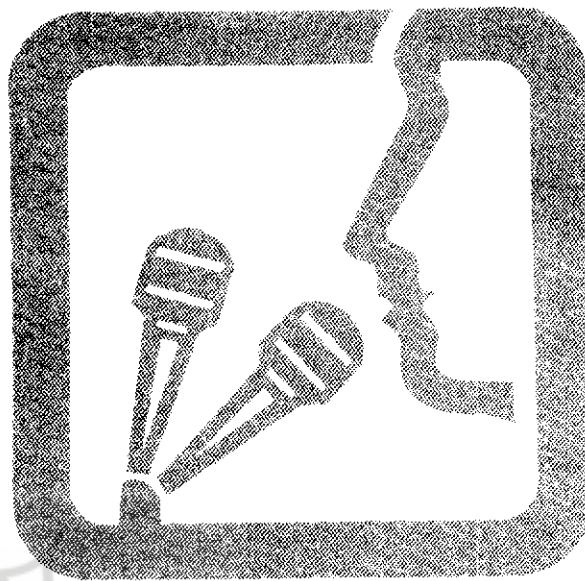


آقای یحیی آل اسحق وزیر بازرگانی ماه گذشته در دانشکده بازرگانی‌سی دانشگاه علامه طباطبائی درباره جایگاه واقعی ایران در بازرگانی خارجی سخنرانی کرد. از آنجاکه این سخنرانی حاوی مطالب آموزنده‌ای درباره موقعیت و امکانات ایران در تجارت جهانی و نیز برنامه‌های آینده کشور در زمینه بازرگانی خارجی، میباشد، در زیر متن سخنرانی مذکور را نظر خوانندگان میگذرد:



سخنرانی

موقعیت ممتاز ایران

کشور ما با موقعیت جغرافیائی فوق متنازله فقط در گذشته‌های دور نقطه اتصال شرق و غرب جهان بوده، بلکه امروز نیز در عصر هوایاها، همچنان صوت و ارتباطات ماهواره‌ای، و شاید بیش از همیشه، از اعتبار بالاقوای در تجارت جهانی برخوردار است. جاده ابریشم که روزگاری شهرهای مهم چین را از طریق شرق و شمال و شمال شرق ایران به بیژانس متصل میکرد، امروز جای خود را به آبراه خلیج فارس، دریای عمان داده است، از تنگه هرمز، هرده دقیقه نفت کش عبور میکند که نفت ایسیران و کشورهای منطقه خلیج فارس را به سراسر جهان حمل میکند. ایسیران محمولات بزرگترین نقش را در گردش چرخهای صنایع کشورهای مختلف جهان ایفا میکنند.

کشور ما این ظرفیت را دارد که از طریق جاده و راه آهن بصورت نقطه اتصال شرق و غرب جهان درآید و بصورت مرکز فعال داد و ستد جهانی ایفای نقش کند، کالاهای گوناگون در اینجا ساخته شده و صادر شود و بازنقسط مختلف جهان به اینجا آورده شود و سپس دوباره به بازارهای مصرف توزیع گردد و باین ترتیب آنچنانکه

من قصد دارم در این فرصت کوتاه، وارد مباحث تاریخی مربوط به تجارت خارجی شوم، اینقدر اشاره میکنم که مبادله و داد و ستد کالا با زندگی بشر عجین بوده و سهم عمده‌ای از پیشرفتهای بشر، مستقیم یا غیرمستقیم از طریق مبادله کالاها، خدمات، تکنولوژی و دانش فنی صورت گرفته است. در عصر ما پیمان عمومی تعرفه و تجارت که اصطلاحاً "به گات" معروف شده، با این شعار وجود آمده: "تجارت آزاد بین ملل، عاملی برای صلح و توسعه در مقیاس جهانی محسوب میشود." امروز بالاترین تلاش جوامع بشری معروف "تولید برای صدور" و امور مربوط به صادرات و واردات میشود. جنگهایی که در تاریخ روی داد ما کنونی بخاطر تصرف بازارهای مواد خام و بازاریهای فروش محصولات ساخته شده بوده است و متقابلاً، داد و ستد آزاد و گسترده نقش اساسی در جلوگیری از بسیاری از جنگهای محتمل الوقوع ایفا کرده است. به این ترتیب هر خدمتی که مابه توسعه بازرگانی خارجی کشورمان بکنیم هم در توسعه اقتصاد کشورمان مؤثر خواهد بود و هم به صلح و ثبات و توسعه منطقه و جهان کمک خواهد کرد.

پس از این اشاره کلی، کمی بموضوع نزدیکتر میشویم:



جایگاه واقعی ایران در بازرگانی خارجی

مقام ریاست جمهوری اسلامی ایران در مراسم نوزدهمین نمایشگاه بین‌المللی بازرگانی تهران فرمودند: با استفاده از سائل مدرن، با ردیگر جاده، ابریشم را در مفهوم امروزی آن احیا کند.

اهمیت صادرات

توجهی که باید به صادرات داشته باشیم ناشی از هوی و هوس نیست، بلکه یک ضرورت است. میتوان موضوع را با این ترتیب خلاصه کرد.

یکم: داشتن هدف صادراتی ما را به سوی تولید میکشاند. زیرا ما دام که کالائی برای عرضه کردن در بازارهای جهانی نداشته باشیم، سخن از صادرات گفتن معنا ندارد.

دوم: توجه به تولید برای صادرات سبب استفاده بهتر از منابع ملی-اعم از نیروی انسانی و ذخایر گاهنسد و فزاینده - مانند معادن و جنگلها میشود.

سوم: افزایش سطح اشتغال کمدر سایه تولید صادراتی صورت میگردد، بهترین وسیله توزیع عادلانه تر درآمدها محسوب میشود. هیچ کشوری در جهان موفق نشده است فرمولی بهتر از افزایش سطح اشتغال برای توزیع عادلانه تر درآمدها، ارائه دهد.

چهارم: در برتولید - با هدف صادرات - ارزش افزوده بوجود میاید که بمعنی نقد کردن قدرتهای تولیدی جامعه - اعم از نیروی انسانی و ذخایر - میباشد. این ارزش افزوده بر میزان ثروتمندی جامعه می افزاید و همسسه، کسانی که به نحوی در ایجاد ثروت نقشی داشتهاند، از آن سهمی می برند.

پنجم: در سایه توسعه اشتغال ناشی از تولید صادراتی، سطح مهارتها و تخصصها در جامعه افزایش مییابد که بنویسه خود در بالا بردن میزان ارزش افزوده مؤثر خواهد بود و به این ترتیب دورنگاری اشتغال - مهارت - درآمد - توزیع شروع میشود. این مکانیزم اگر از خطا برکنار باشد میتواند پیوسته بر سطح رفاه جامعه بیافزاید.

ششم: تولید با هدف صادرات ما را ملزم میسازد که کالاهائی قابل رقابت با صد ها نوع مشابه خارجی و با قیمتی مناسب تهیه کنیم و این امر استناد تولیدات ما را تا سطح رایج تولیدات کشورهای پیشرفته بالا میبرد.

هفتم: در سایه داشتن بازارهای صادراتی جریان تولید نظم و استمرار بهتر پیدا میکند زیرا که هر چه بازار وسیعتر و متنوع تر باشد کمتر از تغییرات تک بازاری، متأثر میشود.

هشتم: مطمئن ترین و بهترین طریق تحصیل ارزش خارجی، صادرات فراورده های تولیدی با ارزش افزوده است. در یک معنی دیگر وقتی ما مواد خام صادر میکنیم بخشی از ثروت ملی را می فروشیم، اما اگر همان مواد ساخته و بعد صادر شود ارزش افزوده های ناشی از کارملی که عاملی زاینده و فزاینده است با آن عجب میشود که گاه این ارزش چند صد و گاه چندین هزار برابر مواد اولیه بکاررفته در آن است.

ارزش افزوده

در تشریح این مسأله اقل برای ما ایرانیها سادترین و ملموس ترین مثال همان قالی دستباف ایرانی است. یک قطعه فرش نفیس ایرانی را در نظر بگیرید، قیمت آن را در بازارهای

بین المللی، با قیمت پنبه، پشم، ابریشم و رنگ بکاررفته در آن بسنجید. گاه چندین هزار برابر، ارزش افزوده نسبت به قیمت مواد خام ایجاد میشود که ناشی از کار و مهارت نیروی انسانی در داخل کشور است، این مثال زنده در مورد یک تابلوی نقاشی، یک تالیف برجسته یا یک فرآورده صنعتی نیز مصداق دارد.

نهم: و بالاخره از طریق ارزش حاصل از صادرات کالاهائی با ارزش افزوده قابل ملاحظه میتوانیم واردات کالاهای مورد نیاز خود را با اطمینان و بدون ترس از اوامد ارشدن وارد کنیم و با آنغ باز کالاهای جدیدی، با ارزش افزوده بیشتر، تولید و صادر کنیم و به روند رشد از طریق تولید و صدور شتاب و استمرار بخشیم.

بنظر میرسد این مختصر برای نشان دادن اهمیت "تولید برای صادرات" کافی باشد، با اینهمه، حق اینست که هر چه در این زمینه گفته شود خارج از موضوع نخواهد بود.

جاذبه کاذب واردات

مادر گذشتهای همچنان دور، تحت تأثیر یک جاذبه حیلگرا نه و کاذب مجذوب کالاهای وارداتی شدیم و قدرت تولید و خلاقیت خود را حتی در زمینه فرآورده های که روزگاری معروفترین تولید کنندگان جهان آنها بودیم، از دست دادیم و به وارد کردن بنجله های خارجی روی آوردیم. اینک زمان بازشناسی ارزشهای ملی و تشخیص ارزشهای واقعی از نیرنگها و ترفندهای تبلیغاتی خارجی است. ما نه فقط در بسیاری زمینهها از مزیت نسبی برای تولید و صدور برخوردار هستیم، بلکه

در رشته های معینی از مزیت مطلق برخورداریم. فرضاً "در مورد قالیسی دستباف اگر ما فقط در بازارهای جهانی و در سطح مصرف کنندگان در شهرها و روستاهای کشورهای قادر به خرید، به معرفی سالم فرش ایرانی بپردازیم،

منطقاً تا هنگامی که یک قالی یا قالیچه ایرانی در بازار موجود باشد نباید خریداری متمایل به خرید فرش دستباف دیگر کشورها شود. این مزیت مطلق متعلق به ما و مسال هنرمندان و صنعتگران فرش ایرانی و حاصل چند هزار سال تلاش همسه، نسلهائی است که این هنریگانه را حفظ کرده و آنرا تا سرحد یک تمسید عرفانی تعالی بخشید ما ند. هنرهائی مانند خاتم کاری و قلمزنی و کند کاری روی فلزات از این جمله اند، با اینهمه اگر فرض شود که مادر صادرات به چند قلم صنایع دستی یا خشکبار پوست و پشم و پنبه اکتفا کنیم، دچار اشتباه شدیم. ما البته صادرات هنرهای دستی و فرآورده های کشاورزی خود را حفظ خواهیم کرد و آنرا توسعه خواهیم داد.

لیکن در همان حال تلاش اساسی ما اینست که در ردیف تولید کنندگان صادر کنندگان مهم کالاهای صنعتی که در آنها از مزیت نسبی طبیعی برخوردار هستیم در آئیم. تا چند سال پیش فرض اینکه ما بتوانیم صادر کنندگان و فولاد و مس و آلومینیوم باشیم بعید بنظر میرسید، اما امروز عملاً صادر کننده این کالاها هستیم و در ماکالای مشابه دیگر بتدریج واردات خط تولید صادراتی میشود. برنامه ما اینست که بر تعداد اینگونه کالاها بیفزاییم و حجم تولید و صادرات را در حد امکان بسالاً ببریم.

بازار داخلی تکیه گاه تولید

بدیهی است تکیه بر بازارهای صادراتی برای تأمین ارز مورد نیاز کشور جنبه اساسی و حیاتی دارد، معیناً تجربه نشان داده است که تکیه گاه واقعی تولید به هر حال باید بازارهای داخلی باشد. هر چه بازار داخلی مطمئن تر باشد به همان نسبت انگیزه و شوق برای افزایش تولید و تنوع آن افزایش صادرات بیشتر می شود. از همین جا وظیفه دیگر ما چهره می نماید و آن اینکه ما باید بازارهای داخلی خود را برای مصرف فرآورده های داخلی تجهیز کنیم. البته ما این تجهیزات نباید بصورت انحصارگرائی درآید بلکه حمایت های ما از فرآورده های داخلی باید تا همان حد باشد که قدرت رقابتی تولیدات داخلی حفظ شود، در غیر آن صورت همواره محافظ نگهبان صنایع بیمارگونه خواهیم بود که بازار صادراتی نخواهند داشت و دائماً "از دولت کمک و حمایت می طلبند، سیاست های ارتشادی در امر تولید و صادرات باید مبتنا به جرقه اشتعال سوخت ماشینی اقتصاد کشور تلقی شود و نه خود سوخت. گسترش بازارهای داخلی در شرائطی که قابل رقابت با واردات انواع مشابه خارجی و بطور قطع برکنار از هر نوع کمپینگ فرآورده های خارجی باشد، تولیدکنندگان ما را ملزم می سازد که کالای درجه اول استاندارد های مورد قبول جهان و با قیمت قابل رقابت تهیه کنند و طبعاً وقتی که چنین ساختار سالمی داشته باشیم نفوذ در بازارهای خارجی و افزایش صادرات برایمان چندان دشوار نخواهد بود.

حمایت معقول

خلاصه این قسمت آنکه باید از صنایع و بازارهای داخلی آنها حمایت کنیم، اما حمایتی معقول و در حدی که به خود کفائی آنها کمک کند. بانوجه به فشردگی وقت - فکر میکنم، آنچنانکه معروض داشته ام برای آنکه افکار ما را به ضرورت برنامه ریزی برای تجارت خارجی کشور جلب کرده باشد، کافی بود باشد. به همین جهت به تشریح رئوس برنامه هایی که در این زمینه تهیه شده و به مجلس شورای اسلامی نیز ارائه شده است می پردازم:

جهش کمی و کیفی

۱- نقطه نظر اساسی ما در امر تجارت خارجی اینست که در صادرات یک جهش کمی و کیفی ایجاد کنیم. یعنی اولاً "سیاست صادرات تسک محصولی را برای همیشه کنار بگذاریم و به تنوع صادرات غیر نفتی روی آوریم. ما عمیقاً "معتقدیم که اگر نه صدها، لااقل ده ها کالای غیر نفتی و خدمات بازرگانی و سیاحتی و زیارتی در کشور ما وجود دارد که هر کدام به تنهایی میتوانند درآمد هائی بیش از درآمد نفت برای ما داشته باشند. کشور ما دیگر با داشتن ۷ میلیون نفر جمعیت که تا سال ۲۰۱۰ از مرز ۱۰ میلیون نفر تجاوز خواهد کرد، نمیتواند به درآمد ۱۶ میلیارد دلاری نفت بسند کند. در نظر بیاوریم که کشور کوچکسی مثل تایلند در سال ۱۹۹۲ فقط ۱۰ میلیارد دلار آب میوه صادر کرد و ما صادرات میوه و آب میوه ما ایران، با آن کیفیت

بی نظیر و آنهم متنوع چقدر بوده است؟ چیزی در حد هیچ.

تولید برای صدور

۲- در اجرای نقطه نظری که گفته شد طبعاً "باید اضا فهم حصول برای صادرات داشته باشیم. ما باید سیاست های تولیدی و صادراتی را عین کنیم. عبارت دیگر در بسیاری زمینه ها باید تولید صادراتی داشته باشیم و در زمینه های متعدد دیگری نیز علاوه بر تأمین نیازهای داخلی، به صادرات نیز عنایت کنیم. وقتی در همسایگی ما، کشوری مثل عربستان سعودی در شمار صادرکنندگان عمده گندم درمی آید، مطلقاً "دلیلی ندارد که ما کسه روزی صادرکننده عمده این کالا بودیم نتوانیم دوبار مقام قبلی خود را بدست آوریم.

عاملیت بخش خصوصی

۳- وزارت بازرگانی در نظر دارد تا آنجا که ممکن و به صلاح کشور باشد، از مداخله در امور عاملیت خودداری کند و امور تجارت را به دست صاحبان اصلی آن که بخش خصوصی باشد واگذار نماید. در این صورت ما به برنامه ریزی و ارشاد و نظارت بسند خواهیم کرد. در مذاکرات بازرگانی با طرفهای خارجی خود هم مجامع جستجوی امکانات توسعه صدور فرآورده های گوناگون برخورداریم. آمد و اطلاعات بدست آمد و توافقهای حاصل شد مرابی وقفه، در اختیار تولیدکنندگان خواهیم گذاشت تا سیاست های تولیدی خود را با توجه به امکانات صادراتی طرح ریزی کنند.

۴- با کلیه وزارتخانه ها و سازمانها و

نهادهائی که به نحوی در امر تولید دخالت دارند ارتباط مداوم خواهیم داشت تا در هر زمینه سیاست های صادراتی را از طریق افزایش کمی و بهبود کیفی تولیدات و قابل رقابت ساختن آنها، به پیش ببریم.

اصلاح ساختارها

۵- در تحقق این هدف به اصلاح ساختارهای اداری و مدیریت توجه خاصی مبذول خواهیم داشت، بنحوی که وقفه های غیر ضروری، تشریفات زائد، مراحل متعدد در جاع امور تجاری و صادراتی، از بین برود و مردم، بدون روبروشدن با دشواریهای نظام اداری، کار و کسب خود را پیش ببرند و همه از ثمرات پیشرفت استفاده کنند.

۶- استفاده از تخصصها، انجام تحقیقات بازاریابی و بازاریابی برای ما از اهمیت ویژه ای برخوردار است و من از همین جا و از پشت همین تریبون از کلیه دانشمندان و محققانی که در زمینه بازرگانی خارجی صاحب نظر و تجربه هستند دعوت به همکاری میکنم. ما مقدم همه کسانی را که بخواهند در این راه مورسالت، ما را یاری دهند گرامی میداریم.

۷- ما طبعاً "وظیفه داریم نظام سالمی برای عرضه مرتب کالاهای اساسی مردم، بوجود آوریم. این نظام الزاماً "بمعنی مداخله در امر عاملیت نیست، بلکه ما ضوابط و الزامات قانونی را در دسترس فعالان بخش خصوصی قرار میدهیم و سپس به نظارت در عملکرد درست برنامه ها می پردازیم. طبعاً "هر کجا که ضرورت حفظ حقوق جامعاً بجا بماند از

مداخله مستقیم نیز امتناع نخواهیم کرد، اما ترجیح میدهم که ناگزیر به مداخله مستقیم نشویم.

۸- در جهت توزیع کالاهای اساسی مردم، خاصه در نقاط محروم باز هم رجحان ما بر آنست که ما سازمان دهی کنیم و بخش خصوصی امور اجرایی را در دست داشته باشد. در همین راستاست که حمایت از شکل های منفی مورد توجه خاص ما قرار گرفته است. با اینهمه برای همین تشکل های نیز ترجیح میدهم امور مربوط از طریق سازمانهای مسئول و قانونی بخش خصوصی تنظیم و اجرا شود.

۹- در سالهای اخیر در مورد الگوی مصرف زیاد صحبت و پرسش شده است. ما این الگو را حداقل ضروری برای یک سطح زندگی قابل قبول در جامعه، امروز جهانی و با توجه به ارزشهای انقلابی کشورمان در نظر میگیریم و از طریق سیاستهای ارشادی و تبلیغی اجرای داوطلبانه آنرا به پیش میبریم.

۱۰- در زمینه تأمین مواد اولیه و کالاهای مورد نیاز صنعت، معدن و کشاورزی که در برنامه اخیر وزارت بازرگانی آمده است، توضیح این نکته را ضروری میدانم که در این امور نیز در نظر نداریم مداخله مستقیم کنیم، اگر برنامه ریزیها، نظارتها و مساعدتهای قانونی و تشکیلاتی ما بتواند به این هدف تحقق بخشد، ما بسیار خوشوقت خواهیم شد و از این حد فراتر نخواهیم رفت.

توازن منطقی

۱۱- ایجاد توازن در تجارت خارجی کشور ضرورتی است که هرگز نمیتوان از توجه به آن غفلت کرد. در این راه

البتها ایجاد توازن مطلق در مبادلات با تک تک کشورهای دشواریهای عملی دارد، چه خصلتا "بعضی بازارها فروشنده کالای مورد نیاز ما هستند که نمیتوانند خریدار فرآورده های ما باشند، اما در عین حال در بلندمدت نیز نمیتوان انتظار داشت که ما کالای خود را در یک بازار بفروشیم و با پول آن از بازار دیگری خرید کنیم، کمترین کار اینست که ما با کشورهای که از آنها خریدهای عمده داریم شرکتهای صادراتی تشکیل دهیم تا با کمک آنها و استفاده از تجربیات بازاریابی آنها وارد بازارهای ثالث شویم و نهایتاً صادرات خود را افزایش دهیم. راه بهتر اینست که با آنها شرکتهای تولیدی- صادراتی بوجود بیاوریم و از طریق سرمایه گذاری مشترک کالاهای تهیه و روانه بازارهای جهانی نمائیم و سود متقابل را بر اساس عوامل تولید، تقسیم نمائیم تا بتدریج به تعادل مطلوب مبادلات با کشورهای مختلف دست یابیم.

۱۲- در زمینه نظام قیمت هاد

برنامه ای که به مجلس شورای اسلامی ارائه گردید سیاست وزارت بازرگانی با این عبارت تشریح شده بود: "ایجاد نظام نظارت و هدایت قیمتها از طریق تثبیت قیمت کالاهای اساسی و جلوگیری از نوسانات قیمت کالاهای ضروری". ظاهراً "این قسمت بسیار حاد بنظر میرسد. لازم است در اینجا توضیح دهیم که ماثبات نسبی قیمتها را فقط از طریق افزایش عرضه موثر و حفظ رقابت آزاد در بازار عملی میدانیم و معتقدیم عرضه مرتب کالا، به مقدار ضروری بازار، از نوسانات شدید و ناخواسته قیمتها جلوگیری

میکند و به عرضه و تقاضا و در نتیجه به قیمتها، نظم منطقی میدهد. ۱۳- برنامه های جدید وزارت بازرگانی در زمینه تجارت داخلی و خارجی با توجه به نیازهای سازمانی طوری تنظیم شده است که در هر مورد ابتدا تشکیلات لازم بوجود آید و سپس برنامه ها بموقع اجرا گذاشته شود. زیرا که بسیاری از نقاط ضعف عملکردهای ما در گذشته ناشی از آن بوده است که دائماً وظایف جدیدی را بر سازمانها قبلی محول کرد و آنها را ناتوان و درمانده ساختیم. ما از این پس باید بدانیم چه کسی عهده دار چه مسئولیتی است و مسئولیتهای خود را چگونه انجام میدهد.

پذیرش آسمی برای:

9

اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

۸۳۸۳۳۳
۸۳۸۳۳۷
۸۳۸۳۲۷

