

یادداشت/ صادرات غیرنفتی شناخت می‌خواهد و شعور، نه شعار به قلم کیومرث کرمانشاهی



مقدمه :

اقتصاد دانان کشور طی دهه های اخیر و پس از سال ۵۷ در حوزه تجارت شاهد استراتژی خودکفایی در دوران جنگ و پس از آن جایگزینی واردات بوده اند و سپس به این نتیجه رسیدند که بهترین راهبرد توسعه صادرات بویژه توسعه صادرات غیر نفتی است.

متأسفانه اقتصاد تک محصولی و توجه به نفت کشور را از این راهبرد استراتژیک محروم ساخته و هربار که قیمت نفت در بازارهای جهانی اوج گرفت بعلت درآمدهای نفتی ، صادرات غیر نفتی به بوتۀ فراموشی سپرده شد و هر بار قیمت نفت کاهشی شد توجه به صادرات غیرنفتی جدی تر ...

تحریم ها خصوصاً " تحریم نفتی نشان داد که نفت کالای سیاسی و غیر قابل اتکاء بعنوان درآمدی مستمر و ثابت است و بالاخره این منبع ملی روزی پایان خواهد یافت.

صادرات نفتی "نعمت " خدادادی است و صادرات غیر نفتی "همت " و دسترنج عالی کارآفرینان و اهالی کسب و کار است.

نفت متعلق به نسل آینده هم هست و توسعه میادین و صادرات آن لازمه داشتن برنامه ای مدون و راهبردی .

درآمد حاصل از نفت بایستی خرج زیر ساختهای کشور شود. بخشی از آن (۱۴ درصد) متعلق به نسل آتی است و توسط صندوق توسعه ملی کشور اداره و سرمایه گذاری میشود.

ضروری است کشور با درآمد حاصل از صادرات غیر نفتی اداره شود. یعنی ارز مورد نیاز کشور جهت واردات از طریق درآمد های صادرات غیر نفتی تامین شود و درآمدهای نفتی باید خرج زیر ساختهای کشور شود.

تراز تجاری غیرنفتی بایستی مثبت باشد و صادرات نسبت به واردات تفوق داشته باشد و صادرات غیرنفتی از واردات کشور پیشی بگیرد...

گذشته و وضعیت موجود صادرات غیر نفتی ایران:

صادرات غیرنفتی از حدود ۵۰۰ میلیون دلار در سال ۱۳۵۷ همواره افزایشی و در اوج خود به حدود ۴۹/۵ میلیارد دلار در سال ۱۳۹۳ رسید و در دهه نود برای اولین بار کاهشی شد و در سال ۱۳۹۸ به پائین ترین میزان خود از سال ۹۳ به بعد یعنی به ۳۴/۲ میلیارد \$ رسید و دوباره در سال ۱۳۹۹ با اندکی رشد مواجه و به ۳۵ میلیارد بالغ شد و در سال ۱۴۰۰ با توجه به رشد نرخ ارز به ۴۸/۴ میلیارد دلار جهش یافته و با افزایش مواجه گردید و انتظار می رود امسال به حدود ۵۳ میلیارد دلار برسد که این رقم بالاترین میزان صادرات غیرنفتی در دهه های گذشته است.

چه باید کرد؟ راهکار :

توسعه اتفاقی صورت نمی گیرد و نیازمند طرح و برنامه و توجه به نقاط قوت ، ضعف ها ، فرصت ها و تهدید ها "SWOT" دارد.

ورود به بازار رقابتی هدف سخت و حفظ و استمرار حضور بمراتب سخت تر است. ترک بازار بمعنی برگشت در فرصت دلخواه نیست ، چرا که بازارها صاحب دارد و هیچ رقیبی براحتی بازار را در اختیار ما نخواهد گذاشت و بازگشت دوباره به بازار رقابتی دشوارتر از ورود

به بازار هدف است.

توضیح اینکه آمار کالا طبق اظهارنامه های صادراتی توسط گمرک و آمار خدمات توسط بانک مرکزی ایران اعلام میگردد. البته طی دهه ۹۰ آمار خدمات توسط بانک مرکزی اعلام نمی گردد که احتمالا" دلیل آن کاهش در بخش های مختلف و متنوع خدمات و صادرات خدمات است. بطور مثال صادرات خدمات فنی مهندسی از حدود ۵ میلیارد دلار در سال ۹۰ به حدود ۵۰۰ میلیون دلار در سال ۱۴۰۱ کاهش یافته است.

رقبا جدی و به آسانی بازار رقابتی را ترک نخواهند نمود و خریداران خارجی هر کالا و خدمات تولیدی را از ما نخواهند پذیرفت. بعبارت دیگر اینگونه نیست که مازاد تولید با هر مشخصاتی در بازار خارجی خریدار داشته باشد.

-امروزه بازاریابی صادراتی مقدم بر تولید است یعنی متناسب با نیاز بازار هدف بایستی کالا و خدمت تولید و طراحی و به بازار ارائه شود.

تحریم ها خصوصا" تحریم نفتی نشان داد که نفت کالای سیاسی است و توسعه صادرات این طلای سیاه تمام شدنی ؛ قابل اتکاء نیست.

۲۴ بند سیاستهای اقتصاد مقاومتی که با رویکرد توسعه صادرات غیر نفتی مطرح شده بود ، نیز در حد حرف و شعار باقی ماند و بحث طرح آمایش سرزمین یعنی توجه به مزیت های استانی و داشته های منطقه ای ، تکمیل حلقه های مفقوده کالا و خدمات مزیت دار در هر استان نیز به همین سرنوشت یعنی شعار زدگی و فراموشی دچار شد و اقدامی جدی در این راستا صورت نگرفت.

صادرات غیرنفتی موتور محرک اقتصاد کشور است و نیازمند طرح ویژه راهبردی و هماهنگی توسط دستگاه متولی یعنی سازمان توسعه تجارت ایران است و با توجه به مقوله فرابخشی بودن و دخیل بودن حدود ۳۰ دستگاه در سرنوشت آن توجه ، هماهنگی ، تقسیم کار ملی و تعیین وظیفه هر دستگاه اهمیت فراوان و مهمی در سرنوشت توسعه صادرات غیر نفتی دارد.

برای حصول این امر کافی بدانیم کشورهای توسعه یافته خصوصا" کشورهای منطقه ، همسایه و همچنین کشورهای آسیای جنوب شرقی برای این منظور چه کرده اند و با بومی سازی ، الگوی مناسب و عملیاتی داشته باشیم.

توسعه صادرات متولی واحد و هماهنگ کننده و تقسیم کننده کار ملی می خواهد.

توجه به طرح آمایش سرزمین ، مزیت های منطقه ای ، توجه به زنجیره ارزش کالا و خدمات مزیت دار و تکمیل حلقه های مفقوده آنان ، فاصله گرفتن از خام فروشی ، ایجاد ارزش افزوده و در نهایت رشد تولید با ثبات و جلوگیری از تصمیمات خلق الساعه است.

دولت سیاستگذار و بخش خصوصی تصدیگر است و هیچگونه سیاستگذاری بدون اخذ توجه و نظر بخش خصوصی واقعی مثمر ثمر نخواهد بود.

دولت به تجربه نشان داده که بنگاهدار خوبی نیست و سهم بخش خصوصی طبق قانون و سیاستهای اصل ۴۴ قانون اساسی بایستی افزایش یابد.

کشور نیازمند توجه به بخش خصوصی و تقویت این بخش مهم است و توسعه اقتصادی با صدور دستور امکانپذیر نیست.

بجز شرکتهای دولتی ؛ شرکتهای بخش خصوصی اکثرا " کوچک و متوسط " SME " هستند و عموما " خانوادگی و جهت افزایش سهم صادرات در بازار جهانی نیازمند بزرگ شدن و داشتن شرکتهای بزرگ صادراتی " " EMC " هستند.

لازمه توسعه صادرات غیر نفتی داشتن برنامه راهبردی است واینکه بدانیم کجا هستیم ، قرار است چگونه به اهداف توسعه ای برسیم .

امید است اقدامات خوب اخیر در توسعه روابط سیاسی با کشورهای منطقه و تنش زدایی در روابط خارجی به توسعه روابط تجاری با کشورهای مختلف جهان و در نتیجه کاهش تحریم ها و ایجاد روابط بانکی شود که در نهایت منجر به کاهش هزینه های تجارت و رقابتی شدن کالا و خدمات تجاری خواهد شد.

برای رسیدن به اهداف توسعه ای باید با توجه به جمعیت کشور که معادل یک درصد جمعیت جهانی است یک درصد از صادرات دنیا را از آن خود نمائیم یعنی مثل کشور همسایه ترکیه که جمعیتی معادل ایران دارد و وسعت آن کمتر از نصف کشورمان است صادراتی معادل یعنی ۵ برابر میزان صادرات امروزمان و رقمی بالغ بر ۲۵۰ میلیارد دلار صادرات داشته باشیم.

عوامل شفافیت ، رانت زدایی ، رشد تولید و صادرات غیر نفتی از جمله عوامل مهار تورم و رشد اقتصادی است..

شعار سال " رشد تولید و مهار تورم " است و آنچه می تواند این شعار را محقق نماید توسعه صادرات غیرنفتی است.

صادرات شناخت می خواهد و نه شعار .

به امید آروز

کیومرث فتح اله کرمانشاهی

عضو اتاق بازرگانی ایران

و معاون کل اسبق سازمان توسعه تجارت ایران