



ویژه نامه روزنامه صادرات  
مهرماه ۹۶



کنفدراسیون صادرات ایران



- ▶ تقسیم کار ملی برای توسعه صادرات
- ▶ انعکاس صادرات در گوی طلایی اقتصاد مقاومتی
- ▶ حلقه مفقوده توسعه صادرات
- ▶ صادرات، نفس تازه اقتصاد ایران







## بادمنده نفس بکشید

تنها تولیدکننده هواکش مورد تأیید مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن  
شماره تماس: ۰۲۱-۳۵۲۷۰۰ فکس: ۸۹۷۷۳۷ ایمیل: sale@damandeh.com



**دَمَرِنْدَه**  
**DAMANDEH**  
[www.damandeh.com](http://www.damandeh.com)

## خدمات بانک پاسارگاد ارزش افزوده ای بر معاملات تجارت خارجی شما



بانک پاسارگاد مفتخر است در استمرار خدمات بانکی مثمر ثمر در اقتصاد ملی، خدمات ارزی و مشاوره ای خود در حوزه معاملات تجارت خارجی را خاطر نشان نماید:

- ← ارزیابی ریسک معاملات و ارائه راه کارهای اجرایی اطمینان بخش در حوزه صادرات کالا و خدمات فنی و تخصصی
- ← تامین مالی صادرات قبل و بعد از صادرات، در چارچوب ابزارهای متداول پرداخت بانکی بین المللی
- ← صدور انواع ضمانتنامه های ارزی در حوزه صادرات خدمات فنی و مهندسی و پذیرش ضمانتنامه های ارزی
- ← گشایش انواع اعتبارات اسنادی دیداری و مدت دار
- ← ارائه خدمات انواع حواله های ارزی وارده و صادره
- ← افتتاح حساب های ارزی و خرید و فروش ارز



# کلیک

محصول جدید گروه خودروسازی سایپا



گروه خودروسازی سایپا





بانک توسعه صادرات ایران

# جدیدترین خطوط اعتباری دریافتی

## (خطوط دریافتی کوتاه مدت)

## ریفاینانس



اگزیم بانک کره جنوبی  
۱۰۰ میلیون دلار



بانک تجارت پاریس  
۲۵ میلیون یورو

☀️ قراردادهای ریفاینانس دیگری با ترکیه، روسیه و کره جنوبی در دست اقدام است.

## (خطوط دریافتی میان / بلند مدت)

## فاینانس



موسسه تامین مالی چین  
CITIC TRUST  
۱۰ میلیارد یورو



اوبر بانک اتریش  
۱ میلیارد یورو



اگزیم بانک کره جنوبی  
۸ میلیارد یورو

☀️ قراردادهای ریفاینانس دیگری با بانکهای اروپایی و روسی در دست مذاکره است.

تهران، میدان آرژانتین، خیابان احمد قمبر (بخارست)  
نبش خیابان پانزدهم، برج توسعه، تلفن: ۸۱۹۲۰ - ۸۸۷۰۲۱۴۰

[www.edbi.ir](http://www.edbi.ir)

۲۹ مهر روز ملی صادرات بر تلاشگران این عرصه مبارک باد



@exim\_bank



# واردات و صادرات شیرین کننده‌ها در مسیر توازن؛

## صادرات زرفروکتوز سیر سعودی به خود گرفت

روزگاری تنها نیشکر بود که شیرینی کام بشر را تأمین می‌کرد و بعدها چغندر قند نیز به یک منبع تولید شکر تبدیل شد. حدوداً سال ۱۹۷۰ میلادی، حضور شیرین کننده‌ای عجیب در دنیا مطرح شد که امروز دیگر در ترکیبات بسیاری از مواد غذایی، شیرینی‌ها، بیگری‌ها، نوشیدنی‌ها و... جا خوش کرده، شیرین کننده‌ای که شیرینی خود را از دانه‌های زرین ذرت گرفته است. ذرتی که دنیا از آن حداکثر بهره را می‌برد ولی در ایران تنها به عنوان خوراک دام استفاده می‌شد، میرفت تا با طی کردن فرآیندی به یک محصول با ارزش افزوده بالا تبدیل شود که در قدرت شیرین کنندگی از شکر پیش است، شیرین کننده‌ای به نام فروکتوز.

### رشد مصرف فروکتوز در صنایع

چندسال پیش با روی آوردن صنایع مختلف به استفاده از فروکتوز در مواد اولیه محصولات خود، به دلیل صرفه‌های اقتصادی و امنیت تأمین نسبی آن نسبت به شکر، واردات این محصول به ایران آغاز شد و به جایی رسیدیم که سال گذشته قریب به ۲۰ هزار تن فروکتوز وارداتی روانه خطوط تولید صنایع مختلف کشور گشت، این آمار در کنار آمار واردات شکر به کشور یعنی وابستگی صنایع به واردات شیرین کننده‌ها، که می‌توانست برای صنایع مرتبط تهدید باشد. این چالش اتفاق افتاد، نوسانات قیمت شکر، تحریمها و وابستگی به واردات شیرین کننده‌ها زمینه مشکلاتی را در مسیر تأمین مواد اولیه بر سر راه کارخانجات شیرینی و شکلات و صنایع نیازمند به شیرین کننده‌ها ایجاد کرد. در همان روزها بود که خیر راه اندازی نخستین پالایشگاه غلات کشور در اگروفود ۲۰۱۶ مطرح شد، پالایشگاهی که از بهمن ماه ۹۵ و در حضور رئیس جمهوری ایران رسماً تولید خود را شروع کرد و خروجی آن به شیرین کامی صنایع مربوط انجامید.

### جلب توجه پالایشگاه غلات زر در عرصه تولید فروکتوز

با آغاز به کار نخستین پالایشگاه غلات کشور، حالا دیگر ایران امکان آن را داشت تا با اتکا به دانش بومی و با بهره‌برداری از دانش روز دنیا، طی فرآیندهای صنعتی «های تک»، تولید «فروکتوز ۵۵ آنزیمی» را رقم بزند. به این ترتیب پالایشگاه غلات زر شد نقش آفرین صحنه تلاش برای خودکفایی در تولید شیرین کننده‌ها؛ پروژه‌ای ملی که حاصل تلاش در سالهای سخت تحریم بود با شروع به کار خود، تولید برای نیاز داخلی با افقی صادرات محور را بی‌وقفه دنبال می‌کرد.

تلاشها نتیجه داد با اتکا به پیشینه مثبتی که گروه صنعتی و پژوهشی زر طی سالها فعالیت در صنعت غذا از خود به جای گذاشته بود، صنایع یکی پس از دیگر مشتری محصولات پالایشگاه غلات زر شدند، روند تولید هم با افزایش تناژ همراه بود.

بعد از تأمین نیاز داخل، حضور در بازارهای جهانی بخصوص کشورهای همسایه در دستور کار قرار گرفت.

### صادرات زرفروکتوز به ۱۱ کشور دنیا

در کمتر از شش ماه گذشته از آغاز به کار رسمی خطوط تولید «فروکتوز ۵۵ آنزیمی»، تیم صادراتی گروه صنعتی و پژوهشی زر با حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و با اتکا به نیروهای متخصص در زمینه بازاریابی بین‌المللی موفق شد محصولات خود را راهی ۱۱ کشور دنیا کند.

کویت، امارات، عمان، ترکمنستان، لبنان، نیجریه، افغانستان، آفریقای جنوبی، عراق، بنین و ارمنستان ۱۱ کشوری که پیشتر نیاز خود را از شرکتهای آمریکایی چون کارگیل تأمین می‌کردند، حالا مشتری فروکتوز ایرانی تولید شده در پالایشگاه غلات زر شده‌اند. اتفاقی که در این مدت کم گذشته از آغاز فعالیت پالایشگاه قدری بعید به نظر می‌رسید در گروه صنعتی و پژوهشی زر با برنامه ریزی دقیق و با اتکا به تجربه نیروهای متخصص رقم خورد و صادرات فروکتوز تولیدی این پالایشگاه با سیر سعودی که از اسفند ماه به خود گرفته است با قدرت حضور خود را در بازارهای جهانی تثبیت می‌کند.





گروه صنعتی و پژوهشی زر  
Zar Research & Industrial Group

دارنده اولین  
مدال افتخار صادرات  
در صنعت ایران





کنفدراسیون صادرات ایران در سال ۱۳۸۴ با دستور رئیس وقت اتاق ایران، جناب آقای مهندس خاموشی و محوریت جناب آقای حاج علاء میرمحمدصادقی و جناب آقای اسدالله عسگراولادی و حضور تعدادی از تشکل‌های صادراتی اتاق ایران بعنوان اولین تشکل بالادستی به منظور سیاستگذاری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران جهت انسجام بخشیدن و هم‌افزایی تشکل‌های صادراتی ثبت گردید.

این کنفدراسیون با استفاده از مجموعه دانش، تخصص و تجربه و نیز امکانات، توانمندی‌ها و ظرفیت‌های اثبات‌شده در آن و همچنین مجموعه توانمندی‌های موجود در تشکل‌های عضو آن، از شروع تاسیس تاکنون تلاش نموده است از طریق تعامل، همگرایی، همدلی و همکاری با دستگاه‌های تقنینی و اجرایی کشور، تشکل‌های تولیدی، صادراتی و خدماتی و رسانه‌های گروهی و دیگر دستگاه‌های مرتبط با امور اقتصادی، تولید و تجاری در سایر کشورها در جهت کمک به توسعه صادرات غیر نفتی کشور و تحقق استراتژی جهش صادرات ایفای نقش نماید.

کنفدراسیون صادرات ایران در حال حاضر، از با عضویت حدود ۳۰ تشکل و بنگاه صادراتی ممتاز در گروه‌های مختلف کالایی و خدماتی بالغ بر ۸۰ درصد صادرات غیر نفتی کشور توسط اعضا این کنفدراسیون انجام شود. صادرات گروه‌های کالایی فرش دستباف، محصولات معدنی، نساجی و پوشاک، چرم، فرآورده‌های دامی، شیلات و آبریزان، محصولات ارگانیک، میوه و تره‌بار، سرب و روی، داروهای انسانی و دامپزشکی، مبلمان منزل و اداری، لوله و پروفیل، تورگردانان، آردسازان، سنگ آهن، چای و صادرات خدمات فنی و مهندسی، شکلات و خدمات فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) از جمله گروه‌های کالایی و خدماتی صادراتی تحت اعضا کنفدراسیون صادرات ایران را تشکیل می‌دهند.

گفتنی است کنفدراسیون صادرات ایران در طی سه دوره فعالیت خود برای بهبود شرایط شرایط کسب و کار و رونق صادرات در کشور عزیز اسلامی تلاش نموده است و در همین جا از تمامی نهادها و تشکل‌های مرتبط با امر تولید و صادرات در سطوح ملی و استانی، اتاق‌ها و شوراهای مشترک، اتاق‌های سراسر کشور، وزارتخانه‌ها و سازمان‌های اقتصادی، صادرکنندگان نمونه و برتر، اساتید و پژوهشگران مراکز دانشگاهی و علمی و دانشجویان رشته‌های علوم اقتصادی و مدیریت بازرگانی جهت همکاری دعوت می‌نماید و اعلام می‌دارد در این تشکل بخش خصوصی یعنی تشکل‌های صادراتی به روی تمامی علاقه‌مندان و صاحبان فکر، اندیشه، قلم و اصحاب صنعت، تجارت و صادرات باز است و قدوم همگان را گرمی می‌دارد.

همچنین این تشکل با توجه به عملکرد مطلوب و پیشنهادات کارشناسی دقیق و در راستای منافع ملی کشور توانسته به عنوان یکی از مشاوران امین حاکمیت قرار گیرد و در تمام جلسات حوزه صادرات دعوت شده و با حضور خود صدای بخش خصوصی کشور را به گوش مسئولان و تصمیم‌سازان برساند و از تعامل خوبی برخوردار شود.



تهران، خیابان طالقانی، اتاق بازرگانی ایران  
ساختمان شمالی، کنفدراسیون صادرات ایران  
تلفن: ۸۸۳۴۶۸۳۰

سایت:

[www.iranec.org](http://www.iranec.org)

ایمیل:

[info@iranec.org](mailto:info@iranec.org)

تلگرام:

[@iranexconfederation](https://t.me/iranexconfederation)



کنفدراسیون صادرات ایران



راهبردی حاکمیتی برای صادرات ۱۵



پیمان‌های منطقه‌ای، حلقه مفقوده توسعه صادرات ۱۶

انعکاس صادرات در گوی طلایی اقتصاد مقاومتی ۲۰

صادرات برای آبادانی فردای ایران ۳۶



هزار توی صادرات غیر نفتی ۴۰

تجارت خاطره ۴۶

نقش نظام بانکی در اقتصاد مقاومتی ۴۸



سهم صادرات از سفره فاینانس‌ها ۵۰

صادرات، گرفتار در گردونه موانع بانکی ۵۳

جهش در صادرات صنایع غذایی و تبدیلی ۵۷



سمفونی ناموزون صادرات مواد غذایی ۵۸

لبخند تلخ به بازارهای صادراتی ۶۰

سایه غیر حرفه‌ای‌ها بر صادرات خشکبار ۶۹



صادرات نرم‌افزار، از آسیای میانه تا اروپا ۷۲

جاده‌های هموار برای صادرات ۷۴

صاحب امتیاز:

کنفدراسیون صادرات ایران

مجری:

خبرگزاری مهر

مدیر اجرایی:

محبوبه فکوری

مدیر بازرگانی:

امیر محب‌ملکی

مدیر هنری:

بهمن و خورشید







## **بند ۱۰ سیاست های اقتصاد مقاومتی ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری**

حمایت همه جانبه هدفمند از صادرات کالاها و خدمات به تناسب ارزش افزوده و با خالص ارزآوری مثبت از طریق:

- تسهیل مقررات و گسترش مشوق‌های لازم.
- گسترش خدمات تجارت خارجی و ترانزیت و زیرساخت‌های مورد نیاز.
- تشویق سرمایه‌گذاری خارجی برای صادرات.
- برنامه‌ریزی تولید ملی متناسب با نیازهای صادراتی، شکل‌دهی بازارهای جدید، و تنوع بخشی پیوندهای اقتصادی با کشورها به ویژه با کشورهای منطقه.
- استفاده از ساز و کار مبادلات تهاتری برای تسهیل مبادلات در صورت نیاز.
- ایجاد ثبات رویه و مقررات در مورد صادرات با هدف گسترش پایدار سهم ایران در بازارهای هدف.



## صادرات، یک ماراتن برای رقابت بین‌المللی


حسن روحانی  
رئیس‌جمهوری اسلامی ایران

بی‌تردید در دنیای امروز، صادرات در سایه رقابت موفق امکان‌پذیر است. ما در صحنه بازارهای هدف باید بتوانیم از لحاظ کیفیت، قیمت و بسته‌بندی کالا، به نقطه‌ای برسیم که بر رقبای خارجی در آن میدان موفق و پیروز باشیم. همه صنایع و خدمات در دنیای امروز، به سرعت رو به تحول است؛ پس امکان‌پذیر نیست که یک کالای ساخته شده با شکل، کاربرد، قیافه و چهره قبلی بتواند به مسیر صادراتش در بازار دنیا ادامه دهد. قهرمانی آنجایی شکل می‌گیرد که در مسابقات بین‌المللی، ورزشکاران ما در برابر رقبایشان پیروز شوند. صادرکنندگانی موفق هستند که در صحنه منطقه و بین‌المللی بتوانند بازار را تصاحب و برند خود را به عنوان یک برند معتبر، در افکار عمومی آن جامعه و در بازار مصرف به عنوان یک برند ممتاز جا بیندازند. اگر این چنین شد و توانستیم در بازار، صادرات خود را تداوم ببخشیم، برنده هستیم. در این میان، عدم تداوم، به معنای فروپاشی ساختمان و مسیری است که برای صادرات برنامه‌ریزی کرده‌ایم. صادرات کالا و خدمات یک زنجیره است و همه این زنجیره‌ها باید در کنار هم و در داخل هم قرار بگیرند تا بتواند صادرات کالا و خدمات موفق محصول آن باشد. آغازش از تولید است. اساس اقتصاد مقاومتی هم، تولید درون‌زاست؛ پس در داخل کشور، باید تولید کنیم.

مراسم روز ملی صادرات/ ۲۹ مهر ۹۵





A close-up portrait of Asghar Jahangiri, the first vice president of the Islamic Republic of Iran. He is shown from the chest up, wearing a dark blue suit jacket over a white shirt. His hands are clasped together in front of him, and he has a serious, thoughtful expression. The background is slightly blurred, showing what appears to be an indoor setting with wood paneling.

## صادرات، جهت گیری اصلی اقتصاد مقاومتی

اسحاق جهانگیری  
معاون اول رئیس جمهور

امروز دولت و بخش خصوصی به این اجماع رسیده‌اند که توجه جدی به صادرات غیرنفتی، پیدا کردن بازارهای جدید صادراتی و رفع موانع پیش روی صادرات، از اصلی‌ترین راه‌های فعال‌تر کردن اقتصاد کشور است؛ در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی نیز یکی از جهت‌گیری‌های اصلی، توسعه صادرات غیرنفتی است که در همین راستا، کارگروه برون‌گرایی اقتصاد با عضویت وزارت خانه‌های صنعت، معدن و تجارت و امور اقتصادی و دارایی تشکیل شد تا راهکارهایی برای توسعه صادرات غیرنفتی تدوین کنند. ضرورت توجه هر چه بیشتر به کشورهای هدف صادرات ایران نظیر عراق، سوریه و روسیه نیز یکی از راهبردهای جدی است که تجار و صادرکنندگان ایرانی می‌توانند از خط اعتباری جدیدی که برای صادرات به سوریه تصویب شده استفاده کنند. در این میان لازم است سازمان برنامه و بودجه کشور و وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز اجرای این مصوبه را با جدیت پیگیری کنند. البته تاسیس شرکت‌های بزرگ صادراتی و ایجاد برند برای صادرات کشور، نیز از جمله دیگر مواردی است که در جهت توسعه صادرات غیرنفتی، کمک شایانی ارائه خواهد داد. بر این اساس، لازم است شرکت‌های بزرگ صادراتی تأسیس شود تا امکان صادرات کالا و خدمات به کشورهای هدف همچون روسیه بیش از پیش مهیا گردد.

جلسه شورای عالی صادرات/ ۱۰ مهر ۹۶







## کارآفرینان، صنعتگران، تجار و بازرگانان، کارگران عزیز واحدهای تولیدی

محمد شریعتمداری  
وزیر صنعت، معدن و تجارت

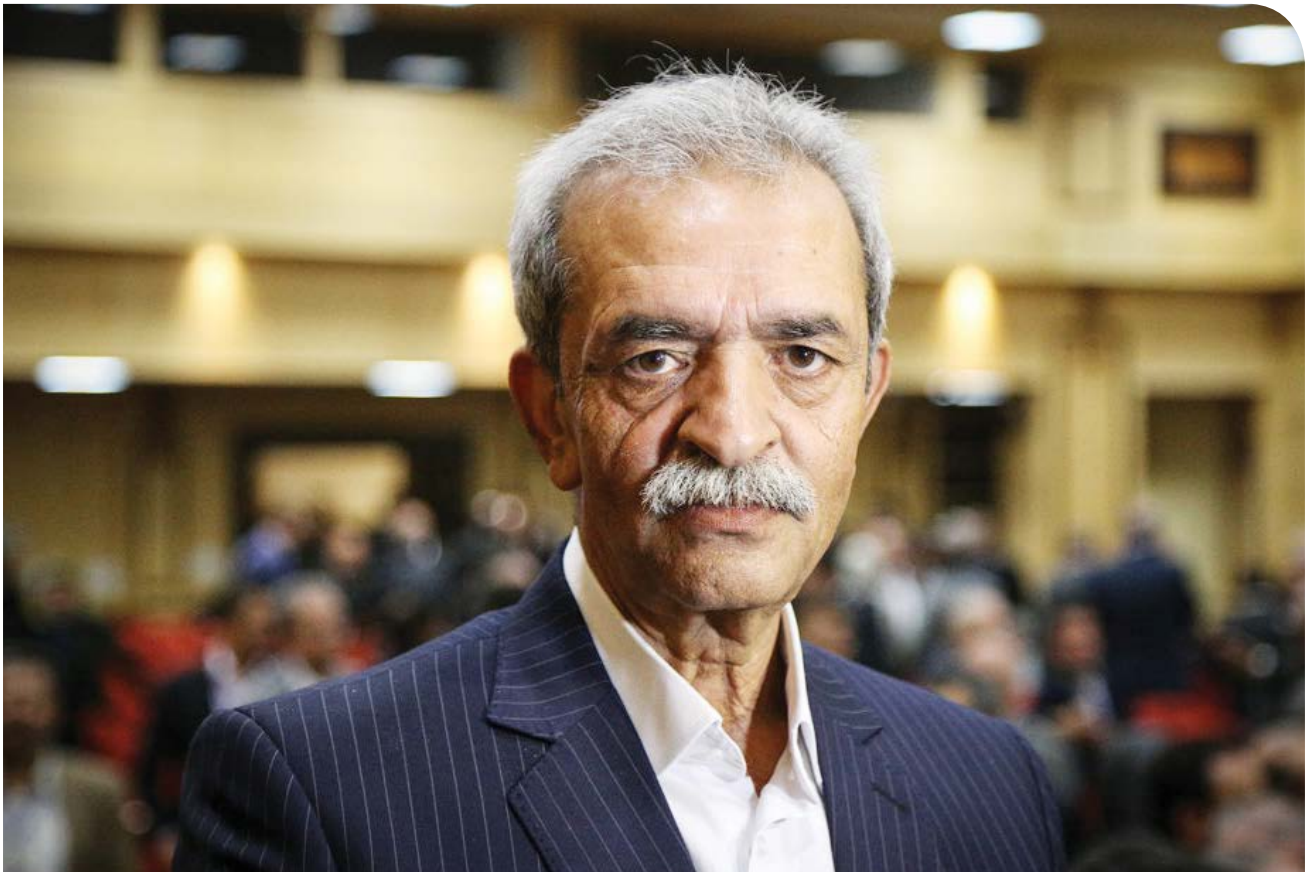
امروز سهم ما از جمعیت جهان یک درصد و وسعت کشور نیز بیش از یک درصد جهان است.

انبوه جوانان تحصیلکرده دانشگاهی، اساتید عالم، مهندسان، تکنسین ها، کارگران ماهر و فنی، کلکسیونی از بهترین ذخائر معدنی، موقعیت استثنایی ژئوپولتیک کشور، مرزهای گسترده آبی و دسترسی به آب های آزاد جهان و سرمایه گذاری های فراوان در صنعت و کشاورزی، می طلبد که حداقل سهم ما از تجارت جهان و سرمایه گذاری های فراوان در صنعت و کشاورزی، می طلبد که حداقل سهم ما از تجارت جهانی نیز، بدون نفت یک درصد باشد. برای این منظور صادرات حداقل ۱۸۰ میلیارد دلار در افق ۱۴۰۴ هدف گذاری شده است.

توجه به صادرات غیرنفتی برای رسیدن به رشد اقتصادی ۸ درصدی که از نیازهای مبرم کشور در شرایط کنونی برای نیل به قدرت اول اقتصادی منطقه در سند چشم انداز است، مستلزم تلاش بی وقفه کارآفرینان و همه دست اندرکاران اقتصاد کشور، به ویژه اهتمام روزافزون دولت در همه سطوح در رفع موانع پیش رو، نوسازی صنعتی ایران و جلب مشارکت و همراهی همه جانبه بخش خصوصی و دانشگاهها از یک سو و برقراری روابط توسعه یافته با کشورهای همسایه، منطقه و جهان از سوی دیگر است.

اینجانب در اجرای فرامین رهبر فرزانه انقلاب اسلامی درباره سیاست های اقتصاد مقاومتی، برونگرایی اقتصاد با محوریت توسعه صادرات غیرنفتی را نسخه ای شفافبخش برای درمان بیماری های کنونی اقتصاد ملی ایران می دانم و همه توان خود را برای رفع موانع موجود و فراهم نمودن بستر مناسب تحقق این هدف به کار گرفته ام و بعد از الطاف الهی که همیشه شامل حال این ملت بزرگ بوده است از شما سروران عزیز نیز همراهی بیش از گذشته برای تلاش، کوشش و ارتقاء بهره وری، جهت بلند آوازه ساختن نام نشان های ایرانی در بازارهای جهانی و در همسایگی، خاورمیانه و حتی کشورهای اروپایی و علیرغم رفتارهای تبعیض آمیز موجود و همه مشکلاتی که صادرکنندگان عزیز ما در این مسیر با آن مواجه اند را به عنوان هدفی دست یافتنی انتظار دارم.

یک بار دیگر به بهانه روز ملی صادرات به نمایندگی از دولت خدمتگزار، حمایت همه جانبه انتظار دارم. یک بار دیگر به بهانه روز ملی صادرات به نمایندگی از دولت خدمتگزار، حمایت همه جانبه برای رفع موانع پیش رو، بهبود فضای کسب و کار، مقررات زدایی، توسعه زیرساخت ها، اعمال اصلاحات لازم در سیاست های اقتصادی خصوصاً متغیرهای کلیدی و موثر در اقتصاد ملی در جهت تقویت صادرات غیرنفتی را سرلوحه وظایف خود قرار داده و به حمایت مستمر از همه دست اندرکاران این «جهاد مقدس» افتخار می کنم.



## پیمان‌های منطقه‌ای، حلقه مفقوده توسعه صادرات

غلامحسین شافعی، انعقاد پیمان‌های منطقه‌ای را حلقه مفقوده توسعه صادرات غیرنفتی ایران می‌داند

واقعیت را بپذیریم که در صادرات، عقب‌ماندگی زیادی داریم و سهم مناسبی از صادرات جهانی نداریم و در این ارتباط، باید فکر جدیدی اندیشیده شود. البته این واقعیت را باید بدانیم که یک صادرات موفق، نیازمند یک تولید قوی در کشور است و بنابراین باید بخش تولید را مورد ارزیابی قرار دهیم؛ چراکه یکی از عللی که نتوانسته‌ایم توفیق زیادی در صادرات داشته باشیم، این است که از تولید قوی برخوردار نیستیم و باید بدانیم که تقویت و رقابتی کردن تولید، می‌تواند اثر مستقیمی بر صادرات ما داشته باشد. در این میان، یکی از اتفاقاتی که در طول چند سال گذشته رخ داده، این بود که به دلایل محدودیت‌هایی که برای ما ایجاد کردند، بخش تولید از تکنولوژی روز دنیا مقداری عقب افتاده و شکاف تکنولوژیکی بین تولید ما و تولیدات دنیا رخ داده که این امر باعث می‌شود اولاً قیمت تمام‌شده کالاهای ما زیاد باشد؛ ضمن اینکه به دلیل ماشین‌آلات قدیمی و فرسوده، مصرف انرژی در واحدهای تولید ما بالا است، بنابراین هم به لحاظ کیفیت و هم به لحاظ قیمت تمام‌شده کالای ما در مقام رقابت با سایر کشورها نیست. عوامل قیمت تمام‌شده کالاهای صادراتی ما در مقایسه با سایر کشورها بالا است، هزینه حمل و نقل نسبت به رقبای ما منطقی نیست؛ بنابراین طبیعی است این قیمت تمام‌شده به اضافه کیفیت‌هایی که قابل رقابت نیست، ما را از رقبایمان عقب می‌اندازد و باید این واقعیت را بپذیریم که اگر تغییر رویکرد عمیق نسبت به تولید کشور رخ ندهد و هم برای بخش تولید و هم بخش صادرات، یک برنامه و چشم‌انداز بلندمدت تدوین نکنیم، متأسفانه ممکن است نتوانیم به اهدافمان دست پیدا کنیم. علاوه بر آن، هنوز در کشور ما صادرات به عنوان یک مولفه تعیین‌کننده در اقتصاد جا

اشاره: مردی است که خود از نزدیک، قدرت صادرات را درک کرده و می‌داند که دلارهای صادراتی، چه تاثیری می‌تواند در اقتصاد ایران داشته باشد. او البته اکنون کمی از وضعیت صادراتی کشور با توجه به پتانسیل‌های مربوطه، ناراضی است، اما امیدوار هم هست. غلامحسین شافعی، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران بر این باور است که در صادرات عقب‌ماندگی‌های زیادی وجود دارد و ایران هنوز سهم مناسبی از صادرات جهانی ندارد، اما مزیت‌ها آنقدر هست که اگر اندکی موانع و مشکلات از پیش پای صادرکنندگان برداشته شود، رشد مناسبی را بتوان شاهد بود.

● شما به عنوان رئیس اتاق بازرگانی ایران، وضعیت صادرات غیرنفتی را چطور ارزیابی می‌کنید؟ می‌توان مجموعه برنامه‌های اقتصادی را در جهت حمایت از توسعه صادرات و حتی یک پله بالاتر، جهش صادراتی تلقی کرد؟

اگر به وضع صادرات ایران و مقایسه آن با سایر کشورها نگاه کنیم، متوجه می‌شویم که متأسفانه وضع خوبی نداریم. سهم صادرات ما از صادرات جهانی حدود ۳۵ صدم درصد است که رقم بسیار ناچیزی است. اگر بعضی از صادرات مشتقات نفتی را جدا کنیم، سهم ما به ۲۴ صدم درصد می‌رسد که در مقایسه با صادرات جهانی، رقم نازلی است و می‌بینیم سهم ما از صادرات دنیا، بسیار پایین است. اگر همین رقم را با کشورهایی مانند مالزی مقایسه کنیم، می‌بینیم این کشور حدود ۲۰۰ میلیارد دلار صادرات دارد، پس اگر قرار باشد به لحاظ جمعیتی، نگاهی به این کشور داشته و با خود مقایسه کنیم، نسبت به جمعیت کشورمان باید ۶۰۰ میلیارد دلار صادرات داشته باشیم، اینجا است که باید این



که شاید در بین کشورهای دنیا، کشوری باشیم که با کشورهای اطرافمان خود، قراردادهای تجارت ترجیحی یا تجارت آزاد نداریم. پس این موضوع باید به عنوان یک اولویت در برنامه‌های دولت قرار بگیرد و در مرحله اول بتوانیم به موافقتنامه‌های تجارت ترجیحی با همسایگان خود دست پیدا کنیم. البته این توافقنامه‌ها با برخی کشورها مانند پاکستان و ترکیه انجام شده؛ اگرچه قرارداد با ترکیه را موفق نمی‌دانیم؛ زیرا مطالعات زیادی درباره آن انجام نشده است؛ علاوه بر این، در بحث پیمان‌های منطقه‌ای، موضوع اوراسیا مطرح است که در حال حاضر، ایران می‌خواهد وارد این پیمان شود. ورود ما به اوراسیا ممکن است گشایش قابل توجهی برای کالاهای ما از نظر رقابتی ایجاد کند. در نهایت باید گفت سالهای سال است که سازمان همکاری‌های اقتصادی اکو را داریم، ولی با کمال تأسف در بسیاری از برنامه‌هایی که برای سازمان همکاری‌های اقتصادی اکو تدوین شده، توفیقی نداشتیم. میزان مبادلات ما در سازمان اکو با سایر پیمان‌هایی که وجود دارد، رقم بسیار ناچیزی است، در حالی که با برآورد طرح‌های مطالعاتی، می‌توانیم بیش از ۷۰ درصد نیازهای خودمان را، از کشورهای عضو سازمان اکو برآورده کنیم. این‌ها باید جزو برنامه‌های جدی دولت قرار بگیرد و هم پیمان تجارت ترجیحی و هم نهایتاً رسیدن به تجارت آزاد را بتوانیم با همسایگان خودمان پیگیری نماییم. این گونه کارها و اقدامات ممکن است منجر به جهش صادراتی شود؛ اما به هر حال باید توجه داشت که جز این نمی‌توانیم توقع یک جهش صادراتی با سایر کشورها را داشته باشیم.

● **وقتی که صحبت از حمایت از صادرات پیش می‌آید، دولت بیشتر تمایل به اجرا و تدوین یکسری بسته‌های حمایتی دارد که البته در اجرا هم یا به طور کامل پیاده‌سازی نمی‌شود یا منابع به درستی تقسیم نمی‌گردد، آیا پرداخت‌های نقدی به صادرکنندگان شیوه مناسبی است یا نه، همان منابع محدود را باید به سمت توسعه زیرساخت‌ها ببریم؟ از نظر شما بهترین راهی که می‌توان برای صادرات، بسته حمایتی اجرا کرد، چیست؟**

البته بعضی‌ها معتقدند این کمک‌ها نقدی باشد، پس برخی به کمک‌های نقدی اعتقاد ندارند، ولی نظر منطقی این است که به دنبال مساله زیرساخت برویم که برای کشور، پایدار و همیشگی خواهد بود. اگر هم قرار باشد در این ارتباط به صورت نقدی کمک شود، باید هدفمند باشد، شاید اگر مثلاً تسهیلات حمل و نقلی آماده کنیم که اثر داشته باشد، هم در این قضیه استفاده از رانت اطلاعاتی یا سایر شیوه‌های رانتی از بین برود، هم اینکه به مجموعه کلیه صادرکنندگان کمک کرده‌ایم. از سوی دیگر، با این روش، برای آینده هم، برنامه‌ریزی شده است که پاسخ مناسب را، در آینده از این سرمایه‌گذاری بگیریم؛ ضمن اینکه در تسهیلاتی که برای صادرکنندگان از طریق سیستم بانکی قائل می‌شویم، می‌توانیم کمک کنیم که کارآمدی بالا رود؛ بنابراین اگر در سیاست‌هایی مانند حمل و نقل، این منابع را هزینه کرده و بر روی زیرساخت‌ها کار کنیم، به نتیجه بهتری خواهیم رسید. علاوه بر آن اگر در طول ده سال گذشته بررسی کنیم، برخلاف ادعاهایی که وجود دارد، از سال ۸۵ تاکنون، سهم صادرات از تسهیلات بانکی بالای ۵ درصد بوده و در طول این سالها، این سهم به نیم درصد رسیده است؛ یعنی علیرغم اینکه صادرات مورد اقبال همگان بوده، ولی سهمی که سیستم بانکی برای صادرات قائل شده، نزول پیدا کرده است، البته در تولید هم همین طور است. ما باید سهم تسهیلات بانکی را برای صادرات بالا ببریم و قدرت مالی صادرکنندگان را تقویت نماییم. از سوی دیگر، ما زمینه لازم را برای توسعه صادرات داریم. به هر حال، من امیدوارم آنچه در برنامه ششم توسعه در مورد صادرات، مطرح شده و آنچه به عنوان برنامه‌های وزاری جدید طرح شده است، به مرحله عمل برسد. نگرانی ما این است که همه این موارد عملیاتی نشود، اما اگر به مرحله عمل برسد، مطمئناً می‌تواند اثرگذاری مثبتی بر صادرات ما داشته باشد.

از سال ۸۵ تاکنون، سهم صادرات از تسهیلات بانکی بالای ۵ درصد بوده؛ ولی در سالهای اخیر، این سهم به نیم درصد رسیده است

نیفتاده است. هنوز این گونه مطرح است که اگر کالایی اضافه بر مصرف داخلی داشتیم، باید صادر کنیم، در صورتی که این طور نیست. در حال حاضر اصل سیاست تولید برای صادرات، اصل بسیار مهمی است که در بسیاری از کشورها و کالایی که به کشور ما صادر می‌شود، وجود دارد. به عنوان مثال، سجاده یا تسبیح در چین مصرف ندارد، ولی برای کشورهای اسلامی تولید شده و چین، صادرات به کشورهای اسلامی را به عنوان یک اصل در برنامه‌های خود قرار داده‌اند. در عین حال، باید به این موضوع توجه کنیم که می‌بایست یک استراتژی معینی هم در بخش تولید و هم در بخش صادرات، تدوین کرده و بر اساس یک برنامه منسجم، حرکت نماییم. همچنین ما شاهد هستیم که هنوز هم متأسفانه تصمیمات مقطعی، یکی از عوامل مهم صدمه زدن به صادرات کشور است که جبرانش هم، کار بسیار سختی است. اینکه تصمیم بگیریم به دلیل اینکه نیاز بازار داخلی وجود دارد، ورود یک کالا را به بازار ممنوع کنیم، شاید سیاست درستی نباشد، در چنین حالتی می‌توانیم از خود صادرکننده برای تامین نیازهای داخل به شرطی که برای مردم اقتصادی باشد، استفاده کرده و در یک شرایط کاملاً ویژه، به صادرات توجه کنیم. این است که یک شبه در مورد مرزها تصمیم می‌گیریم که فلان کالا به فلان کشور صادر نشود، این صدمه جبران ناپذیری است. علاوه بر این، برای جلوگیری از صدمه رساندن به صادرکنندگان و فعالان اقتصادی، لازم است هر تصمیمی که گرفته می‌شود، با اطلاع قبلی باشد. فرض کنید اگر قرار باشد کالایی را به یک کشور خاص صادر نکنیم، منطقی است که اعلام کنیم از دو ماه دیگر، صادرات این کالا امکان‌پذیر نیست تا صادرکننده دچار شوک آنی نشده و صدمات جبران‌ناپذیری متقبل نشود. در این میان، یکی از مشکلات اصلی که در حال حاضر در حوزه تولید کشور، وجود دارد، بحث تقاضا است؛ برآورد می‌شود که میزان تقاضای فعلی ما به اندازه ده سال پیش است و یکی از راه‌های تحریک تقاضا برای واحدهای تولیدی، توسعه صادرات است که هم می‌تواند تقاضا را تحریک کند و هم تحریکی است که منجر به تورم نمی‌شود و در شرایط فعلی، یکی از عوامل بسیار مهم برای بخش تولید و اقتصاد ما این است که بتوانیم صادرات را تقویت کنیم و میزان آن را بالا ببریم. آنچه که در برنامه‌های فعلی مطرح شده و آن هم، بحث ایجاد سیاست‌های تشویقی برای صادرات است، امیدواریم این موضوعات مطروحه برای عملی کردن این برنامه‌ها در آینده مورد توجه جدی قرار بگیرد و سعی شود. نرخ ارز را سرکوب نکنیم. من نمی‌گویم به طور غیرطبیعی، قیمت ارز را بالا ببریم، اما از سرکوب نرخ ارز هم باید جلوگیری کنیم، این هم در اقتصادی کردن بحث صادرات، می‌تواند کاملاً موثر باشد.

● **به تولید برای صادرات اشاره داشتید، وقتی صادرات بسیاری از کشورهای پیشرفته را پیگیری می‌کنیم، آنها طیف متنوعی از کالاهای صادراتی را ندارند، شاید برای کالاهایی که واقعا مزیت تولید دارند، برنامه ریزی صادراتی داشته باشند؛ چگونه می‌توان یک برنامه یا استراتژی تدوین کرد که صادرات مقرون به صرفه و ارزآور را برای کشور باشد؟**

در مرحله اول می‌توانیم کشورهای همسایه را مورد مطالعه قرار دهیم. مطالعه روی نیازمندی بازارهای اطراف ما خیلی مهم است؛ به این معنا که نیازمندی آنها را شناسایی کرده و برای آن برنامه‌ریزی کنیم. مطمئناً اگر نیازهایشان را از بسیاری کشورهای دوردست تهیه می‌کنند، خود بُعد مسافت می‌تواند یک مزیتی باشد که ما بتوانیم جایگزین بازارهای هدف وارداتی آنها شده و همان کالاها را با قیمت پایین‌تر، برای آنها فراهم نموده و نیاز بازارهایشان را تامین نماییم. در این ارتباط، موضوعی که بسیار اهمیت دارد، آن است

یکی از راه‌های تحریک تقاضا برای واحدهای تولیدی، توسعه صادرات است که هم می‌تواند تقاضا را تحریک کند و هم تحریکی است که منجر به تورم نمی‌شود



## نفس تازه اقتصاد

مسعود خوانساری می گوید اقتصاد ایران نیازمند نفس تازه‌ای است که نسخه بی چون و چرای آن، صادرات غیرنفتی است

دغدغه کاری آنان است؛ در حالی که رقبای صادراتی ایران در سایر کشورها، از امتیاز ثبات این شاخصه برخوردار هستند. نکته حائز اهمیت دیگر، لجستیک و حمل و نقل پویا و البته رقابتی است که مقوله مهم دیگری در رشد و توسعه صادرات غیرنفتی به شمار می‌رود؛ اما در این زمینه نیز، هنوز چالش‌های فراوانی در کشور وجود دارد. از سوی دیگر، صادرکننده ایرانی امروز، هزینه به مراتب بیشتری در مقایسه با رقبای خود برای حمل و ترانزیت کالا به بازارهای هدف پرداخت می‌کند و این تفاوت در قیمت کالای صادراتی، اثر منفی بر جذب بازارها گذاشته است.

از طرفی، قیمت بالای تمام شده کالا در کشور، عملاً قدرت مانور در بازارهای صادراتی را از صادرکنندگان ایرانی گرفته است. بر همین اساس، تناسب قیمت تمام شده کالاها در کشور با بازارهای صادراتی و رقابت با سایر کشورها، مقوله‌ای است که به طور جدی باید از سوی دولت مورد توجه قرار گیرد. البته عوامل متفاوت دیگری نیز در ساماندهی به صادرات غیرنفتی، به عنوان یکی از منابع کلیدی ارزآوری کشور، دخیل هستند که باید به آن پرداخته شود. بنابراین، صادرات غیرنفتی، اگرچه در طول دهه‌های اخیر مسیر پر فراز و فرود خود را طی کرده، اما قاعده مشخصی برای آن تعریف و ترسیم نشده است، حال آنکه در کشور بر اقتصاد صادرات‌محور تاکید شده و این موضوع در برنامه‌های توسعه‌ای نیز، محور اصلی قرار گرفته است. از این رو، در شرایطی می‌توان از اقتصاد صادرات‌محور رونمایی کرد و از منافع آن برخوردار شد، که فکری به حال زنجیره صادرات غیرنفتی کرد.

● **اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در حوزه صادرات چقدر می‌تواند گرگشا باشد؟**

در اقتصاد مقاومتی، استراتژی اقتصاد برون‌گرا با هدف تقویت و توسعه صادرات

اشاره: رئیس اتاق بازرگانی تهران است و می‌گوید که اگر قرار باشد نفس تازه‌ای به اقتصاد ایران دمیده شود، حتما نسخه بی چون و چرای آن صادرات غیرنفتی است. مسعود خوانساری که همیشه خود یکی از حامیان توسعه صادرات در کشور است، البته می‌گوید که رونق صادرات هم، پیش‌شرطها و الزامات خاص خود را دارد و باید برخی پیش‌زمینه‌ها فراهم شود تا بتوان انتظار داشت، صادرات ایران رونق گیرد. او به صراحت می‌گوید که در شرایطی می‌توان از اقتصاد صادرات‌محور رونمایی کرد و از منافع آن برخوردار شد که فکری به حال زنجیره صادرات غیرنفتی کرد.

● **صادرات در اقتصاد ایران چه جایگاهی می‌تواند داشته باشد و چقدر پتانسیل برای تبدیل اقتصاد ایران به یک اقتصاد صادرات‌محور وجود دارد؟**

اگر قرار است که نفس تازه‌ای به اقتصاد کشور دمیده شود و به تبع آن، کسب و کار و تولید، جان دوباره‌ای بگیرد، نسخه بی چون و چرای آن، صادرات غیرنفتی است. خوشبختانه این رویکرد که موتور محرک اقتصاد کشور، تقویت صادرات غیرنفتی است، تا حدودی در دولت مورد توجه جدی نیز قرار گرفته است، هر چند دلیل عمده برخی بی‌توجهی‌ها، کاهش درآمدهای نفتی است؛ اما این توجهات کافی نیست؛ مگر آنکه حلقه‌های زنجیره صادرات را به درستی و در جای خود اتصال داد. این زنجیره به رغم برخورداری کشور از ظرفیت مناسب برای توسعه صادرات غیرنفتی، هنوز منسجم و یکپارچه نیست. تکلیف اقتصاد کشور همچنان هم با مقوله نرخ ارز که در تجارت خارجی بسیار حایز اهمیت است، مشخص نشده؛ در حالی که پارامتری به مانند نرخ ارز، یکی از پایه‌های شکل‌گیری صادرات است؛ اما صادرکنندگان ایرانی هنوز نتوانسته‌اند چشم‌انداز دقیقی از وضعیت نرخ ارز در کشور برای خود ترسیم کنند و نوسانات ارز همچنان



کار خود داشته باشند و با برنامه‌ریزی مناسبی در مسیر افزایش حجم صادرات کشور حرکت کنند. ضعف در صنعت ترانزیت و زیرساخت‌های حمل و نقلی کشور، قیمت بالای تمام‌شده کالاها در داخل، فراموشی سیاست‌های تشویقی و مشکلات در تامین منابع مالی مورد نیاز صادرکنندگان، از دیگر عوامل بازدارنده رشد و توسعه صادرات غیرنفتی کشور است. اتفاق دیگری که باید در راستای تقویت صادرات غیرنفتی کشور رخ دهد، تولید کالا و محصولات صادرات‌محور است که متأسفانه کمتر به آن توجه شده است. در این زمینه، صادرات کشور لطمات جدی دیده است و حتی شاهد آن هستیم که بخشی از بازارهای صادراتی را نیز از دست داده ایم. مشوق‌های دولت در کنار همت و تلاش صنعتگران و کارآفرینان کشور برای تولید با کیفیت محصولات، با هدف ورود و ماندگاری در بازارهای صادراتی، می‌تواند در رفع این مشکل کارساز باشد. از طرف دیگر، سیاست‌های دولت و بخش خصوصی باید بر این مسیر قرار گیرد که تولیدکنندگان ایرانی بتوانند طی شراکت و همکاری با بنگاه‌های خارجی، برای حضور در بازار سوم اقدام به تولید کنند. در حال حاضر کشورهای متعددی، این سیاست را از سال‌ها پیش، دنبال کرده و موفقیت‌های زیادی نیز به دست آورده‌اند.

### ● اتاق بازرگانی برای پیشبرد اهداف حوزه صادرات چه برنامه‌ای دارد؟

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران در دوره هشتم، که نیمی از آن گذشته است، اقدامات و سیاست‌های مشخصی را در جهت بهبود و توسعه صادرات غیرنفتی کشور در پیش گرفته است. در حال حاضر، کمیسیون تسهیل تجارت و توسعه صادرات در اتاق تهران، مشغول به کار است و موضوعات مرتبط با صادرات غیرنفتی با حضور صادرکنندگان و مسئولان وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های دولتی، مورد بررسی کارشناسی قرار گرفته و طی شور و مشورت، دو طرف راهکارهایی برای بهبود وضعیت کسب و کار در این بخش به دست آمده که در اختیار دولت قرار می‌گیرد. کمیسیون تسهیل کسب و کار اتاق تهران نیز، موانع داخلی فضای کسب و کار را مورد توجه قرار داده و با شناسایی آن، برای رفع آنها راهکار پیشنهاد می‌دهد. دیگر کمیسیون‌های تخصصی نیز در حوزه فعالیت خودشان، به مسأله توسعه صادرات غیرنفتی توجهی ویژه دارند. در این میان، کشف و شناسایی بازارهای صادراتی، از دیگر برنامه‌ها و رویکردهای صادرات‌محور اتاق تهران است. در این رابطه، معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران در فاز نخست، پروژه‌ای که در دست دارد، اقدام به برپایی نشست‌های تخصصی با موضوع صادرات به کشورهای همسایه کرده است و طی آن، صادرکنندگان ایرانی با نیازهای بازار و روش‌های تجارت و کسب‌وکار با این کشورها آشنا می‌شوند. همچنین اتاق تهران، طی دوره کنونی، توجه ویژه‌ای به موضوع آموزش دارد. در این رابطه، مرکز آموزش اتاق تهران طی همکاری با اتاق‌های بازرگانی برخی کشورها و نیز موسسات معروف بین‌المللی، دوره‌های آموزشی مرتبط با صادرات را برای اعضای این اتاق و فعالان اقتصادی برگزار می‌کند.

### ● عملکرد تشکلهایی همچون کنفدراسیون صادرات را چه طور ارزیابی می‌کنید و برای پررنگ تر شدن جایگاه آن چه پیشنهادی دارید؟

نقش انجمن‌ها و تشکلهای تخصصی در گسترش صادرات غیرنفتی کشور بی‌بدیل است. کنفدراسیون صادرات ایران از جمله تشکلهای خبره در این امر است که توانسته است با گردآوری جمع بزرگی از صادرکنندگان کشور، به بازاری فکری قابل اعتمادی برای دولت و بخش خصوصی تبدیل شود. مطالعات کارشناسی کنفدراسیون صادرات ایران در رابطه با رفع موانع کسب و کار در این بخش، توانسته است بخشی از گره مشکلات صادراتی را برطرف کند. همچنین حضور مسولان و نمایندگان این تشکل بخش خصوصی در مجامع تصمیم‌گیر کشور منجر به آن شده که نظرات مشورتی بخش خصوصی به شکل ملموسی در تصمیم‌سازی‌های دولت در ارتباط با مقوله صادرات اثرگذار باشد.

صادرکنندگان ایرانی هنوز نتوانسته‌اند چشم‌انداز دقیقی از وضعیت نرخ ارز در کشور برای خود ترسیم کنند و نوسانات ارز همچنان دغدغه کاری آنان است

غیرنفتی کشور تدوین و بر حمایت همه جانبه از صادرات غیرنفتی، تأکید شده است. بر اساس این استراتژی، تسهیل قوانین و مقرراتی که در امر صادرات دخیل هستند، جزو دستورالعمل‌ها قرار گرفته است. اگرچه طی دو دولت گذشته، تلاش‌های برای آسان‌سازی مقررات مربوط به صادرات صورت گرفته است؛ اما هنوز موانع متعددی بر سر راه صادرکنندگان وجود دارد. حجم انبوه بروکراسی‌های اداری از جمله موانعی است که صادرکنندگان را دچار دلسردی کرده است. همچنین در این سیاست‌ها، به استفاده از ساز و کار مبادلات تهاتری اشاره شده است که اگر به درستی به مرحله اجرا درآید، می‌تواند بخش عمده‌ای از مشکلات صادرکنندگان در ارتباط با تامین منابع مالی را برطرف کند. سیاست اقتصاد مقاومتی، در واقع همان اقتصاد صادرات‌محور است. اقتصادی که درون‌زایی و برون‌گرایی توأم دارد، یعنی با استفاده از تمام امکانات و در یک فضای رقابتی، با تکیه بر مزیت‌هایی که داشته و با استفاده از سرمایه خارجی و فناوری روز دنیا، اشتغال ایجاد کرده و کالا و خدماتی ارائه می‌دهد که در فضای بین‌الملل خریدار دارد. این اقتصاد مقاومتی واقعی است، در غیر این صورت، دیوار کشیدن و بالا بردن تعرفه‌ها و ایجاد محدودیت‌ها و ممنوعیت‌ها، باعث شکل‌گیری اقتصاد مقاومتی نمی‌شود.

### ● دیپلماسی صادرات را هم می‌توان به عنوان یک اهرم برای حل مسأله سیاسی تلقی کرد؟

کاملاً. در واقع، استفاده از دیپلماسی صادرات برای احیای مناسبات سیاسی و حل مناقشات این حوزه، همواره از سوی بخش خصوصی مورد توجه قرار داشته و دولتمردان را به اهمیت این موضوع فراخوانده است. بسیاری از کشورها به خوبی توانسته‌اند از ابزار صادرات، در جهت منافع سیاسی دولت‌های خود استفاده کنند و در چالش‌ها و گفت‌وگوهای سیاسی با سایر کشورها، همواره دست بالا را داشته‌اند. ایران نیز از این ابزار باید به خوبی در جهت منابع کشور استفاده کند. دیگر زمان آن گذشته است که بازارهای صادراتی کشور را، تنها به چند کشور خاص محدود کنیم و از سایر بازارها غافل باشیم. به جرأت می‌توان گفت که اگر این سیاست، طی دهه‌های گذشته از سوی دولت‌ها به طور جدی مورد توجه قرار می‌گرفت و شرکای صادراتی ایران را کشورهای قدرتمند در حوزه سیاست و اقتصاد بین‌الملل تشکیل می‌دادند، بار تحریم‌ها به مراتب سبک‌تر از آنچه که بر کشور و اقتصاد گذشت، وارد می‌شد. با این حال خوشبختانه پس از سال‌ها بی‌توجهی عملی به این مقوله، وزیر امور خارجه در دولت دوازدهم این اطمینان را داده است که در حوزه سیاست خارجی کشور، از توان خارق‌العاده دیپلماسی اقتصادی استفاده خواهد کرد و توجه به مقوله صادرات را، در این وزارتخانه تقویت خواهد کرد.

### ● آیا اصولاً اکنون ایران از صادرات به عنوان یک عامل بازدارنده تحریم‌ها بهره‌برداری می‌کند؟ چه موانعی وجود دارد؟

متأسفانه باید گفت از این فرصت به خوبی استفاده نشده است؛ در حالی که اگر طی دهه‌های گذشته، صادرات کشور تقویت و استراتژی مدرن برای آن ترسیم و پیاده‌سازی می‌شد، ایران می‌توانست از قدرت بی‌چون و چرای آن برای جلوگیری از اعمال تصمیمات غلط سیاسی برخی دولت‌ها علیه کشور، استفاده کند. حضور در بازار کشورها به ویژه ممالک قدرتمند جهان، امروزه به یک ابزار سیاسی نیز تبدیل شده است. کشور ما نیز می‌تواند از این ابزار بهره‌های لازم را داشته باشد؛ اما به شرطی که صادرات در پیشانی سیاست‌های اقتصادی دولت‌ها در ایران قرار گیرد.

### ● موانع بازدارنده صادرات را در چه مواردی می‌بینید؟

همانطور که قبلاً اشاره شد، نوسانات نرخ ارز یکی از عوامل اثرگذار در وضعیت صادرات غیرنفتی کشور است. اگر بر اساس سیاست برنامه‌های توسعه‌ای کشور، نرخ شناور ارز در کشور پیاده‌سازی شود، صادرکنندگان به خوبی می‌توانند تحلیل دقیقی از کسب و



## انعکاس صادرات در گوی طلایی اقتصاد مقاومتی

محمد لاهوتی می گوید تولید صادرات محور بر اساس اقتصاد مقاومتی، نقشه راه قطعی نجات کشور است

مشتقات نفتی مانند پتروشیمی و میعانات است و بنابراین، افزایش و کاهش قیمت نفت، تاثیر خود را در افزایش و کاهش میزان صادرات گذاشته؛ اما از آنجا که از زمان داری و کشف و فروش نفت ایران، شاید در هیچ یک از دولت‌ها به جز نهم و دهم، چنین درآمدی از نفت حاصل نشده، متأسفانه با ائتلاف این منابع، دولت یازدهم میراث‌دار شرایط بد اقتصادی در داخل کشور به خصوص همزمان با کاهش قیمت جهانی نفت بود؛ بنابراین شاید کاهش صادرات و یا عدم رشد آنرا بتوان متاثر از کاهش قیمت نفت دانست. نقدی که به دولت وارد شده، این است که متأسفانه کاهش در بخش صادرات سایر کالاها، بیشتر بوده که دقیقاً تولیدات صنعتی، کشاورزی و معدنی را شامل می‌شود؛ یعنی صادرات غیرنفتی واقعی باعث شده میانگین ارزشآوری سبد صادراتی، به حدود ۳۵۰ دلار در هر تن برسد که بسیار رقم ناچیزی است.

### ● یعنی صادرات با ارزش افزوده پایین‌تر؟

بله کالاهای با ارزش افزوده پایین‌تر صادر شده و اگر کاهش صادرات صورت گرفته، در بخش صنایع کشاورزی و تولید محصول بوده، ضمن اینکه هدف‌گذاری‌های افزایش صادرات هر ساله، بین ۲۰ تا ۲۵ درصد بوده که در این دولت، به هدف نرسیده‌ایم. البته هیچ‌یک از این موارد، نافی درک واقعیت‌های اقتصادی و تلاش دولت یازدهم و ادامه آن در دولت دوازدهم نیست؛ همانطور که در مدیریت شرایط بحرانی اقتصاد کشور در شروع دولت قبل، عملکرد و خروجی این دولت، یکی از موفق‌ترین دولت‌های بعد از انقلاب را رقم زده که توانسته شرایط بحرانی را به درستی مدیریت کند. به خصوص اینکه ثبات در بازارها، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و تورم تک‌رقمی که شاید زمانی یک رویا بود، اکنون به واقعیت تبدیل شده است.

اشاره: صادرات غیرنفتی در ماه‌های اخیر فراز و نشیب‌های بسیاری داشته است، به خصوص اینکه آمارهای تجارت خارجی ایران، با تراز منفی مواجه شده است. داستان از این قرار است که صادرات، باید بیش از شرایط کنونی مورد حمایت واقع شود تا بتواند حال خوش خود را باز یابد؛ شاید اینطور باشد که بتوان امیدوار بود جهش صادراتی رخ دهد و کالاهای تولیدی، همچنان نام ایران را در بازارهای جهانی بر سر زبان‌ها نگاه دارند. محمد لاهوتی، رئیس کنفدراسیون صادرات ایران از حال و روز این روزهای صادرات غیرنفتی و موانع پیش روی توسعه آن می‌گوید.

● با توجه به اتفاقاتی که طی شش ماهه ابتدای امسال در حوزه صادرات رخ داده، چه تحلیلی می‌توان از اوضاع صادراتی کشور داشت؟

اگر بخواهیم واقعیت‌های آماری تجارت خارجی را تحلیل کنیم، شاید بهتر باشد که در یک کلام گفت صادرات حال خوبی ندارد و طی چهار سال دولت یازدهم، علیرغم همه تلاش‌هایی که برای مدیریت شرایط بحرانی کشور انجام شده، اما صادرات نتوانسته به رشد مناسبی دست یابد. شاید یکی از دلایل این عدم موفقیت، به مشکلات عدیده‌ای که بر کشور حاکم بود، برمی‌گردد و به نوعی می‌توان گفت که حل و فصل مشکلات در جبهه‌های مختلف، این فرصت را از دولت سلب کرد که بتواند بر صادرات تمرکز بیشتری نماید. من معتقدم شرایط صادرات کشور متناسب با هدفگذاری‌ها نیست و دولت یازدهم توفیق چندانی در بخش افزایش صادرات نداشت است، به این دلیل که در سالهای قبل از آن، حجم صادرات کشور به حدود ۵۰ میلیارد دلار رسیده، ولی در چهار ساله دولت قبل، تقریباً این عدد با ۱۰ درصد کاهش، به ۴۴ تا ۴۵ میلیارد دلار بیشتر نرسید؛ چراکه سبد صادراتی کشور، متاثر از



استفاده کند. نبود زیرساخت مناسب و سو استفاده هایی که اتفاق افتاد، به جایی رسید که بحث کاهش ترانزیت مطرح شد که برای جلوگیری از سوء استفاده‌ها ترانزیت را کاهش دهیم، در صورتیکه امروزه ترانزیت منبع درآمد سرشار خیلی از کشورهایی است که به هیچ عنوان، مزیت ایران را ندارند. در بخش توریست هم که باید به عنوان یکی از حوزه‌های جدی مورد بحث قرار گیرد؛ باز هم باید از نبود زیرساخت‌ها گله کرد. در واقع فرودگاه، ویتترین هر کشور است و یک توریست از آنجا وارد و از آنجا خارج می‌شود؛ بنابراین باید تمام خدمات با صرف کمترین وقت فراهم باشد؛ در حالیکه اکنون، از زمانی که یک توریست در فرودگاه تهران به زمین می‌نشیند، برای اخذ ویزا، کنترل پاسپورت، دریافت بار و خروج از گمرک، وقت زیادی را صرف می‌نماید؛ ضمن اینکه بعد از خروج در حوزه حمل و نقل درون شهری، به دلیل وجود شرکت‌های مختلف با مشکلات زیادی مواجه می‌شود. درجه بندی هتل‌ها با استانداردهای جهانی فاصله داشته و قیمت‌ها گران تمام می‌شود؛ ضمن اینکه در مناسبت‌ها سرسام‌آور است؛ این در حالی است که باید مناطق گردشگری متعدد و جذاب را هم تجهیز کرد. موضوع حمل و نقل مناسب در این حوزه نیز حائز اهمیت است. این در حالی است که در بخش توریست‌درمانی نیز مزیت‌های خوبی داریم که می‌توان از آن، ارزآوری بسیار بالا داشت؛ در حالیکه در این بخش هم سرمایه‌گذاری نشده و فرصت‌ها از دست رفته است. در یک کلام، سیاست‌گذاری‌های ما جذب توریست نیست؛ بلکه بر اعزام توریست متمرکز است، به همین دلیل به هر مسافر خروجی، مبلغی با نرخ ارز رسمی تعلق می‌گرفت که از کشور خارج شود و سالانه ۳ میلیارد دلار را به کشور تحمیل کند. بلکه باید اینگونه حمایت‌ها در خدمت توریست وارد شده، به کشور قرار گیرد و یا به منظور زیرساخت هزینه شود؛ مثلا از توریست ورودی، نرخ ویزا و بیمه‌نامه دریافت نشود. این کار باعث جذب و تشویق توریست خواهد شد.

**● دولت اکنون طرحی را دنبال می‌کند که منابعی را از صندوق توسعه ملی به برخی از طرح‌های اشتغالزایی وارد کند. چرا ما چنین حرکتی را برای برداشت از منابع صندوق توسعه ملی در سطح وسیع حوزه صادرات مشاهده نمی‌کنیم؟**

به هر حال امیدواریم که دولت با تدبیر، این منابع را اختصاص دهد. در این میان، حضور صندوق توسعه ملی در بخش صادرات از سال گذشته کلید خورد، به این معنا که در بسته حمایتی سال ۹۵ که هزار میلیارد تومان به صورت ریالی و دو میلیارد دلار به صورت ارزی در بخش صادرات اختصاص یافت، قرار شد سپرده‌گذاری ریالی و حمایت‌های ارزی صورت گیرد. در سال ۹۶ هم که مجدداً به اضافه آن عدد، قرار شد صندوق توسعه ملی دو میلیارد دلار دیگر در بانکها سپرده‌گذاری کند و خود بانکها نیز سه هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان دیگر به آن اضافه نمایند، در مجموع ۶ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان برای اعطای تسهیلات ارزیان قیمت در اختیار بانکها قرار خواهد گرفت؛ گرچه در سال گذشته که نرخ تسهیلات ۱۱ درصد و معادل دو درصد بالای نرخ تورم بود، کمتر از ۳۰ درصد این رقم محقق شد. امسال به دلیل آورده بانکها، قرار است میانگین نرخ سود را ملاک قرار دادند که امروز با نرخ شورای پول و اعتبار، تقریباً ۱۴.۵ درصد می‌شود که نرخ مقرون به صرفه‌ای در امر صادرات نیست، ولی به خاطر اینکه می‌تواند حجم تسهیلات‌گیرنده و اعطای تسهیلات را افزایش دهد، شاید در بعضی از بخش‌ها موثر باشد، ولی به شرط اینکه این اتفاق بیفتد و بانکهای دیگر هم از اجرای آن استقبال نمایند؛ چراکه اکنون فقط سه بانک صنعت و معدن و توسعه صادرات و کشاورزی مکلف به این کار شده‌اند و بانکهای دیگر مجاز هستند. این کار را انجام دهند و بعید می‌دانم بانکها از این طرح استقبال زیادی داشته باشند.

**سه فاکتور مهم** که می‌تواند در اقتصاد کشور، نقش مستقیمی داشته باشد ولی مغفول مانده؛ ری‌اکسپورت، ترانزیت و توریست است. به این معنا که برای ری‌اکسپورت باید شرایطی ایجاد شود که با ورود موقت در سرزمین اصلی و مناطق آزاد، واحدهای تولیدی بتوانند با ایجاد ارزش افزوده حاصل از انرژی و نیروی کار نسبتاً ارزان، کالا صادر کنند.

**● تراز تجاری مثبت یا منفی که از آن در آمارهای تجارت خارجی کشور یاد می‌شود، چقدر نگران‌کننده یا امیدوارکننده است؟**

تراز تجاری مثبت در سال گذشته، یک دستاورد نبود؛ چراکه تراز مثبت از ناحیه افزایش صادرات نیست، بلکه با کاهش واردات به دست آمده بود؛ ضمن اینکه در واردات کالا، توجهی به واردات غیررسمی در آمارهای محاسباتی نیز نشده؛ البته اگر واردات غیررسمی را از محاسبات خارج کنیم، کاهش واردات نشان‌دهنده کوچک شدن حجم تجارت خارجی ایران در سال گذشته است؛ در حالیکه ایران باید مطابق با استانداردهای جهانی، ۱.۲ درصد از تجارت جهانی سهم داشته باشد؛ اما امروز این عدد، بدون فروش نفت ۰.۲۶ و با فروش نفت ۳.۲ است، یعنی باید چهار برابر تلاش کنیم که به کف استاندارد برسیم؛ به همین دلیل تراز تجاری مثبت همراه با کاهش واردات، دستاورد به شمار نمی‌رود. زمانی می‌توان از تراز مثبت خوشحال بود که با بزرگ شدن تجارت خارجی، صادرات از واردات پیشی بگیرد؛ ضمن اینکه اگر قرار باشد با محدودیت و یا بنا بر اصطلاح دولتمردان، با مدیریت واردات، تراز تجاری مثبت شود با ابزار ثبت سفارش که به راحتی در اختیار دولت است، کاهش واردات صورت می‌گیرد تا از منفی شدن تراز جلوگیری شود؛ در حالیکه قطعاً با این روش، سهم خود را از بازارهای جهانی کم می‌کنیم؛ در صورتیکه باید تلاش کرد تا میزان حضور خود را در بازارهای جهانی توانان با افزایش صادرات و واردات پیش ببریم.

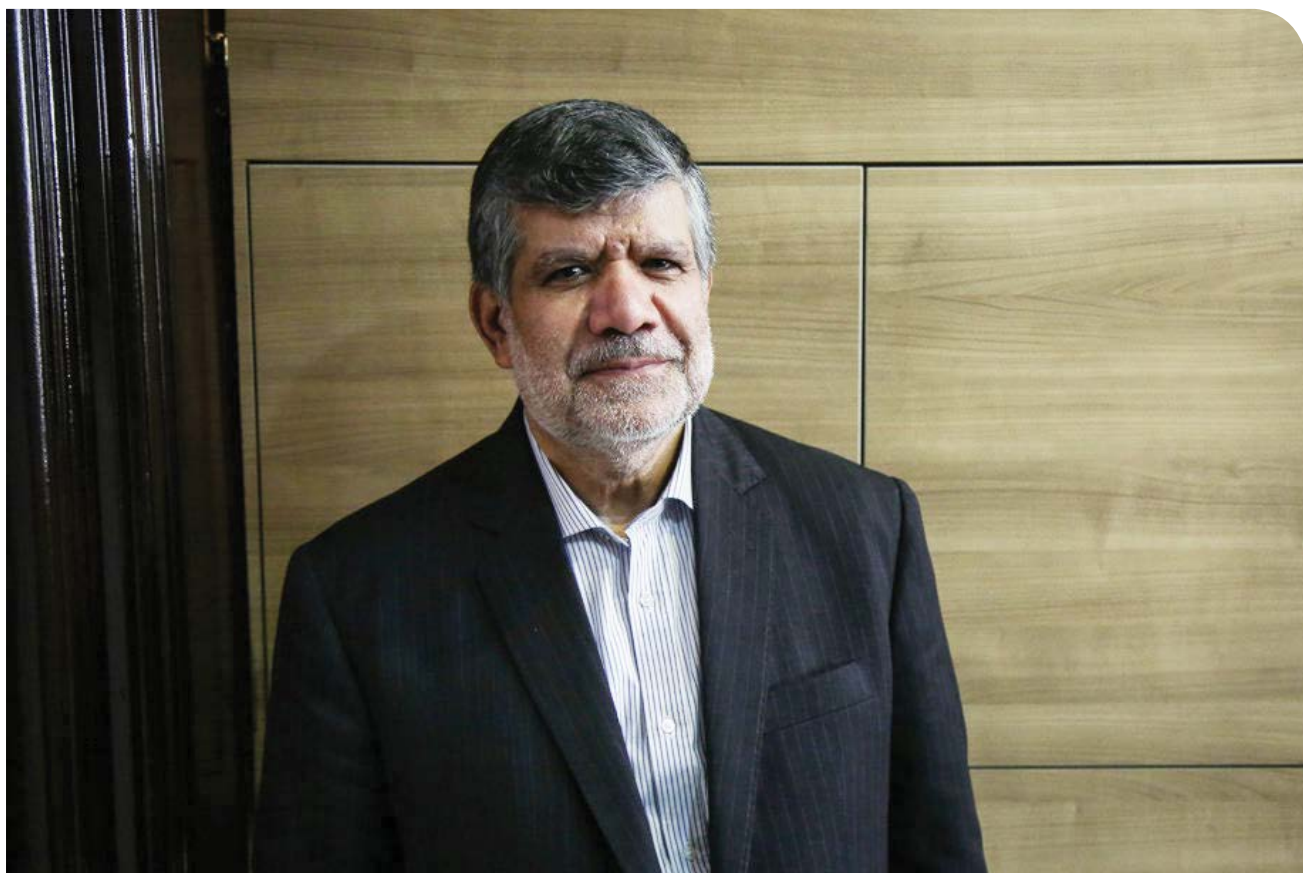
**● یکی از راهکارهایی که می‌تواند حوزه تجارت خارجی را بهبود جدی ببخشد، ری‌اکسپورت است که که ایران می‌تواند ظرفیت‌هایی در این حوزه داشته باشد، چرا این ظرفیت خیلی مورد توجه قرار نمی‌گیرد؟**

سوال خوبی است. سه فاکتور مهم که می‌تواند در اقتصاد کشور، نقش مستقیمی داشته باشد ولی مغفول مانده؛ ری‌اکسپورت، ترانزیت و توریست است. به این معنا که برای ری‌اکسپورت باید شرایطی ایجاد شود که با ورود موقت در سرزمین اصلی و مناطق آزاد، واحدهای تولیدی بتوانند با ایجاد ارزش افزوده حاصل از انرژی و نیروی کار نسبتاً ارزان، کالا صادر کنند؛ اما به دلیل سوءاستفاده‌هایی که در یک دوره در ورود موقت اتفاق افتاده، قوانین بسیار سختگیرانه‌ای وضع شد که عملاً ورود موقت را حتی برای واحدهای تولیدی که می‌خواهند کالای واسطه‌ای تولید را وارد کرده و صادرات داشته باشند، متوقف کرده و مناطق آزاد هم یا درگاه واردات و یا تفرجگاه شده‌اند؛ ضمن اینکه مناطق آزاد و ویژه اقتصادی در کشور ما با واگذاری و فروش زمین، به دنبال کسب درآمد برای ایجاد زیرساخت هستند؛ در صورتیکه امروزه در دنیا، مناطق موجود نه تنها خدمات رفاهی و زیرساخت لازم، بلکه سوله و محیط آماده را در اختیار سرمایه‌گذار قرار می‌دهند؛ ضمن اینکه در قانون بندر و مناطق آزاد، قرار بر این بود بانک‌های خارجی حضور پیدا کرده و تسهیلات ارزیان قیمت ارابه دهند؛ اما در آن بخش هم به دلیل عدم اجرای درست قانون و البته برخی تحریم‌ها، فرصت فراهم نشد. در خصوص ورود موقت نیز، ایران با وجود مزیت‌ها و کارخانجات مجهز در محصولات غذایی خصوصاً شیرینی و شکلات، به شدت مزیت داشته و با ورود موقت می‌توان صادرات عمده داشت، ولی به دلیل برخی سوءاستفاده‌ها، به یکباره ورود موقت شکر قطع شد که همین امر، قیمت را از حالت رقابتی خارج کرد.

**در سال ۹۶ قرار شد صندوق توسعه ملی دو میلیارد دلار دیگر در بانکها سپرده‌گذاری کند و خود بانکها نیز سه هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان دیگر به آن اضافه نمایند، در مجموع ۶ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان برای اعطای تسهیلات ارزیان قیمت در اختیار بانکها قرار خواهد گرفت؛ گرچه در سال گذشته که نرخ تسهیلات ۱۱ درصد و معادل دو درصد بالای نرخ تورم بود، کمتر از ۳۰ درصد این رقم محقق شد.**

**● در بخش ترانزیت چه اتفاقی افتاد؟**

نکته دومی که باید به آن اشاره شود، ترانزیت کالا است. موقعیت جغرافیایی کشور طوری است که به آبهای آزاد دسترسی داشته و می‌تواند حلقه وصل غرب به شرق جهان بوده و بهترین استفاده را از موضوع ترانزیت داشته باشد؛ ولی در آن بخش هم به دلیل عدم وجود زیرساخت و نبود تجهیزات کافی به منظور کنترل و جلوگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی، نتوانسته از فرصت و ظرفیت‌های موجود



## تقسیم کار ملی برای توسعه صادرات

مجتبی خسرو تاج می‌گوید تقسیم کار ملی و راهبری هوشمندانه صادرات غیرنفتی در کشور مهمترین محورها در توسعه صادرات است.

شده است و تراز کشور، بر اساس درآمدهای غیرنفتی تنظیم شده است. البته هنوز هم با آرمان‌ها و چشم‌انداز ترسیم شده برای کشور، فاصله داریم و باید حرکت‌های منسجمی را در این رابطه انجام دهیم. تمام این‌ها در شرایطی است که صادرات غیرنفتی در دست فعالان اقتصادی است و آنها با تلاش خود، کالاهای تولیدی را به بازارهای جهانی عرضه می‌کنند؛ بنابراین نباید تلاش آنها را در این عرصه، نادیده گرفت. در عین حال، دولت هم تنظیم مقررات کرده و بستر حرکت را برای توسعه و رشد صادرات غیرنفتی فراهم می‌کند؛ اما در هر حال تلاشی که صادرکنندگان امروز برای رفتن به بازارهای جهانی انجام می‌دهند را نباید نادیده گرفت. آمارهای صادرات غیرنفتی در نیمه اول سال ۹۶ هم نشانگر همین تلاش است و صادرات همچون آب روانی، جریان دارد و البته باید تدبیری اندیشید که سرعت آن بیشتر شود. در این میان، تقسیم کار ملی و راهبری صادرات غیرنفتی در کشور، یکی از مهم‌ترین محورها در امر توسعه صادرات غیرنفتی است که در این میان، از اصولی‌ترین مواردی که باید به آن پرداخت، میزان رضایت فعالان بخش خصوصی از شبکه حمایت از صادرات غیرنفتی است. از سوی دیگر، به نظر می‌رسد که عزم ملی برای توسعه صادرات، دغدغه امروز صادرات غیرنفتی و اگرچه این یک محور اساسی در سیاست‌گذاری‌های کلان است، اما باید این نکته مورد بررسی قرار بگیرد که آیا صادرات غیرنفتی در اولویت امور دستگاه‌های دولتی و همچنین تشکلهای بخش خصوصی قرار دارد یا خیر و دستگاه‌های اقتصادی هر کدام باید در چه حوزه‌هایی از صادرات، متمرکز و پاسخگو باشند.

● **اجرای بسته حمایت از صادرات اکنون در چه وضعیتی قرار دارد؟**  
همانطور که می‌دانید بسته حمایت از صادرات در کارگروه‌های مربوطه در سازمان برنامه و بودجه نهایی شده است و بر اساس آن، دو ردیف عمده در قانون

اشاره: ردپای صادرات غیرنفتی را این روزها می‌توان در همه برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی کشور دید. به خصوص اینکه وجه اصلی سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری در حوزه اقتصاد مقاومتی، تولید درون‌زای برون‌نگر که همان تولید صادرات‌محور معنا پیدا می‌کند، این روزها صادرات غیرنفتی را پیش از هر زمان دیگری از اهمیت برخوردار می‌کند. در این میان اگرچه هدف‌گذاری‌هایی برای توسعه صادرات غیرنفتی صورت گرفته، اما همچنان ایران از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های عظیم خود برای رشد و رونق فروش کالاهای ایرانی استفاده نمی‌کند و البته بسیاری بر این باورند که صادرات باید به طور واقعی، از عزم ملی برای حمایت برخوردار باشد. مجتبی خسرو تاج، رئیس‌کل سازمان توسعه تجارت ایران البته می‌گوید، اقتصاد وابسته به نفت ایران، اکنون در حال حرکت به سمت یک اقتصاد غیرنفتی و نوظهور در دنیا است.

● **وضعیت عمومی صادرات غیرنفتی را در حال حاضر چطور ارزیابی می‌کنید و چه راهبردهایی برای حمایت از توسعه صادرات، در دستور کار دولت قرار گرفته است؟**

همانطور که می‌دانید در گذشته، اقتصاد کشور وابسته به نفت بوده و در سالهای بعد از انقلاب، ایران را به عنوان یک کشور نفتی می‌شناخته‌اند؛ اما اکنون این رویکرد تغییر کرده و برخی کشورهای دنیا امروز نگران از اقدامات و ظرفیت‌سازی‌های ایران در عرصه‌های مختلف اقتصادی و تولیدی هستند؛ بنابراین برداشت عمومی در عرصه بین‌المللی این طور نیست که ایران همچنان وابسته به نفت است، بلکه وابستگی اقتصاد ایران به نفت کمتر



تولیدی صادرات با هدف رقابتی شدن قیمت محصولات و برقراری تسهیلات بیشتر در بخش لجستیک کالاهای صادراتی، توسعه توافق‌های تجاری دوجانبه و چند جانبه با هدف کاهش حقوق گمرکی از اقدامات میان مدت برای توسعه صادرات است. همچنین تثبیت مقررات و صادرات برای یک دوره ده ساله و توسعه برندسازی و ایجاد شرکت‌های بزرگ صادراتی، اصلاح مقررات حاکم بر فعالیت‌های سازمان توسعه تجارت و اصلاح نظام داخلی بنگاه‌ها می‌تواند اقدامات میان مدت برای توسعه صادرات باشد.

**● این روزها صادرات از اهمیت ویژه‌ای در میان برنامه‌های توسعه‌ای و حتی کلام بسیاری از مقامات ارشد نظام، برخوردار شده است. بر همین اساس است که صادرکنندگان نمونه، اکنون جایگاه ویژه‌ای دارند که انتخابشان، به طور قطع دقت زیادی را می‌طلبد تا اینکه یک صادرکننده را بتوان، صادرکننده نمونه و برتر دانست. فرآیند انتخاب صادرکنندگان برتر به چه صورت بوده است؟**

همانطور که می‌دانید شعار امسال صادرات، تکرار عزم ملی است و در روز ملی صادرات، از ۵۰ صادرکننده برتر ملی با اعطای تندیس تقدیر می‌شود. همچنین، به صادرکنندگانی که ۵ بار حایز عنوان ملی شده باشند و در بار پنجم نیز در گروه خود، بالاترین امتیاز را کسب کنند؛ عنوان تندیس صادرکننده ممتاز اعطاء می‌شود. در این میان، از بین متقاضیانی که ثبت نام کرده‌اند نیز، برترین هر گروه کالایی با توجه به شاخص‌های اعلامی، انتخاب و جهت تحویل پرونده‌ها و ارائه مستندات، به آنان اطلاع‌رسانی شده است. بر این اساس، در مجموع ۱۴۹ شرکت صادرکننده کالا و خدمات، از برترین‌های هر گروه کالایی برگزیده شدند که از این تعداد، ۱۱۷ پرونده مربوط به صادرکنندگان کالا و ۳۲ پرونده مربوط به صادرکنندگان خدمات بوده است. همچنین از بین ۷۰ گروه کالایی تعیین شده، ۹ گروه کالایی فاقد متقاضی از گردونه رقابت خارج شدند که شامل رنگ ساختمانی بریده، داروهای گیاهی، تجهیزات پزشکی، کفش، کشتی، قایق و شناور، دوچرخه، موتورسیکلت و قطعات وابسته و حمل و نقل بین‌المللی و ترانزیت و محصولات فرهنگی و هنری و صدور نیروهای انسانی هستند. همچنین از بین متقاضیانی که ۵۵ درصد آنها، وبسایت خارجی زبان طراحی کرده، ۱۸ درصد آنها دارای ثبت سیستمی محصول، ۲۳ درصد در سایت‌های بین‌المللی، تبلیغات داشته و تنها ۴۰ درصد از آنها، خارج از کشور دفتر داشتند؛ ضمن اینکه ۳۷ درصد از این متقاضیان در نمایشگاه‌های بین‌المللی وجود داشته و تنها ۱۳ درصد عضو کنسرسیوم‌های صادراتی بودند. همچنین ۴۴ درصد متقاضیان دارای گواهینامه بین‌المللی کیفی و ۳۸ درصد آنها گواهینامه بین‌المللی مدیریت و تنها ۱۲ درصد از آنها دارای ثبت سیستمی برند بودند.

**● بیشترین فراوانی متقاضی در کدام گروه کالایی بود؟**  
بیشترین فراوانی متقاضی در گروه کالایی متعلق به بازرگانی عمومی و مصنوعات پلیمری و پس از آن میوه، تره‌بار، صیفی و صنایع تبدیلی کشاورزی و سایر مصالح ساختمانی و فرآورده‌های لبنی بوده است.

**● امسال به نظر می‌رسد که دولت، عزم جدی برای تأمین مالی صادرات دارد و می‌خواهد، صادرات را رونق بخشد. برنامه برای ارائه مشوق‌های صادراتی به چه صورت است؟**  
طبق قانون برنامه بودجه، در سال جاری ۲۲۰ میلیارد تومان اعتبار برای حمایت از صادرات در نظر گرفته شده است که از این رقم، ۱۲۰ میلیارد تومان مربوط به جوایز صادراتی است که در این راستا، با سازمان برنامه و بودجه موافقتنامه‌ای امضاء شده و به محض تخصیص اعتبار، این رقم صرف توسعه و حمایت از صادرات خواهد شد. البته باید توجه داشت که این اعتبار، جدا از اعتباری است که صندوق توسعه ملی، در قالب تسهیلات به صادرکنندگان ارائه می‌دهد. ایسکانیوز مبنی بر روابط بانکی صادرکنندگان با کشورهای هدف گفت: صادرکنندگان ما در سال‌های تحریم مجبور به دور زدن بانک‌ها برای نقل و انتقال پول بودند اما در پسابرجام انتظار دارند که هزینه آنها کاهش یابد و روابط بانکی تسهیل یابد.

### عزم ملی برای توسعه صادرات،

دغدغه امروز صادرات غیرنفتی و اگرچه این یک محور اساسی در سیاستگذاری‌های کلان است، اما باید این نکته مورد بررسی قرار بگیرد که آیا صادرات غیرنفتی در اولویت امور دستگاه‌های دولتی و همچنین تشکلهای بخش خصوصی قرار دارد یا خیر؟



### کاهش بیش

از این در تعرفه‌ها به صلاح نیست؛ بلکه همین روند هم سبب شده تا گمرکات با شفافیت بیشتری نسبت به اخذ حقوق دولتی اقدام کنند؛ ضمن اینکه وقتی طبقات تعرفه کاهش می‌یابد؛ میزان سوءاستفاده افراد به حداقل می‌رسد و دیگر افرادی که قصد سوءاستفاده دارند نمی‌توانند با جابجایی طبقات، به نفع خود استفاده نمایند.



بودجه در نظر گرفته شده که یک ردیف ۱۲۰ میلیارد تومانی و یک ردیف ۱۰۰ میلیارد تومان برای پرداخت کمک سود تسهیلات به بخش صادرات در نظر گرفته شده است. در عین حال، شورای عالی صادرات در فروردین ماه سال ۹۶ تصویب کرد که از محل تبصره ۱۴ قانون بودجه که مربوط به بحث یارانه‌ها است، ۱۰۰ میلیارد تومان به صادرات تخصیص داده شود. این رقم‌هایی است که مصوب شده و بسته نهایی در سازمان توسعه تجارت با همراهی سازمان برنامه و بودجه تدوین گردیده و در این زمینه، ابلاغ ردیف‌ها نیز انجام شده است؛ ولی هنوز تخصیص صورت نگرفته است.

### ● این منابع با چه اولویتی پرداخت خواهد شد؟

آنچه در بسته حمایت از صادرات تعریف شده، به صورت کامل اولویت‌بندی برای پرداخت منابع حمایتی به بخش صادرات را مشخص کرده است؛ ضمن اینکه ۱۰۰ میلیارد تومان مربوط به یارانه کمک سود تسهیلات بانکی است که بر اساس اولویت‌ها تخصیص داده می‌شود.

### ● پیش‌بینی این است که صادرات غیرنفتی تا پایان سال به چه رقمی برسد؟

در این رابطه پیش‌بینی دقیقی نمی‌توان ارائه داد که صادرات غیرنفتی به چه رقمی می‌رسد ولی هدفگذاری‌های لازم صورت گرفته و طبق قانون برنامه ششم، حداقل باید در سال جاری ۲۱.۷ درصد در رشد را محقق کنیم؛ به نحوی که امسال باید صادرات غیرنفتی بدون احتساب مبعانات گازی، به ۴۷.۵ میلیارد دلار برسد. این رقمی است که قانونگذار مشخص کرده و تلاش داریم به این رقم برسیم. البته باید ظرفیت‌سازی‌های لازم در این زمینه صورت گیرد و ظرفیت‌های جدیدی را در زمینه صنایع خلاق و دانش بنیان ایجاد کرده تا به صادرات برسند. یعنی در واقع، برنامه‌ریزی‌ها را به نحوی صورت دهیم که ظرفیت‌سازی در نوع کالاها به نحوی صورت گیرد که مشخص شود چه نوع کالایی برای آینده کشور ظرفیت صادراتی دارد و در جهتگیری‌های آتی و سرمایه‌گذاری‌های کشور باید بر چه کالایی صورت گیرد. به خصوص اینکه امروز ایران با بحران آب و محیط زیست مواجه است و باید برای آن فکری کرد.

### ● کاهش سطح عمومی تعرفه‌ها و طبقات تعرفه‌ای امسال در کتاب تعرفه چطور طراحی شده است؟

امسال هم مطابق با سال گذشته، ۸ سطح تعرفه در کتاب مقررات واردات و صادرات در نظر گرفته شده است و در جلسات کارشناسی کمیسیون ماده یک بحث و بررسی لازم در مورد آن صورت گرفته است؛ اما کاهش بیش از این به صلاح نیست؛ بلکه همین روند هم سبب شده تا گمرکات با شفافیت بیشتری نسبت به اخذ حقوق دولتی اقدام کنند؛ ضمن اینکه وقتی طبقات تعرفه کاهش می‌یابد؛ میزان سوءاستفاده افراد به حداقل می‌رسد و دیگر افرادی که قصد سوءاستفاده دارند نمی‌توانند با جابجایی طبقات، به نفع خود استفاده نمایند؛ ولی ما اصل این است که حمایت جدی از تولید صورت گیرد و نظام تعرفه‌ای به نحوی باشد که حمایت تعرفه‌ای از تولید صورت گیرد. خیلی از کشورهای دنیا حتی آمریکا سطوح تعرفه و طبقات تعرفه‌ای، بیشتر از ۸ است ولی انواع و اقسام روش‌های حمایتی برای تولید در نظر می‌گیرند و با بروز استانداردهای فنی و روش‌های غیرتعرفه‌ای تولید را حمایت می‌کنند.

### ● اقدامات کوتاه مدتی را که می‌توان برای حمایت و پشتیبانی از صادرات انجام داد، در چه مواردی می‌توان گنجاند؟

به طور کلی، فعال نمودن ظرفیت‌های خالی و استفاده بنگاه‌های مختلف تولیدی و بهره‌وری حداکثر از سرمایه‌گذاری و ظرفیت‌های نصب شده موجود، همچنین رفع موانع همکاری‌های بانکی با کشورهای مختلف و برقراری مشوق‌ها و تسهیلات اعتباری و مالی از طریق برقراری جوایز صادراتی و برقراری خطوط اعتباری برای کشورهای هدف، از اقدامات کوتاه مدت این سازمان برای توسعه صادرات است؛ در عین حال کاهش هزینه‌های سر راه محصولات

# آسیب شناسی موانع صادرات کالاهای صنعتی

دفتر توسعه صادرات محصولات صنعتی و معدنی سازمان توسعه تجارت  
موانع حضور کالاهای صنعتی ایران در بازارهای جهانی را آسیب شناسی کرده است

## هدف :

شناسایی مهمترین موانع حضور بنگاه های ایرانی در صنایع مختلف در بازارهای جهانی  
فرایند کار:

برگزاری هفت میز کالایی در صنایع مختلف با حضور انجمن ها، اتحادیه ها و شرکتهای معتبر در هر صنعت در حضور  
جناب آقای مهندس خسرو تاج و بررسی مشکلات هر صنعت

استخراج و طبقه بندی موانع و مشکلات خاص هر صنعت برای حضور در بازارهای جهانی  
نتایج:

استخراج موارد خاص و موانع ویژه هر صنعت در بازارهای جهانی با تعامل با اتحادیه ها و انجمن های معتبر در هر صنعت

## معدن و صنایع معدنی

### کاشی و سرامیک :

هزینه سنگین حمل و نقل ( در دنیا ۱۰-۱۵٪ و در ایران ۲۵-۳۰٪) - عدم بهره مندی از مشوقهای صادراتی - عدم امکان عملی استفاده از صندوق ضمانت صادرات - اعطای تسهیلات بانکی به واحدهای دارای کمتر از ۱۰۰ نفر پرسنل - عدم کنترل کالای صادراتی که منجر به خدشه اعتبار و برند محصولات ایرانی می گردد-مشکل تعرفه در کشورهای هدف از جمله آذربایجان - تعرفه بالای نمایشگاهی در ایران

### سیمان و کلبنکر:

رقابت منفی صادرکنندگان - قیمت شکنی صادرکنندگان ایرانی به جهت نیاز به نقدینگی - ممنوعیت و محدودیت اعمال شده از سوی دولت عراق در زمینه صادرات سیمان به آن کشور ( با توجه به بهبود نسبی شرایط آن کشور و امید به رونق فعالیتهای عمرانی و ساخت و ساز، جلب نظر مسئولیت ذریب در عراق جهت حمایت از صادرات محصولات ایرانی ضروری خواهد بود. )توقف کامیونها در مبادی خروجی به افغانستان و خروجی (شلمچه و پرویز خان و ... ) عوارضی متقابل راهداری از کامیونهای حامل سیمان در مرزهای افغانستان و ترکمنستان انحصار واردات سیمان به روسیه ( در دست هلدینگ یوروسمنت

### شیشه فلت :

مشکل صادرات به لحاظ اتهام قیمت شکنی از جانب بازارهای صادراتی ترکیه و هند. ضرورت بهره مندی از مزیت تعرفه ترجیحی با هدف بهبود مزیت صادراتی صادرکنندگان ایرانی در مقایسه با رقیب

### سنگ ساختمانی :

عدم استفاده از تجهیزات مدرن در بهره برداری از معادن که باعث هدر رفتن بخش قابل توجهی از سنگ استخراج شده و استحصال شده می گردد ضمن آنکه بر کیفیت سنگ تولیدی و فرآوری شده نیز موثر است. سایر موانع توسعه صادرات سنگ عبارتند از پایین بودن بهره وری و نرخ بالای تمام شده محصول - کیفیت نامناسب جهت عرضه در بازارهای جهانی - کیفیت نامناسب بسته بندی - عدم اهتمام به ایجاد زیر ساختهای لازم

### ظروف شیشه ای :

واردات بی رویه موجب بروز مشکل در روند فعالیت واحدهای تولیدی شده و بر صادرات این محصولات اثر منفی می گذارد. کند شدن روند صادرات در برخی بازارها در نتیجه اتهام به قیمت شکنی ( از جمله در کشور هند برای صادرات محصولات اوپال ایرانی )

## محصولات فلزی و لوازم خانگی

### لوازم خانگی :

- ◀ مونتاژی بودن صنعت لوازم خانگی کشور و تولید مشترک برخی از محصولات با کمترین عمق داخلی
- ◀ عدم هوشمند سازی و استفاده از زیر ساختهای الکترونیکی در محصولات صادراتی
- ◀ فرسودگی عمده ماشین آلات و تجهیزات تولید
- ◀ قاچاق لوازم خانگی به کشور و کاهش قدرت و توان تولید و فروش شرکتهای داخلی و به تبع آن کاهش قدرت در صادرات
- ◀ عدم تخصیص ارز مبادله ای به ماشین آلات خط تولید و کالاهای واسطه ای (به عنوان نمونه کمپرسورهای یخچال)
- ◀ عدم رعایت استانداردهای لازم در محصولات صادراتی (به عنوان نمونه : استاندارد اجباری شرکت بازرسی بین المللی BV برای واردات به کشور عراق)

- ◀ عدم شناسایی و نداشتن برنامه جهت پیوستن به زنجیره ارزش جهانی
- ◀ حضور ضعیف در نمایشگاه های بین المللی معتبر و نداشتن نمایشگاه دائمی یا مرکز فروش در کشورهای هدف صادراتی
- ◀ ضعف در برند سازی و توسعه برند محصولات صادراتی

### مصنوعات فلزی :

- ◀ عدم تخصیص مواد اولیه مورد نیاز (ورقهای فولادی) شرکتهای تولیدی لوله و پروفیل توسط شرکت فولاد مبارکه
- ◀ بالا بودن تعرفه واردات ورق های فولادی که توسط شرکتهای فولاد داخلی تولید نمی شود.
- ◀ اخذ مالیات بر ارزش افزوده از واردات شمش طلا جهت استفاده در محصولات صادراتی و در نتیجه بالا رفتن قیمت تمام شده
- ◀ بروکراسی و زمانبر بودن مجوز صدور صادرات مصنوعات از طلا و فلزات گرانبها
- ◀ حضور ضعیف در نمایشگاه های بین المللی معتبر

## خودرو و نیرو محرکه

- ◀ وجود تعرفه های تبعیضی در کشورهای هدف برای ورود محموله های صادراتی ایران در مقایسه با سایر رقبای صادراتی
- ◀ صدور مجوز واردات کالاهای مشابه (قطعات و لوازم یدکی) و ماشین آلات کشاورزی با توجه به وجود توان و ظرفیت واحدهای تولیدی -



◀ صادرات محصولات بی کیفیت در حوزه ماشین آلات صنایع غذایی، اعتماد بین المللی خصوصا در بازارهای عراق و افغانستان در حوزه ماشین آلات صنایع غذایی ایران را از بین برده است.

◀ عدم برنده شدن شرکت مینا در پروژه ساخت نیروگاه در عمان به علت موضوعات ایران هراسی و فقدان لابی گری سیاسی

◀ پر هزینه بودن نمایشگاه های بین المللی خارج از کشور برای فعالین حوزه ماشین سازی و تجهیزات با توجه به شرایط خاص آن

◀ مشکل تامین سرمایه در گردش جهت تامین موارد اولیه ساخت سفارشات دریافت شده در نمایشگاه امارات در حوزه ماشین آلات صنعت چاپ، منجر به فسخ قرارداد ها و پرداخت ضرر و زیان به طرف خارجی گردید.

◀ مشکل تامین تضامین بانکی جهت گارانتی ماشین آلات و تجهیزات صادراتی در کشورهای هدف

◀ بالا بودن تعرفه واردات ماشین آلات صنایع کشاورزی برای تجار ایرانی، در قبال کشورهایی که با هم توافقنامه تعرفه ترجیحی دارند که این امر باعث بالارفتن قیمت تمام شده محصولات صادراتی در این حوزه می شود.

◀ وجود بحث دلالی در حوزه نمایشگاه های تخصصی ماشین آلات کشاورزی در کشور

◀ مشکل در واردات قطعات و مواد اولیه و نهاده های مورد نیاز ساخت ماشین آلات و تجهیزات حوزه صنایع غذایی و کشاورزی

◀ وجود رقبات دولتی و عمومی قوی در بازار حوزه ماشین سازی صنایع کشاورزی که عرصه را بر صادرات توسط تولیدکنندگان بخش خصوصی تنگ نموده اند، نظیر شرکت تراکتورسازی تبریز و شرکت کمباین سازی اراک

◀ وجود مشکل اقتصاد مقیاس در تولید و دریافت سفارشات صادراتی اقتصادی باعث از دست رفتن بازار کشورهای عراق و افغانستان و آفریقا شده است.

### ■ شیمیایی و پتروشیمی

◀ اعمال قوانین مبارزه با پولشویی در کشور چین و محدودیت در گشایش حساب در بانکهای مطرح چین

◀ اعمال قوانین آنتی دامپینگ در هند در خصوص محصول ال ای بی

◀ اعمال تعرفه ورود کالا به ترکیه در خصوص محصول لاستیک

◀ توقف سوآپ بین کشورهای ترکمنستان، آذربایجان و ایران در خصوص صادرات گازمایع

◀ مشکلات تولید و قیمت **utility** و نهایی مجتمع های پتروشیمی

◀ نحوه قیمت گذاری قیر عرضه شده در بورس و مشکلات بسته بندی و کیفیت پایین قیر عرضه شده .

◀ تعامل تجاری کشورهای عضو منطقه ایی اوراسیا با تعرفه صفر و بالا بودن قیمت تمام شده کالای ایرانی و عدم امکان رقابت در کشور های هدف صادراتی منطقه

### ■ نساجی، چرم، پوشاک و صنایع دستی

◀ عدم حضور در چرخه تولید جهانی

◀ ضعف در طراحی

◀ ورود غیر قانونی چرم و پوشاک و کفش

◀ مشکلات عدیده در ورود پوست گاوی به کشور

◀ پایین بودن کیفیت پوست به دلیل بیماریهای موجود

◀ حضور تولید کنندگان عراقی در ایران در زمینه کفش به صورت غیر قانونی

◀ پرداخت یارانه نمایشگاههای موثر و معتبر در این صنعت از جمله دموتکس آلمان

◀ کاهش تعرفه پنبه از ۱۰٪ به ۵٪ بمنظور کاهش قیمت تمام شده در بخش تولید نخ

صادراتی کشور در این بخش از صنعت

◀ عدم اعمال عوارض گمرکی مناسب بر واردات کالا و محصولات حوزه صنعت خودرو و نیرو محرکه و عدم حمایت از صنایع داخلی مربوطه

◀ وجود رقابت ناسالم داخلی فیما بین واحدهای تولیدی و صادراتی ذیربط

◀ مشکلات مربوط به ضعف بنیه مالی کشورهای طرف تجاری ایران در ایفای تعهدات مالی

◀ عدم وجود امنیت سرمایه گذاری و صادرات به کشورهایی که با بحران های سیاسی و اقتصادی روبرو میباشند مانند عراق، سوریه، لیبی، ونزوئلا و ...

◀ عدم امکان گشایش اعتبار اسنادی برای کالاهای با مبدا ایران و عدم تخصیص ارز دولتی مربوطه

◀ تغییرات قوانین واردات کشورها به سمت اعمال استانداردهای سخت گیرانه در قبال محموله صادراتی ایران

◀ هزینه های سنگین حمل و نقل بویژه حمل دریایی محموله های صادراتی

◀ عدم حمایت از حضور و مشارکت واحدهای تولیدی - صادراتی کشور در مجامع و رویدادهای بین المللی در خارج از کشور

◀ عدم نظارت بر عملکرد مجریان برگزاری نمایشگاههای بین المللی تخصصی در تهران و استانها به لحاظ برگزاری نمایشگاه در سطوح کیفی و تخصصی مورد انتظار و عدم مشارکت واحدهای صنعتی معتبر داخلی و خارجی در نمایشگاههای موصوف که با هدف جذب سرمایه گذاری های خارجی در تولید محصولات جدید، انتقال تکنولوژی و دانش فنی و توسعه صادرات میبایست در اولویت قرار گیرد.

### ■ برق و الکترونیک

◀ تخصیص سرمایه در گردش ارزی یکساله در مورد کالای الکتروموتور (در صورت تحقق، صادرات ۴۰ تا ۵۰ درصد رشد صادرات خواهیم داشت)

◀ قیمت بالای مواد اولیه ( فولاد آلومینیوم، مس) مورد استفاده در صنایع برق و الکترونیک نسبت به قیمت جهانی آن،

◀ وابستگی صادرات تجهیزات برقی به پروژه های خدمات فنی و مهندسی (با توجه به اینکه صادرات تجهیزات برق و الکترونیک معمولا به صورت فروش مستقیم کالا و عمدتا از طریق فروش تجهیزات در قالب پروژه های خدمات فنی و مهندسی صورت می گیرد. متاسفانه

عدم استفاده شرکتهای پیمانکار خارجی به جهت مشکلات عدیده بانکی با ایران و همچنین ترجیح شرکتهای پیمانکار داخلی به

استفاده از کالاهای خارجی ( هند و چین ) با قیمت و کیفیت پایین تر جهت سود بیشتر )

◀ اعطای استاندارد تشویقی به برخی از واحدهای تولیدی چراغ به جای استاندارد اجباری

◀ عدم وصول مطالبات شرکتهای صنعت برق و الکترونیک از کشور عراق

◀ عدم توجه به زنجیره تامین در صادرات صنعت مخابرات (به منظور رشد صادرات تجهیزات مخابراتی لازم است تا شرکتهای اپراتوری مخابرات در ابتدا صدور خدمات داشته باشند و بدنبال آنها تجهیزات نیز صادر گردد)

◀ عدم تطابق استاندارد صنعت مخابرات ایرانی با برخی از کشورهای هدف صادراتی مانند ارمنستان ( کشور مذکور تابع استاندارد **GOST**

فدراسیون روسیه است.

◀ عدم برپایی پابویون تخصصی تجهیزات پزشکی در نمایشگاههای معتبر و مهم بین المللی نظیر عرب هلث (امارات) و مدیکا(آلمان)

### ■ ماشین سازی و تجهیزات

◀ از دست دادن بازارهای هدف صادراتی ایران در کشورهای آفریقا و آسیای میانه توسط ترکیه به علت رایزنی ها و حمایت های دولتی ترکیه از صادرکنندگان

◀ عدم اعتماد مشتریان در کشور ارمنستان به ماشین آلات و تجهیزات کشاورزی

ایران به علت ورود محصولات بی کیفیت توسط تجار ایرانی به این کشور

# صادرات پیشران توسعه اقتصادی

منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران



## کشورهای هدف صادراتی:

- چین 
- عراق 
- امارات متحده عربی 
- جمهوری کره 
- هند 

## کشورهای هدف وارداتی:

- چین 
- امارات متحده عربی 
- ترکیه 
- جمهوری کره 
- هند 



## میزان تجارت خارجی ایران (در نیمه اول سال جاری):

۴۴ میلیارد و ۱۳۹ میلیون دلار



## میزان صادرات:

۵۸ میلیون و ۶۳۵ هزار تن  
۲۰ میلیارد و ۵۴۴ میلیون دلار



## میزان واردات:

۱۷ میلیون و ۱۹۵ هزار تن  
۲۳ میلیارد و ۵۹۵ میلیون دلار



## اقلام صادراتی:

- میعانات گازی
- پلی اتیلن گرید فیلم
- پروپان مایع شده
- سایر روغن های سبک و
- فرآورده ها به جز بنزین



## اقلام وارداتی:

- برنج
- ذرت دامی
- وسایل نقلیه موتوری (با حجم سیلندر ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ سی سی)
- قطعات منفصله (جهت تولید خودروی سواری)
- لوبیای سویا



## فصلی نو برای صادرات

پدرام سلطانی می گوید که خانه تکانی اساسی در برخی بخش های دولتی در حمایت از صادرات صورت گیرد

داخلی اثرپذیر باشند. به این معنا که اگر بازار بین المللی، یک بازار سرپا باشد و رشد اقتصادی کشورهای خریدار این محصولات که به طور مشخص، اقتصادهای بزرگ و نوظهور هستند، مناسب باشد، آنها معمولا کالا خرید کرده و قیمت های پرداختی نیز، بالا است و فروش به آنها، به سادگی انجام می شود؛ اما اگر به اقتصاد خودمان نگاه کنیم، به آن روزهایی که تحریم ها، فشار زیادی به ایران وارد می کرد، کشورهای اصلی همچون چین، هند، کره و ژاپن که مواد اولیه مصرف کرده و صادرات در حال رشد دارند، از ایران خرید خود را انجام می دادند؛ در حالیکه برای صادرات کالاهای با ارزش افزوده بالاتر، فضای رقابتی کالاهای صادراتی، اقتصادهای توانمندتر است و بنابراین برای اینکه بتوانیم با آنها رقابت کنیم، باید اقتصاد در رونق بوده و تورم هم کنترل شود، به این معنا که سرمایه گذاری به صورت مستمر به اقتصاد ورود کرده و نرخ تشکیل سرمایه ثابت نیز مثبت باشد. در این حالت است که واحدها و تکنولوژی های جدید وارد کشور شده و اقتصاد هم، یک اقتصاد سالم می شود که می تواند رقابت کند. طبیعتا این شرایط، مانند مسابقه دو می ماند که آن کس، که فیزیک بدنش جواب می دهد، قوی تر است و شانس پیروزی دارد. اما آن کسی که از درون، مسائل و مشکلاتی دارد، ولو ظاهرش سرپا باشد، نمی تواند کاری انجام دهد. اقتصاد هم همین طور است، اگر اقتصاد از درون، مساله داشته باشد، نمود بیرونی آن، نمود قوی نخواهد بود. با این تعریف، اگر بخواهیم به وضعیت تجارت خارجی طی یکسال گذشته نگاه کنیم، باید بر روی تراز تجاری متمرکز شد؛ تراز تجاری وقتی مثبت است که صادرات و واردات رشد کنند، ولی موقعی که صادرات یا واردات افت کرده و صادرات رشد کند، نمی توان اسم آن را تراز مثبت گذاشت، اگر چه در عدد، مثبت باشد، ولی در واقع، میزان حضور ما در اقتصاد جهانی، شاید حتی کوچک شده باشد، چون جمع صادرات و واردات است که وزن ما را در اقتصاد جهانی نشان می دهد. اصولا واردات در یک اقتصاد سالم، یک ورودی و نهاده برای صادرات در اقتصاد آن کشور است، شما هیچ اقتصادی را سراغ ندارید که در صادرات، در ترازهای بالا و در واردات، پایین جدول بوده یا خیلی تفاوت

اشاره: صادرات غیرنفتی ایران اگرچه هنوز هم راه زیادی برای سهم خواهی بیشتر از بازارهای جهانی دارد، اما هنوز هم به پایش، قفل و زنجیرهایی زده شده که دولت باید در اقدامات جسورانه، آن را از این قید و بند برهاند. واقعیت آن است که تنگناها و چالش های پیش روی صادرات غیرنفتی، باید با تدبیر دولت از میان برداشته شده و فصلی نو برای صادرات آغاز شود. فصلی که به گفته پدرام سلطانی، نایب رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران باید در سایه آن، اصلاح ساختار باید در بخش های مختلف دولت صورت گرفته و معاونت اقتصادی وزارتخانه ها نیز به عنوان بازوی توسعه صادرات، صادرکنندگان را حمایت و هدایت کنند. او می گوید باید حرکت های جسورانه دولت، راه را برای توسعه صادرات غیرنفتی باز کند.

● **علیرغم تراز تجاری مثبتی که سال گذشته داشتیم، امسال تراز تجاری منفی را تجربه می کنیم، با توجه به شرایطی که حاکم است، تحلیلی از وضعیت صادرات غیرنفتی داشته باشید.**

به طور کلی صادرات نفتی، غیرنفتی و کالاهای با ارزش افزوده، یک متغیر بسیار حساس و نماگر خوب برای وضعیت اقتصاد یک کشور است. اگر اقتصاد کشوری، محکم، دارای چالش های کم، همراه با رونق و نرخ رشد اقتصادی مناسب و نیز سرمایه گذاری متناسب با اندازه اقتصاد آن کشور باشد، قطعا یک صادرات پیشرونده، رشدیابنده، مثبت و قوی خواهد بود و اگر یک اقتصاد، آن ویژگی ها را نداشته و یا ویژگی های مذکور در آن، در مسیر افول باشد، یکی از اولین نقاطی که آسیب می پذیرد، صادرات عمومی است که به ویژه روی صادرات کالاهای با ارزش افزوده بالاتر اثر می گذارد. اما چرا این تفاوت را قائل هستیم، به جهت اینکه صادرات مواد با ارزش افزوده پایین مانند نفت، گاز، محصولات پتروشیمی و مواد معدنی، بیشتر سیگنال خود در اقتصاد ایران را از بازار بین المللی می گیرند تا از محیط کسب و کار



است. بحثی مطرح است که معاونت اقتصادی در وزارت خارجه ایجاد شود، چراکه اکنون وزارتخانه‌ها و ریزبان بازرگانی، انظوری که باید و شاید در خدمت صادرات کشور نیستند؛ شاید بخشی از مشکل این است که آنها نمی‌دانند باید چه کاری انجام دهند، آموزشی ندیده و برای این کار هم، مهارت‌های لازم را ندارند. اکنون باید ترکیب سفارتخانه‌های ایران در خارج از کشور به طور کامل عوض شود. اگر ما در جایی ۱۰ نفر پرسنل داریم، باید ۵۰ درصد آنها اقتصادی بوده و وظیفه، کار و مأموریتشان اقتصاد باشد. کار بعدی که دولت باید انجام دهد و البته بخش خصوصی هم باید دغدغه‌مند باشد، بازاریابی، مهارت‌های مذاکره، نفوذ به بازارها و جاسوسی صنعتی و اقتصادی است که در آن، ضعیف هستیم؛ در حالیکه کم نداریم تولیداتی که آن‌ها نگاه از اینکند بتوانند یک بازاریابی حرفه‌ای در بازارهای هدفشان انجام داده و کالاهایش را بفروشند، عاجز است. بخش دیگر ضعف، به لجستیک برمی‌گردد که کامیون‌های ما فرسوده و شبکه ریلی ناکارآمد است، همانطور که در بخش حمل و نقل هوایی نیز محدودیت‌هایی وجود دارد و این بخش‌ها بسیار پرمقررات است. بخش لجستیک و حمل و نقل ماز بخش‌های بسیار پرمقررات و پرمناغ است، به همین دلیل، ترانزیت و لجستیک ما را ناکارآمد کرده و متأسفانه دولت از این بخش غافل است؛ پس سازمان بنادر باید از ریشه متحول شود و سازمان راهداری، اصلاح ساختار اساسی پیدا کند؛ به این معنا که باید جسورانه در سرمایه‌گذاری‌های حوزه لجستیک عمل کرد و با سرمایه‌گذاران چینی، هندی یا کسائی که به این کار علاقه‌مند هستند، وارد مذاکره شد و حمل و نقل ریلی و هوایی را توسعه داد. بخش دیگری که دولت با اصلاحات نرم‌افزاری می‌تواند فضای لازم را برای رونق صادرات به وجود آورد، گردشگری است. ایران در حوزه گردشگری، استعداد بزرگی دارد، ولی این بخش به جهت پیچیدگی مقررات، سختگیری‌ها، تنگ‌نظری و تعصبات نامشروع، توسعه مربوطه و لازم را پیدا نکرده است، در حالی که آمارها نشان می‌دهد در سال گذشته، گردشگر خروجی نزدیک به ۱۰ میلیون و تعداد گردشگر ورودی بارش چند ده درصدی، به کمتر از ۵ میلیون رسیده، این به معنای آن است که واردکننده خالص خدمات گردشگری بوده و ارزش بزرگی را به دنیا تقدیم می‌کنیم.

### ● به این زودی می‌توانیم منتظر جهش صادراتی باشیم؟

نه به این زودی و با این چارچوب نمی‌توانیم منتظر جهش باشیم. شاخص‌های کلان اقتصاد باید مثبت باشد که خود آن چشم‌اندازی برای صادرات قوی است؛ اما اکنون اینگونه نیست. دو فصل است که نرخ سرمایه‌گذاری ناخالص ما قدری مثبت شده، در حالیکه چند سال منفی بوده؛ در حالیکه یک اقتصاد، نیاز به سرمایه‌گذاری دارد تا بعد از گذشت ۳ تا ۵ سال، علائم آن را بتوان در رشد تولید و صادرات مشاهده کرد؛ در این میان، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به دلایل مختلفی رشد کرده؛ اما این میزان رشد، در اندازه‌های نیست که اقتصاد ما به آن نیاز دارد؛ بلکه ده برابر این رقم ۴ تا ۵ میلیارد دلاری، نیاز به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی داریم. وضعیت نظام بانکی ما عملاً وزنه سنگینی به پای اقتصاد ایران بسته است که تا اصلاحات لازم بر روی آن صورت نگیرد، زمینه جذب فاینانس و تامین مالی خارجی در آن فراهم نیست. در کنار این موارد، محیط کسب و کار کشور هم، اکنون پرچالش است و علیرغم تمام تلاشی که در این مدت انجام شده، هنوز در مورد فضای کسب و کار، شرایط مساعدی نداریم. دولت، سرعت، جدیت و جسارت لازم برای بهبود محیط کسب و کار را ندارد، در حالیکه اکنون، بی‌خاصیت‌ترین‌ها مجوزها حذف شده است، یعنی اصلاح قوانین و مقررات به صورت اساسی انجام نشده، در این بخش به واگذاری تصدی‌گری‌ها توجه نگردیده، پس پارادایم حاکم بر نظام مدیریتی ما، هنوز همان پارادایم محل کسب و کار است، لذا در این شرایط خیلی نباید امیدوار باشیم که صادراتمان رشد افزایشی داشته باشد.

### ● در نهایت، نسخه نجات آینده اقتصاد کشور چیست؟

نسخه نجات آینده کشور این است که در بخش‌های مختلف اقتصادی، تصمیم جسورانه گرفته شود و بتوانیم از این مسیر پرچالش عبور کنیم، در غیر این صورت، رشد اقتصادی بدوی، اقتصاد ما را به بحران می‌رساند که اینک اکنون هم رسانده است؛ بنابراین این بحران شاید اکنون قابل مدیریت باشد، ولی زمان بسیار مهم است.

### » تراز تجاری وقتی مثبت است که صادرات و واردات رشد کنند، ولی موقعی که صادرات یا واردات افت کرده و صادرات رشد کند، نمی‌توان اسم آن را تراز مثبت گذاشت، اگر چه در عدد، مثبت باشد، ولی در واقع، میزان حضور ما در اقتصاد جهانی، شاید حتی کوچک شده باشد، چون جمع صادرات و واردات است که وزن ما را در اقتصاد جهانی نشان می‌دهد.

رتبه داشته باشد. اگر فرض کنید رتبه صادرات کشوری ۵ باشد، رتبه وارداتش تا رتبه ۱۰ است، رتبه پنجاهم نیست، این دو در اقتصاد سالم و تپنده، یک تفران نسبی با هم دارند. اگر آن چیزی که با سرکوب واردات، به عنوان دستاورد و تراز مثبت در اقتصاد نام برده می‌شود، اتفاق افتد، مثبت نیست. تولید ما نسبت به سال گذشته مرخص تر، رنجورتر و ناتوان‌تر است و این تولید نمی‌تواند صادرات داشته باشد.

### ● به هر حال خواسته یا ناخواسته، واردات در کشور مذموم است و کسی حاضر نیست بپذیرد، واردات پیش شرط مناسبی برای صادرات است. یعنی هر زمان که تولید داخلی کم بود، صادرات قطع نشود تا بازار داخلی تامین شود، بلکه بخشی از نیاز با واردات تامین شود؟

باید اصلاحات داخل اقتصاد را انجام داد، به این معنا که اگر فکر می‌کنیم تراز تجاری ما با یکسری کشورها منفی است و باید بهتر باشد، متناسب با آن سرمایه‌گذاری لازم انجام شده، تکنولوژی وارد و در یک فضای به دور از رانت و یا حمایت‌های مصنوعی، سرمایه‌گذاری صورت گیرد. یکی از بلاهایی که امروز دامن‌گیر تولید شده، این است که در دهه‌های گذشته، سرمایه‌گذاری‌هایی در کشور انجام شده که نه با نگاه دارا بودن مزیت، بلکه به طمع امتیازاتی از جمله ارز ارزان، نرخ سود بانکی پایین، وام‌های آنچنانی و مواردی از این دست، این سرمایه‌گذاری‌ها انجام شده و امروز قدرت رقابت ندارند؛ پس باید فضای تولید و حمایت‌ها را در کشور توانمندسازی کنیم، ضمن اینکه باید توجه داشت که حمایت‌های وابسته‌ساز، همین موضوعی است که چهار دهه، فقط وبال گردن اقتصاد شده و اکنون چاره‌ای به جز این نداریم که بپذیریم بخشی از این سرمایه‌گذاری‌های تولیدی، دیگر امروز پاسخگو نیستند و نمی‌توانند سرپای خود بایستند؛ پس باید جمع شوند.

### ● به موضوع حمایت‌ها اشاره کردید، هر زمان از دولت خواسته می‌شود حمایتی انجام دهد، بسته‌های حمایتی رو می‌کند که هیچ کدام به نتیجه موثر نمی‌رسد و شاید منابع محدودی بین عده‌ای که متقاضی هستند توزیع می‌شود، پس همیشه هم تولید و صادرات به خاطر شرایط اقتصادی که اشاره کردید، متقاضی این حمایت هست. بسته حمایتی جدید دولت را چطور ارزیابی می‌کنید؟ آیا این شیوه حمایت از صادرات راه به جایی می‌برد؟

باید توجه داشت که در هر حال، دولت از نظر حمایت‌های مالی و مستقیم از صادرات، تقریباً ناتوان است، چون تنگناهای بودجه‌ای، این اجازه را به او نمی‌دهد، به همین دلیل فکر می‌کنم تلاش دولت باید این باشد که بیشتر در بُعد نرم‌افزاری، برای صادرات شرایط مناسبی فراهم کرده و حمایت‌ها را به وجود آورد، چون زمانی که دست دولت بسته باشد، بودجه‌اش هم محدود بوده و تقاضا هم معمولاً خیلی بیشتر از بودجه است که توزیع همین منابع محدود، خود تبدیل به رانت می‌شود، ولی اثر حمایت‌های نرم‌افزاری به همه یکسان می‌رسد.

### ● حمایت‌های نرم‌افزاری را چطور تعریف می‌کنید؟

همانطور که می‌دانید، یکی از نقایض و کاستی‌های جدی و اساسی در شرایط فعلی، این است که ما عضو سازمان جهانی تجارت نیستیم، ظاهراً به این زودی‌ها هم به آن نخواهیم پیوست، چراکه هنوز مذاکرات از سرگیری نشده و رئیس کارگروه اتاق ایران مشخص نیست؛ بنابراین برای جبران اثرات منفی روی اقتصاد، باید سرعت انعقاد موافقتنامه‌های دوجانبه و چندجانبه تجارت آزاد بالا رود، در حالی که دولت در این رابطه کند و محافظه‌کارانه عمل می‌کند. تقریباً در ۷-۸ سال گذشته، به جز موافقتنامه تجارت ترجیحی ترکیه، اتفاق دیگری نیفتاده که آن هم متأسفانه بدون مشورت با بخش خصوصی بوده؛ به همین دلیل، جاهایی که می‌توانستیم از بازار ترکیه بهره ببریم، امتیازی گرفته نشده و جایی که باید مقداری، بازار خود را می‌پاییدیم، آنجا امتیاز داده شده و درست عمل نشده است. کافی است در جاهایی که امکان رقابت صادراتی بیشتری وجود دارد، دیوار تعرفه را پایین بیاوریم، در این صورت، مثل این می‌ماند که به صادرات یارانه بدهیم، بدون اینکه عملاً پول زیادی از جیب دولت خارج شود. بخش دیگری که دولت می‌تواند کمک کند، استفاده از ظرفیت‌های وزارت امور خارجه و نمایندگی‌های ایران در خارج از کشور

### » نسخه نجات آینده کشور این است که در بخش‌های مختلف اقتصادی، تصمیم جسورانه گرفته شود و بتوانیم از این مسیر پرچالش عبور کنیم، در غیر این صورت، رشد اقتصادی بدوی، اقتصاد ما را به بحران می‌رساند.

بازارهای مختلف اقتصادی، تصمیم جسورانه گرفته شود و بتوانیم از این مسیر پرچالش عبور کنیم، در غیر این صورت، رشد اقتصادی بدوی، اقتصاد ما را به بحران می‌رساند.



## روایتی از یک رنج سی ساله

علاءالدین میرمحمدصادقی، از حال و روز صادرات ایران در اوایل انقلاب، مخالفان و موافقان می گوید

به طور خاص، تخفیفی ارایه داده شود و کاری کنند که صادرات رونق پیدا کند. چند نفر از آقایان که وابسته به دولت هم بودند، در آن جلسه می گفتند برای چه صادرکنندگان، کالای ایرانی را به کشورهای دیگر برده و با ارزان ترین قیمت می فروشند، در حالی که مصرف داخلی برای آن وجود دارد؛ در واقع تفکر بر این بود که نیروی کار و قدرت ایران، در قالب کالاهای صادراتی به خارج از کشور ارسال می شود و به همین دلیل، یکی از آقایانی که در جلسه بود، اعلام کرد که کل صادرات ایران، ۳۰۰ میلیون دلار است و در مقابل، حدود ۱۵ میلیارد دلار، واردات صورت می گیرد، پس اگر روی واردات کمی دقت کرده و چانه بزنیم و کالا را ارزان تر بخریم، این ۳۰۰ میلیون دلار تامین خواهد شد؛ بنابراین به جای اینکه به صادرکنندگان آوانس بدهیم و تقاضاهایی که دارند را بپذیریم، بهتر است که قیمت واردات را مدیریت کنیم؛ بنابراین باید صادرات را رها کرده و این تقاضایی که صادرکنندگان دارند، نپذیریم. در آن جلسه حرف ما را مبنی بر اینکه صادرکنندگان را تقویت کنیم، قبول نکردند. حتی گفتیم حیف است بازارهایی که در خارج از کشور داریم و سالها در اختیار فرش ایرانی بوده، از دست داده شود، در حالیکه دولت مدعی بود این کار برای ایران منافی نداشته و ندارد.

● وضعیت کنونی صادرات فرش را اکنون می توان متأثر از آن شرایط دانست؟

متأسفانه آن روز این برخوردها صورت می گرفت و تقریباً فرش ایران، رقبای بسیار زیاد و بزرگی در بازارهای جهانی پیدا کرد و کشورهای مختلف از جمله چین به ایران آمدند و هنرمندانی که تولید فرش می کردند را به چین، هند و کشورهای دیگر برده و نقشه های ایران را که سرمایه ای برای کشور بود، همان جا اجرا و تولید کرده و به بازارهای جهانی صادر کردند؛ در نتیجه وضع فرش ما به این صورتی درآمد که اکنون مشاهده می کنید؛ به هر حال بعد از مدتی، با تذکراتی که داده شد، دولت کمی به صادرات توجه کرد و تعهد ارزی در اثر فشارهایی

اشاره: این روزها صادرات غیرنفتی اگرچه در فوهای کلام تمامی مسئولان دولتی به چشم می خورد و ردپایش را می توان در تمامی برنامه های توسعه ای و سیاستگذاری های کلان دولتی دید، اما حال و روزش همچنان خوش نیست و با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم می کند. علاءالدین میرمحمدصادقی، عضو هیات رئیسه اتاق بازرگانی تهران می گوید که در کشور، خیلی بر روی فرهنگ صادراتی کار نشده و اوضاع اگرچه نسبت به سال های اوایل انقلاب بهتر شده است، اما در همان سال ها عده ای بر این باور بودند که به جای ارایه تخفیف و مشوق به صادرکنندگان، می توان میزان تخفیف در خرید کالاهای وارداتی را بیشتر کرد و ارزش حاصل از صادرات را از این طریق جبران کرد. اکنون این دیدگاه دیگر وجود ندارد، اما صادرات همچنان در باتلاقی از مشکلات کهنه دست و پا می زند.

● صادرات در ایران اکنون در چه وضعیتی قرار دارد و آیا اصولاً ردپای توجه به صادرات را می توان در برنامه ریزی های کشور دید؟

متأسفانه در کشور ما خیلی بر روی فرهنگ صادرات کار نشده و در حال حاضر، به خاطر همین مسأله، اقتصاد ایران زبان های فوق العاده ای دیده است. اوایل انقلاب، برخی افراد که در بانک مرکزی یا بخش های مختلف دولتی حضور داشتند، خیلی با صادرات موافق نبودند و حتی یادم هست در بانک مرکزی که آن زمان دکتر مولوی، رئیس کل بانک مرکزی بود، در مورد صادرات و صادرکنندگان جلسهای برگزار شده بود که در آن، عده ای از صادرکنندگان به خصوص صادرکنندگان فرش، مدعی بودند تعهد ارزی که از آنها دریافت می شود و قیمتی که برای کالاهای صادراتی شان می گذارند، خیلی بیشتر از آن نرخ است که باید بفروشند و دلارش را برگردانند؛ یعنی معتقد بودند که صادرات برای آنها زبان دارد. در آن جلسه، هدف این بود که به صادرکنندگان و به خصوص صادرکنندگان فرش



● **به اوایل دوران انقلاب، اشاره کردید. آن زمان دیدگاه حضرت امام(ره) راجع صادرات چه بود، مشخصا صحبتی در این رابطه داشتند؟**

حضرت امام(ره) بیشتر بر تولید نظر داشته و معتقد بودند کار باید دست مردم و بخش خصوصی باشد. در جلسه‌ای که مسئولان وزارت بازرگانی آن روز، حضور حضرت امام (ره) رفته بودند، امام جمله‌ای گفتند که آن جمله بعدها بسیار مشهور شد و بر روی آن، کار زیادی شد. بخش خصوصی و اتاق بازرگانی که آن زمان، افراد منتخب ایشان آن را اداره می‌کردند، از این جمله امام بسیار استفاده می‌کردند و در محافل نقل می‌شد، چون آن روز این طور رواج پیدا کرده بود که بخش خصوصی نمی‌تواند زیاد فعالیتی داشته باشد و بهتر است کارها را خود دولت انجام دهد. البته چند قانون هم وضع شد که یکی قانون حفاظت و توسعه صنایع بود که تاکید داشت، کارخانه‌ها باید دست دولت باشد. آن روزها، مسئولان وزارت بازرگانی خدمت امام رفتند و امام صریحا گفتند کاری که مردم نمی‌توانند انجام بدهند را شما انجام دهید و زمینه‌های فراهم کنید که مردم بتوانند کار کنند. البته آن زمان این صحبت پاسخی برای آنهایی که حرفشان، دولتی کردن اقتصاد بود، قلمداد شد و واقعا پاسخ خوبی به آنها داده شد؛ بنابراین فرمایش امام این بود و به هیچ وجه با اقتصاد دولتی، توافقی نداشتند.

● **در سال‌های اخیر و به خصوص بعد از توافقی که بر روی برجام انجام شد، یک دوره صادرات ما از رشد خوبی برخوردار شد، ولی از ابتدای امسال، روند کاهشی به خود گرفته است، فکر می‌کنید علتش چه می‌تواند باشد؟**

در ابتدا که برجام امضا شد، همه امیدوار شدند و در متنش هم زمینه‌هایی وجود داشت تا مشکلاتی که برای صادرکنندگان و به طور کلی برای اقتصاد ایران است، برطرف شود، لذا هیات‌های متعددی از کشورهای مختلف به ایران آمدند و مذاکرات زیادی با مسئولان اقتصادی و حتی با بخش خصوصی و اتاق بازرگانی صورت گرفت؛ ضمن اینکه خود به خود این رفت و آمدها باعث شد بعضی‌ها امیدوار شده و فعال شوند، ولی در عمل کار به آن صورتی که پیش‌بینی می‌شد، پیش نرفت و در نتیجه، هم‌اکنون صادرکنندگان به خصوص برای مسائل بانکی، تبادل پول و دریافت و پرداخت بهای کالایی که صادر می‌کنند یا حتی بهای کالایی که می‌خواهند وارد کنند؛ مشکلاتی دارند. اگر این مشکل با وعده‌هایی که مسئولان اعلام می‌کنند، برطرف شود، به نظرم کشور آینده مناسبی خواهد داشت.

● **اینکه عنوان می‌کنند اگر نرخ ارز واقعی باشد، صادرات هم افزایش پیدا می‌کند، چقدر می‌تواند عامل انگیزشی خوبی برای صادرات باشد؟**

ممکن است درصدی موثر باشد که صادرکننده بدانند وضع درآمد ارزی‌اش چطور است، اما بهبود اوضاع صادرات تنها محدود به این عامل نیست. لیکن اصل این است که تبادلات تجاری، مبادلات بانکی و پولی و به خصوص باز کردن ال سی برای متقاضیان کالای صادرات ایران انجام شود. به نظر من کارشناسانی که وجود دارند و بزرگانی که در امر صادرات تخصص دارند، اگر جلسات صمیمانه و دوستانه بگذارند، حتی با وضع موجود هم راههایی برای توسعه صادرات پیدا می‌کنند و مشکل ما کم می‌شود. یک اشکال عمده این است گاهی مسئولان خودشان تصمیم می‌گیرند بدون اینکه با عاملان اقتصادی مذاکره یا مشورتی داشته باشند، این است که تصمیم قابل اجرا نیست. اوایل انقلاب شاید به اندازه انگشت‌های دست، تشکل وجود داشت. اما در مقطعی، تعداد تشکل‌های صادراتی بیش از بیست برابر شده است؛ در دوره‌ای هم که بنده مسئولیت امور تشکل‌های اتاق ایران را به عهده داشتم، علاقه من بر این بود که هر بخش و صنفی که کارت بازرگانی دارد و عضو اتاق بازرگانی است، متشکل کنم و بالاخره به صورت خرد جمعی، تقاضاها و پیشنهادهایشان را اعلام کنند تا در دولت، متمرثم واقع شود. تا حدودی هم این کار صورت گرفته و اکنون شاید بیش از ۲۰۰ تشکل تشکیل شده است، ولی در هر صورت وجودشان لازم است.

اگر بخواهیم اقتصاد را به حالت اول برگردانده و از این گرفتاری، فقر و بیکاری که الان در کشور ما حاکم شده، نجات پیدا کنیم، باید به صادرات برسیم، لذا همه نیروی کشور در خدمت تولید کالایی شد که بتواند برای صادرات مناسب باشد؛ در نتیجه درآمد ارزی پیدا کردیم

هم‌اکنون صادرکنندگان به خصوص برای مسائل بانکی، تبادل پول و دریافت و پرداخت بهای کالایی که صادر می‌کنند یا حتی بهای کالایی که می‌خواهند وارد کنند؛ مشکلاتی دارند. اگر این مشکل با وعده‌هایی که مسئولان اعلام می‌کنند، برطرف شود، به نظرم کشور آینده مناسبی خواهد داشت

که اتاق بازرگانی داشت، برای صادرات حذف شد و تسهیلاتی برای صادرکنندگان قائل شدند و لیکن، کافی نبود و خیلی دیر شده بود؛ به همین دلیل هم اکنون هم، وضع صادرات ما این گونه است.

● **اصولا صادرات با توجه به مشکلات ساختاری اقتصاد ایران و قیمت بالای تمام‌شده، با تنوع کنونی مقرون به صرفه است؟** اتفاقا با توجه به نیروی کار ارزانی که ایران نسبت به بعضی از کشورهای دیگر دارد، باید روی صادرات فعالیت و سرمایه‌گذاری بیشتری صورت داد؛ همانطور که برخی کشورها، آوانس‌های زیادی به صادرکنندگان می‌دهند، پس باید ترتیبی داده شود که مشابه آن امتیازات و تسهیلات، برای صادرکنندگان ایرانی هم ایجاد شود. خاطریم هست که اوایل انقلاب، برخی از تجار یا مسئولان کشورها به ایران می‌آمدند و در مجالس و مهمانی‌ها که با آنها مذاکره می‌کردیم و وضع آن کشورها را با خودمان تطبیق می‌دادیم؛ به عنوان مثال در مقطعی، وزیر اقتصاد آلمان مهمان اتاق بازرگانی بود. در یکی از جلساتی که اتاق ایران، وزیر این کشور را برای صرف شام دعوت کرده بود، سوال کردم شما که در جنگ جهانی دوم، ضربه سنگینی خوردید، چطور شد تقریبا الان حرف اول اقتصادی دنیا را می‌زنید، چون آن زمان چین، قدرت فعلی را پیدا نکرده بود و آلمان بود که تقریبا در تجارت دنیا، حرف اول را می‌زد؛ به خصوص اینکه ارتباط ما با آلمان خیلی زیاد بود و بسیاری از صنایع ایرانی، از آلمان تهیه شده بود. وی گفت وقتی جنگ جهانی تمام شد، برخی از مسئولانی که در آلمان مانده بودند و مسئولیت پذیرفتند، در جلساتی نشستند و گفتند اگر بخواهیم اقتصاد را به حالت اول برگردانده و از این گرفتاری، فقر و بیکاری که الان در کشور ما حاکم شده، نجات پیدا کنیم، باید به صادرات برسیم، لذا همه نیروی کشور در خدمت تولید کالایی شد که بتواند برای صادرات مناسب باشد؛ در نتیجه درآمد ارزی پیدا کردیم، لذا از کار دستی تا کارهای صنعتی بزرگ را شروع کرده و حتی از صنایع دستی خود هم غافل نشدیم؛ به عنوان مثال دولت برخی از خانم‌ها و افرادی که حتی قدرت کار کمتری داشتند، را به فعالیت و داشت تا کالاهای سنتی را برای صادرات تولید کنند؛ بنابراین آلمان، اولین کشور صادرکننده کالا به خارج بود. وقتی وزیر اقتصاد آلمان، این نکات را گفت، متوجه شدم واقعا ما در حوزه صادرات، کاری نکرده‌ایم. تمام اینها در شرایطی بود که بانک مرکزی آن دوران، مدعی بود که نباید از صادرات حمایت کرد. اما اکنون نظر من این است چون ما کشوری هستیم که می‌توانیم تولیدکننده بوده و یک کشور صادراتی باشیم، مسئولان باید عزمشان را جزم کرده و برای رونق صادرات فعالیت کنند و حتی‌المقدور، مشکلات صادرکنندگان را رفع کنند. در یک پله بالاتر، حتی آنها باید کاری کنند که تعداد صادرکنندگان افزایش پیدا کرده و عده‌ای که به طور سنتی و قدیمی، در این رشته فعالند، مورد حمایت واقع شوند؛ ضمن اینکه زمینه‌هایی فراهم شود تا دیگران هم وارد عرصه صادراتی شوند؛ در این صورت، یقینا اثر آن بر روی حل مشکلات تولید و اشتغال کشور بی‌نظیر خواهد بود.

● **اکنون جای تولید رقابت‌پذیر در عرصه صادرات ایران بسیار خالی است. چه تدبیری را می‌توان در این راستا به کار گرفت؟**

همانطور که می‌دانید، در حال حاضر، بسیاری از کارخانه‌های داخلی به دلیل نداشتن بازار، یا در رکود به سر می‌برند یا ظرفیت تولید خود را تقلیل داده‌اند؛ بنابراین ظرفیت تعدادی از آنها به نصف یا یک سوم کاهش یافته؛ در صورتی که اگر همان کارخانه، کالایی تولید کند که قابل صادرات باشد، مشکل اشتغال هم حل خواهد شد. در حال حاضر بیش از ۳ میلیون کارگر آماده کار و بیکار داریم که این موضوع برای مملکت یک فاجعه است و ضربه بسیار سنگینی، هم برای دولت و هم برای جامعه است؛ بنابراین صادرات می‌تواند با محور تولید رقابت‌پذیر، علاوه بر آرزووری و استحکام موقعیت ایران در میان کشورهای دنیا، حل مشکل اشتغال را هم کلید زند.



## خوش بینی به درآمدهای ارزی صادراتی

محسن بهرامی ارض اقدس از خوش بینی نسبت درآمدهای ارزی صادرات می گوید

جمله حمل و نقل، بیمه، نقل و انتقال ارز را مرتفع ساخته، بلکه زمینه را برای جذب سرمایه خارجی نیز فراهم نمود. از ویژگی های دیگر سال ۹۵، افزایش ۳۸ درصدی وزن صادرات کالاهای غیرنفتی در مقایسه با سال ۹۴ است که موجب شد صادرات غیرنفتی به مرز ۴۴ میلیارد دلار نزدیک شود و در تراز تجاری کشور، صادرات، ۲۴۶ میلیون دلار از مجموع ۴۳ میلیارد و ۶۴۸ میلیون دلار واردات، پیشی بگیرد؛ اگرچه متأسفانه بیشترین اقلام صادراتی کشور در سال گذشته را میعانات گازی، روغن های سبک و سایر گازهای طبیعی جمعاً به ارزش تقریبی دوازده میلیارد دلار شامل می شود و اتفاقاً یکی از مهمترین دلایل کاهش حجم صادرات غیرنفتی در پنج ماهه ابتدایی سال جاری نیز در مقایسه با مدت مشابه سال ۹۵ را می توان در همین موضوع جستجو کرد. در ۵ ماهه نخست سال جاری نیز، میعانات گازی به عنوان اولین قلم عمده صادراتی کشور به لحاظ ارزش نسبت به دوره مشابه سال قبل، با کاهش ۵۳۹ درصدی روبرو بوده است که با توجه به سهم عمده در سبد صادراتی کشور، موجب کاهش ارزشی کل صادرات غیرنفتی شده است، پتروشیمی هم با کاهش ۴ درصدی مواجه بوده و با کمال تأسف، آمار برخی از اقلام صادراتی نظیر پسته و زعفران در سبد صادراتی کشور در ۵ ماهه امسال، نزدیک به صفر است. از دلایل دیگر کاهش صادرات غیرنفتی به طور قطع و یقین، تثبیت تقریبی نرخ ارز در شرایطی است که به رغم تلاش ستودنی دولت در مهار تورم و البته قیمت تمام شده بسیاری از محصولات صادراتی بیش از متوسط تورم، با افزایش مواجه شده؛ اما نرخ دلار به این میزان افزایش نیافته و عملاً رقابت پذیری بسیاری از کالاهای صادراتی کشور در بازارهای جهانی، کاهش یافته است. به همین دلایل لازم است هرچه سریعتر، وعده دولت در واقعی و تک نرخی شدن ارز و یا تعدیل آن، متناسب با تفاضل تورم داخلی و خارجی تحقق پذیری.

اشاره: درآمدهای حاصل از صادرات نفت، تاثیر شایان توجهی بر بخش های مختلف اقتصاد ایران از جمله صادرات غیرنفتی و شاخص رشد اقتصادی دارد. نتایج پژوهش ها هم نشان می دهد که صادرات نفتی و غیرنفتی در بلندمدت، اثرات خارجی مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی بسیاری از بخش های اقتصادی خواهد داشت؛ اما تجربه نشان داده که درآمدهای حاصل از صادرات پایدارتر بوده؛ اگرچه اکنون صادرات در کشور، با موانع و مشکلاتی مواجه است که روند ارزآوری آن را کند کرده است. آنگونه که محسن بهرامی ارض اقدس، رئیس کمیسیون تسهیل تجارت و صادرات اتاق بازرگانی تهران می گوید، توسعه صادرات غیرنفتی مستلزم گسترش روابط اقتصادی و سیاسی در درجه اول با همسایگان، کشورهای منطقه خاورمیانه و سایر کشورهای جهان از یک سو و تنظیم موافقتنامه های تسهیل تجارت دوجانبه و چندجانبه و در نهایت الحاق به سازمان جهانی تجارت با هدف جلوگیری از رفتار تبعیض آمیز با محصولات صادراتی و صادرکنندگان ایرانی است.

● وضعیت صادرات در سال جاری را چطور ارزیابی می کنید و دلایل کاهش آن را در چه مواردی می بینید؟

مقایسه تجارت فرامرزی کشور در سال ۹۵ با سال های قبل و بعد از آن، هم به لحاظ کمی و هم به لحاظ کیفی، حاکی از آن است که سال ۹۵، یک سال استثنایی به شمار می رود. عمده ترین دلیل تفاوت عملکرد تجارت خارجی در سال گذشته، ناشی از به ثمر رسیدن بخشی از نتایج برجام و لغو تحریم های ظالمانه و ناجوان مردانه قبل از برجام است. حضور بیش از ۲۵۰ هیات بلندپایه سیاسی - اقتصادی خارجی در ایران در کمتر از یکسال، ایران هراسی را به ایران دوستی تبدیل کرد و در نتیجه، موافقت نامه های تجاری زیادی مبادله شد. لغو تحریم ها نه تنها بسیاری از موانع تجاری در زمینه های مختلف از



## ● برای عبور از رکوردهای فعلی و تحقق جهش صادراتی چه باید کرد؟

توسعه صادرات غیرنفتی، مستلزم توسعه روابط اقتصادی و سیاسی در درجه اول با همسایگان و کشورهای منطقه خاورمیانه و در مرحله بعد، با سایر کشورهای جهان از یک سو، تنظیم موافقتنامه‌های تسهیل تجارت دوجانبه و چندجانبه از سوی دیگر، و در نهایت، الحاق به سازمان تجارت جهانی با هدف جلوگیری از رفتار تبعیض‌آمیز با محصولات صادراتی و صادرکنندگان ایرانی است. متأسفانه در حال حاضر، در بسیاری از کشورهای جهان به دلیل عدم عضویت ایران در سازمان جهانی تجارت، مقررات تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای و حتی فنی، در مقایسه با رقبای ایران، کاملاً تبعیض‌آمیز برقرار بوده و فروش کالای ایرانی در مقایسه با محصولات سایر کشورها در غیاب تبلیغات مناسب بین‌المللی، بازاریابی ضعیف، تلاش کم‌اثر نمایندگی‌های سیاسی و رایزنان بازرگانی در کشورهای هدف صادراتی، بسیار سخت و دشوار است. از سوی دیگر، افزایش همه‌ساله قیمت تمام‌شده ناشی از هزینه‌های سرسام‌آور تأمین نقدینگی و تورم عمومی، مشکلات ساختاری در دستگاههای اجرایی، نبود زیرساختهای مناسب اعم از حمل و نقل، انبار و سردخانه، بسته‌بندی، بنادر و گمرکات ویژه صادراتی، همه و همه صادرات کالاهای غیرنفتی واقعی را هر سال سخت‌تر از سال قبل می‌کند؛ اگرچه کماکان بخش عمده‌ای از صادرات غیرنفتی را عملاً میعانات گازی و محصولات پتروشیمی تشکیل می‌دهند و با افزایش یا کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی، نرخ این اقلام نیز دستخوش تغییر و تحول می‌شود؛ طبعاً این تغییرات نیز در تراز تجاری کشور، اثر جدی دارد و در نهایت باید به همه این مصائب، کنترل دستوری نرخ ارز را نیز به عنوان یکی از موانع جهش صادراتی، اضافه کرد؛ بنابراین با توجه به اهتمام دولت به امر توسعه صادرات غیرنفتی که از اصول اقتصاد مقاومتی (برونگرایی) و از تکالیف احکام و قوانین بالادستی از جمله سند چشم‌انداز، برنامه ششم توسعه و چنین اسنادی است، برای رسیدن به اهداف پیش‌بینی شده در برنامه‌های مصوب، با توجه به اینکه از هدف صادرات ۵۰ میلیاردی برای سال ۹۵ تنها ۴۴ میلیارد دلار محقق شده و برای امسال نیز افزایش ۲۵ درصدی پیش‌بینی شده، می‌بایست برای جبران عقب‌ماندگی سال گذشته و توفیق در تحقق هدف سال جاری در کارگروه توسعه صادرات، تصمیمات خوبی اتخاذ شود. البته به تازگی در قالب بسته حمایتی ویژه توسط معاون اول رئیس‌جمهور که شخصاً پیگیری توسعه صادرات غیرنفتی هستند، به دستگاه‌های اجرایی ابلاغ شده که در صورت اجرا می‌تواند، زمینه‌ساز رشد و جبران عقب‌ماندگی‌های گذشته شود. مواردی همچون نحوه تأمین نقدینگی و منابع، از محل صندوق توسعه ملی، منابع بانکی و ردیف‌های بودجه، به عنوان مشوق‌های مستقیم، پرداخت بخشی از هزینه حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و نمایشگاه‌های اختصاصی در بازارهای هدف، تأمین ۵۰ درصد هزینه برقراری خطوط منظم ریلی، دریایی و هوایی و پرداخت بخشی از نرخ سود تسهیلات بانکی به عنوان کمک‌هزینه به صادرکنندگان کالا و خدمات، راه‌اندازی مراکز فروش و بازاریابی محصولات ایرانی و در نهایت، پرداخت بخشی از هزینه‌های ثبت برند در بازارهای هدف، از جمله راهکارها به منظور رشد صادرات کشور است. همچنین پرداخت بخشی از هزینه‌های تبلیغات، بازاریابی، اطلاع‌رسانی، آموزش و فرهنگ‌سازی در حوزه صادرات، پرداخت جایزه صادراتی به صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی، حمایت از تشکیل شرکتهای بزرگ صادراتی، برقراری تسهیلات برای ورود موقت مواد اولیه تولیدات صادراتی و تسریع در استرداد حقوق ورودی مواد مصرفی در کالاهای صادراتی، از دیگر مواردی است که می‌تواند در توسعه صادرات موثر باشد. همچنین تسهیل در صدور ویزای تجاری برای خریداران کالاهای ایرانی، از جمله تسهیلات غیرمستقیم است که در ابلاغیه معاون اول رئیس‌جمهور وجود دارد و چنانچه به سرعت، عملیاتی و اجرایی شود، همراه با بهبود فضای کسب و کار، برنامه‌ریزی و ایجاد بستر

از دلایل دیگر کاهش صادرات غیرنفتی به طور قطع و یقین، تثبیت تقریبی نرخ ارز در شرایطی است که به رغم تلاش ستودنی دولت در مهار تورم و البته قیمت تمام‌شده بسیاری از محصولات صادراتی بیش از متوسط تورم، با افزایش

مواجه شده

مهمترین شرط کارآمدی بسته حمایت از صادرات و سایر مقررات مشابه، اعتقاد و باور قلبی و الزام عملی به مقدس بودن تولید صادرات محور و تلاش برای توسعه آن است.

مناسب جهت تشویق سرمایه‌گذاران خارجی برای تسهیل در دسترسی به منابع مالی خارجی اعم از جذب سرمایه و شرکای خارجی، حل مشکلات بانکی و عادی‌سازی مناسبات بانکی با نظام بین‌المللی جهت کاهش ریسک و افزایش مبادلات ارزی با استفاده از ابزارهای بانکی از جمله LC، یوزانس و فاینانس، می‌تواند موجبات جهت صادراتی را فراهم کند.

## ● بسته‌های حمایت از صادرات در چه صورتی کارآمد خواهد بود؟

نگاهی به قوانین، مقررات و آئین‌نامه‌ها حاکی از آن است که احکام بسیار خوبی در اسناد بالادستی وجود دارد که از جمله آنها، توجه به بخش خصوصی واقعی، الزام دولت به مشورت با بخش غیردولتی، شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی است که در مجموعه قوانین و مقررات، موجود است؛ اما به دلیل ضعف در نظارت و عدم رصد و پایش مستمر، عموماً کم‌اثر می‌شوند و قوانین و مقررات در عمل، دستخوش برداشته‌های سلیقه‌ای و شخصی و نیز محل نزاع و اختلاف بین دستگاه‌ها و در نهایت، فراقنی می‌شود و هر دستگاه، دیگری را مقصر ناکامی معرفی می‌کند؛ در حالی‌که توجه به صادرات غیرنفتی و قطع وابستگی به نفت، از الزامات حیاتی کشور برای برون‌رفت از مشکلات فعلی است. در این میان، توسعه صادرات غیرنفتی به معنای رشد اقتصادی، کاهش بیکاری و به تبع آن، کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی بوده و بنابراین لازم است به یک باور عمومی، تبدیل شود و همه آحاد مردم اعم از مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی، کارگران، کارکنان و حتی مردم به فکر صادرات باشند. در این میان البته باید کمبودهای موقت را تحمل کرد و با قبول هر زحمتی، محصول مرغوب صادراتی تولید کنیم تا در بازارهای جهانی، با افتخار و به نام ایران، آن را صادر کنیم تا سربلندی کشور و ملت را به دست آوریم. در یک کلام، مهمترین شرط کارآمدی بسته حمایت از صادرات و سایر مقررات مشابه، اعتقاد و باور قلبی و الزام عملی به مقدس بودن تولید صادرات‌محور و تلاش برای توسعه آن است.

## ● راهکارهای عملیاتی برای افزایش صادرات در کوتاه‌مدت چه مواردی می‌تواند باشد؟

توسعه صادرات غیرنفتی به عنوان یکی از اصول اقتصاد مقاومتی، در راستای پیشبرد برون‌گرایی اقتصاد بوده و یکی از اصلی‌ترین راهبردهای حوزه اقتصاد است که باید به عنوان استراتژی بلندمدت به آن نگاه شود؛ چراکه حرکت‌های مقطعی، اگرچه در کوتاه‌مدت می‌تواند اثرگذار باشد؛ اما تداوم آن نیازمند توجه، رصد و پایش مستمر در جهت رفع موانع و مشکلات بنگاه‌های تولیدی، اصلاح قوانین و مقررات مزاحم و مخل کسب و کار، از جمله مقررات تأمین اجتماعی، قانون کار، قانون مالیات و نیز تسهیل در جذب سرمایه خارجی، با هدف انتقال تکنولوژی و دانش فنی برای بازسازی و نوسازی خطوط تولید است. همچنین افزایش ظرفیت تولید محصولات دارای مزیت نسبی، واقعی و تک‌نرخ‌شدن شدن ارز، مبارزه با فساد اداری، امنیت اقتصادی، لغو انحصارات و امتیازات خاص خصولتی‌ها و برقراری رقابت واقعی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، تقویت بخش خصوصی و به کارگیری سرمایه‌های عظیم مادی و معنوی ایرانیان در سراسر جهان، از دیگر راهکارهای عملیاتی به منظور بهبود روند تولید و صادرات است. از منظر دیگر، توسعه و بهبود روابط سیاسی با دنیا به عنوان مجموعه‌ای از راهبردهای موثر در توسعه و رشد اقتصادی و به تبع آن، توسعه صادرات غیرنفتی باید به خواست عمومی و دائمی تبدیل شود؛ چراکه حفظ بازارهای صادراتی، به مراتب مشکل‌تر از حضور در آنها است. بر همین اساس، شناسایی بازارهای هدف جدید، تنوع در اقلام صادراتی، تولید مشارکتی با برندهای معروف دنیا، تخصیص اعتبار خرید به شرکای اقتصادی و در مقطع فعلی توافق فوری با عراق برای بازسازی آن کشور، می‌تواند در کوتاه‌مدت نیز، زمینه افزایش صادرات خدمات فنی و مهندسی، مصالح ساختمانی، مواد غذایی، محصولات کشاورزی و پروتئینی را فراهم کند.



## رویای صادرات یک میلیارد دلاری نساجی

سعید حسینزاده می گوید صنعت نساجی و پوشاک توانایی دستیابی به صادرات یک میلیارد دلاری را دارد

۱۰ درصد برای سال ۸۲ مصوب کرد که نسبت به صادراتشان، جایزه بگیرند؛ البته این عدم‌التفعی بود که صادرکننده، با توجه به افزایش نرخ ارز دریافت می‌کرد تا بتواند قیمت‌هایش را رقابتی کند و معادل آنرا به خریدارش تخفیف بدهد تا بتواند در آنجا، بازار داشته باشد.

● **مشوق‌های صادراتی یا همان جوایز صادراتی چقدر می‌تواند به رونق صادرات نساجی و پوشاک کمک کند، به هر حال، اکنون دولت بسته حمایت از صادرات را برای اجرا در سال ۹۶، طراحی کرده است.**

در این میان باید توجه داشت که صادرات نساجی و پوشاک، و رای تمام صنایع دیگر است، چون ایجاب می‌کند ابتدا بتوان نظر مشتری را جلب کرد و اعتمادسازی نمود. به خصوص اینکه در حال حاضر، صادرات پوشاک، یک عمل حرفه‌ای است و این طور نیست که بتوان امروز برای کالای تولیدی بازاریابی کرد و فردا سفارش گرفت، بلکه نیازمند سازماندهی کاملی است و ماهها باید زحمت کشید تا بتوان کالا را معرفی کرده و ارد بازارهای هدف کرد. متأسفانه فکر می‌کنیم اگر امروز جایزه صادراتی گذاشتیم، باید همان سال نتیجه‌اش را بگیریم و اگر نتیجه نداد، آنرا قطع کنیم و بگوییم چون ما از این نتیجه نگرفتیم، پس می‌بایست متوقف شود؛ در حالی که صادرکننده بر اساس آن مصوبات و مشوق‌هایی که داده شده یا بسته‌های حمایتی که دولت منظور می‌کند، برنامه‌ریزی کرده و چه بسا برای اینکه بتواند طرح توسعه صنعت، پوشاک یا برندش را داشته باشد، دفاتری در کشورهای هدف ایجاد کند. به هر حال، در سال ۸۰ با تصویب این یارانه‌ها، مجدد پوشاک رشد سریعی را تجربه کرد و صادرات آن به رقم یک میلیارد دلار نزدیک شد؛ اما مجدد بعد از اینکه این یارانه‌ها برداشته شد و اجرای تمام بسته‌های حمایتی دولت متوقف شد، بسیاری از تولیدکنندگانی که به اروپا صادر می‌کردند، دچار مشکل شدند؛ در حالیکه باید توجه داشت که در اروپا، این گونه نیست که بتوانید جنسی را صادر کنید، بعد پولش را به صورت نقدی بگیرید؛ آنها حتماً ال سی باز می‌کنند و در مقابل ال سی، باید جنسشان بروند؛ بنابراین وقتی

اشاره: اگر چه برخی برندهای ایرانی راه بازارهای جهانی را در پیش گرفته و برندهای تولیدی خود را بر سر زبان‌ها انداخته‌اند؛ اما یک قضاوت کلی به خوبی نشان می‌دهد که اوضاع صادرات پوشاک و نساجی خیلی خوب نیست و اکنون، صادرات یک میلیارد دلاری، تنها یک رویا به شمار می‌رود؛ به خصوص با رقبات تازه‌نفسی که از همه امتیازات فراهم شده از سوی دولت‌هایشان، وارد بازارهای جهانی شده و به رقابت با تولیدکنندگان ایرانی می‌پردازند. سعید حسینزاده، عضو هیات مدیره کنفدراسیون صادرات ایران، از احوال این روزهای صادرات نساجی و پوشاک می‌گوید.

● **در حال حاضر به لحاظ صادرات پوشاک، ایران در چه وضعیتی قرار دارد و چقدر می‌توان به آینده این صنعت در حوزه صادرات امیدوار بود؟** متأسفانه به دلیل تحریم‌هایی که ظرف چند ساله اخیر بر کشور تحمیل شده، وضعیت صادرات پوشاک اکنون مناسب نیست. اواخر دهه هفتاد، صادرات پوشاک و نساجی ایران در این حوزه، به سرعت در حال رشد بود، به دلیل اینکه در کشورهای همسایه، تغییراتی رخ داد که می‌طلبید صادرکنندگان وارد آن بازار شوند و البته خیلی هم فعال وارد شدند و صادرات ما، روز به روز بالا می‌رفت؛ اما متأسفانه به دلیل تثبیت نرخ ارز و اینکه چند سال قیمت دلار تصنعی ثابت نگه داشتیم، مشکلات زیادی بروز کرد. در دنیا اصولاً تکنولوژی در حوزه پوشاک، مرتب به روز می‌شود و سرعت تولید بالا می‌رود، بنابراین، تولیدکنندگان بر روی سرعت تولید، می‌توانند قیمت تمام‌شده پایینی داشته باشند، بنابراین قیمت روز به روز در دنیا کاهش می‌یابد، اما درست برعکس در ایران، ما سالانه، ۲۵-۲۰ درصد تورم داشتیم، ولی قیمت ارز ثابت مانده بود و خود این، یک تاثیر منفی بر پوشاک و نساجی ما گذاشته بود. خاطرم هست که اواخر سال ۷۹، هیات دولت مصوبه‌ای برای حمایت از صادرات نساجی و پوشاک داشت که در قالب یک بسته حمایتی، ۲۰ درصد برای سال ۸۰، معادل ۱۵ درصد برای سال ۸۱ و



کمک کند. به این معنا که می بینید هر سال نرخ ارز، کمتر از تورم افزایش می یابد، بنابراین بنیه ما برای رقابت کم می شود. در حال حاضر صادرکننده های فرش کمتر می توانند در بازار رقابت کنند و حتی در بازارهای داخلی هم نمی توانند رقابت کنند. چه برسد به بازارهای خارجی؛ در حالیکه واقعا فرش داشت جایگاه خودش را آنجا باز می کرد. می بایست این بسته های حمایتی سریعا برقرار شود؛ پس می بایست بانکها را مکلف کرد نرخ ترجیحی برای هزینه وام ها، برای صادرکننده قائل شود تا صادرکننده واقعی بتوانند از آن استفاده کنند. دهه هفتاد می گفتیم حمایت نمی خواهیم، شما سنگی را جلوی پای ما نیندازید که بتوانیم این راهی را که رفته ایم ادامه دهیم؛ اما متأسفانه برای اینکه بتوانند به کمک ما آمده و از ما حمایت کنند، قوانینی سختی برای صادرات گذاشتند که هر کدام آنها، وزنه و سنگی جلوی پای صادرکننده شد که نتوانستند صادرات کنند.

**● دولت حرف از بسته های حمایتی هم زده، البته مبلغش کم است. پرداخت مستقیم جوایز صادراتی چقدر می تواند موثر باشد؟**

بسته های حمایتی غیرنقدی که دولت در نظر می گیرد، هیچ وقت عملی نمی شود، به دلیل اینکه هر کدام از آنها به چند ارگان می رود و می بایست در آنجا تصمیم گیری شود، پس هیچ وقت انجام نمی شود. به نظر من، رقم پایین به عنوان مشوق صادراتی هم، تاثیرگذار نیست، مثلا اگر بخوایم رقم اندکی به صادرکنندگان اختصاص دهیم، او نمی تواند رقابت کند؛ پس دولت پول خود را هدر دهد؛ بلکه اگر می خواهد این کار انجام شود، می بایست تفاوت نرخ واقعی تورم را به تولیدکننده بدهد. نرخی که برای ارز تعیین می شود، حتما باید منجر به رقابتی شدن تولید شود.

**● هدفگذاری صادرات حوزه نساجی امسال چقدر است؟**  
امسال قرار است صادرات پوشاک به صد میلیون دلار برسد، یعنی چیزی در حدود هدفگذاری که برای سال ۹۶ انجام شده که ۲۵ درصد رشد برای آن منظور کرده اند.

**● شما معتقدید که اگر حمایت لازم صورت گیرد، پتانسیل یک میلیارد دلار صادرات هنوز وجود دارد؟**

اگر صادرات حمایت شود، این رقم قابل تحقق است. اکنون برای فروش در بازار داخلی، مشکل داریم، پس اگر حمایت شود، چون تولیدکنندگان بسیار بسیار قوی داریم، پس اهداف محقق می شود، فقط نباید اجازه دهیم از گردونه حذف شوند.

**● در حال حاضر تعداد تولیدکننده های بزرگ پوشاک چقدر است؟**  
بسیار کم هستند و شاید به اندازه انگشتان دست هم نباشند؛ پس اگر بخوایم اسمشان را واحدهای بزرگ بگذاریم، تعدادشان بسیار کم است و روز به روز آنها را از دست می دهیم. من همیشه می گویم حتی خارج شدن یک واحد از مدار تولید نیز، برای ما فاجعه است. پس باید جلسه تشکیل داده، بررسی کنیم و ببینیم این واحد مشکلیش چه بوده و چرا از مدار تولید خارج شده است؛ اما متأسفانه در این چند ساله کوتاهی کردیم.

**● اکنون به کشورهای اروپایی هم صادرات داریم یا خیر؟**  
چون مشکل بانکی ما به صورت کامل برطرف نشده است، هنوز نتوانسته ایم صادرات را به اروپا از سر بگیریم. اما درخواست هایی برای خرید این کالاها از سوی اروپایی ها داریم، به این معنا که تمام خریداران قبلی که از ایران پوشاک خرید می کردند، اکنون متقاضی هستند که ردپای آنها را در بازار آلمان، ایتالیا و فرانسه، می توان دید، و حتی تولیدکنندگان ایرانی در بازار آلمان و ایتالیا هم در دوران قبل تحریم، خیلی خوب کار می کردند و قبل از این تحریم ها، در حوزه نساجی ایران خیلی فعال بود، ولی بعد به دلیل تحریم های بانکی که انجام شد، این ارتباط قطع شد.

**● در حال حاضر به کدام کشورها صادر می کنید؟**  
بیشتر بازارهای هدف ما، کشورهای همسایه ها است که در شورایی همچون سی.آی.اس، افغانستان و عراق متمرکز است. به هر حال، تولیدکنندگان، با ماندگاری در بازارهای هدف و استقامتی که برای تولید و صادرات دارند، جهاد می کنند و باید قدر استقامت تولیدکنندگان را در بازارهای دنیا دانست.

**تولیدکنندگان رقیبی دارند که با خیال راحت، با آخرین تکنولوژی، نقدینگی کافی، آسایش و آرامش خاطر، وارد میدان می شود. پس ما در این طرف میدان، باید چه کار کنیم؟**

تحریم ها رونق گرفت، دیگر ال سی، گشایش نشد و صادرات، روز به روز افت کرد. به نحوی که اکنون ۴۵ میلیون دلار صادرات داریم.

**● در صورت فراهم بودن شرایط، چشم انداز صادرات این حوزه را چطور می توان ترسیم کرد؟**

من فکر می کنم رسیدن به رقم بالای یک میلیارد دلاری در صادرات این حوزه، دست یافتنی است؛ ولی باید زمینه ها را فراهم کرد، به این معنا که بتوان اول از هر کاری، کالای خودمان را رقابتی کنیم. اگر نتوانیم قیمت و کیفیت کالاها را رقابتی کنیم، مطمئن باشید با افت خیلی بیشتر از این میزان، مواجه خواهیم شد، به دلیل اینکه می بایست الان بتوانیم مواد اولیه درجه یک در اختیار تولیدکننده هایمان قرار دهیم؛ پس همه قبل از اینکه بتوانیم راجع به صادرات فکر کنیم، باید بتوانیم از تولیدکننده های بزرگ کشور حمایت کنیم؛ در حالیکه اکنون، متأسفانه هیچگونه ابزار حمایت از تولیدکننده های بزرگ این حوزه را نداریم؛ به همین علت، اکثر تولیدکنندگان به سمت تعدیل نیرو حرکت کرده اند.

**● پیش شرط های رقابتی شدن چیست؟ به هر حال تعدادی واحد داریم که با هم کار می کنند، ولی گاهی حتی رقابت های منفی با هم به راه می اندازند.**

شاید بتوان به صراحت گفت که آنها چاره ای ندارند. یک هجمه عظیم قاچاق کالا در کشور وجود دارد و در واقع، تولیدکنندگان رقیبی دارند که با خیال راحت، با آخرین تکنولوژی، نقدینگی کافی، آسایش و آرامش خاطر، وارد میدان می شود. پس ما در این طرف میدان، باید چه کار کنیم؟ الان باید ببینیم دست به دست هم دیگر بدهیم و البته دولت می بایست یک مقدار حمایت کرده و تشکلهای صادراتی را تقویت کند، یعنی بگوید اگر شما دور هم جمع شوید و هر سه تا چهار واحد، تجمیع و قدرتمند شوند، مشوق ها و معافیت های مالیاتی دریافت خواهند کرد.

**● در واقع یک استراتژی مشخص برای صادرات نساجی و پوشاک و پیشبرد اهداف وجود ندارد.**

ما چنین چیزی نداریم. به همین دلیل است که صادرکنندگان، همدیگر را در بازار عقب می زنند و رقابت ناسالم به راه می اندازند؛ در حالی که می دانیم عملا، همه ما محکوم به شکست می شویم، به دلیل اینکه ما نمی توانیم با رقیبی که تا دندان مسلح بوده و فروشگاه های بزرگ خود را در ایران، با کالاهای فراوان تجهیز کرده، رقابت کنیم. حتی شرایط فروش ما با آنها فرق می کند. در حال حاضر، همه برندهای ما با ضرر پیش می روند. وقتی آنها نمی توانند کالای رقابتی تولید کنند، هر کارخانه ای یک توان تولید دارد، هیچ کدام از کارخانه های ما از صد در صد توان تولیدشان استفاده نمی کنند، پس هر چه از این توان و ظرفیت، کمتر تولید کنیم، قیمت تمام شده ما بالا می رود؛ همانطور که اکنون توان تمام تولیدکننده های ما بین ۲۵ تا ۳۰ درصد مورد استفاده قرار می گیرد.

**● اگر بخوایم یک استراتژی کوتاه مدت یا میان مدت برای صنعت نساجی و پوشاک تعریف کنیم، فکر می کنید بیشتر به چه نکاتی باید توجه شود که محرک های سریع تر و موثر تری باشد؟**

اگر بخوایم به این نقطه برسیم که خیلی سریع هم می رسیم، باید برنامه داشته باشیم؛ به این معنا که برای اینکه بتوانیم بازارهای خارجی را تصاحب کنیم، می بایست راجع به آن در درازمدت برنامه ریزی کنیم، اول اینکه یکسری معافیت هایی را از نظر قوانین و مقررات برای آنها در نظر بگیریم. دوم اینکه ما یکسری بسته های حمایتی واقعی برای آنها بگذاریم تا اگر به بازار صادرات رفتند، به موقع این بسته ها به دستشان برسد و بتوانند در همان زمان از آنها استفاده کنند. به عنوان مثال، اگر به صادرکنندگان بگویند برای صادرات، ۲۰ درصد تخفیف داده می شود؛ به راحتی می تواند به آن دسترسی پیدا کند؛ چراکه این ۲۰ درصد تخفیفی را که به طرف خریدار اعطا کرده، منجر به رقابت بیشتر می شود. در طرف دیگر، واقعی کردن نرخ ارز یکی از راه هایی است که می تواند به صادرکننده





## صادرات برای آبادانی فردای ایران

### مسعود کرباسیان

وزیر امور اقتصادی و دارایی

توسعه اقتصادی در عصر جدید، بدون توجه به اهمیت صادرات ممکن نیست. تمام اقتصادهای پیشرفته، مهمترین دستاوردهای خود را با استراتژی درون‌زایی و برون‌نگری به دست آورده‌اند. خلق ارزش‌افزوده، ایجاد اشتغال و دستیابی به نرخ‌های بالا و پایدار رشد اقتصادی، زمانی ممکن می‌شود که بنگاه‌های ما بتوانند با کالاهای خود، بازارهای جهانی را به تسخیر درآورند. چنین راهبردی در اقتصادهای در مسیر توسعه‌ای همچون ایران، نه تنها یک الگوی منطقی، که ضرورتی غیرقابل اجتناب است؛ اما امروز، اهمیت صادرات برای اقتصاد ایران از چند زاویه قابل بررسی و تحلیل است.

#### اول: صادرات در خدمت اشتغال:

همانطور که در شعار سال و توسط مقام معظم رهبری اشاره شده، اشتغال‌آفرینی، اولویت نخست و اصلی کشور است. ایجاد اشتغال هم به سرمایه و رونق تولید نیاز دارد. هر دو اینها، زمانی به دست می‌آید که چرخ اقتصاد بچرخد و تولیدکننده با دسترسی به منابع مالی و همچنین برخورداری از مزیت ثابت در فضای کلان اقتصادی و امکان برنامه‌ریزی‌های بلندمدت، بتواند به کسب و کار و خلق ارزش بپردازد. در این مسیر، توسعه صادرات راهبردی تعیین‌کننده است. صادرات چرخه اقتصاد ایران را به نظم درمی‌آورد. ایجاد بازارهای نو و فراملی، انگیزه تولید را افزایش داده و با تسریع و تسهیل هرچه بیشتر صادرات که منجر به ارزآوری خواهد شد، ظرفیت‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری اشتغال‌زا فراهم می‌گردد. به واقع، افزایش صادرات عاملی است که نه به تنهایی، اما می‌تواند یکی از مهمترین روش‌های تامین مالی ارزان‌قیمت برای توسعه ظرفیت‌های تولید در کشور باشد.

#### دوم: صادرات به مثابه امنیت:

اقتصادهای قدرتمند تا سرحد امکان، کشورهای هدف را وابسته خود می‌کنند. وقتی کشوری نیازمند به کالای شما باشد، قطعاً سیاست‌ها و رفتار خود را نیز با توجه به این نیاز تعریف می‌کند؛ بنابراین منطق صادرات کالا، یک عمل در قاعده و یک رفتار دیپلماتیک هم تلقی می‌شود. امروز هم جهان نمی‌تواند اقتصاد ایران را نادیده بگیرد و چنین است که رفتارهای خصمانه دولت آمریکا، به اجماع‌سازی علیه ایران منجر نمی‌شود؛ لذا با توجه به اصول حاکم بر سیاست خارجی کشور، هر چند ما به دنبال وابسته‌سازی هیچ کشور هدف کالاهای خودمان نبوده و نیستیم؛ اما ایجاد منافع مشترک خود عامل کاهش نزاع و ضامن امنیت ما خواهد بود؛ اما برای توسعه صادرات، الزاماتی هم وجود دارد.

الف: بهبود مبنایی فضای کسب و کار: تولید خوب در بستر فضا و مکان مطلوب صورت می‌گیرد. تولیدات ایران با هدف صادرات، باید دو مزیت کیفیت و قیمت رقابتی را داشته باشند. این مزیت هم، زمانی ایجاد می‌شود که فضای کسب و کشور بستر مناسب برای تولید و جذب سرمایه‌ها را مهیا سازد؛ بنابراین با هدف توسعه صادرات، باید به سمت تسهیل فضای کسب و کار رفت. رفع موانع تولید و حمایت موثر از کسب و کارهای اشتغال‌زا با رویکرد کاهش هزینه تمام‌شده کالا که امکان رقابت بین‌المللی را فراهم می‌کند، به یقین می‌تواند تحول‌آفرینی باشد.

ب: رقابت و شفافیت: تولید بهینه در اقتصاد پویا و رقابتی رخ می‌دهد. به این جهت، باید اقتصاد ایران فساد و رانت‌زدایی شود. این اتفاق، گامی عملی در جهت تولید صادرات‌محور است؛ اما چرا باید به صادرات بیش از گذشته امید داشت؟ امروز برنامه اقتصاد مقاومتی به عنوان الگوی علمی و عملیاتی، در دست ما است. الگویی که به دقت مسیر را مشخص کرده است. عمل به این برنامه، به معنای حرکت در مسیر خصوصی‌سازی واقعی، مقررات‌زدایی، جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی و در جان کلام، اصلاحات ساختاری در اقتصاد ایران است؛ بنابراین امروز هم نیاز تعریف شده و هم ابزار مهیا است. کار دولت باید تسهیل شرایط، کاهش مداخله و ایجاد امکان تولید با هدف صادرات به بازار ۴۰۰ میلیون نفری منطقه باشد. بخش خصوصی هم می‌تواند با استفاده از ابزارهای مدرن و پتانسیل‌های ذاتی کشور، کالاهای در خور توجه و رقابتی را به بازارهای منطقه‌ای و جهانی صادر کند. نباید فراموش کرد که صادرات و خلق ارزش افزوده برای کشور، فردای بهتری را برای این سرزمین می‌سازد.





# کارنامه یک تلاش برون نگر

## تجارت خارجی ایران در نیمه اول امسال، ۴۴ میلیارد دلاری شد

کارنامه عملکرد تجارت خارجی کشور در نیمسال اول سال جاری، منتشر شد. بر این اساس، مجموع تجارت خارجی ایران با ۶ درصد رشد، به ۴۴ میلیارد و ۱۳۹ میلیون دلار رسید و ارزش صادرات غیرنفتی نیز در شهریورماه سال جاری نسبت به مردادماه، یک و ۷۵ صدم درصد بهبود را تجربه کرد.

### مروری بر آمارهای واردات کالا به ایران

واردات کالا به ایران است که در سومین ماه از فصل تابستان نسبت به ماه دوم، ۱۲.۱ درصد کاهش داشته است. بر این اساس حجم تجارت خارجی ایران در سال جاری تا ابتدای مهرماه نسبت به مدت مشابه سال قبل، ۶ درصد بزرگتر شده است.

همچنین در شش ماهه اول سال جاری، تشریفات گمرکی ۷۵ میلیون و ۸۳۰ هزار تن کالا در گمرکات کشور، تماماً به صورت الکترونیکی و با کنترل کامل به روش هوشمند انجام شده که از این مقدار، ۱۷ میلیون و ۱۹۵ هزار تن سهم واردات و ۵۸ میلیون و ۶۳۵ هزار تن سهم کالاهای صادراتی غیرنفتی بود.

مجموع ارزش صادرات و واردات ایران در مدت یادشده به ۴۴ میلیارد و ۱۳۹ میلیون دلار رسید که این رقم ۶ درصد بیشتر از مدت مشابه سال ۱۳۹۵ است.

مجموع تجارت خارجی ایران در شش ماهه نخست سال گذشته ۴۱ میلیارد و ۶۷۴ میلیون دلار بود؛ ضمن اینکه در شش ماهه اول سال جاری به میزان ۲۳ میلیارد و ۵۹۵ میلیون دلار انواع کالا وارد کشور شد که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۱۵.۳۷ درصد افزایش نشان می‌دهد.

این رقم در ماه گذشته ۱۶.۴۹ درصد بود. عمده‌ترین دلایل افزایش واردات به خودرو و قطعات منفصله خودرو، کالاهای سرمایه‌ای و برخی کالاهای اساسی مربوط می‌شود. همچنین در مدت یاد شده متوسط قیمت کالاهای وارداتی کشورمان به ازای هر تن به یک هزار و ۳۷۲ دلار افزایش یافت که در مقایسه با پارسال ۶ و ۸۵ صدم درصد افزایش داشته است.

### روایت آماری از صادرات غیرنفتی

مجموع صادرات غیرنفتی ایران در شش ماهه اول سال جاری به ۲۰ میلیارد و ۵۴۴ میلیون دلار رسید که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل به میزان ۳.۲۰ درصد کاهش داشته است. این رقم در ماه گذشته ۴.۹۵ درصد بود.

در شهریورماه سال جاری صادرات پتروشیمی و با یک روند افزایشی نسبت به شش ماهه سال گذشته یک و ۳۱ صدم درصد افزایش یافت و ۷ میلیارد دلاری شد. با این حال، تجارت خارجی ایران با کاهش صادرات سایر کالاها و میعانات گازی همراه بوده است.

در بخش سایر کالاها گرچه شاهد بهبود نسبت به پنج ماهه قبل بوده‌ایم، اما ۵ و ۴۷ صدم درصد نسبت به سال گذشته کاهش داشت که البته این رقم در مرداد ماه ۹ و ۳۰ صدم درصد بود. در بخش صادرات میعانات گازی هم شاهد افت ۵ و ۱۶ صدم درصدی بوده‌ایم.

همچنین متوسط قیمت هر تن کالای صادراتی نیز در مدت یادشده به ۳۵۰ دلار رسید که یک و ۱۶ صدم درصد افزایش داشت. در مجموع وضعیت بهتری در بخش صادرات غیرنفتی نسبت به شش ماهه اول سال جاری حاکم شده به نحوی که صادرات کالاهای ایرانی به چین در شش ماهه نخست امسال نسبت به سال گذشته ۷ درصد افزایش یافته است.

در بازار عراق هم عملکرد بهتری داشتیم و رشد ۵ و ۴۷ صدم درصدی ثبت شد. صادرات غیرنفتی ایران به کره جنوبی هم با افزایش ۱۲ و ۸۶ صدم درصدی همراه شد و تنها شاهد افت ۱۷ و ۱۰ صدم درصدی صادرات کشورمان به امارات متحده عربی و ۶ و ۵۲۱ صدم درصدی به هند بوده‌ایم.

### عمده‌ترین کالاهای صادراتی و وارداتی ایران

اقلام عمده صادراتی کشورمان در مدت یادشده به ترتیب شامل میعانات گازی به ارزش ۳ میلیارد و ۵۲۱ میلیون دلار، پلی‌اتیلن گرید فیلم با ۷۵۰ میلیون دلار، پروپان مایع شده به ارزش ۶۸۶ میلیون دلار، سایر روغن‌های سبک و فرآورده‌ها به جز بنزین با ۶۳۸ میلیون دلار و متانول با ۵۹۳ میلیون دلار بوده است.

اقلام عمده وارداتی اقلام عمده وارداتی در شش ماهه سال جاری نیز به ترتیب شامل برنج با ۹۹۶ میلیون دلار، ذرت دامی به ارزش ۷۹۹ میلیون دلار، وسایل نقلیه موتوری با حجم سیلندر ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ سی سی به ارزش ۵۸۲ میلیون دلار، قطعات منفصله جهت تولید خودروی سواری با ۵۵۱ میلیون دلار و لوبیای سویا با ۴۵۶ میلیون دلار بوده است.

### فهرست مشتریان و فروشندگان ایران

عمده‌ترین خریداران کالاهای ایرانی عمده‌ترین خریداران کالاهای ایرانی در شش ماهه سال جاری به ترتیب شامل چین به ارزش ۴ میلیارد و ۳۱۳ میلیون دلار، عراق با ۳ میلیارد و ۱۸۰ میلیون دلار، امارات متحده عربی با ۲ میلیارد و ۹۵۳ میلیون دلار، جمهوری کره با ۲ میلیارد و ۶۴ میلیون دلار و هند با یک میلیارد و ۳۳۷ میلیون دلار بوده است. کشورهای عمده صادرکننده کالا به ایران در مدت یادشده به ترتیب شامل کشورهای چین با ۵ میلیارد و ۶۹۶ میلیون دلار، امارات متحده عربی با ۴ میلیارد و ۸ میلیون دلار، ترکیه با یک میلیارد و ۶۷۸ میلیون دلار، جمهوری کره با یک میلیارد و ۵۱۷ میلیون دلار، هند با یک میلیارد و ۳۵۵ میلیون دلار بوده است.





## رشد صادرات غیر نفتی در بستر تسهیلات گمرکی

کشور مقابل یا بسته شدن مرز، متوقف می‌شود، هیچ مشکلی برای عبور کالای صادراتی از گمرک وجود ندارد.

### اهمیت واردات برای رشد صادرات

برخی از کارشناسان عقیده دارند تشکیلات گمرکی در ایران برای واردات کالا سازماندهی شده و حتی بنادر کشور نیز چنین ساختارهایی دارند، اما در مورد گمرک اکنون با توجه به تحولات و تغییرات به وجود آمده در چهارچوب گمرک الکترونیکی می‌توان ادعا کرد که توانایی و ظرفیت‌های گمرکی برای صادرات، اگر هم پای واردات نباشد، کمتر از آن نیست.

تعیین گمرکات اختصاصی برای صادرکنندگان و مسیرهای ویژه برای صادرات کالا، تفویض اختیار به مدیران گمرکات اجرایی جهت اتخاذ تصمیمات مناسب و جلوگیری از طولانی شدن فرآیندهای صادرات، پاسخگویی سریع و به‌موقع به صادرکنندگان، ایجاد و راه‌اندازی دروازه‌های مشترک گمرکی با کشورهای همجوار به منظور کاهش زمان و هزینه‌های تشریفات گمرکی و جلوگیری از انجام امور تکراری، بخشی از اقدامات گمرک در راستای کمک به صادرات و در نتیجه توسعه اقتصادی و رشد درآمد ملی در چهارچوب اقتصاد مقاومتی است.

### جاده دو طرفه تجارت خارجی

نکته حائز اهمیت آن است که هیچ صادراتی بدون تکیه بر توان بالای تولید داخلی (به جز موارد استثناء مانند صادرات مجدد) امکان موفقیت ندارد و با توجه به اینکه بخش قابل توجهی از واحدهای تولیدی در کشور ما برای ادامه فعالیت خود نیازمند تأمین مواد اولیه و ماشین‌آلات و تجهیزات خطوط تولید از خارج از کشور هستند، خدمات‌دهی مطلوب به واردکنندگان کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای و ترخیص سریع مواد اولیه مورد نیاز واحدهای تولیدی صادرات‌گرا با استفاده از سامانه‌های الکترونیکی در گمرک به موازات توسعه و تجهیز امکانات صادراتی در دستور کار مسئولان گمرک قرار داشته و در جهت بهبود آن اقدامات زیادی انجام شده است.

از این منظر نگاه گمرک به مقوله تجارت خارجی، نگاهی عقلانی و منطبق بر واقعیات است که می‌گوید "تجارت یک جاده دو طرفه است" که هر دو سمت آن باید برای فعالان تجاری باز و آماده تردد باشد.

امیدواریم با حمایت و پشتیبانی دولت و مجلس، به‌خصوص وزیر محترم امور اقتصادی و دارایی که حضور ایشان در این وزارتخانه یکی از بزرگ‌ترین نقاط قوت و پشت گرمی گمرک در دولت دوازدهم است بتوانیم به وظایف و مسئولیت‌های خود جامه عمل بپوشانیم.

### فرود عسگری

رئیس کل گمرک جمهوری اسلامی ایران

مقام معظم رهبری دو محور مهم اقتصاد مقاومتی در سال ۹۶، را تولید و اشتغال تعیین کردند و از همه مردم و مسئولان کشور خواستند تا برای بهبود این دو مؤلفه مهم تلاش کنند. به طور قطع در بحث تولید، صادرات جایگاه مهمی دارد و می‌تواند علاوه بر ارزآوری، موجب افزایش اعتبار ایران در بازارهای بین‌المللی شود. براساس سیاست‌هایی که در چهارچوب سند چشم‌انداز ۲۰ ساله، برنامه‌های توسعه اقتصادی و همچنین مصوبات دولت برای رشد صادرات تدوین و تصویب شده است، سازمان‌های مسئول از جمله گمرک ایران موظف به ارائه تسهیلات و خدمات مناسب به صادرکنندگان برای تحقق هدف فوق هستند. نگاهی به عملکرد و اقدامات گمرک در سال‌های اخیر نشان می‌دهد که بسته‌های حمایتی گمرک، هم در بعد تسهیل مقررات و هم ترخیص سریع و آسان کالا شرایط نسبتاً مناسبی را برای صادرکنندگان و بنگاه‌های تولیدی صادرات محور فراهم کرده که به عنوان نمونه می‌توان از ارزیابی کالا در محل تولید کالای صادراتی نام برد، اما آنچه که طی سه سال اخیر سبب تحولی چشمگیر در فرآیند ترخیص صادرات کالاهای غیرنفتی شده و موازنه تجاری را برای نخستین بار از سال ۹۴ به نفع صادرات رقم زده است، راه‌اندازی سامانه‌های جامع امور گمرکی و پنجره واحد تجارت فرامرزی بوده است. در حال حاضر محموله‌های صادراتی که قبل از راه‌اندازی سامانه‌های مذکور در گمرک بیش از هفت روز در انتظار صدور پروانه می‌ماندند در کمتر از یک روز از گمرک ترخیص و آماده خروج از مرزها می‌شوند و درخصوص کالاهای فاسدشدنی، این زمان حتی به یک ساعت تقلیل می‌یابد. روش کار اکنون به گونه‌ای است که کالای صادرکنندگان پس از بارگیری از محل تولید یا انبار صادرکننده مستقیماً به مرزهای خروجی ارسال و تشریفات گمرکی آن در کمترین زمان در گمرک مرزی انجام می‌شود. همچنین برای سهولت کار صادرکنندگان، مجوزهای صادراتی با استفاده از سامانه پنجره واحد گمرکی و بدون نیاز به مراجعه فیزیکی صاحب کالا به سازمان‌های مجوزدهنده به روش الکترونیکی توسط گمرک دریافت می‌گردد. در اقدامی دیگر حقوق و عوارض دریافتی از مواد اولیه وارداتی که در تولید نهایی محصول صادراتی به کار گرفته می‌شود در مدت کوتاهی از سوی گمرک به صاحبان کالا مسترد می‌گردد. طی ماه‌های اخیر به منظور بالا بردن توان مالی واحدهای تولیدی و بهبود گردش مالی آنها، موضوع استرداد با سرعت زیادتری صورت می‌گیرد و اختیارات بیشتری به گمرکات اجرایی سراسر کشور در این زمینه داده شده است. بررسی‌های اولیه در مورد همین سه اقدام نشان می‌دهد که گمرک به‌طور متوسط بیش از ۸۰ درصد از مشکلاتی که قبلاً در حوزه ترخیص کالای صادراتی وجود داشت برطرف شده و به جز مواردی که کالای صادراتی به دلایل دیگر از جمله عدم پذیرش کامیون‌های حامل کالا از سوی گمرک



## هزار توی صادرات غیر نفتی

مظفر علیخانی از چالش‌ها و مشکلات پیش روی صادرات غیر نفتی می‌گوید

سازمان امور مالیاتی برقرار است، در مقام عمل، این ۲۵ درصد خیلی بیشتر هم افزایش پیدا می‌کند. در کنار بحث مالیات بر عملکرد، ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده هم اضافه می‌شود؛ در حالیکه باید این مالیات، عملاً از حلقه آخر که اصناف هستند، وصول شود و اصناف از مصرف‌کننده نهایی دریافت نمی‌کنند، پس فشار آن، به بخش تولید وارد می‌شود. بحث دیگری که اشاره می‌کنم، هزینه‌های تامین اجتماعی است که سهم کارفرما طبیعتاً سهم تعیین‌کننده‌ای است و با توجه به اینکه هزینه‌های سازمان تامین اجتماعی، هزینه‌های بالایی است، تمام فشار را تحمل می‌کند. پس این چالش سوم نظام تولید و تجارت ما است و چالش بعدی، مشکلات ناشی از قانون کار و هزینه‌هایی است که قانون کار، در راستای حمایت از نیروی کار به کارفرما تحمیل می‌کند. مجموعه این عوامل باعث شده، هزینه محصولات تولیدی در ایران به شدت افزایش پیدا کند. از سوی دیگر چون اندازه بنگاه‌های تولیدی ما کوچک و متوسط است، عملاً تیراژ تولید صرفه اقتصادی ندارد، پس وقتی تیراژ پایین است، این هزینه طبیعتاً فشار مضاعفی را وارد می‌کند. از طرف دیگر، به جهت مشکلات و نامالیامات ناشی از تحریم و همچنین به دلیل گران بودن پول، کوچک بودن سائز بنگاهها و به دلیل اینکه بهره‌وری در بنگاههای ما پایین است، در نهایت بازده اقتصادی بنگاهها پایین است، بنگاهها توان امکان جذب تکنولوژی‌های جدید و نوسازی ماشین‌آلات را ندارند و خود این تکنولوژی پایین، قدیمی، فرسودگی و مستهلک بودن ماشین‌آلات به نوعی کیفیت را پایین و قیمت را بالا می‌آورد و شما را غیررقابتی می‌کند، این یک بُعد است. بعد دیگر این است که شما امکان نوسازی ندارید. بنابراین مجموعه این عوامل باعث غیررقابتی شدن تولید شده است. در عین حال، قوانین و

● اگر بخواهیم تحلیلی از صادرات ایران داشته باشیم، اوضاع از نظر شما چه قدر برای تداوم رشد صادراتی مهیا است؟

اگر بخواهیم یک مقدار عمیق‌تر و تحلیلی به موضوع نگاه کنیم، باید ابتدا نیم‌نگاهی به تولید کشور داشته باشیم، مهمترین چالش روی بحث تولید این است که تولید در ایران، گران تمام می‌شود، یکی از مولفه‌های اینکه تولید در کشور گران تمام می‌شود، این است که پول در ایران گران است و هزینه تامین مالی بالا است. در این میان طبیعتاً در شرایطی که رسماً از سوی دولت اعلام می‌شود که نرخ بهره ۱۵ درصد است؛ پس با هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیمی که این عدد اضافه می‌شود، عملاً این رقم به ۲۸ تا ۳۰ درصد و بعضی اوقات بیش از ۳۰ درصد می‌رسد. این تازه نرخی است که بنگاه‌هایی که امکان استفاده از اعتبارات بانکی را دارند، دریافت می‌کنند؛ در غیر این صورت، اگر به هر دلیلی مجبور شوید از بازار آزاد تامین مالی کنید، ممکن است تا ۵۰ درصد هم برای شما هزینه در بر داشته باشد. نکته دوم بر روی نظام مالیاتی است. متأسفانه موضوع نظام مالیاتی، شاید دومین چالش جدی اقتصاد ایران به حساب می‌آید و وقتی تولیدکننده مجبور است ۲۵ درصد مالیات بر عملکرد بپردازد، عملاً حاشیه سود تولید این اجازه را نمی‌دهد که رشد را بیش از حد مشخصی تجربه کند. این در شرایطی است که واحدهایی که فعالیت می‌کنند، عملاً با ۲۰، ۲۵، ۳۰ درصد ظرفیت، مشغول به تولید بوده و مفهومش این است که ۷۰ درصد هزینه‌های آن بخشی که ظرفیت خالی است، به این ۳۰ درصد تحمیل می‌شود و همین امر، خودش کمک می‌کند که قیمت تمام‌شده بالا می‌رود. طبیعتاً به خاطر این عدم اعتمادی که خیلی وقت‌ها به صورت متقابل بین فعالان اقتصادی و



نه بر مبنای استراتژی جایگزینی واردات، بلکه استراتژی توسعه صادرات باید مدنظر قرار بگیرد. گام سوم این است که در بازارهای منطقه و دنیا، شعبه، نمایندگی و دفتر ایجاد کنیم که اینها برای محصولات تولیدی صادراتی ما بازاریابی کنند و از آن طریق، محصولات را در بازارهای دنیا به صورت یک شبکه مویرگی توزیع کنیم. گام بعدی که امروزه خیلی مورد توجه دنیا و کشورهایی که به دنبال توسعه صادرات هستند، است، کاهش هزینه‌های تولید کالاها صادراتی است که یکی از عوامل آن، کرایه حمل است، بنابراین باید کرایه حمل را به حداقل کاهش داد تا بار صادراتی، قابل رقابتی شود.

### ● تولید چندملیتی چقدر می‌توان مشکل‌گشای صادرات باشد؟

دقیقا این راهکار بسیار می‌تواند موفق باشد. گام بعدی در استراتژی توسعه صادرات این است که به صورت چندملیتی تولید کنیم، یعنی سرمایه‌گذاران ایرانی با سرمایه‌گذاران کشورهای مختلف جوینت می‌شوند و شرکت‌های چندملیتی ایجاد کرده و سرمایه‌گذاری مشترک صورت می‌دهند؛ یعنی آورده‌شان را با همدیگر تامین می‌کنند و در سود هم، با یکدیگر مشترک می‌شوند؛ پس طبیعتا می‌توانند نفوذ بیشتری در بازارهای مختلف دنیا داشته باشند. البته یکی دیگر از مشکلات این است که ما عضو سازمان جهانی تجارت نیستیم، طبیعتا تعرفه گمرکی سازمان جهانی تجارت، بین این کشورها و شرکت‌های چندملیتی، در نهایت ۴ درصد است، در حالی که برای ما چیزی حدودا ۱۸ تا ۲۰ درصد است که به عنوان هزینه ورود به این بازارها در بردارد. از سوی دیگر همین الان کشورهای سی آی اس در درون خود، حقوق گمرکی ندارند، اما وقتی صادرکنندگان ایرانی می‌خواهند به این کشورها صادر کنند، باید تعرفه بالا بپردازند، به این دلیل است که بسیاری از تولیدکننده‌های ما، محصولاتشان را به قزاقستان می‌برند و آنجا اسناد را عوض کرده و به عنوان کالای قزاق، وارد بازار روسیه و اوکراین می‌کنند. از سوی دیگر، کشورها، زمینه تجارت آزاد دوجانبه یا چندجانبه با یکدیگر فراهم می‌کنند یا تعرفه‌های ترجیحی بین خودشان برقرار می‌نمایند؛ در حالیکه عموما از این امتیاز هم برخوردار نیستیم. حتی توافق‌نامه‌هایی را که با تعداد کشورهای محدودی داریم هم، عملا نمی‌توانیم مورد بهره‌برداری اقتصادی قرار دهیم.

### ● اگر بخواهیم واقعا بر مدار رویکرد صادراتی و افزایش صادرات پیش برویم، باید چه کار کنیم؟

اگر به چند مشکل اساسی بحث صادرات اشاره کنیم، اول بحث نرخ ارز است. البته همه آن عواملی که اشاره کردم، باعث شده قیمت تمام‌شده صادرات بالا باشد، پس بنابراین اگر قرار باشد هزینه-فایده کنیم، طبیعتا باید نرخ ارز بر اساس فرمول قانون برنامه‌های توسعه، یعنی مابه‌التفاوت تورم داخلی و بین‌المللی لحاظ شود که درآمدهای ریالی در ازای معادل ارزی بتواند هزینه‌های تولید و صادرات را پوشش دهد. پس وقتی که به صورت دستوری، نرخ ارز تثبیت می‌شود، عملا کمک به این می‌شود که تولید و صادرات صرفه اقتصادی نداشته باشد، از آن سو، واردات مقرون به صرفه می‌شود و قاچاق بهتر از آن، صرفه اقتصادی داشته باشد و به رونق تولید کشورهایی که به ایران کالا صادر می‌کنند، به صادرات آنها به ایران و اشتغال آنها کمک می‌کند. نکته دوم این است که یکی از سرفصل‌های مهم در مولفه‌هایی که قیمت تمام‌شده ما را در حوزه صادرات تشکیل می‌دهند، کرایه حمل است، بنابراین این کرایه حمل باید به نوعی توسط دولت با پرداخت یارانه مورد حمایت قرار بگیرد. البته همانطور که اعلام شد، نرخ بهره را نیز نمی‌توان نادیده گرفت.

**□** بقوانین و مقررات کشور، ساختار اقتصاد ایران، مشکلات ناشی از تحریم، سیاست دولت مبنی بر کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی و نیز کاهش درآمدهای دولت از فروش نفت خام، افزایش هزینه‌های دولت سبب مشکلات شده است

**□** مشکلات شده است

**□** یک بعد استراتژی توسعه صادرات این است که به صورت چندملیتی تولید کنیم، یعنی سرمایه‌گذاران ایرانی با سرمایه‌گذاران کشورهای مختلف جوینت می‌شوند و شرکت‌های چندملیتی ایجاد کرده و سرمایه‌گذاری مشترک صورت می‌دهند؛ یعنی آورده‌شان را با همدیگر تامین می‌کنند و در سود هم، با یکدیگر مشترک می‌شوند.

مقررات کشور، ساختار اقتصاد ایران، مشکلات ناشی از تحریم، سیاست دولت مبنی بر کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی و نیز کاهش درآمدهای دولت از فروش نفت خام، افزایش هزینه‌های دولت و از طرف دیگر، ناکارآمدی نظام‌های مالیاتی، بانکی، تامین اجتماعی، ناکارآمدی و غیررقابتی، منجر به ناکارآمدی نظام‌های اقتصادی شده است؛ بنابراین نکته کلیدی اینجا است، عموما مشکلات اقتصاد ایران، مشکلات تولید، تجارت و صادرات ایران به قانون برمی‌گردد، این قانون را یا مجلس تصویب کرده یا به دولت اختیار داده، دولت بر اساس آیین نامه‌ها و دستورالعمل‌های متکی به قانون، قانونگذاری کرده است، حتی اگر دولت در بعضی موارد قانون را درست اجرا نکرده، یا بد اجرا کرده است، بخشی از اشکال آن به مجلس برمی‌گردد که بعد نظارتی اش را درست اجرا نکرده است، چون بعد نظارتی مجلس مهمتر از بعد تقنینی است، اگر شما بهترین قانون را تدوین و تصویب کردید، اگر اجرا نشد یا درست اجرا نشد، طبیعتا آن قانون را نداشتیم، بهتر بود، اگر نمی‌داشتیم طبیعتا هزینه‌هایش خیلی کمتر بود، پس بنابراین در این بعد نیازمند یک بسته حمایتی هستیم.

### ● بارها بسته‌های حمایتی برای صادرات تعریف شده است؛ ولی یا خود بسته خوب نبوده یا عملا متکی به توزیع پول شده است. آیا این روش کارآمدی برای حمایت از صادرات است؟

عموما بسته‌های صادراتی، بسته‌های کارآمدی نبوده یا اعتبارات لازم برای اجرای آن را تخصیص نداده‌ایم و یا در نهایت، در مقام اجرا درست اجرا نشده است، چراکه هیچ وقت به تهیه زیرساخت‌های صادراتی پرداخته نشده، بیشتر مشوق دیده‌اند؛ البته اتفاقا مشوق برای حمایت از صادرات، خیلی مهم است. نکته دومی که می‌خواهم به آن اشاره کنم این است که ما ظرفیت‌های لازم برای تولید صادرات نداریم، آنچه که الان در ایران صادر می‌کنیم، عموما محصولاتی است که مازاد بر نیاز داخلی ما است، این در ادبیات اقتصادی، اولین گام در استراتژی توسعه صادرات است.

### ● مشخصا تولید صادراتی ما برای بازارهای هدف، صورت می‌گیرد یا اینکه صادرات به صورت اتفاقی و بر اساس اوضاع بازار داخلی انجام می‌شود؟

اگر قرار باشد استراتژی توسعه صادرات را در دستور کار قرار دهیم، باید برای تولید و صادرات کشور، سرمایه‌گذاری کنیم. اگر قرار باشد این اتفاق بیفتد، طبیعتا باید دو رویکرد در دستور کار قرار گیرد، یک رویکرد این است که سرمایه‌گذاری داخلی را به این سمت سوق دهیم که واحدهای صنعتی به سمت تولیدات صادراتی بروند، طبیعتا اگر منظور ما این است که تولیداتمان صادراتی باشد، قطعاً باید سازه بنگاه بزرگ شده و تکنولوژی روز با ماشین‌آلات مدرن و کیفیت آن رقابتی شود. در عین حال، بدون تردید، سرمایه‌های داخلی ایران برای این منظور کافی و مقصود نخواهد بود.

### ● راهکار چیست؟

باید جذب سرمایه‌گذاری خارجی انجام دهیم. در جذب سرمایه‌گذاری خارجی است که می‌توان مدیریت علمی، تکنولوژی روز و ماشین‌آلات مدرن وارد کنیم. ضمن اینکه باید مواد اولیه خوب تدارک ببینیم و برندهای معتبر استفاده کنیم، این طور است که می‌توان به بازارهای دنیا دسترسی پیدا کرده و از مهندسان و تکنسین‌های ماهر استفاده کنیم. در این راستا، می‌توان به صورت سرمایه‌گذاری مشترک داشت و دانش و تخصص در تولید و تجارت جهانی را در داخل ایران، بومی‌سازی کرد؛ آنگاه است که انتقال تکنولوژی را به معنای واقعی کلمه، می‌توان به خدمت اقتصاد ایران بگیریم. به عبارتی ما نیازمند ظرفیت‌سازی در داخل کشور هستیم، البته ظرفیت‌های جدید،



## حرکت تجاری در جاده دوطرفه

محمد رضا مودودی می گوید تجارت مثل خط تولیدی نیست که با سفت کردن یک پیچ رونق گیرد

سال قبل، پسته‌های انباری فروخته شده‌اند. پس ظرفیت ما بر اساس آن چیزی است که می‌توان امسال صادرات کرد؛ البته واحدهای صنعتی در سایر رشته‌ها، رونق گرفته‌اند که به چرخه تولید بازگشته و صادرات را آغاز کرده‌اند. نمونه آن هم صادرات محصولات پتروشیمی است. در عین حال، باید به این نکته توجه داشت که افت قیمت‌های جهانی، آمارهای صادرات را کاهش داده؛ به خصوص اینکه در فلزات صادراتی ما از جمله آهن و فولاد نیز، این افت صادرات ناشی از کاهش قیمت جهانی به خوبی نمایان شده است. به همین دلیل، به نسبت کاهش قیمت جهانی فلزات، افت صادرات نیز رقم خورده است؛ به خصوص اینکه به همان نسبتی که جذابیت بازار داخلی بالا رفت، به همان نسبت افت جهانی قیمت نیز مشهود بود که این امر، جذابیت صادراتی را از بین برد و در شش ماهه اول سال هم، این کاهش آمار صادراتی در این بخش، تجربه شد. این امر، این سیگنال را می‌دهد که صادرکنندگان بر بازار جهانی تمرکز نکنند. پس به نظر می‌رسد که یک اقدام مهم این باشد که در کشور ظرفیت‌سازی کنیم و نباید نگاه دهه ۶۰ و ۷۰ را داشته باشیم که تولید برای شهر و استان و سطح کشور صورت گیرد، بلکه باید به سمت ظرفیت‌سازی در حد بین‌المللی پیش رویم. به خصوص اینکه بازار چند صد میلیارد دلاری کشورهای حاشیه دریای خزر و روسیه، یک بازار بزرگ و مدرنی است که هیچ وقت به سبک و سیاق عراق و افغانستان با ما معامله نمی‌کند؛ بلکه باید برای تولید مطابق با سلیقه آنها، ظرفیت‌سازی کنیم. نکته حائز اهمیت این است که جمعیت کلان ۱۵۰ میلیون نفری روسیه نیاز به تامین کالا دارد و این کشور، فروشگاههای زنجیره‌ای بسیار بزرگی دارد که هر یک، هزار شعبه دارند و کالاها از کشورهای متنوعی از جمله

اشاره: صادرات غیرنفتی ایران در نیمه دوم امسال رونق بیشتری می‌گیرد. این را محمد رضا مودودی، معاون توسعه صادرات کالا و خدمات سازمان توسعه تجارت ایران می‌گوید. البته او تجارت را جاده‌ای دوطرفه می‌داند که در ازای فروش کالاهای ایرانی در بازارهای هدف، باید واردات را هم با استراتژی‌های مشخص، رونق داد. این طور است که وقتی صحبت از افزایش توسعه صادرات ایران با دنیا به میان می‌آید، او راهکار اصلی را پیمان‌هایی دوطرفه با کشورهای دنیا می‌داند که صادرات و واردات را توأمان با هم، توسعه دهد.

● به عنوان یک مسئول در سازمان توسعه تجارت، وضعیت کنونی صادرات غیرنفتی را چطور ارزیابی می‌کنید و چه چشم اندازی برای آن قائل هستید؟

در رابطه با شش ماهه اول امسال، اتفاقی که رخ داده این است که سال پایه برای مقایسه آمار صادراتی، سال ۹۵ شده است؛ در حالیکه این سال، تفاوت اساسی با سال‌های دیگری دارد که اساس آمارهای بعد از تحریم بوده است؛ به این معنا که سال گذشته، انباشت بسیاری از محصولاتی که در کارخانه‌ها به دلیل تحریم‌ها وجود داشته، صادر و بستری برای توسعه صادرات مهیا شده بود؛ بنابراین حجم صادرات افزایش یافت. البته این موضوع دو جنبه داشت که یکی از آن، مقدار تولید بود که برای آن بازار پیدا شده و فروخته شدند؛ ضمن اینکه یک مقدار از ذخیره سالهای قبل نیز به عنوان انباشت انبارها وجود داشت؛ پس به این دلیل، در نیمه اول سال ۹۶ شاهد افت صادرات بودیم که به عنوان مثال در پسته، صادرات نزدیک به ۹۰ میلیون دلار نسبت به دوره قبل کاهش یافته است؛ دلیل این است که تولید پسته کاهش یافته و در



متاسفانه پذیرش واردات کالا از این کشور را از سوی ایران ندارد؛ در حالیکه مشکلی که در مفهوم تجارت با دنیا اکنون مطرح است؛ آن است که ایران فقط می‌خواهد صادرکننده باشد؛ یعنی وقتی که طرف مقابل تجاری واردات را مطرح می‌کند؛ ما به شدت جبهه می‌گیریم. نمونه آن هم افغانستان است که ما به این کشور، ۲.۵ میلیارد دلار صادرات داریم؛ ولی واردات ما از آن، به ۵۰ میلیون دلار هم نمی‌رسد؛ سوال اینجا است که چه کسی حاضر است بپذیرد که کالا از کشوری بخرد، ولی کالا به آن نفروشد. خود ایران هم این شرایط را قبول ندارد. در حالیکه با توجه به شرایط کمبود آب در ایران، می‌توان از کشوری مثل افغانستان که یک کشور پرآب است، کالا بیاوریم. پس اگر پیمان‌های منطقه‌ای را تعریف کنیم؛ ایران نمی‌تواند نقش کلیدی در آن داشته باشد. این در حالی است که می‌توان محصولات آب‌بر را از این کشور وارد کرد. در این میان، حرکت و بازی‌هایی باید انجام داد که بتوان، اعتبار طرف مقابل را جذب کرد؛ در حالیکه ما سختگیرانه عمل می‌کنیم و همین امر، به تجارت خارجی و صادرات ما لطمه وارد می‌آورد؛ ولی در مورد روسیه که تراز تجاری ما با آن منفی است، فرصت خوبی است که اگرچه آنها کالاهای واسطه‌ای به ما می‌دهند و مواد اولیه روس مثل چوب به کشورهای دیگر هم صادر می‌شود، می‌توان مذاکراتی داشت تا زنجیره قدرتمند تامین را برای صادرات محصول نهایی به برخی کشورها برنامه‌ریزی کرد؛ اما این کار همانطور که گفتیم، مشروط به داشتن زنجیره قدرتمند تامین و یا شرکتهای توانمند، قوی و بزرگ صادراتی است که باید خلق شده و از ظرفیت بازارهای اطراف استفاده شود.

**● برنامه‌های مشخصی در نیمه دوم برای توسعه صادرات غیرنفتی تدارک دیده شده است؟**

آنچه که لحاظ شده که تجارت مثل خط تولیدی نیست که با سفت کردن یک پیچ یا تسریع یک خط تولید، صادرات، رونق گیرد؛ بلکه فرآیندی است که به مرور زمان شکل می‌گیرد و اولین قدم آن، اعتماد بین تجار دو کشور است که اعتماد کنند و در یک پروسه زمانی، تلاش کنند که توسعه تجارت به بار بنشیند. بنابراین، هر برنامه امروز، دو سال بعد به بار می‌نشیند و محتوای تجارت بر این اساس چیده شده است. ضمن اینکه برنامه زمان‌بندی شش ماهه نیز تدارک دیده شده تا تجارت رشد کند؛ ولی اقدامات کوتاه‌مدت و بلندمدت تعریف خواهد شد؛ ضمن اینکه اولین اقدام کوتاه‌مدت، اخذ مشوق‌های صادراتی است که باید به سرعت تامین اعتبار شود و در اختیار صادرکننده قرار گیرد که بر اساس این مشوق‌ها، برنامه توسعه صادرات را بچینند. یکی از اساسی‌ترین کارها این است که به زودی قولی که در شورای عالی صادرات داده شده، عملیاتی شود و حداقل ۵۰ درصد منابع آن را تا یک ماه آینده جذب کنیم. این موضوع کمک می‌کند که در بحث ترویج تجارت گام برداریم. در میان مدت هم، پیمان‌های منطقه‌ای را نهایی کرده و بر روی تعرفه‌ها با همه کشورها به توافق رسیده و بازارها را توسعه دهیم. در بلندمدت هم، اقدام اساسی که باید دولت انجام دهد و سازمان توسعه تجارت هم ظرفیت‌سازی کند، حرکت به سمت شناسایی مزیت‌های پایدار رقابتی است؛ به این معنا که همه نباید روی همه محصولات فشار آوریم که صادرکننده باشیم؛ بلکه رقابت‌های بین‌المللی نیز در نظر بگیریم و آنها را صادر کنیم و در برخی از محصولات، بازار را در اختیار رقبا قرار دهیم که این فضای تجاری و تعامل، شکل گیرد و ادامه پیدا کند؛ ضمن اینکه سرمایه‌گذاری در بحث کالاهای مزیت‌دار صورت گیرد و برنامه‌ریزی برای آن صورت گیرد.

**»** در سطح دنیا، نگاه پیمان‌های منطقه‌ای نگاه اولویت‌دار است و حتی نگاهی که ملت‌ها و دولتها نسبت به پیمان‌های منطقه ای دارند، از سازمان جهانی تجارت پررنگ‌تر است

ترکیه و اروپا در آن عرضه می‌شود؛ بنابراین برای اینکه آنها را تامین کنیم، نیاز داریم که ظرفیت تولید ما بین‌المللی باشد. در عین حال، جامعه اطراف ایران نیز بالای ۵۰۰ میلیون نفر جمعیت دارد که همه اینها، واردات عظیمی را تجربه می‌کنند؛ البته بازار عراق، روسیه و پاکستان، بازارهای چند ده میلیارد دلاری در صادرات ما به شمار می‌روند که مشروط به اینکه بتوان رقابت با برندهای بین‌المللی را داشته باشیم، می‌توان ارزآوری مناسبی را برای کشور متصور بود.

**● پس به اعتقاد شما، منفی شدن تراز تجاری کشور طی نیمه اول سال جاری، جای نگرانی ندارد.**

در نیمه دوم امسال که بسیاری از محصولات کشاورزی به بار می‌نشینند و اتفاقاً محصولات عمده صادراتی کشور هم هستند و نمونه آن هم، زعفران، پسته و کشمش است، دوباره آمارهای صادراتی ر و به بهبود می‌گذارد و می‌توان امیدوار بود. اتفاقی که در سال‌های اخیر رخ داده، بازگشت رونق به چرخه تولید است که در این میان، خیلی از واحدها، نگاه صادراتی پیدا کرده و اکنون در برنامه‌ریزی‌های خود لحاظ می‌کنند؛ بر این اساس، چشم‌انداز خوبی را در برخی از محصولات داریم. به عنوان نمونه، در سیرجان کرمان، واحدی داریم که الیاف مصنوعی تولید می‌کند و خود به تنهایی، ۳۰۰ میلیون دلار صادرات دارد؛ در کنار این، مجموعاً صادرات خاویار نیز رونق می‌گیرد که اگر واحد تولیدی مختص آن داریم که اگر به بهره‌برداری برسد، صادرات مناسبی خواهد داشت. در کنار این واحدی هم داریم که ۱۵۰ میلیون دلار صادرات قند مایع صورت می‌دهد که یکی از محصولات استراتژیک است؛ بنابراین با این نگاه و رویکردی که هست، در نیمه دوم امسال رشد صادرات را تجربه خواهیم کرد؛ ضمن اینکه در بحث مدیریت واردات نیز، باید جدی‌تر عمل کنیم؛ به این معنا که مجموعه‌ای از تدابیر را به کار بندیم تا بتوان، رشد مناسبی را در عرصه واردات تجربه کرد. این در حالی است که طی ماه‌های گذشته، در برخی کالاها رشد جهشی در واردات را تجربه کردیم که به نوعی باید در جهت حمایت از تولید ملی و صیانت از تولیدکنندگان، مدیریت شود.

**● ترکیب واردات البته بیشتر کالاهای واسطه‌ای را به ثبت رسانده است.**

سهم کالاهای مصرفی از واردات، بیش از ۱۴ تا ۱۵ درصد نیست؛ ولی می‌توان ظرفیت‌سازی لازم را در داخل انجام داد تا همین واردات هم به رشد صادرات منجر شود؛ ضمن اینکه باید به این نکته هم توجه کرد که تجارت، جاده ای دو طرفه است و نمی‌توان نگاه صادراتی داشت و واردات را لحاظ نکرد؛ یعنی نمی‌توان به دنیا گفت که از ما کالا بخرید ولی ما کالای شما را خریداری نمی‌کنیم.

**● به هر حال این انتظار دنیا از ایران به عنوان یک تاجر بین‌المللی است. آیا دولت اشکالات تعرفه ای را در این زمینه اصلاح خواهد کرد و سیاست تعرفه ترجیحی هنوز هم در دستور کار قرار دارد؟**

در سطح دنیا، نگاه پیمان‌های منطقه‌ای نگاه اولویت‌دار است و حتی نگاهی که ملت‌ها و دولتها نسبت به پیمان‌های منطقه ای دارند، از سازمان جهانی تجارت پررنگ‌تر است و به این نتیجه رسیده‌اند که اگر فضای داخلی خود را بین خود و همسایگه به اشتراک بگذارند، منافع بیشتر و بازار راه‌ها نکنند. این یک پیام به خصوص برای ما دارد و آن اینکه تجارت ترجیحی با کشورهایی مثل روسیه، عراق و سوریه که الان قرار است تعریف شود، مبتنی بر استراژی بلندمدت شود که الفبای تجارت را خوب یاد بگیریم و بازارهای خود را به اشتراک بگذاریم. مشکلی که اکنون وجود دارد این است که وقتی که تجارت خارجی با عراق، مطرح می‌شود



## گام‌های شورای گفتگو برای صادرات

حسین سلاح ورزی از مصوبات این شورا برای بهبود اوضاع صادراتی‌ها می‌گوید

غیرنفتی نیز همین بس که در موضوع تحقق سیاست‌های خروج از رکود، رونق اقتصادی و دستیابی به رشد اقتصادی پایدار، یکی از الزامات اصلی، افزایش تقاضای موثر کل است و صادرات می‌تواند در این میان یکی از عوامل نقش‌آفرین و فاکتورهای موثر در پیشبرد اهداف باشد. در این میان، طبیعی است که برای رونق تولید، باید به دنبال ساز و کارهای افزایش تقاضای موثر باشیم و از طریق صادرات غیرنفتی، این مهم را قابل دسترسی کنیم؛ بنابراین، باید همه توان، تلاش و برنامه‌ها را به سمتی متمرکز کنیم که در راستای افزایش صادرات باشد و همه دستگاه‌های دولتی و نهادهای غیردولتی، زمینه‌ساز رشد و رونق صادرات ایران باشند.

● به هر حال، شورای گفتگوی دولت و بخش تاکنون چه قدر توانسته مسائل حوزه صادراتی را طرح و حل و فصل نماید؟

در تقسیم‌بندی موانع صادراتی، با دید کارشناسی به این جمع بندی خواهیم رسید که راهکار منطقی برای حمایت از صادرات، به چند عامل وابسته خواهد بود که بخشی از آن، به فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان صادراتی مرتبط است؛ به این معنا که استراتژی صادرات و تمامی اجزای صادرات غیرنفتی یک کشور، باید مورد توجه باشند و طبیعی است که تولید کیفی، حمل و نقل، بسته بندی، بازاریابی، بازاریابی و سایر عوامل، نیازمند برنامه ریزی دقیق است. همچنین باید سیاست‌های حمایتی دولت نیز به گونه‌ای باشد که کالای کیفی و قابل رقابت، در بازارهای جهانی عرضه شود و صادرکنندگان و تولیدکنندگان صادراتی، با محدودیت برای تولید کالای کیفی مواجه نبوده و قیمت تمام‌شده کالای تولیدی نیز بالاتر از رقبای خود در بازارهای جهانی نشود. این در حالی است که در دنیای رقابتی کنونی، صادرکنندگان باید بتوانند برای صادرات محصول خود با یکدیگر رقابت کنند

اشاره: توسعه صادرات غیرنفتی کشور مقوله‌ای بسیار مهم است که به این دلیل که موجب می‌شود در شرایطی که واحدهای تولیدی کشور، از ظرفیت کامل خود استفاده نمی‌کنند و رکود صنعتی حاکم است، آنها شکوفا شده و ارزآوری داشته باشند؛ به نحوی که با ایجاد و افزایش تقاضای ناشی از رونق صادرات، می‌توان موجبات تحرک و افزایش تولید را فراهم کرد. حسین سلاح ورزی، عضو هیات رئیسه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و دبیر شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی، البته تشکل‌های صادراتی و بازوهای اتاق بازرگانی ایران برای پیگیری امور مربوط به خواسته‌های فعالان اقتصادی از دولت را در امر توسعه صادرات بسیار مهم می‌داند و از مصوباتی می‌گوید که شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی برای پیشبرد اهداف کلان صادرات غیرنفتی کشور، پیگیری کرده است. او به تلاش‌های شورای گفتگو برای حل مشکلات صادراتی کشور اشاره می‌کند و با تاکید بر ضرورت بهبود فضای کسب و کار در اقتصاد ایران به منظور افزایش توان رقابتی صادرات در بازارهای هدف، به نقش مهم دیپلماسی سیاسی و تلاش برای اثر بخش کردن حضور رایزنان بازرگانی در بازارهای صادراتی اشاره و بر آن تاکید می‌کند.

● وضعیت کلی صادرات غیرنفتی در نیمه اول امسال را چطور ارزیابی می‌کنید؟

واقعیت آن است که در ۶ ماه ابتدایی امسال، میزان صادرات کشور نسبت به مدت مشابه سال گذشته با کاهش همراه بوده است، این در حالی است که تراز تجاری کشور در سال گذشته، مثبت بوده است. در اهمیت صادرات



به طور قطع، شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی به تنهایی قادر به حل تمامی موضوعات مرتبط با صادرات نیست؛ اما ظرفیت مناسبی است؛ به این دلیل که در شورای گفت و گو، وزیر امور اقتصادی و دارایی، ریاست جلسات را به عهده دارد و وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز یکی از اعضای اصلی جلسه است که در کنار حضور وزارتخانه های مهمی مانند جهاد کشاورزی، نیرو، نفت و وزارت کشور می تواند نقش مهمی در بررسی و یافتن راهکارهای قانونی و اجرایی برای حل معضلات اقتصادی در تمامی بخش ها به خصوص صادرات داشته باشد. از سوی دیگر، روسای ۵ کمیسیون تخصصی مجلس در شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی حضور دارند و بنابراین، این شورا مرجعی است که جمع اثرگذاران از نظر قانونگذاری در آن حضور دارند. همچنین در ماده ۱۲ قانون دائمی شدن برخی از احکام توسعه ای کشور که ابتدای امسال ابلاغ شد، تبصره ای گنجانده شده که دولت را مکلف می کند ظرف حداکثر ۳۰ روز، مصوبات شورای گفت و گو را به هیات دولت ارائه دهد تا در مورد آن، تصمیم گیری شود؛ به همین دلیل است که این تصمیمات، اهمیت داشته و از ضمانت اجرایی لازم برخوردار است، به نحوی که ضمانت اجرایی مصوبات شورای گفت و گو را دو چندان می کند. البته باید به این نکته توجه داشت که استفاده از ظرفیت شورای گفت و گو، مستلزم جدیت از سوی تشکلهای صادراتی است تا مسائل و مشکلات خود را دسته بندی کرده و با ارائه مستندات و مدارک، پیشنهادهای خود را به دبیرخانه شورای گفت و گو ارائه دهند و شورای گفت و گو هم، راهکارهای مناسب را در جلسات مطرح کند.

### ● شورای گفتگو چه برنامه ای برای پیگیری مصوبات هیات دولت، اجرای دقیق بسته های حمایت از صادرات و تخصیص منابع صندوق توسعه ملی دارد؟

ساز و کار طرح موضوعات در شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی به این شرح است که اتاق های بازرگانی، تشکلهای یا دبیرخانه این شورا، موضوعات مختلف را در دستور کار قرار می دهند و پس از طرح در جلسات کمیته های تخصصی، دستورالعمل، بخش نامه ها و آئین نامه های مرتبط با آن پیشنهاد را در شورای گفت و گو، مورد بحث قرار می دهند. در عین حال، سیستم پیگیری تصمیم گیری ها در دبیرخانه شورای گفت و گو هم به این روال است که بررسی می شود هر تصمیمی تا چه میزان موثر و تاثیرگذار بوده است یا چه اصلاحاتی نیاز دارد و پس از آن، به صحن شورا ارائه می شود. یکی از موضوعاتی که از یکی دو ماه گذشته در دبیرخانه شورا مطرح شده و برگزاری جلسات مرتبط با آن ادامه دارد، تحلیل وضعیت صادرات در ۶ ماه گذشته و چگونگی حمایت برای تقویت صادرات در ۶ ماهه دوم سال است. همچنین تحلیل بسته حمایتی صادرات که به تازگی ابلاغ شده نیز، یکی از موضوعاتی است که در دستور کار شورای گفت و گو قرار گرفته است و البته گلیه هایی به این بسته وجود دارد و برخلاف مواد ۲ و ۳ قانون بهبود مستمر فضای کسب و کار، در ساز و کار تهیه و ابلاغ این بسته، با بخش خصوصی مشورت کافی صورت نگرفته است. بر همین اساس است که باید توجه داشت توسعه صادرات غیرنفتی کشور، مقوله ای بسیار مهم است؛ به این دلیل که موجب می شود در شرایطی که واحدهای تولیدی کشور، از ظرفیت کامل خود استفاده نمی کنند و رکود صنعتی بر آنها و روند کاری شان حاکم است، با ایجاد و افزایش تقاضای ناشی از رونق صادرات، موجبات تحرک و افزایش تولید را فراهم کرد. با توجه به ارزآوری صادرات غیرنفتی، در صورت مثبت شدن و تحکیم تراز تجاری با کشورهای خارجی، می توان بنیان های اقتصاد را در کشور تقویت و در نهایت، به اقتصاد کشور کمک شایسته ای داشت.

**در شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی و کمیته ماده ۱۲ قانون دائمی شدن برخی از احکام، جلسات متعدد و موضوعات متنوعی در باب صادرات غیرنفتی و رفع مشکلات صادرکنندگان در فضای کسب و کار کنونی، در دستور کار قرار گرفته است**

و بخشی از این مشکلات نیز، در فضای کسب و کار، موانع، مشکلات و سرعت گیری هایی است که به فضای کسب و کار کشور مرتبط است؛ به همین دلیل در شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی و کمیته ماده ۱۲ قانون دائمی شدن برخی از احکام، جلسات متعدد و موضوعات متنوعی در باب صادرات غیرنفتی و رفع مشکلات صادرکنندگان در فضای کسب و کار کنونی، در دستور کار قرار گرفته است که در این جلسات، تشکلهای صادراتی از جمله کنفدراسیون صادرات ایران، به عنوان نهاد تخصصی حضور موثر به چشم می خورد.

### ● مهمترین تصمیماتی که تاکنون شورای گفتگو برای حوزه صادرات اتخاذ کرده است، در چه مواردی خلاصه می شود؟

از جمله موضوعات برای حل مشکلات صادرکنندگان که در شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی مورد نظر قرار گرفته و بر روی آن بارها در حضور وزرای اقتصادی دولت بحث شده است، توانمندسازی صندوق ضمانت صادرات و کاهش بروکراسی در ارائه خدمات از سوی این صندوق به صادرکنندگان است؛ به نحوی که با تقویت و افزایش سرمایه این نهاد تخصصی، امکان پوشش خدمات سرمایه گذاری، به طور جدی از سوی صندوق ضمانت صادرات ایران پیگیری شده و مورد عمل واقع گردد. همچنین این امیدواری وجود دارد که با افزایش خدمات به صادرکنندگان از سوی بانک توسعه صادرات به عنوان یک بانک تخصصی در حوزه صادرات، تامین مالی برای صادرات با شرایط مناسب تری صورت گیرد. از سوی دیگر، در دو سال گذشته بحث تقویت دیپلماسی سیاسی به منظور همکاری بیشتر با صادرکنندگان در دستور کار شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی قرار گرفته است؛ ضمن اینکه بحث چگونگی اثربخش کردن حضور رایزنان بازرگانی در بازارهای هدف و تقویت بخش تجاری و اقتصادی وزارتخانه ها نیز، از جمله دیگر موضوعاتی است که در این جلسات مورد بحث و بررسی واقع شده و تلاش گردیده است تا راهکارهای عملی و اجرایی به این منظور پیش بینی شود. در عین حال، بحث برگزاری نمایشگاههای خارجی و حضور در نمایشگاههای بین المللی، از جمله موضوعاتی است که در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران مورد توجه قرار گرفته و می تواند نقش موثری در بازاریابی و بازررسانی محصولات صادراتی داشته باشد. یکی از مهمترین مسائل مرتبط با صادرات حمل و نقل و سیستم لجستیک است که به کرات و در جلسات متعدد شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی مطرح شده است. صادرکنندگان درحوزه صادرات کالا یا خدمات، در مورد بیمه و تامین اجتماعی با مشکلاتی مواجه بوده اند که به صورت مفصل در شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی مورد بحث و بررسی واقع شده است. از سوی دیگر، حل مشکل استرداد مالیات بر ارزش افزوده کالاهای صادراتی نیز مورد پیگیری واقع شده است که در حال حاضر، سیستمی سخت و طولانی گذشته، مورد پیگیری واقع شده و به نتایج خوبی دست یافته ایم؛ در این میان یکی دیگر از موضوعاتی که مورد بررسی واقع شده، همین موضوع استرداد مالیات بوده که در نهایت، آئین نامه آن اینگونه اصلاح شد که امکان استرداد مالیات بر ارزش افزوده در یک بازه زمانی ۳۰ روزه فراهم باشد. همچنین مشکل تامین اجتماعی نیز مورد بحث قرار گرفته که منجر به اصلاح آئین نامه ها و دستورالعمل های قوانین شده است؛ ضمن اینکه با همکاری اتاق های بازرگانی سراسر کشور، کنفدراسیون صادرات و سایر تشکلهای صادراتی باز هم در آینده، مباحث مربوط به معضلات صادراتی، ارزیابی و حل مشکلات صادرکنندگان در دستور کار این دو دبیرخانه قرار خواهد گرفت.

### ● ظرفیتهایی همچون شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی، چقدر پتانسیل طرح مسائل صادراتی را دارد؟

**در شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی به تنهایی قادر به حل تمامی موضوعات مرتبط با صادرات نیست؛ اما ظرفیت مناسبی است؛ به این دلیل که در شورای گفت و گو، وزیر امور اقتصادی و دارایی، ریاست جلسات را به عهده دارد و وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز یکی از اعضای اصلی جلسه است**



## تجارت خاطره

محمود بنکدارنیا می‌گوید ورود هر گردشگر به ایران معادل ۱۰ بشکه نفت، سود دارد

ارتزاق می‌کنند و اتفاقاً، درآمد بسیاری بالایی را هم کسب می‌نمایند. صحت این ادعا را البته، می‌تواند با یک مراجعه به آمار و ارقام گردشگری برای برخی کشورها همانند مالزی و ترکیه مشخص شود که این کشورها، چه درآمدی از محل جذب گردشگر دارند. گاهی حتی این اعداد و ارقام ناشی از درآمدهای جذب توریست آنها، بیشتر از درآمدهای نفتی ما است؛ پس با توجه به جاذبه‌های گردشگری ایران، پتانسیل و درآمد بالقوه و بالفعلی در اختیار است که اگر روی آن کار و سرمایه‌گذاری شده و زیرساخت‌های مرتبط با آن آماده شود، می‌توان گفت از نظر درصد اشتغال و از بعد درآمدی برای مردم، شرایط خوبی حاکم است که مردم می‌تواند از این راه، کسب درآمد کنند به لحاظ اقتصادی نیز، برای کشور مفید باشد. برای همین است که تاکید داریم که توریست باید در ایران جدی گرفته شود و همه تلاش‌ها بسیج شود تا به عنوان یک منبع درآمد ارزی، شرایط برای جذب گردشگر در کشور به لحاظ زیرساختها و سیاست‌گذاری فراهم گردد. برآوردها حکایت از آن است که ورود هر یک توریست به کشور، معادل ده بشکه نفت برای ایران درآمد دارد، به این معنا که اگر قیمت هر بشکه نفت را ۴۰ تا ۵۰ دلار در نظر بگیریم، فارغ از هزینه استخراج نفت که برای گردشگر، نمی‌توان متصور بود، هر توریستی که به یک کشور وارد می‌شود، ۱۵۰۰ دلار هزینه دارد که اگر فکر کنیم ۳۰ درصد آن سود است، ورود هر گردشگر می‌تواند ۵۰۰ دلار برای کشور سودآور باشد؛ چراکه هتلی که در اختیار ما افاق می‌گذارد، رستورانی که توریست استفاده می‌کند و سوغاتی که خریداری می‌نماید، همه برای کشور سودآور است. بنابراین اگر با نفت ۵۰ دلاری هم حساب کنیم،

اشاره: ارزآوری از طریق توریست. این همان صادراتی است که کمتر تاکنون به اهمیتش پی برده شده است. صادراتی که نه تنها، مزیت‌های گردشگری ایران را به رخ می‌کشد و در مقابل، مزایای ارزی بسیاری برای کشور دارد، این در حالی است که بسیاری از کشورهای دنیا، نه نفت دارند و نه خاک حاصلخیز، اما بلد شده‌اند که چطور از جاذبه‌های گردشگری خود، درآمد ایجاد کنند. به خصوص اینکه هر توریستی که بین کشورها جابجا می‌شود حداقل ۱۵۰۰ دلار هزینه می‌کند که به اعتقاد بسیاری، اگر ۳۰ درصد آن هم سود باشد، رقمی در حدود ۵۰۰ دلار را در برمی‌گیرد که حداقل، معادل ده بشکه نفت است. بدون اینکه حتی هزینه استخراج داشته باشد. این را البته محمود بنکدارنیا، عضو هیات مدیره کنفدراسیون صادرات ایران می‌گوید.

● بسیاری ایران را مخزنی از جاذبه‌های توریستی می‌دانند که هنوز شاید به خوبی کشف نشده است. برخی هم آن را یکی از پرتانسبل‌ترین زمینه‌ها برای ارزآوری می‌دانند. این تئوری‌ها چقدر با واقعیت نزدیک است؟

اساساً توریست و گردشگری، منبع درآمدی برای بسیاری از کشورهایی است که درآمدی از محل نفت یا خاک حاصلخیز ندارند. در واقع، اقتصاد آن کشورها، از این راه زندگی خوبی را برای مردم خود رقم می‌زند؛ این بدان معنا است که اگر اقتصاد ایران بر پایه نفت استوار است، هستند خیلی از کشورهای دنیا هستند که نفت و گاز و مواد اولیه ندارند، ولی از این راه



به عنوان صادرات خدمات محاسبه می‌شود؛ چراکه در قالب آن، خارجی‌ها را متقاعد می‌کنیم که به ایران بیایند و از خدمات ما استفاده کنند؛ ما هم ارزش منشا خارجی به دست می‌آوریم. در عین حال، ممکن است فردی برود صنایع دستی، پسته و فرش بخرد و به صادرات کشور کمک کند؛ این در حالی است که حتی گردشگر، ممکن است پتانسیل این را ببیند که خرید و فروش کالاهای ایرانی را در کشور خود پیگیری نموده و حتی سرمایه‌گذاری در این رابطه صورت دهد؛ پس این، یک پتانسیل خوب می‌تواند باشد که ارزش آوری را هم به همراه دارد.

### ● پتانسیل جذب ارزش منشا خارجی در حوزه توریست، اکنون چقدر فراهم است؟

اکنون بر اساس آمار و ارقامی که سیستم دولتی ایران از گردشگر ورودی ارایه می‌دهد، این است که سالانه ۴ تا ۵ میلیون نفر گردشگر وارد کشور می‌شود و حرف از ۵ میلیارد دلار است که می‌تواند البته بیشتر هم باشد؛ اینکه این رقم، چقدر واقعی هست یا نیست، خیلی محل بحث نیست؛ ولی می‌توان گفت که اگر قرار بر این باشد که حتی یک ایرانی، به کشور همسایه سفر کند، حتماً نزدیک به ۱۵۰۰ دلار هزینه می‌کند و توری که می‌خرد و هزینه‌ای که بابت خرید سوغات صرف می‌نماید، چیزی حدود همین رقم است؛ بنابراین هر فرد دیگری هم، از هر جای دنیا به ایران سفر کند، اگر زیرساخت‌های لازم را فراهم آوریم، می‌توانیم این درآمد را بابت هر توریست، هزینه کنیم. البته این ۵ میلیون گردشگر در افاق ۱۴۰۴ باید به بیست میلیون نفر برسد که اگر تصور کنیم برای هر یک نفر حتی هزار دلار هزینه شود، آن زمان بیست میلیارد دلار ارزش با منشا خارجی جذب کرده ایم و توریست، برای ما درآمد ارزی ایجاد کرده است. تمام اینها در شرایطی است که اکنون، در تمام صنایع به دنبال جذب سرمایه‌گذاری خارجی هستیم؛ در حالیکه سرمایه‌گذاری خارجی این نیست که کارخانه‌ای را کسی ایجاد کرده و تولید و صادرات داشته باشد، اما اگر توریست جذب کنیم، همین کار انجام می‌شود و درآمد حاصل خواهد شد که نوعی سرمایه‌گذاری خارجی هم هست. اما باید توجه داشت که در مورد کلیه صنایع در کشور، سیستم آماری خوبی وجود ندارد و در مورد گردشگری نیز، این وضعیت حاکم نیست؛ پس اگر سیستم آماری مناسبی داشته باشیم؛ می‌توانیم برای گردشگران خارجی برنامه‌ریزی کنیم. به هر حال، در افاق چشم‌انداز بیست ساله، آنچه که برای جذب گردشگر در نظر گرفته شد، یک عدد بیست میلیون نفری است که باید به آنها اسکان داد. یعنی بیست میلیون تخت و ده میلیون اتاق دو تخته باید داشته باشیم؛ این در حالی است که حتی اگر حداقل بخواهیم در افاق ۱۴۰۴ به ده میلیون گردشگر هم برسیم، باید ابزار لازم برای آن را تهیه کرده و اطلاعات واقعی به سرمایه‌گذاران بدهیم؛ این در حالی است که سرمایه‌گذاران را باید ترغیب کنیم که هتل بسازند و اطلاعات واقعی را به خوبی به آنها بدهیم؛ نه اینکه آنها به هتل‌داران ما مراجعه کنند و از آنها ناراضی باشند یا هتل ساز و هتل‌دار از سیستم کاری ناراضی باشد و آب و برق گرانتری را دریافت نماید؛ بلکه تمام هزینه‌هایی که در این مسیر متحمل می‌شود باید مشمول معافیت مالیاتی و آب و برق صنعتی شده و یارانه‌هایی نیز از سوی دولت به او اختصاص داده شود، تا با رغبت سرمایه‌گذاری نماید. به هر حال، این افراد برای ما ارزش‌آفرین هستند و اگر یک توریست جذب شود، چرخ همه صنوف به حرکت درخواهد آمد.

اگر با نفت ۵۰ دلاری هم حساب کنیم، هر گردشگر می‌تواند ۵۰۰ دلار برای ایران سودآور باشد که این، درآمد بسیار خوبی است. ضمن اینکه چرخ‌های اقتصاد را به حرکت درمی‌آورد.

۵ میلیون گردشگر فعلی، در افاق ۱۴۰۴ باید به بیست میلیون نفر برسد که اگر تصور کنیم برای هر یک نفر حتی هزار دلار هزینه شود، آن زمان بیست میلیارد دلار ارزش با منشا خارجی جذب کرده ایم و توریست، برای ما درآمد ارزی ایجاد کرده است.

هر گردشگر می‌تواند ۵۰۰ دلار برای ایران سودآور باشد که این، درآمد بسیار خوبی است. ضمن اینکه چرخ‌های اقتصاد را به حرکت درمی‌آورد و حتی در شهرها و مناطق محروم کشور نیز، به دلیل پتانسیل گردشگری که وجود دارد، زمینه برای فعالیت بیشتر می‌شود. در کنار این، درآمد ناشی از این ارزش‌آوری هم میان همه اقشار کشور توزیع خواهد شد.

### ● آیا اکنون، استراتژی مشخصی برای جذب گردشگر وجود دارد؟ اگر این نقشه راه تدوین شده، چقدر اجرایی می‌شود؟

متأسفانه باید گفت که تا به حال، استراتژی مشخصی برای جذب گردشگر در کشور طراحی نشده و هنوز ما نمی‌دانیم که آیا می‌خواهیم کشور توریستی باشیم یا خیر. در واقع هنوز این تکلیف مشخص نیست که آیا درآمد توریستی برای کشور ما خوب است یا نه؛ ولی به هر حال، اینکه دولت چه اهدافی را از این راه پیگیری می‌کند و چقدر اعتقاد به جذب گردشگر از این مسیر دارد، هنوز مشخص نیست. در حالیکه اگر قرار باشد یک روز، در کشور بررسی شود که با اتمام منابع نفتی، چه پتانسیل دیگری می‌تواند جایگزین شود، حتماً و حتماً یکی از جایگاه‌های خوب، به صنعت توریست می‌رسد. به خصوص اینکه، صنعت گردشگری قرار نیست به عنوان صنعتی که کالا تولید کرده و ساختمان و کارخانه و کارگر مستقر در یک مکان ثابت داشته باشد، مدنظر قرار گیرد که دولت در مورد آن دغدغه‌های این چنینی داشته باشد، بلکه توریست، در واقع تقسیم کار ملی است که میان مردم و دولت برای اشتغالزایی و ارزش‌آوری صورت می‌گیرد.

### ● اگر بخواهیم مقایسه‌ای میان صادرات کالا با ارزش‌آوری از محل گردشگر، داشته باشیم، چه مزیت‌هایی را می‌توان برای جذب گردشگر برشمرد؟

این درحالی است که حتی در مورد کالاهایی که صادرات بالایی دارند و اکنون، ارزش‌آور هستند می‌توان به نمونه‌هایی همچون نفت، گاز، میعانات گازی و پتروشیمی اشاره کرد که باز هم، کالایی را باید به صورت فیزیکی تولید کرده، بار کشتی و هواپیما کنیم، هزینه حمل و نقل و بیمه بدهیم و در نهایت، آن را به بازار مصرفی خارجی برسانیم، در حالیکه در حوزه جذب گردشگر و درآمدزایی ناشی از آن، قرار نیست که کالایی به صورت فیزیکی جابجا شود، بلکه ما فقط خاطره برای مشتریان خود که توریست کشورهای دیگر هستند، ایجاد می‌کنیم و آنها از جاذبه‌های ما دیدن کرده و در نهایت، تنها چیزی که برایشان از ایران به یادگار می‌ماند، عکس و خاطره و سوغات و صنایع دستی است. در حالیکه ما کسب درآمد کرده‌ایم و در اقتصاد ایران، نقش بسزایی را ایفا نموده‌ایم. همانطور که اواخر دولت هشتم، موضوع توره‌های ورودی به عنوان صادرات خدمات مطرح شد؛ در اوایل طرح این موضوع، برای همه عجیب و حتی خنده‌دار بود که تور ورودی به کشور، صادرات خدمات به حساب آید، در حالیکه بعد از گذشت مدتی این ادبیات جای خود را باز کرد که می‌توان از محل ورود توریست، صادرات خدمات داشت و ارزش منشا خارجی به دست آورد. بعد از گذشت مدتی اما، همه متقاعد شدند که توریست، به عنوان صادرات خدمات معرفی شده و در برنامه پنجم و ششم توسعه نیز، دولت متقاعد شد که تورگردانان را به عنوان صادرکننده خدمات پذیرفته و بخش توره‌های ورودی را، از مالیات معاف کند. این اتفاق رخ داد و ما صادرکننده شدیم و در آن دورانی که تحریم‌ها برقرار بود، حتی جوایز صادراتی گرفتیم و از آن پس، همه ساله نیز از میان فعالان این حوزه، دو نفر به عنوان صادرکننده نمونه انتخاب می‌شوند که آنها نیز از دست رئیس‌جمهور لوح تقدیر می‌گیرند. بنابراین تور ورودی





# نقش نظام بانکی در اقتصاد مقاومتی

سه هدف میانی «ثبات قیمتی و مهار تورم»، «ایجاد ثبات پایدار در نظام مالی اقتصاد» و «کاهش دامنه نوسان نرخ ارز و ارتقای شفافیت و کارایی بازار ارز در تأمین نیازهای تولیدی و تجاری» به عنوان نقشه راه بانک مرکزی برای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی در حوزه پولی، بانکی و ارزی تعیین شده است. مفهوم مقاومت پذیری در این حوزه به میزان واکنش مجموعه اقتصاد یک کشور به انواع شوک‌ها و میزان تأثیر منفی این شوک‌ها بر بخش‌های مختلف اقتصاد بستگی دارد؛ منشا شوک‌های تهدیدکننده امنیت و ثبات یک اقتصاد صرفاً محدود به شوک‌های ناشی از تحولات اقتصاد جهانی نظیر تغییر قیمت جهانی نفت و یا اعمال تحریم‌های مالی و تجاری و فنی نیست؛ بلکه عوامل امنیتی، اجتماعی و زیست محیطی مانند بروز جنگ‌ها، بحران‌های اجتماعی، حوادث غیرمترقبه طبیعی و تغییرات اقلیمی نیز باعث بروز نوسانات شدیدی در حوزه اقتصاد می‌شوند. مقوله اقتصاد مقاومتی دامنه گسترده‌ای از مولفه‌های اقتصادی، اجتماعی، امنیتی، سیاسی و زیست‌محیطی را در برمی‌گیرد. برای مقاومت‌سازی اقتصاد، همزمان باید دو رویکرد کاهش احتمال وقوع نوسانات شوک آفرین از یک سو و بهبود توانایی کنترل تبعات یک شوک یا بحران از سوی دیگر دنبال شود. بدین منظور، می‌توان «حفظ ثبات اقتصاد کلان» را به عنوان هدف نهایی و عملیاتی پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی در کشور در نظر گرفت که مهار تورم و حفظ رشد پایدار اقتصادی، دو سنج مهم در حصول به این هدف اصلی به شمار می‌آیند. از این منظر، شروط سه‌گانه حفظ «پایداری بودجه دولت»، «تأمین پایداری بخش خارجی اقتصاد» و حفظ «ثبات مالی» با در نظر داشتن تأثیر متقابل هر سه موضوع، پیش‌نیازهای اساسی برای فراهم‌سازی شرایط ثبات اقتصاد کلان و به تبع آن پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی در کشور، قلمداد می‌شود. پایداری بودجه‌ای یکی از اجزای کلیدی سیاست حفظ ثبات اقتصاد کلان است. اهمیت این موضوع نه تنها ناشی از تأکیدهای مکرر در مجموعه اصول نظری و تجارب کشوری است، بلکه تحولات اخیر اقتصاد ایران نیز بر لزوم کنترل درجه سلطه نظام بودجه‌ای بر دیگر حوزه‌های اقتصاد کلان تأکید دارد. وابستگی تاریخی و بالای منابع درآمدی بودجه دولت به درآمدهای حاصل از صادرات نفتی، عدم استقرار نظام جامع شناسایی مودیان مالیاتی و پوشش ناکافی نظام کنونی اخذ مالیات، عدم وجود ابزارهای مناسب و متنوع برای تأمین مالی دولت، افزایش تدریجی سهم شرکت‌های دولتی از بودجه کل کشور و بزرگ شدن حجم بخش دولتی از این محل، لزوم پایداری بودجه‌ای برای دستیابی به ثبات اقتصاد کلان را بیش از پیش نمایان می‌سازد. تأثیرپذیری شدید درآمدهای ارزی از قیمت نفت به عنوان عامل برون‌زا و غیرقابل کنترل، وابستگی پنهان اما بالای بخش‌های تولیدی و تجاری به واردات، عدم دسترسی کافی به بازارهای مالی بین‌المللی و عدم وجود منابع متنوع تأمین مالی ارزی کشور و به تبع آن، افزایش تأثیرپذیری اقتصاد کشور از تحولات این حوزه، نقش و اهمیت موضوع پایداری بخش خارجی در تأمین شرایط مورد نیاز برای دستیابی به ثبات اقتصاد کلان را پررنگ‌تر می‌سازد. در این میان، با توجه به نقش و جایگاه نظام بانکی در تأمین مالی اقتصاد با توجه به بانک محور بودن ساختار تأمین مالی اقتصاد و همچنین لزوم رعایت هماهنگی در سیاست‌های متخذه، اجرای برنامه ملی «سیاست‌های پولی و ارزی کشور» بر عهده بانک مرکزی قرار گرفت. بر همین اساس، پس از ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی از سوی رهبری به روسای قوای سه‌گانه و رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام، بانک مرکزی در اولین گام نسبت به ایجاد کمیته اجرایی اقتصاد مقاومتی در حوزه پولی و بانکی و با حضور اعضای هیات عامل این بانک و نمایندگان بانک‌های دولتی و غیردولتی، با هدف تبیین مبانی نظری و اولویت‌های سیاست‌گذاری در این حوزه اقدام کرد. در نهایت، بیش از ۱۵۰ اقدام اجرایی به منظور تحقق سیاست‌های مزبور در حوزه کاری این بانک شناسایی و اجرا شد که نتیجه این اقدامات کاهش نرخ تورم، بهبود نقش نظام بانکی در تأمین سرمایه در گردش واحدهای تولیدی، کنترل ثبات بازار ارز و بهبود رشد اقتصادی و رشد سرمایه‌گذاری بود. سازگاری مناسب میان رویکردها و اقدامات صورت گرفته برای دستیابی به اهداف تبیین شده از الزامات اساسی در سیاست‌گذاری‌های پولی، اعتباری، نظارتی و ارزی در راستای نیل به اهداف ثبات اقتصاد کلان و تحقق سیاست‌هایی کلی اقتصاد مقاومتی به شمار می‌رود که مجموعه اقدامات انجام شده توسط بانک مرکزی در حوزه‌های مختلف، این موضوع قابل مشاهده است.



## سهم صادرات از سفره فاینانس‌ها

علی صالح‌آبادی از سهم صادرات از فاینانس‌های اخیر کشور می‌گوید

تامین مالی آن بندر در حدود ۳۳۴ میلیون دلار، فاینانسی است که از سوی بانک توسعه صادرات صورت گرفته است؛ در حال حاضر ظرفیت بارگیری آن بندر، ۲.۵ میلیون تن کالا در سال است که اگر این فاز توسعه، اجرا شود بارگیری آن بندر به بیش از ۸ میلیون تن افزایش پیدا می‌کند و در عین حال، آنجا ۱۲ میلیارد دلار پروژه پتروشیمی تعریف شده است. همچنین با توجه به وجود منابع گاز در کشور، فرصت بسیار خوبی برای صنعت پتروشیمی وجود دارد که خود می‌تواند صادرات غیرنفتی را گسترش دهد. در کنار این، یکی دیگر از مزیت‌های نسبی کشور، معدن از سنگ‌آهن فرآوری شده تا فولاد است که ظرفیت‌های خوبی در کشور برای آن تعریف و به بهره‌برداری رسیده یا در سال‌های بعد، به بهره‌برداری می‌رسد و جایگاه صادراتی دارد.

در حوزه‌های کشاورزی همچون زعفران، پسته، کشمش و خرما ایران جزو بزرگترین و مهمترین تولیدکنندگان دنیا است و در برخی رشته‌ها از جمله شیلات، ظرفیت‌های خوبی دارد؛ ولی در مجموع، اگرچه روند خوب است، اما جا دارد قوانین، مقررات و تمامی آیین‌نامه‌ها در جهت صادرات اصلاح شود و رویکرد همه دستگاه‌ها، صادراتی باشد؛ اگرچه یکی از محورهای مهم مورد توجه دولت، صادرات است؛ اما به هر حال، بسترها نیز باید فراهم شود. در طرف عرضه هم، کیفیت و قیمت باید رقابت‌پذیر باشد تا مقاصد صادراتی، متنوع‌تر شود؛ لذا دیپلماسی اقتصادی و نگاه به بازارهای متنوع صادراتی نیز مهم تلقی می‌شود. همانطور که مقام معظم رهبری نیز به تازگی فرمایشی داشتند که ایران باید به تمام کشورهای دنیا به غیر از کشورهای خاصی که با آنها مشکل داریم، صادرات انجام دهد، این نشان می‌دهد باید بتوان کشورهای بیشتری را در سبد صادراتی قرار داد. خوشبختانه این اتفاق در حال رخ دادن است و با توجه به اینکه در وزارت امور خارجه قرار است معاونت اقتصادی با هدف توسعه صادرات ایجاد شود، جهت‌گیری این را نشان می‌دهد که شرکت‌های ایرانی بدانند پایگاه خوبی

اشاره: تامین مالی همواره یکی از بحث‌برانگیزترین مباحث مطرح شده در حوزه صادرات است که البته وجود یک بانک تخصصی در این حوزه به جای خود می‌تواند اثرگذار باشد، به خصوص اینکه یکی از موانع اصلی پیش روی توسعه صادرات ایران، قیمت بالای تمام‌شده و عدم رقابت در بازارهای جهانی در مقایسه با تولیدات رقبا است. بر همین اساس است که به نظر می‌رسد تامین مالی مناسب حوزه صادرات می‌تواند یکی از عوامل ارزش‌آفرین برای تولید داخلی و محرک آن به سمت فتح بازارهای جهانی است. علی صالح‌آبادی، مدیرعامل بانک توسعه صادرات ایران، از سهم صادرات از فاینانس‌هایی می‌گوید که توافقاتش، به تازگی میان ایران و چندین کشور اروپایی - آسیایی صورت گرفته است.

● آماری که از سوی گمرک در خصوص صادرات غیرنفتی در نیمه اول سال اعلام شد، اگرچه شاید بخش تاریکش، تراز تجاری منفی باشد، ولی خیلی‌ها می‌گویند همین که واردات به سمت کالاهای سرمایه و واسطه‌ای سوق پیدا کرده، خیلی جای نگرانی ندارد. تحلیل شما از وضعیت صادرات غیرنفتی چطور است؟

واقعیت آن است که ایران در بخش صادرات غیرنفتی، در برخی حوزه‌ها مزیت نسبی دارد که شاید حوزه نفت و گاز سرمنشاء آن است و به تبع آن، تولید محصولات پتروشیمی، فرآورده‌های نفتی و محصولات پایین‌دستی حوزه نفت از جمله محصولاتی است که جزو صادرات غیرنفتی، طبقه‌بندی می‌شود و می‌تواند با ارزش افزوده بالاتر به خارج صادر شود. در حوزه پتروشیمی در منطقه عسویه و سایر مناطق کشور، سرمایه‌گذاری‌های زیادی انجام و در حال حاضر، چندین میلیارد دلار پروژه سرمایه‌گذاری در منطقه مکران چابهار تعریف شده که جزو اولویت‌های برنامه ششم است که هم مقام معظم رهبری و هم دولت، بر توسعه سواحل مکران تاکید دارند. زیرساخت صادرات آن منطقه، نیاز به بندر دارد که



غیرنفتی سال جاری اصلاح و قرار بر این شده تا میانگین بین ۴ تا ۵ درصد باشد. تسهیلات را ارزی می‌دهیم و ارزی هم پس می‌گیریم.

● **با نوساناتی که ممکن است دلار داشته باشد، باز هم صادرکننده رغبت دارد که از تسهیلات ارزی استفاده کند؟**

شرکت‌های صادراتی که درآمد ارزی دارند، به نوعی خود نوسان را پوشش می‌دهند، چراکه با دریافت وام ارزی، مواد اولیه خریداری کرده و به محصول تبدیل و صادر می‌کنند؛ پس درآمد ارزی دارند؛ بنابراین در بازپرداخت مشکلی ندارند، ولی اگر شرکتی صادرات نداشته باشد که البته از تسهیلات بانک توسعه صادرات را هم نمی‌تواند استفاده کند، تبعاً چون درآمد ریالی دارد، ممکن است با مشکل مواجه شود.

● **بازگشت منابع صادرکنندگان به داخل کشور، مشکل ندارند؟**

ما در داخل منابع دریافت نمی‌کنیم. ما تسهیلات ارزی را در بانک‌های خارجی به حساب آنها واریز می‌کنیم و بازپرداخت آنها در حساب‌های بانک نزد بانک‌های خارج از کشور خواهد بود.

● **در قراردادهای اخیر فاینانس که منعقد شد، رد پای بانک توسعه صادرات را زیاد می‌دیدیم، مشخصاً چه سهمی از این فاینانس‌ها طبق توافقنامه می‌تواند به صادرکننده‌ها اختصاص داشته باشد؟**

بانک توسعه صادرات، اگزیم بانک ایران است، یکی از وظایف اگزیم بانک‌ها در دنیا، همین دادن و گرفتن خطوط اعتباری است، این یکی از کارهایی است که اگزیم بانک‌ها انجام می‌دهند که با هدف توسعه صادرات خط اعتباری می‌دهند و خط اعتباری می‌گیرند. این فاینانس‌هایی که با کشورهای

همچون کره، چین، اتریش و دانمارک امضاء شده، کنسرسیومی از بانک‌های ایرانی بود که بانک توسعه صادرات یکی از بانک‌های عضو آن است، ما به عنوان بانک توسعه صادرات، پروژه‌هایی می‌پذیریم که از این خطوط اعتباری استفاده کنند و محصولشان حتماً صادراتی باشد؛ چراکه ماشین‌آلاتی از کشور کره، چین یا اروپا وارد کشور شده و پروژه تکمیل شود و شروع به تولید کند، پس محصولش باید به خارج صادر شود، یعنی محصول آن پروژه، صادرات محور است؛ بنابراین روی این تاکید داریم که حتماً پروژه صادراتی باشد، چراکه درآمد ارزی دارد و از درآمد ارزی، راحت می‌تواند اقساط آن فاینانس را بازپرداخت کند. در پروژه‌هایی که نوعاً در بانک بررسی خواهد شد و قرار است از این فاینانس‌ها استفاده شود، صادراتی بودن آن پروژه یکی از قیدهای بسیار مهم و کلیدی در بررسی طرح توجیهی آن پروژه‌ها است.

فرآیند کار پروژه‌هایی که می‌خواهند از این فاینانس‌ها استفاده کنند، به این صورت است که صاحب پروژه‌های از بخش خصوصی طرح توجیهی، فنی، مالی و اقتصادی را به بانک ارائه می‌کند، بانک یا به تنهایی یا با مشارکت سندیکایی

با بانک‌هایی که عضو سندیکای تامین خط اعتباری هستند، موضوع را بررسی می‌کند. اگر رقم پروژه خیلی بالا باشد، برای مدیریت پرتفوی بانک، پروژه به صورت سندیکایی تامین می‌شود، اگر نه، پروژه کوچک‌تر باشد، ممکن است بانک به تنهایی پروژه را بردارد، بنابراین طرح توجیهی بررسی و در بانک کارشناسی می‌شود، در صورتی که آن پروژه در ارکان اعتباری بانک و هیات مدیره به تصویب برسد، مجوزهای لازم از دستگاه‌های داخلی وزارت صنعت

و سایر نهادهای ذیربط باید دریافت شود، بعد از آن برای چین یا کره ارسال شده و بسته به اینکه بخواهد از خط اعتباری کدام کشور استفاده کند، تأییدیه از بانک مقصد دریافت و تامین مالی آغاز می‌شود.

● **افزایش سرمایه جدیدی برای بانک توسعه صادرات در راه است؟**

خوشبختانه سرمایه بانک در سال ۱۳۹۵ به استناد تبصره ۳۵ قانون بودجه، ده هزار میلیارد ریال افزایش یافته و از ۲۵ به ۳۵ هزار میلیارد ریال افزایش پیدا کرده و سرمایه جدید در سال ۹۶ به

ثبت رسید، البته این به معنای تزریق نقدینگی جدیدی نیست، خطوط اعتباری که قبلاً بانک از بانک مرکزی دریافت کرده بود، تبدیل به سرمایه شد که این، نسبت‌های مالی بانک را اصلاح می‌کند؛ این افزایش سرمایه، در اخذ خطوط اعتباری از بانک‌های خارجی، اعتبارسنجی و حتی نرخ خطوط اعتباری که از خارج دریافت می‌شود، قطعاً موثر است که امیدوارم مجدداً در آینده بتوانیم از همین روش یا روش‌های دیگری مانند افزایش سرمایه

نقدی از محل صندوق توسعه ملی دست یابیم.

طبق برآورد، هزینه‌های مالی بین ۴ تا ۶ درصد بهای تمام شده را تشکیل می‌دهد؛ البته به این مفهوم نیست که نباید به مقوله تامین مالی ارزان توجه کرد. در حال حاضر دولت، صندوق توسعه ملی با نرخ ۱۱ درصد در اختیار صادرات قرار دهد

در وزارت خارجه دارند و تمامی سفارتخانه‌ها در سراسر دنیا مأموریت دارند تا دیپلماسی صادراتی در کشورهای دنیا جاری شود. در مجموع روند صادرات را به سمت بهبود و مناسب می‌بینم.

● **به موضوع قیمت تمام شده با هدف رقابت اشاره کردید. وقتی پای صحبت صادرکننده‌ها می‌نشینیم، آنها از نرخ بالای پول که وارد عرصه صادراتی می‌شود، گله دارند. از نظر شما بهترین روش‌هایی که می‌شود تامین مالی بخش صادرات را با یک قیمت رقابتی انجام داد، چیست؟**

به طور کلی این نکته را باید مدنظر داشت که هزینه تامین مالی در کل هزینه‌های تولید، بالا نیست، چراکه دستمزد، مواد اولیه، هزینه‌های مالی و سربار هم وجود دارد، البته بهره‌وری عوامل تولید هم مهم است. بنابراین طبق برآورد، هزینه‌های مالی بین ۴ تا ۶ درصد بهای تمام شده را تشکیل می‌دهد؛ البته به این مفهوم نیست که نباید به مقوله تامین مالی ارزان توجه کرد. در حال حاضر دولت، صندوق توسعه ملی را موظف کرده تسهیلاتی با نرخ ۱۱ درصد در اختیار صادرات قرار دهد، لذا در سال گذشته، ۸ هزار میلیارد ریال منابع از صندوق توسعه ملی در اختیار صادرکنندگان قرار گرفت. امسال هم در بسته حمایت از صادرات، حدود ده هزار میلیارد ریال منابع دیده شده که از سوی بانکها و معادل همین هم از سوی صندوق توسعه ملی تخصیص داده شود تا به صورت تلفیقی، با نرخ‌های مناسب و ترجیحی، در اختیار صادرکنندگان قرار بگیرد.

● **نرخ ترجیحی چطور دیده شده است؟**

نرخ ترجیحی که در بسته حمایتی دیده شده، میانگین ۱۱ درصد صندوق توسعه و نرخ مصوب شورای پول و اعتبار است که حدود ۱۳ تا ۱۴ درصد می‌شود.

● **شما بانک تخصصی حوزه صادرات هستید، مشخصاً برای هزینه‌کرد منابع تلفیقی بانک و صندوق توسعه ملی، چه اولویت‌بندی قائل شده و چه رسته‌هایی از کالاهای صادراتی در اولویت تامین مالی قرار می‌گیرند؟**

در بسته حمایتی اعلام شده، گروه‌های کالایی دسته‌بندی شده‌اند که اولویت با کالاهای صادراتی دارای ارزش افزوده بالاتر است، بنابراین تخصیص منابع نیز، بر اساس همان اولویت‌ها صورت می‌گیرد.

● **تعداد پرونده‌های پذیرش شده، مشخص است و چه حجم تامین مالی را به خود اختصاص می‌دهند؟**

هر چه صندوق توسعه ملی در اختیار ما بگذارد، به بخش صادرات تخصیص خواهیم داد. سال گذشته البته منابع خود بانک هم بوده است. در عین حال، بانک توسعه صادرات ثر بین بانک‌های کشور، کمترین نرخ را در بخش تسهیلات دارد که حدود ۱۶ تا ۱۷ درصد است، البته اگر متقاضی، صادرکننده نمونه بوده و ضمانت‌نامه صندوق ضمانت صادرات را ارائه داده یا رتبه اعتباری بالایی داشته باشد، نرخ به سمت ۱۶ درصد میل خواهد کرد، ولی به صورت میانگین، نرخ بین ۱۶.۵ تا ۱۷ درصد در منابع بانک و ۱۱ درصد در منابع صندوق توسعه ملی است که بر این اساس، نرخ سود منابع تلفیقی، ۱۳-۱۴ درصد خواهد شد. بر اساس آمار موجود، مانده تسهیلات ریالی چیزی حدود ۳۴ هزار میلیارد ریال است که در بخش ریالی، سال گذشته در اختیار صادرکنندگان قرار گرفته است.

● **صادرکننده‌ها چقدر در صف انتظار قرار می‌گیرند تا به منابع بانک توسعه صادرات دسترسی پیدا کنند؟**

رغبت صادرکنندگان برای دریافت منابع ریالی بسیار بالا است، ولی پاسخگوی در حد منابع صورت می‌گیرد. در این میان، حدود ۸۰ درصد منابع بانک، ارزی و ۲۰ درصد ریالی است. اکنون مانده تسهیلات حدود ۱۷ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان است که حدوداً ۳۴۰۰ میلیارد ریال آن، ریالی و مابقی ارزی است، بنابراین تقاضا برای ریال بسیار بالا است که امیدواریم امسال از منابعی که در اختیارمان قرار می‌گیرد، بتوانیم رشد قابل قبولی داشته و مانده تسهیلات ریالی را تا ۵۰ هزار میلیارد ریال افزایش دهیم. در حوزه ارزی نیز، نرخ‌ها حدود ۶ درصد بود که به تازگی در بسته صادرات

یکی از وظایف اگزیم بانک‌ها در دنیا، همین دادن و گرفتن خطوط اعتباری است، این یکی از کارهایی است که اگزیم بانک‌ها انجام می‌دهند که با هدف توسعه صادرات خط اعتباری می‌دهند و خط اعتباری می‌گیرند. این فاینانس‌هایی که با کشورهای همچون کره، چین، اتریش و دانمارک امضاء شد



## پول گران، عامل کاهش تامین مالی صادرات

شود و طبیعی است که در این مجموعه عوامل، باید به کاهش هزینه‌های تامین مالی با حمایت دولت و بانک مرکزی، نگاه ویژه‌ای وجود داشته باشد. در این میان، ایران در حال حرکت به سمت اقتصاد جهانی است و یکی از مولفه‌های جهانی شدن ارتباط با سایر کشورها است. در این میان، طبیعی است که هیچ کشوری قادر نیست نیازهای خود را به تنهایی برطرف کند و کشوری که از توان صادراتی بالا برخوردار باشد، از قدرت بالاتری نیز برخوردار خواهد بود، پس توجه و اهمیت به صادرات، امروزه امری لازم و ضروری بوده و یکی از پیشران‌های اقتصادی در کشورها، رونق صادراتی است، پس رفع موانع صادراتی و تداوم صادرات در کشور ما، از اهمیت بالایی برخوردار است، به خصوص اینکه در دنیایی که تولیدکنندگان در حال فعالیت هستند، رقابت تنگاتنگی برقرار است و درصد سودی که تولیدکنندگان در تولید صادراتی با آن رقابت می‌کنند، بسیار پایین است، به همین دلیل کاهش قیمت تمام‌شده صادراتی و مولفه‌های تاثیرگذار بر آن بسیار مهم است. از سوی دیگر یکی از موضوعات تاثیرگذار بر قیمت تمام‌شده، قیمت ارز است که از بحث تامین مالی نیز مهم‌تر است. تولیدات صادراتی بهای تمام‌شده‌ای دارند و نرخ ارز باید متناسب با نرخ تورم باشد؛ اما نرخ ارز در کشور ما متناسب با نرخ تورم تغییر محسوسی نداشته است، به همین دلیل روز به روز توان رقابتی تولیدکننده کشور در بازارهای جهانی کاهش می‌یابد؛ اگرچه دیپلماسی اقتصادی نیز در این مسیر راهگشا است و سفیران اقتصادی کشور می‌توانند به خوبی فرصت‌های اقتصادی ایران را معرفی کنند. در عین حال، در خصوص ظرفیت‌های صادراتی ایران نیز باید گفت که در بحث انرژی، افزایش صادرات محصولات پتروشیمی، صنعت توریسم، کشاورزی و بسیاری از حوزه‌های اقتصادی دارای مزیت نسبی است و می‌توان ظرفیت‌های بالقوه این بخش را به بالفعل تبدیل کرد. به طور قطع، جهش صادرات نیازمند جذب سرمایه‌های خارجی است و این موضوع نیز نیازمند بهبود فضای کسب و کار است تا به صورت مشترک، محصولی تولید و صادر شود؛ بنابراین زیرساخت‌های حمل و نقلی، پایانه‌های مرزی، بسته‌بندی و کیفیت محصولات تولیدی باید مطابق با استانداردهای بین‌المللی باشد تا در بازارهای دنیا، رسوب و رسوخ بیشتری صورت گیرد. در نهایت، برآیند چند عامل موجب جهش صادراتی در کشور خواهد شد و اگر این عوامل اصلاح شود، می‌توان به افزایش رقم صادراتی در کشور نیز امیدوار بود. در نهایت به طور قطع، نگاه بلندمدت به بازار جهانی را به سمت تولید و صادرات مناسب رهنمون می‌شود.

**عباس آرگون**

عضو کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق بازرگانی تهران

در کشور ما یکی از معضلات صادرات، گران بودن هزینه تامین مالی است و باید گفت اولویت‌های کشور در بحث تامین مالی صادرات، نیازمند بازنگری است. در واقع، صادرکننده باید بتواند کالای صادراتی خود را با هزینه و قیمت پایین، در بازار صادراتی عرضه کند و اگر هزینه‌های تامین مالی کاهش نداشته باشد، امکان تامین مالی مناسب برای صادرکننده وجود نخواهد داشت. در این میان، به طور قطع راهکار رشد صادرات در کشور، نگاه یکجانبه تامین مالی نیست و نرخ ارز، عضویت در سازمان‌های جهانی، نحوه تامین مالی، کیفیت کالاهای تولیدی، بسته‌بندی و فرآوری و افزایش ارزش افزوده کالای صادراتی از عواملی به شمار می‌آیند که در رشد صادراتی و توان رقابتی تاثیرگذار هستند. در این میان، برخی نهادها از جمله صندوق ضمانت صادرات نیز باید تلاش کنند با کاهش ریسک، به تقلیل هزینه‌های صادراتی کمک نماید. در حال حاضر، تامین اعتبار از محل صندوق توسعه ملی و ردیف‌های بودجه برای حمایت از صادرات، محدود است و نسبت به ظرفیت‌های اقتصادی که در کشور وجود دارد، رقم صادرات غیرنفتی در کشور بسیار محدود شده و این در حالی است که ظرفیت‌های بالقوه بسیاری در اقتصاد ایران وجود دارد که می‌توان از مسیر آنها، رشد صادراتی را محقق کرد؛ اگرچه در مجموع بانکها، به دلیل نقایص گذشته و فاصله‌ای که در حال حاضر ایجاد شده، ارتباط و تعامل چندانی با بانک‌های جهان ندارند. در این میان، فاینانس از جمله ابزارها برای تامین مالی است اما بخش خصوصی بهره کمی از آن می‌برد و با توجه به تضامین و بهره‌هایی که دارد، بخش خصوصی چندان قادر نیست بتواند از این ابزارهای مالی استفاده کند. نکته دیگر آن است که بانکها نیز در سالهای اخیر، در مسیر رشد صادراتی تلاش‌هایی را انجام داده‌اند، اما باید گفت آنها نیز مشکلات خود را داشته و به دلیل فاصله‌ای که از نظام مالی دنیا گرفته‌اند، به روز کردن خود با تحولات کار زمان‌بری خواهد بود و ارتباطات بانکی و تقسیم‌بندی ارتباط بانکی به درجه یک و چند موجب شده تا بانک‌های دنیا، به دلیل تحریم فعالیت چندانی با ما نداشته باشند. در این میان باید گفت اگر در فضای کسب و کار فعلی، از ابزار فاینانس استفاده شود اما نتوان تسهیلات ارزی را پرداخت؛ پس از مدتی کل موضوع زیر سوال خواهد رفت؛ بنابراین باید بتوان نوسانات نرخ ارز را به گونه‌ای مدیریت کرد که تسهیلات گیرنده ارزی بتواند سه سال آینده خود را پیش‌بینی کند و اگر با نوسان شدید همراه شود، تمام سرمایه تولیدکننده از دست خواهد رفت؛ پس باید به سمتی حرکت کنیم که با کمک جذب سرمایه‌های خارجی، تولید صادراتی انجام داد و نسبت به انتقال دانش تکنولوژی و مدیریت نیز اطمینان حاصل کرد. چراکه با هر الگوی اقتصادی که کشور مدیریت شود، باید به صادرات به عنوان یک مجموعه نگاه





## صادرات، گرفتار در گردونه موانع بانکی

که درهای جهان باز شده است، بانکها از ما خواسته اند که تمام قواعد بانکهای جهانی انجام شود و بانکها نیز از صادرکنندگان خواسته‌اند که این اصول را رعایت کنند. به طور قطع ارتباط با بانکهای بزرگ دنیا نقش مهمی در تامین مالی تولیدکنندگان صادراتی دارد و تامین نیازهای اعتباری از طریق ارتباط با بانکهای بزرگ دنیا به طور قطع کشور را به سوی تحقق رشد ۸ درصدی اقتصادی رهنمون می‌شود. در این میان، بانکهای داخلی کشور این آمادگی را ندارند که از نظر ساختار تکنیک، هزینه و زمان، قواعد بین‌المللی پولی و بانکی را رعایت کنند؛ اما به تدریج در حال حرکت به سمت رعایت این قوانین هستند و به نظر می‌رسد تا پایان سال، همه بانکها مقید به اجرای قوانین بین‌المللی شوند و این امر، موجب می‌شود تعامل بانکهای بزرگ دنیا با کشور نیز شتاب گیرد، البته اگر برجام اجرایی نشود، بانکهای بزرگ تحت نفوذ آمریکا، دچار تردید خواهند شد. همچنین باید گفت یکی از معضلاتی که در گذشته وجود داشت انتقال ارز حاصل از صادرات بود که خوشبختانه تا حدودی مرتفع شده است و بر این اساس بانک‌ها ارز را خریداری و در اختیار صادرکنندگان برای صادرات قرار می‌دهند و این بن‌بست، اکنون برطرف شده است. از سوی دیگر، درحال حاضر ریسک‌های صادراتی با پیش‌بینی و تمهیدات قانونی برطرف شده و این امر با مساعدت نظام بانکی و صندوق ضمانت صادرات صورت گرفته است. در خصوص نرخ ارز نیز پس از گشایش اِل‌سی در صورت تغییر نرخ ارز با بیمه صندوق ضمانت صادرات، میزان اختلاف نرخ ارز از زمان خرید تا گشایش، تا سقف ۱۰ درصد جبران می‌شود تا زمینه کاهش ریسک صادرکننده فراهم شود؛ بنابراین اگر صادرکننده قصد داشته باشد مواد اولیه کالای صادراتی خود را وارد کند و ۱۰ درصد آن را با نرخ ارز زمان خرید واریز نمایند، اما هنگام وارد شدن آن ماده اولیه، نرخ ارز تغییر فاحشی پیدا کند، بانکها نسبت به بیمه این ماده اولیه اقدام می‌کنند که به صادرات آنها نیز، کمک می‌کند و در صورتی که تولیدکننده قصد داشته باشد که آن کالای تولیدی را صادر کند، می‌تواند نسبت به انجام قرارداد صادراتی، با آسودگی خاطر بیشتری اقدام کند. در گذشته تا زمانی که ارز به دست تولیدکننده نمی‌رسید، نمی‌توانست نسبت به تضمین قرارداد صادراتی خود مطمئن باشد.

سیدحسین سلیمی

نائب رییس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران

صادرات غیرنفتی ایران با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم می‌کند که متاثر از شرایط عمومی اقتصاد ایران و البته تولید کشور است. در این میان، حل و فصل مسائل بانکی خود یکی از راهکارهایی است که می‌تواند برای صادرات کشور راهگشا باشد. واقعیت آن است که هنوز مشکلاتی در بحث تعامل بانکهای خارجی با صادرکنندگان وجود دارد و بانکهای بزرگ، به دلیل تحریم‌ها، فعالیت خود را با بانکهای داخلی کشور آغاز نکرده‌اند؛ اما برخی بانکهای کوچک، ارتباط خود را با بانکهای داخلی شروع کرده‌اند و ارز حاصل از صادرات ناشی از فروش کالای صادراتی را به بانکهای داخلی کشور، منتقل می‌کنند؛ اما درخواست صادرکنندگان این است که بانکهای بزرگ بین‌المللی فعالیت خود را با صادرکنندگان داخلی آغاز کنند و تمایل تولیدکنندگان صادراتی هم این است که این تعامل، هر چه سریعتر برقرار شود. در این میان اگرچه بانکهای بزرگ دنیا، هنوز تعامل خود را با بانکها و صادرکنندگان ایران آغاز نکرده‌اند؛ اما به دلیل ارتباطی که با بانکهای نه چندان بزرگ دنیا برقرار شده است، از طریق این بانکها گشایش اعتبار صورت می‌گیرد و ارزی که قرار است از محل تولید صادراتی، به کشور برگردد، امکان ورود به کشور را دارد و مشکلات بانکی که در گذشته وجود داشت تا حدود ۸۰ درصد مرتفع شده است؛ اما همانطور که اشاره کردم، هنوز با بانکهای بزرگ مشکلاتی وجود دارد. به طور مثال، فاینانس‌هایی که به بانکهای ایران داده می‌شود از بانکهای بزرگ باید تامین شود؛ اما با وجود عقد قرارداد، این فاینانس‌ها اجرایی نشده است. در این میان بانکهای بزرگ دنیا همچنان دست به عصا رفتار می‌کنند و منتظر هستند تا ببینند نتایج حاصل از اجرای برجام، به کجا منجر می‌شود؛ هر چند بانکهای بزرگ اروپایی، با مذاکراتی که با ایران انجام داده‌اند تمایل خود را نسبت به انجام تعاملات بانکی نشان داده‌اند. به هر روی، در صورت ورود بانکهای بزرگ خارجی، تامین اعتبار برای صادرکنندگان که در حال حاضر به ارقام کوچک محدود است، افزایش خواهد یافت و بانکها می‌توانند تا بیش از ۵۰ میلیارد دلار اعتبار خارجی جذب کنند و این نیاز وجود دارد که تامین اعتبار در ارقام بالا صورت گیرد و این بانکهای بزرگ هستند که می‌توانند نسبت به تامین اعتبارات بالا اقدام کنند. در این میان، تعامل با بانکهای بزرگ موجب کاهش قیمت تمام‌شده کالای صادراتی خواهد شد و یکی از مشکلاتی که تاکنون وجود داشته این بوده است که قوانین نقل و انتقال و گشایش اعتبار با بانکهای ایرانی به دلیل تحریم‌ها اجرایی نمی‌شده است؛ اما حالا

# اختصاص اعتبارهای بانکی برای ایران

500,000,000 €

**bpi**france اختصاص اعتبار بانک

برای فعالیت شرکتهای فرانسوی در ایران



میزان اعتبار بانکهای خارجی برای ایران:

1,000,000,000 €

**Oberbank**



8,000,000,000 €

 **Exim Bank**



10,000,000,000 €

 **CITIC BANK**






# سرمایه گذاری خارجی در بخش نیروگاهی

بعد از برجام

**6,000,000,000 \$**

برای قرارداد احداث نیروگاهها ثبت شده است.

در طول چهار سال فعالیت دولت یازدهم

**۵۴ واحد** نیروگاهی جدید به بهره برداری رسید 

**۸۰۰۰ مگاوات** به ظرفیت نیروگاههای کشور اضافه شد

شرکتهای خارجی سرمایه گذار در بخش نیروگاهی ایران:



تکنوپروم اکسپورت



یونیت اینترنشنال



شانگهای الکتریک







## جهش در صادرات صنایع غذایی و تبدیلی

افزایش در صادرات صنایع غذایی و تبدیلی کشور در نیمه اول سال جاری نسبت به شش ماه نخست سال ۹۵ در حالی رخ داده است که صادرات کل محصولات کشاورزی و غذایی کشور در این دوره، نسبت به مدت مشابه سال قبل، به لحاظ وزنی و ارزشی، ۲.۵ درصد کاهش داشته است که عمدتاً به دلیل کاهش صادرات محصولات باغی از قبیل پسته و سیب بوده است؛ در حالی که رشد حدود ۱۰ درصدی در صادرات صنایع غذایی و تبدیلی کشور از کاهش بیشتر صادرات گروه محصولات کشاورزی و غذایی کشور جلوگیری کرده و سبب ارتقای تراز تجاری این گروه شده است. صادرات صنایع غذایی و تبدیلی کشور از حدود ۱ میلیارد و ۲۸۰ میلیون دلار در شش ماهه نخست سال ۹۵ با رشد صعودی به حدود ۱ میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار در شش ماهه اول سال ۹۶ رسیده است و به لحاظ وزنی نیز با رشدی حدود ۲۳ درصدی مواجه بوده است به طوری که از ۷۴۸ هزار تن در شش ماهه نخست سال ۹۵ به ۹۲۳ هزار تن در شش ماهه نخست ۹۶ صعود کرده است. در این میان، سهم صادرات صنایع غذایی و تبدیلی از کل صادرات غیر نفتی کشور در شش ماهه نخست امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل را با ۱ درصد افزایش، ۷ درصد بوده؛ این افزایش در حالی رخ داده است که ارزش کل صادرات غیر نفتی کشور در این دوره با کاهشی تقریباً ۳ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل روبرو بوده است. در ادامه اگر بخواهیم به صادرات صنایع لبنی، شیرینی و شکلات، رب گوجه فرنگی، آبمیوه و کنسانتره به عنوان گروه‌های عمده صادراتی صنایع غذایی و تبدیلی کشور در این دوره اشاره کنیم باید گفت، صنایع لبنی کشور با صادرات حدود ۵۰۰ میلیون دلاری در شش ماهه نخست امسال پیشتاز صادرات صنایع غذایی کشور بوده است. البته علت اصلی رشد صادرات چشمگیر فرآورده های صنایع لبنی کشور را قطعاً می‌توان حمایت‌های دولتی در قالب تخصیص یارانه برای توسعه صادرات این محصولات عنوان کرد؛ به خصوص اینکه در صورتیکه صادرات محصولات لبنی کشور با روند فعلی ادامه پیدا کند و مانعی بر سر راه صادرات این محصولات به وجود نیاید، کسب رکورد ۱ میلیارد دلاری صادرات لبنیات تا پایان سال جاری دست یافتنی است. در میان اقلام عمده صادراتی صنایع غذایی در نیمه اول امسال، شکلات با صادرات حدود ۱۱۸ میلیون دلاری مهم ترین کالای صادراتی صنایع غذایی در شش ماهه نخست امسال بوده است و محصولات بستنی، پنیر و کشک، ماست، رب گوجه فرنگی، شیر و خامه و شیرخشک و انگور خشک شده به ترتیب عمده ترین قلم کالاهای صادراتی صنعت غذای کشور بوده اند. در عین حال، با وجود آنکه صادرات محصول پسته کشور در شش ماهه نخست امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل، به لحاظ ارزشی ۴۳ درصد (حدود ۶۳ میلیون دلار) و به لحاظ وزنی ۴۸ درصد کاهش یافته است، همچنان با صادرات حدود ۲۱۹ دلاری در نیمه نخست امسال، عمده ترین کالاهای صادراتی گروه کشاورزی و صنایع غذایی کشور محسوب می‌شود. بر همین اساس امید می‌رود که با حمایت و پشتیبانی دولت و تلاش صادرکنندگان بتوان در نیمه دوم امسال، شاهد رشد و توسعه صادرات محصولات کشاورزی در کشور باشیم.



## سمفونی ناموزون صادرات مواد غذایی

محمد مرتضوی از مزیت‌های ایران برای تامین غذا در دنیا می‌گوید

شده، با هم ترکیب شوند و قیمت تمام‌شده کالا را به لحاظ فروش و حجم بزرگتری از محصولات در بازار، کاهش دهند؛ همین امر در نهایت می‌تواند باعث رقابتی‌تر شدن صنعت شود.

● یعنی خود صنعت غذا می‌تواند محرک بزرگی برای سایر صنایع در کشور باشد؟

بله، می‌تواند محرک بزرگی باشد. به این معنا که در صنایع غذایی، برای شروع نیاز زیادی به فکر کردن نیست، بالاخره ایران خود بازار بزرگی دارد، ولی برای ادامه راه، قطعاً باید به بیرون از مرزها نگاه کرد و لازم است از ظرفیت‌هایی که در کشورهای اطرافمان وجود دارد، استفاده کنیم. در این میان، به دلیل اینکه صنعت غذایی ایران، از نظر سخت‌افزاری در جایگاه بسیار خوبی قرار داشته و کارخانجات، شرایط آب و هوایی و مهندسان خبره‌ای در آن مشغول به فعالیت هستند، حتی از نظر دانش فنی هم مشکلی نداریم، ولی بزرگترین مشکل صنایع غذایی ایران خصوصاً از بعد انقلاب، به چند فاکتور اساسی برمی‌گردد. اول اینکه ایران نسبت به رقبای منطقه‌ای خود، برای تامین هزینه مالی کالاهای تولیدی، در جایگاه و وضعیت خوبی قرار ندارد. به عنوان مثال تا زمانی که ترکیه نرخ تورم و نرخ بهره بالایی داشت، صنعت غذایی، پوشاک و سایر صنایع آن قادر به عرضه اندام در دنیا نبودند، ولی وقتی اقتصاد ترکیه به حالت برون‌گرایی به یک شرایط پایدار رسید و وضعیت سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، فراز بزرگی را در تاریخ ترکیه پشت سر گذاشت، آن موقع توانست با استفاده از ابزارهای مدرن تجارت، اقتصادش را توسعه دهد؛ چون چاره و راه دیگری برای این کشور وجود نداشت، پس مجبور شد در سیستم اقتصادی و سیاسی خود، دگرگونی عظیمی بوجود آورد، ولی ظاهراً ما با توجه به کمک پول نفت، در این مرحله از گذار و گرفتن تصمیم بزرگ برای تغییر پارادایم‌های اقتصادی خود، متوقف

اشاره: صادرات مواد غذایی یکی از استراتژیک‌ترین بخش‌های صادراتی کشور است که به طور قطع، هر قدر قویتر در حوزه آن عمل شود، حوزه نفوذ ایران در دنیا بیشتر خواهد شد. هر چه که باشد، صادرات غذا این روزها یکی از مهمترین عرصه‌ها برای عرض اندام کشورهای مختلف دنیا در بازارهای جهانی به شمار می‌رود و کشوری در این عرصه موفق خواهد بود که بتواند، سهم بیشتری از این نیاز روزافزون و بدون پایان را پاسخ دهد. محمد مرتضوی، رئیس کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران معتقد است که صنعت غذای ایران، از حسن بزرگی برخوردار است که آن، وجود بازار بزرگ داخل و پتانسیل بی‌انتهای صادرات به کشورهای منطقه است.

● در حال حاضر چه فضایی را برای صادرات مواد غذایی ایران به لحاظ رقابتی، قیمتی و کیفیت می‌توان ترسیم کرد و اکنون چه وضعیتی بر آن حاکم است؟

همانطور که می‌دانید، بخشی از صنعت غذا یا صنایع تبدیلی از جمله پسته، زعفران ایرانی، میوه‌جات خشک، خاویار و کالاهایی از این دست، به صورت سنتی، از گذشته بازارهای خاص خود را داشته و خوشنام بوده‌اند. همه این کالاها از نظر کیفیت، در دنیا جایگاهی مناسبی دارند، اگرچه به نظر می‌آید ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های ایران، خیلی بیشتر از سهمی است که اکنون برای آن در بازارهای جهانی متصور است؛ به خصوص اینکه صنایع تبدیلی و صنعت غذای ایران با توجه به موقعیت منطقه‌ای، می‌تواند در اقتصاد و تولید ناخالص ملی کشور، نقش پررنگ‌تری داشته باشد. از سوی دیگر، صنعت غذای ایران از حسن بزرگی برخوردار است و آن، وجود بازار بزرگ در داخل و منطقه‌ای پرپتانسیل در کشورهای اطراف است. در واقع، وجود بازارهای بزرگ در داخل کمک می‌کند بخش صادرات در کنار بازار داخل، فعال



دارد؛ بنابراین دولت باید برای بهبود ناوگان حمل و نقل و توسعه ریل، به دنبال سرمایه‌گذاری خارجی برود. در عین حال، اگر بتوانیم توأم با توسعه بخش ریلی، بخش جاده‌ای را بهبود داده و زیرساخت‌ها و امکانات بندری را توسعه دهد، با توجه به اینکه ایران بین خلیج فارس و کشورهای سی‌آی‌اس قرار گرفته، این موقعیت ممتاز را در اختیار دارد که بتواند از آن در جهت صادرات استفاده کند. نکته دیگر آن است که صادرات مواد غذایی در ابعاد کوچک انجام نمی‌شود و معمولاً در ابعاد مگاتن و چندین میلیون تن صورت می‌گیرد؛ پس اگر بخواهیم توفیق بزرگی در عرصه صادرات صنایع غذایی داشته باشیم، به طور قطع باید فکری به حال ناوگان کنیم. این دیگر در اختیار بخش خصوصی نیست، بلکه سیاست‌های کلان کشور را می‌طلبد و نکته دیگر اینکه، ناوگان دریایی ایران، موقعیت بسیار ممتاز و خوبی دارد، ولی متأسفانه اکنون در جهت کمک به صادرات نیست و در این راستا، نیازمند بهبود مدیریت در ناوگان دریایی کشور هستیم. شاید یکی از دلایل این باشد که ناوگان دریایی کشور، در گذشته وارداتی بوده و به غیر از بخش نفت و گاز، در بخش کالایی، کانتینری و بخش فله، بیشتر ماموریت‌های وارداتی بوده است؛ در حالیکه باید اکنون پتانسیل‌های صادراتی فعال شوند.

### ● چشم‌انداز بازارهای صادراتی ما به چه صورت است؟

در ده سال آینده، مصرف کالا در عراق، اردن، عمان، سوریه، یمن، عربستان سعودی، پاکستان و افغانستان و حتی ایران، مصرف غلات بسیار چشمگیر خواهد بود و قطعاً تجارت ۴۰ تا ۵۰ میلیون تنی غلات را خواهیم داشت؛ این در حالی است که یک انبار غله بزرگ هم نزدیک ایران است که مرتبط با کشورهای سی‌آی‌اس و قزاقستان است که می‌تواند شرایط را برای صادرات مجدد غلات رقم زند. اما باید حتماً ناوگان دریایی، زمینی و ریلی را هماهنگ‌تر کنیم. پس به خاطر این مسیر استثنایی که برای ترانزیت غلات از ایران وجود دارد، ما می‌توانیم تأمین‌کننده بزرگ غله کشورهای خلیج فارس بوده و از مواد اولیه ارزانتری هم استفاده کنیم. به هر حال، مشکل صنعت غذا باید در زمینه تأمین، در فصل خرید حل شود؛ به خصوص اینکه شرایط آب و هوایی ایران نیز خشک است و می‌تواند مشکلاتی ایجاد کند، اما به طور قطع، محاسنی دارد که تولید را مقرون به صرفه می‌کند. به این معنا که در کشورهایی مثل روسیه، ۹ ماه سال، هوا سرد است و باید سالن‌های مرغداری را با برق و سوخت گرم کرد، ولی در مازندران، گیلان، سمنان و بخش‌هایی از ایران، هوا معتدل است و به راحتی می‌توان تأمین‌کننده مرغ و تخم‌مرغ در منطقه بود. اگرچه به خاطر خشک بودن هوا، کار زراعت در ایران سخت است، ولی کار تولید و پرورش بسیار آسانتر شده و بنابراین صنایع تبدیلی، زراعی و دامی ما می‌توانند بسیار رقابتی باشند، ولی مشروط به اینکه در حوزه مدیریت بخش‌های مختلف صنایع، بازنگری کنیم.

### ● به لحاظ کیفیت چطور؟ صنایع غذایی ایران چقدر اقبال جهانی را به دنبال خود دارند؟

صنایع غذا وابستگی شدیدی به زمین دارد، مژه در ایران، مژه بسیار خوبی است، غذاها و میوه‌های ایرانی به خاطر آفتابی که وجود دارد، بسیار خوشمزه هستند، ولی متأسفانه عدم نبود زیرساخت‌ها و نیز توجه نکردن به تأمین مالی شرکتها و موسسات تولیدی، در کنار دخالت غیرموثر دولت در حوزه‌های غیرحاکمیتی، کار بخش‌های مختلف صنعت از جمله بخش صنعت غذایی را سخت‌تر می‌کند. صنعت غذا در یک محیط متعادل، برابر و قابل اندازه‌گیری با صنایع ترکیه و کشورهای دیگر می‌تواند رقابت کند. ما در یک موقعیت بسیار بسیار خوبی هستیم، ولی از نظر سازماندهی و داشتن یک هارمونی برای رسیدن به اهداف بزرگ در بخش مدیریت دولتی نیاز به اصلاحات داریم.

شده‌ایم. در این میان، صنعت غذا صنعتی است که باید مواد اولیه خود را ظرف مدت زمان خاصی خریداری و انبار کند، یعنی دوره زراعت و برداشت محصولات باغی، زراعی، غلات، زعفران و هر کالای دیگری، معمولاً با توجه به آب و هوای ایران، طولانی است و حدود سه ماه و نیم تا چهار ماه طول می‌کشد، پس باید در این مدت، برای دوازده‌ماه تدارک دیده شود؛ در حالیکه این موضوع کاملاً نیاز به منابع مالی دارد. تمام اینها در شرایطی است که در هیچ کجای دنیا، هیچ کارخانه بزرگ صنعت غذایی، خودش پول ندارد تا علاوه بر بهسازی و نوسازی، مواد اولیه را هم خریداری نمایند، بلکه همه به فرابورس رفته و کالاهای خود را رجیستر می‌کنند؛ سپس یا از بانکها وام می‌گیرد و یا اسناد اعتباری که از خریدار گرفته‌اند را خرج می‌نمایند، اما متأسفانه در ایران، با توجه به اینکه نظام بانکداری ایرانی، پول‌محور است، این امکان در اختیار صنعت غذا نیست. پس دلیل اینکه برخی مواقع نمی‌توان با سایر نقاط دنیا رقابت کنیم، بیشتر به مسائل و مشکلاتی از این دست برمی‌گردد.

### ● اکنون صادرات صنعت غذای ایران به چه صورت است؟

پیش از تحلیل وضعیت صادرات صنعت غذا در ایران، باید به این نکته اشاره کرد که صنعت غذا چون مصرف‌کننده تولیدات بخش زراعت به شمار می‌رود، خریدار نهایی است؛ پس در برخی از کشورهای جهان، به جای اینکه به محصول زراعی یارانه داده شود، از تولیدات زنجیره بعدی محصولات زراعی حمایت می‌کنند. همین شرایط باید برای ایران هم وجود داشته باشد. به عنوان مثال، ایران موقعیت صادرات آرد به عراق و افغانستان را دارد. بازار عراق ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تن و بازار افغانستان حدود یک میلیون تن ظرفیت دارد که این ۳.۵ میلیون تن در مجموع، بازاری است که به مرزهای ما چسبیده است و خریدار واقعی هم هستند، بنابراین اگر در ایران، ظرفیت بالای کارخانجات آرد را داشته باشیم، به راحتی می‌توان از شمال دریای خزر، گندم را از روسیه، اکراین و قزاقستان خریداری کرده و در کشورهایی همچون عراق و افغانستان، با ایجاد ارزش افزوده بسیار بالا به آرد تبدیل کرده و به فروش رسانیم، در حالیکه، هر زمانی که بازار آرد خوب می‌شود، دولت جلوی صادرات آرد را می‌گیرد و وقتی که بازار نامناسب شد، از تولیدکنندگان سوال می‌کند که چرا آرد صادر نکرده‌اند؛ پس این سیاست یک بام و دو هوا در مورد صادرات صنایع غذایی جواب نمی‌دهد؛ به خصوص اینکه رقابت در این بازارها بسیار تنگ‌انگ است و باید زمینه‌ای فراهم شود که صادرات به صورت پایدار و مستمر، با قیمت رقابتی به بازارهای دنیا صورت گیرد. در این میان، در شش ماهه ابتدای سال جاری بالغ بر ۳۰۰-۲۰۰ هزار تن آرد صادر شده و مطمئن هستم تا پایان سال این رقم به حدود ۶۰۰-۷۰۰ هزار تن یک میلیون تن آرد خواهد رسید؛ البته این مقدار کم است و باید به عدد سه میلیون تنی در صادرات این کالا برسیم، ولی صنعت ایران در طول این ۳۵ سال به خاطر نظام کنترلی و فشاری که روی بخش صنایع آرد کشور بوده، در حال حاضر نیاز به استفاده از امکانات مدرن مالی دارد. به این معنا که یا باید این امکانات مدرن مالی، آن طرف مرزها فراهم باشد که متأسفانه با توجه به کارشکنی‌هایی که کشورهای مختلف و خصوصاً آمریکا در مسائل بانکی دارند، فعلاً نمی‌توانیم سرمایه‌های خارجی آورد و منابع اعتباری به میزان لازم را جذب کرد؛ پس باید از منابع اعتباری داخلی استفاده کنیم. که آن هم، بهره ۲۵ درصدی دارد و تولیدکنندگان قادر به بازپرداخت آن نیستند. موضوع دیگری که باید در حوزه صادرات به آن توجه شود، به دولت مربوط است. دولت باید زیرساخت‌های حمل و نقل، تجهیزات بندری و ترانزیتی را در کشور آماده کند، چراکه در صادرات مواد غذایی، یکی از موضوعات بسیار مهم حمل و نقل است. در ایران حمل و نقل، فوق‌العاده گران بوده و در مواردی، قیمتی سه برابر ترکیه

**»** غذا صنعتی است که باید مواد اولیه خود را ظرف مدت زمان خاصی خریداری و انبار کند، یعنی دوره زراعت و برداشت محصولات باغی، زراعی، غلات، زعفران و هر کالای دیگری، معمولاً با توجه به آب و هوای ایران، طولانی است و حدود سه ماه و نیم تا چهار ماه طول می‌کشد، پس باید در این مدت، برای دوازده‌ماه تدارک دیده شود

**»** در ده سال آینده، مصرف کالا در عراق، اردن، عمان، سوریه، یمن، عربستان سعودی، پاکستان و افغانستان و حتی ایران، مصرف غلات بسیار چشمگیر خواهد بود و قطعاً تجارت ۴۰ تا ۵۰ میلیون تنی غلات را خواهیم داشت



## لبخند تلخ به بازارهای صادراتی

جمشید نفر از بیم‌ها و امیدهای صادرات روده به بازارهای جهانی می‌گوید

به معنای واقعی نمی‌توان به عنوان یک کالا و محصول صادراتی پایدار تلقی کرد؛ به خصوص با چالش آب که برای کشور متصور است، این کالا و سایر محصولات باغبانی و کشاورزی، در معرض خطر بسیار زیاد قرار گرفته است. در عین حال، نگاه ما به صادرات، یک نگاه برنامه‌ریزی شده نیست و ما موقعی به صادرات توجه می‌کنیم که احساس می‌شود، تولید کالا بیش از نیاز داخلی است و باید آن را صادر کنیم؛ در حالیکه باید برای صادرات، فکر کرد و استراتژی داشت؛ یعنی قبل از آن استراتژی تولیدی و صنعتی داشته باشیم، به فکر صادرات باشیم. از سوی دیگر، در یک کلام شاید بتوان گفت که صادرات ما اتفاقی است و بر مبنای مزیت‌های موجود پیش نمی‌رود؛ پس متأسفانه هر چقدر که جلو می‌رویم، این صادرات با مضایق بیشتری مواجه می‌شود.

● **استراتژی صادراتی که از آن نام می‌برید، چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد؟**

اگر بخواهیم صادرات را مدیریت کنیم، باید پیشنهاد کنفدراسیون صادرات ایران مبنی بر معاونت تجارت زیر نظر رئیس‌جمهور را پیگیری کنیم؛ به این معنا که اگر از جاهای مختلف، استراتژی‌های صادراتی تعریف شد و آسیب‌شناسی‌های مرتبط با آن هم انجام گرفت و به راهکار رسید، حرف آخر را یک نفر بزند. اکنون مشکل اصلی این است که بین دستگاهها، به شیوه‌های گوناگون شرایط صادرات تعریف می‌شود. پس بهترین راهکار، ایجاد یک معاونت است که تمام داده‌ها در آنجا ثبت شود و یک بانک اطلاعاتی قوی از صادرکنندگان و کالاهای صادراتی در آن وجود داشته باشد؛ پس از آن مطالعه شود که چه کالاهایی را باید صادر و چه کالاهایی را نباید صادر کرد. اکنون تمامی کشورهای دنیا، تشویق صادراتی را در دستور کار قرار داده‌اند؛ در حالیکه ایران برای برخی کالاهای داخلی، عوارض صادراتی می‌گذارد و به بهانه خام‌فروشی، از صادرات کالاها جلوگیری می‌شود؛ در حالیکه به اذعان دستگاههای دولتی، قرار است که این ماده خام، برای مواد اولیه کالاهای بالادستی استفاده شود؛ در حالیکه اگر از ابتدا استراتژی

اشاره: روزی ایران هاب صادراتی روده دنیا به شمار می‌رفته و بیش از ۳۰ درصد نیازهای دنیا را در بازارهای جهانی تامین می‌کرده است؛ اما به مرور این آمار و ارقام رو به افول گذاشته و اکنون به لحاظ کمی و کیفی، صادرات روده ایران کاهش را تجربه می‌کند؛ به نحوی که اکنون صادرات به ۱۰۰ هزار دلار رسیده و در خوشبینانه‌ترین حالت و با داشتن استراتژی برای صادراتش، می‌توان ارزآوری ۵۰۰ میلیون دلاری را تجربه کند؛ در حالیکه برخی از کشورها منطقه، با هدفگذاری و فراهم آوردن مقدمات لازم، آن چنان در بازار صادرات روده گل کرده‌اند که دیگر ایران را نمی‌توان حتی یکی از بازیگران اصلی صادرات روده در بازارهای جهانی به شمار آورد. جمشید نفر، عضو هیات مدیره کنفدراسیون صادرات ایران، از روزهای تلخ صادرات روده و امیدها به آینده برای رونق صادرات می‌گوید.

● **وضعیت کلی صادرات غیرنفتی را در شرایط کنونی چطور ارزیابی می‌کنید؟**

من شرایط صادرات غیرنفتی را در سال جدید، اصلاً مناسب نمی‌دانم؛ به غیر از اینکه آمارها این موضوع را نشان می‌دهد، باید به این نکته توجه کرد که صادرات باید پایدار باشد؛ به این معنا که این پایداری، چه به لحاظ کشورهای هدف و چه به لحاظ نوع محصول، باید مشاهده شود که اکنون چنین نیست. مروری بر صادرات نشان می‌دهد که بر اساس اتفاقاتی که در پیرامون کشور افتاده، کالاهای ایرانی بازارهای جدید صادراتی پیدا کرده‌اند که اگر شرایط آنها عادی شود، معلوم نیست که از ایران کالا بخرند. نمونه آن هم عراق و افغانستان است. دوم اینکه ما محصولی نداریم که واقعا احساس کنیم که آن را می‌توان صدسال صادر کرد. شاید تنها محصولاتی که می‌توان بر روی آن به عنوان صادرات پایدار، حساب باز کرد، بخشی از خشکبار کشور است که آن هم در برخی مواقع، با توجه به مشکلات بهداشتی مثل آفات توکسین، از بین رفته است؛ پس آن را هم



کمی خود را نیز از دست داده‌ایم.

### ● رقبای ایران در حوزه صادرات روده در بازارهای جهانی اکنون چه وضعیتی دارند؟

با بزرگ شدن بازار روده در دنیا، روده‌هایی که دور ریخته می‌شد و قابل استفاده نبود؛ امروز در سراسر دنیا جمع‌آوری می‌شود و مراکز بزرگ در دنیا، برای پیروسی این کار به وجود آمده است که فقط می‌توان گفت که در کشور چین و مصر، بالای بیست میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در این حوزه صورت گرفته؛ ضمن اینکه اکنون دو تا از بزرگترین مراکز پیروسی این کالا در دنیا، در چین و مصر مستقر هستند؛ به نحوی که چین با استفاده از روده‌های تولیدی خود که یک کشور بزرگ با جمعیت و کشتار بزرگ خوک، گوسفند، بز و گاو است، مرکزی برای استفاده از بزرگترین تولیدات دام سبک دنیا مثل استرالیا، نیوزلند شده و در کنار آن، مصر هم با توجه به جمع‌آوری کلیه روده‌های آفریقا و خاورمیانه، تبدیل به دو مرکز بزرگ تولیدی شده‌اند. در رتبه بعدی هم ترکیه قرار می‌گیرد که اکنون با توجه به مسائلی همچون جنگ سوریه توانسته نیروهای کار و مواد اولیه آن کشور و نیز کشورهای CIS را جمع‌آوری و خود را به عنوان مرکز سوم فرآوری روده در دنیا معرفی نماید. اما متأسفانه ایران، علیرغم اینکه سالهای سال، مقام اول صادرات روده را داشت، امروز میزان صادرات این صنعت تنها ۱۰۰ میلیون دلار در سال است ولی این امکان را داریم که در گام اول با رفع موانع واردات روده پیروسی نشده، این رقم را ۱۰۰ درصد افزایش دهیم و به ۲۰۰ میلیون دلار برسانیم، ضمن اینکه اگر استراتژی داشته باشیم، تا ۵۰۰ میلیون دلار هم پیش رویم. همانطور که می‌دانید، روده را برای پوشش سوسیس استفاده می‌کنند که به خاطر منافذ ریزی که در آن وجود دارد، هم محصول تولیدی را تازه نگه داشته و هم لذیذ می‌کند؛

### ● بازارهای هدف صادراتی ایران اکنون کدام کشورها هستند؟

بزرگترین بازارهای هدف صادراتی ایران، آلمان است. یعنی اگر در میان آمارهای رسمی، صادرات ایران به آلمان را مشاهده کنید، روده مقام اول تا مقام سوم را دارد؛ ولی مصرف‌کننده نهایی همه روده‌ها، خود آلمان نیست و حتی چین، ترکیه و مصر هم محصول تولیدی خود را به آلمان صادر می‌کنند؛ چرا که سرمایه‌گذاری عظیمی در مصر توسط آلمانی‌ها و هلندی‌ها صورت گرفته و آلمان مرکزی برای پخش این کالا شده است و حتی روده‌هایی که از شرق دنیا مثل ایران و چین، به آلمان می‌رود، برخی مواقع از سوی ژاپنی‌ها خریداری می‌شود. در این میان، روده، صنعتی پراشتغال و درآمدزا برای دولت آلمان شده است و با توجه به اینکه ایران عضو سازمان جهانی تجارت هم نیست و قرارداد تجاری با آلمان‌ها ندارد، رقم بالایی را سالانه بابت واردات روده از ایرانی‌ها طلب می‌کنند که این امر، رقابت ما با سایر صادرکنندگان دنیا را سخت می‌کند.

### ● بزرگترین چالشی که اکنون در حوزه صادرات روده هاست، در چه مواردی خلاصه می‌شود؟

البته این چالش مختص همه صادرکنندگان و گروههای صادراتی هست؛ به این معنا که ابتدای انقلاب، چالش این بود که کسی اهمیت و نقش صادرات را در اقتصاد نمی‌دانست و حتی برخی بزرگان در اوایل انقلاب می‌گفتند که به جای صادرات، اندکی شیر نفت را بیشتر باز می‌کنند تا ارزآوری صادراتی جبران شود و مخالف با صدور کالاهای ایرانی به سایر کشورها بودند؛ اما امروز هیچ مسئول دولتی نیست که اهمیت و نقش صادرات را در حل معضلات اقتصادی و اجتماعی کشور متوجه نباشد؛ اما هنوز نیمه راه هستیم و باید در رابطه با صادرات، فرهنگسازی کرده و تمام آحاد مردم را با اهمیت این قضیه آشنا کنیم؛ به طوری که اگر تخم‌مرغ گران شد، مردم بگویند که صادرات متوقف نشود؛ چراکه تولید ناخالص داخلی ضربه می‌خورد؛ در حالیکه هم اکنون این طور نیست؛ هر موقع کالایی گران می‌شود، عوام می‌گویند که صادرات دلیل گرانی بوده است. بنابراین باید در این رابطه فرهنگسازی کرد.

### ● اگر بخواهیم صادرات را مدیریت کنیم، باید

ایجاد معاونت تجارت زیر نظر رئیس جمهور را پیگیری کنیم؛ به این معنا که اگر از جاهای مختلف، استراتژی‌های صادراتی تعریف شد و آسیب‌شناسی‌های مرتبط با آن هم انجام گرفت و به راهکار رسید، حرف آخر را یک نفر بزند

وجود داشته باشد، نیروی عظیمی به دنبال صادرات کالایی که قرار است خام باشد و بخش بالادستی به آن نیاز داشته باشد، نمی‌رود؛ پس این تصمیمات و این ائتلاف منابع، به دلیل نداشتن استراتژی است که انرژی بزرگی را برای بازاریابی در کشورهای خارجی صرف می‌کند و بدون برنامه، متوقف می‌شود. یا مثلاً ما صادرات تخم‌مرغ داریم؛ اما به یکباره جلوی صادرات را می‌بندند تا بازار داخلی تامین شود؛ در حالیکه صادرکننده‌ای که بازاریابی کرده، متحمل خسارت زیادی می‌شود. از سوی دیگر، یکی از خواسته‌های دولت در عرصه صادرات، برندسازی است که امری بسیار مهم به شمار می‌رود؛ ولی اگر قوانین هر روز جابجا شده و صادرات در مقطعی مجاز و در مقطع دیگر، غیرمجاز شود؛ یک صادرکننده ماندگاری در بازار ندارد که به تبع آن، برندسازی کند. پس شاید بتوان در یک کلام گفت که اصلاً تعریف درستی از صادرات در کشور وجود ندارد. البته حتی انتقاد از بخش خصوصی نیز این جا مطرح است؛ به این معنا که باید برنامه برای صادرات داشته باشد و پله‌ها را یکی یکی حرکت کند تا به هدف برسد؛ در حالیکه ما امروز مشتری داریم و صادر می‌کنیم و فردا که آن را از دست می‌دهیم، نمی‌دانیم باید چه کنیم. ایجاد زنجیره‌هایی که صادرات را به تولید داخلی وصل می‌کند، بسیار مهم است و امروز در دنیا، دیگر هیچ‌کس تولید نمی‌کند تا در انبار بگذارد و بعد برایش سفارش بگیرد، بلکه همه صادرکنندگان و تولیدکنندگان صاحب نام دنیا، ابتدا سفارش می‌گیرند و بر اساس خواست و سفارش مشتری، کالا تولید می‌نمایند و در حقیقت هزینه انبارداری را صفر می‌کنند تا قیمت تمام‌شده پایین آید؛ ولی ایران در این بخش مشکلات زیادی دارد و صادرکنندگان غیرحرفه‌ای، به صادرات لطمه زده‌اند؛ به این معنا که به جای بازاریابی، همکاران خود را در یک رقابت منفی کنار زده و به صادرات کشور صدمه وارد می‌آورند. اینها مسائلی است که صادرات با آن دست به گریبان است.

### ● برگردیم به حوزه تخصصی خود شما. صادرات در حوزه روده، نیمه اول را با چه وضعیتی سپری کرد؟

روده جزو کالاهای سنتی است که صادرات آن، بر مبنای مزیت‌هایی که کشور داشته، طراحی شده و شروع به کار کرده است؛ اما اکنون متأسفانه این صادرات هم همچون کالاهایی مثل فرش که کم‌کم مزیت‌های خود را از دست داده‌اند، در همان مسیر در حال حرکت است. سابقه صادرات روده به یک قرن می‌رسد؛ به نحوی که این صنعت را اروپایی‌ها برای ایران مطرح کرده و بر مبنای دلایلی، قرار بود که ایران، هاب صادرات روده دنیا باشد؛ چراکه روده ایران با توجه به کمیت و کیفیت خوبی که صد سال قبل داشت، اولین مرکزی بود که برای تولید روده در دنیا انتخاب شد. بعد از آن کشورهای مثل ترکیه، سوریه و لبنان مشغول به کار شدند. اما صد سال پیش رتبه صادرات روده ایران در دنیا، اول بوده؛ به دلیل اینکه کل حجم روده در دنیا هشتاد میلیون رشته بود که حدود ۲۵ میلیون رشته روده آن در ایران وجود داشت؛ بنابراین سهم بالای ۳۰ درصدی به ایران اختصاص یافته بود؛ بر همین اساس، پرسنلی که باید این روده را فرآوری می‌کردند، مورد آموزش قرار گرفتند و جزو بهترین پرسنل پیروسی روده در دنیا شدند؛ ضمن اینکه این صنعت در سال آغاز خود، گردش مالی یک میلیارد دلاری داشت که امروز این رقم، به صدها میلیارد دلار در دنیا رسیده است و نه تنها روده بز و گوسفند پیروسی می‌شود، بلکه روده‌ها خوک نیز پیروسی شده و به مصرف می‌رسد؛ اما با توجه به اینکه خوک حلالیت ندارد، در ایران از آن نمی‌توان استفاده کرد. در این میان، با توجه به عقب‌گردی که در صنعت روده داشته‌ایم، برای ما واردات و پیروسی و همچنین صادرات آن مقرون به صرفه نیست. جالب است بدانید ابتدای انقلاب، با جمعیت سی میلیون نفری، ۲۵ میلیون کشتار گوسفند و بز در طول سال صورت می‌گرفت، ولی امروز با جمعیت هشتاد میلیونی، این رقم به هجده میلیون تنزل پیدا کرده است و با توجه به اینکه درصد نگهداری گوسفندها به صورت عشایری، بسیار کم شده و بیشتر آنها در جاهای متمرکز پرورش داده می‌شوند، مزیت کیفی و

### ● باید در رابطه با

صادرات، فرهنگسازی کرده و تمام آحاد مردم را با اهمیت این قضیه آشنا کنیم؛ به طوری که اگر تخم‌مرغ گران شد، مردم بگویند که صادرات متوقف نشود؛ چراکه تولید ناخالص داخلی ضربه می‌خورد؛ در حالیکه هم اکنون این طور نیست؛ هر موقع کالایی گران می‌شود، عوام می‌گویند که صادرات دلیل گرانی بوده است. بنابراین باید در این رابطه فرهنگسازی کرد



## حال و روز نه چندان خوش صادرات فرش دستباف

سیدرضی حاجی آقامیری از حال و روز نه چندان خوش صادرات این هنر-صنعت اصیل ایرانی می گوید

صادرات، توفیق چندانی حاصل کند، بنابراین برقراری روابط سیاسی با کشورها، یکی از موضوعاتی است که بر صادرات کالا و خدمات به آن کشور، موثر است. در این میان، چندرنخی بودن ارز، عدم حمایت دولت از صادرات غیرنفتی، حمایت صرف دولت از صادرات نفتی، اقتصاد دولتی و شکل گیری خصولتی‌ها در اقتصاد از مشکلاتی است که صادرات تمامی کالاها با آن دست به گریبان بوده و طبیعی است که فرش نیز، از این قاعده مستثنی نیست و از آنجا که فرش دستباف، پیکره ضعیف‌شده‌تری دارد، از این شرایط آسیب بیشتری دیده است.

### ● ظرفیت صادرات فرش به کشور آمریکا به چه میزان است؟

در جهان امروز، هیچ مشتری در بازار صادراتی کم‌اهمیت نیست و می‌بایست مجموعه مشتریان در اقصی نقاط جهان، تشکیل‌دهنده ظرفیت صادراتی یک کالا در یک کشور باشند. در طول مدت زمانی که ایران در شرایط تحریم قرار داشت، تمرکز و هدف‌گذاری صادراتی معطوف به کشور عراق، افغانستان و سایر کشورهای منطقه بود؛ اما تجربه نشان داد این کشورها که برنامه‌ریزی‌های صادراتی برای بازار آنها صورت گرفته بود، به محض تغییر شرایط یا توجه و نگاه خود را به سایر کشورها چرخاندند، یا در کشور خود به تولید پرداختند؛ در نتیجه صادرات ما به این کشورها کاهش یافت. به طور مثال یکی از اهداف سرمایه‌گذاری برای افزایش تولید سیمان در کشور، صادرات به عراق بود؛ اما مدتی بعد، کارخانجات سیمان در عراق احداث شد و سیمان‌های تولیدی، بخش عمده‌ای از بازار صادراتی خود را از دست داد. در این میان، طبیعی است که تمرکز بازار صادرات بر چند کشور محدود، ما را به اهداف صادراتی رهنمون نمی‌کند و در این صورت، ممکن است با از دست رفتن حتی یک کشور بخش عمده‌ای از صادرات از دست برود. پس باید گفت صادرات

اشاره: معتقد است حال و روز صادرات فرش دستباف کشور خوشایند نیست. این را سیدرضی حاجی آقامیری، عضو سابق هیئت مدیره اتحادیه صادرکنندگان فرش دستباف می‌گوید و معتقد است که ظرفیت صادرات غیرنفتی در کشور، نه ارقام ۵۰ تا ۶۰ میلیارد دلاری است و نه باید به بالا رفتنش در رقم‌های اندک، دل خوش کرد؛ بلکه باید بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار صادرات را پیگیری کرد و البته در این مسیر باید، سیاست‌ها و حمایت‌های تشویقی دولت از صادرات وجود داشته باشد. به عقیده او زمان تصویب بودجه‌های حمایتی نیز، باید به گونه‌ای گام برداشت که امکان تخصیص این مبالغ و حمایت‌ها، در یک سال مالی بودجه‌ای، به صادرکنندگان وجود داشته باشد.

### ● در حال حاضر، وضعیت صادرات فرش دستباف کشور چگونه است؟

بسیاری از بازارهای صادراتی فرش دستباف ایران یا از دست رفته‌اند و آنقدر در شرایط بدی قرار داریم که حتی بازگشت به شرایط چند سال پیش هم کاری غیرممکن به نظر می‌رسد؛ اگرچه برخی از مشکلاتی که در زمینه صادرات فرش دستباف و بازارهای از دست رفته وجود دارد، به خاطر مجموعه بحران‌های ناشی از تحریم است، اما به نظرات دست‌اندرکاران و فعالان این بخش نیز، توجه لازم صورت نمی‌گیرد. البته مشکل صادرات فرش تنها به مبادلات پولی و بانکی ناشی از تحریم مرتبط نبوده و موضوعاتی از جمله ممنوعیت صادرات مستقیم فرش به آمریکا، یکی از دلایل کاهش آمار صادراتی فرش دستباف به شمار می‌رود. بر این اساس، اگر تاجری قرار باشد که کالایی را به کشوری صادر کند، اما نتواند به آن کشور رفت و آمد داشته باشد، نخواهد توانست در



است که به طور قطع، با بودجه محدود بخش خصوصی امکان انجام آن فراهم نیست. بخش دولتی با استراتژی درست می‌تواند تقاضا را در بازارهای جهانی ایجاد و از این مسیر، در راستای ایجاد اشتغال در کشور گام بردارد.

### ● وضعیت دست اندرکاران و بافندگان فروش چگونه است؟

از زمان پرداخت یارانه‌ها تمایل برخی از بافندگان به بافت فرش از بین رفته است و یکی از مشکلات تولید این است که در برخی از مناطق، بافنده و نیروی انسانی کم است. برخی از بافندگان نیز، با یارانه زندگی خود را تامین نمی‌شود و نیازمند کار هستند؛ اما به دلیل نبود رونق در این صنعت، با بیکاری مواجه هستند. اگر صنعت فرش از رونق لازم برخوردار شود، وضعیت و فضای کسب و کار بافندگان نیز مناسب‌تر خواهد شد.

### ● محدوده قیمتی ارز برای آنکه بتواند به رونق صادرات فرش کمک کند را چه رقمی می‌دانید؟

من نمی‌توانم رقم دقیقی را اعلام کنم، اما راههای متعددی وجود دارد که نشان می‌دهد نرخ کنونی ارز با قیمت واقعی فاصله معناداری دارد. یکی از راهها این است که به نرخ ارز در چندین دهه گذشته مراجعه کنیم و نرخ امروز را بر طبق فرمول ارایه شده در قوانین برنامه‌ای توسعه چهارم و پنجم که برای افزایش تدریجی نرخ ارز بر مبنای تفاضل نرخ تورم داخلی و خارجی ارایه شده، به دست بیاوریم. البته این الزام قانونی در همان سالها نیز اجرایی نشد و می‌توان پیش‌بینی کرد که اگر این قانون اجرا می‌شد، نرخ ارز اکنون در شرایط واقعی خود قرار داشت. طبیعی است که نرخ ارز اکنون نمی‌تواند به یکباره به قیمت واقعی خود برسد؛ اما راهکار آن این است که دولت با ارز ناشی از فروش نفت، وارد بازار نشده و در بازار ارز کشور مداخله نکند و بر اساس همان قانون که امروز جزو قوانین دایمی هم شده است، به تدریج سالانه نرخ آن را افزایش دهد. برخی از مقامات دولتی از جمله رئیس سازمان برنامه و بودجه، با افزایش نرخ ارز مخالف هستند و معتقدند موجب می‌شود ارزش پول ملی کاهش پیدا کند؛ اما افراد دیگری هم در دولت هستند که معتقدند پائین نگه‌داشتن نرخ ارز، سوبسید دادن به واردات، از محل صرف منابع طبیعی کشور است و نتیجه آن، آسیب به اقتصاد است. در کشوری مانند چین جلوی افزایش ارزش پول ملی گرفته می‌شود تا صادرات رونق گیرد و در کنار آن، اشتغال ایجاد و رشد اقتصادی حاصل شود؛ بنابراین اینکه به بهانه حفظ یا افزایش ارزش پول ملی به صادرات و اشتغال آسیب‌زده شود، با هیچ منطقی سازگار نیست. همچنین باید بررسی شود که منافع ملی کشور کجا است. منافع ملی کشور در نگه داشتن ارزش پول ملی در جایی که واقعی نیست، رقم نمی‌خورد؛ بلکه منافع ملی در سایه رسیدن به نرخ بالای رشد اقتصادی، بدون در نظر گرفتن صادرات مواد خام از جمله نفت، ایجاد اشتغال، رفع معضل بیکاری و در نهایت، اقتصاد سالم حاصل می‌شود.

### ● بخش خصوصی چه سهمی از تولید و صادرات فرش را به عهده دارد؟

بخش خصوصی، دست‌اندرکار اصلی تولید و صادرات فرش دستباف در کشور است و مرکز ملی فرش ایران که در وزارت صنعت، معدن و تجارت شکل گرفته است، در هیچیک از فعالیت‌های اقتصادی در ارتباط با فرش، اقدامی نمی‌کند. اساسا این مرکز نباید در امر تصدی‌گری باشد و مسئول سیاستگذاری است. البته شرکت سهامی فرش که از ابتدا با ماهیت حمایت معنوی از تولید فرش در زمان پهلوی اول تاسیس شد، سالها در کار تولید فرش فعال بود و با الگوسازی از طریق بافت فرش‌های نفیس، در جهت تقویت تولید فرش کیفی در کشور تلاش کرد. نمونه‌های نفیسی از سحرگاه تاسیس چنین تشکیلاتی باقی مانده که بسیار ارزشمند است و به راستی می‌توان به آنها به عنوان یک الگوی اثر هنری تکیه کرد؛ اما به تدریج شرکت سهامی فرش وارد تجارت شد و با گسترش بی حساب و کتاب درگیر گرفتاری‌های متعدد شدند.

موضوعاتی از جمله ممنوعیت صادرات مستقیم فرش به آمریکا، یکی از دلایل کاهش آمار صادراتی فرش دستباف به شمار می‌رود. بر این اساس، اگر تاجری قرار باشد که کالایی را به کشوری صادر کند، اما نتواند به آن کشور رفت و آمد داشته باشد، نخواهد توانست در صادرات، توفیق چندانی حاصل کند

از زمان پرداخت یارانه‌ها تمایل برخی از بافندگان به بافت فرش از بین رفته است و یکی از مشکلات تولید این است که در برخی از مناطق، بافنده و نیروی انسانی کم است

فرش ایران به آمریکا، قابل توجه بوده و در طول تاریخ، ۲۰ تا ۳۰ درصد مجموع صادرات فرش دستباف کشورمان را تشکیل می‌دهد است و برخی از سالها بزرگترین مشتری بازار صادراتی ایران بوده است. فرش ایران برای آمریکایی‌ها، تا آنجا اهمیت داشته و دارد که در داد و ستدهای جهانی، از آمریکا به سایر کشورهای جهان هم حضوری فعال داشته‌اند. پس جایگاه آمریکا در بازار صادراتی کشور، قابل توجه بوده؛ اما اکنون این بازار مهم از دست رفته است و تاکنون هیچ کشوری جای آن را به عنوان مهمترین بازار هدف صادراتی نگرفته است. بر این اساس، اگرچه توجه به بازاریابی به منظور توسعه صادرات در سایر کشورها، بسیار اهمیت دارد؛ اما بدان معنا هم نیست که به دست آوردن بازار جدید، اهمیت بازارهای دیرین ما را نفی کند. به خصوص اینکه در زمان تشدید تحریم‌ها در دولت نهم، در جلسه‌ای یکی از مسئولان مدعی شد که چین می‌تواند جایگزین بازار آمریکا شود. امروز پس از گذشت سالها بطلان این نظریه غیرکارشناسی به اثبات رسیده است و بازار چین، نه تنها جایگزین بازار آمریکا نشد، حتی نتوانست درصد اندکی از آمار صادرات فرش به آمریکا را پوشش دهد؛ لذا این تفکر اشتباه است که بخواهیم کشوری را که سالیان متمادی، مشتری فرش دستباف ایران بوده است را به کنار بگذاریم و به این امید که مشتریان دیگری را جایگزین آن خواهیم کرد، از تلاش برای کسب سهم خود از بازار آن کشور، دست برداریم.

### ● کیفیت فرش دستباف صادراتی در بازارهای جهانی چگونه است؟

به غیر از بخش اندکی از فرش‌های دستباف ایرانی که در زمره فرش‌های نفیس بوده و مخاطبان خاص خود را در بازار جهانی یا داخلی دارند، مابقی در زمره فرش‌های تجارتي هستند که می‌بایست با قیمت تمام‌شده منطقی بتوانند در عرصه بازارهای جهانی رقابت کنند؛ به همین دلیل کیفیت فرش‌های تجارتي چندان مطلوب نیست. در این میان با توجه به نرخ تورم بالا و پایین بودن نرخ ارز، تولیدکنندگانی که نگاه صادراتی دارند، برای افزایش توان رقابتی خود چاره‌ای جز کاهش کیفیت نداشته‌اند. ضمن اینکه شرایط بد اقتصادی و نبود مشتری، یکی از فاکتورهایی است که کیفیت کالای تولیدی را کاهش می‌دهد. رقابتی‌کردن قیمت در نهایت منجر به کاهش کیفیت فرش دستباف در بخش تولید تجاری شده است.

### ● راهکار حل مشکل صادرات فرش دستباف و استفاده از ظرفیت آن چیست؟

به طور حتم حل مشکل صادرات فرش کشور در گرو راهکارهای کوتاه‌مدت و مقطعی نبوده و نیست، بنابراین بهتر است راهکارها در قالب یک برنامه راهبردی درازمدت در نظر گرفته شود. پرسش ما از مسئولان این است که اگر عزمی جدی برای تقویت صادرات فرش وجود ندارد و فکر می‌کنند برای اقتصاد کشور مفید نیست صراحتا اعلام کنند تا دست‌اندرکاران این صنعت به سراغ کسب و کار دیگری بروند و انرژی و زحمت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی به هدر نرود. اگر قرار است که برای تولید و صادرات فرش دستباف که جز پیکر نحیفی از آن باقی نمانده است، مالیات بر ارزش‌افزوده اخذ شود، حیاتی از آن باقی نخواهد ماند. اقدام‌های متعددی باید انجام شود تا صادرات فرش دستباف به دوران رونق صادراتی برگردد. بالا بودن قیمت تمام‌شده، نرخ پایین و غیرواقعی ارز در کنار نبود تبلیغات مناسب در سطح کلان که بودجه آن را دولت باید تامین کند، موجب شده تا فرش به عنوان یک مزیت نسبی در کشور از جایگاه مناسب صادراتی برخوردار نباشد. بنگاه‌های کوچک، کار تبلیغات محلی و محدود را انجام می‌دهند؛ اما بازاریابی فرش در سطح بین‌المللی، نیازمند تبلیغات وسیع دولت هم در سطح کشور و هم در بازارهای جهانی



## مزه‌های ایرانی در بسته‌بندی‌های خارجی

بسته‌بندی‌های شکیل محصولات کشاورزی، ارزش افزوده آنها را از آن کشورهای خوش ذوق می‌کند

کرد: سهم ایران از صادرات ارزی زعفران در سال ۲۰۱۶؛ ۴۲ درصد، اسپانیا ۲۹ درصد، افغانستان ۸ درصد، پرتغال ۵ درصد، فرانسه ۳ درصد و سایر کشورهای جهان ۱۳ درصد بوده است.

وی عمده کشورهای واردکننده زعفران را نیز اسپانیا، ایتالیا، آمریکا، هند، فرانسه، سوئد، آرژانتین، عربستان سعودی، هنگ کنگ، بریتانیا، سوئیس و امارات عنوان کرد. اما در این میان، مجری طرح ملی توسعه گیاهان دارویی وزارت جهاد کشاورزی، درباره میزان صادرات طلای سرخ از کشورمان در سال گذشته با بیان اینکه ایران در سال ۹۵؛ ۲۰۳ تن زعفران صادر کرده است، گفت: ارزش این صادرات ۲۸۶ میلیون دلار بوده است.

پیمان یوسفی آذر با اشاره به اینکه طی سال‌های اخیر روند رشد صادرات زعفران کند بوده است، افزود: صادرات زعفران طی این سالها رشد داشته اما روند رشد آن کند بوده که این مساله می‌تواند به چند دلیل باشد؛ نبود یک برند معتبر در عرصه جهانی و عدم توجه به جهانی سازی زعفران؛ عدم وجود ارتباط با کانال‌های تامین و توزیع جهانی زعفران و فقدان تولید و فراوری منطبق بر استانداردهای جهانی.

وی با بیان اینکه در نتیجه موارد فوق، زعفران ایران در قالب بسته بندی‌های بزرگ و فله فروشی (فاقد کیفیت لازم) به کشورهایی مانند اسپانیا، ایتالیا، امارات و افغانستان رفته و در این کشورها با بسته بندی مجدد در غالب برندهای معتبر جهانی به بازار ارائه می‌شود، گفت: این مسائل در بلند مدت باعث کاهش قیمت و ضربه خوردن برند زعفران ایران خواهد شد.

بر اساس این گزارش آمار صادرات زعفران در ۴ ماهه نخست سالجاری ۵۳ تن و ۸۵۱ کیلوگرم به ارزش ۷۵ میلیون دلار بوده است. عمده مقاصد صادراتی طلای سرخ ایران کشورهای امارات، اسپانیا و هنگ کنگ هستند و طبق پیش

اشاره: ایران در زمینه تولید بسیاری از محصولات کشاورزی از جمله زعفران، انار، انگور و پسته، جزو برترین تولیدکنندگان جهان است، از طرفی محصولات ایرانی به دلیل کیفیت بالا و طعم و مزه بی‌نظیری که دارند، از جایگاه خاصی نسبت به دیگر کشورها برخوردار هستند. به عنوان مثال، کشور ما با تولید ۹۵ درصد زعفران دنیا، تولیدکننده بی‌رقیب این محصول در جهان است؛ ضمن اینکه پیش بینی می‌شود امسال میزان تولید طلای سرخ در کشور حدود ۳۶۵ باشد.

### ● تجارت طلای سرخ

بررسی وضعیت تولید و عملکرد جهانی زعفران در سال ۲۰۱۶ نشان می‌دهد که ایران با تولید ۳۳۶ تن زعفران در رتبه اول تولید، هند با تولید ۲۲ تن در رتبه دوم، یونان با تولید ۷.۲ تن در رتبه سوم، افغانستان با تولید ۶ تن در رتبه چهارم، مراکش با تولید ۲.۶ تن در رتبه پنجم، اسپانیا با تولید ۲.۳ تن در رتبه ششم، ایتالیا و چین با تولید یک تن در رتبه هفتم و هشتم و آذربایجان با تولید ۰.۲۳ تن در رتبه نهم قرار داشته‌اند. در این میان، علی‌رغم این موارد سهم ایران در تجارت جهانی طلای سرخ اندک و تقریباً غیرقابل باور است.

در همین زمینه مجری طرح ملی توسعه گیاهان دارویی وزارت جهاد کشاورزی می‌گوید: میزان تجارت جهانی زعفران در دنیا، ۸.۲ میلیارد دلار است؛ متأسفانه کل صادرات ما ۲۸۶ میلیون دلار است. همین الان کل بازار در اختیار اسپانیا، ایتالیا، آلمان و دیگر کشورهای اروپایی است؛ سهم تجارت ما یک هفدهم جهان است.

یوسفی آذر کشورهای عمده صادرکننده زعفران را ایران، اسپانیا، افغانستان، پرتغال، فرانسه، هنگ کنگ، هلند، یونان، چین، آلمان و سوئیس اعلام و اضافه



محصولات کشاورزی را از ۹۷ میلیون تن به ۱۱۸ میلیون تن برسانیم. همچنین در سال ۹۲ نیز، تراز تجاری غذای کشور منفی ۸.۱ میلیارد دلار بود یعنی واردات غذای کشور منهای صادرات غذا، به رقم ۸.۱ میلیارد دلار می رسید.

اما در سال ۹۵ علیرغم افزایش جمعیت این تراز به منهای ۳.۱ میلیارد دلار رسید؛ یعنی ۵ میلیارد دلار افزایش صادرات یا کاهش واردات در بخش غذا انجام شد که بخشی از آن به خاطر کاهش قیمت های جهانی محصولات غذایی بود و بخشی هم به عملکرد وزارت جهاد کشاورزی برمی گردد.

### ● صادرات کشاورزی، یک - پنجم کل صادرات غیر نفتی

وی میزان صادرات بخش کشاورزی را یک پنجم کل صادرات غیر نفتی کشور عنوان کرد و گفت: بخش کشاورزی از تامین سرمایه رنج می برد که هم اکنون بتدریج الگوی کشت را تغییر می دهیم. در این راستا عبدالمهدی بخشنده، معاون وزیر جهاد کشاورزی میزان صادرات و واردات کالاهای کشاورزی به کشور را مورد اشاره قرار داد و افزود: سیاست اصولی وزارت جهاد کشاورزی این است که هرچه می توانیم از واردات کم کنیم و متکی به تولید داخل شویم؛ در مقابل نیز کالاهایی را که در آنها مزیت داریم، صادر کنیم.

وی اضافه کرد: هدف ما این است که در فاصله سال های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۴ تراز تجاری غذای کشور را به عدد صفر برسانیم تا مجموعه واردات و صادرات ما متوازن شوند.

### ● اجرای سیاست بازار در مقابل بازار

معاون وزیر جهاد کشاورزی در اظهارنظری جداگانه درباره سیاست «بازار در مقابل بازار» این وزارتخانه نیز گفت: این سیاست چیزی نیست که ما ابداع کرده باشیم، همه کشورهای دنیا این کار را می کنند و بازار خود را مجانی در اختیار کشورهای رقیب قرار نمی دهند.

بخشند با اشاره به اینکه سالانه بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار تن موز وارد کشور ما می شود، افزود: به همین دلیل ما اعلام کردیم در ازای واردات موز، برخی از محصولات کشور ما نیز در بازارهای جهانی عرضه شود که این سیاست در وهله اول برای سیب درختی انجام شد و نتیجه بسیار خوبی هم داشت.

وی با بیان اینکه در حال حاضر این سیاست برای کشمش نیز تصویب شده است، افزود: درباره محصولات دیگری هم که امکان آن وجود داشته باشد، این کار را انجام خواهیم داد و یکی از جهت گیری های عمده وزارت جهاد این است که بازار داخلی کشور را به صورت رایگان در اختیار کشاورزان خارجی قرار ندهیم.

به نظر می رسد، رفع ضعف های موجود در بخش صنایع تبدیلی و تکمیلی می تواند به تقویت صادرات در بخش کشاورزی کمک فراوانی کند، در حال حاضر نقص در فرآوری و بسته بندی یکی از مهم ترین دلایلی است که باعث ایجاد چالش در بخش صادرات محصولات کشاورزی کشور شده است.

برخی از محصولات کشاورزی ایران پس از صادرات به یک کشور، مجددا بسته بندی شده و به نام آن کشور صادر می شوند بی گمان کیفیت بالای تولید و طعم و مزه شگفت انگیز کالاهای ایرانی یکی از دلایلی است که باعث این مساله شده؛ وقتی که ما با چنین قابلیت هایی مواجه هستیم می توانیم با تقویت بخش فرآوری و بسته بندی خودمان بازار این محصولات را در دست بگیریم.

یکی دیگر از مواردی که باعث ضعف صادرات کشاورزی کشور شده عدم توان رقابت قیمتی با کشورهایمانند ترکیه است، صادرکنندگان در بخش هایی مانند صنعت طیور به شدت نیازمند این هستند که دولت از آنها حمایت و با ارائه مشوق هایی صادراتی کاری کند که توان رقابت برای این افراد ایجاد شود.

در نهایت، با توجه به ظرفیت های موجود در بخش کشاورزی کشور، ایجاد و اصلاح برخی زیر ساخت ها در کنار حمایت دولت می تواند منجر به شکوفایی صادرات این بخش و ارزآوری هرچه بیشتر برای کشور شود.

### ● سهم ایران از صادرات

ارزی زعفران در سال ۲۰۱۶؛ ۴۲ درصد، اسپانیا ۲۹ درصد، افغانستان ۸ درصد، پرغال ۵ درصد، فرانسه ۳ درصد و سایر کشورهای جهان ۱۳ درصد بوده است.

وی عمده کشورهای واردکننده زعفران را نیز اسپانیا، ایتالیا، آمریکا، هند، فرانسه، سوئد، آرژانتین، عربستان سعودی، هنگ کنگ، بریتانیا، سوئیس و

امارات عنوان کرد

بینی های اعلام شده از سوی شورای ملی زعفران امسال صادرات طلای سرخ نسبت به سال گذشته افزایش خواهد داشت، ضمن اینکه اوج صادرات این محصول در ماه های آبان، آذر، دی و بهمن اتفاق می افتد.

### ● پسته، در مسیر بازگشت به اقتدار

اتفاق مهمی که امسال در حوزه کشاورزی کشور رخ داده بازگشت ایران به رتبه نخست تولید پسته جهان بعد از چند سال است. طبق پیش بینی های انجام شده میزان تولید پسته در سال جاری ۳۱۰ هزار تن خواهد بود همچنین براساس بررسی های انجام شده میزان تولید پسته در آمریکا ۲۷۰ هزار تن (در سال ۲۰۱۷) تخمین زده می شود و ایران با پیش بینی تولید ۳۱۰ هزار تن در رتبه اول تولید جهانی قرار می گیرد.

علی رغم این افزایش تولید صادرات پسته در ماه های نخست امسال با کاهش همراه بود به طوری که طبق اعلام وزارت جهاد کشاورزی میزان صادرات پسته در ۴ ماهه منتهی به تیرماه ۱۳۹۶ برابر ۱۶ هزار و ۶۶۰ تن بوده است، با توجه به اینکه در سال ۱۳۹۵ صادرات محصول پسته ۱۳۸ هزار تن به ارزش ۱۲۷۱ میلیون دلار بوده؛ در مقطع ۴ ماهه ابتدای سال جاری کاهش ۴۰ درصدی در مقدار صادرات مشاهده می شود که به گفته مسئولان وزارت جهاد کشاورزی ناشی از کمبود عرضه پسته است و با توجه به برداشت و عرضه محصول در بازار افزایش صادرات در ماه های آتی پیش بینی می شود.

در ۵ ماهه امسال نیز میزان صادرات این محصول به ۱۸ هزار و ۹۸۸ تن رسیده که این عدد در مدت مشابه سال قبل حدود ۳۴ هزار تن بوده و همچنان شاهد هستیم که کاهش صادرات جبران نشده است و باید منتظر ماند دید در ماه های آینده چه اتفاقی در این زمینه رخ خواهد داد؟

### ● حرکت رو به رشد صادرات خرما و کشمش

براساس این گزارش ایران در زمینه تولید خرما نیز از وضعیت مطلوبی برخوردار و تولیدکننده ۱۶ درصد خرما می جهان است، صادرات خرما در سال جاری نیز شرایط مساعدی داشته و از رشد برخوردار بوده است؛ براین اساس در ۵ ماهه امسال ۸۱ هزار و ۵۸۱ تن خرما از کشور صادر شده که این عدد در مدت مشابه سال قبل ۶۱ هزار و ۵۵۸ تن بوده است.

کشمش یکی دیگر از محصولات صادراتی ایران است اخیرا مورد توجه دولت قرار گرفته است، در این راستا چندی قبل محمود حجتی وزیر جهاد کشاورزی اعلام کرد: دولت با اختصاص پنج هزار ریال یارانه به تولیدکنندگان در ازای هر تولید هر کیلو کشمش و تعیین و برخوردار از تعرفه ترجیحی برای واردات موز در ازای صادرات کشمش، از صادرکنندگان حمایت می کند.

حجتی بر لزوم اصلاح روش های تولید انگور و شیوه های نگهداری، فرآوری و فروش محصول کشمش تاکید کرد و گفت: روش سنتی خرید تضمینی کشمش از سوی سازمان تعاون روستایی با مشارکت تولیدکنندگان و تشکل ها و صنایع مرتبط باید تغییر و سازمان تعاون روستایی نیز باید از تشکیل نهادها در این زمینه حمایت کند.

وی با بیان اینکه بازار کشمش همچون پسته و زعفران باید به سمت تثبیت قیمت ها حرکت کند، اظهار داشت: روسای سازمان های جهاد کشاورزی استان ها باید نسبت به شناسایی و رفع مشکلات تولید، فرآوری و بازاریابی محصول کشمش اقدام کنند.

بر اساس این گزارش میزان صادرات کشمش در ۵ ماهه امسال ۳۷ هزار و ۵۴۰ تن بوده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته که میزان صادرات حدود ۳۴ هزار تن بوده، تقریبا بیش از ۳ هزار تن افزایش دارد.

### ● سر به سری تراز تجاری بخش غذا تا سال ۱۴۰۴

براساس این گزارش وزیر جهاد کشاورزی در صحن علنی مجلس شورای اسلامی هنگام دفاع از خود به عنوان کاندیدای احراز پست وزارت، اظهار داشت: در چهار سال قبل موفق شدیم میزان تولید

# صادرات محصولات کشاورزی ایران در آینه آمار

منبع: مرکز فناوری اطلاعات و آمار وزارت جهاد کشاورزی

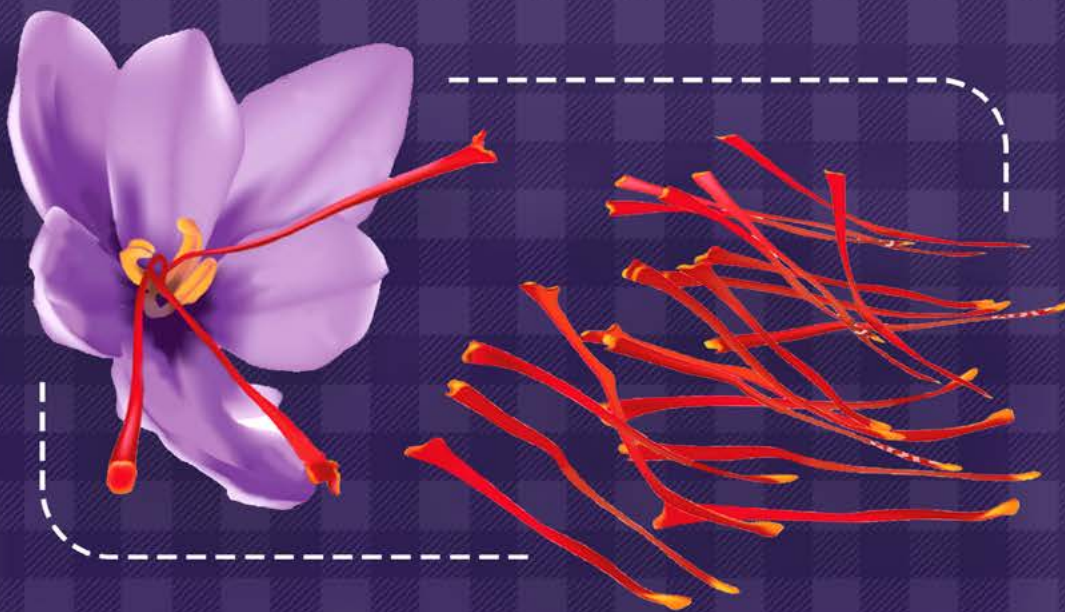
## ۵ قلم عمده صادراتی تا مرداد سال جاری از لحاظ ارزشی:



## ۵ قلم عمده صادراتی تا مرداد سال جاری از لحاظ وزنی:







صادرات زعفران در ۴ ماهه اول سال ۹۶:

۵۳ تن و ۸۵۱ کیلو 

معادل ۷۵ میلیون دلار 

میزان کل تجارت جهانی:  سهم ایران در تجارت 

۸۲۰۰ میلیون دلار  ۲۸۶ میلیون دلار 

**۹۵٪** از زعفران جهان در ایران تولید می‌شود!  
سهم ایران از تجارت جهانی تنها **۳.۵٪** است!







## سایه سنگین غیر حرفه‌ای‌ها

## بر صادرات خشکبار ایرانی

### حمایت جدی از خشکبار ایرانی

### می‌تواند بار دیگر رونق را به صادرات برگرداند

صادرات خشکبار ایرانی را می‌توان یکی از استراتژیک‌ترین اقلام صادراتی ایران دانست که به عنوان کالایی صاحب نام و با کیفیت که در بازارهای جهانی شناخته شده است، مطرح بوده و بر این اساس، حمایت از توسعه صادرات آن باید در دستور کار جدی قرار گیرد. آمارهای رسمی کشور نشان می‌دهد که در حال حاضر، از ارقام متنوع خشکبار که در ایران تولید می‌شود، تنها چهار قلم پسته، کشمش، خرما و انجیر از اقلام صادراتی به شمار می‌روند و مابقی اقلام، به علت کاهش تولید و یا غیر رقابتی شدن قیمت تمام‌شده که ناشی از عوامل مختلف است، از گردونه کالاهای صادراتی خارج شده‌اند. در این میان بالا رفتن قیمت تمام‌شده کالاهای صادراتی و از جمله خشکبار ایرانی را می‌توان در مواردی همچون بالا رفتن هزینه تولید، عدم توازن نرخ تورم تولید و نرخ ارز دانست که سبب شده برخی از اقلام دارای مزیت، به طور چشمگیر از سبب صادرات خشکبار ایرانی خارج شوند. در این میان، چهار قلم عمده فعلی صادراتی نیز، بازار مصرف خود را به صورت نسبی دارد؛ بنابراین مسائلی که در این حوزه باید مورد توجه قرار گیرد و نسبت به آن چاره‌اندیشی شود، ورود غیرحرفه‌ای‌ها در صادرات این کالاها است که اتفاقاً به رقابت‌های غیرحرفه‌ای هم در بازارهای هدف، منتج می‌شود و این ناآگاهانه عمل کردن‌ها، باعث خسارت به خود آنها و مشکل‌سازی برای صادرکننده‌های حرفه‌ای در بازارهای هدف می‌شود. دیگر موضوع مهم، نبود روابط بانکی استاندارد در تجارت خارجی است که صادرکنندگان کماکان با همان ریسکها و هزینه‌های دوران تحریم دست به گریبان هستند. از طرف دیگر، به دلیل وجود رقابتی جدید میزان مصرف در بسیاری از بازارها کاهش پیدا کرده است، به عنوان مثال، محصول امسال کشمش در حال حاضر به علت کاهش تولید و افزایش قیمت، توانایی رقابت با دیگر تولیدکنندگان را از دست داده است. تمام اینها در شرایطی است که بازارهای صادراتی خشکبار ایران، از تنوع ویژه‌ای برخوردار است و می‌توان گفت در بسیاری از بازارها از جمله بازارهای منطقه‌ای، اروپا، خاور دور، آسیای میانه، آمریکای جنوبی و آفریقا راه خود را پیدا کرده است. اما نکته مهم، حفظ این بازارها است؛ به این معنا که برای حفظ این بازارها، یکی از مسائلی که باید دقت داشت، احیای اقلامی است که به علت بالا بودن قیمت، توان رقابتی خود را از دست داده است. بنابراین وزارت جهاد کشاورزی بایست با نگاه جدی به موضوع تولید و مهیا کردن زمینه لازم برای کشت صحیح و علمی و نیز برنامه‌ریزی برای میزان کشت، در ارایه این محصولات به بازارها، زمینه رشد صادرات خشکبار را فراهم آورد. از همه مهم‌تر البته، هماهنگی بین تولیدکننده و صادرکننده است. تولیدکنندگان می‌بایست در زمان مناسب کالا را در اختیار صادرکننده بگذارند تا بتوان در زمان مناسب آن را به بازار مصرف رساند، همانطور که در کشورهای رقیب شاهد هستیم کالا طبق توافقات انجام شده بین تولیدکننده و صادرکننده در زمان مناسب تحویل می‌شود. ما نیز باید هرچه سریعتر به این باور رسیده و به این سمت حرکت کنیم. در این میان، جایگاه پسته ایران نیز از مواردی که در بالا ذکر شد مستثنی نیست، تعدد صادرکنندگان و عدم اشراف برخی به بازارهای مصرف و عدم توجه این دسته افراد به راهنمایی‌های تشکل مربوطه از طرفی و بی‌ثباتی در ارائه محصول متناسب با زمان‌های مناسب مصرف در بازارهای هدف از سوی دیگر، از جمله مسائلی است که صادرکنندگان حرفه‌ای را دچار اشکال می‌کند. البته باید توجه داشت که به لحاظ کیفی، خشکبار ایران به‌دلیل ذاته دارای کیفیت مطلوب است البته در برخی اقلام قدرت رقابت قیمتی وجود ندارد یا بسیار کم است.

البته باید توجه داشت که یکی از معضلات صنعت پسته موضوع آب است، خصوصاً در استان کرمان که منطقه با سابقه کشور در تولید پسته است. البته در مناطق دیگری مثل خراسان و یزد هم در سالهای اخیر باغهای نوپا وجود دارد؛ اما با توجه به سرمایه عظیمی که در استان کرمان برای تولید این محصول صرف شده اگر چاره‌اندیشی جدی برای حل بحران آب صورت نگیرد در سالهای نه خیلی دور، ابتدا صنعت پسته در استان کرمان و به تدریج مناطق دیگر با مشکل روبرو خواهد شد و یکی از اقلام مهم ارز آور کشور از بین می‌رود.

به هرحال خشکبار یکی از صادرات مزیت‌دار ایران است که با توجه می‌توان، زمینه را برای صادرات بیشتر آن فراهم کرد.

محمد مهدی طباطبایی

عضو هیئت مدیره اتحادیه صادرکنندگان خشکبار





## مدار صفر درجه

محمد رضا انصاری از رسیدن صادرات خدمات فنی و مهندسی به صفر خبر می دهد

که به تناسب جمعیت ۸۰ میلیون نفری خود، جمعیت مستعد و فعالی است و این اعداد و ارقام، شایسته کشوری با این میزان استعداد نخواهد بود. در این میان اگر ما ایران را با کشور مالزی مقایسه کنیم، ظرفیت صادرات غیرنفتی، حدود ۶۰۰ میلیارد دلار در سال است؛ در حالیکه ما به این اعداد پایین و ناچیز، دلخوش کرده ایم و مدام پیگیر ۲ میلیارد دلار افزایش یا ۴ میلیارد بالا رفتن صادرات هستیم؛ در حالیکه نباید به این اعداد پایین دلخوش باشیم و اساسا برخورد دیگری باید با صادرات را در پیش گیریم. هم اکنون، ایران در بسیاری از عرصه ها که باید پشتیبان صادرات باشد، مساله دارد و نمود آن را می توان در چگونگی برخورد صندوق ضمانت صادرات ایران و یا صندوق توسعه ملی با امر صادرات دید؛ که بر خلاف حسن نیت مدیرانشان نمی توانند حضور موثری در توسعه صادرات غیرنفتی داشته باشند یا اینکه هنوز در مورد قواعد و مشوق صادراتی، مساله داریم و هنوز صادرات ایران با مسائل متعددی درگیر است. ما اهمیت صادرات را در تشویق و رونق تولید خود، به درستی نمی شناسیم؛ پس باید تحول اساسی در نگاه خود ایجاد کرده و باید ریسک هایی را هم در این میان بپذیریم؛ به این معنا که اگر بخواهیم با ریسک صفر، در عرصه صادرات حرکت کنیم، صادرات پا نمی گیرد؛ پس باید از سایر کشورها که در امر صادرات رشد کرده اند الگوبرداری کنیم و راهکارهای موفق آنها را متناسب با شرایط و منافع کشور، مورد استفاده قرار دهیم. از جمله این کشورهایی که می توان مثال زد، مالزی، کره جنوبی و کشورهای آسیای جنوب شرقی و یا حتی چین است که می توان تحلیل کرد آنها در عرصه حمایت از صادرات خود، چه اقداماتی را انجام داده و چگونه عمل کرده اند. ما باید این مسیر را پیش رویم؛ چراکه هر چقدر تلاش کنیم که هیچ خطایی در عرصه صادراتی مرتکب نشویم، صادرات ایران رشد نخواهد کرد و ما به همان

اشاره: صادرات خدمات فنی و مهندسی را شاید بتوان یکی از سودآورترین انواع صادرات دانست. خدمتی که همراه با رونق خود، زنجیره طولانی از تولید را در کشور فعال می کند و می تواند خود پیشرانی برای رونق اقتصادی و خروج از رکود باشد. اکنون صادرات خدمات فنی و مهندسی اما، از دو مقوله اساسی رنج می برد. صدور ضمانت نامه ها و خلف وعده دولت. اکنون نه ضمانت نامه ها برای ارایه به سفارش دهندگان کار در خارج از کشور در اختیار صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی قرار می گیرد و نه جوایز صادراتی که قرار بود به داد صادرکنندگان برای رقابت بیشتر در بازارهای جهانی برسد پرداخت شده است. محمد رضا انصاری، نایب رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران می گوید، صادرات به دلیل همین مشکلات، اکنون تقریبا به صفر رسیده است.

● **علیرغم تراز تجاری منفی که در آمارهای صادراتی نمایان شده و دلایل متعددی هم دارد، وضعیت کلی صادرات غیرنفتی را در نیمه اول امسال، چطور ارزیابی می کنید؟ و چقدر می توان به افزایش میزان صادرات در ماههای پیش رو، خوشبین بود؟**

اینکه بنده به عنوان یک صادرکننده، چقدر خوشبین به تداوم یک مسیر خوب برای صادرات هستیم، سوال خوبی است. باید بگویم که خوشبین هستم به دلیل نیتی که در دولت برای حمایت از توسعه صادرات غیرنفتی مشاهده می کنم؛ ولی از آنچه که اتفاق می افتد به هیچ وجه راضی نیستم؛ به خصوص اینکه صادرات غیرنفتی ایران به نحوی است که اگر میعانات گازی و پتروشیمی را از آن جدا کنیم، حدود ۲۰ میلیارد دلار تا ۳۰ میلیارد دلار خواهد بود که به آن دل خوش کرده ایم. در حالی که این، ظرفیت ملی ما نیست. به این معنا که ظرفیت ملی ما به نحوی است



● آیا اعتماد جهانی به کار خوب صادرکنندگان ایرانی، هم اکنون نیز همچون گذشته ادامه دارد یا اینکه صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی، در بازارهای هدف، فراموش شده‌اند؟

بله شرکت‌های ما بسیار موفق و با کیفیت کار کرده‌اند و عموماً خاطره خوبی از خود در بازارهای جهانی به جای گذاشته‌اند. تا قبل از اینکه اوضاع صادرات خدمات فنی و مهندسی تا این اندازه دچار سکون شود، حدود ۷۵۰ ضمانت نامه صادراتی صادر شده؛ ولی تاکنون فقط یک مورد ضمانت نامه از آنها ضبط شده است و این، یعنی ریسک ضعیف و کارنامه خوب شرکت‌های ایرانی. اکنون در خارج از کشور هنوز هم به شرکت‌ها اعتماد دارند و بسیاری از شرکت‌های ما، جوایز کیفیت در بازارهای هدف اخذ کرده‌اند. این اعتماد هنوز هم هست؛ ولی حجم فعالیت‌های ما چون کاهش یافته، از یاد می‌رود؛ چراکه باید در بازارها بود تا از یاد نرفت، وقتی که در بازار هستید، مردم از شما یاد می‌کنند و وقتی که مدتی از آن دور باشید، افراد دیگری می‌توانند جایگزین شما شوند، همانطور که ترک‌ها و چینی‌ها اکنون در عرصه هستند؛ اگرچه چینی‌ها بسیار فعال بوده و با سرمایه‌گذاری و فاینانس در بازارها حضور دارند، اما به هر حال رقیب ایران به شمار می‌روند و در کنار آن کره جنوبی هم هست که عمدتاً اینها هم با پشتوانه سرمایه‌گذاری خود در بازارهای هدف حضور می‌یابند؛ در حالیکه ما به پشتوانه تجربه و کار با کیفیت در حوزه صدور خدمات فنی و مهندسی حضور می‌یابیم، بنابراین صندوق توسعه ملی باید از صادرکنندگان ایرانی حمایت کند.

● پروژه‌هایی همچون احیای جاده ابریشم، به اعتقاد بسیاری از کارشناسان فرصت مناسبی برای حضور صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی است. آیا آن را می‌توان پتانسیل خوبی برای رشد و توسعه تعریف کرد؟

بله آن هم یکی از ظرفیت‌ها است. در بسیاری از کشورها، کارهای ایرانی را طلب می‌کنند؛ چراکه هم به لحاظ کیفیت، خوب عمل شده و هم به مراتب بهتر از کشور خود کار کرده‌اند و در نتیجه راضی هستند؛ به خصوص اینکه هنوز قیمت‌های صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران می‌تواند با رقبا رقابت موفق داشته باشند؛ این یک شانس است. در مورد فعالیت‌های جاده ابریشم نیز در حدودی در برخی از موارد، صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی مشغول به کار شده‌اند و الان هم حضور دارند؛ ولی از این پتانسیل باید به طور کامل استفاده کرد؛ ولی حل این دو مساله اساسی ضمانت نامه‌ها و مشوق‌های صادراتی ضروری است.

● بسته حمایت صادرات دولت را چطور ارزیابی می‌کنید. بسیاری از کارشناسان متفق القول بر این باورند که دولت باید به این نتیجه برسد که صادرات خدمات فنی و مهندسی را برای این رقم محدود اعتباری دولت، هزینه کند.

این حرف در خصوص صادرات خدمات فنی و مهندسی درست است؛ چراکه خدمات فنی و مهندسی به خودی خود، تولیدات را رونق می‌دهد و کار صدور خدمات فنی و مهندسی، وابسته به ۴۵۰ رشته تولیدی است که در صورت رونق، فعال می‌شوند و موج رونق از این‌ها به سایر صنایع سرایت می‌کند؛ اما به هر حال، درک این موضوع مهم است که البته شخص وزیر صنعت، معدن و تجارت به این موضوع فکر می‌کند و مطمئن هستیم که آقای شریعتمداری، این طرز فکر و اهمیت را برای صادرات خدمات فنی و مهندسی قائل است که باید در اولویت باشد، اما بستگی به این دارد که بتواند بدنه وزارتخانه و دولت را قانع کند که این موضوع را پیاده نمایند. به هر حال فکر می‌کنم که می‌تواند پرچم‌دار این باشد که توجه بیشتری به سمت صادرات خدمات فنی و مهندسی مبدول شود.

شویه قبلی ادامه داده و با افزایش ۴ میلیارد دلاری صادرات، دل‌خوش می‌شویم. در حالیکه همان طور که گفتیم این اعداد و ارقام، متناسب با اقتصاد و جمعیت ما نیست و به نظر می‌رسد که اساساً باید پارادایم صادراتی خود را عوض کرده و قبول کنیم که برای تشویق صادرات، باید هزینه کنیم و انرژی بگذاریم؛ به خصوص اینکه بتوانیم ریسک را هم بپذیریم.

● در این میان اگرچه صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران نیز متأثر از همان وضعیت کلان اقتصادی ایران است و مشکلاتی که گریبانگیر صادرات در همه بخش‌ها است، صادرات خدمات فنی و مهندسی را هم متأثر می‌کند، سوال اینجا است که پتانسیل صادرات خدمات فنی و مهندسی در شرایط کنونی چطور است؟

خدمات فنی و مهندسی ظرفیت آزاد و مناسبی برای رشد و رونق صادرات دارد و ظرفیتی است بر اساس محاسبه کشورهای هدفی که ما ایرانی‌ها را می‌پذیرند و البته این پروژه‌ها، متناسب با بودجه آن کشورها و پروژه‌هایی که در دستور کار آنها است، تعریف می‌شود. از این طرف، ظرفیت آزاد مهندسی کشور به یک عدد ۳۴ میلیارد دلاری در سال می‌رسد و ما ظرفیت فوق العاده بالایی در خدمات فنی و مهندسی داریم. البته اثر این صادرات خدمات فنی و مهندسی نیز بسیار شگرف است؛ به نحوی که این صادرات پشت سر خود، می‌تواند در کشور ۴۵۰ رشته صنعتی را فعال کند و موجب ایجاد موجی از رونق در داخل کشور شود؛ ولی این صادرات مسائلی دارد که باید حل شود و باید برای حل آن، توجه کافی داشته باشیم. دو مساله اساسی برای صادرات خدمات فنی و مهندسی کشور وجود دارد که یکی از آنها، موضوع حل کردن معضل صدور ضمانت‌نامه‌ها است؛ چراکه هنوز ضمانت‌نامه‌های بانک‌های ایرانی در خارج کشور پذیرفته نیست و در نتیجه، صادرکنندگانی که در سال‌های گذشته بسیار موفق کار کردند، امروز گرفتار این قضیه هستند که بدون ارایه ضمانت‌نامه، اجرای پروژه برای آنها محال است و در نتیجه صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران اکنون، تقریباً به صفر رسیده است و کمتر از دو میلیارد دلار، صادرات صورت می‌گیرد، در حالیکه باید حداقل ۳۴ میلیارد دلار صادرات داشته باشیم. پس یکی از مسائل اساسی، ضمانت‌نامه‌ها است که باید حل شود تا راه برای صادرات خدمات فنی و مهندسی و حضور صادرکنندگان ایرانی در بازارهای هدف، باز شود. مطلب دیگر این است که اعتماد مردم و صادرکنندگان به مشوق‌های صادراتی دولت، خدشه‌دار شده و از سال ۸۹ به بعد نیز، پرداخت جایزه صادراتی متوقف شده و شرکت‌هایی که به امید جایزه صادراتی، به مشتریان خود تخفیف داده بودند، اکنون زیان دیده‌اند و این یک آسیب جدی است که با پرداخت ۱۰۰ میلیارد تومان در سال، این مساله حل می‌شود؛ ولی متأسفانه مورد بی‌توجهی مطلق قرار گرفته و حل این مساله می‌تواند، جاده توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی را باز کند؛ ولی توجه می‌خواهد و می‌دانیم که شخص وزیر صنعت، معدن و تجارت با دید مثبت و حسن نیت نسبت به این مساله، پرداخت جوایز صادراتی معوق را پیگیری می‌کند؛ ولی تا به امروز حل نشده و امیدوارم این دو مساله اجرایی شود؛ به نحوی که صدور ضمانت نامه و پرداخت مشوق‌های صادراتی حل و فصل شود. در مورد مشوق‌های صادراتی دید درستی در سیستم دولتی حاکم نیست؛ زیرا که در مورد مشوق‌های صادراتی، مساله، جلب اعتماد پیمانکاران است تا جرات ارایه تخفیف به طرف‌های خارجی را داشته باشند و در رقابت برنده شوند. در یک کلام باید گفت که صادرات خدمات، بستگی به قیمتی دارد که پیمانکاران ارایه می‌کنند؛ چراکه در مناقصات بین‌المللی، رقابت حاکم است و خدمات فنی و مهندسی شرایط صادرات کالایی را ندارد که یک کالا تولید شده و روانه بازارهای هدف شود.

ما اهمیت صادرات را در تشویق و رونق تولید خود، به درستی نمی‌شناسیم؛ پس باید تحول اساسی در نگاه خود ایجاد کرده و باید ریسک‌هایی را هم در این میان بپذیریم؛ به این معنا که اگر بخواهیم با ریسک صفر، در عرصه صادرات حرکت کنیم، صادرات پا نمی‌گیرد

ظرفیت آزاد مهندسی کشور به یک عدد ۳۴ میلیارد دلاری در سال می‌رسد و ما ظرفیت فوق العاده بالایی در خدمات فنی و مهندسی داریم. البته اثر این صادرات خدمات فنی و مهندسی نیز بسیار شگرف است



## صادرات نرم افزار، از آسیای میانه تا اروپا

محمد رضا طلایی می گوید بین ۲۰۰ تا ۴۰۰ میلیون دلار، آن هم به صورت غیررسمی صادرات داریم

بین المللی وجود داریم. به این معنا که اکنون شاهد این هستیم حتی بچه‌هایی هستند که هنوز وارد دانشگاه نشده و تحصیلات عالی ندارند، در حوزه نرم افزار، کار کرده و انیمیشن و بازی‌های رایانه‌ای تولید می‌کنند؛ اما متأسفانه، هنوز مسیردهی خوبی به آنها نشده و شرکت‌هایی که در زمینه آی تی فعالیت می‌کنند، در مرحله اول نگاهشان فقط به بازار داخل است؛ یعنی اکثر این شرکت‌ها بعد جهانی را فراموش کرده‌اند که این وظیفه تشکل‌ها و اتاق بازرگانی است که مسیردهی خوبی را برای حضور این افراد در بازارهای بین المللی داشته باشند. به خصوص اینکه هزینه تمام شده ما حتی نسبت به هندی‌ها و اروپایی‌ها، پایین تر بوده، ولی کیفیت، قابل رقابت است. هم اکنون بچه‌های ایرانی در شرکت‌های بزرگ بین المللی در خارج از کشور فعالیت می‌کنند و این، نشان دهنده آن است که پتانسیل تولید و صادرات نرم افزار در ایران وجود دارد؛ البته به خاطر هزینه‌های تمام شده، نسبت به سایر بخش‌های آی. سی. تی مثل ساخت افزار، زیرساخت، شبکه و اینترنت، مزیت نسبی داریم. از سوی دیگر، امروز در حوزه اینترنت هم در ایران، ترانزیت اینترنت انجام می‌شود که به خاطر موقعیتی که بعد از برجام به دست آورده‌ایم، این نوع تجارت می‌تواند خیلی مفید باشد. اما اینکه چرا نتوانسته‌ایم در مجامع بین المللی، حضور قوی داشته باشیم، به این برمی‌گردد که ایران در حوزه فناوری اطلاعات، در حوزه ساماندهی داخلی و البته مجامع بین المللی، نقشه راهی ندارد؛ ضمن اینکه هنوز زیرساخت‌های صادرات آی. تی به وجود نیاورده و هنوز پروانه صادراتی و ارزش واقعی محصولات و خدمات نرم افزاری که از ایران می‌خواهد صادرات شود، مشخص نیست؛ حتی دستگاهی هم که بیاید و قراردادهایی که بین شرکت ایرانی یا خارجی

اشاره: صادرات نرم افزار در دنیا اگرچه این روزها به یکی از منابع اصلی درآمدزایی برخی کشورها تبدیل شده و به نوعی کل اقتصاد دنیا را با خود عجین کرده است، اما در ایران هنوز نوپا است و جای کار بسیاری دارد. آنگونه که فعالان این حوزه می‌گویند، صادرات نیازمند پشتوانه قوی و حمایتی دولت است تا بتواند راه خود را به بازارهای جهانی باز کرده و زمینه‌سازی ارزآوری و نقش آفرینی در کاهش وابستگی اقتصاد ایران به درآمدهای نفتی شود. اما اینکه آیا ایران اصولاً می‌تواند صادرکننده نرم افزار باشد یا خیر، موضوعی است که باید از جنبه‌های مختلفی مورد بحث قرار گیرد. اما آنچه که بیش از هر چیزی در تولید نرم افزار در ایران خودنمایی می‌کند، قشر عظیم نوجوان و جوانی است که بدون تحصیلات دانشگاهی، ادامه دهنده راه تولیدکنندگان نسل اول نرم افزار در ایران شده‌اند. محمد رضا طلایی، رئیس اتحادیه صادرکنندگان نرم افزار و خزانه‌دار کنفدراسیون صادرات ایران از وضعیت کنونی صادرات نرم افزار می‌گوید:

● در حوزه تولید و صادرات نرم افزار، به صورت کلی ایران چه وضعیتی دارد و چه جایگاهی را در میان کشورهای تولیدکننده و بازارهای هدف می‌توان برای آن متصور بود؟

به نظر برای پاسخ به این سوال، باید موضوع را از دو منظر مورد بررسی قرار داد. یکی اینکه آیا اصلاً ایران می‌تواند صادرکننده نرم افزار باشد و دوم اینکه، موانع و مشکلات پیش رو چیست. در حوزه اول، با توجه به نیروهای متخصصی که هر ساله در کشور از دانشگاهها، فارغ التحصیل شده و نیروهای متخصص فعالی که اکنون مشغول به کار هستند، باید گفت که پتانسیل بسیار مناسبی برای حضور نرم افزار ایرانی در مجامع



هم، به توسعه صادرات سایر بخش‌ها کمک نماید و درآمدزایی کند. برخی کشورها مانند هند از آی. تی به عنوان یک ابزار درآمدی استفاده کرده و برخی کشورهای دیگر هم، از آی. تی به عنوان موتور محرک توسعه سایر بخش‌های اقتصادی خود استفاده می‌کنند، ولی ایران در هر دو بخش می‌تواند از این پتانسیل استفاده کند.

### ● صادرات نرم‌افزار کشور، بیشتر بر روی چه حوزه‌هایی تخصصی می‌شود؟

صادرات کاملاً بر اساس سفارش مشتری است و بر اساس پتانسیل‌های یک شرکت، سفارشی اخذ شده یا محصول و خدمتی برای آن تولید می‌شود؛ یک راه هم سرمایه‌گذاری داخلی است که یک مجموعه احساس می‌کند یک محصول نرم‌افزاری، به درد بازار داخلی یا خارجی می‌خورد، پس خودش مستقیماً سرمایه‌گذاری می‌کند. در تمام بخش‌ها این اتفاق در حال رخ دادن است. بازار هدف صادراتی ما هم کل دنیا است و محدودیت نداریم؛ به همین دلیل، تاکنون سفارش‌های ما طیف متنوعی از کشورهای دنیا را شامل شده؛ از آسیای میانه، اروپا، آمریکا و کانادا تا حتی آفریقا سفارش دریافت کرده‌ایم.

### ● در رقابت با کشورهایی مثل هند و اروپا، واقعا قابل رقابت هستیم؟

بله. هم از لحاظ کیفیت و هم قیمت تمام‌شده.

### ● به کشورهای مثل هند هم صادرات داریم؟

همکاری‌های مشترکی صورت گرفته است.

### ● چطور می‌توان یک بانک اطلاعات یا آماری خوبی از حوزه صادرات نرم‌افزار داشته باشیم؟

زمانی که امکانات و تسهیلاتی که برای سایر رشته‌های صادراتی ارائه می‌شود، برای حوزه آی. سی. تی هم تدوین شود، این کار عملیاتی است؛ امروز با توجه به ارزش افزوده‌ای که صادرات نرم‌افزار دارد، دولت می‌خواهد از او، ۲۵ درصد مالیات اخذ کند؛ پس شرکت صادرکننده، صادرات خود را کتمان می‌کند. اکنون به دلیل اینکه ما اسناد مثبت‌های را نمی‌توانیم به سازمان امور مالیاتی ارائه دهیم که فعل صادرات رخ داده است، از معافیت مالیاتی برخوردار نیستیم؛ یعنی مثل سایر صادرکنندگان، پروانه صادراتی نداریم، پس گمرکات کشور هم اعلام می‌کنند که ما فقط به کالایی که ببینیم، احصاء کنیم و بتوانیم ارزش‌گذاری انجام دهیم، اجازه صادرات می‌دهیم، به همین دلیل با سازمان توسعه تجارت ایران مذاکره کرده‌ایم تا پروانه خاص صادرات فناوری‌های نوین را به وجود آورده و ارزش‌گذاری محصول در سازمان توسعه تجارت انجام شده و پروانه صادر شود تا در دفاتر مالی ثبت گردد، اگر این اتفاق بیفتد، می‌توانیم جذب سرمایه‌گذاری در این رشته را افزایش دهیم، چون الان در ظاهر، دفاتر مالی شرکت‌های ما زبان‌ده است، ولی اگر صادرات ثبت شود، حتما سودده خواهند بود؛ از همه مهمتر، می‌توان نسبت به جذب سرمایه‌گذاری اقدام کرد و از تسهیلات صندوق ضمانت صادرات ایران و بانک توسعه صادرات استفاده کنیم. در ۱۶-۱۵ سال گذشته، بیشتر از سه دوره صادرکننده نمونه در حوزه نرم‌افزار نداشته‌ایم، دلیلش این است که شرکت‌های مشاهده می‌کنند، علیرغم اینکه صادرات می‌تواند مزیتی برایشان داشته باشد، اما معایب زیادی هم دارد؛ پس عطایش را به لقایش می‌بخشند و صادرات خود را اظهار نمی‌کنند.

### ● مذاکره‌ای برای گمرکات تخصصی صورت گرفته است؟

گمرک اعلام می‌کند که نرم‌افزار، صادرات کالایی است، در حالیکه خدمات است؛ سازمان امور مالیاتی هم می‌گوید که باید در دفاتر، اسناد رسمی ببینیم تا تأیید کنیم که فعل صادرات رخ داده است، پس صادرکنندگان میان پازلی گرفتار شده‌اند که نمی‌دانند باید چکار کنند.

منعقد شده یا فاکتورهایی که صادر می‌شود را، تأیید کند، وجود ندارد. حداقل تا ۵-۴ سال گذشته، صادرات به صورت قرارداد، فاکتور رسمی و تأییدیه سفارت و اتاق بازرگانی صورت می‌گرفت و همه چیز مشخص بود، اما امروز مرحله جدیدتری در صادرات رخ داده و آن، فروش‌های اینترنتی است که تبادلات مالی، در فضای مجازی صورت می‌گیرد؛ این در حالی است که اگرچه یک مرحله در صادرات نرم‌افزار، پیش‌تر رفته‌ایم؛ اما هنوز قوانین و مقررات ما، همگام با توسعه صادرات آی. تی پیش نرفته و به نظر من هنوز دو دهه عقب‌تر از دنیا هستیم؛ به خصوص اینکه بخش دولتی ما رصد نکرده کشورهایی که در حوزه صادرات آی. تی فعالیت می‌کنند، باید چه زیرساختی را از لحاظ قوانین، مقررات و تسهیل فضای کسب و کار داشته باشند.

### ● سفارتخانه‌های ایران در خارج از کشور می‌توانند موثر باشند؟

کاملاً در واقع سفارتخانه‌های جمهوری اسلامی ایران به عنوان ویرترین معرفی پتانسیل‌های تولیدی صادراتی کشور، در بخش صادرات سنتی و کالایی، این کار را انجام می‌دهند، اما در بخش فناوری‌های نوین، اطلاعات لازم و کافی را ندارند و عملاً ما از یک پتانسیل بسیار بزرگ که کشورهای رقیب از آن برای معرفی محصولات خود استفاده می‌کنند، کاملاً عقب مانده‌ایم؛ ضمن اینکه بخش بعدی شرکت‌های آی. سی. تی هستند و آنهایی که می‌خواهند در مجامع بین‌المللی حضور پیدا کنند، عمدتاً شرکت‌های کوچک و متوسط هستند که نیاز دارند تحت برند کشورشان در مجامع بین‌المللی حضور یابند و حمایت مادی شوند که در این مرحله هم، حمایت آنچنانی از شرکتها صورت نمی‌گیرد.

### ● رقبای ایران اکنون چه وضعیتی به لحاظ حجم بازار دارند؟

اکنون هند از محل صادرات نرم‌افزار، حدود ۸۰ میلیارد دلار درآمد دارد، اما آمارهای ما نشان می‌دهد بین ۲۰۰ تا ۴۰۰ میلیون دلار، آن هم به صورت غیررسمی صادرات داریم، پس اگر فرآیندهای صادرات آی. تی را تسهیل کرده، شرکتها از معافیت مالیاتی همچون سایر رشته‌های صادراتی برخوردار شوند و مسیر را هموار نماییم، مطمئناً این آمار به شدت افزایش پیدا می‌کند. در نهایت، باید ایران را به عنوان یک کشور صادرکننده آی. تی در دنیا معرفی کنیم که در این بخش، نیاز به تسهیل قوانین و مقررات داشته و نیازمند این است هستیم که بخش دولتی، برنامه‌ریزی قوی داشته باشد؛ ضمن اینکه حمایت‌های مادی نیز در برپایی پلویون‌های ایران در نمایشگاه‌های معتبر بین‌المللی، اعزام هیات‌های تجاری و سرمایه‌گذاری برای تولید مشترک در کشورهای ثالث داریم.

### ● اکنون ارزش بازار داخلی چقدر است؟

رقم‌های متعددی مطرح است و نمی‌توان دقیق گفت که گردش مالی در این حوزه، چقدر است، بخش عمده‌ای از این گردش مالی در اختیار اپراتورهای تلفن‌همراه است که تجهیزات سخت‌افزاری و زیرساخت‌ها و بخشی هم حوزه نرم‌افزار را شامل می‌شود؛ به همین دلیل نمی‌شود گفت که مارکت ما چقدر ارزش دارد.

### ● به ترانزیت اینترنت اشاره کردید. چه پتانسیلی در این حوزه نهفته است؟

اتفاقاً در ترانزیت اینترنت، چون باید از زیرساخت و شبکه‌ای که وزارت ارتباطات تهیه کرده، استفاده شود، اکنون شرکت‌هایی هستند که در این حوزه هم فعالیت می‌کنند و اینترنت را به کشورهای همجوار ترانزیت کرده و درآمدهای خوبی هم دارند. تمام این‌ها در شرایطی است که حوزه فناوری اطلاعات، هم می‌تواند مشکلات داخل کشور را در حوزه اقتصادی حل کرده و

امروز در حوزه اینترنت هم در ایران، ترانزیت اینترنت انجام می‌شود که به خاطر موقعیتی که بعد از برجام به دست آورده‌ایم، این نوع تجارت می‌تواند خیلی مفید باشد

بازار هدف صادراتی کل دنیا است و تاکنون سفارش‌های ما، طیف متنوعی از کشورهای دنیا را شامل شده؛ از آسیای میانه، اروپا، آمریکا و کانادا تا حتی آفریقا



## جاده‌ای هموار برای صادرات

بهمن عشقی صادرات را ملزم به حرکت در جاده‌ای هموار و با حمل و نقل مدرن می‌داند

از دنیا، بازاریابی می‌کنند، حتی اگر امروز اتفاقی در این کشور رخ دهد که خودشان تنگنای تامین آن محصول را داشته باشند، جلوی صادرات آن را نمی‌گیرند و می‌گویند کار بازرگانی سر جای خود و سفارش گذاشته شده از سوی مشتری و در نهایت، تعهدی که ایجاد شده، در جای خود باید رعایت شود و بنابراین، بازاری که پیدا شده، حتی خارج از تعهد باید حفظ شود، بنابراین صادرات باید ادامه پیدا کند، ولو اینکه کشور نیازمند آن باشد، پس به سمت واردات همان کالای تولیدی خود می‌روند و بازار هدف صادراتی را حفظ می‌نمایند. در عین حال، اگر حمل و نقل چنین کشوری را مرور کنیم، تمام سازمان حمل و نقل جمهوری خلق چین برای صادرات طراحی شده است. به عنوان مثال، عوارض تردد در آزادراهها در چین، وحشتناک است و کامیون‌هایی که بارنامه شرکت‌های صادراتی را دارند، از پرداخت عوارض در جاده‌های چین معاف هستند. البته چینی‌ها برای اضافه تناژ، مقررات بسیار سختی دارند و تریلی‌هایی با ابعاد و اوزان عجیب و غریب در جاده‌ها به راه می‌افتند؛ نکته حائز اهمیت آن است که حتی اگر کامیون‌ها به طور غیرقانونی در جاده‌ها حرکت کرده ولی بار صادراتی داشته باشند، مقامات چشمانشان را می‌بندند و سخت‌گیری نمی‌کنند، حتی چشمانشان را نسبت به قانون می‌بندند تا صادراتشان ادامه داشته باشد. بر همین اساس، تصور من بر این است که نظام حمل و نقل ایران چالاکتی لازم را برای صادرات ندارد؛ اساسا حمل و نقل ایران چه در حوزه نرم‌افزاری و چه در حوزه سخت‌افزار برای این طراحی نشده که ایران یک کشور صادرکننده باشد. یعنی هاب‌های ورودی کشور، برای واردات طراحی شده‌اند. نمونه آن هم، بندرعباس است که بندر وارداتی است، نه بندر صادراتی؛ چراکه همه کامیون‌هایی که به بندرعباس می‌آیند، یک سر خالی برمی‌گردند، یعنی کامیون تا بندرعباس خالی می‌رود و از بندرعباس پُر برمی‌گردد، نهایتا محموله‌ای که کامیون‌های

اشاره: موضوع حمل کالاهای صادراتی از جمله موانعی است که بسیاری را متقاعد می‌کند اگر اوضاعش مساعد شود، حتما می‌توان یکی از عوامل بالا بودن قیمت تمام‌شده در صادرات را مدیریت کرد. واقعیت آن است که به دلیل گستردگی ایران و البته تعدد همسایگانی که بسیاری از آنها بازارهای هدف صادراتی و وارداتی کشور هستند، نیاز است که یک استراتژی قوی در حوزه حمل و نقل کالاهای صادراتی تدوین کرد و البته به آن پایبند بود. به خصوص اینکه اگر قرار است ایران، کشوری باشد که روزی درب چاههای نفت را ببندد و کشور را از صادرات غیرنفتی تغذیه کند، لازم است که کشور را یکپارچه، در خدمت صادرات گیرد، آنجا است که می‌توان امیدوار بود که تمامی ارکان اقتصاد، تمام قد برای خدمات‌رسانی به صادرکنندگان بسیج شده‌اند و شرایط برای صادرات کالا و ورود به یک عرصه رقابتی مهیا است. اما در همین خدمات‌رسانی، به طور قطع یکی از پایه‌های اصلی، توجه به حمل و نقل و از بین بردن موانع پیش روی آن است. بهمن عشقی، دبیرکل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران از موانع پیش روی حمل بار صادراتی می‌گوید:

● موانع حمل و نقل در حوزه صادرات چیست و چه راهکارهایی برای مدیریت آن وجود دارد؟

اصولا کشورهایی که اقتصاد آنها بر مبنای تحرک صادراتی می‌گذرد، نظام حمل و نقل خود را با همین جهش و تحرک صادراتی متناسب می‌کنند. به عنوان مثال، اگر از چینی‌ها بپرسید نگاه شما به صادرات چیست، می‌گویند همه چیز فدای صادرات؛ پس در همه حوزه‌ها، این اعتقاد را پیاده‌سازی می‌کنند؛ به این معنا که اگر چینی‌ها امروز برای فروش محصولی در جایی



حمل و نقل داخلی، حدود ۱۵ درصد قیمت تمام شده کالای صادراتی را تشکیل می‌دهد، در حمل و نقل بین‌المللی وضع بدتر می‌شود، هر چه قدر دولت بخشی از این ۱۵ درصد را تقبل کند، مزیت رقابتی ایجاد کرده است. اگرچه شخصا موافق با دادن سوبسید نیستیم. اگرچه می‌توان در یک بازه زمانی، از آن استفاده کرده؛ چراکه کاپیتالیست‌ترین کشورهای دنیا هم سوبسید می‌دهند؛ ولی این سوبسیدها، روش علی‌الدوام نیست، سوبسید یک درمان موقتی است. ایجاد تعادل در بازار، روش پایدار است و تنها زمانی که المان‌هایی از خارج می‌آید که کنترل را از دستشان خارج می‌کند، فوراً سوبسید می‌دهند، اما این روش پایداری نیست و دولت باید روی اقتصادی‌تر کردن حمل و نقل فکر کند.

**● اصولاً می‌توان گفت که حمل و نقل در ایران اکنون بهره‌ور است؟**

حمل و نقل ایران در بهره‌ور شدن چند اشکال دارد، اولین مساله حامل‌های انرژی است، حمل و نقل ایران با گازوئیل مجانی، بهره‌ور نخواهد شد. به عنوان مثال، ما به راننده گازوئیل را لیتری ۱۶۰ تومان می‌دهیم، اما آمریکایی‌ها آن را گالنی ۴ دلار یعنی تقریباً لیتری یک دلار می‌خرند؛ در حالیکه در آمریکا، ضریب تجمع تولید ثروت در حمل و نقل وحشتناک بوده و حمل و نقل پیشران اقتصادی است؛ بنابراین ابتدا باید قیمت حامل‌های انرژی واقعی شود؛ چراکه با انرژی مجانی، هیچ چیز در کشور درست نمی‌شود. دوم اینکه در کنار این باید نرم‌افزار حاکم یا سیاست‌گذاری به گونه‌ای روش را تغییر دهد که پیمایش خالی کامیون در کشور کم شود. یادمان باشد اقتصاد ما تابع خیلی از اقتصادهای دنیا است که در آن، بنگاه‌های کوچک و متوسط حاکم است و به تبع آن، تولید کم و متوسط می‌شود؛ چراکه بیش از ۹۰ درصد حمل و نقل ما در جاده انجام می‌شود و این سهم در خیلی از کشورهای دنیا، شیبه ما است و منطقی هم هست که چون ریل در خیلی از کشورهای دنیا نمی‌تواند رقیب پر و پا قرصی برای جاده باشد، پس علی‌رغم حمایت‌هایی که در همه جای دنیا دولت‌ها از ریل می‌کنند؛ مدل توسعه حمل و نقل جاده‌ای ما باید دوباره به گونه‌ای کالیبره شود که این کالیبراسیون در خدمت بنگاه‌های کوچک و متوسط باشد.

**● یعنی برای توسعه صادرات، اولویت با حمل و نقل جاده‌ای باشد؟**

حتماً این گونه است.

**وضعیت جاده‌ها چطور؟ با توجه به اینکه شرایط آب و هوایی طوری است که شاید برخی اوقات، مثلاً زمانی که برف ببارد، کامیون نمی‌تواند از برخی گردنه‌ها عبور کند؟**

مگر چند بار در سال، محورهای ما بسته است، واقعا محور بسته قابل توجه نداریم.

**● یعنی با استانداردهای فعلی جاده‌ای، باز هم اولویت با حمل و نقل است؟**

وضع زیرساخت ما اینقدر بد نیست، اینقدر که در حوزه نرم‌افزار و مغزافزار ضعیف هستیم، در حوزه سخت‌افزار ضعیف نیستیم. البته نمی‌گوییم جاده‌های ما عالی است، نه خیر، ولی اینقدر که وضع نرم‌افزار، مغزافزار، ایدئولوژی و نگاه ما به حمل و نقل دچار اشکال است، اینقدر که نگاهمان دچار اشکال است، نگاه ما به توسعه شبکه دچار اشکال نبوده، یعنی شبکه توسعه پیدا کرده، نمی‌خواهم بگویم صاحب یک شبکه توسعه‌یافته جاده‌ای در کشور هستیم، ولی وضع شبکه جاده‌ای ما سزاوار اقتصاد ملی ما است؛ بنابراین عمیقاً معتقدم شبکه جاده‌ای، تکافوی نیاز حمل و نقل کالا در کشور را حتی بدون کمک شبکه ریلی می‌کند. اصولاً شبکه ریلی در همه جای دنیا، یک مسیر مبداء به مقصد است. وقتی مدل توسعه اقتصاد ایران، بنگاه‌های کوچک است، ریل انعطاف‌پذیری و انطباق با بنگاه‌های کوچک ندارد، بنابراین مجبور هستیم بار را با کامیون حمل کنید.

**● نظام حمل و نقل**

ایران چالاکی لازم را برای صادرات ندارد؛ اساساً حمل و نقل ایران چه در حوزه نرم‌افزاری و چه در حوزه سخت‌افزار برای این طراحی نشده که ایران یک کشور صادرکننده باشد.

یعنی هاب‌های ورودی کشور، برای واردات

طراحی شده‌اند

**● حمل و نقل ایران**

در بهره‌ور شدن چند اشکال دارد، اولین مساله حامل‌های انرژی است، حمل و نقل ایران با گازوئیل مجانی، بهره‌ور نخواهد شد

ما، به بندرعباس می‌برند، کانتینر خالی است. یعنی کانتینر پُری که تا بندرعباس آوردند، آن را خالی پس می‌فرستند. از سوی دیگر، اصولاً نگاه دولت در این بخش، نگاه حمایت از صادرات نیست. این نکته گرفتاری عمومی اقتصاد ما در حوزه حمل و نقل است. حمل و نقل می‌تواند مزیت اقتصادی به یک بخش بدهد، می‌تواند مزیت اقتصادی را از آن بخش بگیرد. در سال ۱۳۹۴ معادل ۹ درصد تولید ناخالص داخلی ایران، از حمل و نقل ایجاد شد، یعنی در سرفصل حساب‌های دولتی، اول خدمات، زیربخش آن لجستیک و زیربخش لجستیک حمل و نقل مشاهده می‌شود؛ یعنی حمل و نقل، ۹ درصد تولید ناخالص داخلی ایران را در سال ۱۳۹۴ به خود اختصاص داده است، در حالیکه ارزش حمل و نقل در رشد اقتصادی، منفی ۵.۴ بوده، یعنی در رشد اقتصادی ما اثر کاهنده داشته است.

**● مقایسه وضعیت سهم حمل و نقل در قیمت تمام شده کالا و خدمات در ایران، چه تفاوتی با کشورهای پیشرفته دنیا دارد؟**

در ایران سهم حمل و نقل در قیمت تمام‌شده کالا و خدمات، حدود دو برابر کشورهای توسعه یافته است. به آمریکا نگاه کنید، حمل و نقل بین ۱۱ تا ۱۵ درصد تولید ناخالص داخلی را به خودش اختصاص می‌دهد، هزینه حمل و نقل در قیمت تمام‌شده هم، زیر ۶ درصد است، در حالیکه در ایران، ۹ درصد تولید ناخالص داخلی تشکیل می‌دهد. در اقتصاد ایران، هزینه حمل و نقل در قیمت تمام شده کالا و خدمات، بالای ۱۵ درصد است، یعنی حمل و نقل ما گران است، در حالی که حامل‌های انرژی، تقریباً رایگان بوده و مردم، گازوئیل را تقریباً رایگان در اختیار می‌گیرند؛ ولی علی‌رغم این، حمل و نقل قدرت ایجاد ثروت ندارد و مزیتش را هم در اقتصاد نمی‌گذارد، چون گران تمام می‌شود، پس مزیت‌های اقتصادی را از بین می‌برد، بنابراین در آن حوزه‌هایی که دولت‌ها فکر می‌کنند عوامل محرک پیشران‌های اقتصادشان می‌تواند تلقی شود، برای اینکه اقتصاد را کارآمد کنند، ابتدا به بهینه‌سازی وضعیت حمل و نقل می‌پردازند، پس برای اینکه در این بخش‌ها که بنا است پیشران‌های اقتصادی ما شوند، مشکل حمل و نقل را حل کنیم، یک برنامه بلندمدت و میان‌مدت لازم است که در فاز کوتاه‌مدت، برای اینکه بتوانند المان‌ها اصلاح کنند، کشورها موضوع تخصیص پارانه‌ها مطرح می‌کنند. در این میان، ایران یکی از بزرگترین شرکت‌های کشتیرانی دنیا را دارد که متعلق به دولت است، اما ابتکار عمل ندارد تا برخی از کالاهای مازاد ایران را به بازارهای جهانی دور برساند، بنابراین کارخانه‌ها در یک رقابت منفی، برای فروش کالاهای خود وارد بازارهای اطراف شده و غیر اقتصادی فعالیت می‌کنند و وضعیتشان در نقطه سر به سر است؛ دلیل اینکه این اتفاق رخ می‌دهد آن است که هیچ ساز و کاری برای تجهیز تولید برای صادرات نداریم. بدتر از همه آنکه ما در حوزه حمل و نقل صادراتی، مدل بلندمدت و میان‌مدت و حتی مُسکن‌های کوتاه‌مدت برای تزیین نداریم. پس حمل و نقل اکنون، اسلحه‌ای بران برای رقابت‌های صادراتی نیست، به خصوص اینکه حتی ارتباطات گسترده حمل و نقل زمینی، دریایی، هوایی یا به صورت مالتی‌مودال با ریل، با کشورهای اطراف نداریم. یکی از گرفتاری‌های حمل و نقل صادراتی، کامیون یخچال‌دار است، اگر به شرکت‌های حمل و نقل گفته شود که چرا کامیون یخچال‌دار ندارید، عنوان می‌کنند که که بار کافی برای حمل ندارند و بنابراین سرمایه‌گذاری در این حوزه، مقرون به صرفه نیست. بنابراین وقتی اینجا مزیتی وجود ندارد، ناچار به کمک از دولت هستیم. در برای آن بار ندارم که سرمایه‌گذاری گزاف کرده و کامیون رفرفریج‌تر بخرم. وقتی شما اینجا مزیت ندارید ناچارید از دولت کمک بگیرید.

**● سوال اینجاست، همیشه وقتی صحبت از حمایت‌های صادراتی می‌شود، دولت سریعاً مشوق‌های نقدی را در نظر می‌گیرد و هیچ وقت آن را صرف توسعه و اصلاح زیرساخت نمی‌کند، اکنون که بودجه محدودی برای بسته حمایت از صادرات گذاشته شده، آیا حمل و نقل می‌تواند اولویت ارابه تخصیص منابع این بسته باشد؟**



## سرمایه گذاری مشترک، راهی برای توسعه صادرات

توسعه کشور؛ بنابراین سیاست جلب سرمایه باید معطوف به جلب سرمایه‌هایی باشد که مکمل استراتژی توسعه کشور واقع شوند. در این میان، به نظر می‌رسد که اولویت‌های سرمایه‌گذاری در ایران می‌بایست به بخش‌هایی که مزیت نسبی دارند، برگردد و از نظر ورود فناوری و طرح‌های جدید به کشور و رشد صنعت، مزیت نسبی اقتصادی داشته باشند. همچنین لازم است تا با ارتقای کیفیت و رعایت استاندارد جهانی، صادرات خود را فزونی بخشیم، در این راستا الگوبرداری از تجربه کشورهای موفق مثل چین می‌تواند گام موثری برای نیل به اهداف پیشگفته باشد. بررسی تجربه موفق دو کشور چین و برزیل در جذب سرمایه خارجی نشان می‌دهد این دو کشور ضمن مهیا کردن شرایط لازم برای سرمایه‌گذاران، سیاست‌ها و مشوق‌های ترجیحی را اعمال می‌کنند و با سعی بر رقابتی کردن ظرفیت‌ها و توانمندی‌های شرکت‌های داخلی از طریق مشارکت با شرکت‌های بین‌المللی عملکرد بهتری در بازارهای داخلی پیدا می‌کنند و هم‌قادر به صادرات به بازارهای جهانی می‌شوند. هم‌زمان با حرکت بخش دولتی به سمت فراهم کردن بسترهای لازم جذب سرمایه‌گذار، اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی رسالت ویژه‌ای در راستای بهبود محیط کسب و کار و تسهیل بستر سرمایه‌گذاری خارجی دارد. این مهم از دو طریق ارائه خدمات مشاوره‌ای لازم به سرمایه‌گذاران و پیگیری موانع و مشکلات موجود و تلاش جهت رفع آن، دنبال می‌شود. البته اقدامات مد نظر شامل برگزاری دوره‌های آموزشی در حوزه سرمایه‌گذاری، جمع‌آوری فرصت‌های سرمایه‌گذاری موجود، اطلاع‌رسانی صحیح از وضعیت ایران، تدوین مشوق‌های سرمایه‌گذاری، اصلاح قوانین مخل سرمایه‌گذاری و پیشنهاد به مراجع قانون‌گذاری و ... جهت تسهیل فرایند جذب سرمایه‌گذاری خارجی است.

### فریال مستوفی

رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری اتاق بازرگانی تهران

این روزها اهمیت سرمایه‌گذاری خارجی برای هیچ کس پوشیده نیست و همه به این نتیجه رسیده‌اند، با توجه به منابع محدودی که در کشور به لحاظ مالی وجود دارد، شرایط به گونه‌ای است که بازوی سرمایه‌گذاری خارجی می‌تواند یاری‌رسان تامین منابع برای دستیابی به رشد اقتصادی پایدار باشد. به خصوص اینکه اکنون فرصت برجام پیش روی اقتصاد ایران قرار گرفته و این امر، مسلمانا اثرات مثبتی بر نوع نگاه سرمایه‌گذاران درباره ایران داشته است و لذا، فضای اقتصادی خوبی برای همکاری‌های بین‌المللی فراهم شده است. دولت نیز اقدامات مناسبی در راستای تسهیل جذب سرمایه‌گذاری خارجی در این چند سال انجام داده است که مستلزم پیگیری است تا به سرانجام برسد؛ اما برای بسط روابط اقتصادی بیشتر، زمان لازم است. در این میان، موضوع مهمی که باید در نظر گرفت این است که طی سال‌های تحریم، بسترهای لازم برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی آنطور که باید فراهم نشده است و لذا امنیت سرمایه‌گذاری محقق نیست؛ بنابراین لازم است تا دولت با همکاری بخش خصوصی، با تدوین نقشه راه اصولی به آماده‌سازی بسترهای لازم برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی بپردازد تا زمینه تسهیل این مهم فراهم آید. از سوی دیگر لازم است تا کشور به یکسری از قوانین و مقررات بین‌المللی پایبند باشد که از جمله آن، رعایت استانداردهای بانکی و حسابرسی بین‌المللی، FATF و پیوستن به سازمان جهانی تجارت است. در این میان، شرکت‌های سرمایه‌گذار می‌توانند دسترسی لازم به بازارهای صادراتی برای کالاها و برخی از خدماتی را داشته باشند که هم اکنون، در کشور میزبان تولید می‌شود؛ این مسیر به آنها کمک خواهد کرد که از بازارهای داخلی به بازارهای بین‌المللی روی آورند و به سمت فعالیت‌های جدید رهنمون شوند؛ نکته قابل اهمیت آنکه جلب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و افزایش حجم و تنوع صادرات و در نتیجه افزایش قابلیت رقابت صادرات، فی‌نفسه هدف نهایی نیست؛ بلکه وسیله‌ای است برای نیل به هدف مهم‌تر یعنی





## دیپلماسی اقتصادی، تکه پازل گمشده صادرات

سیاسی و اقتصادی با کشورها برقرار کند و این شرایط، موجب شده تا در درازمدت، با حفظ کیفیت مناسب کالا و قیمت تمام‌شده مناسب، بتوان به ثبات در بازارهای صادراتی امیدوار بود؛ به طور قطع ارتباط صادراتی با کشورهای منطقه، فرصت اول برای ایران خواهد بود و کشورهای حوزه خلیج فارس و سی.ای.اس، مهمترین بازارهای صادراتی ایران خواهند بود؛ اگرچه ارتباطات تجاری و صادراتی با کشورهای اروپایی نیز، آغاز شده؛ اما فرصت اول ایران نیستند و آنها بیشتر نقش فروشنده و ما نقش خریدار را برای آنها بازی می‌کنیم. در این میان باید توجه داشت مهمترین دلیل این است که محصولات ایرانی رقابتی نیستند و از دو جنبه کیفی و قیمت، قابلیت رقابت بالایی در بازارهای جهانی ندارند؛ چراکه کالاهای ایرانی، با نرخ سود بانکی ۲۵ درصدی تولید می‌شوند و این درحالی است که رقبا با نرخ سودهای ۲ تا ۶ درصد، کالای خود را تولید می‌کنند به همین دلایل، قیمت تمام‌شده کالای ایرانی بالا است؛ از سوی دیگر، سیاست غلط ارزی، بر صادرات موثر بوده و این موضوع، در کنار زیرساختهای نامناسب حمل و نقل و هزینه‌های بالای آن، موجب شده تا کالای ایرانی رقابت‌پذیر نباشد. نکته دیگر، دیپلماسی اقتصادی است که از آن بهره لازم برده نشده و در طول سال‌های گذشته، مسائل اقتصادی، اولویت کشور نبوده؛ اما در حال حاضر، این نیازسنجی احساس شده که در کنار تیم‌های مذاکره‌کننده سیاسی، تیم‌های اقتصادی نیز حضور داشته باشند و تلاش شود تا از ظرفیت‌های روابط دیپلماتیک، به نفع اقتصاد بهره برد و از حضور بخش خصوصی استفاده کرد؛ در نهایت، در یک کلام باید گفت در بحث صادرات و تجارت بین‌الملل، این تنها تجار نیستند که با هم رقابت می‌کنند، بلکه این حکومت‌ها و دولت‌ها هستند که فرصت‌ها را ایجاد و به دست بخش خصوصی می‌سپارند.

**عدنان موسی‌پور**

رئیس کمیسیون صادرات اتاق بازرگانی ایران

نگاهی به صادرات کشور با ۵ شریک مهم تجاری شامل امارات، عراق، کره جنوبی و چین نشان می‌دهد میزان صادرات به این کشورها، مناسب است؛ اما به طور قطع از نظر تنوع صادرات و واردات، در شرایط مطلوبی قرار نداریم. واقعیت آن است که در جریان‌های بین‌المللی که در منطقه به وجود می‌آید، دو عامل سبب می‌شود تا کشورها کمترین آسیب را از تحریم‌ها متحمل شوند که یکی از آنها وجود زیرساخت‌های مناسب است، به طور مثال، تحریم قطر در شرایطی به وجود آمد که این کشور زیرساخت لازم برای حمل و نقل هوایی کالا و خدمات را به کشور داشت و به همین دلایل، نابسامانی و آشفتگی متناسب با حجم تحریمی که برای آنها ایجاد شده بود، مشاهده نشد. در کنار این، دیپلماسی سیاسی نیز، یکی دیگر از موضوعاتی است که موجب می‌شود صادرات کشورها از شرایط باثبات و مطلوبی برخوردار باشند. نکته حائز اهمیت این است که نباید به مقوله صادرات، تنها با هدف اقتصادی صرف نگاه شود؛ به این دلیل که همکاری با کشورها هم در بحث صادرات و هم واردات، منافع کلی و ملی کشور را تضمین می‌کند. در این میان باید گفت که آمارهای صادرات کشور، از ابتدای سال مناسب نبوده و از اهداف صادراتی عقب مانده است. تمام اینها در شرایطی است که دو نوع فرصت پیش روی صادرکنندگان کشور قرار دارد، یکی فرصتهایی که بر اساس حادثه و چالش‌های بین‌المللی به وجود آمد و دیگری، فرصتهایی است که به واسطه قدرت تولیدی و صنعتی کشور، پیش روی صادرات غیرنفتی کشور قرار می‌گیرد؛ در این میان، آنچه مهم است تکیه بر شرایط باثبات و فرصتهایی است که به واسطه قدرتمندی و افزایش قدرت رقابت در بازارهای خارجی وجود دارد و برای صادرات کشور راهگشا است؛ در غیر این صورت، فرصت‌های کوتاه‌مدت و مقطعی، شرایطی است که ممکن است فرصت بهره لازم بردن از آن، به دلایل متعدد فراهم نباشد. با همه این مسائل، ایران در سالهای اخیر موفق شده ارتباط مناسب‌تر



مهندس یکه زارع مطرح کرد:

## نگرش جدید در توسعه بازار های صادراتی ایران خودرو

نگرش جدید در توسعه بازارها، صادرات به برخی کشورها در اولویت قرار گرفته است.

مهندس هاشم یکه زارع صادرات محصول با قیمت و کیفیت رقابتی را از راهبردهای اصلی ایران خودرو دانست و افزود: با ارتقاء سایت های تولیدی فعلی و بهره برداری از سایت جدید محصولات ایران خودرو در آذربایجان که با سرمایه گذاری طرف مقابل و صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران خودرو ایجاد شده، بازارهای صادراتی توسعه می یابد.

وی، ایجاد پایگاه های تولیدی را عاملی برای بهره مندی از منافع و مزیت های تعرفه ای در کشورهای هدف دانست.

مدیر عامل گروه صنعتی ایران خودرو تصریح کرد: این گروه در هر بازار هدف، بسته به سلیقه، نیاز ها، رقبا آن بازار محصولات متناسب با بازار هدف را تعریف می کند. همچنین برای حضور مستمر در بازارهای هدف، ایجاد تنوع در سبد محصولات صادراتی، حفظ برند ملی و مونتاژ خودرو های مختلف در سایت های فرامرزی در دستور کار قرار دارد.

وی تاکید کرد: یکی از مواردی که در فصل جدید از همکاری های بین المللی گروه صنعتی ایران خودرو با شرکای تجاری دنبال می شود، کسب سهمی از بازار خودرو و قطعه بخصوص قطعات ریخته گری است. همچنین اجرای رویکرد تولید بدون سرمایه گذاری و

گروه صنعتی ایران خودرو حضور در بازار جهانی و کسب سهم بازارهای بین المللی را یک ضرورت می داند و مانند هر بنگاه بزرگ دیگری در تبیین مأموریت و چشم انداز خود، ایجاد نگرش جهانی و حرکت به سوی خودروسازی در کلاس جهانی را در سرلوحه استراتژی های خود قرار داده است. در راستای تحقق اهداف مذکور، تولید محصول در پایگاه های تولیدی خارج از کشور و صادرات محصول کامل، دو روش صادراتی شرکت ایران خودرو است.

افزایش سهم بازار در بازارهای منطقه، تثبیت حضور و احیاء بازارهای هدف صادراتی و توسعه بازارهای جدید از راهبردهای ایران خودرو در ارتقا صادرات است که این امر از راه افزایش ظرفیت های تحقیق و توسعه در زمینه توسعه پلت فرم، محصول و قوای محرکه محقق خواهد شد. توانمندسازی شبکه فروش و خدمات پس از فروش در کشورهای هدف صادراتی از دیگر رویکردهای ایران خودرو در توسعه بازارهای خارجی است. نکته دیگر جهت تحقق اهداف صادراتی تطبیق محصول با استانداردهای بازارهای هدف و برندسازی از راه ترویج و توسعه برند ایران خودرو در سطح منطقه ای و جهانی است.

مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو با اشاره به برنامه صادراتی گفت: طی پژوهش هایی که در بازارهای مختلف صادراتی داشته ایم، نقاط ضعف و قوت هر یک از بازارها شناسایی شده و بر اساس





کامل در بازارهای هدف، افزود: توسعه محصولات در بازارهای سنتی ایران خودرو از جمله بازار عراق در دستور کار قرار دارد. یکه زارع خاطر نشان کرد: برنامه توسعه شبکه خدمات پس از فروش در این کشور نیز به اجرا گذاشته شده تا با ایجاد و بهینه سازی رابطه با مشتریان نهایی محصولات، خدمات مطلوب تری ارائه دهیم. ارائه خدمات امدادی در عراق بخش دیگری از خدمات ارائه شده در عراق است.

وی در خصوص صادرات محصولات کامل به کشورهای مشترک المنافع (CIS) افزود: کشور ارمنستان از جمله بازارهای هدف ایران خودرو است. دسترسی به سوخت سی. ان. جی و اقتصادی بودن تامین آن برای مصرف کننده در این کشور از عوامل اصلی استقبال مردم این کشور از محصولات گازسوز ایران خودرو است. محصولات گازسوز ایران خودرو می تواند نیاز بازار این کشور را تامین کند. مدیرعامل ایران خودرو در ادامه تصریح کرد: با دریافت مجوز استاندارد یورو ۵، توسعه صادرات به کشورهای مشترک المنافع (CIS) از جمله بلاروس و قزاقستان نیز در دستور کار ایران خودرو قرار دارد که به این ترتیب اهداف تعیین شده در حوزه صادرات محصول ایران خودرو محقق خواهد شد.

مهندس یکه زارع در پایان تاکید کرد: با توسعه محصولات جدید و مشارکت در ایجاد پایگاه های تولیدی برون مرزی به دنبال نقش آفرینی در بازارهای بین المللی و کسب سهم مناسب از این بازارها هستیم.

همکاری با ارائه خدمات فنی مهندسی از دیگر راهبردهای اصلی ایران خودرو در کشورهای صادراتی هدف است. یکه زارع خاطر نشان کرد: بر همین اساس گروه صنعتی ایران خودرو با ارائه خدمات فنی و مهندسی در بازارهای هدف و با سرمایه گذاری طرف مقابل توانسته است ریسک سرمایه گذاری در سایت های خارج از کشور کاهش دهد.

وی با اشاره به سایت در حال احداث در کشور آذربایجان اظهار داشت: با توجه به شناخت مردم آذربایجان از برند ایران خودرو، تولید محصولات دنا، سمند و رانا در این سایت هدف گذاری شده و در فاز دوم در قالب برنامه سه ساله سایر محصولات ایران خودرو در این خط تولید خواهد شد.

مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو ادامه داد: سایت ایران خودرو در آذربایجان با مشارکت طرف آذری و در مساحتی ده هکتار، در شهرک صنعتی نفتچاله در حال احداث است. قرار است در این سایت سالانه ده هزار دستگاه خودرو تولید شود. در فاز دوم این پروژه تولید خودروهای تجاری برای نوسازی ناوگان حمل و نقل این کشور مدنظر است.

وی افزود: با راه اندازی خط مونتاژ محصولات ایران خودرو در آذربایجان، این کشور به عنوان پایگاه صادراتی ایران خودرو در منطقه خواهد بود و تولیدات ایران خودرو از طریق آن به سایر کشورهای همسایه صادر خواهد شد.

مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو با اشاره به صادرات محصولات







سید

سیب زمینی سورت شده ، تمیز شده و قابل نگهداری در یخچال



کوشا تجارت سدید

KOOSHA TEJARAT SADID CO.

Tel : +98 21 75 48 1000





مدیر عامل شرکت ارد اتحاد کرج مطرح کرد:

## عدم کیفیت یکنواخت آرد تولیدی به دلیل اختلاط نا مناسب گندم در کشور

ایرانی مطمئن شوند که سیاست های موجود تغییر نمی کند صادرات آرد کشور ادامه خواهد یافت و قابلیت گسترش به بازارهای جدید را دارد .

● صنایع وابسته به تولید آرد چه مشکلاتی در کشور دارند ؟ خوشبختانه کارخانجات تولیدی مدرنی در کشور وجود دارند و از نظر کمی و کیفی این کارخانجات پاسخگوی صنایع مصرف کننده آرد هستند و این کارخانجات صادرکننده عمده مواد غذایی به کشورهای منطقه نیز میباشند

ممنوعیت واردات گندم خوراکی و عدم اختلاط مناسب گندمهای تولیدی در کشور موجب شده تا تولیدکنندگان و مصرف کنندگان اخیراً با مشکل کیفیت و عدم یکنواخت بودن آرد مواجه شوند . البته واردات گندم برای صادرات مجاز است و می توان گندم را وارد و آرد آن را صادر کرد.

● استاندارد آرد داخلی کشور را چگونه ارزیابی می کنید ؟ کارخانجات آرد، گندم را به صورت غیراستاندارد و با افت و ضایعات بیش از ۱۰ درصد تحویل می گیرند اما موظف هستند که آرد را با کیفیت استاندارد تحویل دهند . کارخانجات تولیدی آرد کشور موظف هستند آرد را چه به صورت صنعتی و یا سنتی با کیفیت مطلوب بر اساس استاندارد ۱۰۴ تحویل دهند .

باید گفت در استانهای مختلف گندم با کیفیت های متفاوت تولید می شود و می باید این اختلاط برای استانهای وارد کننده گندم مانند استان تهران و البرز به گونه ای انجام شود که تولید کنندگان بتوانند از حد مطلوبی از کیفیت گندم تولیدی در کشور برخوردار باشند .

اگر می خواهیم در بازارهای جهانی حضور مستمر داشته باشیم باید جدول پاکی خرید گندم تضمینی از کشاورزان به صورت جدی اصلاح و سیاست فروش گندم برای آرد صادراتی تداوم یابد . به طور قطع تولید کنندگان باید از ثبات سیاستگذاری ها و برنامه ریزی های صادراتی در کشور اطمینان داشته باشند و طبیعی است که عدم اطمینان تولید کننده، مصرف کننده و مشتریان صادراتی را نیز با تردید مواجه می کند .

بهزاد معمارزاده مدیرعامل شرکت آرد اتحاد و عضو هیات مدیره انجمن سراسری آرد ایران، معتقد است ممنوعیت واردات گندم خوراکی و عدم اختلاط مناسب گندمهای تولیدی در کشور موجب شده تا تولیدکنندگان و مصرف کنندگان همیشه با مشکل کیفیت و عدم یکنواختی آرد مواجه شوند .

معمارزاده می گوید کارخانه آرد اتحاد کرج معتبرترین برند آرد ایرانی موجود در کشور عراق بوده و بزرگترین کشور هدف صادراتی آرد تولیدی این کارخانه نیز کشور عراق است . او مهمترین شرط برای حضور در بازارهای صادراتی را تداوم سیاست گذاری های صادراتی دولت می داند .

در گفت و گویی کوتاه شرایط صادرات و تولید آرد را با وی در میان گذاشتیم .

● کارخانه آرد اتحاد از چه سالی فعالیت خود را آغاز کرده و چه میزان تولید دارد؟

شرکت آرد اتحاد کرج مجموعه ای مدرن برای تولید آرد در کشور است که از سال ۱۳۸۰ فعالیت خود را با استفاده از تکنولوژی شرکت سوپسی بولرآغاز و از سال ۱۳۸۵ وارد بازارهای صادراتی شد . بازار صادراتی این کارخانه بیشتر کشورهای عراق و افغانستان است و باتوجه به سیاست های جدید دولت در خصوص تامین گندم برای صادرات آرد، کارخانجات مختلف از جمله کارخانه آرد اتحاد تلاش های جدیدی را از سال گذشته آغاز کرده اند و هر روز در حال پیشرفت های جدیدی هستند.

حدود ۶۰ نفر نیروی انسانی در آن به کار مشغول هستند و ظرفیت تولید ما ۵۰۰ تن آرد در روز بوده و معروفترین برند آرد موجود در کشور عراق برند آرد اتحاد است و عراق مهمترین کشور هدف صادراتی ما در سالهای اخیر بوده است.

● آیا واردات آرد نیز به کشور انجام می شود ؟ با توجه به ظرفیت و توان بالای تولید آرد در ایران واردات آرد به کشور صورت نمیگیرد و ورود گندم به کشور نیز ممنوع است و مجوزی برای واردات ارایه نمی شود .

اگر سیاست های صادراتی ادامه یابد و تجار عراقی و تولید کنندگان



لبنی‌دوئننه‌آمل  
DOOSHEH DAIRY Co.

## پنیر خامه‌ای کاکائویی

هیجان صبحانه ای پر از انرژی ارمغان پنیر کاکائویی هر از برای فرزندان عزیزتان می باشد، این محصول سرشار از کلسیم، آهن، روی، مس و پتاسیم می باشد تئوبرومین موجود در کاکائو به تقویت سیستم عصبی کمک مینماید. پیشنهاد هر از استفاده از این محصول در تیرامیسو، چیزکیک و انواع شیرینی ها می باشد

لبنی‌دوئننه‌آمل



Child Foundation  
حامی بنیاد کودک



برگزیده صنعت سبز کشور



حامی حقوق مصرف کننده

ایران، آمل شهرک صنعتی تلفن: ۰۳-۰۳۶۹۰۳۴۲۰-۱۱

تلفن ارتباط با مشتریان: ۰۵-۰۳۲۰۳۲۰۴۴۲۰-۱۱

[www.harazdairy.com](http://www.harazdairy.com)

Instagram: harazdairy

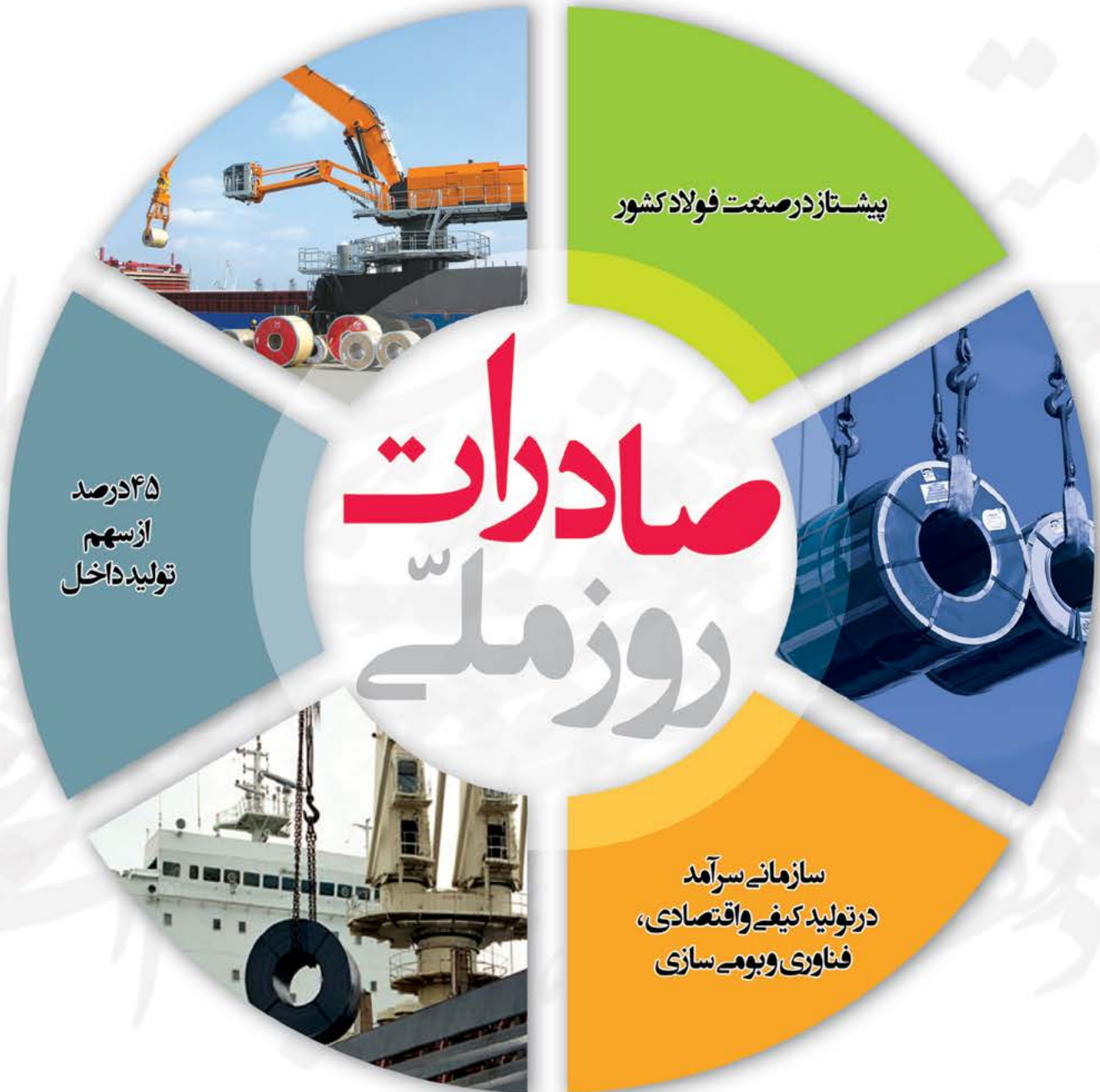








گروه فولاد مبارکه



Mobarakeh Steel Group  
[www.msc.ir](http://www.msc.ir)