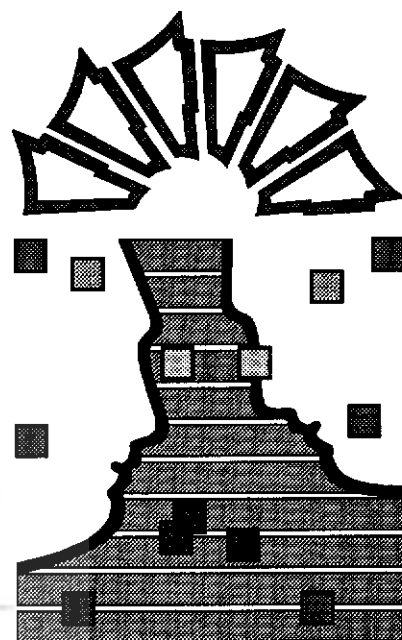


بحث و نظر



پیش‌گفتاری درباره ایران ۱۴۰۰

بازرگانی خارجی در ایران ۱۴۰۰

* آیا در سال ۱۴۰۰ به هدف صادرات غیر نفتی سالانه ۳۴۰۰ میلیارد دلار خواهیم رسید؟

* ۲۰ سال پیش سهم ایران در صادرات جهانی ۲/۳ درصد بود. اینک ۳۴ صدم درصد از صادرات جهانی در اختیار ماست و برای ۲۵ آینده به هدف ۱/۵ درصد قانع شده ایم.

گونگون روبرو خواهد شد. بنابراین باید اصول کار از ابتدا چنان محکم و منطقی باشد که تغییر سلیقه‌ها در روشهای اجرایی تأثیر ناخوش‌آیند و متوقف‌کننده‌ای نداشته باشد. در عین حال برنامه باید به حد کافی قابلیت انعطاف داشته باشد تا بتواند خود را با تحولات بسیار سریع و باور نکردنی علوم و تکنولوژی در مقیاس جهانی، هماهنگ سازد. در نظر داشته باشیم این برنامه برای زمانی پیاده می‌شود که طی آن، دیگر کشورها برنامه پیاده کردن انسان به کره

طبیعی است در نهایی کردن برنامه بلند مدت ۲۵ ساله که به ایران ۱۴۰۰ معروف شده، باید همه مسئولان نهایتاً نظرات و خط‌مشی‌های خود را یک دست کنند تا در عمل نه فقط ناهماهنگی و تضاد بین برنامه‌ها پیش نیاید، بلکه در جهت عکس، برنامه‌های عمرانی هر یک به عنوان یاری رسان به دیگر برنامه‌ها نیز ایفای نقش کند. این برنامه که در طول آن ۶ بار انتخابات ریاست جمهوری صورت خواهد گرفت، طبعاً با سلیقه‌های اجرایی

برنامه‌های رشد و توسعه اقتصادی کشور در ۲۵ سال آینده، که مرکب از ۵ برنامه عمرانی پنجساله خواهد بود، در حال شکل‌گرفتن است. تنظیم یک برنامه جامع بلند مدت به مسئولان رده‌های مختلف این فرصت و امکان را می‌دهد که ضمن اجرای برنامه‌های سالانه و پنجساله، به روند هماهنگ مستمر رشد و توسعه بیاورند. هر برنامه را به عنوان جزئی از یک کل که برنامه جامع توسعه اقتصادی و اجتماعی پایدار باشد، تلقی کنند.

مربخ را طرح ریزی کرده‌اند. ممکن است بگوئیم این طرح فانتزی ربطی به برنامه‌های اقتصادی و اجتماعی کشوری مثل ایران ندارد. درست است. ما را با آن برنامه کاری نیست. لیکن پیشرفت تکنولوژی که انسان را به کره ماه رسانده و در نظر دارد به کرهٔ مربخ برساند نمی‌تواند نادیده گرفته شود. روزی که اولین شیئی به فضای بالای جو زمین فرستاده شد، خیلی‌ها آن تلاش عظیم را به تسمخر گرفتند. امروز تکنولوژی مخابرات راه دور براساس ماهواره‌های دست ساخت بشر استوار است. همچنین کار تا حد پزشکی و جراحی از راه دور گسترش یافته است. تعمیر ابزار صنعتی دقیق از فاصله میلیونها کیلومتر از زمین امروز یک تکنولوژی روز شمرده می‌شود از تلویزیونهای خود، در خانه‌های خود جریان اینگونه تعمیرات و بازسازی‌ها را مشاهده می‌کنیم. بنابراین باید توجه داشته باشیم که برنامهٔ ایران ۱۴۰۰ در چه فضای دانش شناختی "یا" تکنولوژیک شکل می‌گیرد. ضروری است از تنگ نظری‌ها دوری شود.

طبیعی است که دربارهٔ این برنامه مهم، گفتارهای پی در پی داشته باشیم. در اینجا فقط پیش‌گفتاری دربارهٔ قسمت مربوط به بازرگانی خارجی این برنامه خواهیم داشت. در فرصتهای دیگر به تجزیه و تحلیل دیگر طرحهای مهم مربوط به این برنامه عظیم ملی خواهیم پرداخت.

بازرگانی خارجی

بازرگانی در مطالعات اولیه مربوط به ایران ۱۴۰۰ که طبعاً سال نخستین آن از فروردین ماه امسال آغاز شده است، در دو بخش مکمل و جدا ناپذیر داخلی و خارجی در نظر گرفته شده است. بازرگانی خارجی نه فقط مکمل بازرگانی داخلی است، بلکه در عمل به منزلهٔ موتور و نیروی محرکه بازرگانی داخلی و رشد صنعت و کشاورزی و معدن و خدمات محسوب می‌شود. بنابراین وقتی صحبت از محوریت صادرات - که نقطهٔ عطف تجارت خارجی است. به میان می‌آید، فقط یک شعار عنوان نمی‌شود، یک ضرورت اجتناب ناپذیر و بدون جانشین طرح می‌گردد.

در هدفهایی که برای بازرگانی خارجی ایران ۱۴۰۰ در نظر گرفته شده است، افزایش سهم ایران در بازرگانی جهانی از ۳۶ صدم درصد فعلی به یک و نیم درصد، به عنوان هدف اصلی شمرده شده است. این رقمی است که برابر نسبت جمعیت ایران به نسبت جمعیت جهان در سال مذکور خواهد بود. بنابراین - به زبان ساده - هدف این است که سهم متوسط ایران در تجارت جهانی برابر سهم متوسط جمعیت در تجارت جهانی باشد. این البته کمترین

رقمی است که می‌توان در نظر گرفت. در عین حال رقمی است که در ظاهر، در آن افزون طلبی نشده و یک نوع روح عدالت را القاء می‌کند. اما بسیار بی‌برده بگوئیم رقمی است که با کمترین فرضیات و محاسبات در نظر گرفته شده است. اینکه بگوئیم چون یک درصد یا یک و نیم درصد جمعیت جهان را داریم باید یک درصد یا یک و نیم درصد تجارت جهانی را هم داشته باشیم، ساده‌ترین و در عین حال غیر واقعی‌ترین رقم است. اگر چه در ظاهر رقمی عادلانه باشد. واقعیت آن است که باید همهٔ ظرفیت‌های قابل نقد شدن اقتصادی کشور را محاسبه کنیم، همهٔ دشواریهای مرتفع نشدنی را در مدت موردنظر بحساب آوریم. همهٔ دشواریهای قابل رفع شدن و هزینه و وقت لازم برای برطرف کردن آنها را در نظر بگیریم، و یا یک محاسبه علمی به بینیم به چه رقمی می‌توانیم و باید برسیم.

تصویری دقیق‌تر

برای اینکه تصویر دقیق‌تری از آنچه در بالا گفته شد، به دست داده باشیم باید بیافزاییم: تا ۲۵ سال دیگر با توجه به ذخایر شناخته شده نفت در کشورمان، اصولاً نفتی برای صادرات نخواهیم داشت (فرض دقیق‌تر این است که از ۱۷ سال دیگر نفت صادراتی ما قطع می‌شود و احتمالاً از ۸ سال دیگر صادرات نفت رو به کاهش خواهد گذاشت) بنابراین نخستین فرض در رساندن سهم ۳۶ صدم درصدی کنونی ایران در بازرگانی جهانی به سهم یک و نیم درصدی، در وضعیتی باید شکل بگیرد و تحقق یابد که نفت از صادرات حذف شده است. یا نداشتن نفت برای صادرات، باید در سال ۱۴۰۰ معادل ۳۲۰ میلیارد دلار کالا صادر کنیم تا به سهم یک و نیم درصدی در آن سال برسیم. در برابر ۳/۵ تا ۴ میلیارد دلار صادرات غیر نفتی فعلی افزایش چشمگیر و شاید در بادی امر تحقق نیافتنی بنظر می‌رسد، اما اگر در نظر بگیریم بندر هنگ کنگ سالانه ۳۵۰ میلیارد دلار صادرات دارد (در برابر ۱۹۰ میلیارد دلار صادرات سالانه چین بدون هنگ کنگ) آن وقت متوجه می‌شویم که می‌توان نه فقط با صرفنظر کردن از نفت، بلکه حتی یا در نظر نگرفتن سهم کشاورزی نیز، منحصراً از طریق تولیدات صنعتی و ارائه خدمات، خاصه خدمات وابسته به بازرگانی، به اقلام بسیار بالا دست یافت. باید دید چه رازی در بندر کوچک هنگ کنگ با ۵ میلیون نفر جمعیت نهفته است تا به این مقام مهم صادراتی رسیده است؟ در حالیکه در آن قطعه کوچک (که حالا به چین پیوسته است). نه معدن قابل ملاحظه‌ای وجود دارد نه اراضی وسیع برای کشاورزی در مقیاس جهانی، همین مثال

هنگ کنگ به ما می‌گوید تجارت خارجی و صادرات می‌تواند جدا از منابع داخلی، از طریق بکار گرفتن مهارت‌ها در سطح بین‌المللی و نقل و انتقال سریع مواد و ایجاد ارزش افزوده در آنها و استفادهٔ سطح بالا از تکنولوژی پیشرفته، یا استفاده دقیق از تکنولوژیهای شناخته شده وارداتی، و بهینه کردن تولید و بهره‌وری، به سطح بسیار بالائی برسد. ایران ۱۴۰۰ لحظهٔ تحویل سال نیست که در یک لحظه تحقق یابد و فرضاً سال ۱۳۹۹ به سال ۱۴۰۰ تبدیل شود. برنامه‌ای است که باید از هم اکنون با قاطعیت و بی‌وقفه دنبال شود تا آرزوهای نهفته در برنامه را تحقق بخشید. برای رسیدن به هدف، تغییر روحیهٔ مردم و اصلاح ساختاری، بلندنظری و دورنگری و راه سودآوری فعالیتها را بازگذاشتن، نقش قاطع دارد. بدون تحقق این نکات، ایران ۱۴۰۰ چیزی چندان متفاوت با ایران امروز نخواهد بود.

سهم ایران

سهم ایران در صادرات جهانی در سال ۱۹۷۵ معادل ۲/۳ درصد بود. پس از ۲۰ سال در ۱۹۹۵ این سهم به ۳۵ صدم درصد تنزل کرده. در همین مدت سهم کره جنوبی در صادرات جهانی از ۵۷ صدم درصد به ۲/۴۹ درصد و سهم مالزی از ۴۳ صدم درصد به ۱/۴۷ درصد و سهم سنگاپور از ۶۱ صدم درصد به ۱/۳۸ درصد افزایش یافته است. متأسفانه ما هیچ وقت دنبال چارها نبوده‌ایم. چرا سهم ما تنزل کرده و سهم آنها افزایش یافته است؟ چرا در نخستین لحظهٔ برخورد با مسأله کاهش سهم خود در تجارت جهانی به فکر جبران آن برنیامدیم؟ چرا بجای داشتن سهم ۲/۳ درصد در صادرات جهانی در ۲۰ سال قبل برای ۲۵ سال آینده به یک و نیم درصد خود را قانع می‌کنیم که آنهم بسیار دشوار بنظر می‌رسد؟ یعنی پس از نزدیک به نیم قرن به ۰/۸ درصد تنزل در سهم نسبی خود در جهان راضی می‌شویم و رسیدن به ۱/۵ درصد را به صورت آرمان و هدف در نظر می‌گیریم؟ ملاحظه می‌کنید مشکل نه در موقعیت جغرافیائی است نه در منابع. مشکل اساسی در مدیریت در سطوح مختلف است. در برداشتها و نحوهٔ و روش اجراست و خلاصه در آن چیزی است که به تارسانی فرهنگ صادراتی تعبیر می‌شود.

در بررسی عمیق‌تر به مسأله بازرگانی خارجی در برنامهٔ ایران ۱۴۰۰ متوجه می‌شویم که تقریباً هیچ یک از مسائل و مشکلات تجارت خارجی، بخصوص مشکلاتی که فرا راه توسعهٔ صادرات قرار دارد، از دید مراکز تحقیقاتی و محققان و پژوهشگانی که روی برنامه ایران ۱۴۰۰ کار و تحقیق می‌کنند، پنهان نبوده است. تعجب و تأسف در این

است که دردها را می‌شناسیم. راههای درمان را نیز کم و بیش می‌دانیم، اما دست بکار درمان نمی‌شویم. این است که بیماری صادرات شدت می‌یابد و سهم ما در صادراتی جهانی، بجای افزایش، کاهش می‌یابد.

هدفها

به هر صورت، در اهداف بازرگانی خارجی برای سال ۱۴۰۰ ایجاد تعادل در تجارت خارجی (بدون در نظر گرفتن نفت)، افزایش سهم صادرات کالاهای صنعتی تا ۸۵ درصد (که باید منظور رسیدن به صادراتی باشد که ۸۵ درصد آنرا کالاهای صنعتی تشکیل دهد)، کاهش تدریجی سهم دولت در بازرگانی خارجی، حذف انحصارات و ایجاد شرائط رقابتی قید شده است. تحقق این اهداف جزو آرزوهای جامعه اقتصادی کشور است. با این همه باید گفت در این هدف ها صادرات به عنوان کالا در نظر گرفته شده است. برای تحقق هدف، به چیزی بالاتر از این نیاز داریم و آن اینکه صادرات به عنوان یک نظام - آنهم یک نظام محوری - مورد توجه قرار بگیرد. یعنی کشور را به صورت صادرات بنیاد (Export Based) فرض کنیم. به عبارت دیگر در هر نوع برنامه‌ریزی - حتی در سیاستهای برنامه‌ریزی، قبل از هر چیز به صادرات فکر کنیم. اگر می‌خواهیم خط آهن احداث کنیم یا بندرگاه بسازیم در وهله اول از دید اهمیت صادراتی به آن بنگریم. همینطور در هر مورد دیگر. در عین حال الزامی است که توجه داشته باشیم که صادرات ضرورتاً تولید کالای مادی نیست، بلکه عمدتاً ایجاد ارزش افزوده است. سودآور کردن یک فرآورده است به نحوی که مشتری با رضایت برای استفاده از آن پول بدهد. یک خدمت ارتباطی شایسته - یا یک برنامه مفید نرم‌افزاری یا فراهم کردن امکانات برگزاری کنفرانس بین‌المللی پول ساز، می‌تواند رقم صادراتی قابل ملاحظه‌ای به شمار رود. همچنین است جلب سیاح و خدماتی که در راستای جلب رضایت و خرسندی او صورت می‌گیرد. امروز بالاترین میزان درآمد صادراتی مربوط به تکنولوژی و خدمات بازرگانی است. اقلام دیگر ردیفهای بعدی را دارند.

در آخرین قسمت از هدفهای بازرگانی خارجی، کاهش وابستگی اقتصاد کشور به صادرات نفت و استفاده از درآمدهای حاصل از نفت در امور سرمایه‌گذاری، توصیه شده است. حقیقت این است که این فرض ساله به انتفا موضوع تلقی می‌شود، زیرا به دفعات تأکید شده است که اصولاً تا آن سال نفتی برای صادرات نخواهیم داشت تا درآمدمد داشته باشد که به مصرف سرمایه‌گذاری برسد یا

به مصرف امور جاری.

رجحان خریدار

یک نکته اساسی که در سیاست ریزی صادراتی و اصولاً در تجارت خارجی باید بطور مداوم به آن توجه داشته باشیم این است که تجارت خارجی یک ترافیک دوجانبه است. این فقط ما نیستیم که تصمیم می‌گیریم چه چیزی؟ چه وقت؟ به چه مقدار؟ یا چه کیفیت و به چه قیمتی؟ به کجا؟ صادر کنیم. خریدار هم دقیقاً تصمیم می‌گیرد چه چیزی؟ چه وقت؟ به چه مقدار؟ یا چه کیفیت؟ به چه قیمت؟ و از کجا خریداری کند. موفقیت فقط وقتی به دست می‌آید که رجحان‌های خریدار و فروشنده بر هم منطبق شود. در غیر اینصورت خریدار و فروشنده دیگری غیر از ما خواهند بود و ما به صورت ناظر محروم، حسرت زده برجای می‌مانیم. این نکات دقیق و ظریف است که ما را بر آن می‌دارد به صادرات به عنوان مجموعه‌ای از سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های محور توجه کنیم. برای مثال:

باید با دنیا حسن رابطه داشته باشیم تا بتوانیم محصولات خود را بفروشیم. نمی‌توانیم با داشتن رابطه متزلزل که هر روز دستخوش تغییرات ۱۸۰ درجه‌ای می‌شود در انتظار داشتن بازار مستمر باشیم. حتی در صورتیکه محصولاتی با استانداردها و قیمت‌های قابل قبول داشته باشیم، شرط موفقیت در بازارها، داشتن حسن رابطه با کشورهای خریدار است، زیرا امروز در آزادترین اقتصادهای دنیا، دولت‌ها تصمیم می‌گیرند که چه کالاهایی به چه کشورهایی فروخته شود یا فروخته نشود. عملاً توافق خریدار و فروشنده خصوصی محدود به مواردی از قبیل قیمت، زمان تحویل - مقدار - وسیله حمل، واموری از اینگونه است. سیاستهای تجارت خارجی را دولت‌ها رهبری می‌کنند. به این ترتیب تا سرحد مصالح بلند مدت باید در برقراری حسن رابطه مداوم با کشورهای طرف دادو ستد کوشا باشیم. در چارچوب احترام و حفظ حقوق متقابل و عدم مداخله در امور یکدیگر، می‌توان به سیاست بلند مدت حفظ و گسترش بازارهای صادراتی در کشورهای مختلف مبادرت کرد.

صد برابر شدن صادرات کشور ظرف ۲۵ سال یعنی هر سال صادرات ۴ برابر شدن. آیا ساختارهای لازم را داریم؟ و آیا بازارهای جهان را برای پذیرش کالاهای خود آماده کرده‌ایم؟ و اصولاً آیا حجم تولیدات قابل صدور ما اجازه افزایش سالانه ۴۰۰ درصد را می‌دهد؟ البته می‌دانیم نتیجه سرمایه‌گذاریهای کلانی که در ۸ سال سازندگی در

امور زیربنایی و کشاورزی و صنعتی و معدنی صورت گرفته است با سرعت شتابنده‌ای بر تولیدات قابل صدور و تنوع آنها خواهد افزود، اما متأسفانه مطالعاتی که تاکنون مبنای برنامه‌ریزی ۲۵ ساله قرار گرفته است کامل نیست و دارای بریدگیهای آماری متعددی است که ما را در حصول به مقصود کمی به تأمل وا می‌دارد. راه منحصر برای رسیدن به هدف، کار بیشتر، تولید بیشتر و مرغوبتر یا بهای قابل رقابت است. باید چنانکه بارها بر آن تأکید شده است به صادرات محوریت داده شود.

تأثیر تجارت داخلی در صادرات

برنامه‌ریزان ایران ۱۴۰۰، تجارت داخلی را از صادرات جدا ساخته و آن را در مقوله خاصی مورد بحث قرار داده‌اند. شاید از نظر یک برنامه‌فراگیر ملی حق با آنها بوده باشد. اما در این بحث اختصاصی و تخصصی، ما به تأثیر بازرگانی داخلی در بازرگانی خارجی، خاصه در صادرات نظر می‌افکنیم، زیرا اگر صادرات محور فرض شود، آنوقت تجارت داخلی و واردات نیز مانند دیگر امور، از دیدگاه نقشی که در توسعه صادرات دارد، نگرسته خواهد شد.

آخرین آماری که در مورد بازرگانی داخلی کشور انتشار یافته حاکی است که در کشور تعداد ۱۳۰۰۰۰ واحد خرده فروشی و ۴۸۰۰۰ واحد عمده فروشی - ۱۲۰۰۰۰ انبار - ۲۰۵ سردخانه، ۶۰ سیلو وجود دارد. به جز ارقام مربوط به واحدهای خرده فروشی و عمده فروشی، بقیه آمار ذکر شده، حکایت از نارسائی بسیاری می‌کند. هر یک از واحدهای گفته شده تابع قوانین و مقررات و آئین نامه‌ها و بخشنامه‌های خاص خود هستند و از دستورات و دستورالعمل‌های خاصی پیروی می‌کنند که گاه با کار و عمل واحدها تعارض پیدا می‌کند. مراجع تصمیم‌گیری درباره واحدهای بازرگانی متعدّدند و سیاستهای اجرائی ناهماهنگ است. بین بازرگانی داخلی و بازرگانی خارجی مرز مشخصی جز مرز جغرافیائی کشور وجود ندارد. به این معنی که در سیاستهای تولید - خرید - انبارکردن و غیره فقط تعدادی اندک از بازرگانان از پیش تصمیم می‌گیرند که برای صدور یا برای فروش در داخل برنامه‌ریزی کنند. بقیه کالائی را تولید یا خرید می‌کنند. اگر در داخل بهتر به فروش برسد آن را به بازار داخلی می‌فروشند و اگر خریدار مطمئن در خارج پیدا کنند صادر می‌کنند. فعالیتها در هم آمیخته است و طبعاً فاقد برنامه‌ریزی جامع است. معمولاً حق تقدم یا بازار نزدیک و دست به نقد است. دشواریهای صدور و مقررات ارزی، خاصه در شرائط تثبیت نرخ ارز صادراتی و الزام به فروش ارز صادرات به نظام بانکی با

قیمتی به مراتب پائین تر از نرخ بازار آزاد، طبعاً انگیزه زیادی برای فعالیت در بازار صادراتی بر جای نمی‌گذارد، در حالیکه اگر انگیزه سود به عنوان یک عامل اساسی در نظر گرفته می‌شد، هجوم به بازارهای صادراتی شدت می‌گرفت و خواه ناخواه تولیدات و شکل دالوستد و عرصه کالا نیز خود را با نظام و رویه مورد قبول بازارهای جهانی هماهنگ می‌ساخت و تجارت داخلی نیز تحت تأثیر فشار بازار صادراتی، خود را متحول می‌ساخت. لیکن بازار حمایت شده داخلی و موانع متعدد صادراتی هم به صادرات لطمه می‌زند و هم جلوگیری و پیشرفت کمی و کیفی تولیدات و بازارهای داخلی را می‌گیرد و ما را به کم قانع می‌سازد، ما را سهل انگار یار می‌آورد و از مخاطره کردن می‌هراساند. این چیزی است که با آن دست به گریبان هستیم، با چنین ساختاری می‌خواهیم صادرات سالانه‌مان از ۳۴ میلیارد دلار به ۳۴۰ میلیارد دلار برسد. طبیعی است آماده کردن ۵۰۰ میلیون تن کالا در سال برای صدور، تا رقم موردنظر را برای ما فراهم سازد (براساس ترکیب و متوسط قیمت هر کیلو کالای صادراتی در وضع فعلی) نیاز به راه - بندر - کشتی - راه‌آهن - انبار - شبکه حمل و نقل جاده‌ای وسیع - کامیون و تریلر - سیستم کارآمد پشتیبانی دهنده از قبیل بانک و بیمه و پست و مخابرات و نظائر آن دارد. این مسائل هم در تجارت داخلی و هم در تجارت خارجی مورد استفاده قرار می‌گیرد. به این ترتیب تجارت داخلی می‌تواند و می‌باید با تجارت خارجی همساز گردد تا هر یک به دیگری کمک کند و از دیگری کمک دریافت دارد.

توجه به نکته گفته شده فوق ما را ملزم می‌سازد که در فهرست کردن امکانات و موانع توسعه صادرات، کل عوامل مؤثر در تجارت را در نظر بگیریم. بر این اساس، اشارات زیر روشن کننده ابعاد مسأله بازرگانی - بخصوص بازرگانی صادراتی - در برنامه ایران ۱۴۰۰ خواهد بود و طبعاً عظمت مسئولیتی را که در رفع موانع و بهره‌برداری مطلوب از امکانات به دوش فرد فرد بازرگانان - صاحبان صنایع - فعالان کشاورزی - بهره‌برداران معادن - عرضه کنندگان خدمات و خلاصه همه فعالان اقتصادی کشور می‌باشد، نشان می‌دهد:

۱- ساختار سیاسی

سیاست خارجی باید در توسعه صادرات کشور نقش حساستری به عهده بگیرد. از طریق مذاکرات دیپلماتیک باید زمینه انعقاد قراردادهای همکاری و سرمایه‌گذاری مشترک و توسعه صادرات و توازن نسبی در مبادلات فراهم گردد.

۲- شفافیت و پایداری قوانین

کلیه قوانینی که نهایتاً در صادرات ما اثرگذار خواهد بود، باید کاملاً شفاف و صریح و از نظر زمانی، در طی دوره معقولی از ثبات لازم برخوردار باشد. در موارد تغییرات ضروری، برای قراردادهای منعقد شده باید فرصت زمان مطلوب در نظر گرفته شود تا خللی به اصل اعتبار قراردادهای منعقد شده وارد نکند.

۳- سازگاری با روشهای مرسوم جهانی

دادوستد بین کشورها هر روز در پرتو فن شناختی جدید، شتاب بیشتری می‌گیرد. موفقیت ما در دادوستد جهانی - الزاماً - بستگی به آن خواهد داشت که از روشهای مرسوم و پیشرفته در تجارت جهانی و از ابزار و لوازم هماهنگ شده در این زمینه استفاده کنیم. استانداردها و لوازم الکترونیک که در تجارت جهانی به کار می‌رود از جمله ابزار و وسائل است که تجارت جهانی را به حجم بی‌سابقه کنونی رسانده است و دائم نیز در حال تکامل است. ما نمی‌توانیم از این وسائل و روشها بیگانه بمانیم و انتظار تصرف بازارها را هم داشته باشیم.

۴- حضور در سازمانهای بین المللی

تجارت با انزوای طلبی سازگاری ندارد. اگر نمی‌خواهیم وارد عرصه رقابت بین‌المللی شویم، کسی یا ما کاری ندارد. در آنصورت شاید انزوای طلبی هم چندان مهم بنظر نرسد. اما اگر می‌خواهیم در تجارت جهانی، خاصه در بازار صادرات جهانی نقش و سهمی داشته باشیم، ناگزیر باید در سازمانهایی که عملاً سرنوشت و سیاست ریزی جهانی را در اختیار دارند، حضوری مثبت و فعال، منطقی و غیر احساساتی داشته باشیم. باید با سرسختی و سماجت، هدف خود را در بازارهای جهانی به پیش ببریم و از کرسیها و تریبون‌های جهانی برای تشریح مواضع و نظرات اصولی خود استفاده مطلوب ببریم. از این رو نویسنده این گزارش نیز با تهیه کنندگان گزارش "وضعیت آرماتی بازرگانی کشور" که عضویت در مجامع بازرگانی بین‌المللی را توصیه کرده‌اند، هم عقیده است.

۵- تشریفات زدائی

تجارت خارجی ما باید بر چند اصل صریح استوار باشد: سرعت - دقت - شفافیت - انجام به موقع تعهدات - رعایت کامل شرایط مندرج در قراردادها و هماهنگی با نظام و ابزار کار مورد قبول و مورد استفاده در تجارت امروز جهانی. همه این موارد باید براساس توجه به هدف استوار باشد. اگر هدف توسعه تجارت است، فقط آنچه ما را به این

هدف می‌رساند مورد توجه قرار گیرد. بنابراین هر گونه تشریفات اداری و کاغذ بازی بی‌نتیجه و پر کردن اوراقی که بلافاصله پس از پر کردن به بایگانی سپرده می‌شود و بعداً هم شامل مقررات امحاً اوراق زائد می‌گردد، باید متوقف شود. یکی از هدفهای تجارت بدون کاغذ همین دوری‌گزیدن از اتلاف وقت برای پر کردن اوراق تشریفاتی بی‌معنی است.

۶- استفاده صحیح از نظام ارزی

در شرائاتی که قیمت ارز در بازار در حال ترقی است اصولاً باید صادرات کشور افزایش یابد، اما این مکانیسم وقتی عمل می‌کند که درآمد حاصل از ارز در اختیار صادرکننده باشد و براساس عرضه و تقاضای بازار آزاد بتواند آن را بفروشد و روی سود حاصل از آن حساب کند. اگر قرار باشد سود حاصل از معامله صادراتی در چارچوب فروش ارز به قیمت ثابت به نظام بانکی عاید دولت شود طبعاً صادرکننده از اهرمی که می‌تواند او را در به حرکت آوردن صادرات به عنوان یک بازوی نیرومند یاری دهد، محروم می‌کند و انگیزه‌ای برای امر صادرات و خطر کردن در بازارهای جهانی وجود نخواهد داشت. این چیزی است که دو سال است آنرا تجربه می‌کنیم و هنوز برحفظ آن، با وجود اثرات نامطلوبی که از خود نشان داده است، اصرار می‌ورزیم.

بنابر این جهت حرکت ما در سیاست ارزی باید این باشد که تا فرصت از دست نرفته بتوانیم نظام ارزی کشور را براساس عرضه و تقاضای آزاد بازار تنظیم کنیم و ارز نیز مانند هر کالای دیگر - و البته با نظارت دقیق بانک مرکزی - خرید و فروش شود. لیکن تاکید می‌کنیم که نظارت بانک مرکزی نباید به معنی تعیین قیمت خرید و فروش ارز باشد، بلکه باید محدود به تعهدات و پرداختها و دریافتهای ارزی در قالب اقتصاد کلان باشد تا از یک سو هرج و مرج گذشته بروز نکند و از دیگر سو نوسانات نرخ ارز به صورت عاملی برای تنظیم جریان داد و ستد خارجی مورد استفاده قرار گیرد که طبعاً در تنظیم و توسعه تولید و داد و ستد داخلی نیز مؤثر خواهد بود.

۷- تنوع بازارها

در گزارش وضعیت آرماتی بازرگانی کشور که از سوی موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی - وابسته به وزارت بازرگانی کشور به عنوان مستند برنامه تجارت خارجی ایران ۱۴۰۰ تنظیم شده، توجه به تنوع بازارها به طوری که از دست رفتن چند کشور و بازار نتواند تجارت خارجی کشور را مختل نماید، قید شده است. این بخش

دستباف را به جهان عرضه می‌کند و ارزش افزوده چند صد درصد بوجود می‌آورد. اگر تولیدات ما صادرات نگر باشد، آنوقت دائم از خود سؤال خواهیم کرد، آیا فلان و بهمان کالا را نمی‌توانیم به صورتی صادر کنیم که بر ارزش افزوده آن باز هم بیافزاییم و با کیفیت بهتر و قیمت بالاتر آن را به فروش برسانیم. در نظر داشته باشیم کم شدن مواد اولیه، که در نتیجه استفاده بی‌رویه از منابع طبیعی روی داده است، امروز همه کشورهای جهان را به فکر انداخته است که با استفاده از تکنولوژی پیشرفته کالاهایی تولید و صادر کنند که تا سر حد امکان کار انجام گرفته در آن‌ها ارزش بیشتری داشته باشد و نسبت قیمت مواد خام بکار رفته به قیمت کل محصول ناچیز بنظر برسد. تحقق این اهداف هنگامی میسر است که ساختار تجارت خارجی ما یک دست باشد و هر سازمانی به نحوی کمک رسان به کل صادرات باشد نه مزاحم آن. از این رو باید مسئولیتهای مشخصی که منجر به توسعه صادرات باشد برای کل دستگاه اجرایی بطور مشترک در نظر گرفت به نحوی که هیچ دستگاهی نتواند مسئولیت قصور خود را متوجه دستگاه دیگری نماید.

متوجه هدف و سیاستهای صادراتی باشد و مثال زدیم که بندری مانند هتک کنگ که گنجایش تولید معدنی و کشاورزی صادراتی ندارد، چگونه از طریق ایجاد ارزش افزوده - و بیشتر در بخش صنعت و خدمات توانسته است به ۳۵۰ میلیارد دلار صادرات سالانه دست یابد. اما این امر به هیچ وجه به معنی آن نیست که صادرات به تولید نیاز ندارد. بالاخره باید کالائی باشد تا روی آن ارزش افزوده صورت بگیرد. برای مثال از همین نفت و گاز که امروز با کمترین قیمت به فروش می‌رسد، می‌توان کالاهایی تولید کرد که چند هزار بار ارزش افزوده داشته باشد. یک الماس خوب تراش خورده قیمتی دارد که قابل مقایسه با الماس خام هم وزن و هم کیفیت خود نیست. این ارزش افزوده - یعنی کار ماهرانه انسان - است که قیمت آن را بالا برده است. اما به هر حال ماده اولیه باید باشد. منتهی در مواردی که می‌توانیم ارزش افزوده ایجاد کنیم - اگر فاقد مواد اولیه بومی نیز باشیم - می‌توانیم با خیال راحت و البته براساس برنامه ریزی بلندمدت مواد مورد نیاز را وارد کنیم. نشان بارز و عملی آن فرش دستباف است. اکنون پشم و نخ و رنگ قالی بافی تا حد زیادی از خارج وارد می‌شود، اما در عین حال ایران همچنان بهترین و معروفترین فرش

ظاهراً تحت تأثیر جریان اخیر در رابطه با جامعه اروپا آورده شده است. حتی اگر پایه بحث درست باشد، باید به عنوان یک ابزار یدکی و فقط در موارد ناگزیر از آن استفاده شود.

بی‌پرده بگوئیم: به مصلحت مان نیست که بازار تثبیت شده‌ای را که فرضاً بیش از ۲۳ درصد صادرات غیرنفتی ما را خریداری می‌کند و بیش از ۶۸ درصد از نیازهای وارداتی ما را با کالاهای پرکیفیت خود رفع می‌کند از دست بدهیم و در به در به دنبال بازارهای پراکنده برای فروش چند کیلو زیره یا چند تن کود شیمیایی و آهن برویم. تنوع بازارها ضروری است اما نه به بهای فدا کردن بازارهایی که طی چند قرن فعالیت به دست آمده است. اگر به کشورهای مختلف از نظر بازارهای بالقوه و بالفعل نگاه کنیم و این نگرش در چارچوب برنامه جامع صادرات محوری به عمل آید، طبعاً در حفظ بازارها یا مسئولیت بیشتری بر خورد خواهیم کرد. چنین روشی روابط سیاسی ما را نیز بر تکیه‌گاه‌های مستحکم تری استوار خواهد ساخت.

۸- نیم‌نگاهی به تولید

پیش از این گفتیم که برنامه‌های صادراتی باید بیشتر

کیفیت بالا در بازرسی کالا

ITS

Intertek Testing Services

The world's largest product and commodities testing organization

شامل شرکت‌های بازرسی GHMSI و Caleb Brett

با حضور در ۵ قاره جهان با مجوز مؤسسه استاندارد و بانک مرکزی سالهاست که واردات ایران را بازرسی می‌کند

هرگز فراموش نمی‌کنیم شما حق انتخاب دارید



ایران بازرسی
IRAN BAZSID

تلفن: ۸-۸۸۲۴۷۹۷ فکس: ۸۸۲۶۵۸۸

با حضور در تهران، خازک، بندر عباس، بندر امام خمینی، بندر ماهشهر، بوشهر، تبریز، مشهد، اصفهان، چابهار.