

ایران در راه جهانی شدن: سودها و زیانها

علی پور پاشاکاسین*

بهبود فرایند پیوستن به سازمان تجارت جهانی ارایه می کنیم که امید است مورد توجه قرار گیرد.

الف) تعریف جهانی شدن

جهانی شدن پدیده‌ی صرفاً اقتصادی نیست. بلکه، این رویکرد، علاوه بر اقتصاد، تمام جنبه‌های فرهنگی-اجتماعی و سیاسی زندگی بشر امروز را دربر می‌گیرد. مار تین آلبرد، جهانی شدن را؛ فرایندهایی تعریف می‌کند که بر اساس آن تمام مردم جهان در یک جامعه فراگیر جهانی به هم پیوند می‌خورند. امانوئل ریشتر، جهانی شدن را، شکل‌گیری شبکه‌ی بی‌می‌داند که طی آن، اجتماعاتی که پیش از این در کوره‌خاکی دور از هم و منزوی بودند، در وابستگی متقابل و وحدت جهانی ادغام می‌شوند.^۱

ابعاد مختلف جهانی شدن را، از چهار منظر به شرح زیر می‌توان خلاصه کرد:

۱. الف) - جهانی شدن، در بعد سیاسی: حکومتها را

پیشگفتار

پدیده جهانی شدن، به خودی خود، واجد هیچ گونه ارزش و امتیاز مثبت و یا منفی نیست. اغلب ادیان الهی و از جمله اسلام، هدفشان جهانی کردن احکام دینی بوده است و بسیاری از سرداران و پادشاهان نیز انگیزه تشکیل حکومت در مقیاس جهانی داشته‌اند. مثل تیمور لنگ، که در اندیشه تشکیل یک حکومت جهانی به مرکزیت سمرقند بود.

لیکن، جهانی شدن در این زمان، مفهوم خاصی پیدا کرده و خاستگاه و ماهیت نظام‌های فکری و فلسفی و اجتماعی و اقتصادی حاکم بر مدعیان آن، نیز تغییر کرده است. در این مقاله، قصد داریم ضمن بیان موانع ساختاری اقتصاد ایران در فرایند پیوستن به سازمان تجارت جهانی، به امکانات موجود کشور، مزیتها و مضرات عضویت و... اشاره‌ی داشته باشیم. در پایان راهکارهایی هم در جهت

اقتصادی-اجتماعی کشور ما رسیده، ولی، پیشینه تاریخی آن را در سطح جهانی و بین المللی، حداقل می توان از اوایل نیمه دوم قرن بیستم سراغ گرفت. اتفاقاتی، نظیر تأسیس سازمان ملل متحد (۱۹۴۵)، انتشار کتاب دهکده جهانی مک لوهان (۱۹۶۵)، کتاب موج سوم آلون تافلر (۱۹۷۸)، پایان جنگ سرد (۱۹۸۹)، اتحاد پولی ۱۱ کشور اروپایی (۱۹۹۸)، گات (۱۹۴۷) و سازمان تجارت جهانی (۱۹۹۵) (عضو ۱۴۹) (اولین اصل تجارت بدون تبعیض)، رشد بلو کهای تجاری و یا منطقه بی، فروپاشی شوروی، پیشرفت فناوری، رشد شرکتهای چند ملیتی و...، همگی از پیش زمینه های بروز پدیده ای است که هر چه می گذرد، بر شدت و قدرت آن افزوده می شود.

پ) آثار کلی جهانی شدن اقتصاد:

۱. پ) افزایش رقابت در سطح اقتصاد بین الملل: امروزه، بر اثر کاهش هزینه های حمل و نقل، رشد حیرت انگیز تکنولوژی اطلاعات و گسترش روز افزون تجارت الکترونیکی و در حالت کلی، به حداقل رسیدن نقش مرزهای جغرافیایی در فعالیتهای اقتصادی، بنگاههای اقتصادی کلیه بازارهای جهان را بازار خود می دانند و به آن چشم دارند. با افزایش رقابت، آنچه حاصل می شود، افزایش کارایی اقتصادی بین المللی خواهد بود. چون رقابت، مهمترین عامل در افزایش کارایی یک سیستم اقتصادی است.

۲. پ) وابستگی بیشتر اقتصاد کشورها: هر چه بر رقابت بنگاههای اقتصادی افزوده می شود (از دیدگاه اقتصاد خرد)، به همان اندازه و شاید بیش از آن - بر وابستگی اقتصاد کشورها به هم (از دیدگاه اقتصاد کلان) افزوده می شود. در این شرایط، عرصه اقتصاد بین الملل، صحنه مبارزه کشورها با هم نیست. بلکه میدان مسابقه ای است که هر رقیب می خواهد برنده آن باشد (البته، حاصل جمع، هیچگاه مساوی صفر نیست) ۴

۳. پ) به چالش کشاندن دولتها: با کاهش قدرت کنترل دولتها بر اقتصاد ملی و بازار کار؛ ناگزیر به بازتعریف رابطه دولت و اقتصاد ملی هستیم. چرا که مقررات ملی، جای خود را به مقررات و سازمانهای بین المللی می دهد. یعنی با کاهش قدرت سازمانهای ملی، بر توان سازمانهای بین المللی افزوده می شود.

مجبور به احترام به افکار عمومی (کشوری و جهانی) کرده و رعایت حقوق بشر و تأمین آزادیهای افراد جامعه را طبق میثاقهای بین المللی حقوق بشر، مشروعیت بخشیدن به نظام سیاسی و دولت؛ از طریق برگزاری انتخابات آزاد و مردمی و همچنین رعایت قوانین بین المللی در خصوص حفظ محیط زیست الزام آور می کند.

۲. الف) جهانی شدن، در بعد فرهنگی و ارتباطات: به مفهوم نزدیکی هر چه بیشتر فرهنگها و آگاهی یافتن از پیشرفتهای علمی و فرهنگی و اقتصادی و به طور کلی، وضعیت زندگی و سطح رفاه عمومی در کشورهای جهان و تبادل افکار و اطلاعات بین ملتها، از طریق کاهش شگفت آور فواصل زمانی و مکانی بین کشورهاست. که، آن را هم باید مدیون پیشرفت حیرت انگیز تکنولوژی تهیه و نشر اطلاعات دانست.

۳. الف) - جهانی شدن، در بعد حقوقی: جهانی شدن را می توان به هماهنگ شدن قوانین و مقررات داخلی کشورها، با قوانین و قواعد بین المللی - در زمینه های حقوق بشر، حفظ محیط زیست، تعقیب مجرمان، حل اختلافات بین المللی... تعبیر کرد.

۴. الف) - جهانی شدن، در بعد اقتصادی: جهانی شدن، به مفهوم قرار گرفتن در روند جهانی شدن اقتصاد از طریق تعامل فعال با اقتصاد جهانی است، هر چند کشورهای در حال توسعه، در این مسیر متحمل هزینه های گزافی می شوند. جهانی شدن اقتصاد را، می توان بر شرایطی تعریف کرد که در آن، حدود مرزهای جغرافیایی در فعالیتهای اقتصادی از قبیل تجارت، سرمایه گذاری و تولید و نقل و انتقالات مالی، کمترین نقش را داراست. ۳

جهانی شدن اقتصاد در زمان ما، حاصل تکاپوی نظام اقتصاد آزاد برای سلطه بر بازارهای جهانی است. این تکاپو، مرحله ای را پشت سر نهاده و در هر مرحله، تأثیرات خاصی را بر جای گذاشته است: ۱- مرحله کاپیتالیسم تجاری، بین قرون ۱۶ تا ۱۸، ۲- کاپیتالیسم صنعتی، از قرن ۱۸ تا نیمه دوم قرن ۱۹ و ۳- کاپیتالیسم مالی، از اواخر قرن ۱۹ به بعد. وقوع انقلاب صنعتی، رami توان نقطه آغاز جهانی شدن اقتصاد دانست.

ب) تاریخچه جهانی شدن

گرچه استفاده از واژه جهانی شدن، به تازگی در گفتمان

هستند.)

۲) آلودگی محیط زیست؛ افزایش گازهای گلخانه‌یی، انتشار آلاینده‌های فسیلی، گرم شدن کره زمین، کمبود آب... (افزایش ۷۰٪ مصرف انرژی در ۲۵ سال گذشته).

ت) جایگاه ایران در روند جهانی شدن اقتصاد

آنچه در مورد جهانی شدن اقتصاد مطرح است، در مورد ایران نیز صادق است. به عبارت دیگر، جهانی شدن برای ایران، فرصت‌ها و همچنین چالش‌هایی به وجود می‌آورد. ایران می‌تواند با اتخاذ سیاست‌های درست، چالش‌ها را به حداقل برساند و از فرصت‌هایی که به وجود می‌آید، به نحو بهتری استفاده کند.

سیاست درون‌نگرایی حاکم بر اقتصاد ایران و تاکید بر سیاست جان‌شینی واردات، در جهت خودکفایی، ایران را در حاشیه تحولات اقتصاد جهانی قرار داده و سبب شده نتواند از فرصت‌های ایجاد شده استفاده کند. ایران در روند جهانی شدن اقتصاد، در زمینه‌های صادرات غیر نفتی، جذب سرمایه گذاری خارجی و جهانگردی - در مقایسه با کشورهای همجوار - در جایگاه مطلوبی قرار ندارد.

۱. ت) جایگاه ایران در تجارت جهانی: در حالی که حجم تجارت جهانی در فاصله سالهای ۹۰ تا ۱۹۹۶ رشد ۵۴ درصدی داشته است [۶۸۹۷ به ۱۰۶۶۶ میلیارد دلار] اما رشد تجارت خارجی ایران در همین دوره یک درصد بوده، یعنی حجم تجارت خارجی ایران، از ۳۵/۲ میلیارد دلار در دهه ۹۰، به ۳۵/۶ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۶ رسیده است. حجم تجارت خارجی ترکیه و پاکستان در همین فاصله زمانی، به ترتیب رشدی برابر با ۷۱ درصد و ۶۵ درصد داشته است. [هر دو فاقد درآمد نفتی هستند]. به طور کلی، عملکرد تجارت خارجی ایران ضعیف و وابسته به صادرات نفت است. در حالی که ایران، حدود یک درصد جمعیت جهان را دارد، در سالهای ۹۳ تا ۹۷ و در بهترین وضعیت، تنها ۰/۴۹ درصد صادرات جهان متعلق به ایران بوده است. علاوه بر آن، در همین سالها، بیش از ۷۵ درصد کل صادرات ایران را نفت و گاز تشکیل می‌داده است. پس، اگر صادرات نفت را جدا کنیم، در همین دوره، ۰/۱ درصد از صادرات جهان متعلق به ایران بوده است.

● پیشینه تاریخی جهانی شدن را در سطح جهانی و بین‌المللی، دستکم می‌توان از اوایل نیمه دوم قرن بیستم سراغ گرفت. رویدادهایی چون برپا شدن سازمان ملل متحد (۱۹۴۵)، انتشار کتاب دهکده جهانی مک لوهان (۱۹۶۵)، کتاب موج سوم آلون تافلر (۱۹۷۸)، پایان جنگ سرد (۱۹۸۹)، اتحاد پولی ۱۱ کشور اروپایی (۱۹۹۸)، گات (۱۹۴۷) و سازمان بازرگانی جهانی (۱۹۹۵)، گسترش بلوکهای تجاری و یا منطقه‌یی، فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، پیشرفت فناوری، افزایش شرکتهای چند ملیتی و... همگی از پیش زمینه‌های بروز پدیده‌یی است که هر چه می‌گذرد، بر شدت و قدرت جهانی شدن می‌افزاید.

۴. پ) گسترش تقسیم کار بین‌المللی: با کاهش موانع تجاری در زمینه نقل و انتقال سرمایه و منابع مالی، قطعاً، تقسیم کار بین‌المللی افزایش یافته، منجر به افزایش کارایی اقتصادی بین‌المللی خواهد شد. (با فرضیه مزیت نسبی)

بالتبع، منفعت برندگان درجه اول این تغییر و تحول، کشورهای پیشرفته هستند و اغلب کشورهای غیر صنعتی، مواد خام مورد نیاز کشورهای صنعتی را تدارک می‌بینند و در عوض، مازاد تولیدات صنعتی آنها را به مصرف می‌رسانند.

هزینه‌های جهانی شدن:

عمده هزینه‌های این رویکرد جهانی، به قرار زیر است: ۱) فقر و بی‌عدالتی؛ که پایداری توسعه اقتصادی را تهدید می‌کند. (ثلث جمعیت جهان در شرایط فقر زندگی می‌کنند و ۶۰٪ از این مردم فقیر، در ۱۲ کشور جهان زندگی می‌کنند که جملگی از کشورهای در حال توسعه

سرمايه گذاري مستقيم خارجي به ايران، در بين سالهاي ۹۰-۱۹۸۵ و ۹۳-۱۹۹۲ منفي، يعني با انتقال سرمايه به خارج از ايران روبه روي بوده است. ميزان سرمايه گذاري مستقيم خارجي به ايران در سالهاي ۹۹-۱۹۹۴ افزايش يافته. اما، رقم آن بسيار اندك بوده است. اين، در حالي است كه مقدار سرمايه گذاري مستقيم خارجي در ترقيه، از ۶۰۸ ميليون دلار در سال ۱۹۹۴، به ۷۸۳ ميليون دلار در سال ۹۹ رسيده است. طی همين دوره، جذب سرمايه گذاري مستقيم خارجي در پاكستان، از ۴۱۹ ميليون دلار، به ۵۳۱ ميليون دلار و در هند، از ۹۳۷ ميليون دلار، به ۲۱۶۸ ميليون دلار و در كره، از ۹۹۱ به ۱۰۳۴۰ ميليون دلار افزايش يافته است.

موانع جذب سرمايه گذاري خارجي در ايران عمدتاً، عبارت است از: موانع قانوني، موانع اقتصادي، بورور كراسي اداري و ريسك ملي. قابل گفتن است كه در ميان ده كشور منتخب خاورميانه و شمال افريقا، وضعيت ريسك ملي ايران بسيار نامطلوب است و تنهاري ريسك كشورهاي عراق و سودان پايين تر از ايران است. وضعيت ايران در ريسك سياستگذاري نظام بانكي و نقدينگي-ارزي، تقريباً از همه كشورها بدتر است. فقط در ريسك سياسي، با متوسط منطقه برابري مي كند. ولي، در ساير موارد از ميانگين منطقه پايين تر است. بالاخره، بايد به موانع سياسي و تحريمهاي اقتصادي امريكا اشاره كرد.^۷

۳. ت. جايگاه ايران در صنعت جهانگردی: ايران از نظر دار بودن جاذبه هاي گردشگري، در رده پنجم كشورهاي جهان قرار دارد. اما، در جهان از نظر جذب تعداد گردشگر در مقام ۷۰ و از نظر درآمدي ناشي از آن در مقام ۸۹ قرار دارد. اين امر ناشي از وضعيت فرهنگي خاص كشور و ديدگاه مسوولان نسبت به گردشگري است كه ايران را در جايگاه واقعي خود قرار نداده است. تعداد گردشگران در سال ۱۹۹۷ ميلادي در حدود ۶۱۳ ميليون نفردرآمدي آن ۴۴۶ ميليارد دلار بوده است. در اين ميان، سهم ايران از نظر تعداد گردشگر ۷۶۴ هزار نفردرآمدي حاصل از آن ۳۵۲ ميليون دلار بوده كه معادل ۰/۰۷۹ درصد از كل درآمد جهانگري جهان است. از اين تعداد، حدود ۵۳۰ هزار نفر [۶۹٪] از كشورهاي اسلامي بوده است. در حالي كه كشورهاي اسلامي، در همان سال، ۲۰ ميليون نفر جهانگرد به

بررسی نرخ رشد صادرات جهان و ایران نشان می دهد كه در سالهاي ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۷، در حالي كه ميانگين سالانه صادرات جهان، حدود ۱۰/۷ درصد رشد داشته، ميانگين كل صادرات ايران، تنها از ۱/۵ درصد رشد برخوردار بوده و در حالي كه نرخ رشد (منفي) صادرات غير نفتي ايران، به طور ميانگين، ۲/۵ درصد بوده است.^۵

اين مساله نشان دهنده ضعف شديد در ساختار بازرگاني خارجي ايران است. مقايسه شاخصهاي صادرات سرانه جهان، صادرات سرانه كشورهاي توسعه يافته و صادرات سرانه كشورهاي در حال توسعه و ايران، نيز بيانگر عدم توانايي ايران براي حضور در صحنه اقتصاد جهاني است.

مشكلات صادرات غير نفتي ايران در بعد داخلي عبارت است از: ضعف بنيه توليدي، تغيير مستمر قوانين و مقررات آيين نامه ها، بورور كراسي و تشریفات زايد، نامهم دانستن صادرات، کاهش سهم فناوري، فعال نبودن مراكز پژوهش و توسعه و مشكلات مربوط به حمل و نقل و بسته بندی. از حيث برون مرزي نيز اين مشكلات را داريم: موانع غير تعرفه يي، تحريمهاي اقتصادي، ماليات اضافي، استفاده نامطلوب از امتيازات ترجيحي، استاندارد نبودن اكثر كالاهاي صادراتي و ضعف ارتباط با سازمانهاي بازرگاني بين المللي.

براي توسعه صادرات، عوامل زير مؤثر است: تدوين استراتژي در جهت جهش صادراتي، صدور كالاهاي داراي ارزش افزوده بالا، تأسيس و تقويت دفاتر نمايندگي در خارج از كشور، عضويت در سازمانهاي تجاري منطقه يي و بين المللي، جلب سرمايه هاي خارجي، ثبات در قوانين و مقررات، استفاده موثر از مناطق آزاد تجاري و توجه به امر تحقيق و توسعه.

عضويت ايران در سازمان تجارت جهاني، مي تواند در توسعه صادرات غير نفتي ايران- از نقطه نظر رقابت پذيري در بازارهاي جهاني و عدم تبعيض در مقابل آن- مؤثر باشد. (اين رويکرد، همواره با مخالفت امريكايي و بر بوده است. از جمله، در ارديبهشت ماه ۱۳۸۰، امريكايي خواست ايران را تو كرد).^۶

۲. ت. جايگاه ايران در زمينه سرمايه گذاري خارجي: جريان سرمايه گذاري مستقيم خارجي به ايران، طی سالهاي ۹۹-۱۹۹۱، اغلب كم يا منفي بوده است. جريان

توجهی از اقتصاد در ایران، در اختیار و در تسلط بخش دولتی است. این امر، فعالیتهای اقتصادی را در مجموعه پیچیده و گسترده‌یی از قوانین محصور کرده و امکان تحولات درونزا و ابتکارهای مدیریتی و منشأ نوآوری را، کاهش داده است. اقتصاد کشور، بر یک مدار از قبل طراحی شده و بر اساس مقررات تعریف شده حرکت می‌کند. بنابر این، اقتصاد جهانی که عمدتاً در اختیار بخش خصوصی قرار گرفته، به سختی قادر به تعامل مناسب با این گونه اقتصادهای دولتی است.

۲. ث) حاکمیت رفتارهای اقتصادی سنتی: خودمشغولی در اقتصاد مدار بسته و موسسه‌گرایی، به جای بازار محوری و نگرش فارغ از رخدادهای فرامرزی یا برون‌سازمانی، همه، نشان از حاکمیت رفتارهای اقتصادی سنتی دارد. در چنین شرایطی، تفکر جزمی و تحول‌ناپذیر، در اقتصاد سوخ کرده و از هم‌نواپی، همگرایی و هماهنگی با تجربه‌های جهانی سرباز می‌زند. حال آن‌که؛ در شرایط تفوق و نظارت اقتصاددانان بر جامعه، رفتارهای سنتی، به سرعت رنگ می‌بازد و رفتار تحلیل‌گرایان-مبتنی بر شناسایی و پذیرش خطر و بازده و پیش‌بینی و تحمل شرایط نابهنجار-متداول می‌شود. در مجموع، اقتصاد سنتی- که نماد بازارهای سنتی است- در استانداردهای فرامرزی نمی‌گنجد و ادامه فعالیت را در حداقل ارتباطات می‌یابد. این وضعیت، در اقتصاد ایران نهادینه شده و فاصله‌گیری از آن، به یک برنامه‌زمانبندی نسبتاً طولانی نیاز دارد.

۳. ث) خلاء و نارسایی‌ها در نوع تفکر و مدیریت

کشورهای مختلف فرستاده‌اند که سهم ایران می‌توانست بیش از این رقم باشد. هم‌زمان، ۱/۴ میلیون نفر گردشگر ایرانی به خارج رفته‌اند. در برنامه اول توسعه اقتصادی، صنعت جهانگردی کشور، حدود ۴/۵- میلیارد دلار تراز منفی نشان می‌دهد. در مقایسه؛ درآمد ارزی ترکیه از محل جهانگردی از ۳۲۷ میلیون دلار در سال ۱۹۸۰ به ۸ میلیارد دلار در ۱۹۹۸ رسیده است. جدول زیر، وضعیت مقایسه‌ی جهانگردی را در سال ۱۹۹۷ میلادی بین ایران، کشورهای اسلامی و جهان، نشان می‌دهد.

یکی از مهمترین راههای جذب گردشگری به کشور، تشویق و جذب گردشگران مسلمان، بویژه کشورهای همسایه‌ها هستند که نزدیکی بیشتری با فرهنگ ایران دارند و فرهنگ رفتاری این افراد به فرهنگ و معیارهای ارزشی کشور ما نسبت به سایر ملل دنیا نزدیکتر است.^۸ همچنین، بر اساس آمارهای رسمی در سال ۱۳۸۱ خورشیدی، شاخص کل صادرات محصولات کشاورزی در دهه گذشته، از ۱۱۱ به ۹۹ درصد و شاخص کل صادرات معدنی، از ۱۱۸ به ۷۸ درصد و شاخص کل صادرات مواد غذایی، از ۱۱۰ به ۱۰۶ درصد کاهش یافته است.

ث) اقتصاد ایران و جهانی شدن

اقتصاد ایران با فرایند جهانی شدن، همگامی نسبتاً زیادی نشان نمی‌دهد. علت این امر را، می‌توان به دلایل زیر خلاصه کرد:

۱. ث) دولتی بودن ساختار اقتصادی: بخش قابل

شرح	ورود گردشگر (میلیون نفر)	درآمد ارزی (هزار میلیون دلار)	خروج اتباع (میلیون نفر)
کل جهان	۶۱۳	۴۴۶	۶۱۳
کشورهای اسلامی	۴۸	۳۱	۲۰
ایران	۰/۷۶	۰/۳۵۲	۱/۴
سهم کشورهای اسلامی از جهان (درصد)	۷/۸۳	۶/۹۵	۳/۲۶
سهم ایران از جهان (درصد)	۰/۱۲	۰/۰۸	۰/۲۳

بامروری بر قواعد مطرح در سازمان تجارت جهانی، اصول مهمی جلوه‌گری می‌کند که عمدتاً عبارت است از: الف) مزیت نسبی (توانایی یک کشور در تولید و صدور کالاهایی با هزینه‌های کمتر و عرضه آنها با قیمت مناسبتر نسبت به نوع خارجی، ب) عدم تبعیض (کامله‌الوداد، ج) کاهش شدید تعرفه‌ها و حذف موانع غیر تعرفه‌یی، ه) محدود بودن یارانه‌ها، د) دسترسی به بازار آزاد، ذ) شفافیت عملیات اقتصادی، ز) حمایت از حقوق مالکیت معنوی یا فکری. اقتصاد ایران باید نسبت به هر یک از اصول یادشده، توجه و تعمق خاصی داشته باشد.

ج) موانع ساختاری اقتصاد ایران در مسیر جهانی شدن

مهمترین تنگناهایی که در حال حاضر در اغلب فعالیت‌های اقتصادی کشور ما جلب توجه می‌کند، به کارگیری نامناسب منابع تولید، اعم از نیروی متخصص و ماهر و همچنین منابع فیزیکی و مالی است. تخصیص بهینه منابع تولید بین بخشهای مختلف اقتصادی، بحث مهم بهره‌وری را پیش می‌کشد و از آنجا که مهمترین عوامل موثر بر بهره‌وری، یعنی؛ ۱) مدیریت علمی (۲) رشد مناسب تولید (۳) سرمایه انسانی ماهر (۴) واردات فناوری (۵) ایجاد کارگاههای وسیع برای تولید انبوه، و ۶) پرداخت دستمزد منصفانه به عوامل تولید است، توجه به هر یک از این عوامل، از سرفصلهای اقتصادی ایران است.

اقتصاد ایران، همچنان بعد از گذشت ۹۰ سال (که شامل دوره بعد از انقلاب نیز می‌شود)، اقتصاد متکی بر نفت است. در ادبیات اقتصاد و توسعه، مفهوم اقتصاد (رانتی) (Rentier) مفهوم شناخته شده‌یی است و بحثهای مفصلی در مورد ویژگیها و تأثیرات عملی آن بر حوزه‌های دیگر- بویژه در ارتباط با ساختار قدرت- مطرح است. محصولات کشاورزی و تولیدات صنعتی کشور، به دلایل مختلف، از نازل بودن کیفیت، تا بالا بودن قیمت، در اغلب موارد فاقد قدرت رقابت در صحنه بازارهای بین‌المللی است. در پیش از انقلاب، سیاست صنعتی کردن کشور- با هدف جایگزینی واردات- دنبال می‌شد. پس از انقلاب، با رویکردی انقلابی، اتکا به محصولات داخلی و خودکفایی و خودتکایی- فارغ از نوع کیفیت- هدفگذاری شد که پیامد آن غافل شدن نسبی و عقب ماندن از قافله صنعتی و پیشرفتهای فناوری گوناگون در جهان بوده است. در نتیجه؛ در شرایطی که بیشتر کشورهای دیگر شتابان به پیش

اقتصادی: همسویی با اقتصاد جهانی، به شناخت دقیق و الگوهای از مدل‌های متعارف بین‌المللی بستگی دارد. در اقتصادی که مجریان، به طور عمده، به تنظیم ارتباطات اقتصادی درون سیستمی مشغولند، تفکر جهانگرایی و حضور در صحنه‌های بین‌المللی، کمتر عرصه و مجال طرح‌پیدامی کند. نبود تفکر و مدیریت اقتصادی همه‌جانبه، از ضعفهای اساسی در همسویی با فرایندهای جهانی شدن است. اقتصادهای بیمار، با انواع بیماریهای مزمن، نشان از عدم حضور تفکرات از سوی صاحب نظران اقتصادی دارد. موضعگیری مدیریت ضعیف اقتصادی در مقابل تفکرات جهانشمول، به دلیل وجود ضعف در عرصه‌های بزرگتر صورت می‌گیرد. بنابراین، ساختار نامتعادل- که در آن یک بخش از اقتصاد به نحو غیر طبیعی، بزرگتر از حد معمول و متعارف شده و بخشهای دیگر ضعیف و کمرنگ مانده- اقتصاد ایران را در همسویی با اقتصاد جهانی با محدودیتهای جدی روبه‌رو کرده است.

۴. ث) بستر قانونی ناهماهنگ: مقررات قانونی، بستر لازم‌ابری تحولات فراهم می‌آورد. یکی از مشکلات اقتصاد ایران، نبود بستر قانونی مناسب و سازگار است. از جمله، زمینه‌های زیر قابل برشمردن است:

۱) رژیم تجاری در مورد کالاها (شامل تعرفه، محدودیت، شرایط غیر تعرفه‌یی، تشریفات گمرکی، معافیت مالیاتی، مناطق آزاد تجاری) ۲) رژیم تجاری در مورد خدمات، ۳) سیاست مالکیت عمومی و خصوصی، ۴) ساختار اقتصاد کلان، ۵) قوانین و نحوه استفاده از ابزارهای دفاع از حقوق تجارت، ۶) سفارش خریدهای عمومی، ۷) زمینه‌های رقابتی، ۸) ساختار بخشهای مالی، مخابرات، حمل و نقل، انرژی، کشاورزی، ۹) ساختار حقوق مالکیت معنوی، ۱۰) سرمایه‌گذاری (صنایع، خدمات و موارد مشترک).

بنابراین، بسته به مورد، تحولاتی در مقررات و قوانین جاری، به صورتی که با موازین و استانداردهای جهانی همخوانی داشته باشد، از موارد پیشین نیاز در حرکت اقتصاد ایران در مسیر جهانی شدن تلقی می‌شود. بخش قابل توجهی از این مقررات، به بسترسازی و فرهنگ‌سازی اختصاص دارد و در واقع همان پدیده تحول فرهنگی است که به دنبال آن، تحول سازمانی- در مجموعه سازمانها- ضرورت پیدامی کند.

تولید ملی (کالا یا خدمت) چیزی بیفزاید. ایجاد شغل، خودمستلزم سرمایه گذاری جدید است و آن هم در گرو وجود و بسیج منابع مالی لازم است که در این زمینه نیز، با رویکرد جهانی شدن، بی شک گرفتار محدودیتهای جدی هستیم.

داده‌های واقعی اقتصاد ایران، حاکی از این است که دولت منابع لازم برای این امر را ندارد و بخش خصوصی هم در موضعی نیست که سرمایه گذاری مناسبی را انجام دهد. از طرف دیگر، عدم شکل گیری بخش خصوصی مستقل و در خور اقتصاد ایران، یک مشکل ساختاری دیگر است. گروههای سنتی اقتصاد، مهمان بازار تجاری و دارای قدرت سیاسی و اقتصادی است. حال آنکه، بدنه صنعتی و تازه نفس بخش خصوصی، ضعیف و فاقد حمایت است و توان، علاقه، گرایش و امکانات مدیریتی لازم برای سرمایه گذاری صنعتی جدید ندارد. خصوصی سازی هم، که از دهه ۱۳۷۰ مطرح است، در واقع، شامل بخشی از مالکیت دولت و حواشی آن قرار گرفت و در واقع در جمع کوچکی اختصاصی شد و عقیم ماند.

یکی دیگر از نشانه‌های بیماری ساختاری اقتصاد ایران، قیمت‌های غیر شفاف و نامتعارف است. یعنی فقدان ارتباط منطقی بین ارزش واقعی یک کالا یا خدمت، با قیمت جاری آن در بازار رسمی است (نمونه، اتومبیل پیکان) این چنین داد و ستدی، با وجود نظام قیمت گذاری دو گانه و چند گانه، ساختار قیمت‌ها و ساز و کار بازار را مخدوش می کند.

در این میان، برخی چالش‌های جدید دیگری نیز در شرایط کنونی مطرح است که در فرایند جهانی شدن بیشتر رخ خواهد نمود. یکی از زمینه‌های مشکلات، حوزه محیط زیست و اثرات آن بر توسعه پایدار است. مسأله کنوانسیون تغییر آب و هوا و پروتکل اجرایی آن، پروتکل کیوتو و موضوع کنترل گازهای گلخانه‌ای (۶ نوع گاز مختلط)، که عمدتاً از سوخت منابع انرژی، بویژه سوخت‌های فسیلی ناشی می شود، بجز اینها، موضوعات دیگری، چون جنگل، تنوع زیستی، بیابان زدایی و وضعیت تالابها، محیط زیست دریایی و غیره، که لاجرم محتاج برنامه ریزی بلندمدت، تخصیص بودجه و سرمایه گذاری است، نیز از دیگر موانع و موضوعات پیش

● ایران از نظر دارا بودن جاذبه‌های گردشگری، در رده پنجم کشورهای جهان قرار دارد. اما، در جهان از نظر جذب شمار گردشگر در مقام ۷۰ و از نظر درآمدا رزی ناشی از جهانی شدن در مقام ۸۹ است. این ناشی از شرایط فرهنگی خاص کشور و دیدگاه مسوولان نسبت به گردشگری است که ایران در جایگاه واقعی خود قرار ندارد.

می تازند، اکنون تولیدات داخلی کیفیتی نازل و نامطلوب دارد و نه تنها قدرت رقابت در بازارهای خارجی را ندارد، بلکه، مورد عنایت مصرف کننده داخلی هم نیست که طبعاً خواهان کیفیت مطلوب کالاها می مصرفی است.

مساله، تنها در کیفیت محصولات و تولیدات و ماشین آلات خلاصه نمی شود. بلکه، وضعیت ارائه خدمات در جامعه نیز کیفیت نامطلوبی دارد که قابل مقایسه با استانداردهای جاری جهان نیست. مدیریت واحدهای اقتصادی ایران، در حال حاضر از کیفیت مطلوبی برخوردار نیست. آن هم در شرایطی که جمعیت کشور رو به جوانی می رود، شهرنشینی در حال گسترش است، نسبت باسوادی جمعیت فزونی می گیرد. و به دلیل ویژگی های جهان در هم تنیده که تبادل داده‌ها و اطلاعات در عمل لحظه‌ای شده است، سطح توقع و انتظار را با شرایط جدید خویش و در مقایسه با شرایط متفاوت و متنوع جهانی تنظیم می کند و خواستار پاسخگویی به این نگاهها و مطالبات است.

یکی دیگر از نیازهای اساسی جامعه، ایجاد شغل برای نسل جدید و جوان فارغ التحصیل است. به این دلیل است که امروزه، مسأله اشتغال و ایجاد شغل جدید، جزو دغدغه‌های جاری کشور و اولویتهای فوری دولت در آمده است. در واقع ایجاد سالانه ۸۰۰ هزار شغل جدید، بعد دیگر پرداختن به وضعیت جمعیتی ایران است و طبیعی است که منظور از ایجاد شغل جدید، کاری است که ارزش افزوده داشته باشد که هم در آمد واقعی ایجاد کند و هم به

روی ماست.

چ بررسی امکانات کشور برای جهانی شدن، مزیتها و مقررات آن

در زمینه امکانات کشور، به منظور رویکرد جهانی شدن، نکات زیر در خور توجه است:

- موقعیت ژئوپلیتیک ایران: در طول قرنهای متمادی، ایران به عنوان پلی بین شرق و غرب بوده و وجود خلیج فارس و تنگه هرمز، از موقعیت ممتاز ایران در منطقه نشان دارد. موضوع ترانزیت کالا - که امروزه از مؤلفه های مهم تجارت بین الملل است - باید در ایران مورد توجه جدی قرار گیرد. ایران، از سویی پل ارتباطی بین مناطق نفت خیز در شمال و دریای آزاد در جنوب است. از سوی دیگر، هرمز بازرگان یاره ابریشم و راه آهن مشهد - سرخس، تجن ... که اصلی ترین، کوتاه ترین و با صرفه ترین مسیر است که اتصال دهنده به سایر نقاط کشور است.

- انرژی نفت و گاز؛ که ۱۰٪ و ۱۵٪ مقادیر جهانی را در اختیار دارد.

- نیروی انسانی فعال، ارزان، متقاضی کار، جوان و مستعد.

- معادن و منابع غنی طبیعی.

- شرایط آب و هوایی متنوع؛ که طبق گزارشهای رسمی، از ۱۳ نوع آب و هوای موجود در کل جهان، ۱۱ نوع آن در ایران وجود دارد.

در خصوص مزیت های ممکن و مقررات لازم در جهت جهانی شدن، موارد زیرین، قابل اشاره است:

- صنایع نساجی و پوشاک و چرم: کشور مادر تولید منسوجات دارای مزیت نسبی بالایی است. ولی، به دلیل وابستگی شدید که به واردات اولیه آن داریم و همچنین زیرساخت های قدیمی این صنایع، متأسفانه در این راه، چنان که باید موفق نبوده ایم. با کاهش موانع وارداتی و هم چنین برقراری تعرفه های مناسب، می توان این صنعت را برای حضور هر چه بیشتر و بهتر در بازارهای جهانی آماده ساخت. پوست، چرم و کالاهای ساخته شده از آن، پوست های نرم طبیعی و بدلی، پنبه، انواع لباس کشیاف و غیره کفش و کلاه از آن جمله است.

- صنعت و معدن: بر اساس موافقتنامه های دور اروگوئه، کاهش تعرفه کشورهای دیگر به کالاهای

صادراتی به ایران، بیشتر از کاهشی خواهد بود که مابری تعرفه های وارداتی آنها اعمال می کنیم. زیرا، بر اساس این موافقتنامه، بر حسب درجه توسعه یافتگی، میزان کاهش تعرفه ها در نظر گرفته شده است. مقدار کاهش تعرفه بر روی کالاهای صادراتی ایران، بایستی به میزان تجارت جهانی (W.T.O) به طور متوسط ۴۰ درصد خواهد بود. در حالی که، کاهش تعرفه بر واردات کالاهای خارجی، حدود ۱۴ درصد است. در حال حاضر، حمایت تعرفه یی و یارانه یی دولت باید از صنایعی صورت گیرد که پیش بینی می شود محصولا تشان در آینده قابلیت عرضه در بازارهای جهان و توانایی رقابت با هموعان خود را نداشته باشد.

مزیت نسبی در خصوص صنایع داخلی به نسبت اهمیتی که قابلیت صادراتی داشته باشد، تولید فلزات اساسی و صنایع کانی غیر فلزی، قابل توجه است.

- صنایع مواد غذایی و آشامیدنیها: در این بخش، کشور مادچار عدم مزیت نسبی است. ولی، در برخی از زیرمجموعه این صنایع، از قبیل تولید نوشابه های غیر الکلی و فرآورده های توتون و تنباکو و نیز در صنایع تبدیلی کاکاوی به مواد دیگر، دارای مزایای نسبی هستیم.

- صنایعی چون مصنوعات چوبی: این بخش از صنایع مثل تولید مبیل خانگی، مبیل طبی و جراحی و اسباب تخت خواب و جراحی ... دارای مزیت نسبی بالایی است.

- صنایع شیمیایی: که در آن، کشور دارای مزیت نسبی بالایی است. اگر بتوانیم از سرمایه گذاری بیشتر و تکنولوژی پیشرفته تری استفاده کنیم، می تواند دارای برد و موقعیت مناسبی باشد.

- صنایع فلزات اساسی: مزیت نسبی در این صنایع وجود ندارد. اما، در زیرشاخه های آن، مانند مس، که صادر می شود، دارای مزیت نسبی هستیم.

- کشاورزی: دو مسأله افزایش جمعیت و کمبود آب و شاید عدم استفاده مناسب از آب - همچنین کشاورزی سنتی و بسته بندی نامناسب و غیر بهداشتی محصولات کشاورزی، کشور را دچار مشکل ساخته است. ایران فقط به صادرات چند قلم فرآورده های کشاورزی و دامی می پردازد که دارای مزیت نسبی است. میوه های خشک و تازه، زعفران، پسته، خرما، پشم و روده و کرک از آن جمله است. بایستی ایران به W.T.O و کاهش پیش بینی شده در تعرفه های این بخش، کشاورزان را در کوتاه مدت با مشکل

رو به رو خواهد ساخت. در حالی که، با استفاده از منابع آبی، آموزش کشاورزان و دامداران، یکپارچه کردن اراضی از نظر کشت در هر منطقه و اصلاح نژاد گونه‌های مختلف گیاهی و دامی صنعتی و باور و ماشین آلات و تجهیزات کشاورزی و صنایع بسته‌بندی و کنسرو سازی، باید صنعت راه‌راه بیشتر در خدمت کشاورزی قرار داد.

ح) ارایه راهکارها و راهبردها

۱. ح) تجارت آزاد و کسب سرمایه گذاری خارجی: درون گرایی حاکم بر ایران در سالهای پس از انقلاب و تاکید بر سیاست جان‌شینی واردات و خود کفایی، این کشور را در حاشیه تحولات اقتصاد جهانی قرار داده است. در سالهای اخیر نیز، صادرات کالاهای صنعتی ایران، به سبب کیفیت نامرغوب، دچار کودشده، به گونه‌یی که در سال ۱۳۷۴، سرانه صادرات کالاهای صنعتی، در حدود ۱۰ دلار بوده است. از این رو، به منظور تأمین نیازهای ارزی وارداتی کشور، در سال ۱۴۰۰ باید صادرات کالاهای صنعتی کشور ۳۳ برابر شود و به ۳۸/۶ میلیارد دلار در سال برسد. با توجه به رشد سریع تجارت جهانی، حجم تجارت خارجی ایران از ۳۵۲۰۸ میلیون دلار در سال ۱۹۹۰ به ۳۵۶۴۴ در سال ۱۹۹۶ رسیده بود که رشد معادل ۰/۸ درصد داشته است. در حالی که کشورهای ترکیه و پاکستان، در همین دوره، به ترتیب ۷۱ و ۶۵ درصد در تجارت خارجی رشد داشته‌اند. در زمینه جذب سرمایه گذاری نیز به همین ترتیب، ایران با ۸۵ میلیون دلار و در مقایسه آن با ترکیه ۷۸۳ میلیون دلار و پاکستان ۵۳۱ میلیون دلاری، نشان از اطمینان نداشتن سرمایه گذاران خارجی به امنیت سرمایه گذاری و انتقال سود از ایران، بی ثباتی اقتصادی و شفاف نبودن سیاستهای جلب سرمایه گذاری بوده است.^{۱۰}

۲. ح) در عرصه سیاسی؛ ادامه سیاست تنش زدایی تدوین و پیشگیری سیاست گفتگوی مستقیم و سازنده با جهان خارج و تاکید بر سیاست اعتماد سازی،

۳. ح) انتقال از سیستم اقتصاد بسته و دولتی به اقتصاد با عملکرد مکانیسم بازار و رفع فساد در مدیریت،

۴. ح) اقتدار بخشیدن به مردم و گروههای غیر دولتی و جامعه مدنی،

۵. ح) گسترش و تعمیق دموکراسی و

تصمیمگیریهای مشارکتی و آزادی بیان و اندیشه، ...
۶. ح) پذیرش حق مالکیت و احترام به حقوق مردم،
۷. ح) انضباط مالی: تنظیم کسری بودجه، به طوری که پیامد تورمی نداشته باشد،

۸. ح) سازماندهی هزینه‌های عمومی کشور.

۹. ح) پذیرش آزاد سازی تجاری در همه بخشها و

آمادگی برای عضویت در سازمان W.T.O

۱۰. ح) هموار کردن مسیر قانونی انتقال و جذب

سرمایه گذاری خارجی،

۱۱. ح) برنامه ریزی درست برای استفاده از صندوق

ذخیره ارزی،

۱۲. ح) خصوصی سازی همراه با کاهش تصدی

اجرائی دولت،

۱۳. ح) همگراییهای مختلف اقتصادی- منطقه‌یی:

ابزارهایی که برای یارگیری منطقه‌یی و تریببات تجاری آن، به کار می‌رود، مشابه ابزارهای فرایند جهانی شدن است. به عبارت دیگر، عواملی که موجب همگرایی اقتصادی کشورهای يك منطقه می‌شود، شامل تجارت آزاد، سرمایه گذاری درون منطقه‌یی، فرایند تخصصی کردن تولیدات از سوی شرکتهای فراملی و حذف موانع تجاری، موجباتی مؤثر برای ایجاد فضای رقابتی شده، در نهایت منجر به ماندگاری اقتصادی خواهد شد که از قدرت اقتصادی در رقابتی قویتر برخوردار باشد. مانند «اتحادیه اروپا»، «آس آن»، «نفتا»، «اگو»، «اپک» و ...

۱۴. ح) شفاف سازی قوانین و مقررات ...

خ) نتیجه گیری

پیرامون مسأله جهانی شدن از چند منظر می‌توان بحث کرد. در خصوص آن چه که تا کنون اتفاق افتاده، سه الگوی کلی وجود دارد.

الگوی اول: الگوی بعضی از کشورهای امریکای لاتین، مثل آرژانتین و بعضی از کشورهای اروپای شرقی است که با پذیرش کامل روشهای مورد نظر سازمانهای جهانی، قواعد کلی اقتصاد جهانی را تعیین می‌کنند.

الگوی دوم: الگوی برزیل و هند است. در این الگو، بر قدرت کشورهای تاکیدی می‌شود که سرزمین وسیع، توانایی و جمعیت زیاد، ساخت اقتصادی و زیربنای صنعتی نسبتاً پیشرفته‌یی دارند. در این الگو، قبل از ورود به

شود،
 (۲) از طرف دیگر، بخش‌هایی شناسایی شود که از توانایی لازم برای حضور در بازارهای جهانی برخوردارند و با هدایت هدفمند این بخشها، آنها را یاری کنیم و
 (۳) این که، با شناسایی بخشهای ناتوان در رویارویی به این پدیده، در جهت تقویت آنها بیشتر کوشش کنیم.
 ثانیاً: نظر دیگری که در این مورد مطرح است؛ اعتقاد برخی صاحب‌نظران به رقابت آزاد و روی آوردن به این سیاست است که باز شدن مرزها به روی تولیدات و سرمایه‌های خارجی، می‌تواند انگیزه رقابت و بالطبع کیفیت محصولات و تولیدات را بالا برد. اما، از سوی دیگر، از آنجا که شرایط کشورهای صنعتی با کشورهای غیرصنعتی یکسان نیست. احتمالاً، منجر به از هم پاشی ثبات اقتصادی و به تبع آن ثبات سیاسی کشورهای غیرصنعتی خواهد شد. به نظر می‌رسد که بهترین راه برای ارتقای کیفیت برای تولیدات داخلی، اتخاذ سیاستهای تشویقی و تنبیهی از سوی دولت و استراتژیهای رشد اقتصادی درون‌زا باشد تا از اثرات مخرب آزادی مرزها به روی تولیدات خارجی و تجارت آزاد موسسات غیردولتی و کارتلها و تراستها تا حدود زیادی بکاهد.

یادداشتها:

۱. ایران و پدیده جهانی شدن، گزارشی از گفتگو با دکتر مرتضی قره‌باغیان، روزنامه سیاست روز ۲۲ و ۲۸/۷/۸۱.
۲. اوپک در عصر جهانی شدن اقتصاد، امیر محمد حاج یوسفی، روزنامه اطلاعات ۲۱/۲۸/۸۳/۸۳.
۳. کیت‌نش، جامعه‌شناسی سیاسی معاصر، ت: محمد تقی دلفروز، (تهران، انتشارات کویر، ۱۳۸۴، مقدمه).
۴. پدیده جهانی شدن، ایمانی راد، ن: صنعت نساجی، صص ۴۵-۵۰.
۵. ادغام کشورهای در حال توسعه در فرایند جهانی شدن، علیرضا سلطانی، ف: سیاست خارجی، ش: ۱۷۴.
۶. البته، ایران در سال ۱۳۸۴ به عضو ناظر در سازمان تبدیل شد.
۷. پژوهشها و سیاستهای اقتصادی، سال هشتم، شماره ۱ (بهار ۷۹) صص ۲۹.
۸. تازه‌های اقتصاد، ش ۸۵، بهمن ۷۸، صص ۲۶.
۹. مجله کار و جامعه، شماره ۵۰/مهر و آبان ۸۲.
۱۰. مجله اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۹۸-۹۷، صفحات ۱۴۶-۴۷.

راه جهانی شدن، برقراری رابطه و پیوستن به قوانین و سازمانهای بین‌المللی، مرحله به مرحله صورت می‌گیرد. چانه‌زدن در هر مرحله و خصوصی سازی گام به گام است. تمام اینها برای این است که قدرت چانه‌زنی این سیستم در رودرروی بین‌المللی افزایش پیدا کند و حداکثر بهره‌برداری از شکافها و فضاهای جهانی صورت گیرد تا قدرت ملی دست نخورده بماند.

-الگوی سوم: الگوی چین است که در آن بحث اساسی، حفظ اقتدار دولت، همراه با رشد سریع اقتصادی، نو سازی ساختار تکنولوژیک و ساختار صنعتی در جامعه است. آثار این رشد اقتصادی در همه جا محسوس است. با توجه به موقعیت و واقعیات موجود، یعنی ساخت یکپارچه دولت، ابزارهای کنترل اجتماعی و یکپارچگی دستاوردهای ایدیولوژیک نظام، سطح توسعه اجتماعی، نیروی آموزش دیده، برقراری وسیع از ارتباطات رسانه‌ها و تحصیلات، از عوامل مهم دیگر در این الگو است.

به نظر می‌رسد الگوی دوم، الگویی است که ما می‌توانیم، به منظور رویکرد جهانی شدن، به آن نزدیک شویم و از آن استفاده کنیم که تأکید بر دموکراسی، لیبرالیسم نو و بازار آزاد دارد. به علاوه، در این رویکرد، اولویت با شکل‌گیری نهادها و انجمنها، سیستمهای حمایت اجتماعی و در نتیجه بالا بردن مهارت و انسجام اجتماعی است، که خود یک نوع سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود که به منظور دفاع از فرد و کرامت انسانی او، در تقابل با نیروهای تجاری شدن و کالایی کردن تمام مناسبات اجتماعی بسیار مؤثر است. رویکرد ما به جهانی شدن باید همراه با تأکید بر مسأله دموکراسی باشد. چون مکانیسم بازار و آزادسازی قیمت، به تنهایی ارزش ندارد.

با توجه به واقعیات موجود و این که جهانی شدن، با سرعت هر چه بیشتر در حال پیشروی است و این که خواسته با ناخواسته اقتصاد ایران را تحت تأثیر قرار داده و خواهد داد. در چنین شرایطی، مهمترین وظیفه ما این است که خود را برای استفاده هر چه بهتر از مزایا و جلوگیری از معایب آن آماده کنیم. برای رویارویی با این پدیده، لازم به نظر می‌رسد که اولاً:

(۱) قوانین اقتصادی سازگار با اقتصاد جهانی تقویت