

## ۸ راهبرد اصلی توسعه صادرات غیر نفتی

معاون وزیر بازرگانی گفت: با توجه به نهایی شدن سند راهبردی توسعه صادرات غیر نفتی، این سند به زودی برای تصویب تقدیم هیأت دولت می‌شود.

وی افزود: با تصویب این سند، تمامی برنامه‌های سازمان توسعه تجارت در سال جاری بر مبنای آن تدوین و اجرا خواهند شد.

غضنفری افزود: در سند راهبردی توسعه صادرات غیر نفتی، هشت راهبرد اساسی پیش بینی شده و دو فصل اجرایی را در خود جای داده که در سطح کلان برنامه‌های سازمان مبنای قرار گرفته است. معاون وزیر بازرگانی با بیان اینکه کار گروه توسعه صادرات استانی، سند راهبردی استان‌ها را که بر مبنای سند اصلی توسعه صادرات غیر نفتی است مبنای عمل خود قرار می‌دهد، گفت: قرار است کار گروهی بر روی این برنامه کار کند و آن را پیش برد.

غضنفری گفت: تاکنون ارتباطات با سازمان بازرگانی استان‌ها بود که در حال حاضر ضمن حفظ جایگاه بازرگانی استان‌ها، این مأموریت را استاندار در سطح کلان استان انجام می‌دهد.

وی همچنین در تشریح مفاد سند راهبردی توسعه صادرات گفت: این سند دارای ۸ راهبرد اصلی است که هر یک راهبردهای زیر گروه خود را دارند و در زیر هر راهبرد تعدادی سیاست‌های کاری تدوین شده است. این سند در چارچوب اسناد بالا دستی خود نظیر سند چشم انداز ۲۰ ساله توسعه و قانون برنامه چهارم توسعه پنج ساله اقتصادی و اجتماعی کشور تدوین شده است.

غضنفری گفت: نخستین راهبرد این سند با هدف ارتقاء فضای کسب و کار، رقابت مندی و مساعد سازی محیط صادرات کالاها و خدمات پی ریزی شده که شامل راهبردها و سیاست‌های مربوط به مساعد سازی محیط اجتماعی و فرهنگی صادرات، ارتقاء فن آوری در سطح ملی، رقابت مندی اقتصادی ملی، راهبردهای قانونی و مقرراتی و سیاست‌های تجاری در سطح ملی می‌شود.

رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران افزود: راهبرد دوم، ارتقاء رقابت‌مندی در صادرات غیر نفتی را مدنظر دارد و شامل مباحث عمومی رقابت‌مندی صادرات کالاها و خدمات، کاهش قیمت تمام شده صادرات کالاها و خدمات و بازنگاری اصلاح و طراحی مجدد مشوق‌های صادراتی با هدف تسهیل روان سازی و افزایش اثر بخشی مشوق‌ها می‌شود.

وی گفت: راهبرد سوم با هدف توسعه و ارتقاء خدمات پشتیبانی صادرات تدوین شده است. این راهبرد شامل راهکارهای توسعه و ارتقاء زیر ساخت‌های عمومی مناسب صادرات، راهبردهای ایجاد، توسعه و تجهیز زیر ساخت‌های عمومی مناسب صادرات، راهبردهای ایجاد، توسعه و تجهیز زیر ساخت‌های تخصصی صدور کالا و خدمات، راهبردهای تأمین مالی صادرات، راهبردهای توسعه بیمه‌های صادراتی و سرمایه گذاری، راهبردهای مدیریت کیفیت صدور کالا و خدمات، راهبردهای ارتقاء بسته بندی محصولات صادراتی و راهبردهای مدیریت اطلاعات تجاری می‌شود.

غضنفری ادامه داد: راهبرد چهارم در این سند به توسعه بنگاه‌های شایسته صادراتی اختصاص دارد و شامل سهم غالب بخش غیر دولتی و دستیابی به بخش خصوصی توانمند، تجدید ساختار بنگاه‌ها، کمک به کاهش و رفع نقاط ضعف، تقویت بنگاه‌های صادراتی و یکپارچه سازی بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌شود و به گفته وی در راهبرد پنجم که توسعه محصولات جدید صادراتی و رشد پایدار صادرات فعلی را

هدف گذاری کرده است، توسعه صادرات کالاهای فعلی، تنوع بخشی به ظرفیت‌های صادراتی کشور و تولید کالاها و خدمات جدید صادراتی دنبال می‌شود.

معاون وزیر بازرگانی گفت: این سند در ششمین راهبرد خود به ماندگاری در بازارها و تنوع بازارهای صادراتی توجه کرده و راهکارهای تحقق بازارهای صادراتی، بازاریابی و توصیه‌های محصول و بازار، تنوع بخشی به بازارهای صادراتی، روایدهای بازاریابی و تجاری، برپایی نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها و اعزام هیأت‌های تجاری و بازار یابی را ارزیاب کرده است.

همچنین در این راهبرد به تبلیغات و استفاده از توان اتاق‌های مشترک، تشکل‌های تجار ایرانی مقیم خارج، آموزش‌های تخصصی بازاریابی و خدمات تخصصی بازار یابی صادراتی توجه شده است. غضنفری تصریح کرد: راهبرد هفتم توسعه، روابط اقتصادی و تجاری دو جانبه، چند جانبه و توسعه زیر ساخت‌های تجارت ایران و سایر کشورها را هدف گیری کرده است. این راهبرد شامل سیاست‌های عمومی، موافقت‌نامه‌های دو جانبه، چند جانبه، منطقه‌ای و بلوک بندی، سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی مرتبط با تجارت، توسعه تجارت بین کشورهای اسلامی و ارتقاء و بهبود مبادلات مرزی با کشورهای همسایه می‌شود.

از سوی دیگر در هشتمین راهبرد این سند توسعه صادرات استان‌ها مورد توجه ویژه قرار گرفته است که خود شامل سیاست‌گذاری، برنامه‌های راهبردی، مزیت‌های استانی و طرح هدایت صادرات است.

### **اجرای طرح پایلوت کنسرسیوم‌های صادراتی در سال جاری**

معاون وزیر بازرگانی گفت: در سال ۱۳۸۷ طرح پایلوت کنسرسیوم‌های صادراتی در کشور به اجرا گذاشته می‌شود. در این طرح شرکت‌های کوچک، متوسط و بزرگ صادر کننده کالا که احتمالاً ناآشنا به امور صادرات هستند و به اندازی کافی با استانداردهای کار تجاری آشنایی ندارند، به یک شرکت بزرگتر تبدیل می‌شوند و از هم افزایی توان صادراتی آنها یک شرکت قدرتمند ایجاد می‌شود. وی با ذکر مثالی به اهمیت این طرح پرداخت و گفت: همانطور که در مسابقات المپیک جای رقابت هر ورزشکاری نیست و افراد شرکت کننده در این مسابقات باید قبلاً به مدارج قهرمانی در شهر، استان، کشور و منطقه جغرافیایی خود دست یافته باشند، در بازارهای صادراتی نیز هر شرکتی قادر به فعالیت نیست و باید ابتدا توان رقابتی خود را در حوزه‌های کوچکتر به آزمون بگذارد. غضنفری افزود: این طرح با راهبرد توسعه خوشه‌های صادراتی متفاوت است ولی هر دو راهبرد انسجام فعالان صادراتی را مدنظر دارد. در راهبرد توسعه خوشه‌های صادراتی، تولید کنندگان تک برندی تبدیل خواهند شد ولی در توسعه کنسرسیوم‌های صادراتی، عموماً شرکت‌های صادرات کننده خدمات فنی و مهندسی تحت یک مدیریت واحد وارد بازار می‌شوند.

همچنین از سال جاری طرح رتبه بندی صادر کنندگان کالاهای غیر نفتی دنبال می‌شود و در سفرهایی که رئیس جمهور یا سایر مقامات عالی‌رتبه سیاسی و اقتصادی به کشورهای دیگر دارند، برترین صادر کنندگان کشور آنها را همراهی خواهند کرد.

## اجرای طرح ارتقاء کیفیت کالاهای صادراتی در ۱۳۸۷

غضنفری گفت: طرح ارتقاء کیفیت کالاهای صادراتی نیز از سال جاری به اجرا گذاشته می شود و با همکاری مؤسسه استاندارد و سازمان توسعه تجارت ایران، گروه‌های کنترل کننده کیفیت کالاهای صادراتی در گمرکات مستقر می شوند. بازرسانی که در سال ۱۳۸۷ در مرزهای صادراتی مستقر خواهند شد، از صدور کالاهای فاقد کیفیت لازم جلوگیری خواهند کرد تا موجب کاهش اعتبار صادراتی کالاهای ایرانی به بازارهای هدف نشوند.

معاون وزیر بازرگانی گفت: با اختصاص سهم فولاد مبارکه برای پرداخت جوایز صادراتی، پرداخت این جوایز در سال جاری به روز خواهد شد.

غضنفری ادامه داد: با اختصاص ۳۰۷ میلیارد تومان از سهام شرکت فولاد مبارکه اصفهان بابت پرداخت جوایز صادراتی، مطالبات صادرکنندگان از سازمان توسعه تجارت به حداقل می رسد و پرداخت‌ها به صادرکنندگان به روز می شود.

وی افزود: با تصویب هیأت دولت، سهام شرکت فولاد مبارکه اصفهان به صادرکنندگان پرداخت می شود این در حالی است که این شرکت از جمله شرکت‌های موفق کشور است که سهام آن در بورس از جایگاه مطلوبی برخوردار است.

رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران، پرداخت جوایز صادراتی از طریق سهام را روشی مؤثر ارزیابی کرد و افزود: این اقدام در راستای اهداف خصوصی سازی و اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی صورت می گیرد.

وی درباره نحوه دریافت سهام توسط صادرکنندگان اظهار داشت: با توجه به مصوبه هیأت وزیران مبنی بر ارائه فهرست صادرکنندگان نمونه توسط سازمان توسعه تجارت ایران به سازمان خصوصی سازی، در جلسه‌ای که با حضور نمایندگان سازمان خصوصی سازی، بورس اوراق بهادار و اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق تعاون برگزار شد، مقرر گردید تا سهام با نام صادرکنندگان و متناسب با مطالبات آنها، از طریق سازمان خصوصی سازی و بورس اوراق بهادار تخصیص یابد.