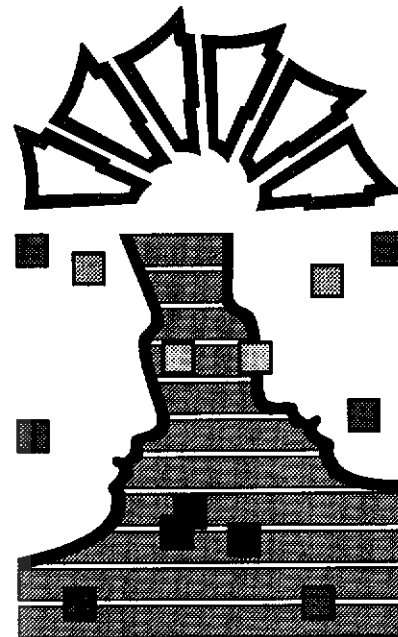


بحث و نظر



نمایشگاه بین‌المللی تهران

و

راه کار بهره‌گیری کاربردی از آن در فرآیند توسعه اقتصادی

دکتر امیر هوشنگ امینی

فعالیت‌های تولیدی و بازرگانی - همواره برای تامین نیازها و کسب سود یا سود بیشتر، فعالیت‌های تولیدی و تجاری را به‌عنوان دو رکن اساسی و تفکیک ناپذیر فعالیت‌های اقتصادی خود مورد توجه قرار داده است، و به‌طور کلی، فعالیت بازرگانی به مصداق «بازرگانی حرف اول را می‌زند» از جمله اساسی‌ترین و اصلی‌ترین کوشش‌های انسانی محسوب می‌شده است و از این رو، در طول تاریخ، دورانی بس متفاوت را از سرگذرانده است، فعالیتی که پیوسته برای پیشرفت از ابزار یا ابزارهایی بهره‌جسته و باگذشت زمان، آنها

اقتصادی بهره‌جوییم و به‌طور هم‌زمان، به اظهار نظر درباره کم و کیف لایحه تقدیمی به قوه مقننه بپردازیم. بنابراین، به نظر می‌رسد که چنانچه پیش از ورود به اصل گفتار، چگونگی تشکیل نمایشگاه‌های بازرگانی و سیر تحول تاریخی آن‌ها را به‌گونه‌ای حتی گذرا مرور کنیم، خالی از فایده نباشد.

با مروری هر چند گذرا بر تاریخ تحولات اقتصادی جهان، ملاحظه می‌شود که بشر از آغاز پیدایش جامعه‌های انسانی - حتی در ابتدایی‌ترین شکل

تقارن سرگزاری بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی بازرگانی تهران و تقدیم لایحه اساسنامه «شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی» به قوه مقننه، فرصت مناسبی را بدست داده است. تا با توجه به جایگاه و نقش نمایشگاه‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی در فرآیند توسعه اقتصادی - به‌ویژه در توسعه بازرگانی خارجی کشور و برقراری و گسترش روند تقاهم بین‌المللی - و با ارایه راه‌کارهای کاربردی - حتی به صورت گذرا - از این عامل عمده شناخته شده قدیمی و بی‌نهایت موثر در رشد و توسعه

را متحول ساخته است، فعالیتی که «همزاد تولید» نامیده شده است.

در دوران باستان، جاذبه و تصور بدست آوردن سوده‌های کلان با دستیابی به کالاهای کمیاب، بازرگانان را برآن می‌داشت تا در جستجوی کالاهای مناسب به نقاط دور دست سفر کنند. به طور نمونه، یونانیان در دوران بعد از تاریخ نوشته شده، با ایجاد مستعمراتی در کناره‌های دریای سیاه و در امتداد آن تا بندر ماریس، با ساکنان این مناطق به تجارت می‌پرداختند، فینیقی‌ها افزون بر ایجاد کارتاژ قدرتمند، دروازه‌های تجارت با کرانه‌های غربی را می‌گشودند، عرب‌ها تا چین پیشروی می‌کردند و کالاهای کمیاب، تجملی و ارزنده و باب آن دوران را از طریق ترعه‌ای که بسان کانال سوئز دریای سرخ را به دریای مدیترانه مربوط می‌ساخت، به مصر و ایتالیا حمل می‌کردند. هم‌چنین تجار رومی در جستجوی کهرپا به سواحل بالٹیک و به دنبال فولاد به ویستولا و برای یافتن روی به جزایر بریتانیا نفوذ می‌کردند و بدین‌سان، مبادلات بازرگانی در کلیه جهات ممکن صورت می‌گرفت.

در آغاز سده میانی و با بروز جنگ‌های صلیبی، مبادلات بازرگانی میان شرق و غرب تا اندازه‌ای محدود شد، اما فعالیت‌های بازرگانی در اروپا - به‌ویژه در شمال آلمان - توسعه یافت و در سال ۱۱۸۰ میلادی، هامبورگ به مرکز داد و ستد آزاد بخش شمالی آلمان تبدیل شد. سپس با پایان یافتن جنگ‌های صلیبی، باز دوباره بازرگانی میان شرق و غرب رونق بی‌سزا یافت.

در سده‌های پانزدهم و شانزدهم میلادی، با اکتشافات عظیم جغرافیایی و توسعه نظام استعماری و پیشرفت چشمگیر بازرگانی، دولت‌های مستقلی بوجود آمدند. در این دوره، با اعمال شیوه‌های اقتصادی سوداگری (مرکانتالیسم) و به تبع آن، با پیگیری هدف کسب تراز مثبت پرداخت‌های خارجی، این دولت‌های تازه‌پا به دولت‌ها و امپراتوری‌های قدرتمند استعماری یا استعمارگران (مانند بریتانیای کبیر، هلند، اسپانیا، پرتغال، فرانسه، بلژیک و ...) تبدیل شدند.

در دوران جدید، یعنی تا پایان سده نوزدهم میلادی، صرف‌نظر از تحولات چشمگیر در وسایل حمل و نقل و ارتباطات یا دیگر تحولات ناشی از پیشرفت علوم و فنون در زمینه پیش نیازهای توسعه بازرگانی - به‌ویژه بازرگانی خارجی یا بین‌المللی - جز

در ایالات متحده آمریکا تغییر در خور توجهی به‌وقوع نییوست و آزادی بازرگانی نیز به معنا و مفهوم امروزی آن وجود نداشت. روشن است که اقتصاد و به‌ویژه بازرگانی آزاد در شکل نوین آن، از جمله پدیده‌های بعد از پایان جنگ جهانی دوم است به استثنای مورد کوتاه مدتی که از سال ۱۸۶۹ تا بروز جنگ جهانی اول در انگلستان بوقوع پیوست و مورد منطقه‌های آزاد تجاری در ایالات متحده و در سال ۱۹۳۶ میلادی که به گونه‌ای پویا در کنار فرآیند تولید، جریان توزیع و بعضاً مصرف را به خدمت گرفته و توانسته است در مدتی کوتاه اقتصاد و رفاه عمومی را در جامعه‌های پیشرفته از نظر اقتصادی به چندین برابر آنچه طی

● سازمان نمایشگاه‌ها باید به صورت یک شرکت سهامی عام غیردولتی و تحت نظر یک شورای نظارت و به شکل خصوصی اداره شود.

چندین سده فراهم شده بود، افزایش دهد. اکنون، توجه به این معنا درخور اهمیت ویژه است که آنچه در طول تاریخ بشر توسعه بازرگانی و در نهایت، توسعه اقتصادی و رفاه اجتماعی یک جامعه انسانی را در مقاطع خاص زمانی فراهم آورده، همانا بهره‌گیری از عواملی بوده است که چگونگی ظهور، تکامل و اثرگذاری آنها بر توسعه بازرگانی در زیر و به کوتاه سخن عنوان خواهد شد.

در دوران باستان، بازرگانان در پی بهبود و گسترش بازرگانی، در مسیرهای کاروان‌رو - به‌ویژه بر سر چهار راه‌ها و نقاطی که زایران مکان‌های مقدس گرد می‌آمدند - بازارهای کوچکی را برپا می‌کردند که چند روزی دایر بود. برخی از این گونه بازارهای کوچک و موقت افزون بر اینکه پیشاهنگان برپایی بازارهای مکاره بزرگ سده‌های میانی و در نهایت، نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی دوران جدید تلقی می‌شوند، بلکه هسته و مرکز اصلی پاره‌ای از شهرهای باستانی نیز می‌باشند.

در سده‌های میانی، بازرگانان با تجربیات حاصل از برقراری بازارهای کوچک موقت پیشین، برای گسترش بازرگانی خود به برقراری بازارهایی در

سنت‌دنی، شامپانی، آخن، رم و برخی نقاط یونان پرداختند. این بازارها در این دوران به اوج قدرت رسیدند و بازرگانان با دادن هدایایی به شاهزادگان و بزرگان محلی، نخستین کوشش‌های تبلیغاتی در این زمینه را آغاز کردند.

در ایران قدیم نیز «بازارهای مکاره» به صورت‌های متفاوت تشکیل می‌شد، بازارهایی که همچنان به‌مناسبت روزی که برگزار می‌شوند، دوشنبه بازار، جمعه بازار، چهارشنبه بازار یا یکشنبه بازار نامیده می‌شوند.

در دوران جدید که نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی جایگزین بازارهای مکاره سده‌های میانی شده‌اند، هر یک از ملل جهان در حد توان اقتصادی خود اقدام به برپایی سازمان مستقل یا وابسته‌ای برای تشکیل و برگزاری نمایشگاه‌های بازرگانی کرده است.

نخستین نمایشگاهی که در این دوران برپا شد، نمایشگاه بازرگانی هامبورگ است که در سال ۱۷۹۰ در شهر بندری هامبورگ گشایش یافت. اما نخستین نمایشگاه بازرگانی بین‌المللی، نمایشگاهی بود که در سال ۱۸۵۱ در شهر لندن گشایش یافت و سپس چندین نمایشگاه محلی در گوشه و کنار آلمان و فرانسه نیز برپا شد. مشهورترین نمایشگاه در این دوره نمایشگاهی است که به‌عنوان بزرگترین نمایشگاه بین‌المللی در سال ۱۹۰۰ و در آغاز سده‌های بیستم در پاریس برگزار شد و از سوی ایران نیز مستوفی‌الممالک به‌طور رسمی در آن حضور یافت.

از آغاز سده بیستم، گسترش دامنه و شمار نمایشگاه‌های گوناگون ملی و بین‌المللی به گونه‌ای منظم و باهدف توسعه بازرگانی خارجی و به تبع آن کسب تراز مثبت بازرگانی خارجی یا تراز پرداخت‌های خارجی آغاز شد، واقعیتی که بسط و تعمیق تفاهم بین‌المللی را نیز تا حدود زیادی بدنبال داشت.

بعد از پایان جنگ جهانی دوم و ظهور بازرگانی آزاد، برپایی و گشایش انواع نمایشگاه‌ها موجب شد که امور مربوط به برگزاری نمایشگاه‌ها به‌صورت حرفه‌ای مستقل درآید و در کلیه کشورهای جهان سازمان‌های تخصصی مستقلی برای برگزاری نمایشگاه‌ها و نظارت بر کار آنها تاسیس شود، نمایشگاه‌هایی که کلاً در خدمت توسعه بازرگانی می‌باشند. روشن است که در کنار فعالیت‌های نمایشگاهی فعالیت‌های دیگری مانند تبلیغات، بازاریابی و... نیز وجود دارد که گفت‌وگو درباره آنها فرصت بیشتر و دیگری را

طلب می‌کند و لذا اکنون از بحث درباره آنها دور می‌گذریم. و اما نکته جالب اینکه، در جریان توسعه و تکامل فعالیت‌های نمایشگاهی - به‌ویژه در سطح بین‌المللی - با احساس نیاز به برخوردار بودن از امکانات برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی در تهران، شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی در سال ۱۳۴۷ تاسیس شد و در سال ۱۳۵۳ تحت پوشش وزارت بازرگانی قرار گرفت و در سال ۱۳۵۸ نیز در مرکز توسعه صادرات ایران ادغام شد، لکن این شرکت در سال ۱۳۶۵ دوباره مستقل شد و براساس ماده واحده مصوب ۱۳۶۵ و به بیان دیگر، براساس قانون مصوب مجلس شورای اسلامی، مقرر گردید که شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی از مرکز توسعه صادرات منتزع شود. اساسنامه این شرکت طی سه ماه تنظیم و اصلاح شود تا پس از تایید هیات وزیران، برای تصویب به قوه مقننه تسلیم گردد، اما این تکلیف قانونی تاکنون معوق مانده بود.

● بازارهای مکاره در قرون وسطی، نسل‌های اولیه نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی امروز هستند.

به هر تقدیر، اکنون با توجه به آنچه درباره نمایشگاه‌ها و به‌ویژه درباره چگونگی برپایی و برگزاری آنها عنوان شد و با عنایت به موقعیت اقتصادی و به‌ویژه مسایل و مشکلات فراراه توسعه اقتصادی کشور - خصوصاً در زمینه ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و کمک به راه‌اندازی واحدهای تولیدی و رونق بخشیدن به فعالیت‌های بازار و در نهایت به منظور توسعه صادرات غیرنفتی که تنها مفر منطقی‌گذار از موقعیت اقتصادی نامناسب کنونی است، باید از این عامل به‌عنوان مؤثرترین ابزار بهره‌جست و با برخورد سنجیده با موضوع، ترتیبی را اتخاذ کرد که این ابزار بتواند به رفع تنگناهای موجود در راه فعالیت‌های تولیدی و بازرگانی کشور کمک کند و در راه‌اندازی اقتصاد درگیر تورم توام با رکود کشور، مؤثرافتد.

از سوی دیگر، درباره نمایشگاه بین‌المللی تهران و عملکرد آن در توسعه اقتصادی کشور، پرسشهایی مطرح است و به‌نظر می‌رسد که در صورت آرایه پاسخ صحیح و کامل به آنها، می‌توان راه کارهای کاربردی در زمینه بهره‌گیری درست از این ابزار عمده توسعه بازرگانی را پیشنهاد کرد. پرسشهایی که مطرح است،

عبارتند از اینکه:

- آیا اصولاً توسعه بازرگانی به‌طور اعم و توسعه بازرگانی خارجی به‌طور اخص و به بیان دیگر، توسعه صادرات و کسب تراز مثبت پرداختهای خارجی، می‌تواند به توسعه اقتصادی بینجامد؟ یا دست کم بامسایل و مشکلات اقتصادی موجود مقابله کند؟ و در نهایت، به توسعه اقتصادی و رفاه عمومی منجر شود؟ - آیا تنها با در اختیار داشتن عوامل موثر در توسعه بازرگانی یا صادرات و باکالری آنها، به نحوه فعلی

● آیا تنها توسعه بازرگانی و گسترش صادرات می‌تواند توسعه اقتصادی را تأمین کند؟

می‌توان در کمک به توسعه اقتصادی کشور موفق بود؟ بی تردید پاسخ به پرسش‌های فوق - که یکی از آنها مثبت و دیگری منفی است - و اصولاً پاسخگویی به هر پرسش دیگری که در این زمینه عنوان شود، مویذ این واقعیت است که اکنون بیش از همیشه آشکار شده است که شکوفایی اقتصادی هر جامعه‌ای مبتنی بر دو اصل اساسی است:

۱) برخوردار بودن از کارگزاران و مردمانی دانا، کوشا و کارآ

۲) وجود نظام اقتصادی سنجیده و مشخصی که متضمن انضباط مالی باشد.

بنابراین، روشن است که وجود منابع ثروتی، بنادرو رودخانه‌های قابل کشتیرانی یا موقعیت استراتژیک ویژه و عوامل مؤثر در فرآیند توسعه در درجه بعدی قرار دارند و تنها با ایجاد مراکز نمایشگاهی و برگزاری نمایشگاه‌ها و ... نمی‌توان مدعی شد که در زمینه توسعه بازرگانی خارجی اقدام مثبتی بعمل آمده است. و اما در مورد چگونگی بهره‌گیری از نمایشگاه بین‌المللی که اکنون به گونه‌ای عام، متمرکز و دولتی برگزار می‌شود، اصلح آنست که: اولاً با توجه به مسایل و مشکلاتی همچون ترافیک، ازدحام بیش از حد در محل نمایشگاه، کمبود تأسیسات اقامتی برای مسافران و ایجاد عدم تعادل در اشغال تأسیسات پذیرایی در یک فصل مخصوص که عموماً در اثر برگزاری نمایشگاه‌ها به شیوه فعلی - در تهران یا هر شهر بزرگ دیگر - ایجاد می‌شوند، شایسته است که با تدوین برنامه‌ای سنجیده،

نمایشگاه‌های بین‌المللی از صورت عمومی به تخصصی تغییر یابند و از یک نوبت به دائمی تبدیل شوند.

● فعالیت‌های بازرگانی همزاد کوشش‌های تولیدی بشر است.

ثانیاً با اعمال پیشنهاد نخست، از انتقال محل نمایشگاه به نقطه دیگری - آنهم در وضعیت کنونی اقتصادی و حتی با بهبود شرایط اقتصادی - خودداری شود.

ثالثاً، سازمان نمایشگاه‌ها به‌صورت یک شرکت سهامی عام غیردولتی و وابسته به اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و تحت نظر یک شورایی عالی نظارت به صورت خصوصی اداره شود.

در این صورت، تردید نیست که اساسنامه مورد اشاره فعلاً باید مسکوت گذاشته شود و برنامه‌های لازم در جهت خصوصی‌سازی شرکت به صورتی که عنوان شد، آماده اجرا شود و این کاری است که می‌توان با بهره‌گیری از نظر کارشناسان مجرب و تجربیات اتاق ایران، به‌مرحله اجرا گذاشت.

تسلیت

درگذشت والده بزرگ سرکار خانم عصمت کاظمی را به ایشان و سایر بازماندگان تسلیت عرض نموده، غفران الهی برای آن مرحومه و سلامتی برای ایشان از خداوند متعال مسئلت می‌نمایم.

تسلیت

در گذشت والده بزرگ سرکار خانم مینو بختیاری را به ایشان و سایر بستگان تسلیت عرض نموده، غفران الهی برای آن مرحومه و صحت و سلامتی برای ایشان از خداوند متعال مسئلت می‌نمایم.

نامه اتاق بازرگانی

ملاحظات و اولویت های بودجه سال آینده

دکتر حبیب چینی

مقرر تجاوز کرده اند.

از این قسمت بحث خود نتیجه می‌گیریم که بهتر است دولت به افزایش کنونی قیمت نفت زیاد اتکا نکند، بلکه با احتیاط عمل کند. اگر اضافه وصولی از میزان پیش‌بینی حاصل شود، مصرف آن در سرمایه‌گذاری‌های ملی مشکل نخواهد بود. اما اگر پیش‌بینی بیشتر باشد و وصولی کمتر، طبعاً دشوارترین خواهد شد. فراموش نکنیم خصلتاً بودجه در زمانی از سال تنظیم و به مجلس تقدیم می‌شود که نوعاً قیمت جهانی نفت رو به افزایش است (سال گذشته را باید یک استثناست) و باید که فصل سرما بودجه هنگامی قدرت اجرایی می‌یابد که فصل سرما پشت سر گذاشته شده، گرما و تعطیلات تابستانی در کشورهای مصرف‌کننده در پیش است و قیمت‌ها سیر تنزلی فصلی دارد. بحران‌های اقتصادی غیر قابل پیش‌بینی نیز تأثیرات شدید بر مصرف و قیمت نفت بر جای می‌گذارد، همچنان که کشورهای صادرکننده نفت از بحران جنوب شرقی آسیا بیش از دیگران صدمه دیدند.

احتمال دارد درآمد دولت از محل صادرات نفت و گاز در رقم سال جاری چند درصدی بیشتر شود. درآمد دولت از محل فروش نفت و گاز در داخل، طبعاً بالا خواهد رفت. زیرا ۲۰ درصد اضافه قیمت سالانه تا خاتمه برنامه سوم محقق است. به علاوه با افزایش جمعیت و بالا رفتن سطح زندگی مردم سطح مصرف نیز ترقی می‌کند. به این ترتیب در بودجه سال آینده کشور درآمد نفت و گاز همچنان بالاترین رقم درآمد دولت خواهد بود.

ب - مالیات - در مورد درآمدهای مالیاتی، دولت گله‌مند است که طی سال گذشته ۴۴۰۰ میلیارد ریال از درآمدهای مالیاتی پیش‌بینی شده در بودجه لایحی مانده است. در مورد سال جاری و این که چه میزان لایحی داشته‌ایم رقمی در دست نویسنده نیست. احتمالاً وصولی کمتر از سال ۷۶ خواهد بود. اگر چه هنوز در حالت رکود تورمی بسر می‌بریم و در چنین وضعی هم قدر مطلق مالیات بردرآمد کاهش می‌یابد و هم از ارزش واقعی و قدرت خرید مبالغ

را داشته باشد - می‌توان فرض کرد که در بودجه سال آینده کشور تقویت نیروهای نظامی جای برجسته و ویژه‌ای خواهد داشت، زیرا که حکم قطعی این است "آبادی همیشگی، غافلگیر شدن هرگز". طبیعی است که آبادی هم در حلال شکل نمی‌گیرد، بلکه در برابر قدرت نهائی خطرات و تهدیدات بالقوه و بالفعل شکل می‌یابد.

از این مسئله که بگذریم وضع کنونی اقتصادی کشور که در طرح ساماندهی اقتصادی کشور تبلور یافته و در گزارش ریاست جمهوری به مردم رئیس آن عنوان شده و مورد تأیید مقام رهبری قرار گرفته و به صورت یک طرح ملی درآمده است. طبعاً تعیین‌کننده اولویت‌های بعد از حفظ امنیت مرزهای کشور می‌باشد.

درآمدهای بودجه

الف - نفت - با بهبود نسبی که در چند هفته اخیر منتهی به زمان تهیه این مقاله، در قیمت نفت روی داده و قیمت‌های بین‌المللی را تا متوسط هر بشکه ۱۶ دلار بالا برده و احتمال این که در ماه‌های سرد پاییز و زمستان باز هم قیمت‌ها بالا برود، احتمالاً تا حدی از پیش‌بینی کمبود درآمد در بودجه سال جاری کاسته خواهد شد. اما این که قیمت نفت در سال بودجه‌ای ۷۸ چگونه خواهد بود، هنوز قابل پیش‌بینی نیست. در حال حاضر عربستان و ونزوئلا توافق کرده‌اند از میزان استحصال خویش بیشتر از آنچه در اجلاس گذشته اوپک مورد توافق قرار گرفت نگاهند. طبعاً با این تصمیم، دیگر اعضای اوپک نیز سطح تولید خود را تنزل نخواهند داد. اما این که کشورهای صادرکننده نفت بر میزان سهمیه خود پای‌بند باشند و به طور پنهانی حجم تولید خود را بالا نبرند، هیچ ضمانت اجرایی ندارد. در گذشته بارها معلوم شده است که پاره‌ای از کشورها از سهمیه مقرر تجاوز کرده‌اند. متأسفانه این تخلفات وقتی بر ملا می‌شود که قیمت نفت بر بازار تأثیر می‌گذارد و در جستجوی علت تنزل قیمت، معلوم می‌شود پاره‌ای از کشورها از سهمیه

دولت وعده کرده است لایحه بودجه سال آینده کشور را روز چهارم آذرماه - یعنی پنج روز زودتر از موعد مقرر به مجلس تقدیم کند. در زمانی که این مقاله نوشته می‌شود، همه وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی و شرکت‌ها و مؤسسات دولتی یا زیر پوشش دولت، مهمترین تلاش خود را مصروف تهیه بودجه پیشنهادی خود، براساس دستورالعمل صادره از سوی دولت، نموده‌اند.

طبیعی است که در تنظیم لایحه بودجه از یکطرف واقعیات مربوط به درآمدهای قابل حصول نقش سرنوشت ساز دارد زیرا که هر برنامه‌ای، هر قدر هم که اهمیت داشته باشد، هنگامی از مرحله حرف یا نوشته روی کاغذ به مرحله عمل تبدیل می‌شود که بودجه لازم و سازمان اجرایی خاص خود را داشته باشد. از دیگر سواولیت‌های برنامه خود تحت تأثیر دو عامل است: یک عامل مسایل روز است، عامل دیگر مسایل ساختاری و بلندمدت است. بدون هیچ تردید باید گفت هر قدر مسایل ساختاری و ساماندهی اقتصادی اهمیت داشته باشد، مسایل روزمره از قدرت اجتماعی بسیار قوی‌تری برخوردار است. برای مثال، ممکن بود تا چند ماه قبل مسایل مرزهای شرقی کشور، همدیاف با مسائل حراست از دیگر مرزهای کشور شمرده می‌شد. اما اینک با وضعی که به کمک آمریکا و پاکستان در افغانستان به وجود آمده و تهدید بالقوه‌ای که متوجه امنیت ملی کشور ما شده است، طبیعی است که حراست از این مرزها، دقت، هوشیاری، قدرت عمل و نهایتاً بودجه بیشتری می‌طلبد. این دیگر از مواردی نیست که از یکساعت به ساعت دیگر به تأخیر انداخته شود. در چنین مواردی آنچه به نام "اراده فرماندهی معروف است به صورت تجلی خواست‌ها و نیازهای غیرقابل تخطی ملی بروز و ظهور می‌کند و سرنوشت اولویتهای بودجه‌ای - و غیر بودجه‌ای - را تعیین می‌نماید. بنابراین از هم اکنون - با توجه به وضع و موقعیت به وجود آمده در مرزهای کشور و روابط کشورهای همسایه با دیگر دولت‌ها که نهایتاً احتمال تبدیل شدن به تهدیدی علیه امنیت ملی و تمامیت ارضی کشور ما