

جهش صادرات و چند راهبرد

■ **علیرضا پیمان پاک**
رئیس سازمان توسعه تجارت



یکی از مشکلاتی که سال‌ها در حوزه تجارت خارجی کشور خودنمایی می‌کرد، عدم وجود یک راهبرد کلان و نقشه راه عملیاتی برای توسعه صادرات غیرنفتی و دستیابی به «اقتصاد مستقل از نفت» بود. با توجه به تعریف هدف کلان «صادرات غیرنفتی ۷۰ میلیارد دلاری» از سوی رئیس جمهور محترم، طبیعی است که نیاز به تدوین اسناد بالادستی در حوزه تجاری بیش از پیش احساس می‌شود. در این راستا، یکی از محورهای کلیدی که از ابتدای دولت سیزدهم در دستور کار سازمان توسعه تجارت قرار گرفت، تدوین اسناد راهبردی و عملیاتی بود. بر این اساس، محورهای زیر به‌عنوان راهکارهای اصلی توسعه تجارت خارجی انتخاب شد:

۱ بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت و بازار کشورهای همسایه؛ در همسایگی کشور ما، بازارهای بزرگی مانند عراق، سوریه و کشورهای مشترک‌المنافع وجود دارد که تاکنون بهره کافی از این بازارها نصیب تولیدکنندگان ایرانی نشده است.

۲ توسعه روابط تجاری با کشورهایی که از نظر سیاسی همراهی بیشتری با جمهوری اسلامی ایران دارند؛ علاوه بر کشورهای همسایه، مناطقی مانند شرق آسیا، شبه‌جزیره هند، آفریقا و امریکای جنوبی تاکنون به اندازه مناسب مورد توجه سیاست‌گذاران نبوده‌اند.

۳ تمرکز ویژه بر گروه‌های کلایی با ارزش افزوده بالاتر؛ بررسی آمارهای صادراتی نشان می‌دهد که ارزش هر کیلو صادرات ایران، در حدود یک دلار است؛ حال آنکه این آمار در محصولات با فناوری پیشرفته، بسیار بیشتر است. با توجه به حجم تولیدات با ارزش افزوده بالا و فناوری پیشرفته در کشور، لازم است نگاه ویژه‌ای به توانمندسازی تولیدکنندگان این محصولات برای تجارت خارجی وجود داشته باشد.

همچنین موارد زیر به‌عنوان ابزارهای مهم توسعه تجارت مورد توجه قرار گرفت:

۱ حضور با برنامه‌ریزی منسجم در نمایشگاه‌های تخصصی کشورهای هدف؛ برای حضور در نمایشگاه‌های تخصصی، برنامه‌ریزی مناسب پیش از اعزام شرکت‌ها، رصد اقدامات و مذاکرات شرکت‌ها در جریان برگزاری نمایشگاه و نیز پیگیری تفاهات از جمله اقدامات مهم برای دستیابی به نتایج موردنظر خواهد بود.

۲ توسعه زیرساخت‌های تسهیل تجارت از طریق تأسیس مراکز تجاری حرفه‌ای و هدفمند و نظارت مستمر بر عملکرد آنها؛

۳ توسعه شبکه رایزنان بازرگانی در کشورهای مختلف با توجه به محورها و اولویت‌های منطقه‌ای؛ در طول یک‌سال گذشته، تعداد رایزنان بازرگانی از ۶ به ۱۴ افزایش یافته است و براساس برنامه تا پایان سال شمسی به بیش از ۲۰ نفر نیز خواهد رسید. علاوه بر این، تمرکز بر بازارهای با اولویت صادراتی بالاتر نیز از جمله برنامه‌های تقویت کارایی شبکه رایزنان است.

۴ دعوت از هیأت‌های تجاری خارجی و همتایابی‌های هدفمند با کمک تشکلهای خصوصی؛ در سازکارهای جدید تدوین‌شده در سازمان توسعه تجارت، تشکلهای بویژه‌های اتاق‌های بازرگانی ایران و استان‌ها و نیز اتاق تعاون ایران، نقش بسزایی در شناسایی و تأیید شرکت‌های توانمند برای مذاکره با طرف‌های خارجی را برعهده دارند.

۵ پیگیری جدی برای رفع موانع صادرات در حوزه‌های پولی و بانکی و انتقال ارز؛ حمل و نقل و لجستیک؛ مسائل گمرکی.

۶ توسعه پیمان‌های دوجانبه و چندجانبه تجاری؛

۷ توسعه زیرساخت‌های قانونی و اجرایی عملیات تهاتر.