مدرس خیابانی خبرداد: میزهای تخصصی صادراتی برای خرما، پسته، زعفران، فرش و خشکبار

قائم مقام وزیر صمت در امور بازرگانی گفت: برای رسیدن به اهداف صادراتی باید صادرات مواد اولیه به صادرات محصول نهایی با ارزش افزوده بالاتر تبدیل بشود که راهبرد آن تنوع‌سازی در سه حوزه کالایی، کشوری و بنگاهی است.

به گزارش صنعت غذا و کشاورزی به نقل از شاتا، حسین مدرس خیابانی با تاکید بر ضرورت توجه به توسعه صادرات غیرنفتی در شرایط جنگ اقتصادی گفت: در شرایط جنگ اقتصادی، تولیدکنندگان سربازان خط مقدم جبهه بوده و صادرکنندگان به عنوان خط‌شکنان، به نوعی بار حفظ اشتغال و استفاده از ظرفیت خالی واحدهای تولیدی، بر دوش صادرکنندگان است؛ بنابراین باید تمام توجه خود را برای رفع موانع صادراتی و تسهیل امور برای صادرکنندگان معطوف کرد.

قائم‌مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت افزود: ضرورت توسعه صادرات غیرنفتی از چند منظر قابل بررسی است، به این معنا که بخش عمده‌ای از اتکای کشور به منظور تامین نیازهای ارزی، به صادرات است و این موضوع، بر هیچ کس پوشیده نیست؛ بنابراین امروز صادرات به یکی از مباحث مهم و راهبردی برای کشور تبدیل شده که در عین حال، به دلیل

کاهش سطح فروش نفت و درآمدهای نفتی، یک الزام نیز به شمار می‌رود.

تفاوت چشمگیر ارزش کالاهای صادراتی و وارداتی

وی تصریح کرد: بر این اساس، حدود هشت ماه است که اقتصاد ایران از یک اقتصاد تک‌محصولی، به صادرکننده‌ای با سبد متنوعی از کالاها تبدیل شده که به همین دلیل، صادرات جزو یکی از اولویت‌های مهم کشور است. این در حالی است که هدف اصلی وزارت صنعت، معدن و تجارت در این راستا، افزایش حجم صادرات و نیز ارتقای میانگین ارزش کالاهای صادراتی است؛ به این معنا که علیرغم اینکه میانگین ارزش کالاهای صادراتی ایران ۴۰۰ دلار در هر تن است، اما در مقابل میانگین ارزش کالاهای وارداتی کشور به ۱۲۰۰ دلار در هر تن می‌رسد.

مدرس خیابانی ادامه داد: مفهوم این تفاوت در میانگین ارزش کالاهای صادراتی و وارداتی آن است که مسیر اشتباه ترسیم شده است؛ به این معنا که به جای اینکه مواد اولیه و واسطه وارد کرده و محصول نهایی و با ارزش افزوده بالا صادر کنیم، مواد اولیه خود را صادر کرده و محصول نهایی وارد کشور می‌نماییم. بر این اساس است که هدف اصلی، افزایش حجم صادرات و بالا بردن میانگین ارزش کالاهای صادراتی است.

وی اظهار داشت: بالا رفتن میانگین ارزش کالاهای صادراتی کشور از طریق تبدیل صادرات مواد اولیه به محصول نهایی با ارزش افزوده بالا صورت خواهد گرفت. در حوزه اهداف ترسیم شده، بر اساس راهبرد متنوع سازی در حوزه صادرات در سه حوزه کالایی، کشوری و بنگاهی دنبال کند.

متنوع سازی کالاها و کشورهای هدف صادراتی

قائم‌مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت خاطرنشان کرد: نکته حائز اهمیت آن است که هم اکنون کشور تنها صادرکننده تعداد محدودی از کالاها به تعداد محدودی از بازارها است که بر این اساس، تلاش شده تا علاوه بر اینکه تمرکز صادرات را از چند کشور محدود برداریم، تعداد کالاهای صادراتی را متنوع کرده و در کنار آن، متنوع‌سازی تعداد بنگاههای صادرکننده را نیز در پی داشته باشیم؛ چراکه در این بخش نیز ضعف‌هایی وجود دارد و تعداد بنگاههایی که حجم عمده‌ای از صادرات کشور را انجام می‌دهند، بسیار محدود است. البته یکپارچگی در صادرات و واردات باید ترویج شود؛ لیکن تسری صادرات به واحدهای کوچک و متوسط از جمله صنوف تولیدی، بر این اساس در دستور کار

است.

وی افزود: وزارت صنعت، معدن و تجارت در راستای این راهبردها، چند برنامه را تدوین کرده که مطابق با آن، به لحاظ کشوری مهمترین برنامه را بر این گذاشته تا صادرات را به ۱۵ کشور هدف صادراتی مهم که عمده آنها همسایگان ما هستند، گسترش دهد؛ چراکه در حوزه کشورهای همسایه، بازار صادراتی ۱۲۰۰ میلیارد دلاری قرار دارد که ما تنها ۲۴ میلیارد دلار بوده که حجم دو درصدی را از این بازار در برمی‌گیرد؛ از سوی دیگر، برآوردهای سازمان توسعه تجارت ایران حکایت از آن دارد که پتانسیل صادرات ۱۰۰ میلیارد دلاری به این کشورها وجود دارد.

هدفگذاری برای صادرات ۴۸ میلیارد دلاری به کشورهای همسایه

مدرس خیابانی، از هدفگذاری سازمان توسعه تجارت ایران برای رسیدن به صادرات ۴۸ میلیارد دلاری به کشورهای همسایه تا سال ۱۴۰۰ خبر داد و گفت: بر این اساس سهم ما از واردات کشورهای همسایه، از ۲ درصد به ۴ درصد ظرف دو سال آینده خواهد رسید. اما برای اجرای آن، این سازمان هدفگذاری کالایی را ترسیم کرده که بر اساس آن، مطالعات بر این متمرکز شده تا کالاهای صادراتی که هم اکنون به این کشورها روانه می‌شود، رصد شده و میزان پتانسیل مرتبط با صادرات آن نیز احصاء شود.

وی اظهار داشت: بر این اساس، هدفگذاری استانی نیز در این رابطه صورت گرفته تا در راستای دسترسی به اهداف ترسیم شده، تمامی استان‌ها مشخصا بدانند که در چه حوزه کالایی و کشوری باید وارد شده و برنامه‌های خود را ترسیم و پیاده‌سازی نمایند.

این مقام مسئول در وزارت صنعت، معدن و تجارت خاطرنشان کرد: در این راستا تفاهم‌نامه‌های تجاری نیز به کمک خواهند آمد، چراکه با برخی از کشورهای هدف صادراتی، تفاهم‌نامه تجاری وجود داشته و با بخشی دیگر پیمان‌های اقتصادی و اشتراکات فرهنگی و سیاسی وجود دارد؛ ضمن اینکه به لحاظ ژئوپلتیک نیز برخی از این کشورها با ما دارای طرح‌های مشترک هستند که بر اساس آنها، شیوه همکاری‌ها و گسترش ارتباطات را ترسیم خواهیم کرد.

مدرس خیابانی با بیان اینکه در کنار ۱۵ کشور، برش کشوری دیگری به نام «توسعه صادرات به کشورهای اوراسیا» ترسیم شده است، گفت: توافق‌نامه تجاری با اتحادیه اوراسیا منعقد شده تا در ۵ کشور

روسیه، بلاروس، قزاقستان، قرقیزستان و ارمنستان صادرات خود را گسترش دهیم؛ بنابراین در کنار ۱۵ کشور همسایه، افزایش تجارت در این ۵ کشور نیز مدنظر قرار گرفته و برای آن برنامه‌ریزی شده است.

افزایش رایزنان بازرگانی از ۵ به ۱۵ رایزن در کشورهای همسایه

وی ادامه داد: این کشورها ۹۰۰ میلیارد دلار واردات از دنیا دارند که هم اکنون صادرات ما به آنها، تنها ۲.۷ میلیارد دلار است؛ بنابراین برنامه‌ریزی شده تا در مدت زمان کوتاهی و از محل پشتیبانی‌های این توافق‌نامه تجاری، این میزان را به دو برابر افزایش دهیم. در حال حاضر سازمان توسعه تجارت در کشورهای همسایه، میزهای کشوری را فعال کرده و تعداد رایزنان بازرگانی در کشورهای هدف صادراتی را از ۵ کشور به ۱۵ کشور همسایه افزایش خواهد داد.

مدرس خیابانی گفت: در عین حال دفتر دائمی اوراسیا نیز در سازمان توسعه تجارت تشکیل شده است. در کنار این کشورهای دیگری همچون چین و هند نیز فعال شده‌اند؛ البته باید توجه داشت که مفهوم تمرکز بر روی ۱۵ کشور همسایه به علاوه چین و هند آن نیست که ما از کشورهای شرق آفریقا، شرق آسیا و آسیای میانه را فراموش کنیم، اما تمرکز ما بر این کشورهای همسایه و اوراسیا است.

وی اظهار داشت: در کنار این، علاوه بر سازمان توسعه تجارت ایران، شرکت سهامی نمایشگاههای بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران و صندوق ضمانت صادرات ایران نیز باید از این برنامه پشتیبانی کرده و در این حوزه تمرکز نمایند. ضمن اینکه بانک توسعه صادرات نیز باید در این رابطه یاری‌رسان صادرکنندگان باشد.

ایجاد میز صنوف صادراتی در سازمان توسعه تجارت

مدرس خیابانی از طراحی برش کالایی در برنامه‌های مذکور خبر داد و خاطرنشان کرد: میز صنوف صادراتی تولیدی در سازمان توسعه تجارت ایران تشکیل شده تا به موازات توسعه صادرات کالاهای صنعتی، صادرات کالاهای تولیدی صنوف را نیز گسترش دهیم که بر این اساس، صادرات صنوف در گرایش‌های مختلف از جمله مبلمان، کیف و کفش و پوشاک توسعه خواهد یافت و با اتحادیه‌های مربوطه نیز هماهنگی های لازم به عمل خواهد آمد.

وی اظهار داشت: در عین حال تفاهم نامه ای نیز با سازمان ملی استاندارد ایران منعقد شده تا در کنار تفاهم‌نامه های تجاری،

موافقت‌نامه‌های استاندارد نیز با کشورها منعقد یا اجرایی شود؛ این در حالی است که مشخصا با ۵۰ کشور تفاهم نامه استاندارد وجود دارد که بر اساس آن، صادرکنندگان این توانایی را دارند تا در حوزه صادرات خود به این ۵۰ کشور، گواهی انطباق استاندارد کالاهای صادراتی خود را با سهولت دریافت نمایند.

مدرس خیابانی گفت: پاشنه آشیل کار سازمان توسعه تجارت ایران این است که این آمار، اطلاعات، تفاهم‌نامه ها و تسهیلات باید در اختیار تجار قرار گیرد؛ چراکه این تجار در اتاق‌های بازرگانی، انجمن‌های تخصصی، اتاق‌های تعاون و اتحادیه‌های تولیدی و صادراتی هستند که به عنوان ذی‌نفعان باید از این خدمات آگاه شده و بهره‌برداری نمایند تا برآیند کار در توسعه صادرات کشور نمودار شود.

تخفیف ویژه شرکت سهامی نمایشگاهها برای حضور تشکل‌ها در نمایشگاههای تخصصی

وی افزود: در این میان به منظور یکپارچگی و ترویج سیاست یکپارچه سازی و تشکل محور در حوزه صادرات، قرار بر این است که شرکت سهامی نمایشگاههای بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، تخفیف‌های ویژه‌ای را به تشکل‌ها برای حضور در نمایشگاهها ارایه دهد، به این معنا که هر فردی که به صورت انفرادی در نمایشگاهها شرکت می‌کند، یک تعرفه بپردازد و فردی که در قالب تشکل مربوطه حضور می‌یابد با یک تعرفه دارای تخفیف مناسب در نمایشگاه حاضر شود. علاوه بر آن نمایشگاهها موظف هستند سهم قابل توجهی برای غرف دانش بنیان اختصاص دهند.

مدرس خیابانی ادامه داد: تفاهم نامه ای نیز با شرکت شهرکهای صنعتی برگزار شده تا به تناسب توسعه زیرساختهای تولیدی و صنعتی، زیرساختهای تجاری را نیز شکل دهد؛ به این معنا که در شهرک‌های صنعتی فروشگاه محصولات صنعتی، نمایشگاه، واحد آموزش و خدمات بازاریابی مستقر شده و به ارایه خدمات به فعالان صنعتی و تولیدکنندگان بپردازد. همچنین قرار بر این است که این واحدهای مستقر در شهرک‌های صنعتی، به واحدهای تولیدی خدمات حقوقی و قراردادها، ترویج برند مناسبی هم ارایه دهند، چراکه بسیاری از گرفتاری‌های واحدهای تولیدی، مشکلات حقوقی و قراردادی است.

وی افزود: به تناسب توسعه‌هایی که در حوزه تولید محصولات صادراتی صورت گرفته است، باید بتوان بازاریابی مربوطه را صورت داد و بازارگشایی در کشورهای هدف صادراتی را مدنظر قرار داد؛ اما این

اقدامات نیاز به یاری و همراهی شهرکهای صنعتی با تولیدکنندگان و صادرکنندگان دارد.

میزهای تخصصی صادراتی برای خرما، پسته، زعفران، فرش و خشکبار

مدرس خیابانی با بیان اینکه هر هفته قرار بر این است که معاون امور کالایی سازمان توسعه تجارت، یکی از گروههای کالایی صادرات محور را جمع کرده و با آنها مسائل و مشکلات را حل کند؛ گفت: شرکت سهامی نمایشگاههای بین المللی جمهوری اسلامی ایران نیز مکلف شده تا گروههای کالایی صادراتی را پشتیبانی نماید.

وی افزود: با توجه به اینکه بخش عمده‌ای از کالاهای صادراتی ایران واردات محور است و باید نهاده‌ها و تجهیزات مورد نیاز برای تولید این کالاها، تامین شود تا بتوان آنها را تولید و صادر کرد، مشاهده می‌شود که جهش صادرات به صورت خطی با نرخ ارز وابستگی ندارد، چراکه بخشی از کندی رشد صادرات، ناشی از گران شدن نهاده های وارداتی تولید است. به همین خاطر، به صورت ویژه برای حمایت از صادرات محصولات سنتی همچون کالایی زعفران، پسته، خرما، فرش و خشکبار که ارزبری نداشته و کاملا تولید داخلی هستند، میز کالایی ویژه برای آنها تشکیل شود.

تفویض برگزاری میزهای کالایی و کشوری به استانها

مدرس خیابانی گفت: در عین حال، تفویض میزهای کالایی و کشوری به استانها نیز در دستور کار قرار گرفته است که بر اساس آن، مصوبات میزهای کالایی و کشوری استانها، با ابلاغ وزیر صنعت، معدن و تجارت اعلام خواهد شد تا برای همه لازم‌الاجرا باشد. در هفته جاری نیز مصوبات میز خرمای بوشهر نیز ابلاغ خواهد شد.

وی افزود: اما کاری که در این میان به منظور تقویت میزهای کالایی باید صورت بگیرد، آن است که میزهای کالایی به صورت سه ساله به استانها واگذار شود تا آنها بتوانند قدرت تصمیم‌گیری و فرصت اجرا داشته باشند؛ این در حالی است که هم اکنون این میزها به صورت یکساله واگذار می‌شود و تا زمانی که نتیجه جلسات آن به ثمر بنشیند، باید مسئولیت میز را به استان دیگری واگذار نمایند؛ پس میزهای کالایی به صورت سه ساله باید واگذار کنند.

تمام استانها و نهادهای دست اندرکار، حمایت پرقدرت از صادرات را انجام دهند

قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت عمده تماس تجاری ایران با کشور عمان را استان هرمزگان دانست و تصریح کرد: بر این اساس میزهای کشوری باید به استان مربوطه واگذار شوند که نمونه آن نیز سپردن مسئولیت میزهای کشوری اوراسیا به استان‌های شمالی و آن دسته از استانهایی که کالاهای تولیدی آنها قابلیت صادرات به کشورهای اوراسیا را دارد، است تا بتوان کار را به نحو بهتری پیش برد. این موضوع هم به زودی ابلاغ خواهد شد.

مدرس خیابانی معتقد است که اگر قرار است صادرات شکل بگیرد، دغدغه صادرات نباید صرفا به ستاد وزارتخانه محدود شود، بلکه باید همه استانها و نهادها درگیر شده و کار را با قدرت و قوت پیش ببرند. راه اندازی استانها در حمایت و پشتیبانی از صادرات فوق‌العاده حائز اهمیت است که بر این اساس، قرار بر این است که در هماهنگی با سازمان اداری و استخدامی، شرایطی را فراهم کنیم که سازمان های صنعت، معدن و تجارت هر استان، یک معاونت تجارت خارجی داشته باشد تا کار را به شکل متمرکزتری پیش برد.

درخواست از معاون اول رئیس جمهور برای تشکیل ستاد عملیاتی توسعه صادرات

وی افزود: به تناسب کاری که در حوزه بازرگانی داخلی در حال انجام بوده و در قالب یک ستاد عملیاتی، موضوعات مرتبط با تنظیم بازار داخلی به صورت هفتگی رصد شده و اولویت‌بندی می‌گردد در حال تدارک کارگروه توسعه صادرات و ستاد عملیاتی مرتبط با آن، هستیم تا با توجه به اصل ۱۲۷ قانون اساسی، اختیار در این حوزه به وزیر صنعت، معدن و تجارت تفویض شود و شورای عالی صادرات تنها راجع به مسائل کلان تصمیم گیری کرده و در عین حال، کارگروه توسعه صادرات به صورت اجرایی و عملیاتی و در قالب جلسات هفتگی، مسائل و مشکلات مبتلا به صادرات را مورد بحث قرار داده و در مورد آن تصمیم گیری شود.

مدرس خیابانی در خصوص بازگشت مالیات بر ارزش افزوده صادرکنندگان نیز گفت: تاکید وزارت صنعت، معدن و تجارت آن است که باید تفاوتی در رفتارها و سیاست های تجاری بین صادرکنندگان شناسنامه دار و اولویت‌دار و برتر خود با سایر صادرکنندگان باشد، بنابراین تلاش داریم به طور مثال، در حوزه بازگشت مالیات بر ارزش افزوده صادرات، برای این دسته از صادرکنندگان بر اساس مر قانون، مالیات بر ارزش افزوده صادرات را حداکثر ظرف یکماه، مسترد نماییم.

وی افزود: اکنون سازمان امور مالیاتی و بانک مرکزی مالیات بر ارزش افزوده را با تاخیر برمی گردانند، به خصوص اینکه اکنون که کشور به ارز صادرکنندگان نیاز دارد، باید حمایت همه جانبه از بنیه نقدینگی صادرکنندگان صورت گیرد و مسائل و مشکلات صادرات حل و فصل شود؛ به نحوی که سازمان توسعه تجارت ایران، به خانه صادرکنندگان کشور تبدیل شده و مسائل و مشکلات آن را به سرعت حل نماید.

مدرس خیابانی گفت: سازمان توسعه تجارت ایران باید خانه صادرات را شکل داده و در بخش کالایی، کشوری و موضوعی، مسائل و مشکلات مبتلابه را مانند خانه صنعت و معدن حل کند.

سرویس خبری: صنعت غذا