



سرمقاله

صادرات؛ نسخه نجات تولید و اقتصاد کشور

مراسم سالروز ملی صادرات امسال نیز در روز بیست و نهم مهرماه با حضور مسولین دولتی و فعالین اقتصادی و صنعتی کشور و صادر کنندگان برتر کشور در محل سالن اجلاس سران برگزار شد و اگر چه مراسم امسال با استقبال کمتری نسبت به سالهای گذشته برگزار شد اما عدم حضور مقام محترم ریاست جمهوری در این مراسم همچون بسیاری از دوره‌های گذشته موضوع بحث و اظهار نظرهای صاحب نظران بخش خصوصی بود. در مراسم امسال که گزارش مبسوط آن را در این شماره از نساجی امروز خواهید خواند؛ دکتر اسحاق جهانگیری - معاون اول رئیس جمهور -، دکتر شریعتمداری - وزیر صنعت، معدن و تجارت -، مهندس غلامحسین شافعی - رئیس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی ایران - و مهندس مجتبی خسروتاج - رییس مرکز توسعه تجارت - سخنرانی‌های مفصلی را ارائه فرمودند و از اهمیت صادرات و لزوم توجه بیشتر تولید کنندگان داخلی به موضوع صادرات سخن گفتند اما آنچه در این مجال کوتاه می‌توان به آن اشاره نمود؛ لزوم اصلاح بسترهای اقتصادی و تجاری در توسعه صادرات در کشور است که متأسفانه در طول سال‌های اخیر مورد غفلت واقع گردیده است. عدم وجود استراتژی مشخص در تعیین و واقعی سازی نرخ ارز یکی از مهم‌ترین علل غیر اقتصادی بودن و غیر رقابتی بودن کالای تولید داخل است که نه تنها امکان رقابت در بازارهای جهانی را از تولید کنندگان داخلی سلب نموده است بلکه موجب شده کفه تراز تجاری کشور به سمت واردات محصولات و کالاهایی بچرخد که تولید مشابه داخلی دارند و صرفاً به دلیل قیمت ارزان تر نسبت به تولیدات مشابه داخلی بازارها را به خود اختصاص دهند.

نگاهی اجمالی به بازارهای هدف صادراتی کشور در طول سال‌های گذشته بیانگر این واقعیت است که بخش اعظمی از کالاهای صادراتی ما به کشورهای همسایه نظیر عراق و پاکستان و افغانستان صادر می‌گردد که به دلایل مختلفی از جمله مرادوات سیاسی و فرهنگی و ویژگی‌های خاص این بازارها است و با تحلیل میزان صادرات کشور در دهه‌های گذشته و تفکیک صادرات صنعتی از صادرات نفتی و مشتقات نفتی به سادگی می‌توان استنباط نمود که متأسفانه هنوز هم علیرغم نشست‌ها و برنامه‌ریزی‌های گسترده در تولید کالاهای صادراتی با ارزش افزوده بالا و کیفیت رقابتی ناموفق بوده‌ایم و چون دهه‌های گذشته بخش قابل ملاحظه‌ای از صادرات کشور وابسته به خام فروشی اختصاص دارد. بدون تردید حضور در بازارهای بین‌المللی نیازمند برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری و حمایت روشن و دقیق دولت از واحدهای تولیدی و کمک به کاهش قیمت تمام شده این واحدها از طریق ایجاد تسهیلات ارزان قیمت و برقراری مشوق‌های مناسب‌تر و همچنین بستر سازی سیاسی و اقتصادی در پذیرش کالای ایرانی در بازارهای بین‌المللی است و تا زمانی که رایزنان اقتصادی و سفیران سیاسی ما در اقصی نقاط دنیا به این مهم نپردازند نخواهیم توانست گام مهمی در این راستا برداریم. تجربه موفق کشورهای چینی و چین و .. در توسعه صادرات و تسخیر بازارهای جهانی بیانگر نوعی هم‌پوشانی بین بخش دولتی و بخش خصوصی است که باید هر چه سریعتر ما نیز در این مسیر گام برداریم. البته در کنار انتظاراتی که از بخش دولت در توسعه بازارهای صادراتی مطرح است بخش خصوصی نیز باید با بازنگری سیاست‌های تولید و بازرگانی خود، ساز و کارهای مناسبی را برای تولید کالاهای صادرات محور در دستور کار قرار دهد.

اگر چه صادرات در شرایط رکود فعلی نسخه نجات تولید و اقتصاد کشور محسوب می‌شود ولی متأسفانه اغلب تولیدات داخلی ما قابلیت رقابت با محصولات مشابه خارجی در زمینه قیمت، کیفیت، بسته بندی، تنوع و ... را ندارند و بسیاری از شرکت‌های داخلی ما فاقد ساختارها و بسترهای مناسب برای بازاریابی بین‌المللی می‌باشند به طوری که حتی برخی از صادر کنندگان برتر ما نیز صادرات خود را از طریق واسطه‌ها و شرکت‌های واسطه‌ای انجام می‌دهند و خود فاقد دفاتر مستقل بازاریابی و مهارت‌های مرتبط با این موضوع می‌باشند. در حالی که کشورهای رقیب با تأسیس دفاتر بازرگانی و تجاری در بازارهای هدف به موضوع بازاریابی بین‌الملل و توسعه بازارهای صادراتی خود بطور جدی تری توجه می‌نمایند و بدون تردید حضور در بازارهای بزرگ و با کیفیتی مانند بازارهای اروپا و تولید کالاهای کیفی با ارزش افزوده مناسب نیازمند همت و عزم جدی دولت و بخش خصوصی است که با روند فعلی و مسائل و مشکلات متعدد تولید در داخل کشور تحقق آن کمی دور از انتظار به نظر می‌رسد.