

۷۰۰ سؤال

تحلیل دکتر بهروز اخلاقی، دانشیار بازنشسته دانشگاه تهران، وکیل دادگستری و عضو هیأت تحریریه «اقتصاد ایران»

آنچه در فرآیند فعلی جهانی شدن بیش از هر چیز دیگری جلب توجه می‌کند و به روند بازگشت ناپذیری نیز تبدیل شده، گسترش شگرف و بی‌سابقه تجارت جهانی است. امضای موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت یا همان "گات" و متعاقباً تبدیل این نهاد پس از طی فرآیندی سخت، پرتلاش و طولانی به سازمان تجارت جهانی بیانگر اهمیت و جایگاه ویژه این نهاد جهانی و فراگیر در برقراری تجارت آزاد و ایجاد همبستگی تجاری میان کشورها و جهانی شدن تجارت می‌باشد.

در چنین فضایی، شکی نیست که قابلیت‌های کشور ما برای توسعه و پیوند با اقتصاد جهانی و ادغام در نظام حقوقی-تجاری بین‌المللی غیرقابل انکار است. آنچه مهم و شایسته توجه خاص است، این است که کشور ما با درک فضای حاکم بر جامعه چند قطبی بین‌المللی و تجارت جهانی این قابلیت‌ها را مثل برخی از کشورهای هم‌تراز به منصفه ظهور رساند.

اگر کشورمان از تاریخ پذیرش خود در WTO به عنوان عضو ناظر در سال ۸۵ مانند سایر کشورها با اتخاذ یک سیاست و مشی روشن و شفاف، مجدانه پروسه عضویت کامل را به مرحله اجرا در می‌آورد، اکنون ما بر اساس پیش‌بینی‌های اقتصاددانان، می‌بایست در نیمه راه قرار می‌گرفتیم. ولی با کمال تأسف، مسؤولان کنونی ما، طی چند سال اخیر، با موضع‌گیری‌های خاص، در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی خواسته یا ناخواسته، زمینه‌هایی را فراهم ساخته‌اند که شرایط عضویت را سخت‌تر و پروسه آن را طولانی‌تر نموده است.

همان‌طوری که می‌دانیم کشورمان در آذر ماه ۸۸ گزارش رژیم تجاری خود را به سازمان WTO ارائه داده است. این گزارش با توجه به عملکرد اقتصادی کشور در دوره همزمان با قبول عضویت ناظر در سازمان در سال ۸۵ و بر اساس برنامه سوم توسعه اقتصادی تهیه و تنظیم شده و از این رو متضمن نارسایی‌ها و ابهامات عدیده‌ای است. از این رو نخستین بخش از پرسش‌های مربوط به رژیم تجاری ایران، در قالب ۷۰۰ سؤال از طرف ۱۵۳ کشور عضو سازمان طی اسفند ماه ۸۸ از طریق دبیرخانه سازمان در اختیار ایران قرار گرفته است. بنا بر اظهارات دفتر نمایندگی تام‌الانتخاب تجاری معاونت امور بین‌الملل وزارت بازرگانی، این سؤالات به تفکیک مربوط به موضوعات مندرج در گزارش رژیم تجاری ایران هستند و وزیر بازرگانی کشور ما

WTO است و کشور ما هنوز فرسنگ‌ها با چنین رژیمی فاصله دارد. تحقق این مهم و رفع مشکل مذکور بستگی به اجرای کامل سیاست خصوصی‌سازی دارد که هنوز مراحل اولیه خود را طی می‌کند.

دومین مشکل به نظام دیوان‌سالاری عریض و طویل کشور بر می‌گردد. هنوز حدود ۸۰ درصد از اقتصاد و تجارت ایران در دست دولت است و نهادها و سازمان‌های دولتی متعددی متولی امور تجاری کشور هستند.

مورد سوم با نظام کنونی حقوقی کشور پیوند دارد. برای گذر از اقتصاد دولتی و ارشادی به یک نظام اقتصاد رقابتی و رژیم تجارت بازار آزاد، بسیاری از قوانین و مقررات جاری کشور باید مورد بازنگری کامل قرار گرفته و قوانین و مقرراتی هماهنگ با سازوکارهای سازمان تنظیم شوند و به مرحله اجرا درآیند. به عنوان مثال می‌توان به قانون تجارت مصوب اردیبهشت ماه ۱۳۱۱ اشاره کرد که پس از گذشت ۷۷ سال طی چند سال اخیر مورد بازنگری قرار گرفته و در واقع هم‌اکنون لایحه اصلاح قانون تجارت چند سالی است که در کمیسیون‌های مختلف مجلس شورای اسلامی در دست بررسی است. این لایحه متضمن نوآوری‌های قابل توجهی است، ولی نویسندگان آن به هنگام تنظیم، این تصور که ممکن است روزی ایران به سازمان تجارت جهانی ملحق شود را مدنظر قرار ندهاند و از این رو توجهی به ضوابط و قواعد و سازوکارهای تجاری سازمان تجارت جهانی نداشته‌اند. بر این اساس، جا دارد اکنون که معرفی و تبیین رژیم تجاری ایران در دست بررسی است، به این موضوع بسیار مهم بها داده شود و بازنگری بر اساس معیارهای تجاری جاری سازمان صورت پذیرد.

مشکل دیگری که وجود دارد بحث نوسان‌های سیاسی است که خطر ثبات اقتصادی-تجاری و ریسک سرمایه‌گذاری را افزایش می‌دهد. ایران برای احیای موقعیت اقتصادی و تجاری خود نیاز عظیمی به جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی دارد. بحران‌های سیاسی سرمایه‌ها را فراری می‌دهند. بر این اساس دولت باید تمام تلاش خود را جهت اعاده مشروعیت بکار گیرد تا زمینه رونق اقتصادی و تجاری را فراهم آورد.

پنجمین مشکل مربوط به فضای کسب و کار در کشور می‌شود. متأسفانه ایران طی چند سال اخیر همواره شاهد کاهش رتبه کسب و کار در مجامع بین‌المللی بوده است. کشور ما در فاصله سال‌های ۹۲ تا ۹۷ در میان ۶۰ کشور جهان رتبه ۵۸ را کسب کرده است. به موجب آمار منتشره بانک جهانی و سازمان مالی بین‌المللی در سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۰۹ ایران، در زمینه کسب و کار در میان ۱۷۸ کشور جهان به پایین‌ترین رتبه تنزل یافته و در قلمرو جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی همواره شاهد کاهش سرمایه‌گذاری خارجی و فرار سرمایه‌های داخلی بوده است.



مدت زمانی را که این فرآیند پرسش و پاسخ لازم دارد، دو تا سه سال و روند الحاق ایران را به سازمان WTO هفت سال برآورد کرده است. ضمناً این احتمال هم داده شده که در فاصله پاسخ به نخستین بخش از پرسش‌ها، حداقل چند صد سؤال دیگر در ارتباط با رژیم تجاری ایران مطرح و دریافت شود.

پرسش‌های محوری اعضای سازمان، عمدتاً حول نظام و ساختار اقتصادی و تجاری کشورمان دور می‌زنند و این هدف را دنبال می‌کنند که تأسیسات و نهادهای اقتصادی و تجاری و قوانین و مقررات حاکم بر آنها تا چه حد با مقررات و سازوکارهای سازمان، سازگاری دارند و چگونه می‌توان آنها را منطبق و سازگار با فرآیند جهانی تجارت نمود.

موانع حضور

وضعیت کنونی اقتصاد کشور چشم‌انداز امیدوارکننده‌ای را نوید نمی‌دهد. به نظر می‌رسد بازسازی نظام اقتصادی و رژیم تجاری ایران نیازمند تلاش و همت پیگیر متولیان امور کشور اعم از دولتی و خصوصی است. در این قسمت جا دارد به نحو گذرا، در ارتباط با روند الحاق، به مشکلات چندی اشاره کنیم و در صدد حل آنها بر آییم.

مشکل نخست در ارتباط با بازسازی نظام اقتصادی و رژیم تجاری کشور است. در وهله اول باید پایه‌های یک رژیم تجاری آزاد را در کشور پی‌ریزی نمود. برخورداری از یک رژیم تجاری آزاد، نخستین شرط الحاق ایران به سازمان

عديده‌های می‌باشد که دامن‌گیر کشور شده است. هر چند برخی از کارگزاران نظام، تحریم‌های اعمال شده علیه ایران و به ویژه تحریم‌های بانکی را نادیده انگاشته و هیچ اهمیتی برای آن قایل نیستند، اما واقعیت‌های ملموس زندگی اقتصادی-تجاری حکایت و تصویر دیگری ارایه می‌دهند و امکان هر گونه سرمایه‌گذاری را در کشور تقریباً به صفر رسانده‌اند.

نظام اقتصادی و رژیم تجاری ایران در حال حاضر با موانع و مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو است. بخشی از این مشکلات به ساختار سیاسی-اقتصادی کشور مربوط می‌شوند. از این رو اصلاح این ساختار در جهت افزایش قابلیت‌پذیری در فرآیند جهانی شدن می‌تواند خلاصه شود.

اصلاح ساختار اقتصادی و رژیم تجاری کشور باید با هدف ارتقای منزلت ایران در اقتصاد جهانی و با نگاهی به

گسترش روابط تجاری-اقتصادی با سایر کشورهای جهان و به ویژه همسایگان صورت پذیرد.

آنچه در وهله نخست حایز اهمیت خاصی است، کوشش و تلاش خستگی‌ناپذیر و توأم با یک دیپلماسی فعال و مثبت در جهت رفع بحران‌های سیاسی و لغو تحریم‌های اقتصادی است. در مرحله بعدی بازسازی ساختار نظام اقتصادی و رژیم تجاری ایران و تهیه و تنظیم قوانین و مقررات منطبق با معیارها و سازوکارهای سازمان تجارت جهانی جایگاه خاص خود را می‌یابد.

کشور ما ایران از قابلیت‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، تجاری، جغرافیایی و انسانی سرشاری برخوردار است و اگر دولت همواره بر این تصمیم است که بر جرگه کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی بپیوندد، ناگزیر باید این قابلیت‌ها را از قوه به فعل درآورد، انشاءالله. ■

مزایای رقابتی در مقابل رذایل انحصاری

فضیلت بازار رقابتی

تحلیل دکتر موسی غنی‌نژاد، استاد دانشگاه صنعت نفت و عضو هیأت تحریریه ماهنامه «اقتصاد ایران»، از مزیت‌های بازار رقابتی

بازار رقابتی در مقابل تجارت محدود یا همان بازار انحصاری، دارای این فضیلت است که در آن منافع عمومی نسبت به منافع گروهی خاص، بیشتر تأمین می‌گردند. این موضوع از دیرباز تاکنون، مورد تأکید قرار گرفته است که در تجارت انحصاری، تنها نفع عده‌ای معدود حاصل می‌شود، ولی در تجارت رقابتی منافع عده کثیری تأمین می‌گردد. اما عملکرد مکانیزم بازار در شرایط رقابتی به عنوان موضوع پژوهش علمی مستقل، تنها در اندیشه اقتصادی مدرن مطرح می‌شود و در واقع می‌توان گفت که مبانی مفهومی اقتصاد مدرن، همگی از پارادایم "بازار رقابتی‌ها" نشأت گرفته است.



دستاوردهای بازار رقابتی

بازار رقابتی در درجه اول یک شبکه اطلاع‌رسانی بسیار کارآمد در خصوص خواسته‌ها و ترجیحات افراد در رابطه با استفاده از منابع کمیاب است. قیمت‌های نسبی بازار و تغییرات آنها، از یک سو حامل بار اطلاعاتی بسیار مهمی درباره اولویت‌های مصرفی مردم می‌باشند و از سوی دیگر در بر دارنده امکانات تولیدی هستند. مردم

دو ویژگی که البته در ارتباط بسیار نزدیک با خاصیت اطلاع‌رسانی هستند، عبارتند از این واقعیت که فرآیند رقابتی، همیشه و در همه جا از جمله بازار به صورت اسلوب اکتشاف و خلاقیت عمل می‌کند. در عرصه مسابقات ورزشی نیز آنچه در جریان رقابت اتفاق می‌افتد در درجه اول کشف بهترین‌ها و در عین حال، ایجاد انگیزه و مهیا نمودن امکانات مناسب برای خلاقیت‌ها است. این فرآیند اکتشاف و خلاقیت به طریق اولی در شکل بسیار پیچیده‌تری در بازار رقابتی وجود دارد. شیوه‌های کم هزینه‌تر تولید، محصولات جدید و جایگزین - چه در خصوص کالاهای مصرفی و چه در خصوص کالاهای سرمایه‌ای - همگی در نتیجه فرآیند رقابتی شکل می‌گیرند. کارآفرینان، مدیران برتر، تکنولوژی‌ها و محصولات جدید در فرآیند رقابتی شناخته می‌شوند و مورد استفاده عمومی قرار می‌گیرند. تولیدکننده‌ای که رقیبی ندارد، چندان نیازی به بالا بردن بهره‌وری تولید خود نمی‌بیند و انگیزه‌ای برای تحقیق و جست‌وجوی روش‌های تولید کم هزینه‌تر و محصولات بهتر ندارد. حتی می‌توان گفت ضرورت رفتار عقلایی از سوی تولیدکنندگان، عمدتاً ناشی از قرار گرفتن در چارچوب ضروریات شرایط رقابتی است. هر بنگاهی که در شرایط رقابتی قرار می‌گیرد، ناگزیر است رفتار عقلایی از خود نشان دهد و از اتلاف منابع و مدیریت ناکارآمد اجتناب ورزد، وگرنه ناگزیر به ترک صحنه رقابت می‌شود.

اطلاعات و عقلانیت

ترکیب اطلاعات مناسب و عقلانیت، تولیدکنندگان مبتکر را در جهت خلاقیت بیشتر سوق می‌دهد و آنها را به کارآفرین تبدیل می‌کند. شرایط رقابتی، مستعدترین محیط برای رشد خلاقیت است. البته منظور از خلاقیت در فعالیت‌های اقتصادی صرفاً منحصر به ابداع تکنولوژی‌ها و محصولات جدید نیست، بلکه شامل هر گونه ابتکاری است که افق‌های تولید ثروت و رفاه بیشتر را گسترده‌تر می‌سازد. کارآفرینی که بازارهای جدیدی را کشف می‌کند یا می‌گشاید، به اندازه یک مبلع تکنولوژی یا محصول جدید، خلاق محسوب می‌شود. رشد بلند مدت اقتصادی تابعی از خلاقیت به مفهوم وسیع آن است. بدون ایجاد محیط مناسب برای خلاقیت، اقتصاد جامعه به رکود و سکون می‌گراید. تجربه تاریخی نیز مؤید این نظریه است که با محدود کردن آزادی و رقابت، خلاقیت و نوآوری از میان می‌رود و رشد اقتصاد متوقف می‌گردد. بر خلاف تصور سوسیالیست‌ها (طرفداران برنامه‌ریزی متمرکز دولتی)، رشد اقتصادی صرفاً تابعی از انباشت سرمایه نیست و تولید بیشتر کالاهای سرمایه‌ای الزاماً به رشد اقتصادی بالاتر نمی‌انجامد. ■

با انتخاب‌های اقتصادی آزادانه خود در مورد خرید یا امتناع از خرید کالاهای مختلف، سیستم اطلاع‌رسانی خودکامی را در جامعه به وجود می‌آورند، به طوری که در سایه آن، تخصیص منابع در دسترس، جهت استفاده بهینه بر حسب اولویت‌های افراد سوق داده می‌شود. برخلاف آنچه که مخالفان نظام بازار می‌گویند، آزادی انتخاب در این سیستم، نه تنها به معنای نابسامانی و هرج و مرج نیست، بلکه موجب نظم‌های چند مرکزی بسیار پیچیده‌ای است که از نظر توان انتقال سریع اطلاعات به مشارکت‌کنندگان مستقل و پراکنده، به هیچ وجه قابل قیاس با نظم‌های سازمانی کنترل‌شده تک‌مرکزی نیست. اطلاعات مربوط به

تصمیمات مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در خصوص چگونگی استفاده از منابع اقتصادی به طور خودکار و با سرعت، از طریق مکانیزم قیمت‌ها در میان کلیه افراد ذینفع بازار پراکنده می‌شوند و در نتیجه، کل سیستم در سایه عقلانیت ناشی از اطلاعات درست و کارآمد عمل می‌کند.

علاوه بر کارایی ناشی از شبکه اطلاع‌رسانی، بازار رقابتی دارای دو ویژگی بسیار مهم دیگر است. این