

بهترین مسیر برای رسیدن به کشورهای حوزه «سی‌آی‌اس» و روسیه باید از ظرفیت‌های ایران استفاده کنند.

درست است که راه‌های دیگری نیز وجود دارد اما اغلب آنها دور و نامن بوده و همچنین بسیار هزینه بالایی برای این کشورها دارند. باید به این امر توجه کنیم که چگونه این فرصت‌ها را تبدیل به یک اقدام مثبت برای توسعه تجارت کشور کنیم. ساماندهی مسائل صادرات کشور نیازمند برنامه‌ریزی و تعریف درست از اقدامات اجرایی است. اگرچه چنین اقداماتی در چند دهه گذشته باید صورت می‌گرفت اما دولت‌های بسیاری با بی‌تفاوتی با آن برخورد کردند.

### برای توسعه صادرات در کشورهای حوزه خزر چه اقداماتی داشته‌اید؟

در حال حاضر رئیس دولت و اعضای آن همگی به صورت یکپارچه هستند تا اقدامات توسعه صادرات به بهترین شکل ممکن صورت پذیرد.

برای کشورهای همسایه از جمله منطقه خزر برنامه‌های جدی در نظر گرفته‌ایم. در توسعه روابط با روسیه یک هیأت که شامل ۷۲ شرکت بود به این کشور اعزام شد که این اقدام تاکنون در کشور بی‌سابقه بوده است. همچنین در نمایشگاه اتومبیلیتی روسیه که یک نمایشگاه تخصصی بود، ایران ۸۰۰ مترمکعب از فضای آن را در اختیار داشت که شاید بتوان گفت بیشترین میزان فضایی است که ایران در یک نمایشگاه بین‌المللی گرفته است. همه این موارد نشان می‌دهد برنامه‌ای تدوین و اجرا شده که خروجی و ثمره آنها کم کم خود را نمایان می‌کند که می‌تواند منجر به افزایش صادرات و افزایش تجارت ایران شود.

### تغییر ساختار برای توسعه صادرات با چه اولویت‌هایی همراه شد و چه دستاوردی خواهد داشت؟

از سال آینده می‌توان صادرات پایبندی را که بخش خصوصی به دنبال آن است، تبدیل به روندی ثابت کرد.

برای ساماندهی زیرساخت‌های

توسعه صادرات، برنامه‌ریزی‌هایی انجام گرفته که در این راستا چند کمیته قانونگذار یا تنظیم‌کننده مثل کمیته اقدام ارزی، ماده ۳، ماده ۱، ماده ۱۹ و غیره شکل گرفته است. انجام همه این موارد جزو وظایف‌های سازمان توسعه تجارت تعریف شده است. دولت سیزدهم بر خلاف سایر دولت‌ها به سازمان توسعه تجارت به‌عنوان یک شاهره صادراتی نگاه می‌کند و آن را ظرفیتی می‌داند که قوانین و مقررات حوزه صادرات را به صورت متمرکز در خود داشته باشد تا بتواند به صادرات کشور شتاب دهد. بر این اساس، سازمان توسعه تجارت باید بتواند برنامه‌های صادرات غیر نفتی کشور را رونق بخشد به طوری که تا سال ۱۴۰۴ به چشم‌انداز ۷۵ میلیارد دلاری که برای صادرات در نظر گرفته شده، دست یابیم.

### در مسیر تحقق چشم‌انداز صادرات برای افق ۱۴۰۴، چه مسائلی وجود دارد؟

تحقق این امر بدون برنامه‌ریزی و ایجاد زیرساخت‌هایی که منجر به توسعه صادرات شود امکان‌پذیر نیست. در حال حاضر یکی از مشکلاتی که داریم این است که دارای یک بازار ارز چند نرخی در کشور هستیم یعنی نرخ ارز با قیمت نیما، سنا و آزاد داریم که برای صادرکنندگان مشکلاتی را ایجاد می‌کند. زمانی که صادرکننده موظف است صادرات خود را با ارز نیمایی انجام دهد و در قالب سامانه نیما نیز پول خود را دریافت کند قیمت این ارز، با بازار آزاد تفاوت دارد. در حال حاضر هزینه‌های جاری هر شرکتی با نرخ دلار بازار آزاد تأمین می‌شود که در چنین شرایطی صادرکننده باید مابه‌التفاوت آن را پرداخت کند.

برای ساماندهی این چالش در نظر داریم تا با ایجاد روش‌های جدید برای تسهیل بازگشت ارز، سیاست پایبندی شکل گرفته و شرایط را برای فعالیت صادرکنندگان تسهیل کنیم. یکی دیگر از مشکلات در حوزه صادرات مربوط به ساختارهای غلط گذشته است، از ابتدا یک کشور وارداتی بوده‌ایم و با فروش نفت دولت‌ها، هزینه واردات را تأمین و

نیازهای داخلی را برطرف می‌کردند. بنابراین قوانین و مقررات بیشتر در حوزه واردات مکتوب شده و عملاً روند واردات از صادرات راحت‌تر است.

### برای برون‌رفت و با کاهش روند نامطلوب دولت‌های گذشته در حوزه صادرات چه برنامه‌هایی دارید؟

در حال حاضر علاوه بر افزایش عناوین صادراتی کشور، گروه کالاهای صادراتی را تنوع و توسعه می‌دهیم. این امر اصطلاحاً به پیچیدگی اقتصاد صادراتی کشور کمک کرده و در اصل صادرات کشور را تا حد زیادی برای تحریم ضربه‌ناپذیر می‌کند. زمانی که تقسیم‌بندی کالایی رخ دهد، در اصل تعداد تنوع اقلام صادراتی را می‌توان افزایش داد و آنها را به بخش خصوصی وابسته کرد. یعنی بخش خصوصی ما، با بخش خصوصی خارجی وارد تجارت می‌شود؛ در چنین شرایطی تحریم چنین تجارتی بسیار سخت می‌شود. تاکنون دولت‌های گذشته فقط دنبال برنامه‌هایی برای توسعه بوده‌اند، بدون اینکه به این دقت کنند که باید سیاست‌های صادراتی را هم تسهیل کرده و به تنوع‌بخشی نیز پرداخت. بهبود این روند از سال گذشته آغاز و امسال نیز ادامه داشته و سعی می‌کنیم تا مشکلات مربوط به مباحث بازگشت ارزی برطرف شود و در مباحث و قوانین دیگر نیز اقداماتی انجام دهیم.

همچنین در تلاش هستیم که برای برخی از اقلام خاص، سیاست‌های جدیدی قرار دهیم که هنوز قطعی و رسمی نشده است. با این اقدام می‌توان شرایط صادرات محصولات را که برند قدیمی ایران بوده‌اند تسهیل کنیم. تحقق این امر به صادرات کالاهای دانش‌بنیان نیز کمک خواهد کرد.

در حال حاضر باید چند گروه فناوری را که پرچمدار و اولویت برای کشور باشند معرفی کنیم و آنها را توسعه دهیم. همچنین باید نوک پیکان صادراتی کشور در مسیر محصولات برند ایران در حوزه‌هایی نظیر پسته و فرش، حرکت کند تا کالاهای‌های تک برند ایران، مجدد جایگاه واقعی خود را در تجارت جهانی به دست آورند.