

# برای رونق صادرات چه باید کرد؟

[ad\_1]

البته برای جهش صادراتی نیازمند به یکسری اقدامات بنیادی هستیم. اما نمیتوان نقش واقعی کردن نرخ ارز را در این روند نادیده گرفت. در همین راستا فرخ قبادی، یکی از اقتصاددانان درباره واقعی کردن نرخ ارز اعتقاد دارد: تفاضل تورم داخلی ما با کشورهای دیگر سال به سال رقابت با خارجیها را دشوارتر میکند. اکنون تفاضل تورم انباشته شده و نرخ ارزی که پایین نگه داشته میشود، رقابت پذیری تولیدکنندگان ما را کاهش داده است. بهره‌وری نازل به علاوه نرخ غیرواقعی ارز، صادرات را دشوار میکند.

اما منظور از واقعی کردن نرخ ارز چیست؟ آیا آنچه در محافل مختلف در مورد نرخ ارز مطرح میشود، به اقتصاد و جهش صادراتی کمک میکند؟ برخی از اقتصاددانان با تایید تاثیر واقعی کردن نرخ ارز بر جهش صادراتی اعتقاد دارند: تضعیف بیش از اندازه پول ملی (ریال) مسلماً برای اقتصاد کشور زیان آفرین است. به گفته آنها نرخ ارز یکی از متغیرهای اصلی گسترش صادرات است، اما مقوله تولید در کشور با مشکلات اساسی روبه‌رو است که مانع از تولید کالاهای با کیفیت میشود. دکتر محمد مهدی بهکیش، یکی دیگر از اقتصاددانان کشور در این باره می‌گوید: بسیاری از صادرکنندگان میخواهند نرخ ارز بالا برود تا صدور کالاهایشان سودآور باشد. اما در کشور نه محیط کسبوکار خوب است و نه قوانین و مقررات و... ازسویی واقعی کردن نرخ ارز به این معنی است که بازار، تعیین‌کننده نرخ باشد؛ اما در ایران به دلیل اینکه بازار نفت در اختیار دولت است، عرضه ارز نیز در انحصار دولت است. او برای حل این بحران راهکاری را نیز ارائه میدهد و می‌گوید: برای واقعی کردن نرخ ارز باید به میزان تفاوت تورم کشور با تورم بازارهای هدف، نرخ ارز افزایش یابد. در حال حاضر تورم حدود 8 و نیم درصد است و در بازارهای هدف صادراتی‌مان، حدود 6 تا 7 درصد. در نتیجه، باید سالانه 2 درصد به نرخ ارز افزوده شود. اما به نظر میرسد برخی از صادرکنندگان به دنبال افزایش بیش از اینها در نرخ ارز هستند.

کاهش نرخ ارز حقیقی و حساسیت نسبت به تغییرات اسمی ارز یکی از رفتاری‌هایی است که دامنگیر اقتصاد کشور است. ریشه این حساسیت ناشی از چیست؟ کارشناسان بر این باورند که حساسیتی که درخصوص

واقعی کردن نرخ ارز وجود دارد، بیشتر از آنکه اقتصادی باشد، سیاسی است. بانک مرکزی باید برای این امر پشتوانه داشته باشد و سیاسی بودن چنین اقدامی، این پشتوانه را ایجاد نمی‌کند.

## برای توسعه صادرات چه کنیم؟

بارها از تریبون‌های مختلف برای توسعه صادرات نسخه‌های مختلفی پیچیده شده است. هرچند اعتقاد بر این است که واقعی کردن نرخ ارز می‌تواند گامی مهم برای بهبود صدور کالاهای ایرانی باشد، اما این موضوع به تنهایی کاری را از پیش نمی‌برد. اصلاحات بنیادینی در کشور باید انجام شود تا حرکت به سمت صادرات و تولید صادرات محور اتفاق بیفتد.

به گفته کارشناسان، باید به این باور رسید که به دلیل کمبود تقاضا در داخل و ظرفیت اضافی، صادرات می‌تواند به بهبود اوضاع اقتصاد ما کمک کند؛ اما به هر حال با توجه به شرایط کنونی به‌ویژه تنش‌هایی که بر منطقه حاکم است، نمی‌توان امید چندانی به جهش صادراتی داشت. برای این نگاه بدبینانه نیز دلایل مختلفی وجود دارد. یکی از این دلایل به کمبود تقاضا در دنیا برمی‌گردد. در واقع آنچه از دیدگاه کارشناسان در این باره مطرح می‌شود، حاکی از آن است که کاهش تقاضا در تمام کشورهای دنیا وجود دارد و این موضوع موجب شده تا کشورها مازاد تولیدات داخلی خود را به کشورهای دیگر صادر کنند. این امر رقابت را در بازارهای بین‌المللی افزایش می‌دهد، اما بسیاری از کشورها برای پیروزی در این رقابت، به صادرات و تولید کشورشان، یارانه‌های آشکار و پنهان می‌دهند و تسهیلات سخاوتمندانه برای آنها در نظر می‌گیرند.

دلیل دیگری که چنین نگاهی را موجب می‌شود، پایین بودن بهره‌وری بنگاه‌های ایرانی است. فناوری پایین، ماشین‌آلات مستعمل، فضای کسبوکار نامساعد و... هزینه تمام‌شده تولید را بالا می‌برد و دشواری رقابت در بازارهای خارجی را دوچندان می‌کند. بنابراین صدور کالا با مشکل مواجه می‌شود.

ازسویی تنش‌های خارجی از دیگر مواردی است که نگاه ناامیدانه به توسعه صادرات را به دنبال می‌آورد. قطعاً اگر دولت یا حکومت ما با دشوری دشمنی داشته باشد یا حتی روابط دوستانه‌ای نداشته باشد، صادرات کالا به آن کشور آسان نخواهد بود. در این رابطه محسن صفایی

فراهانی، کارشناس مسائل اقتصادی بر این باور است که صادرات ایران، فاقد بازارهای مطمئن و پایدار است. برای ماندگاری در بازار بین‌المللی، نوع نگرش و استراتژی در روابط خارجی نیز باید متفاوت از آنچه امروز وجود دارد، باشد. به اعتقاد او، اگر به دنبال این هستیم که صادرات صنعتی کشور در دنیا حرفی برای گفتن داشته باشد و جایگزین نفت شود و از آن محل هم اشتغال و درآمد ایجاد شود، تعاملات ما در سیاست‌های بین‌المللی و همکاری‌ها نیز باید عوض شود. از سوی دیگر باید این موضوع را نیز مد نظر قرار دهیم که در قراردادهایمان با خارجی‌ها، در بازار نیز تفاهم کنیم. در حال حاضر تمام قراردادهای برای بازار ایران است و ایرانی‌ها برای کسب بازارهای کشورهای تفاهمی در قراردادهای ندارند.

آینده اقتصاد ایران به واسطه ازدیاد منازعات داخلی در کشور، مبهم است و این امر نیز یکی دیگر از عواملی است که موجب شده نگاه بدبینانه نسبت به حرکت به سوی توسعه صادرات شکل بگیرد؛ چراکه صادرکنندگان نمی‌دانند که تا چند ماه آینده چه نوع سیاست اقتصادی بر کشور حاکم خواهد بود. صادرات یک فرآیند بلندمدت یا حداقل میان‌مدت است. باید بازار را ساخت. قبادی در این باره با یک مثال به توضیح این موضوع می‌پردازد. او می‌گوید: برای اینکه بتوان یک کانتینر تخم مرغ صادر کرد، نیاز است که صادرکننده آن با طرف خارجی‌اش، قرارداد 6 ماهه امضا کند. این در حالی است که صادرکنندگان از سیاست‌های اقتصادی 6 ماه دیگر بی‌خبرند. حتی در این مدت زمان برخی از مقامات سخن از خودکفایی در این بخش‌ها به میان می‌آورند. در نتیجه طبیعی است که صادرکننده، ریسک نمی‌کند.

نامیدی کارشناسان از رشد صادرات به ضعف رایزن‌های بازرگانی نیز برمی‌گردد. برخی از کارشناسان می‌گویند رایزن‌های بازرگانی در سفارتخانه‌های ما بسیار ضعیفند. اساساً سفارتخانه‌های کشورهای دیگر، در کشورهای مستقر نقش اقتصادی پر رنگی بر عهده دارند؛ اما سفارتخانه‌های ایران عمدتاً نقش سیاسی دارند. صادرکنندگان ایرانی عملاً نفعی از رایزن‌های بازرگانی نمی‌برند. قبادی در این باره معتقد است که رایزن‌های بازرگانی ایرانی در سفارتخانه‌ها، نقش نمایشی دارند. در غالب موارد نیز اطلاعات خود صادرکننده‌ها از رایزن‌های اقتصادی بیشتر است. در حالی که در سفارتخانه‌های دیگر کشورها، بعد از سفیر، نقش رایزن مهم‌ترین نقش است.

Source link