیک ۲ هزار درصد و آفریقای جنوبی ۳۰۰ درصد افزایش داشته است. در این میان باید عنوان کرد که فراهم کردن امکانات زیرساختی با اقدامات دولت سیزدهم سبب رشد ۴۰ درصدی تجارت کشور در سال ۱۴۰۰ نسبت به ۱۳۹۹ و افزایش ۱۳ درصدی در ۶ ماه نخست امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته شده است.

ضرورت توسعه‌ی صادرات غیرنفتی

به‌طور کلی یکی از مهم‌ترین مشکلات کشورهای در حال توسعه و جهان سوم، تک‌محصولی بودن و وابستگی اقتصاد آن‌ها به صدور مواد خام و اولیه است که آثاری منفی در ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی فرهنگی برجای گذاشته است. از آنجایی که بخش بزرگی از درآمدهای ارزی این کشورها فقط با صدور یک یا چند قلم مواد خام و اولیه به دست می‌آید، در برابر ناملایمات و فشارهای خارجی ساختاری بسیار ضعیف و شکننده (حداقل در بلندمدت) دارند. بدیهی است در چنین شرایطی هرگونه نوسان غیرعادی که در قیمت این کالا یا کالاهای محدودی که منابع اصلی درآمد این کشورها را تشکیل می‌دهد به وجود آید، آثار پرآمنه‌ای بر ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی فرهنگی آن‌ها برجای خواهد گذاشت. کشور ما به علت افزایش شدید جمعیت، کاهش ذخایر نفتی و تنزل تدریجی بازده چاه‌ها و بالا رفتن هزینه‌ی استخراج، اطمینان نداشتن به آینده‌ی بازار جهانی و تغییرات قیمت نفت، افزایش تعهدات ایران برای بازسازی و توسعه به ارز بیشتری نیازمند خواهد بود، در نتیجه راهی جز تأکید بیشتر بر صادرات غیرنفتی در پیش ندارد. بخش وسیعی از صنایع ایران با فرسودگی ماشین‌آلات و فناوری روبه‌رو است و به بازسازی و فناوری‌های جانشین نیاز دارد. از این گذشته، روند افزایش مصرف داخلی به‌حدی است که تداوم صادرات نفت را در آینده با تردید جدی مواجه می‌کند. مجموعه‌ی عوامل مورد اشاره، آشکار می‌کند که برای رسیدن به اقتصاد بدون نفت باید راهبرد توسعه‌ی ملی و صادراتی کشور را مورد بازنگری قرار داده و حضور اقتصادی ایران را در بازارهای جهانی افزایش داد. براساس آمار به دست آمده، طی چند دهه‌ی اخیر توجه به رشد و توسعه‌ی صادرات کالاهای غیرنفتی در ایران فقط زمانی قوت گرفته که صادرات نفت خام و درآمدهای حاصل از فروش نفت خام به گونه‌ای دستخوش رکود یا کاهش شده و فقط به دنبال بروز چنین شرایط بحرانی، تلاش برای رشد و توسعه‌ی صادرات غیرنفتی انجام شده است. بررسی روند صادرات غیرنفتی، میزان فعلی آن و نگاهی به میزان واردات کالا، ضعف این بخش اساسی اقتصاد را به روشنی مشخص می‌کند. صادرات غیرنفتی به دلیل افزایش

صادراتی کشور و بسیاری مشکلات درون مرزی دیگر از معضلات این بخش هستند.

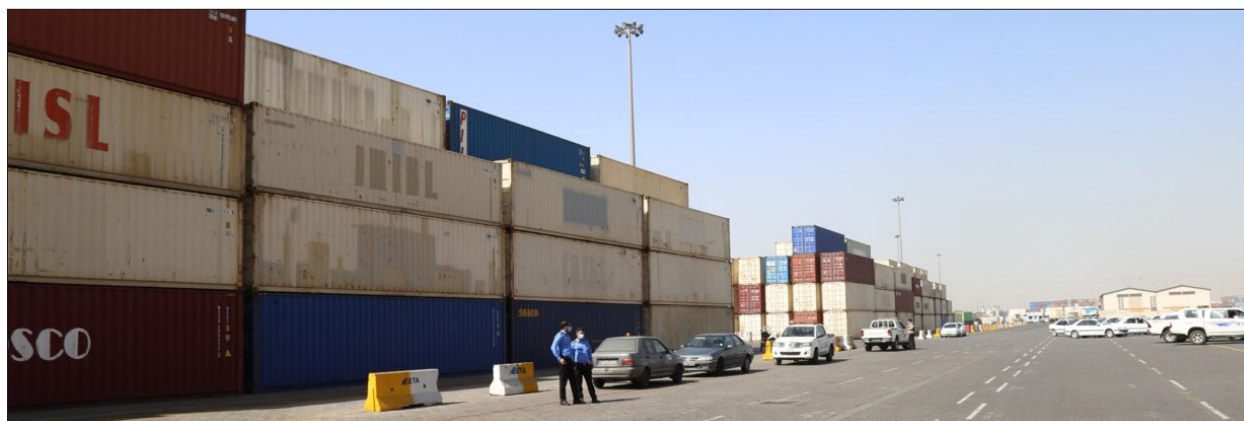
نتیجه گیری

یکی از مهمترین موانع صادراتی مربوط به بخش صادرات (شامل فرایند صادرات و ویژگی های صادرکننده) است. مشکلات این بخش به ترتیب اهمیت عبارتند از قیمت گذاری، بسته بندی، ویژگی های فردی صادرکننده، ترویج و بازاریابی محصول و توزیع آن. یک نکته مهم در این زمینه این است که متنوع تر کردن صادرات غیرنفتی با توجه به مزیت های نسبی بالفعل و به کارگیری ظرفیت های بالقوه در تجارت خارجی می تواند گام موثری برای کاهش اتکاء به درآمد نفتی و ایجاد شرایط به نسبت باثبات تری برای تمامی بخش های اقتصادی محسوب شود. راهکارهای پیشنهادی در این حوزه عبارت است از ارائه دوره های آموزش بازاریابی و تلاش برای گسترش بازارهای هدف و ایجاد تنوع در محصولات صادراتی همچنین ایجاد مرکز آموزش عالی صادرات، طراحی و بسته بندی کالاهای غیرنفتی.

صادرکنندگان ایرانی باید ملاحظات و نیاز بازارهای صادراتی در دوره ی پساکرونا را مدنظر قرار دهند تا تجارتی سودآور را برای کشور رقم بزنند. یکی از نکاتی که باید تجار ایرانی به آن اهمیت دهند این است که تجارت کالایی در دنیا، در شیب نزولی قرار گرفته است، در حالی که شاهد رشد تجارت خدمات و همچنین تجهیزات پزشکی در جهان هستیم، که توجه تجار به این نکته می تواند به پیشرانی کشورمان در عرصه ی صادرات غیرنفتی کمک کند. اعمال سیاست های تشویقی برای تنوع بخشیدن به کالاها و خدمات صادراتی (کمک های نقدی، معافیت های مالیاتی، بیمه صادرات، کاهش پیمان سپاری ارزی) به منظور حمایت از صادرکنندگان و کاهش آسیب پذیری صادرات در برابر نوسانات تقاضای بین المللی و کاهش قیمت کالاهای صادراتی ضروری است و اعمال سیاست های بلندمدت مالی و تغییر نکردن و تبدیل نشدن متوالی موردی و مقطعی این سیاست ها الزامی است.

چالش های بخش خصوصی در توسعه ی صادرات غیرنفتی

معضل دیگر صادرات غیرنفتی که کاملاً ریشه در مشکل قبلی دارد، نداشتن راهکاری مدون و مشخص صادراتی و پیروی نکردن از خط مشی ثابت در زمینه ی صادرات است به طوری که این ضعف همواره یکی از بزرگترین مشکلات صادرکنندگان محسوب شده و از این رهگذر موانع بسیاری فراروی صادرکنندگان قرار گرفته است. زیرا تغییر مستمر قوانین و مقررات، آیین نامه ها و بخشنامه های مرتبط با صادرات، اغلب موجب سردرگمی صادرکنندگان شده و مشکلات متعددی را برای صادرکنندگان و تولیدکنندگان کالاهای صادراتی به همراه آورده است. نبود یک راهکار مشخص صادراتی موجب شده که از سیاست های پولی، ارزی، مالی و تجاری مناسب برای توسعه ی صادرات نیز برخوردار نباشیم. مطالعه و بررسی قوانین و مقررات مربوط به بازرگانی خارجی و روش های مربوط به صادرات و مراحل اجرایی آن، مشخص می کند که هماهنگی لازم بین فعالیتهای سازمان ها و مؤسسه های شاغل در بخش صادرات وجود ندارد، به طوری که براساس اعلام مؤسسه ی مطالعات و پژوهش های وزارت بازرگانی، بیش از ۲۰ وزارتخانه، سازمان و مؤسسه ی مختلف اقتصادی و غیراقتصادی به صورت مستقیم و غیرمستقیم در امر صادرات دخالت دارند که این موضوع تاکنون حاصلی جز تعدد مراجع تصمیم گیری و سردرگمی صادرکنندگان نداشته است. ضعف ساختار تولید، انطباق نداشتن کیفیت بسیاری از کالاهای تولیدی با نیاز بازارهای مصرف خارجی، توجه به منابع کوتاه مدت بازارهای داخلی، ناکافی بودن نقدینگی صادرکنندگان برای تداوم فعالیتهای صادراتی، مشکلات قیمت گذاری کالاهای صادراتی، نبود مشوق های لازم و کافی برای صادرات، ضعف صنعت بسته بندی و حمل و نقل، مشکلات مالیاتی و اخذ عوارض گوناگون از صادرکنندگان، نبود خدماتی صادراتی مورد نیاز، توسل به روش های تجاری سنتی و نامطلوب، ضعف تشکلهای صادراتی، دشواری تهیه ی مواد اولیه مورد نیاز برای تولید کالاهای صادراتی، استفاده نکردن از منطقه ی آزاد تجاری برای تحقق اهداف





افشین مهدی‌زاده

شتاب‌دهنده‌های صادراتی



کشورهای درحال توسعه را شامل می‌شود. با توجه به اهمیت روزافزون تجارت خدمات، توجه خود را به صادرات خدمات معطوف می‌کنیم. در عوامل تعیین‌کننده‌ی شتاب و توسعه‌ی صادراتی، همچنین وضعیت تولید دانش و صادرات کالاهای دانش‌بنیان نیز بسیار حائز اهمیت است.

پیش‌شرط متعددی ازجمله بهبود کیفیت تولید، اصلاحات بانکی و مشارکت در زنجیره‌ی ارزش جهانی، احتمال وقوع شتاب‌های صادراتی را بیشتر می‌کند. هرچند موارد بسیار بیشتری در رشد صادرات دخیل هستند. از این جمله می‌توان به یارگیری‌های منطقه‌ای و همچنین دیپلماسی اقتصادی فعال اشاره کرد. تلاش ایران برای ورود به بازار اوراسیا با عضویت در اتحادیه‌ی اقتصادی اوراسیا یا حضور در سازمان همکاری شانگهای را می‌توان قدم‌های مهم برای برطرف کردن این ضعف کشور برشمرد.

خاطر نشان می‌کند ورود چین به اقتصاد جهانی به‌عنوان صادرکننده‌ی موفق سالیان اخیر و برنامه‌ریزی تولید برای برآورده کردن تقاضای داخلی کشورها نقش مهمی در توضیح تحولات تجارت جهانی و به‌ویژه شتاب تجاری پس از بحران جهانی ۲۰۱۰ و کند شدن آن در سال‌های اخیر داشته است. بررسی چین و رشد فزاینده‌ی صادرات این کشور یک مورد بسیار جذاب برای سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران اقتصادی است.

طبق گزارش صندوق بین‌المللی پول و سازمان تجارت جهانی، اقتصاد جهان اخیراً و پس از پاندمی کرونا با رکود قابل‌توجهی مواجه شده است. درحالی که حفظ رشد صادرات می‌تواند موتور رشد و بهره‌وری داخلی کشورها باشد، برنامه‌هایی در اغلب کشورهای توسعه‌یافته برای تقویت صادرات و حفظ جایگاه‌های جهانی تجارت تدارک دیده می‌شود.

هرچند در این یادداشت به برنامه‌های شتاب‌دهنده‌های صادراتی مبتنی بر برنامه‌های مدون سازمان‌های بین‌المللی و به شکل اخص سازمان تجارت جهانی خواهیم پرداخت بااین حال ابتدا عوامل کلان مؤثر بر شتاب‌های صادرات را نیز بر خواهیم شمرد.

عوامل کلان مؤثر بر شتاب‌دهی صادرات

بررسی آمارهای جهانی و فعالیت کشورهای درحال توسعه نشان می‌دهد که برنامه‌های کلان شتاب‌دهی و توسعه‌ی صادرات در سراسر جهان نسبتاً رایج است و حجم زیادی از افزایش صادرات در بازارهای درحال توسعه، نوظهور و اقتصادهای درحال توسعه رخ می‌دهد.

در تجزیه و تحلیل پژوهشگران برجسته به‌طور معمول خام‌فروشی اعم از نفت، گاز و مواد معدنی در نظر گرفته نمی‌شوند، هرچند سهم بزرگی از سبدهای صادراتی

فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و تأثیر آن بر تجارت بین‌المللی

در این میان توسعه‌ی اینترنت نقش انکارناپذیری بازی می‌کند. آماری که در دسترس است تأثیر اینترنت بر صادرات را به شکل آشکاری توصیف می‌کند.

ضمن استناد به آمار وبسایت ripe.net می‌توان گفت باآنکه امروزه اینترنت به کرات برای برقراری ارتباط روزمره بین مردم و تفریح و سرگرمی مورد استفاده قرار می‌گیرد، هم تعداد کاربران خرید کننده از اینترنت، هم تعداد سرورهای اینترنتی برای تجارت بین‌المللی و هم نرخ رشد صادرات و خریدوفروش بین‌المللی از طریق اینترنت در حال افزایش است. حجم درآمدهای حاصل از سرویس‌های تجارت الکترونیک نیز به سرعت در حال افزایش است و بر اساس گزارش اداره آمار ایالات متحده به چند هزار میلیارد دلار می‌رسد.

خدمات اینترنت پرسرعت و پایدار، تجارت بین‌المللی را نه تنها در کمک به گسترش بازار برای شرکت‌های بزرگ، بلکه به لطف برنامه‌های کاربردی C۲C که در دسترس عموم است، برای مردم عادی نیز تسریع می‌کند. توسعه‌ی کیفی اینترنت جهانی به نقطه‌ای رسیده است که کاربردهای تجارت الکترونیک تقریباً برای همه به لطف راه‌حل‌های ارزان در دسترس هستند.

در عصر جهانی شدن، استفاده از فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در هر جنبه از فعالیت انسانی، به‌ویژه در تجارت بین‌المللی بسیار مهم بوده است. در برخی از تجربیات جهانی و منطقه‌ای روال سنتی دادوستد را نیز تغییر داده است. پژوهش‌های کارشناسان توضیح می‌دهد که فناوری اطلاعات دارای تأثیر شگرف و قابل توجهی بر تجارت منطقه‌ای بین کشورهای جمهوری خلق چین و اتحادیه‌ی کشورهای جنوب شرق آسیا (آسه آن) داشته است. حتی می‌توان به جرت گفت فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، تعیین کننده‌ی اصلی تجارت بین‌المللی بین کشورهای جمهوری خلق چین و کشورهای جنوب شرق آسیا است. از این منظر که در صادرات کشورهای آسه آن به جمهوری خلق چین، اینترنت تأثیر بسیار بیشتری نسبت به تلفن داشته است.

این پژوهش‌ها توضیح می‌دهد که کاربرد فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات تأثیر مثبت و معناداری دارد، زیرا ارتباط دوطرفه بین کشورهای شریک تجارت را بهبود می‌بخشد و افراد و شرکت‌ها را تشویق خواهد کرد تا بهترین ارائه‌دهندگان خدمات یا تولیدکنندگان را بدون توجه به فاصله، بیابند.

در مواردی خاص مانند تجارت بین‌المللی میوه‌ها و سبزیجات، پژوهش‌ها توضیح می‌دهند که تلفن ثابت و تجارت سنتی در بخش زنجیره‌ی ارزش صادرات نقش محوری بر تجارت میوه‌ها و سبزیجات در کشورهای شریک تجاری دارد. بنابراین، می‌توانیم استنتاج کنیم که تأثیر مثبت ICT در برخی از بخش‌ها تأثیرگذاری قطعی نداشته است.

شتاب‌دهنده‌ی صادراتی ITC یک مدل بین‌المللی کمک به صادرات استاندارد است که کارآفرینان جوان با شرکت‌های نوپایی را هدف قرار می‌دهد که قصد دارند به بازارهای بین‌المللی یا زنجیره‌های ارزش جهانی وارد شوند و یا به عنوان تجار جدید برای صادرات کالاهای موجود شروع به فعالیت کنند. در حقیقت این شتاب‌دهنده صادراتی یک اکوسیستم حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط و دانش بنیان است که توسط یک موسسه میزبان (در ایران اتاق‌های بازرگانی این نقش را ایفا می‌کنند) و توسط مدیران اجرایی شتاب‌دهنده، مربیان، مشاوران، اساتید دانشگاه و آموزش‌دهندگان اداره می‌شود.



با این حال استفاده از فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در عموم بخش‌ها با قابلیت‌های بازاریابی اینترنتی، تأثیر مثبتی بر در دسترس بودن اطلاعات صادراتی دارد که به نوبه‌ی خود بر توسعه‌ی روابط شبکه‌ی تجاری و رشد بازارهای صادراتی کمک می‌کند. علاوه بر این گفته می‌شود که با استفاده از فناوری اطلاعات می‌توان بر هزینه‌های تجارت تأثیر گذاشت به این معنی که جستجو بین خریداران و فروشندگان در بازارگاه‌های میانجی، هزینه‌های خریدار را برای کسب اطلاعات درباره‌ی قیمت فروشنده و ارائه‌ی پیشنهادها کاهش می‌دهد و این امر موجب کاهش هزینه‌ی جستجوی خریدار می‌شود.

- کاهش هزینه‌ی نیروی انسانی. فناوری اطلاعات باعث می‌شود تا معاملات بتوانند به صورت الکترونیکی صرفاً توسط مدیر بازرگانی انجام شوند و در نتیجه هزینه‌ی مدیریت و نظارت بر کارمندان بازرگانی را کاهش دهند.

- کاهش هزینه‌ی هماهنگی. این امر نشان‌دهنده‌ی کاهش هزینه‌ها در مدیریت زنجیره‌ی تأمین است.

- کاهش هزینه‌ی زمانی. هزینه‌ی نهایی ارتباط در هر فاصله‌ی مکانی اساساً صفر است.

شتاب‌دهنده‌های صادراتی

مرکز تجارت بین‌المللی (ITC)، یک آژانس مشترک همکاری مابین سازمان تجارت جهانی و سازمان ملل متحد است که در پروژه‌های ارائه‌ی کمک‌های فنی تجاری در کشورهای سراسر جهان مشارکت دارد. این سازمان همچنین چندین ابزار تجزیه و تحلیل بازار آنلاین و رایگان مانند برنامه‌ی تحلیل بازار صادراتی، برنامه‌ی سرمایه‌گذاری، برنامه‌ی دسترسی به بازار، برنامه‌ی تدارکات، برنامه‌ی استاندارد و برنامه‌ی تجاری را توسعه داده است.

این سازمان همچنین از سال ۲۰۱۵ برنامه‌هایی را جهت توانمندسازی جوانان شروع کرده است. این فعالیت‌ها استراتژی‌های صادرات برای کسب و کارهای تحت رهبری جوانان را راهبری می‌کند و در اصل از طریق همکاری با نهادهای واسط و با ایجاد شتاب‌دهنده‌های صادراتی (معمولاً با همکاری سازمان‌های توسعه‌ی تجارت کشورها و اتاق‌های بازرگانی) بستری برای رشد و توسعه‌ی صادرات کشورهای در حال توسعه را فراهم می‌سازد.

همچنین این سازمان با طراحی یک سیستم پایش و ارزیابی کامل، به منظور اندازه‌گیری و ارزیابی اثرات ارائه‌ی مجموعه‌ای از خدمات سفارشی به شرکت‌های کوچک و متوسط اثرپذیری این فعالیت‌ها را رصد می‌کند.

ITC پیش‌بینی می‌کند که ابتکار و نوآوری جوانان و ظرفیت شرکت‌های کوچک و متوسط، مسیر برای کسب حضوری پایدار در بازارهای بین‌المللی را فراهم خواهد ساخت.

مرکز تجاری بین‌المللی ITC تنها آژانس توسعه است



زمینه‌ی اطلاع‌برسانی بازار و جذب سرمایه از دیگر مشکلات این مراکز بود.

این امر سبب شد که از سال ۱۹۹۹ میلادی مفهوم جدیدی با عنوان شتاب‌دهنده‌های مجازی در جهان شکل گیرد. این مراکز با از بین بردن محدودیت‌های مکانی و زمانی در ارائه خدمات و تسهیلات به مشترکین خود علاوه بر کاهش هزینه‌های گزاف راه‌اندازی شتاب‌دهنده‌های حقیقی و افزایش سطح خدمت‌دهی و سرعت آن، راهکاری جهت جذب ایده‌ها و نوآوری‌های کارآفرینان تحصیل کرده مقیم خارج از کشور را نیز فراهم می‌نماید که این امر خود سبب رشد اقتصادی و افزایش توان فناوری کشور می‌شود.

مشارکت شرکت ITC با جوانان جهت برداشتن گامی روبه‌جلو با ایجاد این برنامه‌ها آغاز شد. این ابتکار به کشورهای درحال توسعه با چندین ابزار و خدمات کمک فنی و آموزش آنلاین از طریق آکادمی تجارت به شرکت‌های کوچک و متوسط و از طریق شتاب‌دهنده‌های منطقه‌ای کمک می‌کند.

شتاب‌دهنده‌ی صادراتی ITC یک مدل بین‌المللی کمک به صادرات استاندارد است که کارآفرینان جوان با شرکت‌های نوپایی را هدف قرار می‌دهد که قصد دارند به بازارهای بین‌المللی یا زنجیره‌های ارزش جهانی وارد شوند و یا به‌عنوان تجار جدید برای صادرات کالاهای موجود شروع به فعالیت کنند. در حقیقت این شتاب‌دهنده صادراتی یک اکوسیستم حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط و دانش‌بنیان است که توسط یک موسسه میزبان (در ایران اتاق‌های بازرگانی این نقش را ایفا می‌کنند) و توسط مدیران اجرایی شتاب‌دهنده، مربیان، مشاوران، اساتید دانشگاه و آموزش‌دهندگان اداره می‌شود.

که به‌طور کامل به حمایت از بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط (SME) اختصاص دارد. این بدان معنی است که آژانس به صنایع کوچک و متوسط در اقتصادهای درحال توسعه کمک می‌کند تا رقابتی‌تر شده و با بازارهای بین‌المللی برای تجارت و سرمایه‌گذاری ارتباط برقرار کنند، در نتیجه افزایش درآمد و ایجاد فرصت‌های شغلی، به‌ویژه برای زنان، جوانان و جوامع فقیر میسر می‌شود. در این میان نقش شتاب‌دهنده‌های صنایع کوچک و متوسط بسیار حائز اهمیت هستند.

ITC یک سازمان مشترک سازمان تجارت جهانی و سازمان ملل متحد است.

ITC از کشورهای درحال توسعه در پیگیری فرصت‌ها برای توسعه بخش‌های صادرات حمایت می‌کند که به‌نوبه‌ی خود به رشد اقتصادی، ایجاد شغل و درنهایت کاهش فقر کمک خواهد کرد.

شتاب‌دهنده صادراتی برای کارآفرینان

از سال ۱۹۵۹ ایده‌ی راه‌اندازی مراکز شتاب‌دهی و مراکز رشد باهدف توسعه‌ی فناوری و ایجاد شرایط مناسب جهت دستیابی سریع‌تر به نوآوری‌ها و فناوری‌های برتر، در ایالات متحده سر برآورد و از آن سال به بعد به‌سرعت گسترش یافت. به‌گونه‌ای که از حدود ۸۰۰ مرکز در سال ۱۹۹۰ میلادی به حدود ۳۵۰۰ مرکز در سال ۲۰۰۰ میلادی، یعنی در حدود ۴۰۰ درصد رشد یافت.

شتاب‌دهنده‌ها غالباً به‌صورت محلی و یا منطقه‌ای عمل نموده و تنها امکان پوشش بخش اندکی از جامعه‌ی محیطی خویش را دارا بودند. از دیگر سو محدودیت‌های فیزیکی، تسهیلاتی و تجهیزاتی و همچنین محدودیت‌های مطرح در

آموزش	مربیگری/منتورینگ	پشتیبانی سازمانی	دسترسی مالی
آکادمی تجارت	استراتژی و صادرات	اکوسیستم تجارت	ارتباط با شبکه سرمایه‌گذاران
کارگاه‌های تجربی	توسعه شرکت	نهادهای حامی	ارتباط با بانک‌ها
انتخاب بازار بین‌المللی	رقابت‌پذیری	رویه‌های گمرکی	سرمایه‌گذاری جمعی
رقابت در تجارت بین‌الملل	استراتژی کسب‌وکار صادراتی	مندولوزی کنترل کیفیت	توسعه طرح کسب‌وکار
تعاریف و استراتژی‌ها	طراحی استراتژی	الزامات بسته‌بندی	گام‌به‌گام برای تأثیرگذاری بر سرمایه‌گذاران
استراتژی بازاریابی صادراتی	تدوین مدل کسب‌وکار	راهبرد بازاریابی صادراتی	
ایجاد شرکت واردات و صادرات	برنامه‌ریزی کسب‌وکار	دسترسی به اطلاعات تجاری	
دسترسی به منابع مالی برای صادرات	تولید صادرات‌محور	دسترسی به شبکه‌های فروش	
		همکاری منطقه‌ای	
		نمایشگاه‌های تجاری	
		رویدادهای B2B	



مالی را تسهیل می‌کنند.

مرحله‌ی بعد مدل شتاب‌دهنده‌ی صادراتی نه تنها برای شرکت‌های نوپا که بر ارتقای صادرات توسط همه‌ی شرکت‌های کوچک و متوسط تمرکز دارد، از آنجا که پروژه در ایران نیز توسط ITC و اتاق‌های بازرگانی اجرا می‌شود، این مدل و سیستم جامع آن با نیازمندی‌های هر کشور تطبیق داده خواهد شد و متناسب با فضای تولید و تجارت مربوط به هر کشور اجرایی می‌شود.

در گام‌های بعدی پلتفرم‌های تجارت الکترونیک که در برخی کشورها به شکل ملی فعالیت می‌کنند (مانند سایت ساخت چین - ITC (MadeinChina.com) مدل شتاب‌ده تجاری را با توسعه‌ی یک پلتفرم متمرکز پیش می‌برد. هدف از این فعالیت، ارتقای محصولات کارآفرینان در بازارهای بین‌المللی است. این پلتفرم‌ها با یک بسته‌ی کمک فنی سفارشی مبتنی بر «آمادگی الکترونیکی» شرکت‌ها را در مورد بسته‌بندی، برچسب‌زنی، دیجیتالی کردن کاتالوگ محصول، توصیف محصول، روابط با مشتری و تدارکات پشتیبانی می‌کند. این رویکرد کسب‌وکارها را با راه‌حل‌های واقعی ورود به بازار بین‌المللی آشنا می‌کند تا به آن‌ها اجازه دهد تحت چتر یک برند کشوری فعالیت کنند.

فعالیت شتاب‌دهنده‌های صادراتی در ایران

شتاب‌دهنده صادرات بردار به عنوان اولین مرکز تخصصی شتابدهی در کشور به همت اتاق بازرگانی اصفهان در دوره‌ی نهم فعالیت خود، در آذر سال ۱۳۹۸ افتتاح شده است. این مرکز توانسته به عنوان اولین و مهم‌ترین مرکز شتابدهی صادراتی در ایران شناسایی شود. همچنین شتاب‌دهنده‌ی بردار طبق برنامه‌های حمایتی جهانی، کمک مالی نیز برای شرکت‌های عضو خود از ITC دریافت می‌کند.

مرکز شتاب‌دهی صادرات ایران (شعبه تهران) نیز با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و در سال ۱۳۹۹ افتتاح شده است. این شتاب‌دهنده نیز به صورت تخصصی در حوزه‌ی صادرات، خدمات شتابدهی ارائه می‌کند.



شتاب‌دهنده‌ی تجاری به شرکت‌های کوچک و متوسط وابسته به جوانان خدمات اختصاصی می‌دهد و به آن‌ها کمک می‌کند تا حضور پایداری در بازارهای بین‌المللی به دست آورند. آموزش از طریق برنامه‌ی یادگیری الکترونیکی ITC و توسط مربیان خبره از طریق دوره‌های حضوری یا آنلاین ارائه می‌شود. دسترسی به اطلاعات بازارها و خدمات مالی نیز توسط ITC یا شبکه‌ی موسسه‌ی میزبان (اتاق بازرگانی) یا سازمان ملی همکار (سازمان توسعه تجارت) فراهم می‌شود. یک مدل پروژه مانند شتاب‌دهنده‌ی صادراتی نیازمند یک چارچوب طراحی شده دقیق و قوی با یک زنجیره‌ی نتایج خوب و ابزار جمع‌آوری داده‌ی مناسب برای اطمینان از برآوردهای دقیق و قابل بررسی است. این امر به ویژه در مرحله‌ی اولیه پروژه اهمیت دارد.

فاز اولیه‌ی شتاب‌دهنده‌ی تجاری شامل مجموعه‌ای محدود از ابزارهای جمع‌آوری داده مرتبط با چند شاخص است. ITC دسترسی به یک بستر الکترونیکی را الزامی می‌داند که می‌تواند تمام نتایج طرح را تحت الشعاع قرار دهد؛ از برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت گرفته تا برنامه‌ریزی‌های بلندمدت در سطح برنامه‌ی منطقه‌ای تا برنامه‌ریزی‌های کشوری در سطح کلان.

موسسه‌ی بین‌المللی ITC، با ابتکار سازمان بین‌المللی کار، کمک‌های بین‌المللی دیگری را نیز فراهم آورده است. بررسی و ارزیابی نتایج فعالیت شرکت‌ها، شتاب‌دهنده را در ارائه‌ی کمک به کسب‌وکارهایی که در رسیدن به بازارهای بین‌المللی فعالیت قابل توجهی داشته‌اند یاری می‌کند. هدف کلی کمک به افزایش صادرات کشورها و افزایش سطح اشتغال در بخش‌های مرتبط با کسب‌وکارهای عمده‌تحت رهبری جوانان است.

سطح اجرای برنامه در شتاب‌دهنده: کسب دانش از طریق یادگیری الکترونیکی، مربی‌گری و مشاوره.

سطح همکاری سازمانی: حمایت اکوسیستم سازمانی جایی که سازمان توسعه صادرات و یا سایر سازمان‌های ذی‌ربط خدمات خود را ارائه می‌دهند یا دسترسی به بسترهای

استلزامات و پیش نیازهای تحقق منافع ناشی از تجارت



اقتصاددانان نئوکلاسیک^۱ علی‌رغم کوشش‌های عظیم در طول بیش از نیم قرن گذشته نتوانسته‌اند تبیین قانع‌کننده‌ای از تفاوت شگرف عملکرد اقتصادها و تداوم وجود اقتصادهای کاملاً ناهمسان در طول زمان، ارائه کنند. همچنین از تبیین تداوم آنچه شکل‌های غیرکارآی مبادله شمرده می‌شود نیز عاجز بوده‌اند. واقعیت آن است که نظریه‌ی به کار گرفته شده، برای این کار ساخته نشده است. نظریه‌ی نئوکلاسیک بر فرض بنیانی کمیابی و بالطبع رقابت استوار است؛ مفاهیم این نظریه از فروض آن درباره‌ی اصطکاک بودن فرایند مبادله نتیجه می‌شوند، در این فرایند حقوق مالکیت به طور کامل و بدون هیچ هزینه‌ای ادعا شده است و به همین شکل، کسب اطلاعات نیز هزینه‌ای دربر ندارد. اگر چه فرضیه‌ی کمیابی و به تبع آن فرضیه‌ی رقابت، فرضیه‌ای جان‌سخت و محکم بوده است و مبانی اصلی نظریه‌ی نئوکلاسیک را فراهم ساخته است، دیگر فروض این

۱ لازم به توضیح است که رویکرد اقتصاد نئوکلاسیک، چارچوب غالب نظام آموزش علم اقتصاد ایران را شکل داده و پارادایم غالب در نزد فصلنامه‌ها و دانشکده‌ها است. بعلاوه با تساهلی می‌شود ادعا کرد که اصطلاحات «اقتصاد متعارف»، «اقتصاد غالب» و «اقتصاد نئوکلاسیک»، یک معنی و مفهوم را می‌رساند.

نظریه چندان دوام نداشته‌اند. لذا برای تبیین قانع‌کننده، به نظریه‌ی جدیدی نیازمندیم که با برجسته کردن واقعیت‌های موجود محیط بیرونی همچون؛ هزینه‌های مثبت معاملاتی، اطلاعات ناقص و نامتقارن، پیش‌بینی ناکامل، و عقلانیت محدود، عدم امنیت حقوق مالکیت و امثال آن، معضل نظری تعاون و همکاری در چارچوب اقتصاد نئوکلاسیک را تأکید کرده و گره‌گشا باشد.

به زبان ساده، آنچه که تبیین اقتصاد متعارف و نئوکلاسیک کم داشته، درک ماهیت تشریک مساعی و همکاری میان انسان‌ها است. مریدان آدام اسمیت نباید از این گفته تعجب کنند که دلمشغولی اسمیت تنها آن اشکالی از تعاون که انحصار و تبنانی را به دنبال می‌آورد نبوده، بلکه وی به آن شکل‌هایی از تعاون که محقق شدن سودهای ناشی از تجارت را ممکن می‌ساختند نیز توجه می‌کرد. اقتصاددانان متعارف مسائل مربوط به تعاون و همکاری را در چارچوب نظریه‌ی بازی‌ها مورد بررسی قرار داده‌اند. یکی از کاربردهای مختصر و بیش از حد ساده شده‌ی این رهیافت آن است که اگر بازی تکرار شود، اگر در مورد عملکرد گذشته دیگر بازیکنان اطلاعات کامل در اختیار داشته باشند، و اگر

تعداد بازیکنان کم باشد، افراد بیشینه ساز ثروت، همکاری با دیگران را سودمند خواهند یافت. بر طبق تحقیقات اکسل راد، چنانچه به سراغ بازی‌هایی که مرتباً تکرار می‌شوند برویم آنگاه احتمال راه‌حلی مبتنی بر همکاری بسیار بیشتر خواهد شد. اما اگر بازی پایان یابد یا آنکه مردم باور کنند که بازی ممکن است تمام شود، همچنین، اگر در مورد طرف دیگر اطلاعاتی در اختیار نداشته باشند، و اگر تعداد بازیکنان زیاد باشد تداوم همکاری مشکل می‌شود و طرفین مبادله برای تعیین اینکه آیا ادامه‌ی همکاری ارزش دارد یا نه، از نرخ تنزیل استفاده خواهد کرد. این حالت‌های به‌شدت قطبی در واقع بیانگر تقابل‌های زندگی واقعی‌اند. از سوی دیگر محقق کردن منافع ناشی از تجارت در جهانی با دانش فنی پیشرفته متکی بر تخصص‌گرایی و تقسیم کار گسترده که مبادله غیرشخصی از خصایص آن است، کاری بس دشوار و امری به غایت نادر است. چرا که افراد دائماً با یکدیگر سروکار ندارند. طرف دیگر قرارداد را نمی‌شناسند و هر فرد با کثیری از افراد دیگر ارتباط دارد. در واقع مبادله غیرشخصی نقطه‌ی مقابل شرط تعاون در نظریه بازی‌ها و اقتصاد متعارف است.

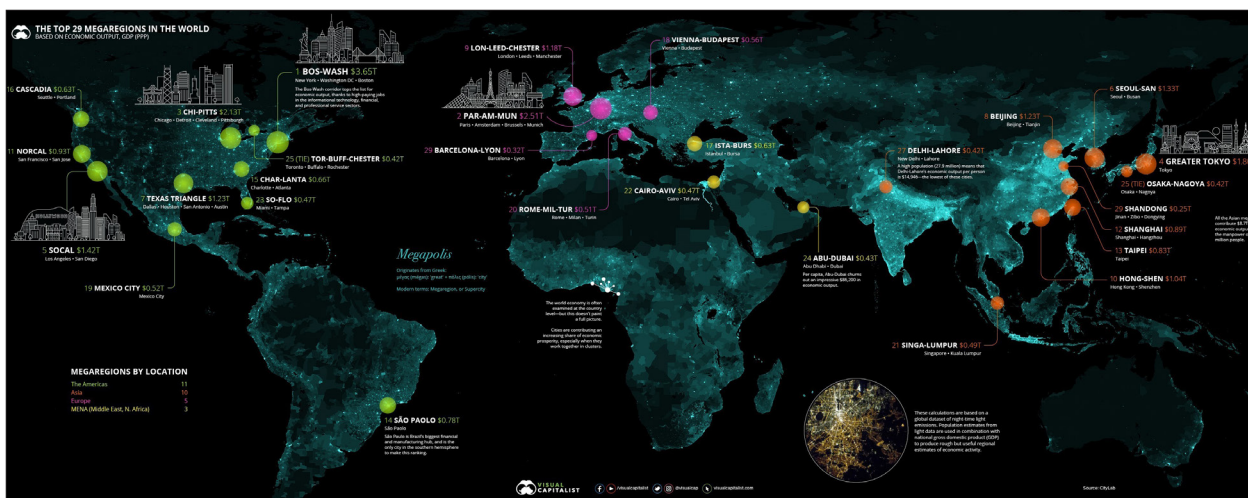
نظر به نکات پیش گفته، نتیجه‌ی گریزناپذیری که در قلمروی حداکثرسازی ثروت به آن می‌رسیم این است که عقد قراردادهای پیچیده که در قلمرو مبادله غیرشخصی، کسب منافع حاصل از تجارت را ممکن می‌سازند، باید با نوعی از نظارت طرف سوم بر اجرای قرارداد همراه شود. از دیدگاه نورث، توفیق در تحقق مبادله غیرشخصی نه فقط مقوله توسعه اقتصادی را حل می‌کند بلکه راه‌حل مسائل بزرگتر تنازع بشری را به ما می‌نمایاند.

اگر اطلاعات ناقص باشد، راه‌حل‌های مبتنی بر تعاون شکست خواهد خورد، مگر آنکه نهادهایی ایجاد شوند که اطلاعات کافی را به منظور نظارت بر انحرافات در اختیار افراد قرار دهند. از نگاه میلگرام و وینگاست، نهادی که تعاون را تضمین می‌کند دو نقش ایفا می‌کند. نخست برای به‌وجود آوردن نظام ارتباطی، اطلاعات مناسب را

هیچ راه‌حل و فرمول مشخصی برای تحقق رشد اقتصادی وجود ندارد. فرایند رشد اقتصادی در هر جامعه‌ای متفاوت است، که این وضعیت، منعکس‌کننده‌ی میراث‌های فرهنگی متنوع و شرابیط مختلف جغرافیایی، فیزیکی، سیاسی و اقتصادی است. برای تغییر و بهبود عملکرد اقتصادی یک جامعه، ابتدا باید ویژگی‌های منحصر به فرد آن جامعه را داشته باشیم. در همین راستا باید درکی از پیچیدگی‌های تحول نهادی داشته باشیم تا در اجرای آن تحول موثر واقع شود.

فراهم می‌آورد تا نظارت بر کاستی‌ها میسر شود. دوم، از آنجایی که مجازات اغلب کالایی است عمومی که نفع آن به اجتماع می‌رسد، ولی گروه کوچکی از افراد هزینه‌های آن را متحمل می‌شوند؛ نهادها باید مشوق‌های لازم برای اجرای مجازات توسط افرادی را فراهم آورند که به این امر اجرانده می‌شوند.

هر چه منابعی که باید به مبادله تخصیص داد تا دستاوردهای تعاون و همکاری تضمین گردد، بیشتر باشد؛ از ارزش سودهای ناشی از مبادله در مدل اقتصاد متعارف کاسته خواهد شد. هر چه مبادله از نظر زمان و مکان مشکل‌تر باشد، برای تحقق نتایج تعاون، به نهادهای پرهزینه‌تر و پیچیده‌تری نیاز خواهیم داشت. با برقراری نظارت طرف سوم بر اجرای قرارداد، به کمک نهادهایی که هزینه‌های اطلاعاتی مربوط به طرف دیگر را کاهش می‌دهند، می‌توان به مبادله‌ای کاملاً پیچیده واقعیت بخشید. اما توفیق طرف سوم در اجرای قرارداد، معمای اصلی اقتصادهایی است که به مبادله غیرشخصی می‌پردازند. توسعه عهد و پیمان‌های در خور اعتماد از جانب هیئت‌های سیاسی به نحوی که تضمین شود هیئت‌های مزبور قراردادها را نقض نخواهند کرد و یا شرایطی را به وجود خواهند آورد که ثروت و درآمد طرفین قرارداد به طور جدی دستخوش تغییر و تحول شود، فقط به طور نسبی امکان‌پذیر است. حتی در توسعه‌یافته‌ترین کشورها، به واحدهای سیاسی‌ای برمی‌خوریم که با توسل به انواع تغییرات در سطح قیمت‌ها، ثروت طرفین مبادله را تغییر می‌دهند و یا با تغییر قوانین، رفاه افراد تأثیر می‌گذارند. با وجود این، بین میزان اعتماد ما به اجرای قراردادها در کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای جهان سوم تفاوت عظیمی وجود دارد. تأکید بر این نکته ضروری است که ایجاد محیطی نهادی که عهد و پیمانی در خور اعتماد برانگیزد، مستلزم چارچوب نهادی پیچیده‌ای است متشکل از قواعد رسمی، محدودیت‌های غیررسمی و اجرا، که در مجموع انجام معاملات کم‌هزینه را ممکن سازد و منافع حاصل از تجارت را برای اجتماع محقق کند.



این گذار به عبارتی گذار از مبادله‌ی شخصی به مبادله‌ی غیرشخصی است که توفیق یا عدم توفیق در آن، ویژگی‌های عملکردی متفاوت اقتصادها در حل و فصل مسائل مربوط به نااطمینانی‌های محیط فیزیکی و انسانی، و از این رو نتایجی که از یک سو منجر به رشد اقتصادی و از سوی دیگر به رکود اقتصادی در طول تاریخ شده است را نشان می‌دهد. توفیق در گذار به مبادله غیرشخصی، به نحوی بارز بخشی از پویایی‌های تحول و تحقق منافع اقتصادی ناشی از تجارت است که در آن، تجربیات مستمر جامعه، به تدریج باورهای موجود و در نتیجه، چارچوب نهادی را اصلاح می‌کنند؛ نتیجه می‌تواند پیدایش نهادهایی با انطباق کارا باشد که به تغییرات در محیط انسانی یا رکود و به نحوی فزاینده به سیاست‌ها و نگرش‌های کزکارکرد، به نحو موثری واکنش نشان می‌دهند.

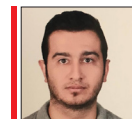
نکته‌ی اساسی و درسی که از ذخیره‌ی دانش بشری این حوزه برای استان آذربایجان شرقی و اقتصاد ایران می‌توان آموخت این است که باید توجه داشته باشیم، عملکرد مطلوب اقتصادی برای برقراری مبادلات غیرشخصی و محقق کردن سودهای ناشی تجارت، مستلزم آن است که: الف) فهمی روشن از ریشه‌های عملکردی اقتصادی ضعیف و چشم‌اندازهای بالقوه اقتصاد داشته باشیم. ب) باید فهمی روشن از ریشه‌های چارچوب نهادی داشته باشیم. فهم میراث فرهنگی جامعه، شرط ضروری "میسر" کردن تحول اقتصادی است. برای اینکه بدانیم به کجا می‌توانیم برویم باید بدانیم که کجا بوده‌ایم. باید سازه‌های ذهنی و نظام باورهای را ایجاد کنیم که تحقق نهادهای مولدتر را میسر کند. ج) از آنجایی که کشورهای توسعه‌یافته مزیتی عمده در چارچوب نهادی / سازمانی دارند و توان بهره‌وری بالایی دارند؛ مجموعه‌ی متنوعی از مداخلات دولت ممکن است در کوتاه‌مدت برای رقابتی شدن ما ضرورت داشته باشد. یک امر سیاسی کارآمد که نهادهای ضروری را در جایگاه‌شان قرار دهد و ضمانت اجرای موثر را فراهم کند، پیش شرط ضروری برای عملکرد بهتر است. در کشوری که فاقد میراثی از نهادهای سیاسی رسمی و غیررسمی مبتنی بر تفاهم و آرای عمومی است، در حرکت به سوی یک نظام سیاسی کارآمد، به حاکمی اقتدارگرا با دانش بالا، راغب، و توانایی وضع قواعد اقتصادی لازم و اجرای آن‌ها نیاز است یا فرایند بسیار طولانی‌تر توسعه‌ی تدریجی توسط سازمان‌های مردم نهاد و کمک‌های خارجی موثر ضرورت دارد.

در کل می‌توان گفت که هیچ راه‌حل و فرمول مشخصی برای تحقق رشد اقتصادی وجود ندارد. فرایند رشد اقتصادی در هر جامعه‌ای متفاوت است که این وضعیت، منعکس‌کننده‌ی میراث‌های فرهنگی متنوع و شرایط مختلف جغرافیایی، فیزیکی، سیاسی و اقتصادی است. برای تغییر و بهبود عملکرد اقتصادی یک جامعه، ابتدا باید ویژگی‌های منحصر به فرد آن جامعه را داشته باشیم. در همین راستا باید درکی از پیچیدگی‌های تحول نهادی داشته باشیم تا در اجرای آن تحول موثر واقع شود.



والیس و نورث با سنجش هزینه‌های معاملاتی در بازار اقتصاد ایالات متحده (از قبیل هزینه‌های مربوط به بانکداری، بیمه، امور مالی، مبادلات عمده‌فروشی، مبادلات خرده‌فروشی، یا هزینه‌هایی که صرف گرفتن وکیل، حسابدار، یا اقداماتی از قبیل تعهدنامه‌ها، ضمانت نامه‌ها، علائم تجاری، منابع تخصیص‌یافته به دسته‌بندی و درجه‌بندی، مطالعات زمان‌سنجی و حرکت‌سنجی تعهدات کارگزاران، داوری، واسطه‌گری و البته کل فرایند دادرسی و غیره می‌شوند) دریافتند که بیش از ۴۵ درصد درآمد ملی به دادوستد اختصاص داشته است، و علاوه بر آن، این رقم که در صد سال قبل ۲۵ درصد بوده، به این اندازه افزایش یافته است. از آنجایی که هزینه‌های معاملاتی بخشی از هزینه‌های تولید هستند، نوشتن دوباره رابطه سنتی تولید به ترتیب زیر ضروری است. هزینه‌های کل تولید شامل منابعی مانند زمین و نهادهایی همچون نیروی کار و سرمایه‌اند که هم، در تبدیل ویژگی‌های فیزیکی کالا (اندازه، رنگ، وزن، حمل، استقرار، ترکیب شیمیایی و از این قبیل) به کار گرفته می‌شوند و هم در معامله نقش دارند- بدین ترتیب که حقوق مالکیت کالا (حق استفاده، حق کسب درآمد در نتیجه استفاده، حق محرومیت از استفاده و حق مبادله) را تعریف کرده، از آن حمایت کرده و آن را تعیین می‌کنند. اگر بپذیریم که هزینه‌های تولید عبارتند از مجموع هزینه‌های تبدیل و هزینه‌های معاملاتی، آنگاه به چارچوب تحلیلی جدیدی در نظریه اقتصاد خرد محتاج خواهیم بود (چارچوب تحلیلی متفاوت از آنچه در نظام آموزش رسمی اقتصاد ایران و در قالب رویکرد نئوکلاسیک بحث می‌شود).

به موازات افزایش تخصیص شدن و تقسیم کار، تعداد مبادلات، که مستلزم تخصیص منابع به آن است، نیز افزایش یافته است؛ بانکداری، بیمه، مالیه، تجارت، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، و نیز بخش قابل‌ی از فعالیت دولت، همگی بخشی از مبادله هستند. و بنابراین درون بنگاه، تعداد دائماً در حال افزایشی از حسابداران، وکلا، و سایر افراد وجود دارند که به تسهیل مبادله‌ی دنیای اقتصادی پیچیده مبادلات غیرشخصی می‌پردازند. گذار از مبادله‌ی شخصی به مبادله‌ی غیرشخصی، همواره کل هزینه‌های مبادلاتی را افزایش می‌دهد، اما پیامد آن کاهش شدید هزینه‌های تولید است که بیش از جبران منابع افزایش یافته‌ای است که برای مبادله صرف می‌شود- و مسبب رشد شدید اقتصادهای مدرن بود. در نگاه آبراهام و پلاتیو، برای تحقق منافع اقتصادی ناشی از تجارت، آنچه ضرورت دارد، گذار از جامعه‌ای مبتنی بر منزلت اجتماعی و اجبار افراد که با اتکاء بر کنترل متقابل، احترام به رتبه‌بندی‌ها [جایگاه فرد در سلسله مراتب اجتماعی] و رفتارهای سخاوتمندانه که به طور دقیق و کامل اجرا می‌شوند، به جامعه‌ای باز است که در آن ورود و خروج آزاد، حکمرانی مردم‌سالارانه (که پذیرش مخالفان را شامل می‌شود)، معیارهای شایستگی، و تمایزگذاری اجتماعی-اقتصادی به مثابه اصول راهنما به کار گرفته می‌شوند یا آشکارا به آن‌ها اجازه اجرا داده می‌شود.



امین طبعی
پژوهشگر اقتصاد سیاسی

تاریخچه بیماری هلندی در اقتصاد (Dutch Disease)



طبیعی و رکود در بخش صنعت را توضیح دهد. این مفهوم بیان می‌دارد که افزایش درآمد ناشی از منابع طبیعی می‌تواند اقتصاد ملی را از حالت صنعتی بیرون بیاورد. این اتفاق به علت کاهش نرخ ارز و یا عدم افزایش آن در حد نرخ تورم صورت می‌گیرد، که بخش صنعت را در رقابت ضعیف می‌کند. درحالی‌که این بیماری اغلب مربوط به اکتشاف منابع طبیعی می‌شود، می‌تواند به «هر فعالیت توسعه‌ای که نتیجه‌اش ورود بی‌رویه ارز خارجی می‌شود» مربوط شود مانند نوسان شدید در قیمت منابع طبیعی، کمک اقتصادی خارجی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی. واژه‌ی بیماری هلندی در سال ۱۹۷۷ توسط مجله‌ی اکونومیست برای توصیف رکود بخش صنعتی در هلند بعد از کشف گاز طبیعی در دهه‌ی ۱۹۶۰ به کار گرفته شد. هنگامی که پول یک کشور با افزایش قابل توجه ارزش روبه‌رو شود، صادرات این کشور به پول کشورهای دیگر گران‌تر شده، ولی واردات به آن کشور به نسبت ارزان‌تر می‌شود. بطور کلی، این وضعیت را بیماری هلندی می‌نامند.



در سال ۱۹۵۹ در هلند منابع گاز طبیعی قابل توجهی کشف شد و این اکتشاف در اوایل دهه‌ی ۱۹۶۰ به سرعت گسترش یافت و منابع ارزی هنگفت و ناگهانی نصیب این کشور کرد. رونق صادرات و مازاد تراز پرداخت‌ها راه جدیدی را ممکن ساخت. در عوض اقتصاد هلند از بالا رفتن تورم، کاهش صادرات تولیدی، نرخ‌های پایین‌تر رشد درآمد و افزایش بیکاری آسیب دید. چرا که این پدیده موجب شد که نیروی کار و امکانات تولید از بخش صنعتی به بخش‌هایی از قبیل خدمات اداری و ساختمان‌سازی انتقال یابد. در اثر این امر در دهه‌ی ۱۹۶۰ و اوایل دهه‌ی ۱۹۷۰، یعنی حدود ۱۰ الی ۱۵ سال، صنایع مهم کشور هلند تقریباً از بین رفته و یا قدرت رقابت بین‌المللی خود را از دست بدهند. دولت هلند برای مقابله با این پدیده دست به سیاست‌های متفاوتی زد که عمدتاً نتیجه‌بخش نبود. به همین خاطر بعد از سال ۱۹۷۷ به چنین پدیده‌ای اصطلاحاً بیماری هلندی گفته می‌شود. بیماری هلندی یک مفهوم اقتصادی است که تلاش می‌کند رابطه‌ی بین بهره‌برداری بی‌رویه از منابع

مکانیزم کار بیماری هندی

این عارضه زمانی رخ می دهد که درآمد یک کشور بر اثر عوامل فصلی به صورت ناگهانی افزایش می یابد و متولیان اقتصاد کلان (دولت) هم با تصور دائمی بودن این درآمد آن را در جامعه توزیع می کنند. درآمد کشور زیاد شده و پول هم به جامعه منتقل می شود. اما با افزایش درآمد، تقاضا هم افزایش پیدا می کند. اگر این افزایش تقاضا به صورت ناگهانی انجام شود، عرضه جوابگوی تقاضا نخواهد بود و تعادل عرضه و تقاضا برهم می خورد، در نتیجه، قیمت ها افزایش می یابد. در یک روند طبیعی قیمت ها تا سقفی بالا می روند و با یک تأخیر زمانی تولید افزایش پیدا می کند و در نهایت پس از مدتی عرضه و تقاضا به تعادل قبل برمی گردند. اما بیماری هندی از زمانی رخ می دهد که دولت به عنوان متولی اقتصاد کلان وارد کارزار می شود و سعی می کند به طور مصنوعی و از طریق غیر از افزایش تولید، قیمت ها را پایین نگهدارد. دولت متوسل به واردات کالاهای مصرفی ارزان می شود تا قیمت ها را مهار کند در حالی که صنایع داخلی مجبورند با عوامل تولید گران، کالای گران را تولید و به قیمت ارزان بفروشند.

نکته اینجاست که این سیاست نمی تواند جلوی تورم را بگیرد. بلکه آن را به بخش های دیگر اقتصادی منتقل می کند. به عنوان مثال می توان با واردات کالاهایی نظیر سیب، پرتقال، تیر آهن و... قیمت این کالاهای را پایین نگه داشت ولی برخی کالاهای مانند زمین و مسکن قابل وارد کردن نیستند و افزایش قیمت این کالاهای را نمی شود با واردات مهار کرد. در نتیجه قیمت این قبیل کالاهای به رشد خود ادامه می دهند. از طرفی سرمایه گذاری جدید در آن بخش های صنعتی که با واردات قیمت شان مهار شده انجام نمی شود و سرمایه ها به سمت کالاهایی مثل زمین و مسکن هدایت می شود. در نتیجه این امر، تقاضای کاذبی برای این کالا ایجاد شده و قیمت آن ها با سرعت بیشتر و به صورت غیر طبیعی و باور نکردنی رشد می کنند. عوارض این مشکل به همین جا ختم نمی شود. به محض اینکه فصل افزایش درآمد خاتمه پیدا کند و دولت پولی نداشته باشد که با آن واردات ارزان را انجام دهد افزایش قیمت در بخش هایی که تا آن زمان به صورت مصنوعی قیمت پایینی داشتند با سرعتی فزاینده رخ خواهد داد. از آنجا که صنایع داخلی هم در اثر همان سیاست های گذشته فلج شده اند، قادر به پاسخگویی به تقاضاهای جدید نمی باشند و اقتصاد را در ابتدا ناکارآمد و سپس فلج می کند. البته هندی این شانس را داشت در زمانی که به این مشکل گرفتار شد، سایه کمیونسیم، شرق اروپا را فرا گرفته بود و کشورهای غربی برای اینکه مبادا هلند هم در دامن کمونیست ها بیفتد کمک های بی دریغی به این کشور کردند، با این وجود چند سالی طول کشید تا اقتصاد این کشور بتواند کمر راست کند.

مدل بیماری هندی اقتصاد را در سه بخش می توان تحلیل کرد: بخش قابل تجارت منابع طبیعی، بخش قابل تجارت صنعت و بخش غیرقابل تجارت. وفور منابع طبیعی با افزایش تقاضا برای کالاهای غیرقابل تجارت و تقویت نرخ ارز حقیقی همراه بوده و در نتیجه سهم کمتری از منابع نیروی

کار و سرمایه به بخش صنعت تخصیص می یابد. بنابراین تولید قابل رقابت به جای بخش صنعت در بخش منابع طبیعی متمرکز می شود و نیروی کار و سرمایه که در صنعت باید به کار گرفته شود به بخش تولید کالاهای غیرقابل رقابت انتقال می یابد. در این حالت وقتی اقتصاد یک رونق را در صادرات منابع طبیعی خود تجربه کند (به علت بهبود رابطه ای مبادله ای تجاری و یا کشف منابع جدید) بخش قابل تجارت صنعت به علت تقویت نرخ ارز حقیقی، تضعیف می شود و بخش کالاهای غیرقابل تجارت داخلی (همانند زمین و مسکن) توسعه می یابد. تضعیف بخش قابل تجارت صنعت در این مدل، بیماری نامیده می شود و اگر منبع رشد صنعت عامل خاصی مانند پیوندهای پسین و پیشین و یا فرایند یادگیری باشد در این صورت بیماری هندی می تواند یک بیماری واقعی با اثرات گسترده باشد. به عبارت دیگر با فرض آنکه توسعه ای تولید صنعتی دارای اثرات خارجی است، تضعیف صنعت توسط وفور منابع طبیعی منجر به ناکارآمدی و کاهش بیشتر رشد اقتصادی خواهد شد. در مطالعاتی که در این زمینه انجام شده است، در مورد اثرات منفی منابع طبیعی بر رشد، نتیجه می گیرند که در اقتصادهای با منابع طبیعی، تمایل به افزایش قیمت های داخلی (در نتیجه تقویت نرخ ارز حقیقی) وجود دارد که در نتیجه، این امر منجر به عدم رشد مبتنی بر صادرات می شود.

بیماری هندی در اقتصاد ایران

تاریخ برای درس گرفتن از اشتباهات گذشته می تواند بسیار مفید واقع شود، اما در جامعه ای ما اشتباهات گذشته به الگویی برای تکرار در آینده تبدیل شده است، و این ظاهراً عادت روزمره ی ماست. تأثیر منفی افزایش شدید درآمدهای صادراتی ناشی از منابع طبیعی را اقتصاددانان با بیماری هندی یا مصیبت منابع توضیح می دهند. علائم این بیماری عبارت است از تقویت پول ملی در برابر ارزهای خارجی به علت فزونی گرفتن یکباره ی درآمدهای ارزی، و در نتیجه واردات ارزان و گسترده و لطمه به تولیدات داخلی در بخش کالاهای قابل تجارت بین المللی. با افزایش قیمت نفت و افزایش درآمد کشورمان انتظار می رفت نرخ رشد اقتصادی کشور جهش چشم گیری داشته باشد و عملکرد اقتصاد به صورت مطلوبی افزایش یابد. اما این شرایط برای ایران ایجاد نشد. بسیاری از اقتصاددانان بر این باورند اقتصاد ایران دچار یک بیماری است و این بیماری که بارها از زبان کارشناسان اقتصادی شنیده شده است بیماری هندی نام دارد. ابتلای اقتصاد ایران به بیماری هندی به سال های آغازین قرن بیست و یک میلادی بازمی گردد ولی اگر راهکار مناسبی برای ممانعت از پیشرفت این بیماری در جای جای اقتصاد کشور اندیشیده می شد هم اکنون اقتصاد چنین بیماری گسترده ای را تجربه نمی کرد. تبعات شکل گیری این بیماری در اقتصاد یک کشور افزایش نرخ تورم، افزایش قیمت مسکن به عنوان کالایی که قابل سنجش نیست، کاهش حجم فعالیت های تولیدی و به دنبال آن افزایش نرخ بیکاری است که تمامی آن ها در کنار هم به کاهش نرخ رشد اقتصادی و تخریب زیرساخت های

بیماری هندی از زمانی رخ می دهد که دولت به عنوان متولی اقتصاد کلان وارد کارزار می شود و سعی می کند به طور مصنوعی و از طریق غیر از افزایش تولید، قیمت ها را پایین نگهدارد. دولت متوسل به واردات کالاهای مصرفی ارزان می شود تا قیمت ها را مهار کند در حالی که صنایع داخلی مجبورند با عوامل تولید گران، کالای گران را تولید و به قیمت ارزان بفروشند.

صنعتی اقتصاد می‌انجامد. عوارض بیماری هلندی در ایران از همان ابتدای شروع صادرات نفت، در اقتصاد کشور بروز کرد. افزایش درآمدهای نفتی در اوایل دهه‌ی ۱۳۵۰ و شیوه‌ی هزینه‌کردن آن‌ها از سوی دولت و پیامدهای آن شباهت‌های معناداری با وقایع اقتصادی سال‌های میانی دهه‌ی ۱۳۵۰ دارد که توجه به آنها می‌تواند برای اقتصاد ایران عبرت‌انگیز باشد. شتاب‌زدگی در هزینه‌کردن درآمدهای عظیم نفتی با نادیده‌گرفتن اصول مسلم علم اقتصاد باعث بروز بیماری در اقتصاد کشور شده است. سال ۱۳۵۲ قیمت نفت در بازارهای جهانی به‌طور بی‌سابقه‌ای افزایش یافت، در نتیجه درآمدهای نفت و گاز به‌طور سرسام‌آوری رشد کرد. این منابع عظیم مالی که به یکباره در اختیار دولت قرار گرفت، برخی مسئولان حکومتی وقت، به‌ویژه شاه را به این فکر انداخت که می‌توان ایران را ژاپن خاورمیانه کرد. افزایش شدید درآمدهای نفتی در سال‌های ۱۳۵۲ و ۱۳۵۳ این خوش‌بینی موجه را به خیال‌پردازی جاه‌طلبانه و ناموجه تبدیل کرد. نتیجه‌ی این جاه‌طلبی و فاقد مبنای کارشناسی، هدر رفتن گسترده و بی‌سابقه‌ی منابع مالی، افزایش شدید تورم، لطمه‌خوردن به بخش خصوصی نوپا به علت واردات با نرخ ارز پایین و نهایتاً دولتی‌ترشدن بیش از پیش نظام اقتصادی ایران بود. به موازات افزایش سرمایه‌گذاری‌های دولتی در بخش‌های مختلف اقتصادی که موجب دخالت دولت در تمامی بازارها، و نیز اعطای یارانه‌ها به صورت‌های گوناگون، رو به افزایش گذاشت. اما آنچه در ایران در دهه‌ی ۱۳۵۰ و نیمه‌ی دوم دهه‌ی ۱۳۸۰ رخ داد بسیار فراتر از این بیماری بود. بی‌تدبیری در هزینه‌کردن درآمدهایی که در اختیار دولت قرار می‌گرفت، اتلاف منابع مالی از طریق اجرای طرح‌های غیرکارشناسی و اعطای یارانه‌های بی‌حساب و کتاب پدیده‌ای فراتر از بیماری هلندی است.

دولت‌ها در این دو دوره تلاش می‌کردند تورم ناشی از سیاست‌های پولی و مالی انبساطی را با واردات ارزان و کنترل قیمت و سرکوب مالی مهار کنند که البته همیشه بی‌نتیجه و برای اقتصاد ملی زیان‌بار بود. در هر دو مورد نقدینگی عظیم تزریق‌شده به اقتصاد به تورم و کاهش شدید اعتبارت شد. در فاصله‌ی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۰ اقتصاد ایران بیشترین میزان درآمدهای ارزی را در طول تاریخ خود داشت. این بار نیز درآمدهای ارزی حاصل از صادرات نفت، شاید حتی با شدت و رویکرد غیرکارشناسانه‌ی بیشتری، به اقتصاد کشور تزریق شد. واردات ارزان با ثابت نگه داشتن نرخ برابری ریال به ارزهای خارجی، با آهنگ بی‌سابقه‌ای رشد کرد و به تولیدکنندگان داخلی که به علت تورم هزینه‌هایشان بالا رفته بود و توان رقابت با کالاهای ارزان خارجی را نداشتند آسیب جدی زد. نرخ ارز به طور تصنعی کاهش یافت و اعتبارات ارزان و یارانه‌ای با رانت‌های عظیمی که به همراه داشت منابع مالی کشور را به هزینه‌های بدون بازدهی تبدیل کرد. مطالبات غیرجاری بانک‌ها، که در واقع بخش بزرگشان مطالبات سوخت‌شده است، به‌طور نگران‌کننده‌ای افزایش یافت. دولت برای مهار افزایش قیمت‌ها که خود معلول این سیاست‌های نادرست

آنچه در ایران در دهه‌ی ۱۳۵۰ و نیمه‌ی دوم دهه‌ی ۱۳۸۰ رخ داد بسیار فراتر از این بیماری بود. بی‌تدبیری در هزینه‌کردن درآمدهایی که در اختیار دولت قرار می‌گرفت، اتلاف منابع مالی از طریق اجرای طرح‌های غیرکارشناسی و اعطای یارانه‌های بی‌حساب و کتاب پدیده‌ای فراتر از بیماری هلندی است.

بود، به مداخله‌ی بیشتر در بازارها و کنترل دستوری قیمت‌ها روی آورد که خود مزید بر علت شد و اقتصاد ملی را در تنگنای بیشتری قرار داد. نتیجه‌ی این سیاست‌ها، همانند آنچه در سال‌های ۱۳۵۰ رخ داد، پایین آمدن نرخ رشد اقتصادی، از بالای شش درصد در سال ۱۳۸۴ به منفی ۸/۵ در سال ۱۳۹۲ و افزایش تورم از ۴/۱۰ درصد در سال ۱۳۸۴ به بالای ۴۵ درصد در سال ۱۳۹۲ بود. شگفت این‌که همه‌ی این سیاست‌های نامعقول، یک بار سی و چند سال پیش آزمون شده بود. گویا ما اعتقادی به این گفتار حکیمانه نداریم که آزموده را آزمودن خطاست.

در سال ۱۳۸۴ با افزایش درآمدهای نفتی به‌نوعی در اقتصاد ایران نیز بیماری هلندی شکل گرفت. در این دوران با افزایش ناگهانی قیمت نفت، ارز زیادی وارد کشور شد که باعث افزایش تقاضا گردید. دولت در این دوران برای عدم افزایش قیمت‌ها، متوسل به واردات کالاهای مصرفی ارزان شد که بتوانند قیمت‌ها را مهار کند. اما کاری که دولت نهم و پس از آن دهم، در این زمینه انجام دادند، تزریق این درآمد به شکل مستقیم به مردم و جامعه بود. به‌طوری‌که با شعار آوردن پول نفت بر سر سفره‌های مردم، دولت سعی کرد که این افزایش درآمد ناگهانی را به شکل ساختن مسکن مهر و دادن وام و یارانه‌ی مستقیم به مردم خرج کند که این سیاست نیز باعث افزایش نقدینگی بین مردم و هجوم سرمایه‌های سرگردان به سمت کالاهای مصرفی و لوکس شد. نقدینگی بالا در جامعه به چند راه ختم شد. افزایش شدید قیمت زمین و مسکن در عرض چند سال، بالا رفتن تورم، ایجاد نوسان‌های دوره‌ای قیمتی در بخش‌های مختلف اقتصاد همانند بازار ارز و سکه، بورس، مسکن، و ... تجربه‌ی بیماری هلندی در دهه‌ی پنجاه و در دولت نهم و دهم، در دولت‌های بعدی نیز تکرار شد. دولت یازدهم و دوازدهم با به ثمر رسیدن برجام و افزایش درآمدهای نفتی، زمینه برای افزایش هزینه‌کرد دولت در اقتصاد پدیدار شد و این دولت‌ها نیز اشتباه ۵۰ ساله اقتصاد ایران را تکرار کردند.

ایران یکی از ثروتمندترین کشورهای جهان در زمینه‌ی منابع طبیعی از جمله نفت و گاز است. کشورمان چهارمین دارنده‌ی ذخایر نفتی دنیا، و اولین در گاز می‌باشد. به همین دلیل رشد قیمت نفت در چند سال اخیر سبب شد تا درآمد ناشی از صادرات نفت در کشور افزایش چشمگیری پیدا کند. این در حالیست که مطالعه‌ی وضعیت کنونی اقتصاد، نشان از بهتر شدن اوضاع زندگی مردم ندارد. در سال‌های گذشته مظاهر بیماری هلندی در اقتصاد ایران به‌وضوح نمایان شد و شمار زیادی از کارخانه‌های تولیدی و صنعتی به دلیل مشکلات اقتصادی تعطیل شدند. در این سال‌ها نرخ بیکاری در کشور افزایش یافت. طی سال‌های اخیر ارزش پول کشور ایران کاهش یافته و همین مسئله سبب شده تا بازرگانان برای ادامه‌ی فعالیت خود با مشکلات بیشتری روبرو شوند. البته در این حوزه وضعیت ایران در سطح بین‌الملل نیز موثر بوده است و تحریم‌های پی‌درپی سازمان ملل و آمریکا علیه ایران سبب شدیدتر شدن مشکلات اقتصادی کشور شده است.





اکرم اکبری
دکترای اقتصاد
دانشگاه تبریز



پرویز محمدزاده
استاد دانشکده اقتصاد و مدیریت
دانشگاه تبریز

نقش دانش بنیان شدن واحدهای تولیدی در توسعه صادرات غیرنفتی



مقدمه

از اواسط دهه ۱۹۷۰، فناوری‌های روزافزون، شوک‌های اقتصادی و جهانی شدن، هم کشورهای توسعه‌یافته و هم کشورهای در حال توسعه را بر آن داشته است که از استراتژی‌های جایگزینی واردات به استراتژی‌های رشد مبتنی بر صادرات به‌عنوان ابزاری برای دستیابی به رشد اقتصادی از طریق افزایش صنعتی شدن روی آورند. در این دوره، دور شدن از فعالیت‌های عمدتاً کشاورزی به تولید صنعتی و همچنین تغییر جهانی از صنایع سنگین به خدمات، چالش‌های مهمی را برای کشورهای در حال توسعه که در طول تاریخ به صادرات منابع طبیعی تجدیدنپذیر وابسته بوده‌اند، ایجاد کرده است. بخش منابع غیرطبیعی نقش مهمی در دستیابی به رشد اقتصادی متعادل و بلندمدت در اکثر کشورهای غنی از منابع طبیعی دارد. توسعه این بخش می‌تواند تقاضای داخلی برای کالاها و خدمات را افزایش دهد و افزایش تقاضا می‌تواند

منجر به ارتقای صادرات و در نتیجه افزایش حجم ذخایر ارزی کشور و در نتیجه توسعه اقتصادی شود. بنابراین، ایجاد ارتباط بین توسعه بخش منابع غیرطبیعی و سیاست‌های اقتصادی به‌منظور توسعه سیاست‌های رشد مناسب بسیار مهم است (الخاطیب و همکاران^۱، ۲۰۱۶؛ حسنوف و همکاران^۲، ۲۰۱۸؛ پریانکارا^۳، ۲۰۱۸).

از طرفی، ایران کشوری متکی به نفت است زیرا درصد زیادی از تولید ناخالص داخلی آن از منابع نفتی تأمین می‌شود. وابستگی به نفت، یک کشور را تحت الشعاع بازار بین‌المللی نفت خام قرار می‌دهد و کاهش قیمت نفت خام و محدود شدن صادرات آن به دلیل تحریم‌های وضع شده، اقتصاد کشور را به‌طور جدی با بی‌ثباتی مواجه ساخته است. با توجه به اینکه، صادرات، تولید ناخالص داخلی و درآمد دولت به

1 Alkhateeb et al
2 Hasanov et al
3 Priyankara

درآمد نفت وابسته است و کاهش اخیر در قیمت و درآمدهای نفت، درآمد ملی را کاهش داده و منجر به مشکلات اقتصادی و همچنین تورم شده است.

لذا توسعه صادرات غیرنفتی، در حال حاضر یکی از استراتژی‌های مهم در توسعه کشور است که همواره در برنامه‌های توسعه اقتصادی کشور مورد تأکید قرار گرفته و برای رشد و بقای واحدهای تولیدی ضروری می‌باشد. واحدهای تولیدی می‌توانند مزیت رقابتی را در بازارهای بین‌المللی به‌وسیله تأثیر مثبت بر عملکرد فعلی و آینده صادرات به دست آورند. در محیط کسب‌وکار امروز، با افزایش جهانی‌شدن بازارها و روابط اقتصادی، استراتژی‌های بین‌المللی حائز اهمیت می‌باشد. در این زمینه، صادرات یک استراتژی اساسی برای رشد و بقای واحدهای تولیدی است. به این معنا که با استفاده از ظرفیت‌های موجود، سرمایه‌گذاری جدید در بخش صادرات بایستی به چندین برابر مقدار فعلی افزایش یابد و همچنین با توجه به اینکه روند تجارت جهانی با کاهش مواد خام همراه است و تنها منبع قابل اتکا برای رشد تولید ملی و افزایش درآمد ارزی، صادرات محصولات غیرنفتی است؛ بنابراین، توجه به صادرات غیرنفتی یک ضرورت ملی محسوب می‌شود.

یکی از راه‌کارهای اساسی که زمینه را برای عملیاتی نمودن این پتانسیل فراهم می‌نماید، بازاریابی بین‌المللی است که باعث افزایش میزان صادرات محصولات به کشورهای هدف می‌شود. اما نکته‌ای که باید در نظر داشت این است که بیش از ۹۰ درصد واحدهای فعال استان در این صنعت، جزو صنایع کوچک و متوسط محسوب می‌شوند و صنایع کوچک متوسط در دنیا بنا به دلایلی از جمله، توان مالی، دانش فنی و ... نمی‌توانند الزامات صادرات به کشورهای خارجی را فراهم نمایند و باید راه‌حلی برای این مسئله ارائه شود.

با توجه به اینکه موفقیت در صادرات، مستلزم صرف زمان، منابع و داشتن مسئولیت‌پذیری بالا است ممکن است این سؤال مطرح شود پس چه ضرورتی به صادرات است و واحدهای تولیدی استان چرا باید به صادرات محصولات خود اقدام کنند؟ در پاسخ می‌توان به برخی از عواملی که ضرورت صادرات را ایجاد می‌کند، اشاره کرد:

■ افزایش فروش و درآمد: صادرات روشی برای توسعه بازار و بهره‌مندی از تقاضای خارج از کشور است.

■ سود بیشتر: اگر واحد تولیدی بتواند بخش عمده‌ای از هزینه‌های خود را از طریق منابع داخل کشور تأمین کند، سود صادراتی آن می‌تواند بسیار بالا باشد.

■ تاب‌آوری شرکت در برابر نوسانات نرخ ارز: بخشی از هزینه‌های مواد اولیه و نیز دستگاه‌ها و ماشین‌آلات مورد نیاز واحدهای تولیدی از خارج تأمین می‌شود و متأسفانه نوسانات نرخ ارز در سال‌های اخیر بسیار بالا بوده و ضرر و زیانی به این واحدها وارد کرده است. واحدهای تولیدی با صادرات محصولات خود، خود را در مقابل نوسانات نرخ ارز بیمه می‌کنند و تغییرات هزینه‌های مواد اولیه و خرید ماشین‌آلات از طریق

تغییرات درآمدی جبران می‌شود.

■ کاهش آسیب‌پذیری: توسعه بازارهای جدید، سبب می‌شود وابستگی واحد اقتصادی به بازارهای داخلی کاهش یافته و آسیب‌پذیری آن کمتر شود.

■ افزایش رقابت‌پذیری واحد اقتصادی در داخل کشور: قرار گرفتن در معرض بازارهای بین‌المللی و آشنا شدن با روش‌های جدید انجام تجارت و مدیریت نوین کسب‌وکار می‌تواند به یک شرکت کمک کند تا تجارت خود را در داخل کشور نیز بهبود بخشد.

■ صرفه‌جویی ناشی از مقیاس بالاتر: هر چقدر واحد اقتصادی سطح تولید خود را افزایش دهد، هزینه تولید هر واحد کاهش می‌یابد.

■ ارتقاء سطح توسعه ملی و منطقه‌ای: توسعه صادرات واحدهای اقتصادی موجب افزایش درآمد واقعی، استاندارد زندگی بالاتر، درآمدهای صادراتی بالاتر و ایجاد اشتغال می‌شود و همه این‌ها خود با مزایای اجتماعی متعدد برای افراد، خانواده‌ها و کشور همراه است.

در مجموع، مزایای صادرات می‌تواند به‌مراتب بیشتر از هزینه‌ها باشد، اما یک صادرکننده موفق نیاز به آمادگی زیاد و همچنین تعهد بالای منابع مالی و انسانی دارد.

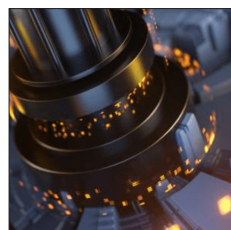
عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی واحدهای تولیدی

میزان موفقیت یک شرکت در امر صادرات و حضور در بازارهای جهانی را می‌توان با عملکرد صادراتی آن ارزیابی نمود. امروزه شرکت‌ها برای بهره‌برداری کامل از توانایی‌های بالقوه تجاری خود، ورود به بازارهای جهانی را مورد توجه قرار داده‌اند. همچنین دولت‌ها علاقه‌مند به کمک شرکت‌ها جهت افزایش صادرات هستند و دولت‌های کشورهای توسعه‌یافته برنامه‌های ارتقاء صادرات را به مرحله اجرا گذاشته‌اند. دولت‌ها به توسعه صادرات شرکت‌های خود علاقه نشان می‌دهند چون صادرات نیروی محرکه رشد اقتصادی است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که عملکرد صادراتی واحدهای تولیدی، با اندازه واحد تولیدی، هزینه واحد نیروی کار، نسبت موجودی سرمایه فیزیکی به نیروی کار رابطه مستقیمی دارد. همچنین بررسی‌ها نشان می‌دهد که فعالیت‌های تحقیق و توسعه بر صادرات واحدهای اقتصادی تأثیر مثبتی دارد.

اما باید توجه داشت، ورود به بازارهای صادراتی مستلزم تقبل برخی از هزینه‌های ثابت می‌باشد که برای تأمین مالی آن می‌بایست شرکت به یک سطح معین از سوددهی دست یابد تا بتواند موانع ورود (هزینه‌های ثابت) به بازارهای صادراتی را پشت سر گذارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تنها واحدهای اقتصادی با کارایی و بهره‌وری بالا، توان ورود به بازارهای صادراتی را خواهند داشت و واحدهایی که سطح بهره‌وری آن‌ها از یک مقدار آستانه پایین می‌باشد چاره‌ای جز عرضه تمام محصولات خود در بازارهای داخلی نخواهند داشت. بدیهی است شناسایی عوامل مؤثر بر رفتار صادراتی

در محیط کسب‌وکار امروز، با افزایش جهانی‌شدن بازارها و روابط اقتصادی، استراتژی‌های بین‌المللی حائز اهمیت می‌باشد. در این زمینه، صادرات یک استراتژی اساسی برای رشد و بقای واحدهای تولیدی است. به این معنا که با استفاده از ظرفیت‌های موجود، سرمایه‌گذاری جدید در بخش صادرات بایستی به چندین برابر مقدار فعلی افزایش یابد





استرلاچینی^{۱۴} (۲۰۰۱) نشان داده که اندازه شرکت تأثیر منفی بر صادرات شرکت می‌تواند داشته باشد.

• نوآوری

رابطه بین نوآوری و پیشرفت تکنولوژی با تجارت خارجی در مطالعات نظری و تجربی در سطح کلان بسیار مورد توجه بوده و اغلب این مطالعات بر این نکته تأکید نموده‌اند که نوآوری و پیشرفت تکنولوژی، قدرت رقابت کشور یا صنعت را در بازارهای جهانی افزایش می‌دهد (استرلاچینی، ۲۰۰۱). مطالعات خرد نیز نشان‌دهنده تأثیر مثبت نوآوری و تحقیق و توسعه در شرکت بر قدرت رقابت شرکت در بازارهای صادراتی می‌باشد (پایا دو گونز و همکاران^{۱۵}، ۲۰۰۷). نوآوری در شرکت از دو طریق می‌تواند رقابت‌پذیری و احتمال ورود شرکت به بازارهای صادراتی را افزایش دهد:

■ کاهش هزینه‌های تولید که معمولاً در نوآوری‌های مربوط به فرایند تولید اتفاق می‌افتد.

■ نوآوری از طریق ایجاد تنوع در محصولات امکان افزایش قدرت رقابت غیر قیمتی را برای شرکت فراهم می‌آورد. به عبارت دیگر نوآوری منجر به ارتقاء کیفی محصولات شده و شرکت را رقابت‌پذیرتر می‌نماید این اثر در نوآوری‌های مربوط به محصول بیشتر رخ می‌دهد (ماسون و واگنر^{۱۶}، ۱۹۹۴).

در اغلب مطالعات تجربی، نوآوری شرکت با استفاده از مخارج R&D آن اندازه‌گیری شده است. در برخی مطالعات نیز تعداد حق اختراعاتی که به ثبت رسیده توسط شرکت و تعداد محصولات جدید تولید شده در شرکت به عنوان شاخص نوآوری شرکت در نظر گرفته شده است. اما در مجموع بیشتر این مطالعات نشان‌دهنده تأثیر مثبت نوآوری بر احتمال صادرات توسط شرکت بوده‌اند. ازجمله این مطالعات می‌توان به مطالعه گینگالغ و همکاران^{۱۷} (۱۹۹۴) در انگلستان، استرلاچینی (۱۹۹۹) در کشور ایتالیا، آندرتن^{۱۸} (۱۹۹۹)، واگنر

واحدی تولیدی (شرکت‌ها) تنها با تکیه بر این گفتارهای نظری ممکن نبوده و نیازمند تحلیل تجربی می‌باشد.

ملیتز^۴ (۲۰۰۳) نشان داد که با در نظر گرفتن هزینه‌های ثابت برای ورود به بازارهای صادراتی یک شرکت زمانی اقدام به صادرات می‌نماید که مقدار بهره‌وری در آن شرکت از یک حد آستانه بالا برود. برنارد و همکاران (۲۰۰۳) نشان دادند که علاوه بر بهره‌وری، سوددهی و اندازه شرکت نیز در تصمیم‌گیری شرکت برای ورود به بازارهای صادراتی مؤثر می‌باشد. در سال‌های اخیر علاوه بر این عوامل، متغیرهای دیگری چون سطح تکنولوژی بنگاه، سرمایه انسانی، مالکیت و... نیز جزء عوامل مؤثر بر رفتار صادراتی شرکت برشمرده شده‌اند که در این بخش به هر یک از آن‌ها پرداخته می‌شود.

• اندازه شرکت

اغلب اقتصاددانان بر این باور می‌باشند که شرکت‌ها برای داشتن توان رقابت در بازارهای جهانی می‌بایست دارای اندازه بزرگ باشند. در واقع مطابق با تئوری صرفه‌های به مقیاس، اندازه شرکت نقش مهمی در میزان صادرات شرکت بر عهده دارد و تنها زمانی که شرکت به قدر کافی بزرگ باشد توان رقابت در بازارهای جهانی را خواهد داشت. واگنر^۵ (۱۹۹۵) عنوان می‌نماید که با افزایش اندازه آن شرکت احتمال صادرات شرکت افزایش می‌یابد. علت این امر این است که به دلیل وجود موانع ورود به بازارهای صادراتی از قبیل هزینه‌های حمل و نقل، تعرفه، رعایت استانداردهای بین‌المللی و مطابقت محصول با سلیق مصرف‌کننده خارجی تنها با تولید در مقیاس بالا می‌توان هزینه واحد محصول را تقلیل داد و هزینه‌های اضافی را حذف نمود. علاوه بر صرفه‌های به مقیاس واگنر (۱۹۹۵) عواملی چون بهره‌مندی بیشتر از تخصصی کردن امور، امکان دستیابی به منابع مالی با هزینه کم و ظرفیت ریسک‌پذیری بالا را از جمله دلایل توجیه‌کننده تأثیر مثبت اندازه شرکت بر احتمال صادراتکننده بودن آن عنوان می‌نماید. مطالعات تجربی فراوانی نشان‌دهنده تأثیر مثبت اندازه شرکت بر صادرات آن بوده‌اند که از میان آن‌ها می‌توان به مطالعه رپ^۶ (۱۹۷۶) برای ژاپن، گلسجر و همکاران^۷ (۱۹۸۰) برای بلژیک، آکولیر^۸ (۱۹۸۰) برای فرانسه، کاوز^۹ (۱۹۸۶)، لیو و چانگ شو^{۱۰} (۲۰۰۵) در کشور چین و برنارد و جنسن^{۱۱} (۲۰۰۴) برای ایالات متحده و هاگمجر^{۱۲} (۲۰۰۷) در کشور لهستان و همچنین مطالعه اخیر توسط تودو^{۱۳} (۲۰۰۹) در کشور ژاپن اشاره نمود. در سال‌های اخیر برخی از مطالعات نظری و تجربی تأثیر مثبت اندازه شرکت بر رفتار صادراتی شرکت را مورد انتقاد قرار داده‌اند.

4 Melitz

5 Wagner

6 Rapp

7 Glesjer et al.

8 Auquier

9 Caves

10 Liu and Chang Sho

11 Bernard and Jensen

12 Hagemeyer

13 Todo

14 Sterlacchini

15 Papadogonas et al.

16 Mason and Wagner

17 Greenhalgh et al.

18 Anderton

(۲۰۰۱) در کشور آلمان، روبر و لایو^{۱۹} (۲۰۰۲) در دو کشور انگلستان و آلمان، استرادا و هیجز^{۲۰} (۲۰۰۶) در کشور مکزیک و پایا دو گونز و همکاران^{۲۱} (۲۰۰۷) در یونان اشاره نمود. برخی از مطالعات مانند لفه بره و همکاران^{۲۲} (۱۹۹۸) در کشور کانادا، بچتی و روسی^{۲۳} (۲۰۰۰) در کشور ایتالیا و لیو و چانگ شو^{۲۴} (۲۰۰۵) در کشور چین نشان داده‌اند که مخارج R&D تأثیر معنی‌داری بر صادرات شرکت ندارد ولی سایر معیارهای نوآوری مثل نسبت نیروی کار با سطح علمی بالا تأثیر مثبت و معنی‌داری داشته است.

● مالکیت شرکت

بر اساس مطالعات نظری مهم‌ترین عامل مؤثر بر ورود یک شرکت به بازارهای صادراتی میزان بهره‌وری شرکت می‌باشد. بسیاری از اقتصاددانان اعتقاد دارند که بخش خصوصی نسبت به بخش عمومی از کارایی و بهره‌وری و در نتیجه قدرت رقابت بالاتری برخوردار می‌باشد. یکی از دلایل عمده‌ای که برای این مسئله ارائه می‌شود، دور بودن بنگاه‌های تحت مالکیت دولت از محیط رقابتی می‌باشد، چرا که اغلب بنگاه‌های دولتی به دلیل برخورداری از حمایت‌های یارانه‌ای دولت انگیزه‌ای برای رقابت ندارند (پارکر و مارتین^{۲۵}، ۱۹۹۵). سایر عواملی که باعث بهره‌وری پایین بنگاه‌های دولتی می‌شوند عبارتند از:

- بنگاه‌های دولتی اهدافی غیر از حداکثر سازی سود دارند. برای مثال یکی از مهم‌ترین اهداف فعالیت‌های اقتصادی دولت‌ها توزیع درآمد می‌باشد.
- اهداف مدیریتی در بنگاه‌های دولتی دقیقاً مشخص نشده و اغلب مبهم می‌باشد.
- انگیزه‌ها به‌سختی قابل تعریف و توجیه می‌باشد.
- سهولت دسترسی به منابع مالی که منجر به عدم انضباط مالی می‌گردد (فراکوئلی و اربتا^{۲۶}، ۲۰۰۰).
- در اغلب بنگاه‌های دولتی بروکراسی و سوء مدیریت وجود دارد.

همچنین استخدام نیروی کار با سطح مهارت بالاتر توسط بنگاه‌های خصوصی باعث برتری این شرکت‌ها از لحاظ بهره‌وری نیروی کار می‌شود (باربریز و همکاران^{۲۷}، ۱۹۹۶؛ کلاسنز و جانکو^{۲۸}، ۱۹۹۹؛ گوپتا^{۲۹}، ۲۰۰۵). اگرچه همه این عوامل باعث می‌شود تا شرکت‌ها با مالکیت خصوصی دارای بهره‌وری و در نتیجه قدرت رقابت بالاتری بوده و توان ورود به بازارهای صادراتی در آن‌ها بیشتر باشد اما برخی از مطالعات بر این نکته تأکید نموده‌اند که ورود به بازارهای صادراتی نیازمند درجه معینی از ریسک‌پذیری می‌باشد که در بنگاه‌های خصوصی به‌مراتب کمتر از

یکی از جنبه‌های اصلی اقتصاد مبتنی بر دانش، تقویت پیوند بین آموزش عالی و بازار کار است و بنابراین انتقال از مدرسه به کار را بهبود می‌بخشد. در نتیجه، این امر بازار کار را تقویت می‌کند و به آن امکان می‌دهد هرگونه افزایش جمعیت را جذب کند و در عین حال درآمدی را به شکل مالیات بر درآمد برای دولت فراهم کند. هزینه بالای نوآوری دلیل دیگری است که چرا کشورهایی مانند ایران مایلند به اقتصادهای دانش‌بنیان تبدیل شوند تا بتوانند به جای وابستگی به سایر کشورها، فناوری خود را تولید کنند.



بنگاه‌های دولتی می‌باشد (دوس اوقلو-گونر^{۲۶}، ۲۰۰۱). همچنین بنگاه‌های دولتی از برخی معایب‌های تعرفه‌ای و تخفیف در هزینه‌های حمل‌ونقل برخوردارند که ورود آن‌ها را به بازارهای صادراتی تسهیل می‌نماید. بنابراین در ارتباط با تأثیر مالکیت بر رفتار صادراتی شرکت نمی‌توان نتیجه‌گیری کلی نمود. هاگمجر^{۲۷} (۲۰۰۷) در بین بنگاه‌های صنعتی کشور لهستان با استفاده از تخمین مدل پروبیت نشان داده است که بنگاه‌های تحت مالکیت دولت با احتمال بیشتری به صادرات مبادرت می‌نمایند.

● هزینه نیروی انسانی

بر اساس تئوری سنتی موجودی نهاده^{۲۸} یک صنعت، کالاهایی را صادر می‌نماید که نهاده‌های مورد نیاز برای تولید آن در داخل کشور نسبت به سایر کشورها دارای وفور نسبی باشد و بر عکس کالاهایی را وارد می‌نماید که نهاده‌های مورد نیاز برای تولید آن در داخل کشور نسبت به خارج کمیاب باشد. برای مثال اگر کشوری دارای نهاده نیروی کار فراوان باشد، دستمزد نیروی کار و در نتیجه هزینه مربوط به این نهاده در آن کشور پایین خواهد بود و این امر می‌تواند یک مزیت برای ورود به بازارهای صادراتی باشد. مطالعه لیو و چانگ شو^{۲۹} (۲۰۰۵) در کشور چین نشان‌دهنده تأثیر منفی دستمزد سرانه بر شدت صادرات شرکت‌ها می‌باشد. همچنین واکلین^{۳۰} (۱۹۹۸) نشان داده است که هزینه نیروی کار به ازای یک واحد محصول نشان‌دهنده سطح تکنولوژی شرکت بوده و با ارتقاء سطح تکنولوژی بنگاه، هزینه نیروی کار به ازای یک واحد محصول کاهش یافته و قیمت تمام‌شده محصول کاهش خواهد یافت و شرکت در صادرات محصولات خود موفق‌تر خواهد بود.

● سایر متغیرهای مؤثر

بر اساس تئوری سنتی موجودی نهاده^{۲۹} در تجارت بین‌الملل، وفور نهاده‌های تولید در یک کشور عامل مهمی در افزایش حجم تجارت خارجی آن کشور به شمار می‌رود. مطالعات تجربی در سطح کلان تأییدکننده این تئوری می‌باشد^{۳۰}. یکی از ایرادات وارد بر آزمون‌های تجربی این تئوری در سطح کلان عدم توجه به ناهمگنی شرکت‌ها می‌باشد. فینسترا و هنسن^{۳۱} (۲۰۰۰) نشان دادند که آزمون این تئوری در سطح خرد به نتایج دقیق‌تری منجر می‌شود. مطالعه واکلین^{۳۲} (۱۹۹۸) در انگلستان، استرلاچینی^{۳۳} (۱۹۹۹) در ایتالیا و ورمولن^{۳۴} (۲۰۰۴) در آلمان نشان‌دهنده تأثیر مثبت شدت سرمایه‌فیزیکی (نسبت سرمایه فیزیکی به نیروی کار) بر صادرات شرکت بوده و پایا دوگونز و همکاران^{۳۵} (۲۰۰۷) در مورد بنگاه‌های کشور یونان نشان داده‌اند که با افزایش وفور

26 Dosoglu-Guner
27 Hagemejer
28 Factor Content
29 Factor Content
30 Davis et al. (1997), Maskus (1985), Ramazani and Maskus (1993)
31 Feenstra and Hanson
32 Vermeulen

19 Roper and Love
20 Becchetti and Rossi
21 Parker and Martin
22 Fraquelli and Erbetta
23 Barberis et al.
24 Claessens and Djankov
25 Gupta(2005)



عملکرد را بهبود می‌دهد. به عبارت دیگر، دانش و تجربه به‌عنوان منابع، و بازاریابی، تولید، توسعه محصول، تدارکات و تمایز خدمات به‌عنوان قابلیت‌ها، موجب افزایش صادرات واحدهای تولیدی می‌شود.

همان‌طور که در مباحث قبلی اشاره شد، عوامل تعیین‌کننده عملکرد صادراتی، شامل مهارت‌های نیروی انسانی، نوآوری، دانش فنی، مهارت‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه می‌باشد که ریشه در فرایند دانش‌بنیان شدن واحدهای تولیدی دارد و تا زمانی که شرکت توانمندی لازم برای تبدیل شدن به یک شرکت دانش‌بنیان را نداشته باشد، امکان حضور در بازارهای بین‌المللی را نخواهد داشت. نکته مهم دیگر آن است که شرکت‌ها نباید صرفاً به دانش و تجربه افراد متکی باشند، بلکه باید این منبع ارزشمند را به سطح سازمانی تبدیل کنند تا در فعالیت‌های بازاریابی و صادرات سرآمد شوند و این حرکت‌های جمعی و گروهی را می‌طلبد تا واحدهای تولیدی در یک کنش جمعی با به اشتراک گذاشتن دانش ضمنی و توانمندی‌های خود گام‌های استواری را برای حضور در بازارهای جهانی و ارتقای سطح فعالیت خود بردارند که با توجه به محدودیت‌های ناشی از SME بودن واحدهای تولیدی در استان، حرکت در این مسیر برای آن‌ها امکان‌پذیر نبوده یا بسیار دشوار می‌باشد.

این تغییر رویکرد از اقتصاد مبتنی بر منابع به اقتصاد مبتنی بر دانش کمک می‌کند تا ضمن تولید محصولات پیچیده‌تر، متنوع‌تر و با ارزش افزوده بالاتر در جهت رشد و ثبات اقتصادی جامعه گام بردارند.

دانش از دیرباز به‌عنوان عامل اساسی تولید در کنار نیروی کار، سرمایه و منابع در نظر گرفته شده است. با این حال، با توجه به ماهیت محدود منابع و فراوانی دانش به‌عنوان یک منبع و همچنین پتانسیل آن برای بهبود بهره‌وری و همچنین رشد اقتصادی، اکنون تأکید بیشتری بر اهمیت دانش می‌شود. اقتصاد دانش‌بنیان را می‌توان به‌عنوان اقتصادی تعریف کرد که برای رشد اقتصادی و ثبات بلندمدت خود بیشتر به توانایی‌های فکری خود متکی است تا منابع طبیعی یا ورودی‌های فیزیکی. به این ترتیب،

نهاده‌ها که با استفاده از نسبت موجودی سرمایه به نیروی کار اندازه‌گیری شده است، احتمال صادرات توسط شرکت کاهش می‌یابد. متغیر دیگری که مورد توجه محققان بوده کیفیت مهارت نیروی کار یا همان سرمایه انسانی می‌باشد. با افزایش کیفیت نیروی کار انتظار می‌رود که بهره‌وری نیروی کار و در نتیجه هزینه‌های تولید کاهش یافته و شرکت توان رقابت بیشتری داشته باشد و امکان ورود به بازارهای جهانی را داشته باشد (پاپادو گونز و همکاران، ۲۰۰۷). لفه بره و لفه بره (۲۰۰۱) نشان دادند که با افزایش سهم نیروی کار با سطح تحصیلات بالا در کل شاغلان، میزان صادرات شرکت افزایش می‌یابد. از سوی دیگر بر اساس تئوری سنتی تجارت بین‌الملل (تئوری هیکشر-اولین) در کشورها با نیروی انسانی غیر ماهر فراوان، سرمایه‌گذاری در آموزش نیروی انسانی بسیار هزینه‌بر بوده و منجر به کاهش صادرات می‌شود. چندین مطالعه تجربی نیز نشان‌دهنده اثر منفی سرمایه انسانی بر عملکرد صادراتی کشورهای اندونزی و برزیل بوده است (ویل‌مور^{۳۳}، ۱۹۹۲؛ رامستتر^{۳۴}، ۱۹۹۹؛ ون دیچک^{۳۵}، ۲۰۰۲).

در مجموع، می‌توان گفت، عوامل تأثیرگذار فوق‌الذکر را می‌توان به دو گروه منابع و قابلیت‌های سازمانی تقسیم‌بندی کرد. در واقع منابع و قابلیت‌های سازمانی، منابع مزیت رقابتی و منبع اولیه سودآوری هر شرکتی بوده و به شرکت‌ها قدرت می‌دهد تا کسب‌وکار را در بازارهای داخلی و جهانی پیش ببرند و با محصولات و پیشنهادات خود برای نیاز مشتریان رقابت کند. منابع و قابلیت‌های سازمانی نقش مهمی در کسب‌وکار و بازارهای داخلی و جهانی دارند.

منابع را می‌توان به موارد زیر تقسیم کرد:

۱. مشهود - دارایی‌های فیزیکی و مالی. به‌عنوان مثال:

ماشین‌آلات، دفاتر، انبارها

۲. ناملموس - مهارت‌ها، شهرت و نام‌های تجاری

۳. منابع انسانی - کارکنان ماهر

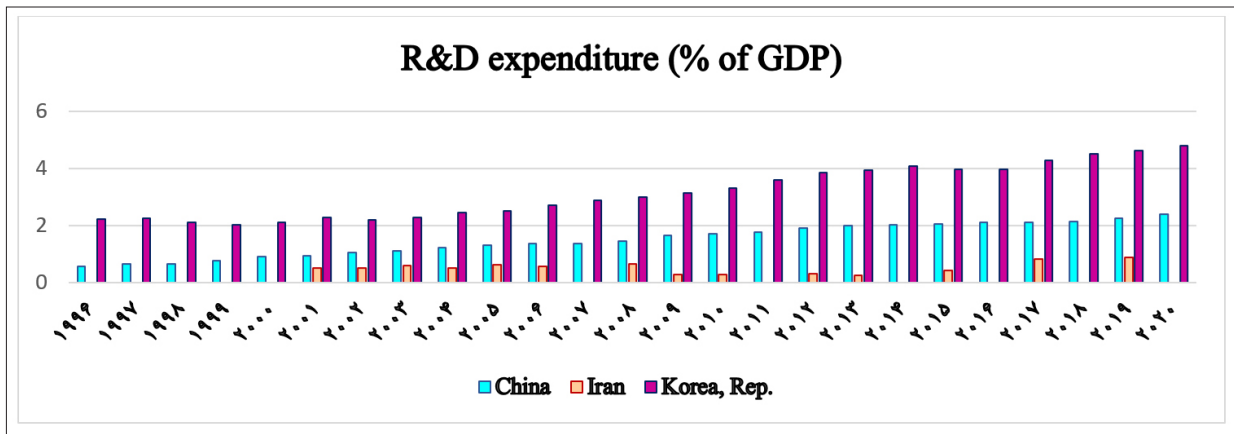
قابلیت‌های سازمانی: به رویه‌های کسب‌وکار، فرآیندها و فرهنگ سازمانی اشاره دارند. شناسایی شایستگی‌ها یا قابلیت‌های اصلی می‌تواند در تشخیص اینکه چه چیزی بیشتر به ارزش مشتری کمک می‌کند و کدام بخش‌های بازار را هدف قرار می‌دهد، مفید باشد. یک شرکت باید تجزیه و تحلیل کند که کدام منابع و قابلیت‌ها در ایجاد مزیت رقابتی پایدار برای حضور شرکت در بازارهای جهانی مهم هستند. همچنین باید نقاط قوت و ضعف خود را با توجه به رقبای خود شناسایی کند. شرکت باید اطمینان حاصل کند که تمام منابع و قابلیت‌ها به‌طور کامل مورد استفاده و بهره‌برداری قرار می‌گیرند. باید بر بازسازی منابع ارزشمند و ایجاد شایستگی‌ها تمرکز کند. در یک محیط خارجی که به‌سرعت در حال تغییر است، تمرکز بر منابع و قابلیت‌های داخلی امن‌تر از تمرکز بر بازار است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که ارتقاء دانش و قابلیت‌ها،

33 Wilmore

34 Ramstetter

35 Van Dijk



کارکنان را افزایش می‌دهد (نورونی^{۳۸}، ۲۰۱۷). راهی که دولت‌ها و سازمان‌ها می‌توانند به توسعه سرمایه انسانی کمک کنند، ارائه ابتکاراتی مانند برنامه‌های آموزشی، مربی‌گری و کارگاه‌های آموزشی با هدف ارتقای سطح دانش و مهارت در کارگران است. همچنین، به کارگران این امکان را می‌دهد که از یک شغل به شغل دیگر تغییر کنند و در عین حال آن‌ها را در برابر تغییرات در محل کار انعطاف‌پذیرتر می‌کند. یک مثال برای سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی، افزایش هزینه‌های دولت برای تحقیق و توسعه است. بهبود تحقیقات پایه در دانشگاه‌ها از طریق بهبود بودجه دولتی می‌تواند سطح نوآوری‌ها و فناوری‌های جدید تولید شده توسط کشوری را که آن را در مسیر تبدیل شدن به یک اقتصاد مبتنی بر دانش قرار می‌دهد، تا حد زیادی بهبود بخشد. ایران در مقایسه با سایر کشورها درصد کمی از تولید ناخالص داخلی خود را صرف تحقیق و توسعه می‌کند و این امر ایجاد نوآوری‌ها و فناوری‌های جدید را محدود می‌کند.

با وجود اهمیت تحقیق و توسعه در رشد و توسعه اقتصادی کشورها، میزان این هزینه‌ها در ایران برای سال ۲۰۱۹ کمتر از یک درصد از تولید ناخالص کشور است. بودجه تحقیق و توسعه ایران در سال ۲۰۱۹ برابر ۰/۸۸ درصد تولید ناخالص داخلی و در سال ۲۰۱۷ برابر ۰/۸۳ درصد بوده، در حالی که میانگین جهانی این بودجه در همان سال در بین ۹۰ کشور جهان، ۱/۰۵ درصد اعلام شده است. چین در سال ۲۰۲۱، با صرف ۶۲۱ میلیارد دلار، بیشترین هزینه را برای تحقیق و توسعه صرف کرده است و قصد دارد که تا سال ۲۰۵۰ به رهبر جهانی در علم و نوآوری و برخی صنایع با فناوری پیشرفته مانند رباتیک، تجهیزات هوافضا و تجهیزات پزشکی تبدیل شود. سهم هزینه‌های تحقیق و توسعه از تولید ناخالص داخلی چین در سال ۲۰۲۰، برابر ۲/۴۰ درصد می‌باشد. کره جنوبی نیز ۴/۸۱ درصد از تولید ناخالص داخلی خود را صرف تحقیق و توسعه کرده است.

کشورها در صورتی می‌توانند در عرصه جهانی رقابت کنند که بودجه بیشتری را برای تحقیق و توسعه اختصاص دهند. به همین دلیل، ایران از زمان تدوین برنامه سوم توسعه در

فعالیت‌های دانش‌بنیان در اقتصاد منجر به افزایش سریع پیشرفت‌های فنی و علمی می‌شود که به کشور مزیت رقابتی نسبت به سایر کشورها می‌دهد.

دانش برای ملت‌ها بسیار مهم شده است زیرا دانش اکنون به‌عنوان عاملی مسئول افزایش بهره‌وری، استاندارد زندگی و رشد اقتصادی در یک اقتصاد شناخته می‌شود. توسعه دانش در یک جامعه مستلزم تعامل نزدیک بین دولت، دانشگاه، بخش خصوصی، چارچوب‌ها یا سیاست‌های نظارتی و مردم است. دولت نقش مهمی در اقتصادهای دانش‌محور ایفا می‌کند، زیرا آن‌ها مسئول ارائه یک چارچوب نظارتی هستند. سازمان‌ها و شرکت‌ها بودجه زیادی را صرف ایجاد کالاها و خدمات فکری و همچنین نوآوری‌ها و فناوری‌های جدید می‌کنند. برای محافظت از این نوآوری‌ها و فناوری‌های جدید و اطمینان از دریافت غرامت برای سازندگان آن، دولت‌ها باید مکانیسم‌هایی مانند حقوق مالکیت معنوی را به‌عنوان بخشی از چارچوب نظارتی خود برای محافظت از شرکت‌ها در صنعت فناوری اطلاعات خود ایجاد کنند (فانگ، لرنر و وو^{۳۶}، ۲۰۱۷).

در واقع، اقتصاد دانش به‌عنوان آخرین مرحله از توسعه در بازسازی اقتصاد جهانی تلقی می‌شود. به این معنی که اقتصادهای جهان در سیر تکاملی خود، ابتدا با اقتصاد کشاورزی آغاز شده و سپس به اقتصاد صنعتی یا تولیدی و در نهایت به اقتصادهای پسا صنعتی یا اقتصادهای تولید انبوه تبدیل شده‌اند. اقتصاد دانش به‌عنوان آخرین مرحله در این تکامل به‌عنوان نوآوری در نظر گرفته می‌شود و سرمایه انسانی بسیار ماهر محرک‌های اصلی این نوع اقتصاد هستند (اجدیس، اوستینوویچوس، و استانکویچینه^{۳۷}، ۲۰۱۵).

ویژگی‌های اصلی اقتصاد دانش‌بنیان

یکی از ویژگی‌های اقتصاد دانش‌بنیان، سرمایه‌گذاری در توسعه سرمایه انسانی یک ملت است. مطالعات نشان داده‌اند که بهبود سرمایه انسانی، بهره‌وری و همچنین ظرفیت نوآوری

سال ۱۳۷۴ تا امروز، هر دوره سهمی را برای تحقیق و توسعه در نظر گرفته است. سهم بودجه تحقیق و توسعه در برنامه سوم ۱۰ درصد از تولید ناخالص کشور پیش‌بینی شده بود. این برنامه که در سال ۱۳۷۴ تدوین شده بود، قصد داشت بودجه تحقیق و توسعه کشور را تا سال ۱۳۸۷ به سهم یک درصدی در بخش دولتی و نیم درصدی در بخش غیردولتی برساند. سهم تحقیق و توسعه از تولید ناخالص داخلی ایران در برنامه‌های چهارم، پنجم و ششم به ترتیب سه، چهار و پنج درصد پیش‌بینی می‌شد، در حالی که کشور هنوز به هدف‌گذاری ۲۰ سال پیش خود هم نرسیده است. بنابراین می‌توان بیان کرد که سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تحقیق و توسعه از جمله مهم‌ترین عوامل مؤثر بر ایجاد نوآوری است. فعالیت‌های تحقیق و توسعه از طریق به‌کارگیری سرمایه‌های دانشی بستر را برای بهبود کیفیت و تنوع محصولات، کاهش هزینه‌های تمام‌شده و به تبع آن افزایش قدرت رقابت‌پذیری در بازارهای بین‌المللی، رشد صادرات و ثبات بیشتر در آن را فراهم می‌کند.

یکی دیگر از ویژگی‌های مهم اقتصاد دانش‌بنیان، سرمایه‌گذاری در نظام آموزشی کشور در تمامی سطوح است. آموزش برای یک اقتصاد مهم است زیرا مرکز دانش است و کیفیت سرمایه انسانی تا حد زیادی به کیفیت سیستم آموزشی یک کشور بستگی دارد. بهبود سیستم آموزشی یک کشور مانند بهبود عواملی که شامل نسبت معلم به دانش‌آموز می‌شود، می‌تواند کیفیت آموزش در یافتی دانش‌آموزان را تا حد زیادی بهبود بخشد.

دسترسی به منابع مالی برای شرکت‌های نوپا یکی دیگر از جنبه‌های مهم اقتصادهای دانش‌بنیان است. شرکت‌های فناوری بخش مهمی از اقتصادهای دانش‌بنیان هستند و شرکت‌های فناوری جدید نیازمند حمایت غیرمالی و همچنین تأمین مالی هستند. به عنوان مثال، دره سیلیکون در ایالات متحده است که هم بودجه داخلی و هم خارجی را از کشورهای دیگر دریافت می‌کند. در نتیجه، از طریق این بودجه، بسیاری از شرکت‌ها و اکتشافات فناوری بزرگ پدید آمده‌اند. ثبات اقتصادی یکی دیگر از ویژگی‌های اقتصاد مبتنی بر دانش است و این به دلیل تنوع اقتصادی است زیرا صنایع مختلفی وجود دارد که به تولید ناخالص داخلی کشورها کمک می‌کنند (حداد، ۲۰۱۷). در مقابل، اقتصادهای مبتنی بر منابع به یک یا چند کالا وابسته هستند که اقتصاد کشور را در معرض تهدیدات داخلی و خارجی مانند افزایش قیمت کالاها قرار می‌دهد. یکی دیگر از دلایل پایداری اقتصاد مبتنی بر دانش این است که شرکت‌ها به سیستم‌های مختلف حمایتی دولتی دسترسی دارند که به آن‌ها اجازه رشد و گسترش می‌دهد. یکی از ویژگی‌های اقتصاد دانش‌بنیان، افزایش تعداد مشاغل با مهارت بالا و پردرآمد، به‌ویژه در صنعت فناوری اطلاعات است. یک روند رایج که در سراسر جهان مورد توجه قرار گرفته است، کاهش تعداد مشاغل کم مهارت یا دستمزد کم است زیرا شرکت‌های بیشتری از فناوری برای جایگزینی این نوع کارگران استفاده می‌کنند. با این

دانش برای ملت‌ها بسیار مهم شده است زیرا دانش اکنون به عنوان عاملی مسئول افزایش بهره‌وری، استاندارد زندگی و رشد اقتصادی در یک اقتصاد شناخته می‌شود. توسعه دانش در یک جامعه مستلزم تعامل نزدیک بین دولت، دانشگاه، بخش خصوصی، چارچوب‌ها یا سیاست‌های نظارتی و مردم است.

حال، نیاز به کارگران بسیار ماهر در هر دو بخش خصوصی و دولتی به شدت افزایش یافته است زیرا دانش به‌طور مستقیم با افزایش بهره‌وری در هر دو بخش مرتبط است. زیرساخت‌های کافی یکی دیگر از جنبه‌های مهم اقتصاد دانش‌بنیان است. با توجه به جهانی شدن، فناوری ارتباطات به جنبه مهمی از اقتصادهای دانش‌بنیان تبدیل شده است و اطمینان از دسترسی شهروندان به ابزارهای ارتباطی مانند اینترنت و تلفن ثابت یا همراه برای دولت‌ها مهم است.

ویژگی نهایی اقتصاد مبتنی بر دانش، یک سیستم مالی قوی است که امکان جابجایی آسان یک منبع مالی مانند سرمایه‌گذاری در اقتصاد را فراهم می‌کند. همچنین، سیستم مالی باید نیازهای سرمایه استارت‌آپ‌ها و همچنین ساختار پروژه‌های توسعه‌ای با هدف جذب سرمایه‌گذاران جدید را تأمین کند.

دلایل حرکت به سمت اقتصاد دانش‌بنیان

کشورها باید به اقتصادهای دانش‌بنیان حرکت کنند، به‌ویژه ایران که یک اقتصاد وابسته به نفت است. زیرا این یک مدل اقتصادی پایدارتر در بلندمدت است. یکی از مزیت‌های عمده اقتصاد دانش‌بنیان این است که مشکل نابرابری را در یک ملت کاهش می‌دهد، زیرا کارگران محدود به دستمزدهای پایین نبوده و می‌توانند از طریق توسعه سرمایه انسانی و افزایش مهارت‌های خود، دستمزد بالاتری دریافت کنند. اقتصاد مبتنی بر دانش فرصت‌های زیادی را برای رشد اقتصادی پایدار ارائه می‌دهد، زیرا بهبود نوآوری‌ها و فناوری در نتیجه سرمایه انسانی ماهرتر، امکان رشد بخش‌های با فناوری پیشرفته مانند تولید الکترونیک، مهندسی نرم‌افزار، خدماتی مانند بانکداری، امور مالی و مخابرات را فراهم می‌کند. ضرورت دیگری که ایجاب می‌کند تا جامعه یک اقتصاد مبتنی بر دانش داشته باشد، این است که اقتصاد جهان به‌طور فزاینده‌ای از طریق جهانی شدن یکپارچه می‌شود. به این ترتیب، دانش به بخش مهمی از این اقتصاد جهانی تبدیل شده است زیرا به جریان کالاها، خدمات و اطلاعات بین کشورها کمک می‌کند. همچنین، اقتصادهای سراسر جهان باید انعطاف‌پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند زیرا شرایط بازار در سراسر جهان دائماً در حال تغییر است.

ایران می‌تواند با تبدیل شدن به یک اقتصاد مبتنی بر دانش، مشکل اساسی کشور را حل کند. چرا که از این طریق، اقتصاد مبتنی بر دانش، اندازه بخش خصوصی را افزایش داده و به فارغ‌التحصیلان امکان می‌دهد فرصت‌های شغلی در زمینه‌های مختلف پیدا کنند. همچنین ایران می‌تواند از طریق دانش‌بنیان کردن اقتصاد خود، نوآوری‌های بیشتری را در مناسبات تولیدی و اجتماعی خود فراهم کند. بازار جهانی نوآوری‌ها که از طریق مکانیسم‌هایی مانند حقوق مالکیت معنوی (IPR) تنظیم می‌شود، با افزایش تقاضا برای کالاهای فکری مانند نرم‌افزار رایانه‌ای، دائماً در حال افزایش است. با این حال، ایران مشارکت ناچیزی در خلق





چالش‌هایی که ایران با آن مواجه است، نرخ بالای بیکاری زنان است. بنابراین ارائه آموزش ICT راه‌کاری برای افزایش فرصت‌های شغلی زنان می‌باشد.

سیاست تأمین بودجه برای استفاده از ابزارهای ICT در آموزش مانند رایانه‌های شخصی، تبلت یا برنامه‌های یادگیری آنلاین، سیاستی است که دسترسی به دانش را بهبود می‌بخشد. معرفی برنامه‌های کاربردی کامپیوتری برای مدیریت سیستم‌های عملیاتی مختلف در بخش تجاری نیز گام دیگری در تبدیل کشور به یک اقتصاد دانش‌بنیان است.

نتیجه‌گیری

بدیهی است که اتخاذ یک اقتصاد مبتنی بر دانش توسط کشورها مهم است، زیرا امکان رشد اقتصادی پایدار را از طریق تنوع فراهم می‌کند. اقتصاد دانش‌بنیان اقتصادی است که بیشتر به توانمندی‌های فکری خود متکی است تا منابع طبیعی یا نهاده‌های فیزیکی. به این ترتیب، اقتصادهای مبتنی بر دانش کمتر در معرض تهدیدات داخلی و خارجی مانند تغییرات قیمت‌ها و نوسانات ارزی هستند، زیرا دارای سطوح بالاتری از سازگاری و انعطاف‌پذیری هستند. از ویژگی‌های اصلی اقتصاد دانش‌بنیان، افزایش سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی، آموزش و دسترسی به منابع مالی برای شرکت‌های فناور است. یکی دیگر از ویژگی‌ها، میزان تقاضای بالا برای کارگران با مهارت بالا (کارگران ماهر) است. بنابراین تبدیل شدن به اقتصاد دانش‌محور و تولید بر اساس تکنولوژی روز دنیا سبب خواهد شد تا میزان صادرات غیرنفتی کشور با رشد چشمگیری مواجه شود، چرا که از خام فروشی و یا ایجاد ارزش افزوده پایین جلوگیری نموده و مسیر برندسازی تولیدکنندگان و مطرح شدن در سطح بین‌المللی برای آنان را هموار کند. در مجموع می‌توان بیان کرد که عوامل متعددی بر توسعه صادرات متکی بر فناوری‌های بالا تأثیر می‌گذارند که از آن جمله می‌توان به میزان نوآوری، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، نیروی کار متخصص (سرمایه انسانی) و شرایط اقتصادی از قبیل رشد اقتصادی، تولید ناخالص داخلی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، درجه باز بودن اقتصاد و نوسانات نرخ ارز اشاره کرد.

این نوآوری‌ها دارد و تغییر به اقتصاد مبتنی بر دانش به کشور اجازه می‌دهد تا سهم خود را در این بازارها توسعه دهد. به این ترتیب، یکی از جنبه‌های اصلی اقتصاد مبتنی بر دانش، تقویت پیوند بین آموزش عالی و بازار کار است و بنابراین انتقال از مدرسه به کار را بهبود می‌بخشد. در نتیجه، این امر بازار کار را تقویت می‌کند و به آن امکان می‌دهد هرگونه افزایش جمعیت را جذب کند و در عین حال درآمدی را به شکل مالیات بر درآمد برای دولت فراهم کند. هزینه بالای نوآوری دلیل دیگری است که چرا کشورهایی مانند ایران مایلند به اقتصادهای دانش‌بنیان تبدیل شوند تا بتوانند به جای وابستگی به سایر کشورها، فناوری خود را تولید کنند. نوآوری به سرعت در حال تبدیل شدن به بخشی جدایی‌ناپذیر از رشد اقتصادی است، زیرا تقریباً همه صنایع از جمله صنایع اولیه و ثانویه مانند کشاورزی و تولیدی برای تداوم خود در یک فضای رقابتی و برای داشتن کارآمدی و سودآوری بیشتر به نوآوری‌ها و فناوری‌های جدید متکی هستند. نمونه‌ای از هزینه بالای نوآوری‌ها و فناوری‌های جدید در ایران، هزینه‌هایی زیادی است که این کشور صرف تجهیزات و ماشین‌آلات در صنایع مختلف از جمله تجهیزات نفتی، دارویی، تولید مس و سایر معادن می‌کند و به دلیل قرار گرفتن در شرایط تحریمی در بسیاری از مواقع امکان وارد کردن این‌ها میسر نبوده و تداوم تولید حتی در صنایع و معادن مزیت‌دار با مشکلات جدی مواجه است.

راه کارهای دانش بنیان شدن

ایران، برای تغییر از اقتصاد مبتنی بر منابع به اقتصاد مبتنی بر دانش بایستی اقداماتی از قبیل افزایش هزینه‌های تحقیق و توسعه، توسعه سرمایه انسانی و کاهش بیکاری انجام دهد. یکی از جنبه‌های مهم تحقق اهداف اقتصاد دانش‌بنیان، تأمین مالی استارت‌آپ‌ها است. تأمین مالی استارت‌آپ‌ها برای ارتقای سطح کارآفرینی فن‌آوری در کشور با ارائه دسترسی به منابع مالی ضروری است. همچنین، دولت می‌تواند از طریق حمایت‌های غیرمالی مانند فراهم کردن فضای کار یا آموزش به رفع برخی از چالش‌هایی که رشد استارت‌آپ‌ها را محدود می‌کند، کمک کند. با وجود سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها، یکی از نگرانی‌های اصلی ایران، برای تبدیل از اقتصاد مبتنی بر منابع به اقتصاد مبتنی بر دانش، عدم سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه است. یکی دیگر از جنبه‌های مهم اقتصاد دانش‌بنیان، بهبود مشارکت بین بخش دولتی و خصوصی است. ارتقاء سهم بخش خصوصی در دانش بنیان شدن اقتصاد نقش کلیدی دارد. همچنین بهبود زیرساخت‌ها راه‌کار دیگری است که دولت بایستی برای تحریک رشد بخش خصوصی مورد توجه قرار دهد. به عنوان مثال، دولت برای تبدیل شدن به یک اقتصاد مبتنی بر دانش بایستی سیاست‌های جدیدی را در ارتباط با فناوری اطلاعات و ارتباطات برنامه‌ریزی کند. با توسعه منابع انسانی، دولت آموزش‌های اولیه فناوری اطلاعات و ارتباطات را برای افراد جامعه فراهم کند. یکی از

کشورها باید به اقتصادهای دانش بنیان حرکت کنند، به ویژه ایران که یک اقتصاد وابسته به نفت است، زیرا این یک مدل اقتصادی پایدارتر در بلندمدت است. یکی از مزیت‌های عمده اقتصاد دانش بنیان این است که مشکل نابرابری را در یک ملت کاهش می‌دهد، زیرا کارگران محدود به دستمزدهای پایین نبوده و می‌توانند از طریق توسعه سرمایه انسانی و افزایش مهارت‌های خود، دستمزد بالاتری دریافت کنند.

دیدگاه

نشریه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز
همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی - آبان ۱۴۰۱

افزایش صادرات، هدف منطقه‌ی آزاد ارس



تخته و امدی اف، محصولات آرایشی و بهداشتی، قیر نفت و هیدروکربن سبک و سنگین و ... است که به ترکیه، فدراسیون روسیه، آذربایجان، گرجستان، عراق، ارمنستان، مراکش، قزاقستان و ترکمنستان صادر می‌شود.

اهداف مدیران ارس برای نقش آفرینی موثر در اقتصاد کشور و تحقق تراز تجاری مثبت ۱۴۴ میلیون دلاری و صادرات غیر نفتی ۲۳۵ میلیون دلاری در نیمه‌ی اول امسال برای تیم مدیریتی جدید این منطقه‌ی آزاد قانع‌کننده نبوده و برای افزایش صادرات هدفگذاری شده است.

اقتصاد دانش بنیان که به‌عنوان یکی از خطوط اصلی تحقق اقتصاد مقاومتی طی دهه‌های اخیر مورد تأکید و توجه قرار گرفته است، یکی دیگر از برنامه‌های مورد توجه مدیریت ارس است. تکمیل زیست بوم دانش بنیان منطقه آزاد ارس با استقرار مرکز رشد ارس، صندوق پژوهش و فناوری ارس، مرکز نوآوری و همچنین شتاب‌دهنده‌های تخصصی حوزه‌ی کشاورزی، برنامه‌ریزی برای ایجاد کارخانه‌ی نوآوری و خانه‌ی خلاق و فعالیت ۵۷ شرکت دانش بنیان و فناور در ارس بخشی از اقدامات این منطقه آزاد در راستای حرکت در مسیر اقتصاد دانش بنیان است.

برنامه‌های توسعه‌ی اقتصاد کشور طی سال‌های گذشته در راستای پاکسازی درآمدهای صادراتی از نفت تدوین و عملیاتی شده است. ارس به‌عنوان یکی از مناطق آزاد پویای کشورمان علیرغم بی‌مهری‌ها در اجرای قانون چگونگی اداره‌ی مناطق آزاد و همچنین تحریم‌ها، موفقیت‌های خوبی در عرصه‌ی تولید و صادرات و اشتغال‌زایی داشته است.

منطقه‌ی آزاد ارس همسو با سیاست‌های دولت سیزدهم توسعه‌ی دیپلماسی اقتصادی و تجارت منطقه‌ای را در پیش گرفته است. این منطقه‌ی آزاد که در نقطه‌ی صفر مرزی شمال غرب کشور و هم‌مرز با کشورهای ارمنستان، آذربایجان و جمهوری خودمختار نخجوان قرار داشته و به دلیل پیشینه‌ی تاریخی در تجارت و همچنین موفقیت‌های قابل توجه در توسعه‌ی زیرساخت‌های ضروری برای جذب سرمایه‌گذاران ایرانی و خارجی، گام‌های موثر و کم‌نظیری در تولید و صادرات غیر نفتی برداشته است.

عمده تولیدات صادرات‌محور ارس در زمینه‌ی محصولات گلخانه‌ای، شمش فولادی و آلومینیومی، خشکبار، کیسه‌ی رول پلاستیکی و پروپیلن، جامبوبگ، نخ تک رشته پروپیلن چتابی،



اهداف مدیران ارس
برای نقش آفرینی
موثر در اقتصاد
کشور و تحقق تراز
تجاری مثبت ۱۴۴
میلیون دلاری و
صادرات غیر نفتی
۲۳۵ میلیون دلاری
در نیمه‌ی اول
امسال برای تیم
مدیریتی جدید
این منطقه‌ی آزاد
قانع‌کننده نبوده
و برای افزایش
صادرات هدفگذاری
شده است.

نمایشگاه‌های بین‌المللی، مهمترین و پرتیرین صادرات کالاهای ایرانی



کشورمان با کشورهای منطقه در کمرونق شدن این اتفاقات عنوان کرد: این امر تأثیر بسیار زیادی داشته به طوری که پاسخ ما را به‌سختی می‌دهند، اجازه‌ی حضور در نمایشگاه‌های خود را به ما نمی‌دهند، حتی بعضی مواقع اجازه‌ی ورود ایرانی به سالن را نمی‌دهند.

وی درباره‌ی بخش عمرانی نمایشگاه اظهار داشت: هر ساله زیباسازی و تعمیرات کلی و رسیدگی لازم را انجام می‌دهیم تا به صورت سالانه شاهد بهبود ظاهر نمایشگاه بین‌المللی تبریز باشیم.

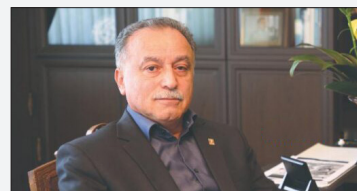
مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی تبریز در پایان با بیان اینکه اتاق‌های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سراسر کشور می‌توانند نقش مهمی در توسعه‌ی صادرات غیرنفتی بازی کنند، عنوان کرد: باید اتاق‌های بازرگانی کل کشور همت به خرج داده و اقتصاد را از سیاست جدا کنند. همچنین اتاق‌ها باید حضور تجار خارجی را در نمایشگاه‌های ایرانی آسان کنند و تصمیماتی اتخاذ کنند که بتواند در نهایت موانع اقتصادی را برطرف کند.

حبیب ماهوتی، برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی را مهم‌ترین عامل در معرفی و افزایش صادرات کالاهای ایرانی دانست.

مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی تبریز درباره‌ی تأثیرات برگزاری نمایشگاه‌ها بر صادرات غیرنفتی عنوان کرد: مهم‌ترین تأثیر این نمایشگاه بر صادرات کالاهای ایرانی است؛ حالا چه نفتی و چه غیرنفتی. کالاهای نفتی کلان به هیچ نمایشگاهی مربوط نمی‌شوند اما نفتی‌های خرده‌ریز در نمایشگاه‌ها حضور می‌یابند. با توجه به وضعیت اقتصادی و سیاسی کشور استقبال کشورهای منطقه از این نمایشگاه‌ها نسبت به سال‌های قبل بسیار کمتر شده است.

ماهوتی ادامه داد: برخی صادرکنندگان با توجه به سوابقی که دارند از این طریق می‌توانند صادراتی انجام دهند. همچنین صادرات صنعت و معدن و ... به‌شدت رو به افول بوده است.

وی خاطرنشان کرد: متأسفانه نقش نمایشگاه‌ها بیشتر داخلی شده و در نمایشگاه‌های خارج از کشور فقط نماینده‌ها حضور پیدا می‌کنند. رئیس نمایشگاه تبریز درباره‌ی تأثیر ارتباط



اتاق‌های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی سراسر کشور می‌توانند نقش مهمی در توسعه‌ی صادرات غیرنفتی بازی کنند. باید اتاق‌های بازرگانی کل کشور همت به خرج داده و اقتصاد را از سیاست جدا کنند. همچنین اتاق‌ها باید حضور تجار خارجی را در نمایشگاه‌های ایرانی آسان کنند.



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز



بیست و پنجمین

همایش ملی توسعه

صادرات غیر نفتی کشور






The 25th

National Conference on
NON-OIL
EXPORT

Development Tabriz- IRAN
November 20, 2019

تبریز: سالن کنفرانس
مصلی امام خمینی (ره)
۲۹ آبان ماه ۱۳۹۸
چهارشنبه ساعت ۸/۳۰ صبح

با محوریت:

- راهکارهای بهبود فضای کسب و کار برای رونق تولید و توسعه صادرات
- حضور در بازارهای جهانی

تبریز ۲۹ آبان ۱۳۹۸



شهرداری کاشان/تبریز



شهرداری مشهد/تبریز



دانشگاه تبریز



دولت صنعت و تجارت



دولت صنعت و تجارت



آراوتنا



آرس تارلا امیر



آذر فولاد امین



afa



Amirnia



Shirak Asal



Simcat



TCI



OFMANN



OFMANN



OFMANN

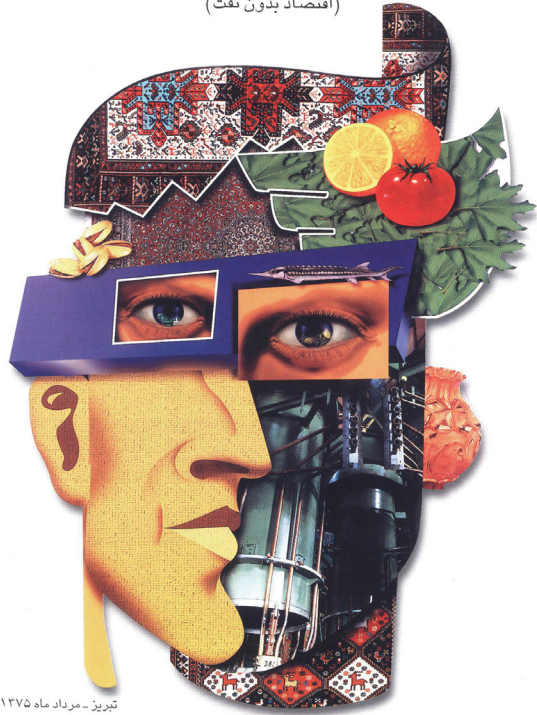


OFMANN

۲۵ دوره همایش ملی توسعه‌ی صادرات غیرنفتی

دومین سمینار صادرات

(اقتصاد بدون نفت)



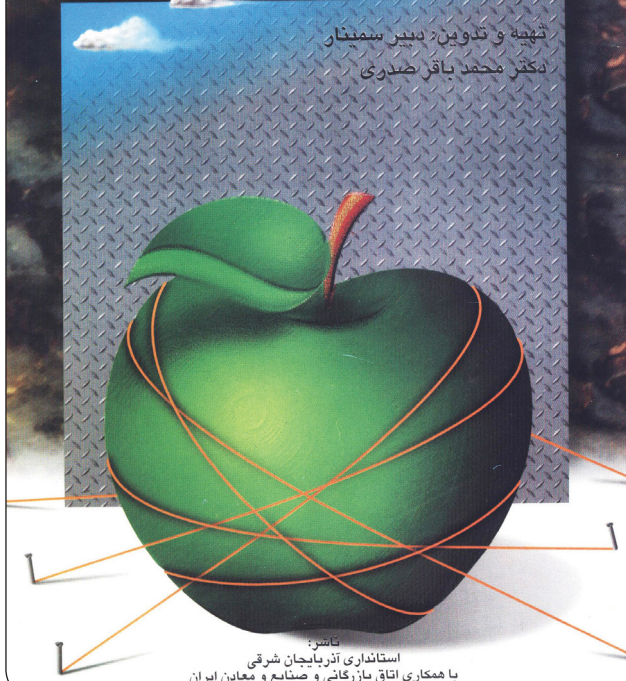
تبریز - مرداد ماه ۱۳۷۵
استانداری آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز

سمینار صادرات

بررسی مشکلات و تدوین نظام صادراتی کشور

تبریز - مرداد ماه ۱۳۷۴

تهیه و تدوین: دبیر سمینار
دکتر محمد باقر صدیقی



تاسو:
استانداری آذربایجان شرقی
با همکاری اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

چهارمین همایش توسعه صادرات غیر نفتی کشور



استانداری آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز
با همکاری دانشگاه تبریز

سومین همایش صادرات کشور

تحلیل سیاست های صادراتی

تبریز - ۲۱ و ۲۲ مرداد ماه ۱۳۷۶



استانداری آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز
با همکاری دانشگاه تبریز

سرمایه گذاری،
تولید،
صادرات

ششمین
همایش
توسعه غیر نفتی
صادرات
کشور

The 6th
National Conference on
Non-Oil Export Promotion
& Development

تبریز ۲۲ و ۲۳ مرداد ماه ۱۳۷۹
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز
12-13 August 2000 Tabriz - Iran

پنجمین همایش توسعه صادرات غیر نفتی کشور
۲۱ - ۲۲ مردادماه ۷۸ اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران - تبریز
اصلاح ساختار اقتصادی و نقش آن در توسعه صادرات
The 5th National Conference on Non-Oil Export Promotion & Development
12-13 August 1399 Tabriz - IRAN

برگزار کنندگان
استادفای آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن
اداره کل بازرگانی و کمیته صادرات استان
بانک تجارت - بانک قیسمه صادرات ایران
پایگاه ملی دانشگاه تبریز

اتاق بازرگان و صنایع و معادن تبریز
TABRIZ CHAMBER OF COMMERCE
INDUSTRIES AND MINES

اتاق تجارت شرف ۱۳۸۹

هشتمین همایش توسعه صادرات غیر نفتی کشور
برنامه سوم رقابتی شدن اقتصاد کشور
۲۰-۲۱ مهرماه ۸۱ تبریز

The 8th National Conference
on Non-Oil Export Development
12-13 Oct. 2002 IRAN-Tabriz

موضوع همایشها
۱- بررسی مشکلات و تدوین نظام صادراتی کشور
۲- اقتصادپایون نفت
۳- تحلیل سیاست های صادراتی
۴- بررسی قوانین و مقررات آیین نامه های صادراتی
۵- اصلاح ساختار اقتصادی و نقش آن در توسعه صادراتی
۶- سرمایه گذاری- تولید- صادرات
۷- برنامه سوم و توسعه صادرات
۸- برنامه سوم و صادراتی

برگزار کنندگان:
استادفای آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز
سازمان بازرگانی و صادرات غیرنفتی
پایگاه ملی دانشگاه تبریز

هفتمین همایش
توسعه صادرات غیر نفتی
(برنامه سوم و توسعه صادرات)
۲۱-۲۲ مهر ماه ۸۰ اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران - تبریز

The 7th National Conference on
Non-Oil Export Promotion & Development
13-14 October 2001 Tabriz - IRAN

برگزار کنندگان
استادفای آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز
اداره کل بازرگانی و کمیته صادرات استان
پایگاه ملی دانشگاه تبریز

ABRIR CHAMBER OF COMMERCE
INDUSTRIES AND MINING

دهمین همایش ملی توسعه صادرات غیر نفتی کشور
The 10th National Conference on Non-Oil Export Development
12-14 October 2004 Tabriz-Iran

تولید، توسعه و صادرات غیر نفتی

محوریت همایش‌های برگزار شده:

- بررسی مشکلات و پیشنهاد تدوین نظام صادراتی
- اقتصاد بدون نفت
- تحلیل سیاست صادراتی
- بررسی قوانین و مقررات و آئین نامه‌های صادراتی
- اصلاح ساختار اقتصادی و نقش آن در توسعه صادرات
- سرمایه گذاری، تولید، صادرات
- برنامه سوم و توسعه صادرات
- برنامه سوم رفاهیتی شدن اقتصاد کشور
- جایگاه تولید و صادرات در برنامه‌های توسعه

برگزار کنندگان:
استانداری آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز
سازمان بازرگانی استان آذربایجان شرقی
و با همکاری دانشگاه‌های استان

۲۲-۲۳ مهرماه ۸۳
ایران - تبریز

نهمین همایش توسعه صادرات غیر نفتی کشور
جایگاه تولید و صادرات در برنامه‌های توسعه
The 9th National Conference on Non-Oil Export Promotion & Development

مجموعه مقالات توسعه صادراتی‌ها

دوازدهمین
همایش ملی توسعه
صادرات غیر نفتی کشور
با محوریت
تدوین استراتژی توسعه صادرات
زمان: ۲۱ و ۲۲ مرداد ۸۵
The 12th National Conference on Non - Oil Export Development
12-13 Aug 2006 - TABRIZ - IRAN

برگزار کنندگان:

- استانداری آذربایجان شرقی
- اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز
- سازمان بازرگانی استان آذربایجان شرقی
- سازمان صنایع و معادن استان آذربایجان شرقی
- و با همکاری دانشگاه‌های تبریز

یازدهمین
همایش ملی
توسعه صادرات غیر نفتی کشور
The 11th National Conference on Non - Oil Export Development
28 - 29 sep 2005 TABRIZ - IRAN

با محوریت:
صادرات در نگاهی به برنامه چهارم و چشم انداز بیست ساله

زمان: ۶ و ۷ مهر ماه ۱۳۸۴

مکان: تبریز - اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز

برگزار کنندگان: استانداری آذربایجان شرقی، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز، سازمان بازرگانی استان آذربایجان شرقی، سازمان صنایع و معادن استان آذربایجان شرقی و با همکاری دانشگاه‌های تبریز



چهاردهمین همایش ملی توسعه صادرات غیر نفتی کشور با محوریت

تغییر و تحول در ساختارهای اقتصادی و
تغش آن در توسعه صادرات غیر نفتی

زمان: ۲۴ و ۲۵ مهر ۸۷

The 14 th National Conference
on Non - Oil Export Development
15-16 Oct 2008 - TABRIZ - IRAN

برگزار کنندگان:

- استانداری آذربایجان شرقی
- اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز
- سازمان بازرگانی استان آذربایجان شرقی
- سازمان صنایع و معادن استان آذربایجان شرقی
- و با همکاری دانشگاههای تبریز

وزارت بازرگانی و صنایع و معادن
توسعه صادرات غیرنفتی

معاونت توسعه تجارت و بازرگانی
معاونت توسعه صادرات غیرنفتی

سیزدهمین نمایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور

The 13th National Conference on Non-Oil Export Development

تاریخ: ۱۳ تا ۱۵ شهریور ۱۳۸۱ مکان: اتاق بازرگانی و صنایع و معادن - تبریز
مکان: تبریز، خیابان ارتش شمالی، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن - تبریز
کد پستی: ۵۱۳۴۹-۵۱۳۵۱ تلفن: ۰۲۱۱-۵۲۲۱۱۹ ، فاکس: ۰۲۱۱-۵۲۲۱۱۶
پست الکترونیک: info@nonoil.ir ، www.nonoil.ir

صادرات = افزایش اشتغال، کاهش بیکاری

بازارها

بازارها

صادرات غیر نفتی

شانزدهمین
همایش ملی توسعه
تجارت

16th National Conference on
Non-oil
Export Development
Tabriz - Iran

استادای آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن آذربایجان شرقی - تبریز
سلام بازرگانی استان آذربایجان شرقی
و با همکاری دانشگاههای تبریز

برای اطلاعات:

پانزدهمین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور

The 15th National Conference On - Non - Oil Export Development

باسمیریت

بحران مالی جهانی و صادرات غیرنفتی ایران

یوزگار کنندگان :
استاداری آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز
سازمان بازرگانی استان آذربایجان شرقی
سازمان صنایع و معادن استان آذربایجان شرقی
و با همکاری دانشگاه های تبریز

زمان: ۱۳ و ۱۴ آبان ماه ۱۳۸۸
مکان : اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز
ایران - تبریز

4 - 5 November 2009 - Tabriz - Iran

هجدهمین همایش ملی
توسعه صادرات غیر نفتی کشور

تبریز - ۱۹ و ۲۰ مهرماه ۱۳۹۱




تولید ملی
حمایت از
کار و
سرمایه ایرانی

The 18th National Conference on
NON-OIL EXPORT
Development Tabriz-IRAN
10-11 Oct. 2012

برگزار کنندگان:
استانداری آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز
سازمان صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجان شرقی
منطقه آزاد صنعتی - تجاری ارس
با همکاری دانشگاه های تبریز



هجدهمین همایش ملی
توسعه صادرات غیر نفتی کشور

با محوریت:
جهاد اقتصادی و تاثیر آن در صادرات غیر نفتی

زمان و مکان
۱۱-۱۲ آبانماه ۱۳۹۰
تبریز
2-3 November 2011

برگزار کنندگان
استانداری آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز
سازمان بازرگانی استان آذربایجان شرقی
و با همکاری دانشگاه های تبریز

The 17th National Conference on
Non-oil Export
Development Tabriz-IRAN

بیستین همایش ملی توسعه صادرات غیر نفتی کشور

تبریز ۲۱ و ۲۲ آبان ماه ۱۳۹۳

با محوریت:
عملیاتی کردن اقتصاد مقاومتی
در سال اقتصاد و فرهنگ در جهت توسعه صادرات غیر نفتی

The 20th National Conference on
NON-OIL EXPORT
Development Tabriz-IRAN
12-13 November 2014



برگزار کنندگان:
استانداری آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز
سازمان صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجان شرقی
با همکاری دانشگاه های تبریز

نوزدهمین همایش ملی
توسعه صادرات غیر نفتی کشور

تبریز - ۱۰ و ۱۱ مهرماه ۱۳۹۲

با محوریت:
”حماسه اقتصادی“

The 19th National Conference on
NON-OIL EXPORT
Development Tabriz-IRAN
2-3 October 2013



برگزار کنندگان:
استانداری آذربایجان شرقی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تبریز
سازمان صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجان شرقی
منطقه آزاد صنعتی - تجاری ارس
با همکاری دانشگاه های تبریز

بیست و دومین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور

با محوریت:

- حمایت از تولید صادراتی،
- بنیان اصلی اقتصاد مقاومتی

تبریز ۱۱ دی ماه ۱۳۹۵

The 22nd National Conference on NON-OIL EXPORT
Development Tabriz- IRAN
31 December 2016

باجوریت توسعه اقتصادی بعد از تحریم

21st National Conference of Iran's Non-oil Exports Development
Focused on Post Sanctions National Economy Development

زمان: ۱۳ آذر ۱۳۹۵
مکان: ایران، تبریز، سالن پروش

بیست و یکمین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی

باجوریت توسعه اقتصادی بعد از تحریم

21st National Conference of Iran's Non-oil Exports Development
Focused on Post Sanctions National Economy Development

زمان: ۱۳ آذر ۱۳۹۵
مکان: ایران، تبریز، سالن پروش

بیست و چهارمین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور

با محوریت:

- نقش دیپلماسی اقتصادی در:
- حمایت از کالای ایرانی
- حضور در بازارهای جهانی
- توسعه صادرات غیر نفتی

تبریز یکم آذر ماه ۱۳۹۷

The 24th National Conference on NON-OIL EXPORT
Development Tabriz- IRAN
November 22, 2018

بیست و سومین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور

با محوریت:

- توانمند سازی بنگاه های اقتصادی
- صادرات محور و رفع موانع و
- چالش های اقتصادی کشور

تبریز ۲۳ آذر ماه ۱۳۹۶

The 23rd National Conference on NON-OIL EXPORT
Development Tabriz- IRAN
14 December 2017