

نقره، بلکه کار است که ثروت را ایجاد می‌کند»<sup>(۲)</sup>، و مهمتر از آن، ارتقای نفوذ طبقه سرمایه‌دار تولیدی در جامعه و کاهش قدرت تجار و مالکان بزرگ، مخالفت با محدودیت تجاری و رد دیدگاه «ساده‌نگرانه» شمشگرایان، طبیعی به نظر می‌رسید.<sup>(۳)</sup> این تردید توسط آدام اسمیت و نظریه «مزیت مطلق» او و سپس در نوشته‌های دیوید ریکاردو و نظریه مشهور «مزیت نسبی» وی رسمیت علمی یافت.

بطور خلاصه، ریکاردو بر این باور بود که حتی اگر کشوری در تولید تمام کالاها از شریک تجاری خود کارآمدتر باشد، به شرط اینکه در تولید یک کالا در مقایسه با سایر اجناس دارای «مزیت نسبی» باشد، باز هم اتخاذ تخصص توسط آن کشور در تولید کالایی که به گونه‌ای کارآمدتر تولید می‌کند، و در عوض، تامین کسری نیازهای مصرفی خود به سایر کالاها از طریق واردات باعث می‌شود تا مجموع رفاه کشورها از طریق آزادی تجارت افزایش یابد.<sup>(۴)</sup>

از آن زمان به بعد، تقریباً تمام اقتصاددانان استدلال ریکاردو را پذیرفته‌اند. حتی مخالفت برخی از متفکران اقتصادی با اصل تجارت آزاد نه به دلیل نقص منطقی نظریه آزادی تجارت، بلکه بر این اساس صورت گرفته است که کشورهای قدرتمند به انحاء مختلف به محدودیت تجاری ضمنی علیه کشورهای ضعیف‌تر مبادرت می‌ورزند و در نتیجه، به بهانه آزادی تجارت، باعث فقر آنها می‌شوند.<sup>(۵)</sup>

درواقع، دفاع از منافع ملی از طریق اعمال محدودیت تجاری در تاریخ کشورهای صنعتی بی‌سابقه نبوده است. مهمترین نمونه از این‌گونه مداخلات را می‌توان در اتخاذ سیاست معروف به «صادرات فقر به همسایه»<sup>(۶)</sup> در خلال رکود بزرگ دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ مشاهده کرد که به تعمیق رکود منجر و به اعتقاد برخی مورخان، حتی زمینه‌ساز جنگ جهانی دوم شد.<sup>(۷)</sup> بعد از جنگ دوم، تلاش برای ممانعت از اعمال محدودیتهای بازرگانی بطور جدی مطمح نظر کشورهای صنعتی قرار گرفت و تمهیداتی در این زمینه اتخاذ شد. از جمله این اقدامات، پایه‌گذاری «موافقت عمومی دریاب تجارت و تعرفه» (گات) در سال ۱۹۴۷ بود که با هدف کاهش موانع تجاری بین اعضا، به امضای تعدادی از کشورهای بزرگ رسید.<sup>(۸)</sup> سازمان تجارت جهانی نیز در واقع نوزاد کاملتر همان سیاست آزادسازی تجاری است که در دوره بعد از جنگ سرد و در

از اول ژانویه سال ۱۹۹۵ تا دسامبر سال ۱۹۹۹، یکصدوسی و چهار کشور به عضویت سازمان تجارت جهانی درآمده‌اند در حالی که سهم کنونی کشورهای عضو در کل تجارت بین‌المللی به ۸۰ درصد بالغ می‌شود. همزمان، تعدادی از کشورهایی که انتظار می‌رود نقش عمده‌ای در مبادلات جهانی ایفا کنند، بخصوص جمهوری خلق چین، مصرانه درصدد راهیابی به این سازمان هستند بنابراین، به نظر می‌رسد که در آینده نه چندان دور، تمام دولتهای جهان ناچارند به موضوع عضویت در سازمان تجارت جهانی نه به عنوان یک گزینش که به شکل ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای بقای اقتصادی خود نگاه کنند. در این میان، بررسی موقعیت ایران در ارتباط با عضویت در سازمان که مدتهاست اندیشه کارشناسان را به خود مشغول کرده است باید به گونه‌ای کاملاً جدی مورد بحث و بررسی قرارگیرد.

در این مقاله، ضمن بحثی مختصر درباره سازمان تجارت جهانی و تبعات عضویت یا عدم عضویت ایران در این سازمان، این موضوع از منظر مدیریت و سازماندهی موسسات و شرکت‌های ایرانی تجزیه و تحلیل خواهد شد. از آنجا که ایجاد و توسعه سازمان فوق بر دکترین نقش بخش خصوصی در شرایط رقابتی مبتنی است، نحوه تاثیرگذاری عضویت یا عدم عضویت این کشور بر عملکرد موسسات تولید و تجاری خصوصی کم‌اهمیت‌تر از ارزیابی این مقوله از دیدگاه اقتصاد کلان نیست.

### فلسفه وجودی سازمان تجارت جهانی

علم اقتصاد به شکلی که امروزه شناخته شده است در واقع با بحث درباره تجارت خارجی آغاز شد. تا اواخر سده هجدهم، مهمترین مبحث مورد بحث علمای اقتصاد (یا در اصطلاح آن زمان، حساب سیاسی)، تاکید بر اهمیت صادرات کشورها و خودداری از واردات کالا بود. مکتب شمشگرایان (بولیونیست‌ها) که در آن زمان تقریباً مورد قبول تمام دولتهای غربی قرار داشت، این نظر را تجویز می‌کرد که «قدرت سلطان به واسطه افزودن بر ذخیره طلای او گسترش می‌یابد» و صدور هرچه بیشتر کالا به معنی تهی کردن کشورهای دیگر از این عامل قدرت و افزودن به توانایی کشور صادرکننده است.<sup>(۱)</sup>

با بروز انقلاب صنعتی و شناخت این واقعیت که، به گفته آدام اسمیت «نه طلا و نه

## از دیدگاه مدیریتی سازمان تجارت جهانی عضویت ایران در

● مهناز مسگری جورشری  
کارشناس ارشد مدیریت

ترتیبات سازمان، این کشور در تجارت جهانی منزوی خواهد شد. معتقدان به این دیدگاه که رواج بسیاری نیز دارد، چنین استدلال می‌کنند که ایران دارای مزیت نسبی در برخورداری از برخی عوامل و منابع تولیدی است و بخصوص دسترسی به منابع انرژی فسیلی و نیروی کار وافر اشاره کرده و از آنها به عنوان امتیازاتی در بخش تولید نام می‌برند. به اعتقاد کارشناسان فوق، این امتیازات سازنده مزیت نسبی ایران در تولید و تجارت بوده و باعث موفقیت کشور در بازارهای جهانی خواهد شد. براساس این اعتقاد، هرگاه موانع موجود بر سر واردات کالا به کشور برداشته شود، صنایع داخلی برای بقای خود در برابر فشار رقابت اجناس وارداتی ناگزیر خواهند شد به رقابتی کردن تولیدات خود دست بزنند و در نتیجه، امکان حضور موثر در بازارهای جهانی را هم پیدا کنند.

بنابراین، «نگرش تجاری» معتقد است که تعلل در ورود به سازمان به ضرر کشور خواهد بود.<sup>(۱۰)</sup>

نگرش دوم، که آن را می‌توان «نگرش توسعه‌ای» یا «ساختاری» نامید به نوبه خود قبول می‌کند که در صورت گسترش عضویت سازمان به تعداد بیشتری از کشورها و بخش بزرگتری از تجارت جهانی، بیرون ماندن ایران از این سازمان به ضرر اقتصاد ملی است. اما در عین حال، این توصیه را که باید هرچه زودتر درصدد عضویت این سازمان برآمد، قابل قبول نمی‌داند.

این دیدگاه که عمدتاً از سوی متخصصان توسعه بیان شده است<sup>(۱۱)</sup> چنین استدلال می‌کند که اصل مزیت نسبی به امتیازات بالقوه یک کشور در زمینه منابع اشاره ندارد بلکه موضوع آن، مزیت نسبی کشورها در قبال تولید کالاهای خاص در یک زمان معین است. به عبارت دیگر، ممکن است یک کشور بخصوص از انواع امتیازات از جمله وفور منابع طبیعی و انسانی برخوردار باشد اما تا زمانی که این منابع تبدیل به کالای قابل مبادله نشوند، آن کشور دارای هیچ نوع مزیت نسبی به مفهوم تجاری آن نیست.

به گفته این گروه از اقتصاددانان، مزیت نسبی عینی ایران در حال حاضر عبارتست از توانایی نسبتاً بالا در تولید اقلام سنتی زراعی، صنایع دستی و البته نفت. در مورد نفت، از آنجا که تعیین قیمت و میزان تولید و صادرات این کالا در اختیار نهادهای برون است، می‌توان عملاً آن را از فهرست کالاهای تولیدی حذف کرد و مقوله‌ای

مفاد اساسنامه سازمان را به فوریت بپذیرد، هیچ مانعی در راه پیوستن به این سازمان به عنوان یک عضو کامل وجود ندارد و این امر مستلزم مذاکره و تبادل نظر نیست. مذاکره برای پیوستن به سازمان درجایی معنی می‌یابد که کشور متقاضی عضویت در صدد کسب اجازه باشد که برای مدتی به سیاستهای حمایتی مانند تعرفه و محدودیت وارداتی یا پشتیبانی از صادرات ادامه دهد در حالی که اعضای کامل سازمان از چنین امتیازاتی استفاده نمی‌کنند.

اساسنامه سازمان تجارت جهانی بخصوص در مورد کشورهای توسعه نیافته بعضی امتیازات موقتی را پیش‌بینی کرده است. مهمترین این امتیازات عبارتند از اعطای حق اعمال محدودیتهای وارداتی برای حمایت از صنایع داخلی و اجرای سیاستهایی مانند یارانه به بخشهای صادراتی به منظور رقابتی کردن تولیدات آنها در بازارهای خارجی. این امتیازات که به شکل «حق تحفظ» یا «رزرواسیون» برای مدتی معین اعطا می‌شوند از جمله مهمترین مواردی است که در دستور کار مذاکرات عضویت قرار می‌گیرد.

بنابراین، ایران هم به عنوان یک کشور توسعه نیافته در صورت تقاضای عضویت در سازمان از امکان مذاکره با سایر اعضا با هدف تامین حق تحفظ برخوردار خواهد بود. و گرچه ممکن است مسایل سیاست خارجی کشور باعث شود تا برخی از اعضا با اعطای امتیازات وسیع مخالفت کنند، به احتمال زیاد برای عضویت کامل سازمان، عبور از یک دوره زمانی معین همراه با برخی امتیازات موقتی امکانپذیر است.<sup>(۹)</sup>

درخواست پاتوجه به فرایند پیوستن به سازمان تجارت جهانی، و تبعات عضویت آن سازمان برای سیاستهای اقتصادی و تجاری کشور، این سوال را می‌توان مطرح کرد که آیا ایران باید عضویت خود را به سازمان تسلیم کند؟ و با چه شرایطی؟

نظرات و آرای گوناگونی در این زمینه مطرح شده که مرور آنها امکانپذیر نیست. اما بطور کلی می‌توان در پاسخهایی که به سوالات فوق داده شده است سه دیدگاه متفاوت را تشخیص داد. نخست، دیدگاهی است که می‌توانیم آن را «دیدگاه تجاری» بنامیم. این دیدگاه توصیه می‌کند که ایران باید هرچه زودتر تقاضای پیوستن خود را تسلیم کند زیرا در صورت بیرون ماندن از

واکنش نسبت به الزامات ناشی از روند ادغام اقتصادهای ملی در یک شبکه به هم پیوسته بین‌المللی (یا همان نظم اقتصادی نوین) در سطح جهانی مطرح شده است.

بنابراین، فلسفه وجودی سازمان تجارت جهانی، حذف موانع تجاری بین کشورهاست با این اعتقاد که چنین روشی، باعث بهبود شرایط و رفاه اقتصادی تمامی ملل خواهد شد.

براین اساس، سازمان تجارت جهانی در واقع نام جدیدی برای نهادینه کردن اصل آزادی تجارت جهانی از طریق پذیرش داوطلبانه این اصل از سوی کشورهای جهان است. و عضویت در سازمان به آن معنی است که کشور عضو متعهد می‌شود در حدود اساسنامه سازمان، آزادی بازرگانی خارجی و لغو تمام محدودیتهای تجاری را به رغم تاثیراتی که خواه ناخواه بر بخشهای مختلف اقتصادی و سیاسی آن کشور خواهد داشت - از جمله در زمینه محدودیت حق حاکمیت دولت در اعمال حمایتهای خاص از صنایع بومی - مورد پذیرش و اجرا قرار دهد. در نهایت، انتظار می‌رود آن نوع رابطه‌ای که امروزه صرفاً در محدوده اتحادیه‌های منطقه‌ای - مثلاً اتحادیه اروپا - مشاهده می‌شود، سرانجام به کلیه مبادلات تجاری و بازرگانی بین تمام کشورهای جهان تعمیم یابد.

### ارزیابی تبعات عضویت ایران

عضویت در سازمان تجارت جهانی برای هیچ کشوری اجباری نیست بلکه اقدامی داوطلبانه به منظور بهره‌مندی آن کشور از منافع تجارت آزاد با سایر کشورهای عضو است. اما پاتوجه به افزایش عضویت و گسترش پوشش سازمان در تجارت بین‌الملل، و این واقعیت که همانگونه که کشورهای عضو از امتیازات متقابلی مانند دسترسی به بازارهای یکدیگر منتفع می‌شوند، کشورهای غیرعضو قادر به استفاده از این منافع نیستند، می‌توان گفت که در آینده نه چندان دور، پیوستن به سازمان عملاً اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. با این مقدمه، سوال این است که کشوری مانند ایران چه نگرشی را باید نسبت به پیوستن به سازمان اتخاذ کند و چه تدابیری را در راستای استفاده از منافع محتمل عضویت خود در نظر بگیرد.

بسیار می‌شنویم که کشور خاصی مشغول مذاکره برای پیوستن به سازمان تجارت جهانی است. در واقع، برای کشوری که مایل است تمام

جداگانه انگاشت هرچند در قالب تجارت آزاد جهانی، قیمت نفت مانند تمام کالاهای دیگر باید نزدیک به هزینه نهایی تولید آن تعیین شود. بنابراین، در صورت حذف تمام حمایت‌های داخلی از صنایع که در حال حاضر بواسطه وضع تعرفه‌ها و سایر موانع در برابر واردات و اعطای برخی یارانه‌ها - از جمله در زمینه نیاز ارزی صنایع - صورت می‌پذیرد، کشور ما باید در تولید اقلام زراعت سنتی و کارهای دستی تخصص پیدا کند. این دیدگاه ادامه می‌دهد که ورود به تجارت آزاد براساس مزیت نسبی قطعاً به رشد کمی تولید از طریق جذب منابع - بخصوص نیروی انسانی - در کالاهای مزیتی کنونی منجر می‌شود اما هرگز نمی‌تواند به تقویت بخشهایی بپردازد که برای توسعه کیفی اقتصاد کشور لازم‌اند. به عبارت دیگر، قبل از اندیشیدن به پیوستن به تجارت آزاد جهانی، لازم است به تدوین و اجرای یک برنامه موثر توسعه دست زده و با تعیین اهداف توسعه‌ای خود در بلندمدت، به مذاکره بر سر شرایط ورود به سازمان مبادرت ورزیم. به عنوان دلیلی عینی بر ادعای خود، مدافعان دیدگاه توسعه‌ای به تمایل کشورهای خارجی برای سرمایه‌گذاری در ایران اشاره کرده و می‌گویند که بنابر شواهد، سرمایه‌گذاران خارجی هم بیشتر بخشهایی مانند تولید نفت خام و گاز و استخراج موادمعدنی را مناسب تشخیص می‌دهند تا بخشهای صنعتی که در آن بتوانند از «امتیاز کارگر وافر و ارزان» برای تولید کالاهای رقابتی سود ببرند.

اما نگرش سوم که آن را «نگرش مدیریتی» نامیده‌ایم در واقع حاوی یک برداشت مدیریتی از تلفیقی از دیدگاه اول و دوم است. در این دیدگاه وجود واحدهای تولیدی صنعتی و ظرفیت بالقوه آنها برای رقابت با واردات آزاد و ورود به بازارهای جهانی پذیرفته می‌شود اما تأکید می‌شود که برای به فعل درآوردن این ظرفیتهای لازم است شرکتهای ایرانی پیشاپیش از مدیریت مناسب و شایسته و سازماندهی بهینه برخوردار شوند تا بتوانند به تولید و عرضه کالای رقابتی بپردازند. و این نیز در صورتی است که اولاً برنامه‌های کلان اقتصادی به جنبه‌های مختلف توسعه صنعتی از جمله تغییر در نگرش سنتی مدیریتی بپردازند و ثانیاً، امکانات لازم را برای فعالیت مدیران شایسته فراهم آورند. در این میان، برعهده مدیران شرکتهای، بخصوص شرکتهای بزرگتر است که بهبود نگرش و روش خود را

به‌عنوان وظیفه‌ای اخلاقی و ملی بپذیرند و با برخی گرایشهای بازدارنده، از جمله ممانعت از شفافیت عملیاتی سازمان، اجتناب از اصل شایسته‌سالاری، نادیده گرفتن اهمیت نیروی انسانی در تولید امروزی و بطور خلاصه، تلقی از مدیریت به‌عنوان یک شغل و نه یک مسئولیت سنگین حرفه‌ای مبارزه کنند. مدیران ما باید به این واقعیت ایمان آورند که مقام و موقعیت اجتماعی و حتی عواید مادی یک شغل بستگی کامل به شرایط عمومی جامعه و اقتصاد ملی دارد به نحوی که اشغال مناصب بالای مدیریتی هم در ساختاری که در قیاس با سایر کشورها، عقب‌مانده دانسته می‌شود فاقد ارزش معنوی و عواید مشروع مادی است.

عضویت ایران و برنامه‌ریزی استراتژیک با فرض اینکه برنامه‌ریزی توسعه لازم و نیز تغییرات سازماندهی و مدیریتی مناسب صورت گرفته، و مذاکره برای عضویت ایران آغاز شده‌باشد، از لحاظ مدیریتی، برنامه‌ریزی استراتژیک به‌منظور بهره‌برداری از امکانات ایجاد شده در پی عضویت کشور اهمیت بسیار می‌یابد. در اینجا، براساس این فرض که برنامه دولت برای توسعه مسیر تحولات آتی از جمله جایگاه نسبی بخشها را براساس مزیت نسبی در منابع تعیین کرده است، باید سوال کرد که لازم است چه عوامل و عناصری مورد توجه مدیران شایسته شرکتهای قرار گرفته و چه نگرشی توسط آنها اتخاذ شود.

به‌منظور اینکه بتوانیم به این سوالات به شکلی منظم پاسخ بگوییم، موضوع برنامه‌ریزی استراتژیک شرکتهای و رابطه آنها با عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی را در سه بخش مورد بررسی قرار می‌دهیم. نخست این سوال را مطرح می‌کنیم: برای بهره‌برداری از امکانات عضویت در تجارت جهانی، شرکتهای ایرانی باید چه نگرشی را نسبت به کمیت و کیفیت تولیدات خود اتخاذ کنند؟ دوم، تأثیرات گریزناپذیر عضویت در سازمان بر سازماندهی، مدیریت و روشهای اجرایی چیست؟ و بالاخره، موضوع بسیار مهم بازاریابی داخلی و خارجی در چنین سناریویی به چه شکل مطرح خواهد شد؟

#### ۱- آثار تولیدی

عضویت در سازمان تجارت جهانی به معنی از میان بردن محدودیتهای تجاری مثبت و منفی است. منظور از محدودیتهای تجاری مثبت آن قبیل اقدامات نهادی و قوانین و مقررات داخلی است که بواسطه آنها، واحدهای تولیدی کشور و محصولات آنها از امتیازاتی نسبت به کالاهای وارداتی در بازار داخلی و نسبت به کالاهای سایر کشورها در بازارهای خارجی برخوردار می‌شوند. و منظور از محدودیتهای منفی، مقررات یا تصمیماتی است که توسط سایر کشورها به نفع کالاهای تولیدی خود و به‌ضرر اقلام تولیدشده در سایر کشورها برقرار می‌شوند. محدودیتهای منفی بخصوص از این جهت اهمیت دارند که نخطی یک کشور از معیارهای تجارت آزاد ممکن است به مقابله به مثل سایر کشورها در مقیاسی وسیع منجر شود. و همچنین، در برخی از کشورها، پیگیری سیاستهای اقتصادی خاص به معنی اعمال فشار بر فعالیت تجاری شرکتهای

محدودیت‌های منفی از این جهت  
حائز اهمیت است که نخطی یک کشور از  
معیارهای تجارت آزاد ممکن است به  
مقابله به مثل سایر کشورها در مقیاسی  
وسیع منجر شود.

در مجموع، کمتر کسی است که ضرورت پیوستن به سازمان تجارت جهانی را انکار کند اما در مورد پیش‌شرطهای اتخاذ چنین تصمیمی، اتفاق نظر وجود ندارد. اگر بخواهیم در این زمینه به اظهار نظری دست بزنیم، شاید مناسبترین پاسخ به این سوال که «آیا ایران باید به سازمان تجارت جهانی بپیوندد یا نه» این باشد که با زمینه‌سازی مناسب چه از نظر ایجاد ساختار اقتصادی لازم و چه از لحاظ بهینه‌سازی مدیریتهای، پاسخ به این سوال مثبت است. در غیر این صورت، ممکن است عضویت در سازمان تجارت جهانی به استمرار و تحکیم عقب‌ماندگی اقتصادی و فنی کشور منجر شود و با قراردادن واحدهایی ناتوان از رقابت تجاری، فنی و تخصصی در معرض رقابت با سایر کشورها، عملاً بقای آنها و همزمان، فرصتهای شغلی موجود نیز به‌خطر افتد.

داخلی است.

برای تولیدات ایرانی، مهمترین محدودیتهای مثبت یا حمایتی کنونی عبارتند از انواع تعرفه‌ها و ممنوعیتهای وضع شده در زمینه واردات به‌نحوی که تولیدات داخلی توان رقابت با اقلام وارداتی را داشته باشند. اما در مورد اقلام صادراتی هم برخی سیاستهای حمایتی آشکار و ضمنی وجود دارند. به‌عنوان مثال، برخورداری تولیدکننده از نرخ ترجیحی ارز یا، بخصوص در مورد شرکتهای دولتی و نیمه‌دولتی، استفاده از تسهیلات خاص اعتباری و امکانات انحصاری به معنی آن است که این شرکتها از نوعی سپر دفاعی در برابر فشارهای رقابتی بازار استفاده می‌کنند. در نتیجه، تولیدات آنها از امتیازات خاصی در برابر اقلام وارداتی و نیز در بازارهای خارجی برخوردار می‌شوند.

در زمینه محدودیتهای منفی، می‌توان به مقررات ناظر بر انتقال ارز ناشی از صادرات یا برخی قوانین و مقررات دست‌وپاگیر تولیدی یا تجاری اشاره کرد که بواسطه آنها، تولیدکننده با عوامل بازدارنده‌ای علاوه بر عوامل و عناصر متعارف بازار روبرو می‌شود. همین انواع محدودیتهای مثبت یا منفی در زمینه‌های دیگری از جمله سرمایه‌گذاری خارجی در کشور و سرمایه‌گذاری ایرانی در خارج هم وجود دارند. ورود به سازمان تجارت به معنی پذیرفتن اصل آزادی نقل و انتقالات بازرگانی و در نتیجه، لغو تمهیدات حمایتی در کنار حذف موانع منفی است. هدف نهایی سازمان تحقق وضعیتی است که در آن، تمام تولیدکنندگان در تمام کشورهای عضو از امکانات یکسانی برخوردار شده و با محدودیتهای و امکانات مشابه مواجه باشند.

البته تحقق کامل این آرمان به گذشت زمان و انسجام و یکپارچگی اقتصادهای ملی در سطح جهانی نیاز دارد. اما حتی در مرحله کنونی نیز، کشوری که عضویت کامل سازمان را می‌پذیرد متعهد می‌شود از اعمال محدودیت علیه کالاهای خارجی و حمایت از اجناس داخلی خودداری کند. در واقع، اعضای سازمان این حق را دارند که در صورت مشاهده این قبیل اقدامات، از کشور خاطی به سازمان شکایت کرده و خواهان مجازات آن کشور شوند<sup>(۱۲)</sup> این امر در مورد کشورهای توسعه‌نیافته نیز مصداق دارد با این تفاوت که اعطای اجازه استفاده از حق تحفظ برای مدت محدود، به این گروه از کشورها اجازه آن را می‌دهد تا به‌گونه‌ای تدریجی به لغو

محدودیتهای مبادرت ورزند. فلسفه اعطای حق تحفظ به کشورهای عقب‌مانده‌تر این است که در فرجه زمانی موردنظر، به تعدیل و تغییر ساختار صنایع و بخشهای خود پردازند به‌نحوی که در خاتمه این دوره، به ساختار مطلوب و نهایی اقتصادی خود دست یافته و در قالب آن، به رقابت آزاد در بازار داخلی و بازارهای خارجی پردازند.

بی‌تردید، هرگاه ایران مایل به عضویت در سازمان تجارت جهانی باشد، در صورت توافق سایر اعضا (که البته حتماً با برخی ملاحظات سیاسی هم همراه است) اجازه استفاده از امتیازات فوق را خواهدیافت. و این به معنی فرصتی برای شرکتهای ایرانی است تا تولیدات



### تمام دولتها در آینده نزدیک ناچارند موضوع عضویت در سازمان تجارت جهانی را نه به‌عنوان یک گزینه بلکه به شکل ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای بقای اقتصادی خود نگاه کنند.

خود را از لحاظ کمی و کیفی به سطحی ارتقا دهند که توانایی رقابت با کالاهای دیگر کشورها را داشته باشند. و برای این منظور، لازم است تولیدکنندگان کشور ضمن ارزیابی تواناییهای فعلی و آتی خود، و با توجه به سیر تحولات آینده، به برنامه‌ریزی استراتژیک مناسب برای تحقق این هدف مبادرت ورزند.

در این زمینه، می‌توان دو فقره تصمیم‌گیری را مورد توجه قرار داد. اول برنامه‌ریزی استراتژیک در سرمایه‌گذاری جدید؛ و دوم، برنامه‌ریزی توسط شرکتهای فعال. هرگاه جهت حرکت شرایط محیطی نیز در مجموع در راستای آمادگی اقتصاد ملی برای ورود به حیطه تجارت آزاد شکل گرفته باشد، تصمیم‌گیری در زمینه سرمایه‌گذاری جدید با مشکل خاصی به استثنای دارا بودن مدیرانی شایسته و آگاه و تشکیلاتی متخصص و متعهد روبرو نخواهد بود.

سرمایه‌گذاری جدید با بررسی مزئیتهای نسبی کشور در عوامل تولید - سرمایه، کار، تکنولوژی، دانش مدیریتی، توانایی تجاری - آغاز و آن نوع کالاها و آن قبیل روشهای تولیدی انتخاب می‌شود که این مزئیتهای به بهترین نحو برای افزایش توان رقابتی اقلام تولیدی داخلی مورد بهره‌برداری قرار گیرند. به‌عنوان مثال، هرگاه موضوع مزیت نسبی در نیروی کار را در نظر بگیریم، سرمایه‌گذاری جدید کالا و روشی را انتخاب خواهدکرد که متضمن حداکثر بهره‌برداری از این منبع باشد. در انتخاب خط تولید و روش تولیدی، لازم است امکانات صادراتی کالا در خارج و شرایط رقابت با واردات در داخل نیز مدنظر قرار گیرد.

البته این ارزیابی از مزیت نسبی هم باید واقع‌نگرانه و مبتنی بر برداشت عینی باشد. درست است که کشور ما به دلیل انفجار جمعیت که از اوایل تا نیمه‌دهه ۱۳۶۰ بروز کرد از عرضه وافر نیروی کار برخوردار است، اما اشتباه است اگر تصور شود که می‌توانیم، مثلاً به تولید اقلام ساده و متکی بر کارگر بسیار ارزان‌قیمت و ساده پردازیم. همانگونه که معضل حضور انبوهی از کارگران مهاجر خارجی - که عمدتاً به مشاغل ساده و کم‌درآمد اشتغال دارند - در کنار بیکاری وسیع نیروی کار داخلی نشان می‌دهد، گرایشهای اجتماعی و فرهنگی، از جمله سطح تحصیلات نیروی انسانی کشور، انتظارات و توقعات آنان، انگاره مصرف خانوارها و بسیاری از عوامل و عناصر دیگر ممکن است نافی فرضیه «ارزانی نیروی کار» باشد. به عبارت دیگر، ارزیابی کارگر در ایران بیش از آنکه ناشی از پذیرش داوطلبانه دستمزد اندک باشد، از شرایط رکودی ناشی شده و جنبه موقتی دارد. در این زمینه، ما از تجربه دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ نیز برخوردار هستیم که نشان می‌دهند که به محض تحرک نسبی اقتصادی، کارگر ایرانی خواهان افزایش سطح مصرف خود در حدی فراتر از نرخ رشد کلی اقتصادی است و در صورت عدم تحقق این توقع، واکنش تندی از خود بروز خواهدداد. بنابراین، در انتخاب کالا و روش تولید نه تنها شرایط فعلی، که روند تحولات آن نیز باید منظور شود و برنامه‌ریزی برای سرمایه‌گذاری، امکانات تغییرات آتی در روش به تبع دگرگونی در وضعیت نسبی منابع را نیز پیش‌بینی کرده باشد. اما مشکل بزرگتر در ارتباط با شرکتهای فعال بروز می‌کند. تعداد زیادی از شرکتهای تولیدی ما

به نصب ماشین‌آلات و تجهیزات مشخص و استفاده از نیروی انسانی با دانش معلوم است. پس در این شاخه‌های تولیدی، برنامه‌ریزی استراتژیک نمی‌تواند به شکل وسیع به اصل مزیت نسبی مثلاً ارزانی نیروی کار اتکا کند. اما مزیت نسبی کشور منحصر به نیروی کار نیست. مثلاً، ایران از منابع انرژی وافر برخوردار است و گرچه گمان نمی‌رود که در صورت عضویت کامل در سازمان تجارت جهانی، تولیدکننده داخلی مجاز به استفاده از یارانه‌های رایج در مورد سوخت باشد، اما بی‌تردید از امتیاز نزدیکی به منابع (یعنی کاهش هزینه حمل‌ونقل) و شاید هم ارزانی نسبی برخی فرآورده‌ها (به دلیل ارزانی کارگر در امر تصفیه نفت خام) منتفع شود. با این همه، بسته به نوع تولیدات شرکت، سهم این عوامل در تولید ممکن است چندان نباشد که به خودی خود، به رقابتی کردن قیمت کالا کمک چندانی کند.

در اینجا است که نقش مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک اهمیت می‌یابد. ممکن است فرایند تولید یک کالا تابع روش و تکنولوژی تقریباً ثابتی باشد، اما در عین حال، مراحل در این فرایند وجود دارند که از انعطاف‌پذیری بیشتری برخوردار هستند به‌عنوان مثال، شاید بتوان در مرحله انتقال اجزا به بخشهای مختلف کارگاه، در موتاز یا بسته‌بندی کالا، از امتیازاتی ارزانی نیروی کار به نفع کاهش قیمت بهره برد. در همان حال، مدیریت باید تغییرات آتی، از جمله دگرگونی وسیع در شرایط محیطی بعد از خاتمه دوره تحفظ و یا امکان افزایش دستمزد و تغییر در کیفیت عوامل در طول زمان و نظایر اینها را نیز پیش‌بینی کرده و در برنامه استراتژیک لحاظ کند. برنامه استراتژیک یک شرکت فعال شامل ملاحظات دیگری هم خواهد بود که از جمله می‌توان به سیاست تنوع تولیدات، انواع ادغام‌های عمودی و افقی و سرمایه‌گذاری مشترک خارجی اشاره کرد به‌نحوی که بتوان با توسل به این شیوه‌ها، در برابر تغییر برنامه استراتژیک یک شرکت فعال شامل ملاحظات دیگری نیز خواهد بود. از آن جمله شرایط از بازاری بسته و حمایت شده به بازاری باز و آزاد، و نیز امکان فروش در بازارهای خارجی به بهترین وجه سود برد.

این ملاحظات در زمینه‌های کمیت و کیفیت تولید، هر دو، قابل توجه است. در حال حاضر، با وجود تقاضا داخلی برای برخی از اقلام، مشاهده

می‌تواند به بقای خود ادامه دهند. و نمی‌توان پذیرفت که در مقابل چالشها، از جمله رقابت خارجی، قادر یا مایل به بروز تحرک و بهبود کارایی باشند. قاعدتاً این واحدها در میان اولین قربانیان عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی قرار خواهند داشت مگر اینکه پیشاپیش، مسئولیت مدیران در قبال حفظ منافع شرکت به آنان گوشزد شده باشد. تنها توصیه‌ای که در ارتباط با این قبیل موسسات می‌توان کرد این است که شرایطی فراهم شود تا سرمایه‌گذاران شرکت بتوانند در راستای دفاع از منافع خود، از حق دسترسی به اطلاعات و نظارت مستمر بر مدیرتها برخوردار شوند.

اما در مورد شرکت‌هایی که به گونه‌ای مناسبتر



### سخن گفتن از منافع آزادی تجارت، بدون تحولی عمیق در پیش‌مدیریتی و توانایی مدیران در تدوین و اجرای برنامه‌های دقیق استراتژیک بیش از اندازه خوشبینانه است.

اداره می‌شوند، عضویت در سازمان تجارت جهانی با فشارها و تنشهای خاصی همراه است و بار مدیریتی را بسیار سنگین‌تر خواهد کرد. این شرکتها باید از ابتدای مذاکره ایران برای عضویت، برنامه‌های استراتژیک خود را با چشم دوختن به الزاماتی که برای تولیدات ایرانی پدید خواهند آمد مورد بازنگری قرار دهند.

مشکل اصلی این شرکتها این است که برای رقابتی کردن تولیداتشان در برابر کالاهای خارجی چه در بازار داخلی و چه بازارهای برون‌مرزی، ممکن است ناگزیر باشند از روشها و فنون تولیدی خاصی استفاده کنند که کیفیت کالای تولیدی و سلیقه مصرف‌کننده آن را به تمام تولیدکنندگان آن کالا تحمیل می‌کند. به‌عنوان مثال، در تولید بسیاری از وسایل الکترونیکی امروزی، گزینه‌های موجود در زمینه انتخاب تکنولوژی و روش تولید کاملاً محدود و منحصر

در حال حاضر به شکلی ناکارآمد اداره می‌شوند و در برخی از آنها، بخصوص در شرکت‌های سهامی عام بزرگتر، گاه مشاهده می‌شود که انگیزه مدیران ارشد در قبول مسئولیت ارتباطی با ارزیابی آنان از توانایی واقعی خود و یا پیگیری هدف بهبود وضعیت شرکت و پیشبرد منافع سهامداران ندارد. گرچه شاید اینگونه موارد فراگیر نباشند، اما مشاهدات نشان می‌دهند که برخی از مدیران به موقعیت شغلی خود نه به عنوان وظیفه‌ای برای بهینه‌سازی و تکامل شرکت، که بیشتر به صورت موقعیتی برای ایجاد شغل و درآمد - گاه درآمدهایی بی‌ارتباط با توانایی و کارایی - برای افراد خاص نگاه می‌کنند. به همین دلیل است که گاه دیده می‌شود که تغییر مدیریت با تغییرات وسیع پرسنلی و حقوق و مزایا بخصوص در مشاغل بالاتر اداری همراه می‌شود و ورود و خروج این مدیران، به صورت نقل و انتقالات گروهی صورت می‌گیرد. در این میان، مهمترین دارایی هر نهاد و موسسه‌ای که وجود افراد متخصص و باتجربه درون سازمان است عملاً بی‌ارزش قلمداد شده و اساسی‌ترین عامل در

مدیریت صالح و کارآمد، که پایبندی به اصل شایسته‌سالاری است، کمابیش به دست فراموشی سپرده می‌شود. نکته جالب این است که تغییر مدیریت بالای سازمان با هیچگونه تغییر و تحول پرسنلی یا آموزشی و فنی در سطح کارگاهی همراه نیست و این مشاغل که معمولاً پرزحمت و کم‌درآمد بوده و به‌علاوه، مستلزم دانش و تخصص فنی خاصی است، همچنان در اختیار افراد سابق قرار می‌گیرند بی‌آنکه تلاشی در بهبود تکنولوژی تولید یا دانش فنی آنان صورت گرفته باشد.<sup>(۱۳)</sup> چنین روش مدیریتی خواه‌ناخواه با شیوه‌هایی مانند مدیریت بسته و جلوگیری از شفافیت اطلاعاتی همراه است که در کنار نقض اصل شایسته‌سالاری، به ایجاد بدبینی و سلب تعلق سازمانی رده‌های فعال شرکت و در نتیجه، کاهش حتی بیشتر کارایی و سوددهی و در نهایت بروز مشکلات مدیریتی و تغییرات متوالی منجر می‌شود.

این دیدگاه مدیریتی قطعاً با هر نوع تحولی در راستای بهینه‌سازی فعالیتهای تولیدی ناسازگار بوده و غالباً به وضعیتی منجر می‌شود که می‌توان آن را «محافظه‌کاری مخرب» نامید. بدیهی است که اینگونه شرکتها صرفاً در مقابل دریافت مساعدتهای ملی مستمر - که به معنی دریافت و باز توزیع درآمدهای نفتی است -

تغییرات و اصلاحات آتی را ندارند امکان‌پذیر نیست. در رده بالای سازمانی نیز، توانایی مدیران در شناخت اصول روشهای نوین و انتقال این ضرورتها به سایر رده‌ها در کنار ارزیابی مستمر ظرفیت کارکنان در درک، انطباق و اجرای این روشها لازم خواهد بود.

این تحول ناگزیر فشار قابل ملاحظه‌ای را بر مدیریت، بخصوص مدیریت سنتی، وارد می‌سازد و عملاً، از محدوده اختیارات او در تدوین تشکیلات شرکت و عزل و نصب کارکنان می‌کاهد.

بدینگونه، عضویت در سازمان تجارت جهانی و بهره‌بردن از منافع آن نیازمند بهبود مدیریتی شرکتها و شاید مهمتر از آن، تغییر در نگرش مدیریتی و استنباط عقلایی و مسئولانه مدیران از وظایف خود است. تحقق این شرایط باز هم به برنامه‌ریزی دقیق و تفصیلی بخصوص در زمینه‌های آموزشی نیاز دارد.

### ۳ - بازاریابی

احتمالاً مهمترین موضوعی که مبحث آزادی بازرگانی، از جمله عضویت در سازمان تجارت جهانی در پی می‌آورد، مسئله بازاریابی است. پیوستن به این سازمان قبل از هرچیز به معنی امکان دسترسی شرکتها داخلی به بازارهای خارجی، و سهولت دسترسی تولیدات خارجی به بازارهای داخلی است. در این میان، کشور عضو نمی‌تواند انتظار نفعی را از آزادسازی تجاری داشته باشد مگر اینکه شرکتها آن بطور موثر و کارآمد به بازاریابی برای کالاهای خود مبادرت ورزند. نباید فراموش کرد که وجود شرایط رقابتی به‌منزله فرصتی برای فروش کالا به مشتریانی است که همزمان، به تولیدات تعداد کثیری عرضه‌کننده دیگر دسترسی کامل دارند. شرایط رقابتی به خودی خود، نه تنها تضمین‌کننده موفقیت واحد تولیدی نیست، بلکه آن را با چالشی مداوم مواجه می‌سازد. در واقع، برخورداری از امتیازاتی نظیر سیاستهای حمایتی و یا شرایط انحصاری است که تداوم فعالیت یک واحد تولیدی ضعیف را، ولو اینکه از کاستیهای متعددی هم رنج ببرد، امکان‌پذیر می‌سازد. فایده مواجهه با شرایط رقابتی در این است که امکان حیات از موسسات ناکارآمد سلب می‌شود و در نتیجه، منابع تولید در سطح ملی یا حتی جهانی در اختیار کسانی قرار می‌گیرد که شایستگی بهره‌برداری بهینه از آنها را دارند.

باشد به احتمال زیاد، با گسترش عضویت سازمان و تعمیق معیارهای آزادی تجارت، کاربرد این روشها مورد تاکید بیشتری قرار خواهد گرفت. به همین دلیل نیز، از شرکتها و موسسات تجاری و تولیدی در کشورهای عضو خواسته می‌شود به یکنواخت کردن (استاندارد کردن) برخی روشهای اجرایی مبادرت ورزند. به عنوان مثال، روش تدوین و مکتوب کردن روشها یا استفاده از شیوه‌های مشخص حسابداری و حسابرسی در بسیاری از کشورهای جهان بخصوص اعضای سازمان تجارت جهانی متداول است. بنابراین، هرگاه قرار باشد ایران نیز به عضویت سازمان تجارت جهانی پذیرفته شود، شرکتهای ایرانی ملزم خواهند بود برخی از این



### عضویت در سازمان تجارت جهانی با یک رشته تعهدات همراه است که مهمترین آنها، پذیرش معیارهایی است که سازمان برای حصول اطمینان از آزادی تجارت منظور کرده است.

معیارهای اداری و اجرایی را قبول کرده و به آنها عمل کنند. به عنوان مثال، ممانعت از اعطای یارانه‌های ضمنی به شرکتها که به معنی ایراد خلل در اصل تساوی فرصتها در بازار رقابتی است، مستلزم کاربرد آن نوع روش حسابداری است که منعکس‌کننده تمامی واقعیات در مورد فعل و انفعالات مالی و مبادلات شرکت باشد. و یا در زمینه‌های تحقیقاتی، کشورهای عضو دیگر نمی‌توانند به‌طور نامحدود و بدون اطلاع دیگران به ایجاد تغییر و تحول در تمام جنبه‌های کالای خود مبادرت ورزند.<sup>(۱۴)</sup>

چنین تغییری در روشها ناگزیر نیازمند حضور مدیرانی برخوردار از دانش و تخصص علمی در بسیاری از رده‌های سازمان است. بخصوص، در رده‌های میانی مدیریت، دیگر امکان استفاده از کارکنانی که توانایی درک و اجرای روشهای نوین اداری و نیز پذیرش

می‌شود که تولیدکنندگان داخلی توانایی تامین نیاز بازار را ندارند. در چنین شرایطی، سخن گفتن از ورود به بازارهای خارجی چندان منطقی به نظر نمی‌رسد هرچند برخی از موسسات ممکن است به دلیل کسب امتیازات نهادی - مثلاً دریافت ارز- یا با منظورهای تبلیغاتی، به صادرات کالاهای کمیاب هم دست بزنند در حالی که توانایی پاسخ به نیاز داخلی را ندارند. چنین روشی نه تنها از نظر اقتصادی بخردانه نیست، بلکه بعید به نظر می‌رسد از امکان اجرایی در شرایط عضویت ایران در تجارت جهانی برخوردار باشد.

به‌طور خلاصه، سخن گفتن از منافع آزادی تجارت و این دیدگاه که وجود رقابت فشرده حتماً باعث تحرک تولیدکنندگان داخلی می‌شود. بدون تحولاتی عمیق و وسیع در بینش مدیریتی و توانایی مدیران در تدوین و اجرای برنامه‌های دقیق استراتژیک بیش از اندازه خوشبینانه به نظر می‌رسد. در واقع، این امکان وجود دارد که بدون تحقق چنین پیش‌شرطهایی، آزادی تجارت صرفاً به بسته‌شدن برخی واحدهای تولیدی موجود و معضلات اقتصادی و اجتماعی همراه آن منجر شود در دنیایی که روشهای مدیریت علمی به سرعت به تمام گوشه و کنار عالم راه می‌یابند، و در جهانی که تخصص و تعهد نیروی انسانی، بخصوص در رده‌های تصمیم‌گیرنده و اجرایی، مهمترین عامل توفیق شرکتها در شرایط رقابت فشرده تلقی می‌شوند، اولین پیش‌شرط برای بررسی عضویت در سازمان تجارت جهانی بازمینی و بهبود و اصلاح ساختارها و روشهای سازماندهی و مدیریتی است.

### ۲ - تاثیرات عضویت بر روشهای مدیریتی و اجرایی

عضویت در سازمان تجارت جهانی با یک رشته تعهدات همراه است که مهمترین آنها، پذیرش معیارهایی است که سازمان برای حصول اطمینان از آزادی تجارت منظور کرده است. بنابراین، کشور یا حتی شرکتی که از این مقررات تخلف کند، در معرض تنبیهاتی از جمله حق مقابله به مثل سایر کشورها قرار می‌گیرد.

از آنجا که بدون حق نظارت بر رفتار و روش اعضا، نمی‌توان تمام موارد تخلف را شناخت و از آنها ممانعت به عمل آورد، از کشورهای عضو انتظار می‌رود شیوه‌های اجرایی خاصی را رواج دهند که متضمن شفافیت اطلاعات و سهولت تشخیص میزان پایبندی آنها به معیارهای سازمان

قیمت نهایی و افزایش فروش منعکس می‌شود. در سطح معاملات بین‌المللی هم شرکت‌های بزرگ به گونه‌ای روزافزون به استفاده از تجارت الکترونیک روی آورده‌اند. معرفی کالا در وسیعترین سطح ممکن، تماس و مذاکره با مشتری، انجام معامله و تسویه حساب بین خریدار و فروشنده می‌تواند با اندک هزینه‌ای از طریق ارتباط شبکه‌ای صورت پذیرد. در واقع، روش‌های رایانه‌ای خرید و فروش با چنان آهنگی روبه رشد دارند که حتی اگر ایران به عضویت سازمان تجارت جهانی هم درنیاید، بیم آن می‌رود که شرکت‌های ما در خلال چند سال آینده عملاً قادر به ایجاد ارتباط و درک زبان تجاری جهان نباشند.

با این همه، این روشها برای بسیاری از شرکت‌های ایرانی عملاً ناشناخته بوده و در برخی موارد، هیچ جایی در نگرش مدیریتی به خود اختصاص نمی‌دهند. حال، با قبول اینکه پیوستن به سازمان تجارت جهانی قرار است به افزایش صادرات کالاهای ایرانی و نیز رقابت موثر آنها در بازار داخلی منجر شود، آشنا ساختن مدیران با این روشها و منظور کردن آنها در برنامه‌ریزی استراتژیک شرکتها دیگر یک اقدام تشریفاتی و زاید به نظر نمی‌رسد. و در این زمینه است که یک تحول بنیادی مدیریتی و تغییر بنیادی در نگرش سنتی نسبت به امر بازاریابی یکی از پیش‌شرط‌های اولیه برای اندیشیدن به مقوله عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی است.

البته در این زمینه، تمامی مسئولیت متوجه مدیران نیست بلکه دولت نیز باید به اقدامات لازم در تشویق و تسهیل فرایند نوین‌سازی روشهای تجاری مبادرت ورزد. علاوه بر ایجاد امکانات سخت و نرم‌افزاری، تجارت الکترونیک بدون وجود لوازمی مانند امکانات الکترونیکی انجام عملیات بانکی، از جمله تسویه مبادلات ارزی ناممکن است. آزادی و تبدیل پذیری نرخ ارز یکی از این لوازم است.

### نتیجه‌گیری

موضوع عضویت ایران در سازمان جهانی باید در چارچوب تحولات روابط تجاری بین‌المللی و امکانات و محدودیتهای داخلی مورد ارزیابی قرار گیرد. درحالی که انتظار می‌رود هر روزه بر تعداد کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی افزوده‌شود، بیرون ماندن از این

عقب‌ماندگی موقتی کیفیت آن را جبران کند. به زبان دیگر، در شاخه‌هایی که محصول به سرعت در معرض دگرگونی تکنولوژیک قرار دارد، هر چرخه تولید ممکن است با تغییراتی در کیفیت کالا همراه باشد. در این میان، بدون تلاش بخش بازاریابی برای فروش کامل محصولات یک چرخه و نیز ایجاد تقاضا برای فرآورده چرخه بعدی، این خطر وجود دارد که شرکت همواره با فزونی عرضه از تقاضا مواجه شده و بخش عمده‌ای از تولیدات آن هرگز از انبارهای شرکت خارج نشوند. بخش بازاریابی باید بتواند فرجه‌های زمانی لازم برای فروش محصولات را فراهم سازد. امروزه، رایج‌ترین تحول فنی در زمینه بازاریابی به سیر سریع مکانیزه شدن امر بازاریابی و خرید و فروش کالا مربوط می‌شود. از اواسط دهه ۱۹۸۰ که تجارت الکترونیک به دنیای کسب و کار راه یافت، تحولات این شاخه از علوم و فنون فی الواقع حیرت‌آور بوده است و تردیدی در سیر تصاعدی این دگرگونی نمی‌توان داشت. برای نشان دادن اهمیت تسلط الکترونیک بر امور تجاری و تولیدی، کافی است اشاره شود که در حال حاضر، چند مرکز مطالعاتی در ایالات متحده شاخه‌های علمی جدیدی را براساس علوم سنتی ایجاد کرده‌اند که مشخصه همه آنها، وجود حرف انگلیسی E به صورت یک پیشوند بر سر عناوین این رشته‌هاست. به‌عنوان مثال، این مراکز به تعلیم و تحقیق در زمینه‌هایی مانند EBUSINESS, EFINANCE, ECOMMERCE, ECONOMICS مبادرت

می‌ورزند که به معنی علم اقتصاد مبتنی بر الکترونیک، تجارت مبتنی بر الکترونیک، مالیه مبتنی بر الکترونیک و کسب و کار مبتنی بر الکترونیک است.

ساده‌ترین نوع استفاده از تکنولوژی الکترونیک که حتی در بازارهای خرده‌فروشی بسیاری از کشورها رواج یافته است، دریافت و اجرای سفارش از طریق ارتباطات شبکه‌ای است. این روش معاملاتی علاوه بر جلب نظر مشتری و تسهیل در امر مبادله کالا، به معنی کاهش چشمگیری در هزینه‌های عملیاتی هم هست. به‌عنوان نمونه، خرده‌فروشی از طریق شبکه رایانه‌ای ضرورت تقبل هزینه‌های گزاف تاسیس فروشگاههای بزرگ و پرداخت دستمزد کارکنان و ویتترین‌آیی را تقریباً به صفر کاهش می‌دهد. این کاهش هزینه به نوبه خود در کاهش

پیوستن به سازمان تجارت جهانی نیز در نهایت همین نتیجه را در پی دارد. بنابراین، هرگاه شرکت‌های ایرانی نتوانند کالاهایی درخور رقابت با تولیدات سایر کشورها را به بازار عرضه کنند یا با وجود برخورداری تولیداتشان از کیفیت مناسب، به هر دلیل قادر نباشند مشتریانی برای آنها بیابند، عملاً محکوم به شکست خواهند بود. توفیق در بازاریابی چه در داخل کشور و چه در بازارهای خارجی یکی از عوامل اصلی درکسب منافع ناشی از آزادی تجارت است. بنابراین، در صورت اقدام ایران برای عضویت در سازمان تجارت جهانی، بهبود روشهای بازاریابی بخش مهمی را در برنامه‌ریزی استراتژیک شرکت‌های ایرانی به خود اختصاص خواهد داد.

متأسفانه به نظر می‌رسد بسیاری از شرکت‌های ایرانی که برای مدتهای مدید در پشت دیوارهای حمایتی و در شرایط فزونی تقاضای موثر از عرضه، نیازی به رقابت فشرده احساس نکرده‌اند، تقریباً فاقد تخصص لازم در بازاریابی، بخصوص بازاریابی خارجی هستند. برخی از مشاهدات نشان می‌دهند که واحد بازاریابی شرکت بیشتر جنبه تشریفاتی داشته و مدیریت بخشی عملاً استنباط درستی از این مقوله ندارد. در نظر این گروه از مدیران، فعالیت بازاریابی به درج و پخش آگهیهای بازرگانی در رسانه‌های جمعی منحصر می‌شود و یافتن بازار مناسب بیش از آنکه مسئولیت مدیریت شرکت تلقی شود، از جمله وظایف خریدار دانسته می‌شود. و این درحالی است که در دنیای تولید و تجارت امروزی که در آن مفهوم کمبود کالا جای خود را به وفور اجناس داده است، مفهوم «حاکمیت مصرف‌کننده» نه یکی از پارامترهای عمده فعالیت تولیدی و تجاری، که در واقع تنها پارامتر حاکم بر سرنوشت شرکتها تلقی می‌شود. در همان حال، برای یک شرکت موفق، فعالیت بازاریابی نه تنها متوجه جلب مشتری برای محصولات شرکت، که همزمان درصدد یافتن فروشندگان منابع از جمله نیروی انسانی کارآمد برای استفاده در فرایند تولید است. (۱۵)

به همین دلیل است که مهمترین تحولات تکنولوژیک در یک دهه اخیر متوجه بهبود فنون و روشهای بازاریابی بوده و انتظار می‌رود این روند در آینده تحریک بیشتری به خود بگیرد. یک شرکت امروزی همواره درصدد آن است تا با کاهش هزینه و افزایش بازدهی بخش بازاریابی خود، نواقص احتمالی محصول از جمله

تکنولوژی صورت گرفته باشد.

- ۱۶ - در زمان تدوین این مقاله، چین بطور جدی موضوع عضویت خود در سازمان تجارت جهانی را پیگیری می‌کند و به منظور جلب حمایت کشورهای غربی در جریان مذاکرات عضویت، به مداراگری سیاسی هم دست زده است. در دسامبر ۱۹۹۹، سازمان تجارت جهانی پذیرش درخواست عضویت اردن را اعلام کرد.
- ۱۷ - مهمترین هدف برنامه سوم توسعه ایجاد شغل برای مقابله با انبوه نیروی کار جوانی است که در خلال سالهای آتی وارد بازار کار خواهند شد.

### منابع و مأخذ:

- «سند نهایی دربار گوته» موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی ایران (ترجمه) ۱۳۷۳.
- «تحلیلی پیرامون تجارت - تجربه عملی پیوستن برخی کشورها به سازمان تجارت جهانی و آثار اقتصادی الحاق ایران به آن» وزارت امور اقتصادی و دارایی، ۱۳۷۴.
- «موافقت‌نامه عمومی توسعه و تجارت - گزارش گروه کاری، وزارت بازرگانی ۱۳۷۳.
- دکتر حمید الیاسی «واقعیت توسعه نیافتگی» (تهران: شرکت سهامی انتشار ۱۳۶۸ و ۱۳۷۶)
- کن‌ابچی اومی «فکر یک استراتژیست» (ترجمه دارد مسگریان حقیقی) (تهران: نشر سازمان مدیریت صنعتی ۱۳۷۱).
- دکتر علی صناعی و دکتر کریم آذربایجانی «پذیرش ایران در سازمان تجارت جهانی» (اصفهان، نشر آتروپات ۱۳۷۸).
- ویلیام جی باربر «سیر اندیشه‌های اقتصادی» (ترجمه حبیب‌الله تیموری) (تهران: انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی ۱۳۷۰).
- فیلیپ کانگر و گری آرمسترانگ «اصول بازاریابی» (ترجمه بهمن فروزنده) (تهران: آتروپات کتاب ۱۳۷۶).
- چارلز آر. شوانگ «مبانی تصمیم‌گیری استراتژیک» (ترجمه عباس منوریان) (تهران: ناشر مرکز آموزش مدیریت دولتی ۱۳۷۰).
- پی‌ان ماتور «معمای توسعه نیافتگی» (ترجمه: دکتر علی اصغر بانویی) (تهران: انتشارات سازمان برنامه و بودجه ۱۳۷۶).
- ترنس آرمیچل «مردم در سازمانها» (ترجمه حسین شکر کن) (تهران: انتشارات رشد ۱۳۷۳).
- CHARLES P. KINDLEBERGER "INTERNATIONAL ECONOMICS" (ILLINOIS: IRWIN INC, 1968)
- ROBERT HEILBRONER "THE WORLDLY PHILOSOPHERS" (NEW YORK: CLARION BOOKS 1967).
- DAVID RICARDO "WORKS AND CORRESPONDENCE OF DAVID RICARDO" ED. PIERO SRAFFA (CAMBRIDGE: CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, 1951) VOL.1
- JOAN V ROBINSON "ECONOMIC HERESIES" (OXFORD: OXFORD UNIVERSITY PRESS, 1971).
- ADAM SMITH "AN INQUIRY INTO THE NATURE AND CAUSES OF THE WEALTH OF NATIONS" ED. E. CANNAN (NEW YORK: A. KELLY 1964).
- افزایش دستمزد، به ضرر قشر نوپای سرمایه‌دار تولیدی بود، با کاهش قدرت مالکان و تجار لغو شد.
- 4 - DAVID RICARDO, IN ED. P. SRAFFA, "WORKS AND CORRESPONDENCE OF DAVID RICARDO" (CAMBRIDGE: CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, 1951), INTRODUCTION, PP. XXXIV.
- ۵ - به عنوان نمونه ن. ک.
- JOAN V. ROBINSON, "ECONOMIC HERESIES" (LONDON: MACMILLAN, 1971) INTRODUCTION.
- 6 - "BEGGAR MY NEIGHBOR POLICY".
- ۷ - این نظر بخصوص به عنوان دفاعیه‌ای از دیدگاه تجارت آزاد کراراً دیده شده است.
- ۸ - در مورد گات، ن. ک.
- CHARLES P. KINDLEBERGER, "INTERNATIONAL ECONOMICS" (ILLINOIS: IRWIN INC, 1968) P. 154
- 9 - SEE: WTO ANNUAL REPORT, DECEMBER 1996
- ۱۰ - این نظر در محافل بازرگانی مورد تأکید قرار گرفته است. ضمناً در اثر زیر، ارزیابی نسبتاً مفصلی از مقوله عضویت ایران مطرح می‌شود:
- دکتر علی صناعی - دکتر کریم آذربایجانی «پذیرش ایران در سازمان تجارت جهانی» (اصفهان نشر آتروپات ۱۳۷۸)
- ۱۱ - «پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی توسعه نیافتگی را ندام می‌بخشد» (مصاحبه با دکتر حمید الیاسی) روزنامه ایران ویج - شماره ۷۸ - ۱۳ آذرماه ۱۳۷۸ - صفحه ۲.
- ۱۲ - گزارش مقدماتی سازمان تجارت جهانی برای سال ۱۹۹۹. از سال ۱۹۹۵ تا دسامبر ۱۹۹۹. تعداد ۱۱۷ شکایت از سوی اعضا علیه یکدیگر به سازمان تسلیم شد.
- ۱۳ - اینگونه مشکلات پرسنلی و استخدامی در شرکت‌های کاملاً خصوصی ایران بویژه شرکت‌هایی که تحت نظام کارفرما - مدیر اداره می‌شوند کمتر دیده شده است. این تفاوت در دیدگاه بهیچوجه نباید سازنده تلقی شود زیرا در شرایط اقتصادی فعلی، جهت توفیق در برابر چالش‌های تجارت جهانی، کشور باید به واحدهای بزرگتر و فعال در مقیاس وسیع بیشتر متکی باشد زیرا تولید کالاهای صنعتی در سطح قابل قبول کیفی و کمی کمتر در حد توان شرکت‌های کوچک قرار دارد.
- ۱۴ - به عنوان نمونه، در حال حاضر بین اروپا و آمریکا بر سر کاربرد تکنولوژی تغییرات ژنتیکی در مواد خوراکی که مورد قبول اروپائیان نیست اختلاف وجود دارد و این تفاوت نظر حتی در کنفرانس سیاتل نیز، با وجود اطمینانی که طرف آمریکایی در مورد سلامت این نوع مواد غذایی داد، هنوز مرتفع نشده است.
- ۱۵ - با توسعه تکنولوژی و رقابت فشرده در سطح جهانی، توانایی و خلاقیت نیروی انسانی به گونه‌ای روزافزون اهمیت بیشتری نسبت به ابزار می‌یابد. در زمینه نیروی مدیریتی شایسته، حتی برخی صاحبزنان بعید نمی‌دانند که در آینده نه چندان دور، مدیران نخبه خود به افلامی برای دادوستد بین شرکتها مبدل شوند. در هر حال، شرکت‌های موفق جهان، کمتر حاضر می‌شوند پرسنل متخصص و با سابقه خود را از دست بدهند علاوه بر اینکه حتی اگر رده عالی مدیریتی به هر دلیل از خارج از شرکت انتخاب شود، انتصاب افراد فاقد تجربه قبلی در یک شرکت برای ایفای نقش مدیران میانی معمولاً عاقلانه تلقی نمی‌شود مگر اینکه این افراد علاوه بر زمینه علمی کافی، دارای تجربه در سازمان‌هایی با نوع فعالیت مشابه بوده باشند یا در داخل شرکت، تغییرات اساسی در سازماندهی یا

سازمان هم به معنی انزوای اقتصادی و، صریحتر بگویم، نوعی تحریم تجاری ضمنی است. پس عضویت در سازمان فوق دیر یا زود از حالت یک گزینه از میان گزینه‌های متعدد خارج شده و به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای بقای اقتصادی مبدل می‌شود. (۱۶)

در همان حال، باید هشدار داد که عناصر سازنده آزادی تجاری فارغ از دغدغه این یا آن کشور برای دگرگونی ساختاری و پیمودن سریع مسیر توسعه، به کار خود ادامه می‌دهند. تجارت آزاد می‌تواند به رشد استعدادهای و ظرفیتهای اقتصادی کمک کند، اما ایجاد این ظرفیتها و به فعل در آوردن آنها در حیطه مسئولیت ملت‌هاست.

در مورد ایران، آزادی تجاری ممکن است به رشد تولید کمک کند، اما موجب ساختار تولیدی مناسب برای کشوری با یک جمعیت بزرگ و جوای کار نیست. (۱۷) قرارداد اقتصاد کشور در مسیر مناسب توسعه، به تدوین و اجرای برنامه‌های فشرده توسعه نیاز دارد و هرگاه اقتصاد ما در مسیر توسعه ساختاری قرار گیرد، آنگاه آزادی تجارت می‌تواند به تسریع روند توسعه و رشد کمی تولیدات کمک کند.

مسئله دیگری که بخصوص به مقوله مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک شرکت‌های ایرانی مربوط می‌شود، تحولی بنیادی در پیش و روش‌های مدیریتی بخصوص در زمینه‌هایی مانند استفاده بهینه از نیروی انسانی و شناخت و کاربرد فنون جدید است. هرگاه دیدگاه سنتی که در آن، مدیریت نه به عنوان مسئولیتی اقتصادی و اجتماعی، بلکه صرفاً به صورت یک فرصت شغلی تلقی می‌شود در کشوری رواج یابد، تماس آزادانه با دنیای خارج نتیجه‌ای نخواهد داشت جز از کار انداختن کامل ماشین‌هایی که در پس دیوارهای حمایتی، می‌تواند لااقل برای مدتی به حرکت بطنی خود ادامه دهد.

پی‌نوشتها:

- ۱ - برای مختصری درباره بولیونیست‌ها مراجعه شود به:
- ROBERT L. HEILBRONER, "THE WORLDLY PHILOSOPHERS" (NEW YORK, CLARION BOOK, 1967) P. 35.
- 2 - ADAM SMITH "THE WEALTH OF NATIONS" ED. E. CANNAN (LONDON, 1904 REP), L81
- ۳ - البته یکی از انگیزه‌های اسمیت و ریکاردو در مقابله با قانون غله در انگلستان بود که به نفع مالکان وضع شده و مقرر می‌داشت که واردات غله تا زمانی که نرخ داخلی آن از حد معینی فراتر نمی‌رفت، ممنوع است. این قانون که با