

جهش صادراتی و توسعه تجارت برای اقتصاد ایران یک «باید» است

نشاره:

در آستانه تدوین سومین برنامه پنج ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، بازبینی عملکرد گذشته، بررسی دقیق موقعیت کنونی، روشن ساختن اهداف اقتصادی آینده و تعیین استراتژی‌ها و راهکارهای دسترسی به این اهداف، از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای در تصمیم‌سازی‌ها برخوردار است. هر اندازه که در برآورد دقیق عملکرد گذشته و حال واقع‌بینانه‌تر اقدام شود و شرایط اقتصاد جهانی برای پرهیز از انزوای اقتصادی مدنظر قرار گیرد، در تعیین استراتژی‌ها و راهکارهای مؤثر در تدوین برنامه توفیق بیشتری به دست خواهد آمد.

یکی از نظرات جدیدی که در تئوری‌های اقتصادی و تجارت بین‌المللی امروزه مطرح می‌باشد و در گوشه و کنار جهان آزمون شده و نتایج مثبتی به ارمغان داشته است، سیاست استراتژیک تجاری است. انتظار می‌رود که در شرایط کنونی اقتصاد ایران و موقعیت جمهوری اسلامی در تجارت بین‌المللی، این استراتژی‌ها اثرات مثبتی بر بخش‌های تولید و صادرات به همراه داشته باشند و یکی از آرمان‌های انقلاب اسلامی یعنی گشایش و رفاه برای وابستگی اقتصاد کشور به نفت را محقق سازد. اما بسیاری از دست‌اندرکاران تولید و تجارت، آشنایی کافی با این استراتژی ندارند، در حالی که برای تحقق آن، همکاری نزدیک بخش‌های خصوصی و دولتی ضروری است.

در ارتباط با تشریح سیاست استراتژیک تجاری و موقعیت ایران برای به‌کارگیری این استراتژی در سومین برنامه پنج ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» با دکتر محمد پرادان شرکت‌ها، رئیس دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی گفت‌وگویی دارد که با هم می‌خوانیم.

■ در ادبیات تجارت بین‌الملل، سیاست استراتژیک تجاری چه معنا و مفهوم و چه جایگاهی دارد؟

□ در ادبیات تجارت بین‌الملل، سیاست‌های استراتژیک تجاری به سیاست‌هایی اطلاق می‌شود که در مقابل سیاست تجارت آزاد طرح می‌شوند. به این ترتیب دو نظر متفاوت در تجارت

این امور به دلایل مختلف صورت می‌گیرد. برای مثال در امر محدودیت واردات، بحث بر سر حمایت از تولیدات صنایع نوظهور و اگر بخواهیم از این تولیدات حمایت کنیم، بهتر است ورود کالاهای رقیب آنها را محدود یا ممنوع کنیم. در مقابل سیاست‌های تجارت آزاد این موضوع را طرح می‌کند که اگر دولت

وجود دارد. عده‌ای معتقدند باید آزادسازی تجارت انجام شود و مداخله دولت در امر تجارت در بعد صادرات و واردات صورت نگیرد. برای مثال برای گسترش صادرات، موضوع یارانه‌ها و مالیات در صادرات و نیز برای تحدید واردات تعرفه‌های گمرکی و سهمیه‌بندی واردات وجود دارد. مداخله دولت برای

هیچ محدودیتی بر تجارت قابل نشود، به نفع اقتصاد ملی و دیگر کشورهاست. در ادبیات تجارت بین‌الملل و در قالب نظریات نئوکلاسیک‌ها این موضوع بدین صورت تشریح می‌شود، اگر محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های تجارت برداشته شود، سطح رفاه در اقتصاد ملی دیگر کشورها افزایش می‌یابد و قیمت‌ها و کیفیت کالاها و... به نفع مصرف‌کننده است.

در ادبیات تجارت بین‌الملل، بحث تجارت آزاد مشروط بر یک شرط اساسی یعنی وجود رقابت کامل است و اگر این فرض وجود نداشته باشد، مسأله ایجاد می‌شود. اما در ادبیات جدیدتر تجارت بین‌الملل، اثبات شده است که شرط رقابت کامل

وجود ندارد و رقابت به صورت ناقص یا انحصاری است و انحصارات نیز به صورت دوجانبه و چندجانبه مطرح می‌شود.

این نظریات بر این پایه استوار است که چون شرایط رقابت کامل اکنون وجود ندارد، لذا نمی‌توان ادعا کرد که تجارت آزاد به نفع همه است، بلکه سیاست‌های استراتژیک تجاری جای طرح دارد و دولت باید در امر تجارت مداخله کند. دخالت دولت در تجارت به نفع کشور مداخله‌کننده است و کشور مقابل با ضرر و زیان مواجه می‌شود. با این وصف سیاست‌های استراتژیک تجاری در شرایط فقدان رقابت کامل و به عبارتی وجود رقابت ناقص، دخالت دولت در امر تجارت برای حمایت از تولیدات

صنایع ملی از طریق پرداخت یارانه صادراتی و تقویت قدرت رقابت تولیدات در برابر کالاهای مشابه رقیب را منطقی ارزیابی می‌کند. می‌توان گفت سیاست‌های استراتژیک تجاری در شرایطی طرح می‌شود که اختلاف در سطح فن‌آوری تولیدات یا ورود زودتر به بازار از سوی کالاهای رقیب وجود دارد. این سیاست به تولیدکننده داخلی کمک

○ سیاست‌های تجاری آزاد، این موضوع را طرح می‌کند که اگر دولت هیچ محدودیتی بر تجارت قابل نشود، به نفع همه کشورهاست و سطح رفاه در اقتصاد ملی و دیگر کشورها افزایش می‌یابد. اما در ادبیات جدید تجارت بین‌الملل تأکید می‌شود که رقابت به صورت ناقص یا انحصاری است و شرط اصلی تجارت آزاد که رقابت کامل است، وجود ندارد. لذا دخالت دولت در تجارت به نفع اقتصاد ملی است.

می‌کند که بتواند در برابر کالاهای رقیب خارجی ایستادگی کند و بدین طریق دخالت دولت در امر تجارت توجیه می‌شود.

■ **آیا اجرای سیاست استراتژیک تجاری به مفهومی که در ادبیات تجارت بین‌الملل طرح می‌شود، در ایران امکان‌پذیر است؟**

□ در پاسخ به این سؤال باید گفت، ابتدا این پرسش مطرح است که در ایران چند نوع کالا وجود دارد که دولت بخواهد از آنها در برابر رقابت کالاهای مشابه خارجی حمایت کند. پاسخ این است که احتمالاً در مورد چند نوع کالا این امر قابل تحقق است، اما من بعید می‌دانم که این حمایت برای تمام کالاها قابل اجرا باشد.

■ **آیا می‌توان در شرایط کنونی اقتصاد ایران، از سیاست استراتژیک تجاری برای پیشبرد صادرات استفاده کرد؟**

□ باید دولت یک سری کالاها را برای حمایت شناسایی کند، یا اصلاح شود که تولیدکنندگان کالاهایی که مزیت نسبی دارند یا می‌توان برای آنها به صورت پویا خلق مزیت کرد، وارد بازار شوند و از آنها حمایت شود. البته این تولیدکنندگان باید کیفیت محصولاتشان را بالا ببرند و در حسد معقول قیمت‌گذاری کنند. اگر موضوع ناتوانی در رقابت از دیر وارد شدن به بازار بین‌المللی باشد یا از نظر شکاف در فن‌آوری باشد، دولت از آنسها حمایت می‌کند. اگر چنین کاری انجام نشود، تولیدات داخلی قدرت رقابت در صحنه‌های بین‌المللی پیدا

نمی‌کنند. از این جهت توجه به سیاست‌های استراتژیک تجاری اهمیت دارد، زیرا تا به حال تصور می‌شد که فقط حرکت در جهت تجارت کفایت می‌کند و سایر شرایط برای رقابت مطلوب فرض می‌شد. با سیاست استراتژیک تجاری در واقع یک قدم جلوتر را می‌بینیم که اگر وارد بازارهای بین‌المللی شویم، قدرت رقابت داریم یا نه؟ اگر قدرت رقابت نداریم آیا باید بازار را فراموش کنیم یا روش‌هایی وجود دارد که با تمسک به آنها بتوانیم بازار را برای خود حفظ کنیم. از این جهت اتخاذ و اعمال سیاست استراتژیک تجاری برای ایران مفید است. بدین منظور باید مقدمات فراهم شود و به‌طور اصولی نگاه به تجارت و صادرات تغییر کند.

محدودی افزایش تولید در واحد سطح به دست می آید، زیرا آب، هوا و... عواملی هستند که از اختیار انسان خارج است و لذا نمی توان مانور زیادی داد. اما در اقتصاد صنعتی به طور گسترده ای می توان مانور داد.

ترکیب تجارت در جهان نشان می دهد کشورهای که سهم بخش صنعتشان در اقتصاد ملی بالا است، اصولاً جزو کشورهای مطرح در صحنه

تجارت می باشند و بخش کشاورزی در مقایسه با بخش صنعت سهم زیادی ندارد.

۲- باید ارتباط بین صادرکننده و تولیدکننده زیاد شود. متأسفانه در اقتصاد ایران حدود ۹۰ درصد شاغلان این بخش ها با هم ارتباط ندارند. در حالی که باید بخشی از ارزش افزوده کالاهای صادراتی به بخش تولید برود تا این بخش بتواند فن آوری های جدید، سرمایه های فیزیکی و انسانی و ابتکارات را به دست آورد و در حقیقت تولید و فعالیت آن استمرار یابد. امروزه تمام توجه به صادرات معطوف شده است، در صورتی که این تمرکز باید روی تولید باشد. باید مشکلات بخش تولید حل شود و انگیزه برای تولید فراهم گردد. باید بهره وری افزایش یابد و به موضوع اشتغال توجه شود. باید قیمت ها کاهش پیدا کند و افزایش کیفیت مدنظر باشد.

کشورهای موفق جهان مانند کره جنوبی و ژاپن به این سمت رفته اند و حتی وزارتخانه های صنعت و تجارت را ادغام کرده اند. «میتسی» در ژاپن مثال مطلوبی است. مالزی و برخی کشورهای اروپایی نیز این روش را اتخاذ کرده اند تا آنچه که در تجارت اهمیت دارد، بلافاصله به بخش تولید که همان تولید

فن آوری شود. باید دقت داشت که یکی از عوامل مؤثر در بهبود کیفیت کالا، استفاده از فن آوری نوین در تولید است

○ اگر ناتوانی صنایع در رقابت بازار از شکاف در فن آوری و یا افتلاف زمانی در ورود به بازارهای بین المللی ناشی شده باشد، اتخاذ سیاست استراتژیک تجاری برای ایران مفید است و باید مقدمات لازم برای تغییر بخش های تجارت و صادرات فراهم شود.

که در اختیار ما نیست و باید از خارج وارد شود.

■ در راستای اقتصاد برون نگر چه مواردی در جهت گسترش صادرات اهمیت دارند؟

□ ۱- برای گسترش صادرات باید در بعد بخش های تولیدی، نگاه جدید به نظام تولید به وجود آید. در این راستا باید نظام تولید از اقتصاد معیشتی فعلی که معمولاً منابع تولید آن محدود است، به سمت اقتصاد جدید که عمدتاً اقتصاد صنعتی است، پیش برود.

اقتصاد صنعتی از عواملی استفاده می کند که به آن عوامل تجدیدپذیر مانند سرمایه های انسانی و فیزیکی می گویند. باید نظام تولید متحول شود تا قابلیت انعطاف در مقابل واکنش ها را داشته باشد. بدین ترتیب اقتصاد معیشتی که به طور عمده به یک سری عوامل محدود و تجدیدنناپذیر وابستگی دارد، به اقتصاد صنعتی تبدیل می شود. در اقتصاد صنعتی در قالب استفاده از سرمایه های انسانی و فن آوری های جدید می توان تحول در تولید را ایجاد کرد، در حالی که در اقتصاد معیشتی چنین کارهایی را نمی توان انجام داد.

برای مثال در بخش کشاورزی اگر نهایت سعی مصروف شود، مقدار

■ چه راهکارهایی برای توسعه صادرات بخش های اقتصادی کشور بدان گونه که به جهش صادرات منتهی شود، وجود دارد؟

□ راهکار کلی آن است که ابتدا باید سیاست اقتصادی کشور «برون نگر» منظور شود تا بتوان به جهش صادراتی و سیاست استراتژیک تجاری دسترسی یافت. در سیاست

برون نگر باید به تولیدکننده تفهیم شود که تمام تولیداتش به خارج صادر می شود و لذا باید در زمینه کیفیت، قیمت و تمام هزینه های تولید به گونه ای عمل کنند که تولیدات آنها جذب بازارهای خارجی شوند. حسن این تفکر در آن است که مصرف کننده خارجی متقاضی کالا و مصرف کننده داخلی هر دو از قضیه بهره مند خواهند شد. تجارت باید از دو بعد صادرات و واردات بررسی شود. اگر کالایی با کیفیت خوب در کشور تولید شود و از ورود کالای مشابه آن جلوگیری شود، از نظر صرفه جویی در هزینه ارزی واردات به نفع اقتصاد ملی است.

بررسی ساختار کالاهای وارداتی نشان می دهد که تمام این کالاهای واسطه ای و یا سرمایه ای نیستند، بلکه بیشتر این اقلام کالاهایی است که در داخل تولید می شود و مصرف کننده به لحاظ کیفیت بهتر محصول خارجی، متقاضی آن است.

در جمع بندی بحث می توان گفت، اگر سیاست برون نگر اتخاذ شود، دست کم کالاهایی که پیش از این وارد کشور می شد، وارد نخواهد شد و منابع ارزی حاصل از صرفه جویی در واردات این کالاها می تواند صرف خرید کالاهای سرمایه ای و واسطه ای و یا جذب

صنعتی است، منتقل شود. از نظر عده زیادی این امر عامل موفقیت کشورهای صادرکننده کالاهای صنعتی است. در ایران نیز باید نگاهمان به آن سمت باشد که هماهنگی بین وزارت بازرگانی و وزارتخانه‌های تولیدی مانند وزارت صنایع، کشاورزی و جهاد سازندگی به وجود آید.

۳- بسیاری از کشورهای کوچک چون ایران تلاش کرده‌اند بخش تجارتشان فقط روی صنایع بزرگ متمرکز نباشد و به صنایع کوچک و متوسط نیز توجه زیادی کرده‌اند. به دلیل سرمایه‌بر بودن

صنایع بزرگ، شاید در ایران امکان تمرکز روی این صنایع نباشد، بهتر است بحث صنایع کوچک و بزرگ بازمینی شود. خیلی از این صنایع با تخصیص مقدار محدود ارزی یا اعتبارات بانکی و کمک‌های دیگر می‌توانند در نظام تولیدی مناسب قرار گیرند.

۴- باید روابط نهادی در اقتصاد کشور ایجاد شود تا سلف‌خرها و واسطه‌ها که سود زیادی می‌برند، متلاشی شوند. اگر در اقتصاد ایران تمهیداتی برای نهادینه شدن روابط اندیشیده شود، تولیدکننده انگیزه پیدا نمی‌کند و مخاطره‌پذیر نخواهد شد و در عوض دلال‌ها بیشترین سهم سود را خواهند داشت و در این حالت جهش صادراتی به وجود نخواهد آمد. باید به صورت نهادینه به اقتصاد مولد به جای اقتصاد مریض دلال‌گونه نگاه کرد.

۵- اگر فرهنگ دلال‌صفتی از بین نرود و یک نظام کنترلی جدید با نظارت سیستماتیک به وجود نیاید، نمی‌توان

منافع کوتاه‌مدت را با منافع ملی درازمدت جایگزین کرد. فرهنگ دلال‌صفتی دنبال منافع کوتاه‌مدت است و به منافع ملی درازمدت توجه ندارد و این امر یک آفت است.

نمونه بارز آن تجارت ایران با کشورهای آسیای میانه است که در

○ به دلیل سرمایه‌بر بودن صنایع بزرگ، شاید در ایران امکان تمرکز روی این صنایع نباشد. بهتر است موقعیت صنایع متوسط و کوچک مورد بازمینی قرار گیرد. این صنایع با تخصیص مقدار محدودی ارز و اعتبارات ریالی و حمایت‌های تشویقی می‌توانند نظام تولیدی مناسب را به دست آورند.

بسیاری موارد برخی تجار فقط برای یک بار توانستند در این بازارها فعالیت کنند و برای حضور دفعه بعد آنان متأسفانه امکانی وجود نداشته است.

۶- تحول در فرهنگ صادرات نکته بعدی است. باید به مردم این نکته منتقل شود که اگر افرادی طبق مقررات و قوانین و بر اساس تفکرات برنامه‌ریزی و مدیریت خود صاحب درآمد می‌شوند، نباید به آنها مظنون شد، و الا اصالت دادن به کار که همان فرهنگ جدید، کار و تلاش است، زیر سؤال خواهد رفت.

برای مثال مردم وقتی یک تلویزیون ممتاز ساخت خارج را می‌بینند، به تولیدکننده آن که همان سرمایه‌دار است، آفرین می‌گویند و آنها را مورد تمجید و تشویق قرار می‌دهند. ولی به یک سرمایه‌دار داخلی با همان خصوصیات طوری نگاه می‌کنند که او احساس می‌کند جدیت و تلاش بهایی ندارد. این امر غلط است.

دیر یا زود باید با انجام فعالیت‌های

فرهنگی به کسانی که به نفع کشورشان تلاش و خدمت می‌کنند، بهای مطلوب داده شود. تاریخ اقتصادی ژاپن نشان می‌دهد که با احترام و عزت به کارآفرینان نگاه می‌شود، زیرا این افراد تعصب ملی دارند و نام کشورشان را در جهان پرآوازه کرده‌اند.

۷- نکته دیگر بخش نفت و غیرنفت است. چند سالی است که نگاه ما به بخش نفت نامناسب است و صنعت نفت به عنوان بخش زاید نگریسته می‌شود. نفت و کالاهای غیرنفتی باید در یک ترکیب خردمندانه با یکدیگر قرار گیرند. اگر از نفت ارزش افزوده مناسب به دست آید و از محل

درآمدهای حاصل از فروش و صدور مشتقات نفتی و مواد پتروشیمی بتوان کالاهای غیرنفتی را تکامل بخشید، یک کار خردمندانه است. این کار در دیگر نقاط جهان نیز انجام شده و دیگر در هیچ کجا ماده اولیه به قیمت ارزان فروخته نمی‌شود.

در سال ۷۷ رقمی حدود ۱۲ میلیارد دلار درآمد نفتی و ۳ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی پیش‌بینی شده است. صحیح نیست که ۱۲ میلیارد دلار درآمد نفتی نادیده گرفته شود و تمام فکر و تلاش و همایش‌ها راجع به ۳ میلیارد دلار باقی مانده باشد. عقل حکم می‌کند هر دو بخش با یکدیگر دیده شوند، اما این نکته اساسی باید مدنظر باشد که از درآمدهای نفتی برای توسعه بخش غیرنفتی استفاده شود.

۸- باید کالاهای تولیدی کشور رقابتی شوند تا اگر بخواهیم در بازارهای جهانی امکانی فراهم کنیم، بتوانیم در آن بازارها به رقابت پردازیم. اگر تولیدات

دریافت می‌کنند، هیچ‌گونه تنوعی وجود ندارد. در زمینه کالاهای صادراتی روی سه تا چهار کالا متمرکز شده‌ایم که باید در زمینه تنوع بخشیدن به کالاهای صادراتی و کشورهای خریدار کوشش شود.

خلق مزیت‌های نسبی. در تئوری‌های جدید بحث بر سر مزیت‌های نسبی به صورت ایستا، موضوعیت ندارد. امروز

کشورها به دنبال روش‌های پویایی هستند که با خلق مزیت‌های نسبی و به‌کارگیری شیوه‌های نوین تجاری، بتوان سیستم را دچار تحول کرد و مزیت‌ها را به وجود آورد.

بهبود روابط سیاسی - اقتصادی خارجی. اصولاً اگر با کشوری روابط سیاسی وجود نداشته باشد، این امر به میزان زیادی بر روابط اقتصادی اثر می‌گذارد و نمی‌توان آن را نادیده گرفت. اصولاً یک

دیپلماسی فعال سیاسی در سطح جهانی می‌تواند مکمل سیاست‌های کارآمد اقتصادی - تجاری شود.

جذب سرمایه‌های خارجی. بر اساس محاسباتی که اخیراً انجام داده‌ام، از آمارهای سال ۱۹۹۶ این نتیجه حاصل شده است که سهم ایران در مجموع سرمایه‌هایی که تاکنون در جهان جذب شده است، ۱۵ هزارم درصد است که حتی با یک درصد فاصله زیادی دارد.

در بین کشورهای اسلامی، سهم ایران از جذب سرمایه‌های خارجی فقط ۲۰۵ هزارم درصد است. این رقم بر مبنای جذب ۵۰۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری خارجی در ایران است و سرمایه‌هایی که در قالب بیع متقابل و... جذب شده است را دربر نمی‌گیرد، در صورتی که

می‌دانید؟

□ تبلیغات مناسب و مفید. در یک بازار رقابتی نیاز داریم کالاهای خود را به دیگران بشناسانیم. به عقیده من باید بخشی از هزینه‌های تبلیغاتی را دولت به نوعی تقبل کند و یا حداقل کسانی که برای اولین بار بازارهایی را ایجاد می‌کنند، از معافیت یا بخشودگی‌هایی برخوردار باشند تا این انگیزه به وجود

کشور از نظر کیفیت و قیمت چنان باشد که ما «ایرانی‌ها» کالای خارجی را ترجیح دهیم و مصرف کنیم، پس تکلیف مصرف‌کننده خارجی روشن است که به هیچ‌وجه به سمت کالای ایرانی نیاید. لذا ابتدا باید تولیدات کشور باب طبع مصرف‌کننده داخلی باشد، تا بعد انتظار داشته باشیم که در رقابت بین‌المللی، مصرف‌کننده خارجی، کالای ایرانی خریداری کند.

۹- به وجود آوردن یک عزم ملی و جدی برای اقتصاد برون‌نگر لازم است. بساید دقت داشت کشورهای که در زمینه جهش صادراتی حرکت کرده‌اند، با یک دقت، تلاش، زحمت و عزم جدی در سطح ملی همراه بوده است. همه باید کمک کنند که کشور

○ سهم ایران از مجموع سرمایه‌گذاری‌های خارجی جذب شده در کشورهای جهان تا سال ۱۹۹۶ به ۰/۱۵ درصد رسید. در بین کشورهای اسلامی نیز سهم ایران در جذب سرمایه‌های خارجی در این مدت فقط ۰/۲۰۵ درصد بود. در حالی که مجموعه کشورهای اسلامی در این دوران ۲۴۳ میلیارد و ۳۷۸ میلیون دلار سرمایه‌گذاری را جذب کردند، ایران فقط ۵۰۰ میلیون دلار جذب نمود.

به سوی یک اقتصاد برون‌نگر سوق داده شود. البته قسمت عمده این تلاش باید متوجه دولت باشد.

۱۰- ثبات قوانین و مقررات. اگر قوانین مدام تغییر کند، نمی‌توان برنامه‌ریزی میان‌مدت و درازمدت داشت. در سیاست جهش صادراتی، کشور نیازمند سیاست‌های میان‌مدت و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت است. در کوتاه‌مدت نمی‌توان مشکلات همه‌جانبه و عدیده مجموعه اقتصاد کشور را حل کرد و حداقل لازمه آن این است که قوانین کشور به نوعی باشد که امکان چنین برنامه‌ریزی‌هایی وجود داشته باشد.

■ چه راهکارهای دیگری را برای پیشبرد جهش صادراتی ضروری

آید که به سوی بازارهای نو حرکت کنیم. حذف تشریفات زاید و طولانی حاکم بر سیستم تجاری. تشریفات اداری (بوروکراسی) موجود مشکلاتی را برای صادرکنندگان به وجود آورده است، به طوری که برای صدور یک کالا دو تا چهار ماه درگیر مراحل مختلف اداری هستند. در کشورهایی چون سنگاپور بحث بر سر ۱۵ دقیقه است و یک صادرکننده در عرض ۱۵ دقیقه می‌تواند تشریفات صدور کالا را به اتمام برساند. در صورتی که شنیده شده در ایران ۲۵ مؤسسه درگیر با امر صدور کالا وجود دارد.

تنوع بخشیدن به کالاهای صادراتی. متأسفانه در مورد کالاهای صادراتی و کشورهای که کالاهای صادراتی ایران را

کشورهایی در جهان وجود دارند که موقعیتی شبیه ایران دارند، اما ارقام بالایی از سرمایه‌گذاری خارجی را در اختیار دارند.

مجموعه کشورهای اسلامی تا همین زمان ۲۴۳ میلیارد و ۳۷۸ میلیون دلار سرمایه خارجی جذب کرده‌اند.

البته کشورهای چین و کره جنوبی به مراتب بیش از این ارقام سرمایه خارجی جذب کرده‌اند.

عده‌ای می‌گویند جذب سرمایه‌های خارجی فسادهایی نیز به همراه دارد، باید گفت، برخی کشورها علی‌رغم

استفاده از سرمایه‌گذاری‌های خارجی، به ساختار اقتصادی خود اجازه نداده‌اند که تحت تأثیر کشور صادرکننده سرمایه قرار بگیرد. کره جنوبی و تایوان از این جمله‌اند.

این کشورها در جذب سرمایه‌گذاری خارجی سعی کرده‌اند به‌طور عمده بر واردات فن‌آوری، کسب لیسانس یا امتیاز و واردات کالاهای سرمایه‌ای از شرکت‌های مادر که بیشتر آنها شرکت‌های چندملیتی بوده‌اند، استفاده کنند. تلاش آنها استفاده از آموزش عالی و فنی و سرمایه‌گذاری هنگفت در این زمینه‌ها متمرکز بوده است. آنها به تأسیس مؤسسات پلی‌تکنیک اقدام کرده‌اند و از انگیزه‌های قوی مثل پرداخت یارانه و اعطای اعتبارات ارزان جهت گسترش تحقیق و توسعه و به کار بردن تحقیقات محلی استفاده کرده‌اند. در یک کلام مهمترین بحثی که می‌توان از تجربیات کره و تایوان آموخت، آن است که شرکت‌های چندملیتی در این کشورها

حضور داشتند، نقش مثبتی در صنعتی کردن آنها داشتند و در حقیقت دولت این کشورها از فرصت‌ها برای کسب فن‌آوری و توسعه توان ظرفیت محلی استفاده کردند و در قالب استفاده از صرفه‌جویی‌های خارجی این ظرفیت‌ها

○ برفی کشورها برای مصون ماندن از تبعات منفی جذب سرمایه‌گذاری خارجی به استفاده از آموزش عالی و فنی، سرمایه‌گذاری هنگفت در بخش آموزش و ایجاد مؤسسات پلی‌تکنیک، پرداخت یارانه و اعطای اعتبارات ارزان‌قیمت برای گسترش بخش‌های تمحیق و توسعه بومی، روی آوردند و موفق شدند مزیت‌های نسبی پویا را در اقتصادشان به‌وجود آورند.

را در جهت پویاتر کردن مزیت نسبی خود به کار گرفتند.

ایران نیز می‌تواند از این تجربه مفید استفاده کند و در پویا کردن مزیت‌های نسبی، ورود فن‌آوری‌های جدید، استفاده از تخصص و تجربیات آنها برای توسعه صادرات بهره‌برداری کند.

موضوع بعدی، بحث بر سر صدور خدمات است. باید این امر مدنظر قرار گیرد که در زمینه جهش صادراتی از بخش خدمات نباید غافل شد. در سال‌های اخیر خوشبختانه در زمینه‌های فنی - مهندسی درآمدهای خوبی نصیب کشور شده است.

حمل و نقل، بیمه، بانک و بخش‌های حقوقی، به‌ویژه در ارتباط با آسیای میانه، بازار را در اختیار ما قرار داده است و باید از آنها استفاده شود. از سوی دیگر عضویت در سازمان‌های تجاری بین‌المللی و منطقه‌ای مانند سازمان جهانی تجارت (WTO) و پیمان‌های منطقه‌ای بسیار مهم است. بسیاری از

کارشناسان عقیده دارند که با استفاده از پیمان‌های منطقه‌ای، می‌توان ضررهای احتمالی عضویت در سازمان جهانی تجارت را به حداقل کاهش داد، لذا باید در این زمینه تلاش زیادی صورت گیرد. افزایش کارایی تجاری. امروزه دنیا، دنیای انفجار اطلاعات

است و اطلاع‌رسانی، استفاده از روش‌های جدید، ارایه آموزش‌های لازم و ایجاد تشکلهای تجاری، باید به‌کار گرفته شود تا کارایی تجاری افزایش یابد.

باید صادرات کشور در بخش‌های مختلف اقتصادی هدف‌گذاری شود. در این بخش کمیته‌های برنامه‌ریزی باید

هدف‌گذاری کنند که در بخش‌های صنعت، کشاورزی و خدمات چه فعالیت‌هایی باید انجام شود و در هر یک از زیربخش‌ها برنامه‌ریزی و معین شود که در کدام یک مزیت نسبی وجود دارد. زمینه‌هایی که مزیت نسبی در آنها وجود دارد، باید توسعه بیشتری داده شود، سرمایه‌گذاری بیشتری در این زمینه‌ها بشود، اعتبارات ارزان‌تری به آنها داده شود، تشویق شوند و یارانه بیشتری در اختیار آنها قرار گیرد. این امر مستلزم تدوین یک سیاست هدفمند تجاری است.

■ آیا اجرای سیاست استراتژیک تجاری این فرصت را به کشور می‌دهد که برنامه سال ۱۴۰۰ در صادرات غیرنفتی تحقق یابد؟

□ هیچ‌یک از بخش‌های اقتصادی به‌تنهایی نمی‌توانند باعث حصول اهداف این برنامه در سال ۱۴۰۰ شوند. به اقتصاد باید به صورت سیستم نگاه شود. تمام بخش‌های این سیستم باید منظم و با

به توسعه بخش کشاورزی و صادرات محصولات آن تکیه کرد؟

□ نکته مهم آن است که نمی‌توان صادرات را فقط به بخش کشاورزی متکی کرد. تمامی کشورهای صادرکننده موفق جهان صادرکننده کالاهای صنعتی هستند چون بخش کشاورزی به دلیل اقتصاد معیشتی با محدودیت‌هایی روبه‌رو است که نمی‌توان در آن مانور زیادی داد. لذا نمی‌توان صادرات را به بخش کشاورزی متکی کرد. باید تکیه و تلاش در بخش صنعت باشد، ولی امکانات جزیی که در بخش کشاورزی وجود دارد، را نیز نباید از دست داد.

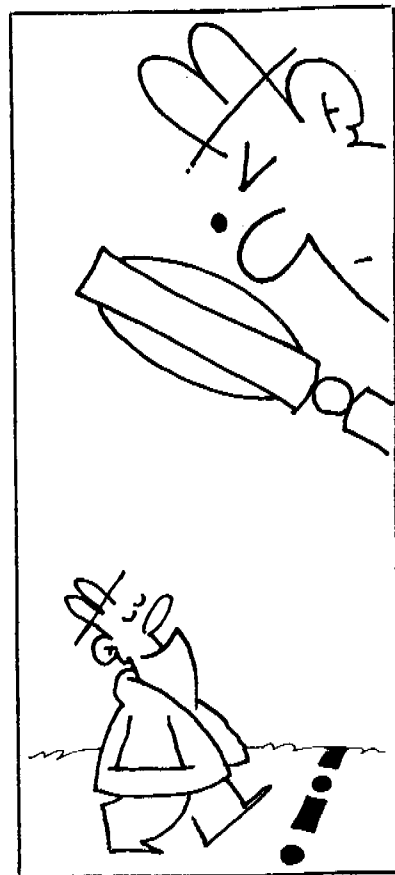
البته با توسعه بخش کشاورزی حداقل از ورود محصولات کشاورزی بی‌نیاز خواهیم شد. سالانه حدود ۵ میلیارد دلار محصولات کشاورزی وارد می‌شود. با متحول شدن این بخش از حدود این میزان محصول جلوگیری خواهد شد. صحبت بر سر این است که اگر حدود ۵ میلیارد دلار در هزینه واردات محصولات کشاورزی صرفه‌جویی ارزی شود، به همراه ۳ میلیارد دلار صادرات بخش کشاورزی، در حقیقت ارزش صادرات غیرنفتی به ۸ میلیارد دلار می‌رسد.

کالاهای کشاورزی جزو کالاهای استراتژیک است و تأمین آنها برای امنیت و استقلال کشور امری ضروری است، اما نباید اتکاء صادرات کشور را بر صدور محصولات کشاورزی گذاشت. باید به موازات صادرات صنعتی به صادرات بخش کشاورزی نیز اهمیت داد. توسعه بخش گردشگری نیز عاملی در جهت بالا بردن درآمدهای ارزی خواهد بود.

اما یک نکته به طور قطع و یقین قابل ذکر است که در حال حاضر ۱۳۳ کشور جهان عضو سازمان جهانی تجارت و حدود ۳۰ کشور به صورت ناظر و در حال عضو شدن در این مجموعه هستند. به این ترتیب تا چند سال دیگر حدود ۱۶۵ کشور عضو این سازمان هستند که کشورهای بزرگ محسوب می‌شوند. آنچه باقی می‌ماند حدود ۱۵ کشور بسیار کوچک است که هنوز عضو سازمان جهانی تجارت نشده‌اند. از سوی دیگر ایران در صدد است که یک سیاست برون‌نگر داشته باشد و عضوی از این دهکده جهانی باشد. چگونه می‌توان با چنین سازمانی که این تعداد عضو دارد، باز هم از یک روابط برابری برخوردار باشیم. اگر این تعداد کشور در سطح جهان عضو سازمان جهانی تجارت می‌شوند، حتماً مزیتی در آن می‌بینند و به این موضوع توجه کرده‌اند که اقتصاد جهانی در حال حرکت به سمت این سازمان است و ناچار هستند عضو آن شوند

من معتقدم عضویت ایران در این سازمان الزامی و تقریباً اجتناب‌ناپذیر است، اما باید روشی اتخاذ کرد که با حداقل خسارت اقتصادی وارد این سازمان بشویم. برخی کارشناسان معتقدند عضویت در پیمان‌های تجاری و منطقه‌ای می‌تواند بخشی از این ضررها را کاهش دهد. به نظر من اگر فرض این باشد که باید عضو سازمان جهانی تجارت شویم، از هم اینک باید از مزایای عضویت در آن استفاده کنیم و در پی سیستم چانه‌زنی برای عضویت باشیم. در همین حال نظام اقتصادی کشور را با نظام سازمان جهانی تجارت سازگار نماییم و همزمان مقدمات عضویت در پیمان‌های منطقه‌ای را فراهم کنیم و قراردادهای دوجانبه داشته باشیم.

■ آیا برای جهش صادراتی می‌توان



همانگی یکدیگر حرکت کنند. بخش پولی باید متحول شود، بخش تولید، ارز، توزیع، آموزش و... همه با هم متشکل، هماهنگ و با هارمونی حرکت کنند تا کشور را به هدف نهایی برسانند. یک بعد این قضیه نیز استفاده از سیاست استراتژیک تجاری است. باید ابتدا اقتصاد کشور، اقتصاد تولیدی شود، همان‌طور که گفته شد، از حالت دلالی خارج شود. در فضای اقتصاد تولیدی، سرمایه‌گذاری‌های انسانی و فیزیکی انجام گیرد و زمینه کسب فن‌آوری و کارآیی فراهم آید. به‌طور طبیعی استفاده از سیاست‌های استراتژیک تجاری که در حقیقت کمک دولت به توسعه صادرات و تجارت می‌باشد، هم موفق خواهد شد.

■ آیا می‌توان عضو سازمان‌هایی چون سازمان جهانی تجارت (WTO) شد و به موازات آن منافع ملی کشور را حفظ کرد؟

این امر نیاز به مطالعه دقیق دارد.