

# بررسی صادرات کالاهای جانشین نفت و ضرورت تجدیدنظر اساسی و برنامه‌ریزی طویل‌المدت برای آن

دکتر محمدحسین مشرف‌جوادی

استادیار دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان

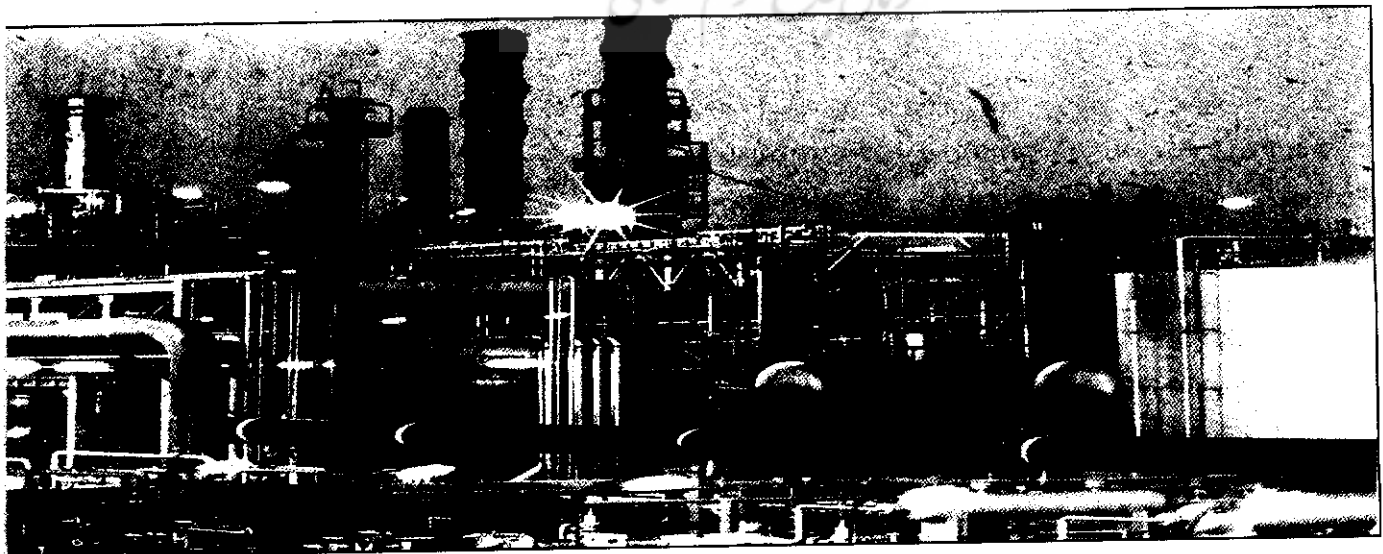
است (۵)، ولی به نظر می‌رسد که بدون تغییر وضع موجود، به اهداف تعیین شده نخواهیم رسید.

متأسفانه در سال‌های اخیر، کالاهایی نظیر فرش، صنایع دستی، پسته، خاویار و... که همیشه ما به آنها افتخار کرده و همواره حرف اول را در رابطه با صدور آنها می‌زده‌ایم، یک یک جایگاه خود را از دست داده و کشورهای دیگری جایگزین ما شده‌اند.

عدم موفقیت ما در صادرات، علت‌ها و دلایلی خاص خود را دارد که ذیلاً به بعضی از این مشکلات و یا موانع اشاره خواهد شد:

۱. نوسان یا کاهش نسبی در بعضی از تولیدات داخلی؛
۲. مشکل مربوط به مقررات، بوروکراسی اداری و ساختار نظام اداری کشور؛
۳. رقابت کشورهای دیگر در بازارهای خارجی به ویژه در مورد برخی از کالاهایی که در تخصص تولیدی ایران قرار داشته است و جایگزین شدن کالاهای جانشین و یا همانند آنان در بازار

در سال ۱۹۹۷، کشور فرانسه در حدود ۶۴ میلیارد دلار درآمد از منبع توریسم و جهانگردی داشته، علاوه بر آن از صدور بطری‌های آب به کشورهای خارجی معادل ۵ برابر نفت ایران درآمد داشته است. (۱) از این جالب‌تر این که در بین کشورهای اسلامی، مالزی که از لحاظ جمعیت وسعت بسیار کمتر و کوچک‌تر از ایران می‌باشد، در سال ۱۹۹۷ حدود ۷۰ میلیارد دلار درآمد از صدور کالاهای خود داشته است. (۲) در این حال درآمد حاصل ایران از فروش نفت در سال گذشته ۱۶/۵ میلیارد دلار و ۳/۱ میلیارد دلار از صدور کالاهای غیرنفتی بوده است. (۳) بدین ترتیب سهم ایران از صادرات کالاهای غیرنفتی جهان فقط ۰/۳۶ درصد می‌شود که این برآزنده کشور ما نیست و مسلماً باید تغییرات اساسی و زیربنایی و برنامه‌ریزی اصولی برای صدور کالاهای جانشین نفت صورت پذیرد. (۴) هر چند در برنامه سوم طبق لایحه برنامه حدود ۴/۵ میلیارد دلار و در سال پایان برنامه (۱۳۸۳)، سالانه معادل ۸/۸ میلیارد دلار (یعنی دوبرابر) برای صادرات کالاهای غیرنفتی پیش‌بینی شده



۱۰. عدم وجود و یا کمبود سیاست هماهنگ بین ارگان‌ها و واحدهای تولیدی، سازمان‌ها و یا وزارت خانه‌های مسئول بازرگانی خارجی در کشور.

در همایش راه کارهای صادرات غیرنفتی که در کیش در تاریخ دوم و سوم اسفندماه ۱۳۷۸ برگزار گردید، در قطعنامه این همایش به موارد زیر به عنوان راهکار و چاره‌اندیشی برای صادرات کالا اشاره گردیده است:

۱. توصیه به تبیین مقررات و قوانین در مناطق آزاد تجاری ایران؛

۲. ایجاد نمایشگاه‌های تخصصی بین‌المللی؛

۳. حذف مقررات پیمان ارزی در مناطق آزاد تجاری؛

۴. لغو روادیسد برای ورود جهانگردان خارجی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در این مناطق؛

۵. ضرورت تولید کالاهای با ارزش افزوده بالاتر در مناطق آزاد؛

۶. تسریع در اجرای مقررات بانکی، و تأسیس بانک‌ها و سازمان‌های بیمه‌ای تخصصی و خصوصی با مشارکت بانک‌ها و سازمان‌های بین‌المللی؛

۷. اختصاص سهم مناسب از بودجه عمومی کشور برای تقویت و توسعه ساختار و زیربنای اقتصادی مناطق آزاد به جای استفاده از سهمیه وارداتی.

به عقیده کارشناسان، بی‌ثباتی قوانین و مقررات تجارت خارجی، بی‌توجهی مقامات مسئول و تجار معتبر ایرانی به بازارهای آسیای میانه و فقدان نظام بانکی مناسب برای تسهیل تجارت، از دیگر دلایل عمده دیگر رکود صادرات کالاهای نفتی ایران به کشورهای نظیر ارمنستان، ازبکستان، تاجیکستان، قزاقستان، قرقیزستان و گرجستان است، به نحوی که در طول

بین‌الملل، ورود رقبای قدرتمند به بازار جهانی پسته، سیمان، فلزات تغلیظ شده، پوست، سالامبور و برخی دیگر، به طوری که ۱۵ تا ۳۰ درصد بهای صادراتی ایران را کاهش داده‌اند، در حقیقت عدم وجود زیر ساخت‌های مبتنی بر رقابت و صادرات در تولید کالا به این امر کمک کرده است؛

۴. افزایش نیاز به کالا و مواد تولیدی و خدماتی در داخل کشور بر اثر افزایش جمعیت و تغییر شکل زندگی به ویژه برای کالاهای صادراتی نظیر گاز مایع، کودشیمیایی و شمش مس. کارشناسان اظهار می‌دارند که بعضی از اقلام، ابتدا باید در بازار داخل اشباع شده باشند تا این که صادر شوند، وقتی که در داخل نیاز به کالاهای ضروری وجود داشته باشد، چیزی برای صادرات باقی نمی‌ماند؛

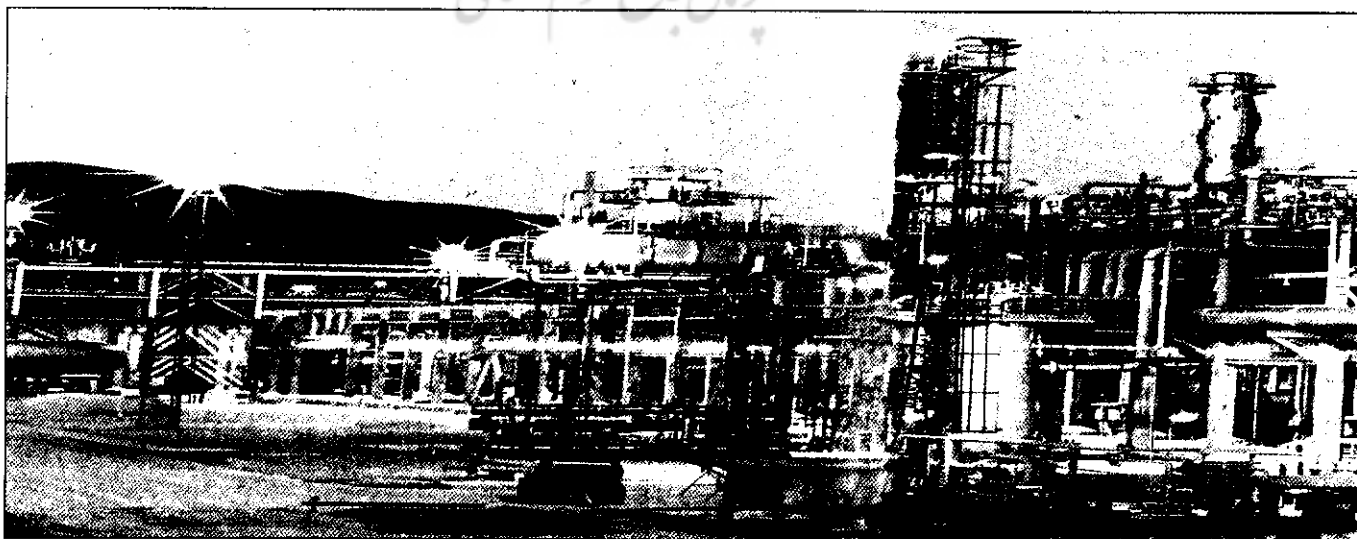
۵. تورم داخلی و افزایش بی‌رویه قیمت تمام شده کالاهای صادراتی که بسیاری از افراد مانند مدیرعامل بانک صنعت و معدن دلیل اصلی رشد تورم در ایران را رشد نامعقول نقدینگی می‌دانند؛

۶. عدم وجود سیستم بازاریابی صحیح به ویژه نبود تبلیغات مناسب جهت بازاریابی خارجی؛

۷. پایین بودن کیفیت بعضی از کالاهای تولیدی و صادراتی و عدم مطابقت با استانداردهای جهانی؛

۸. بسته‌بندی‌های غیربازرگانی و نامساعد برای بازارهای خارجی؛

۹. مشکل تغییر نرخ تخصیصی به صنایع که با افزایش نرخ ارز تخصیصی بهای تمام شده کالاهای صنعتی ایران نیز افزایش یافته و از قدرت رقابت این کالاها در بازارهای جهانی کاسته می‌شود؛



که احتمالاً در صورت اجرا به افزایش ارزش کالاهای صادراتی افزوده خواهد شد. برای مثال: یک قرارداد به ارزش ۱/۵ میلیارد دلار در زمینه صنعت فولاد و قرارداد دیگری به ارزش ۵۵۰ میلیون دلار بین ایران و شرکت توتال فراتسه به امضا رسیده که به دلایل مخالفت واشینگتن و مشکلات سیاسی، امارات متحده عربی، عدم تمایل خود را به خرید گاز از ایران ابراز کرده است. (۸)

لیست زیر، اقلام صادراتی سال ۱۳۷۸ همراه با ارزش دلاری آنها را نشان می‌دهد. (۹)

فروش دستیاب	۶۸۶ میلیون دلار	بترین	۲۲ میلیون دلار
محصولات شیمیایی	۳۳۲ میلیون دلار	انواع گاز	۸۶ میلیون دلار
پسته و مغز پسته	۲۱۵ میلیون دلار	مواد معدنی	۶۳ میلیون دلار
فولاد و آهن آلات	۱۷۲ میلیون دلار	محصولات کشاورزی	۷۲۴ میلیون دلار
مصنوعات مسی	۹۹ میلیون دلار	فروش همراه با صنایع دستی	۷۲۶ میلیون دلار
الیسه	۴۸ میلیون دلار	پرست و سالامور	۲۴ میلیون دلار
خوابار	۲۹ میلیون دلار	روده	۳۳ میلیون دلار
صادرات محصولات صنعتی	۱/۲۶۵ میلیون دلار	رب گوجه	۲۱ میلیون دلار

متأسفانه بررسی صدور کالاهای جانشین نفت به عنوان یک امر جامع و فراگیر، مستمر و دائمی و همیشگی مورد توجه قرار نگرفته است. به زبان دیگر، آنگاه که قیمت نفت در جهان ارزان می‌شود، نهایتاً منجر به کاهش درآمد ملی کشورمان شده، سر و صدای صدور کالا و جانشینی نفت و امثالهم مطرح و سمینارها و کنفرانس‌هایی جهت دستیابی به راه‌حل‌ها تشکیل می‌شود، اما به محض این که قیمت نفت افزایش یافت، مسأله کالاهای جانشین نفت و صدور کالاها و تحقیق و پژوهش برای توسعه و افزایش این گونه اجناس به فراموشی سپرده شده و به اصلاح برطرف کردن موانع و مشکلاتی که بر سر راه صدور کالاهای غیرنفتی وجود دارد، بی‌عنايتی و بی‌توجهی می‌شود و مثال شکم سیر از گرسنه خبر ندارد برای مملکت ما مصداق پیدا می‌کند.

در این جا، بعضی از موانع و مشکلاتی که بر سر راه صادرات کالاها وجود دارند در بالا به آن اشاره شد را بیشتر مورد بررسی، تجزیه و تحلیل قرار دهیم و مهم‌ترین آنها را مورد توضیح بیشتر قرارداده و برای هر یک توصیه و پیشنهاداتی جهت دستیابی به راه‌حل و حذف یا کاهش این مشکلات ارائه می‌دهیم.

سال ۱۳۷۸، ارزش صادرات کالاهای غیرنفتی ایران به این کشورها با ۶۳ میلیون دلار کاهش نسبت به مدت مشابه در سال ۱۳۷۷، به ۲۴۴ میلیون دلار رسیده است. (۶)

فروش که عمده‌ترین کالای صادراتی غیرنفتی و ۲۳/۷ درصد صادرات غیرنفتی را تشکیل داده، نیز دارای مشکلات خاص خود می‌باشد. اخیراً کشورهایایی نظیر چین، پاکستان، هند، نپال و... بازار فروش ایران را که همواره حرف اول را در دنیا می‌زده دچار تزلزل و مشکل کرده‌اند.

به طور کلی قوانین و مقررات، سیستم بانکی کشور و... بیشتر تسهیلات خود را بر روی واردات تا صادرات متمرکز کرده‌اند. باعث تأسف است که در سال ۱۳۷۸، از ۳ میلیارد و ۱۰۳ میلیون دلار صادرات غیرنفتی، بیش از نصف آن یعنی یک میلیارد و ۷۶۵ میلیون دلار صرف واردات چهار قلم اجناس خوراکی یعنی شکر، روغن، برنج و گندم شده است.

علاوه بر چهار قلم واردات خوراکی که ذکر گردید، دیگر واردات، بر اساس آمار گمرک ایران که کلاً به ارزش ۱۳/۲ میلیارد دلار بوده عبارتند از:

ماشین آلات مکانیکی، لوازم صنعتی و برقی، آهن آلات، محصولات و مواد شیمیایی، مواد اولیه پلاستیکی، محصولات دارویی، کاغذ و مقوا. متأسفانه کشور ما کشوری است وارداتی تا صادراتی. (۷)

آمار کل درآمد ایران در سال ۱۳۷۸ نشان می‌دهد که ۱۶/۵ میلیارد دلار درآمد از منبع صدور نفت با میانگین هر بشکه ۱۸ دلار بوده که نسبت به سال قبل یعنی ۱۳۷۷، ۴ میلیارد دلار مازاد بر درآمد داشته است. ارقام مربوط به درآمدهای نفتی و غیرنفتی چند سال اخیر به شرح زیر است:

سال	درآمد حاصل از صادرات نفت	درآمد حاصل از منبع صدور کالاهای غیرنفتی	کل درآمد حاصل
۱۳۷۵	۱۹/۲۷	۳/۱۲	۲۲/۳۹
۱۳۷۶	۱۵/۲۷	۲/۸۱	۱۸/۲۸
۱۳۷۷	۹/۸۴	۳/۱۰	۱۲/۹۴
۱۳۷۸	۱۶/۵	۳/۱	۱۹/۶

البته در طول تاریخ کشور، در سال ۱۳۷۳، (که در آمار بالا ذکر نشده است) بیشترین صادرات غیرنفتی به ارزش ۴/۸ میلیارد دلار به وقوع پیوسته است. هم‌اکنون نیز چندین قراردادهایی بین دولت و چند کشور خارجی منعقد شده است

می‌شود که احتمالاً بعضی با بعضی دیگر در تناقض و یا متضادند. بانک‌ها نیز اکثر تسهیلات و سرویس‌های خود را بر روی واردات تا صادرات متمرکز کرده‌اند. بنابراین پیشنهاد می‌شود که در قوانین گمرکی کشور با توجه به اولویت دادن به کالاهای صادراتی تا وارداتی، تجدیدنظر اساسی انجام گیرد و اصل «وحدت فرماندهی» در مدیریت که به معنای پیروی و تبعیت گمرکات ایران از یک ارگان یا وزارتخانه است، مورد توجه قرار گیرد.

۴. رسانه‌های گروهی به ویژه صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران باید برنامه‌هایی جهت نشر اخبار صادراتی و مطلع کردن مردم از فرصت‌های صادراتی ترتیب دهند. در حال حاضر به ندرت برنامه‌ای را در تلویزیون که بر روی صدور کالاهای غیرنفتی و تشویق و ترغیب مردم تمرکز کند، شاهد هستیم. بسیار مهم است که فرهنگ صادرات را در مردم اشاعه و از

**مناسفانه بررسی صدور کالاهای جانشین نفت به عنوان یک امر جامع و فراگیر، مستمر و دائمی و همیشگی مورد توجه قرار نگرفته است. به زبان دیگر، آنگاه که قیمت نفت در جهان ارزان می‌شود، نهایتاً منجر به کاهش درآمد ملی کشورمان شده، سر و صدای صدور کالا و جانشینی نفت و امثالهم مطرح و سمینارها و کنفرانس‌هایی جهت دستیابی به راه‌حل‌ها تشکیل می‌شود. اما به محض این که قیمت نفت افزایش یافت، مسأله کالاهای جانشین نفت و صدور کالاها و تحقیق و پژوهش برای توسعه و افزایش این گونه اجناس به فراموشی سپرده شده است**

طریق رادیو و تلویزیون، روزنامه‌ها و کلاس‌های آموزشی و امثالهم به مردم توضیح داده می‌شود که صدور کالاها به نفع آنها و نهایتاً به سود مملکت است. بسیاری از کارشناسان معتقدند که مشکل اساسی ما در این رابطه، ایجاد فرهنگ صادراتی مانند بعضی از کشورها می‌باشد.

یک کارشناس اقتصادی می‌گوید: در جهانی که از طریق سازمان تجارت جهانی (WTO) کشورهای جهان به توافق رسیده‌اند که به سمت کاهش مرزهای اقتصادی و برداشتن موانع گمرکی اقدام کنند و با توجه به این که جهان به سمت تجارت آزاد حرکت می‌کند، راهی به جز توسعه صادرات غیرنفتی نداریم و راهی به جز تشویق صادرکنندگان و نگرش به آنها به عنوان یک کارآفرین نداریم. کشور ما یک کشور بیشتر

۱. اولین مشکل در کشورمان، فقدان یک سیاست یا نظام برنامه‌ریزی طویل‌المدت، دائمی، مستمر و منسجم و هماهنگ جهت توسعه و افزایش صادرات کالاهای غیرنفتی است، که نهایتاً منجر به جایگزینی آنها با نفت شود، با وجود این که در حال حاضر گروه‌ها، مؤسسات و یا سازمان‌هایی مانند شورای عالی توسعه صادرات غیرنفتی و یا بانک توسعه صادرات در کشور وجود دارند که در حال فعالیت و تلاش هستند، اما به نظر می‌رسد که چنین سازمان‌هایی کافی نبوده و توانایی و یا مطابقت با گسترش و توسعه صدور کالاهای غیرنفتی با اهداف طویل‌المدت جهت جایگزینی این کالاها با نفت را نداشته و یا با آن هماهنگی و سازگاری ندارند. لذا بایستی در سطح تمامی مملکت اقدام به تشکیل سازمان و یا حتی وزارتخانه‌ای نمود که از طرف مجلس نیز رسمیت و دارای اختیارات ویژه و کافی باشد. بدیهی است چنین سازمانی با

اطلاع از وضعیت و پیشرفت‌های سریع در دنیا و ممالک مختلف به طور مکرر و سیستماتیک به مطالعه راه‌ها و روش‌ها و تکنیک‌های علمی و روزآمد صدور کالا پرداخته و اهداف عالی صادراتی مورد نظر را وضع و اجرا خواهد کرد.

۲. دومین مشکل به پیمان‌های ارزی مربوط می‌شود. از آنجایی که برای صادرات کالاهای غیرنفتی عدم اعتماد بین مردم و دولت وجود دارد، دولت باید در سیاست ارزی خود تجدید نظر اساسی کرده و عملاً سیاست جو اعتماد را بین

خود و مردم برای صادرات به وجود آورده، به طوری که تغییرات نرخ ارز و دیگر موارد باعث عدم اعتماد مردم به دولت برای صدور کالاهای غیرنفتی همانند سابق نشود.<sup>(۱۰)</sup>

۳. نیاز به تجدید سازمان و یا تغییر ساختار اداری و سازمانی گمرک و همچنین تجدید نظر در موارد قانون گمرکی. همان طوری که اشاره شد هم اکنون سیاست کلی و قوانین مملکت مبتنی بر واردات است تا صادرات، به طوری که قریب ۹۵ درصد از ارزیابی‌های گمرکی ایران مربوط به واردات و فقط در حدود ۵ درصد ارزیابی‌ها مربوط به صادرات است. بیشتر این که هر روز بخشنامه‌های متعددی از ارگان‌ها و وزارتخانه‌های گوناگونی مانند وزارت اقتصاد و دارایی، بازرگانی، صنایع و معادن، صنایع سنگین و... به اداره گمرکات کشور فرستاده

مصرف‌کننده است تا یک کشور تولیدکننده، این فرهنگ باید عوض شود.<sup>(۱۱)</sup>

تربیت نیروی انسانی ماهر، متخصص و صاحب‌نظر و پژوهشگر برای گمرکات همراه با تخصیص بودجه خاص برای تحقیقات و پژوهش دائمی و طولی‌المدت برای توسعه گمرکات به منظور رفع موانع و مشکلات گمرکی و صادراتی و پیشرفت و توسعه آن از ضروریات است. با گسترش فعالیت‌های آموزشی بازرگانی بازرگانان سراسر کشور می‌توانیم به هدف خود در زمینه گسترش فعالیت‌های صادرات کالاهای غیرنفتی موفق شویم.

۵. مسأله بعدی به سیستم حمل و نقل دریایی، زمینی و هوایی برمی‌گردد. آنچه مسلم است در کشور ما برخلاف کشورهای پیشرفته که راه‌آهن در خدمت حمل و نقل کالاهای داخلی به خارج و از داخل به داخل و یا از خارج به داخل کشورها می‌باشد، راه‌آهن ما اصلاً در خدمت حمل و نقل کالا به ویژه در خدمت و یا انتقال جنس به ممالک خارج یعنی صادرات نیست. در حقیقت شاید گزافه‌گویی نباشد اگر بگوییم که راه‌آهن ما بایستی به حداقل ده برابر وضعیت فعلی برای حمل و نقل کالا برسد. حمل و نقل هوایی ما نیز به همین ترتیب باید باشد. یعنی باید در کلیه فرودگاه‌های بین‌المللی کشورمان، هواپیمایی‌های باربری ویژه حمل کالا به خارج را آماده داشته باشیم. سرمایه‌گذاری در زمینه حمل و نقل زمینی در کامیون‌ها و وسایل نقلیه باری و همچنین سرمایه‌گذاری در کشتیرانی و حمل و نقل دریایی از مواردی است که حتماً باید با دید درازمدت و مثبت به آنها نگریست.

۶. مسأله بعدی که باعث عدم کارایی و رکود در صادرات می‌شود، مربوط به مشکل نقدینگی و یا بالا بودن نرخ بهره بانکی است. در کشورهای پیشرفته مانند آمریکا یا آلمان نرخ بهره در حدود بین ۴ تا ۶ درصد و در کشورهایی مانند پاکستان، مصر و ترکیه بهره برای کالاهای صادراتی در حدود ۷ تا ۹ درصد است. اما متأسفانه در کشور ما به علت بالا بودن سطح بهره بانکی که تقریباً از اکثر کشورهای دنیا بیشتر می‌باشد، صادرکننده باید حداقل ۱۸ درصد سود ببرد تا بتواند کارآ و سودآور باشد.

بنابراین در بسیاری از کشورهای توسعه یافته یا در حال پیشرفت و یا دیگر کشورهایی که دارای نرخ بهره پایین هستند، امر صادرات برای صادرکننده توأم با سود کمی مثلاً در حد ۵ تا ۷ درصد می‌باشد، اما در کشور ما، واحد صادرکننده به خاطر برابری با سرمایه‌گذاری در داخل مملکت و نرخ بازدهی حدود

۲۰ درصد و یا پس‌انداز در بانک‌های کشور و دستیابی به سود مشابه هیچ‌گونه انگیزه‌ای برای صدور کالاهای خود به خارج و تقبل ریسک‌ها و خطرهای متعدد نداشته و ترجیح می‌دهد که در داخل مملکت به سرمایه‌گذاری، داد و ستدهای غیرمفید اما با سود بالا، واسطه‌گری و دلالتی و یا پس‌انداز در بانک‌ها که کلاً دارای مخاطره کمتری هستند بپردازد. از طرف دیگر چون هر دلار در حدود ۸۲۰ تومان می‌باشد، این خود باعث عدم تشویق صادرکنندگان بوده و شاید نیاز به تجدیدنظر کلی در رابطه با نرخ برابری دلار با ریال و تغییرات واقعی در نرخ‌های کالاهای صادراتی و ارزش صادراتی باشد.<sup>(۱۲)</sup>

در اینجا توصیه می‌شود که نمایندگانی از صادرکنندگان به طور سازمان یافته تشکیل و در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری توسعه صادرات که احتمالاً زیر نظر گروه و یا سازمانی که در ابتدا بدان اشاره شد فعالیت و در امور مربوطه شرکت داده و از آنها نظرخواهی دائمی شود.

۷. علاوه بر مسایل قبل که به آنها اشاره شد، مسأله بعدی مربوط به تورم و میزان تورم تحمیلی به کالاهای صادراتی است که البته ناشی از بخش دولتی می‌باشد. هزینه‌هایی مانند مخارج مربوط به آب، برق، انرژی، حمل و نقل، دستمزد کارگر و امثالهم... از مخارجی هستند که بر روی قیمت تمام شده کالاهای صادر می‌گذارند و قیمت اجناس صادراتی را افزایش می‌دهند که نهایتاً این گونه هزینه‌ها را خریدار و یا مصرف‌کننده باید بپردازد. بدیهی است که ما نمی‌توانیم به خریداران خارجی بگوییم که نرخ تورم بالا و یا هزینه‌های در حال افزایش ما را بخرید. دولت و مجلس می‌توانند تسهیلات و یاروش‌هایی جهت کمک به صادرکنندگان مانند تخفیف در بعضی از هزینه‌های مربوط به دولت، فراهم و آسان نمودن وام‌های بانکی با بهره کم و مانند آن را به منظور تشویق صادرکنندگان کالاهای صادراتی فراهم کند.

بدیهی است وظیفه دولت است که جریان صدور کالاهای غیرنفتی و سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی آن را سر و سامان دهد و به صادرکنندگان کالاهای جهت و آنها را به مسیر اهداف صادراتی غیرنفتی هدایت کند. در این رابطه نوع کالاهایی که باید صادر کنیم از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده، مسلماً کیفیت، مرغوبیت و مسایل مربوط به بازاریابی از قبیل بسته‌بندی کالا، کانال‌های توزیع آن، قیمت‌گذاری و تبلیغات نیز باید مورد توجه ویژه قرار گیرد.

لزوم یک سیستم واحد اطلاعاتی جامع و کامل در سرتاسر

در پایان باید تذکر داد برای این که بخواهیم به سازمان تجارت جهانی (WTO) بپیوندیم، اصلاح و تغییرات بنیادی برای صدور کالاها در کشور اجتناب ناپذیر است. موانع و مشکلات آشکار یا پنهانی که در بالا شرح داده شد باید برای پیوستن به سازمان تجارت جهانی هرچه زودتر به اصلاح زیربنایی انجام پذیرد.

۱. روزنامه ابرار اقتصادی مورخ ۷۹/۳/۱۷
۲. روزنامه اطلاعات مورخ ۷۹/۲/۱۵
۳. روزنامه همشهری مورخ ۷۹/۱/۱۷
۴. روزنامه هم میهن مورخ ۷۹/۲/۱۸
۵. روزنامه اطلاعات مورخ ۷۹/۱/۱۹
۶. روزنامه همشهری مورخ ۷۸/۱۲/۴
۷. روزنامه ابرار اقتصادی مورخ ۷۹/۱/۳۰
۸. روزنامه اقتصادی مورخ ۷۹/۱/۱۴
۹. روزنامه اقتصادی مورخ ۷۹/۱/۱۸
۱۰. روزنامه ابرار اقتصادی شماره ۵۲۶
۱۱. همان مأخذ
۱۲. روزنامه ابرار اقتصادی مورخ ۷۹/۲/۴
۱۳. روزنامه هم میهن مورخ ۷۹/۲/۱۸

مملکت که در ارتباط با مراکز اطلاعاتی کامپیوتری و بروز کشورهای خارجی باشد به طوری که بتواند صادرکنندگان را هدایت و به آنها راهنمایی های لازم در ارتباط با صدور کالا، نوع آن، خصوصیات و ویژگی های آن، مقررات و قوانین هر دو کشور یعنی صادرکننده و دریافت کنند کالا و بالاخره عامل هماهنگ کننده امور باشد، از ضروریات است. در حال حاضر به عنوان مثال در شهر تبریز مرکز استان آذربایجان شرقی، یک مرکز خدمات مشاوره ای بازرگانی به منظور ایجاد زمینه های تبادل اطلاعات روز بازرگانی دایر است، ولی این کافی نیست و بایستی یک سیستم مکانیزه کامپیوتری در سراسر مملکت که به همدیگر متصل بوده و حاوی آخرین اطلاعات جهانی در رابطه با صادرات باشد، ایجاد گردد. مسلماً چنین سیستم اطلاعاتی کالاهای صادراتی، صادرکنندگان را با مسایل روز جهان آشنا و آنها را در جریان آخرین نیازها و در جریان امور روز قرار خواهد داد.

آقای نجفی، مدیرکل بازرگانی استان آذربایجان شرقی عنوان می کند که:

متأسفانه واحدهای تولیدی، برون گرا نیستند و پیش بینی می شود که در سال های آتی در این زمینه با مشکلاتی مواجه شویم... برای آشنایی با زبان روز تجارت جهانی باید با حضور در جلسات و کارگاه های آموزشی به اطلاعات روز جهان مسلح شویم. (۱۳)

### واحد اطلاع رسانی بازار کار

در راستای اهداف ماهنامه و ارائه خدمات فوق همگام با سیاست های توسعه اشتغال مولد کشور و به منظور معرفی و ارجاع جویندگان کار به موسسات و واحدهای تولیدی و خدماتی از کارجویان محترم در سطوح مختلف شغلی و تحصیلی و در رشته های گوناگون دعوت به ثبت مشخصات در بانک اطلاعات موجود از طریق تکمیل و ارسال فرم ذیل مینماید.

۲. دوره های آموزشی سپری شد:				۱. مشخصات فردی: نام	
ردیف	نام دوره	مدت/ساعت	موسسه/مرکز آموزش	نام خانوادگی	نام پدر
				ت. ت	ش. ش
				جنسیت	وضعیت سربازی
				۲. مشخصات تحصیلی	
				تعداد فرزندان	وضعیت سربازی
				معدل	مدرک
				تاریخ	رشته
				محل تحصیل	گرایش
۳. سوابق شغلی					
				مدت	سمت
				از - تا	محل
				حقوق	علت تغییر شغلی

Email: tosee@m-found.org Bonyad

تهران - صندوق پستی ۴۹۹۱-۱۵۸۷۵ شماره: ۸۸۱۱۰۰۹