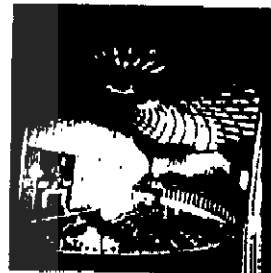


عملکرد برنامه اول و ملاحظات درباره برنامه دوم



- خط‌مشی بازرگانی و مبنای جدیدی که باید گزید
- تراز بازرگانی خارجی و حساب سرمایه
در برنامه اول
- برنامه دوم و واژه‌های کلیدی
- نظام تولید آمار کشور؛
گزیر و گریزی از تحول نیست
- آشنایی با روش‌های نوین طرح‌های عمرانی
- امنیت معیشت ملی در برنامه دوم توسعه
- برنامه دوم؛ در جستجوی تئوری‌ها و اهداف راهگشا
(سیری در آراء)

مدخل:

اولین برنامه پنجساله توسعه با همه قوت وضعی که به مثابه اولین تجربه برای حرکت برنامه‌مدارانه در نظام جمهوری اسلامی ایران داشت، در آینده‌ای نزدیک به منزل پایانی خود خواهد رسید. در آغاز راهی که دومین برنامه توسعه را پیش روی می‌گشاید، نکته مهم و حیاتی، استفاده منطقی و درست از تجارب برنامه اول به عنوان «چراغ راه آینده» است. اولین برنامه، با همه کاستی‌هایی که در تئوری و عمل داشت، به مثابه «گام اول»، کاری بود بس بزرگ، مهم و تاریخی و شجاعتی بود در پاسخ به «بی‌برنامگی».

در این شماره، ابتدا مباحث گروه کار برنامه دوم، در مقاله‌ای تحت عنوان «خط‌مشی بازرگانی خارجی و مبانی جدیدی که باید گزیده دنبال شده است». در این مقاله خط‌مشی‌های برنامه دوم در بخش تجارت خارجی با توجه به تجارب برنامه اول و واقعیات جهان پیرامون ما مورد نقد و ارزیابی قرار گرفته است.

در مقاله‌ای تحت عنوان «تراز بازرگانی خارجی و حساب سرمایه در برنامه اول توسعه»، تحقق پیش‌بینی‌های برنامه اول در زمینه بازرگانی خارجی مورد بررسی قرار گرفته و نتایج فرار سرمایه در سالهای نخست برنامه ارزیابی گردیده است.

در شماره پیشین «مجلس و پژوهش» از ضرورت ترمینولوژی یکسان در برنامه‌ریزی سخن گفتیم. در این شماره مفاهیم اساسی برنامه‌ریزی که توسط دفتر برنامه‌ریزی کلان سازمان برنامه و بودجه تنظیم گردیده در ادامه آمده است. این مفاهیم می‌تواند از تعدد برداشت‌ها در کار برنامه‌ریزی و اجراء بکاهد.

ضرورت تحول در نظام آماری کشور، محور بحثی است که تحت عنوان «نظام آماری کشور؛ گریز و گزیری در تحول نیست» ارائه شده است. در این مقاله حساسیت‌های آمار به عنوان زمینه «پی‌ساختی» برای برنامه‌ریزی مورد توجه قرار گرفته و راه‌حلهایی نیز عرضه گردیده است. از آنجا که طرح‌های عمرانی حجم قابل ملاحظه‌ای از سرمایه‌گذاری‌های ملی را بخود اختصاص می‌دهند، در مقاله «آشنایی با روش‌های نوین اجرای طرح‌های عمرانی» به موضوع شیوه‌ستی و رایج اجرای طرح‌های عمرانی پرداخته و مزایای روش‌های نوین را برشمرده است. «امنیت معیشت ملی» و ضرورت اندوختن آن در برنامه دوم توسعه، موضوع بحث مستقلی است که با توجه به وابستگی‌های خاص در تولیدات غذایی در مقاله «امنیت معیشت ملی در برنامه دوم توسعه» به آن پرداخته شده است. در پایان نیز با تکی چند از نمایندگان مجلس شورای اسلامی، وزرای صاحب‌نظر و کارشناسان عالی‌رتبه پیرامون ویژگیها و اصول حاکم بر یک برنامه خوب، تجربه‌های برنامه اول، نقطه ضعفهای قانون برنامه و بودجه و تأثیر متقابل برنامه و روابط خارجی به گفت‌گو نشستیم.

«مجلس و پژوهش» آرزومند است که مجموعه این نظرات بتواند در تدوین خط‌مشی و اهداف دومین برنامه، تقویت بخشها برای جبران کاستی‌ها و اصلاح نظام برنامه‌ریزی کشور مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

مروری بر مباحث گروه کار برنامه دوم (۲)

■ خط‌مشی‌های بازرگانی خارجی و مبانی نوینی که باید گزید

مهندس محمدحسین ملایری

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

اشاره:

در شماره پیشین، نرازهایی از مباحث کارشناسی گروه کار برنامه دوم ارائه گردید. گروه کار برنامه دوم از نمایندگان صاحب‌نظر و علاقمند مجلس شورای اسلامی اساتید دانشگاهی، پژوهشگران و متخصصین دست‌اندرکار تشکیل گردیده و به کمک گروه‌های مطالعاتی ویژه، به ارزیابی برنامه دوم می‌پردازد. در ادامه مباحث شماره گذشته، در اینجا نقطه‌نظرات گروه کار برنامه دوم در مورد بخش تجارت خارجی از نظر گرامس‌تان می‌گذرد.

در بخش تجارت، خط‌مشی‌های ارائه شده برای برنامه دوم از یک نگرش سیاسی بویژه دیدگاه ژئوپلیتیکی خالی است. افق دو دهه آینده انرژی و جایگاه نفت در آن، شرایط منطقه و تعارضات جهانی موجود و در رأس آن جایگزینی نظام نوینی که هرچه بیشتر تکبیه بر امکانات میلیتاریستی ابرقدرت باقیمانده از جنگ سرد (درجهت تقویت سلطه و حفظ مناسبات نابرابر اقتصادی بنفع آن ابرقدرت) دارد، لاجرم ویژگی‌هایی را برای گستره سیاسی - اقتصادی جهان پیرامون ما رقم می‌زند که بر مناسبات تجاری - منطقه‌ای ما بی‌تأثیر نیست. بدلیل عدم درک محیط تخصصی که از سوی دولتهای استکباری و با هدف تضعیف آرمانهای مقدس جمهوری اسلامی تدارک می‌شود، خط‌مشی‌های برنامه دوم بخش تجارت، توصیه‌هایی را برای مثلاً یک دولت مستنطقه پاسیفیک یا اروپای باختری در ذهن تداعی می‌کند!

تا چه اندازه توانسته‌ایم به غلظت این تکاتف تخصصی که اطراف ما را فراگرفته پی ببریم؟ بنظر می‌رسد که برنامه متأسفانه از این معنا غفلت داشته و نتوانسته براساس این واقعیت، نگرش هدایت‌مدارانه‌ای را ارائه نماید.

بی‌تردید چنانچه این واقعیت را به روشنی درک کنیم، ثوری «همه گل‌ها باید بشکفند» را بکنساری خواهیم گذارد. دراینصورت هر نوع هدف، استراتژی و

سیاست بطورکلی باید با ضرورت اجتناب از خدشه‌دار شدن امنیت و مصالح ملی انتخاب شود و لذا گزینش اهداف و سیاستهایی که به ورود لطمه به امنیت و مصالح ملی ختم شود - ولو ترجیه عمیق اقتصادی هم داشته باشد - ممنوع است.

ضرورت‌های دیگری نیز از این اصل، منتج خواهد شد. فی‌المثل برنامه باید برای خوداتکایی در زمینه تولیدات استراتژیک و کالاهای اساسی، سمت و سوی روشنی بیان کند و اینرا در سرلوحه اهداف خود قرار دهد. خوداتکایی در زمینه تولیدات استراتژیک باید چنان مورد حمایت تجاری قرار گیرد که نیازهای مصرفی جامعه - با توجه به رشد جمعیت در سطح حداقل مصرف - بدور از هرگونه اسراف و تیریدر داخل کشور تولید شود. اگرچه خوشبختانه در زمینه تولید گندم در برنامه اول گامهای ارزنده‌ای برداشته شده، ولی همه می‌دانیم که نیازهای استراتژیک در گندم خلاصه نمی‌شود. باید این کالاهای شناخت و پیش‌بینی‌های لازم را برای خوداتکایی نمود. سیاست حمایت‌از تولیدات استراتژیک، با هدف توسعه خوداتکایی یا کنترل بازار، هم‌اینک در کشورهای بزرگ غربی نیز دنبال می‌شود. پرداخت سالیانه ۲۰۰ تا ۳۰۰ میلیارد دلار سویسید از سوی دولتهای صنعتی، بخوبی نشانگر حساسیت تولیدات استراتژیک می‌باشد.

برای روشن‌تر شدن بحث، ذکر یک مثال

می‌تواند مفید باشد. فرض کنیم که در ارزیابی کالاهای استراتژیک، گوشت مرغ امتیاز لازم را کسب کرده و در زمره تولیدات استراتژیک شناخته شود. در حال حاضر مرغ لاین و «خوراک» مرغ از خارج وارد می‌شود و به تعبیری دیگر وابستگی عمیقی در این صنعت وجود دارد. نخستین نکته‌ای که باید در این زمینه به آن توجه کنیم آن است که این وابستگی در دیدگاه ملی، نبایست با ارقام اقتصادی توجیه بشود. درست است که فی‌المثل در ایران بازاه هر سه کیلو خوراک طیور، یک کیلو گوشت مرغ بدست می‌آید درحالی که در کشورهای پیشرفته بازاه یک و نیم کیلو خوراک، یک کیلو گوشت مرغ استحصال می‌شود! اگر تنها دیدگاهمان اقتصادی باشد، شاید دیر یا زود به این نتیجه برسیم که صنعت مرغداری موجود را تعطیل کنیم و تأمین این نیاز را بعهده قاعده «مزیت‌های نسبی» وابگذاریم و وابستگی موجود را بازهم بیشتر کنیم!

اگر درک کرده باشیم که فی‌المثل خوداتکایی در تأمین این کالا باید به صورت جدی دنبال بشود، در آن صورت برنامه‌ریزی جدی برای: ۱- رشد متناوب سهم منابع داخلی در این صنعت ۲- انتقال تکنولوژی و سرمایه‌گذارهای پژوهشی در جهت کاهش قیمت تمام شده و افزایش ظرفیت تولید داخل، را شروع خواهیم نمود. بنابراین باید به «امنیت معیشت ملی» بطور جدی پرداخته شود و جای پای مناسب در بخش‌های ذیربط برنامه، برای خود فراهم نماید.

درک ویژگیهای تخصصی پیرامون ما، علاوه بر الزامات پیش گفته، لزوم حمایت از صنایع دفاعی کشور را در شکل «تأمین حداقل نیازهای داخلی»، نیز مطرح می‌سازد که چون روشن است و وضوح دارد، از تشریح بیشتر خودداری می‌شود.

تا اینجا به یک اصل کلی که می‌تواند در تدارک خط‌مشی بخش‌ها، تأثیر جدی بگذارد اشاره کردیم. اگر هدف آن باشد که برای بخش تجارت، اصول کلی دیگری نیز بیان شود، لاجرم باید به «موقعیت جغرافیایی ایران از نظر تجاری» توجه خاصی نمود. گذشته تاریخ ایران گویای آن است که به لحاظ موقعیت جغرافیایی، در نقاط معبرهای بازرگانی (Transit) متعددی قسار داشته است. این پیشینه تاریخی باید احیاء بشود. باید بتوانیم از مزیت ۲۰۰۰ کیلومتر مرز آبی در جنوب و ۱۰۰۰ کیلومتر مرز آبی در شمال و همجواری با بسیاری از کشورها، نهایت بهره را ببریم. مناطق آزاد، باید بطور جدی مورد توجه قرار بگیرد و قانون باید همه‌گونه حمایت و کمک را در این مورد معمول دارد.^۱ این نگرش، که مبتنی بر ذهنیات نبوده و سابقه تاریخی «تجارت ایران» نیز بخوبی مؤید آن است، لاجرم الزاماتی، را مطرح می‌سازد که متأسفانه هر دو (آن نگرش و این الزامات) در خط‌مشی‌های بخش تجارت، جایشان خالی است!

باید در بخش تجارت برای صنایع

۱- بحث مفصلتری را در مورد مناطق آزاد در شماره آینده به نظر گرامی‌تان خواهیم رساند.

استراتژی‌ها و سیاست‌های متناسب برای تحقق اهداف موردنظر رانیز پاسخ بدهد. در اینجا ابتدا اصول کلی، سپس اهداف کمی، و در ادامه استراتژی‌ها و سیاست‌ها ارائه گردیده است. ارقام و اعدادی که در این پیش‌نویس برای آنها جای خالی پیش‌بینی شده، می‌تواند به مدد مطالعات کارشناسی استخراج گردیده و در متن جای گیرد.

اهداف، استراتژی‌ها و سیاست‌های تجارت خارجی (پیشنهاد گروه کار برنامه دوم)

الف: اصول کلی

باتوجه به محیط تخصیمی ایجاد شده از طرف دولتهای استکباری، در جهت تضعیف آرمانهای مقدس جمهوری اسلامی ایران و با عنایت به سوابق و ویژگیهای تاریخی و منطقه‌ای، تجارت خارجی کشور، در برنامه پنجساله دوم، بر اصول زیر استوار خواهد بود:

۱- تعیین هر نوع هدف، استراتژی و سیاست که موجب خدشه دار شدن امنیت و مصالح ملی شده، حتی در صورت توجیه اقتصادی قوی، ممنوع است.

۲- باتوجه به لزوم خوداتکائی تولیدی - اقتصادی، تولیدات استراتژیک^۲ باید

۲- کره جنوبی در حال حاضر سالیانه افزون بر به ۵۰ میلیارد دلار صادرات دارد، ۹۳/۵ درصد این صادرات، کالاهای صنعتی است و تمام این توان صادراتی را با ۲۰ میلیارد سرمایه‌گذاری منطبق در بخش صنعت بدست آورده است!

۳- کالاهای استراتژیک، باید باتوجه به شرایط جهان و

منتخب صادراتی تکلیف مشخصی معلوم کرد و باید در برنامه بطور جدی دنبال این باشیم که تولیدات صنعتی منتخب صادراتی مان با هدایت و حمایت همه‌جانبه، بتواند سهم معقول و مناسبی را در تجارت جهانی بخود اختصاص دهد. فسی‌المسئل اگر در بخش صنعت منابع محدودمان را با این هدفگذاری مشخص هدایت کنیم، آن وقت نتیجه خیری فراهم کرده‌ایم وگرنه همان خواهد شد که در برنامه اول در بخش صنعت بوقوع پیوست؛ یعنی ۱۹/۵ میلیارد دلار هزینه جاری نمودیم، درحالی که اگر سیاست هدایت صحیح منابع را داشتیم و فقط نصف این رقم را صرف توسعه و افزایش مزیت نسبی در صنایع منتخب صادراتی می‌نمودیم، بی‌تردید بستر توسعه درونزای صادرات صنعتی را بخوبی فراهم می‌کردیم!

پس ملاحظه می‌شود که درک شرایط واقعی موجود (اکولوژی تخصیمی)، توجه به پتانسیلهای منطقه‌ای و نگاه خاص به صنایع منتخب صادراتی، مبانی جدیدی را برای تهیه خط‌مشی‌های متفاوت (و کارآمدتر) بخش تجارت خارجی فراهم می‌آورد.

در اینجا برای تسهیل در برداشت موضوع و باتوجه به مبانی پیش‌گفته، ساختمان کلی خط‌مشی‌های بخش تجارت را عرضه می‌داریم. این خط‌مشی‌ها می‌تواند در واقع ضامن پوشش دادن به مبانی کلی،

چنان مورد حمایت تجاری قرار گیرد که نیازهای مصرفی جامعه، با توجه به رشد جمعیت در سطح حداقل مصرف (بدون هرگونه اسراف، تبذیر و ضایعات) در داخل کشور تولید شود.

۳- حمایت از صنایع دفاعی کشور باید چنان باشد که حداقل نیازهای دفاعی در داخل تأمین شود.

۴- با توجه به سوابق تاریخی، تجارب گذشته و مهارت‌های تجاری موجود، کشور در پایان برنامه دوم باید سهم قابل توجهی از کل تجارت منطقه را به خود اختصاص دهد.

۵- با توجه به امکانات طبیعی، انسانی و موقعیت جغرافیایی، صنایع منتخب صادراتی باید سهم معقولی از تجارت جهانی را به خود اختصاص دهد.

ب: اهداف کلی

۱- سهم صادرات غیرنفتی در کل صادرات از ۱۶/۳ درصد در سال پایه به درصد^۴ در پایان برنامه افزایش یابد.

۲- سهم صادرات صنعتی (بدون فرش) در کل صادرات غیرنفتی از درصد^(۴) در سال پایه به درصد^(۴) در پایان برنامه افزایش یابد.

۳- سهم صادرات منتخب در صادرات صنعتی در پایان برنامه به درصد^(۴) برسد.

۴- صادرات سنتی (فرش، پسته، زعفران، پوست، خرما) در طول برنامه سالانه درصد^(۴) رشد کند.

۵- حجم کل صادرات و واردات چنان تنظیم شود که در پایان برنامه وضع تراز پرداختها به شرح زیر باشد:

۶- واردات کالاهای استراتژیک (گندم، برنج، علوفه،) در طی برنامه کمتر از درصد^(۴) نیازهای مصرفی باشد.

۷- واردات اقلام دفاعی در طی برنامه کمتر از درصد^(۴) نیازهای کشور باشد.

۸- سهم ایران در کل تجارت منطقه در پایان برنامه حداقل درصد^(۴) کل حجم تجارت منطقه باشد.

ج: استراتژی‌ها

۱- حرکت در جهت تجلی برتریهای نسبی بالفعل و ایجاد برتریهای نسبی بالقوه و متنوع کردن منابع تأمین واردات و بازارهای صادراتی.

۲- اعمال حمایت معقول از کالاهای استراتژیک، نیازهای دفاعی و صنایع منتخب.

۳- شناسائی بازارهای جدید (کالائی- مکانی) برای توسعه صادرات کشوری و تبدیل پتانسیل‌های بالقوه به عملکرد بالفعل در این بازارها.

۴- محدود کردن دخالت‌های تجاری به موارد زیر:
- حفظ و ارتقاء کیفی و کمی بازارهای صادراتی

منطقه براساس منطق و استدلال مشخص شده و به نایب شورای امنیت ملی می‌رسد.

۴- ارقام مذکور، براساس بررسی‌های کارشناسان ذربیط در وزارت بازرگانی و سازمان برنامه و بودجه استخراج و درج خواهد گردید. استخراج این ارقام توسط گروه‌های کارشناسی در دست تهیه است که تفصیل آن در شماره‌های آتی از نظر تان خواهد گذشت.

کیفی تکنولوژی داخلی کارآمد جدید
درجهت تحقق برتریهای نسبی.

۴-۱- اتخاذ سیاستهای مالی، پولی و
اداری مناسب درجهت حمایت از
صنایع کارآمد و دارای پتانسیل
صادراتی و جایگزین واردات.

۵-۱- اخذ امتیازات صادراتی برای
حمایت از صدور کالاهای دارای
قابلیتهای بالقوه و برتریهای نسبی.

۶-۱- تدوین تعرفه‌های تجاری پراساس
حمایت از تولیدکنندگان داخلی کالاهای
صادراتی برخوردار از مزئیتهای نسبی.

۲- استراتژی دوم (اعمال حمایت‌های معقول
از کالاهای استراتژیک، نیازهای دفاعی و
صنایع منتخب)

۱-۲- انجام پژوهش‌های لازم درجهت
شناسایی دقیق صنایع و کالاهای مورد
حمایت (هلیکوپتر، هواپیما، ...، گندم،
برنج، گوشت و ...).

۲-۲- تعیین سقف حمایت‌های تعرفه‌ای،
مسالی، پولی و اداری از تولیدات
استراتژیک دفاعی و صنایع منتخب و
اعمال سیاست‌های رقابتی در محدوده
تعیین شده.

۳-۲- طراحی حمایت از کالاها و صنایع
استراتژیک چنان باشد که هرچه به
حلقه‌های نهایی تولید نزدیکتر شده
نرخ حمایت کاهش یابد.

۴-۲- کاهش تدریجی حمایت از این
صنایع و افزایش توان رقابتی آن در

حفظ بازارهای داخلی در مقابل کالاهای
نامرغوب

حفظ بازارهای داخلی از رقابت‌های ناسالم
و مخرب

۵- ایجاد شفافیت، قاطعیت و ثبات در
قوانین، مقررات و دریافتهای دولت در
زمینه صادرات و واردات.

۶- آزادسازی و خصوصی‌سازی تجارت
خارجی و تشویق آزاد و ایجاد انگیزه
برای رقابت سالم در تجارت خارجی.

۷- ایجاد و تقویت مناطق آزاد تجاری، صرفاً
درجهت تشویق و تسهیل تولید و
صادرات و ممنوعیت نسبی از استفاده
این مناطق برای واردات.

۸- تقویت ارتباطات سیاسی و اقتصادی
بین‌المللی هماهنگ با استراتژیهای
تجارت خارجی.

د: سیاستها

۱- استراتژی اول (حرکت درجهت تجلی
برتریهای نسبی و بالقوه و متنوع کردن
منابع تامین واردات و بازارهای
صادراتی).

۱-۱- انجام مطالعات و پژوهش‌های کالایی
خاص برای تعیین فعالیتهای (صنایعی)
که از برتریهای نسبی برخوردار است.

۲-۱- تعیین اقدامات عملی برای تحقق
برتریهای نسبی و انجام سیاست‌گذاریهای
خاص درجهت کاربرد آن.

۳-۱- ایجاد انگیزه برای توسعه کمی و

سطح بین‌المللی براساس جداول زمانی معین.

۲-۵- تشویق شکل‌های صنفی، آموزشی و تعاونی در جهت افزایش کارآئی و توان رقابتی این صنایع.

۲-۶- اعطای تسهیلات و موقعیت‌های زمانی و مکانی مناسب به بخش خصوصی به منظور مشارکت در تولید اجزاء و ادوات کالاهای استراتژیک دفاعی.

۲-۷- حمایت از این صنایع از طریق اشاعه اطلاعات، شرکت‌های تولید، حمایت‌های بیمه‌ای، برگزاری نمایشگاه و پشتیبانی‌های موردی.

۳- استراتژی سوم (شناسایی بازارهای جدید برای توسعه صادرات کنونی و تبدیل پتانسیل‌های بالقوه به عملکرد بالفعل در این بازارها

۳-۱- ایجاد یک نظام و نهاد بازاریابی، بازاریابی و بازاریابی جامع بین‌المللی با توجه به ابعاد زمانی، مکانی، تخصصی، تحقیقاتی مستمر و تهیه و پردازش اطلاعات.

۳-۲- برقراری حمایت‌های صادراتی و انگیزه‌های مالی در دوران (کوتاه‌مدت) در بازارهای جدید.

۳-۳- اعمال دقیق ضوابط استاندارد کیفی صادرات برای جلوگیری از تخریب بازارهای صادراتی.

۳-۴- بهره‌گیری از کمک‌های سیاسی و ارزشی مناسب برای حمایت واردشوندگان به بازارهای جدید

صادراتی.

۳-۵- وضع جرایم سنگین برای فعالیتهای زیان‌آور در بازارهای صادراتی.

۳-۶- جلب اعتماد جهانی نسبت به کالاهای صادراتی ایران از طریق کنترل کیفی و شناساندن فرآورده‌های مرغوب با مارک مناسب.

۴- استراتژی چهارم (محدود کردن کنترل‌های تجاری ...)

۴-۱- محدود کردن دخالت‌های تجاری دولت به صدور و ورود کالاهای ممنوعه و رعایت استانداردهای کیفی.

۴-۲- برقراری مجازات‌های سنگین برای فعالیتهای وارداتی مخرب (ضد دامپینگ).

۴-۳- جلوگیری از تبلیغات گمراه‌کننده در مورد کالاهای وارداتی.

۴-۴- اجبار واردکنندگان به ارائه خدمات بعد از فروش در مورد کالاهای بادوام.

۴-۵- اعمال سیاست‌های لازم برای مشخص‌بودن مبدا و ویژگی‌های فنی کالاهای وارداتی برای مصرف‌کننده.

۴-۶- الزام واردکنندگان کالا به آموزش و انتقال تکنولوژی در میان‌مدت.

۵- استراتژی پنجم (ایجاد شفافیت، قاطعیت و ثبات در قوانین ...)

۵-۱- مشخص نمودن نظام ارزی کشور (شناور مدیریت شده) و اعلام نرخ ارز و ضوابط و مقررات ارزی و پای‌بندی دولت به رعایت آن برای مدت زمانی نسبتاً طولانی.

۵-۲- تعیین دقیق مراحل و سقف زمانی

- ۵-۶- ایجاد انگیزه برای فعالیت اشخاص حقیقی و حقوقی در امر تجارت و جلوگیری از ایجاد انحصار در تجارت خارجی.
- ۶-۶- حمایت از شکل‌های صنفی در امر تجارت خارجی.
- ۶-۷- در دسترس قرار دادن سریع اطلاعات لازم در امر تجارت خارجی از طریق ایجاد شبکه‌های اطلاع‌رسانی، برگزاری نمایشگاه، بازار بورس، و نشریات تخصصی.
- ۶-۸- ایجاد و تجهیز اسکله‌های صادراتی و وسایل حمل‌ونقل، بسته‌بندی و ذخیره کالا.
- ۷- استراتژی هفتم (ایجاد و تقویت مناطق آزاد تجاری)
- ۱-۷- بررسی دقیق و تعیین مکانهای بالقوه برای مناطق تجارت آزاد و برنامه‌ریزی برای تجهیز آنها برحسب امکانات و اولویتها.
- ۲-۷- تدوین قوانین و مقررات خاص و جامع برای این مناطق به نحوی که حداکثر آزادیهای مشروع تولیدی و صادراتی وجود داشته باشد و درعین حال ورود کالا از این مناطق به داخل کشور فقط محدود به موارد خاص و مجوزهای ویژه باشد.
- ۳-۷- ایجاد تسهیلات و انگیزه برای سرمایه‌گذارهای خارجی در این مناطق. (ادامه دارد)
- انجام کار در هر مرحله از فرایند اداری برای امور صادرات و واردات (ترخیص، ارسال و...) و اعلام صریح این ضوابط برای عموم و تعیین نظام انگیزشی - تنبیهی برای اجرای آن.
- ۳-۵- رفع ابهام از کدهای کالایی، شفاف‌سازی تشخیص کالا و اعلام صریح و عام آن.
- ۴-۵- آموزش کارکنان گمرک در تعیین نوع کالا، شناخت دقیق قوانین و مقررات و مهارت‌های لازم برای تسریع و تصریح کار صادرات و واردات.
- ۵-۵- متمرکز شدن کلیه دریافت‌های دولت در امر واردات و صادرات از قبیل سود بازرگانی، عوارض گمرکی، حق‌الثبت سفارش و غیره به نحوی که این امر به سادگی قابل محاسبه و پرداخت باشد.
- ۶-۵- تغییر نظام گمرکی قدیم به جدید.
- ۶- استراتژی ششم (آزادسازی، خصوصی‌سازی و تشویقی ...)
- ۱-۶- تسهیل شرایط ورود و خروج برای حرفه تجارت کلیه افراد علاقمند.
- ۲-۶- گسترش سریع تبادل اطلاعات از طریق یک نظام الکترونیکی.
- ۳-۶- ایجاد نظام هماهنگ و کارآمد اطلاع‌رسانی بانکی، بیمه‌ای و مشاوره مالی، نمایندگی رسمی و بازاریابی در سطح بین‌المللی.
- ۴-۶- عضویت در سازمانها و اتحادیه‌های تجاری بین‌المللی و منطقه‌ای.