

## اهم برنامه‌های توسعه بازرگانی خارجی وزارت بازرگانی دولت دهم

وزارت بازرگانی به عنوان سیاست‌گذار بخش بازرگانی با آگاهی از مشکلات ساختاری اقتصاد کشور و برخی انحصارهای حاکم بر فعالیت‌های آن و وجود فضای غیررقابتی، تکیه بر سیاست توسعه صادرات را که بر مبنای رقابت ملی و بین‌المللی عرضه‌کنندگان بنا شده است باید یک محور اصلی فعالیت‌های خود در دولت دهم قرار دهد، کما اینکه در دولت نهم نیز تاکید عمده‌ای بر آن بود، به طوریکه طی ۴ سال فعالیت دولت، صادرات غیرنفتی رشد چشمگیری پیدا کرد. در دولت نهم اقدامات منحصر به فردی در حوزه تجارت خارجی شده که از جمله آنها به شرح زیر است:

✓ تدوین سند راهبردی ملی توسعه صادرات غیرنفتی

✓ تدوین راهبرد توسعه صادرات در ۳۰ استان بر مبنای مزیت‌های صادراتی هر استان

✓ طرح هدفمند کردن صادرات از استان‌ها برای توسعه قابلیت‌های صادراتی نقاط

مختلف کشور

✓ برنامه‌ریزی و پیگیری برای به هنگام‌سازی جوایز صادراتی

✓ حمایت از مراکز تجاری و دفاتر نمایندگی خارج از کشور

✓ واگذاری بخشی از امور تصدی‌گری دولت در حوزه تجارت خارجی به تشکلهای

بخش خصوصی

✓ تدوین نظام جامع صادرات خدمات فنی - مهندسی

✓ تدوین طرح ملی ساماندهی روابط اقتصادی، تجاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

در حوزه خلیج فارس

✓ تدوین طرح جامع مدیریت کیفیت صادرات

✓ حمایت از پروژه‌های زیرساختی صادرات نظیر احداث نمایشگاه‌ها و پایانه‌های

صادراتی

✓ راه‌اندازی نمایشگاه دائمی بسته‌بندی صادراتی محصولات مزیت‌دار استان‌ها و تهیه

بسته‌های حمایتی کالا و خدمات

✓ طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌های نرم‌افزاری و رادیو تجارت

## ۱- راهبردهای توسعه بازرگانی خارجی

تسهیل تجاری و کاهش مبادلات غیررسمی

ارتقای سطح مشارکت در اتحادیه‌های تجاری - اقتصادی منطقه‌ای و جهانی و ورود

هدفمند به سازمان جهانی تجارت

## ۲- تحلیل وضعیت

به طور کلی، نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها در حوزه بازرگانی خارجی به شرح

زیر قابل بیان هستند:

### ۲-۱- نقاط قوت

- کاهش موانع مقرراتی در بخش صادرات و روان‌سازی فرایند صادرات

- فراهم شدن امکان اعطای خطوط اعتباری (قبل و بعد از حمل) از محل منابع حساب

ذخیره ارزی توسط تمامی بانک‌ها

- افزایش توان بانک‌ها و موسسات مالی تخصصی صادرات و تامین تسهیلات مالی، ارائه

خدمات بیمه صادراتی و تضمین‌های اعتباری بیشتر

- وجود سازمان تخصصی توسعه تجارت ایران با شرح وظایفی از جمله: اطلاع‌رسانی تجاری، برگزاری نمایشگاه‌های تجاری و زمینه‌سازی مراودات و مذاکرات تجاری، ارائه مشاوره‌های تجاری، تلاش در جهت مرتفع نمودن مشکلات تجاری و هماهنگی ارائه خدمات تجاری مورد نیاز و ...

- تبدیل موانع غیر تعرفه‌ای به تعرفه‌ای و کاهش قابل توجه شبه‌تعرفه‌ها

## ۲-۲- نقاط ضعف

- فقدان انسجام در سیاست‌های تجاری مربوط به مناطق آزاد، بازارچه‌های مرزی، کالای

همراه مسافر و کنترل جریان‌های غیر رسمی تجارت

- سهم پایین محصولات نهایی و با ارزش افزوده بالا در صادرات کشور

- سهم بسیار پائین محصولات صادراتی در کل محصولات تولیدی اغلب بنگاه‌ها به جز در

برخی محصولات خاص صادرات‌گرا

- ضعف در تدوین اولیه استراتژی‌های نفوذ به بازار

- ضعف در توانایی انطباق محصول بر اساس تحقیق و توسعه بازار صادراتی، محصول و

فرایند به عنوان یکی از عوامل کلیدی موفقیت در بازارهای صادراتی

- پایین بودن بهره‌وری عوامل تولید به دلیل ضعف در عوامل مدیریتی، منابع مالی، بازاریابی،

تکنولوژیکی، عملیاتی، تحقیق و توسعه

- ضعف در طراحی یا تولید محصولات جدید به دلایل تکنولوژیکی

- سطوح نازل کیفیت کالاها و خدمات تولیدی صادراتی در مقایسه با استانداردهای جهانی

- فقدان و یا کمبود نیروی انسانی متخصص و ماهر در سطوح مختلف تولید و صادرات

- کوچک بودن مقیاس فعالیت بنگاه‌های صادراتی و فقدان انسجام تولیدکنندگان و تجار

صادراتی در قالب اتحادیه‌ها و تشکل‌های صادراتی و ضعف در عملکرد تشکل‌های صنفی

صادراتی

- ورود کالاهای با کیفیت پایین از طرق مختلف رسمی و غیر رسمی (قاچاق) به کشور

۱- فقدان استراتژی جامع و درازمدت برای صدور نیروی کار

۱- فقدان یا ضعف نام و نشان بنگاه‌های ایرانی در بازارهای صادراتی

۱- انباشت نامناسب سرمایه در بخش‌های تولیدی و صادراتی

۱- عدم استفاده کافی از امکانات پیمان‌های دوجانبه و چندجانبه در توسعه تجارت

۲-۳- فرصت‌ها

الف) محیط بین‌الملل

- بهره‌گیری از موقعیت ویژه جغرافیایی و امکان ترانزیت کالا، مسافر و مبادله انرژی

- استمرار روند توسعه بازار کشورهای عراق و افغانستان به موازات ایجاد ثبات در آنها

و توسعه بازارهای آسیایی به عنوان مهم‌ترین واردکنندگان اصلی محصولات صادراتی

کشور

- تداوم عضویت در سازمان‌های منطقه‌ای همچون اکو، هشت کشور مسلمان D8، سازمان

کنفرانس اسلامی، ترتیبات تجاری بین کشورهای در حال توسعه GSTP و ... و نیز

امکان امضای قراردادهای تجارت آزاد و قرارداد ترجیحات تعرفه‌ای با برخی از کشورها

- عضویت ناظر در سازمان جهانی تجارت و امکان عضویت دائم در سازمان مذکور

- گسترش بیش از پیش ارتباطات و امکان تبادل بیشتر اطلاعات، کالاها و خدمات

### ب) محیط ملی

- برخورداری از منابع تولیدی اعم از ذخایر معدنی، منابع انرژی در دسترس و نیروی

انسانی مستعد، تحصیلکرده و جوان

- برخورداری از مزیت نسبی در تولید محصولات مختلف اعم از محصولات پتروشیمی و

فرآورده‌ها و مشتقات حاصل از نفت خام، محصولات کشاورزی و فرآورده‌های جانبی آن،

خدمات فنی - مهندسی و پزشکی

- وجود بنگاه‌های متعدد، ماشین‌آلات، تجهیزات و ظرفیت تولید در برخی رشته‌های

صنعتی، معدنی، کشاورزی و خدماتی

- ارتقای علوم، فنون و فناوری در برخی از رشته‌ها در سطح بنگاه‌ها

الف) محیط بین‌الملل

- روند گسترش بی‌سابقه یکپارچگی اقتصادها در قالب بلوک‌بندی‌های جهانی و منطقه‌ای و

عدم عضویت کشور در بسیاری از آنها به دلیل ضعف همگرایی درون منطقه‌ای در مقایسه با

سایر بلوک‌بندی‌ها

- افزایش اثرگذاری موفه‌های سیاسی و اقتصادی بین‌المللی مانند اعمال محدودیت‌ها،

ناامنی‌های منطقه‌ای و بحران‌های مالی، بر روابط اقتصادی و تجاری کشور

- بالا بودن ریسک کشورهای هدف تجاری

- افزایش رقابت در سطح بازارهای جهانی در نتیجه:

روان‌سازی و آزادسازی قواعد تجارت، سرمایه‌گذاری، بانکی و ...

تحولات تکنولوژیک و یکپارچه شدن تکنولوژی‌های تولید و در نتیجه سرعت بیش از حد

طراحی و تولید محصولات جدید

کاهش شدید هزینه‌های مبادله بنگاه‌ها در نتیجه کاربرد تکنولوژی‌های جدید در بسیاری از زیربخش‌های خدماتی (بانکداری، بنادر و گمرکات)

### ب) محیط ملی

- نرخ تورم نسبتاً بالا در کشور در مقایسه با نرخ‌های کمتر در جهان
- تغییر جریان سودآوری از بخش‌های قابل تجارت خارجی (مانند تولیدات صنعتی، کشاورزی و خدمات فنی - مهندسی) به بخش‌های غیرقابل تجارت خارجی مانند مسکن، واسطه‌گری و ...)
- تداوم کمبود سرمایه‌گذاری خارجی در بخش‌های تولیدی صادرات‌گرا
- ناهماهنگی موردی سیاست‌های ارزی و پولی و مالی کشور با اهداف سیاست‌های تجاری
- ضعف زیرساخت‌های ارتباطی حمل و نقل، فرسودگی برخی تجهیزات شبکه و پشتیبانی حمل و نقل و فقدان شبکه مویرگی حمل و نقل ریلی و عدم توجه به ایجاد زیرساخت‌های لازم جهت بهره‌گیری از توانمندی‌های ترانزیتی و حمل و نقل کشور

- ضعف روابط کارگزاری بانکی و شبکه‌های تجاری مبتنی بر پیوندهای اقتصادی و اجتماعی با اغلب بازارهای جهان

### ۳- چشم‌انداز

بر این اساس و در راستای چشم‌انداز ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران، چشم‌انداز زیر برای حوزه بازرگانی خارجی قابل ترسیم خواهد بود:

جمهوری اسلامی ایران با اتکا به تولیدات صادرات‌محور و توجه به صادرات غیرنفتی به عنوان محرک اصلی کارآفرینان بخش خصوصی در ایجاد رشدی پایدار و عادلانه، گسترش فرصت‌های شغلی و محو فقر، دارای بالاترین رشد صادرات در بین کشورهای منطقه خواهد بود. در این راستا، ایران با فراهم کردن شرایط برخورداری از ظرفیت‌های تولید صادراتی رقابت‌پذیر و رشدیابنده و با ایجاد توانمندی‌سازی و استفاده از شبکه ملی حامی صادرات غیرنفتی با مجموعه متنوعی از محصولات به ویژه محصولات مبتنی تکنولوژی پیشرفته و داری ارزش افزوده بالا در مجموعه متنوعی از کشورها، حضور خواهد داشت.

#### ۴- اهداف کیفی

دستیابی به رشد پایدار تولیدات صادرات محور

گسترش رقابت پذیری محصولات صادراتی

گسترش هم پیوندی با اقتصاد جهانی

اتخاذ رویکرد برون نگر در سیاست های تجاری کشور

بر خور داری از زیر ساخت های تسهیل کننده صادرات غیر نفتی

ریسک زدایی و شفاف سازی نظام تجاری کشور

بر خور داری از بخش خصوصی توانمند در راستای گسترش صادرات

اتکا به مزیت های نسبی و رقابتی و خلق مزیت های جدید

## ۵- اهم برنامه‌های توسعه بازرگانی خارجی

۱. محور قراردادن راهبرد توسعه صادرات غیرنفتی در فعالیتهای وزارتخانه و

حمایت‌های لازم در این زمینه

۲. تلاش جدی برای تغییر نگرش موجود در کشور از راهبرد توسعه مبتنی بر

جایگزینی واردات به راهبرد توسعه صادرات

۳. توسعه کمک‌های تجاری و فنی در حمایت از صادرات کالا و خدمات

۴. ادامه فرایند هدفمند نمودن جوایز صادراتی

۵. کمک به توسعه زیرساخت‌های صادراتی در استان‌ها و شهرستان‌های هدف از جمله

نمایشگاه، پایانه‌های صادراتی، درجه‌بندی (Sorting)، بسته‌بندی و ...

۶. توسعه خوشه‌های صادراتی در سرتاسر کشور متناسب با استعداد و توانایی‌ها

۷. توسعه بنگاه‌های حرفه‌ای مدیریت صادرات

۸. ۸) توسعه آموزش و افزایش مهارت بازرگانان کشور برای صادرات

۹. توسعه خدمات صندوق ضمانت صادرات ایران

۱۰. مدیریت واردات

۱۱. اجرای کامل سند راهبردی توسعه تجارت (صادرات) استانها

۱۲. اصلاح نسبت صادرات به واردات طبق قانون برنامه پنجم توسعه

۱۳. تلاش برای توسعه فضای رقابتی در کشور و منطقی کردن تعرفهها بر مبنای

ارتقای کیفیت، کاهش قیمت تمام شده و افزایش بهره‌وری

۱۴. توسعه سامانهها در جهت اطلاع رسانی به تجار، ثبت سفارش غیر حضوری و ...

۱۵. تلاش برای ارتقای تسهیل تجاری بیشتر در امر صادرات و واردات از طریق

ساده سازی فرایندها و استفاده از امکانات تجارت الکترونیکی (از جمله ایجاد پنجره

واحد تجارت خارجی)

۱۶. بازنگری قانون مقررات صادرات و واردات و تلاش جهت تصویب آن در مجلس

شورای اسلامی

۱۷. کاهش تصدیی گری به موازات توانمندسازی و آمادگی اتاقهای بازرگانی صنایع و

معادن در جهت پذیرش اختیارات و پاسخگویی

۱۸. شناساندن توانمندیهای تجاری ج. ا. ایران با ارتباط قوی تر با سفرها و توسعه

رایزنان بازرگانی

۱۹. برگزاری نمایشگاه‌ها، اعزام هیات‌ها و دعوت از هیات‌های خارجی، توسعه کیفی

کمیسیون‌های مشترک تجاری و ...

۲۰. فعال‌سازی مناطق آزاد برای جذب سرمایه‌گذاری (قطب سرمایه‌پذیری)

۲۱. پیگیری بازار مشترک اسلامی، توسعه روابط اقتصادی بیشتر با کشورهای

اسلامی

۲۲. پیگیری توسعه عضویت در پیمان‌های منطقه‌ای و ایجاد اتحادیه‌های گمرکی

منطقه‌ای

۲۳. تلاش در جهت الحاق به سازمان جهانی تجارت (WTO)

۲۴. نهضت کاهش قیمت تمام‌شده