

افزایش سهم ایران در تجارت جهانی تحول عمیق ساختار اقتصادی را طلب می‌کند

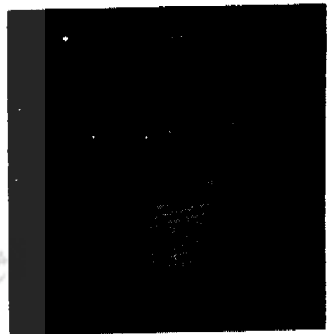
اشاره:

اقتصاد ایران برای پیمودن مسیر توسعه و صنعتی شدن و کاهش اتکا به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام، نیازمند افزایش سهم خود در تجارت جهانی از طریق رشد صادرات غیرنفتی است.

در حال حاضر سهم ایران در تجارت جهانی متناسب با جمعیت و امکانات و استعدادهای طبیعی و اقتصادی کشور نیست و برای رهایی از اقتصاد تک‌محصولی، رشد صادرات غیرنفتی به ویژه کالاهای دارای ارزش افزوده بیشتر، الزامی است.

بخش صنعت با جذب سرمایه‌گذاری‌های کلان در نخستین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی کشور، تحت‌تأثیر تکنولوژی‌های مختلف نتوانسته است سهم مناسب خود را در سبد کالاهای صادرات غیرنفتی پیدا کند، در حالی که این بخش می‌تواند به کسب درآمد ارزی بیشتر و اشتغال در کشور کمک بسزایی داشته باشد.

خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با دکتر احمد ناسمی مدیرکل توسعه صادرات و وزارت صنایع، راه‌های افزایش سهم ایران در تجارت جهانی، رونق صادرات کالاهای صنعتی و چگونگی رفع موانع موجود را جویا شد. ماحصل این گفت‌وگو را با هم می‌خوانیم.



■ برای افزایش سهم تجارت ایران در جهان چه باید کرد؟

□ در واقع بالا بردن سهم ایران در عرصه تجارت جهانی، بدون تغییر و ایجاد تحول عمیق در ساختار اقتصادی کشور مقدور نیست. در این زمینه باید تولید کالاهای صنعتی و قابل صدور افزایش یابد.

بیش از بیست سال پیروی از سیاست جایگزینی واردات، علی‌الاصول گرایش در جهت تقلیل واردات کالا و متمرکز شدن در اقتصاد درونی بوده و در واقع نوعی حصار فرضی کشیدن دور کشور است.

به‌طور قطع سیاست جایگزینی واردات آثار مثبتی نیز داشته و حجم تولیدات کشور رشد قابل توجهی در دوران انقلاب اسلامی داشته است، اما نتوانسته‌ایم با واردات کمتر این روند را حفظ کنیم.

شاید در بخش صنایع کشور بتوان این امر را به‌وضوح دید که ارزبری یک دلار تولید ناخالص ملی در گذشته رقم بسیار بالایی بوده، که اکنون به کمتر از ۳۰ درصد رسیده است. ارزبری در بسیاری از رشته‌ها نظیر صنایع غذایی، کانی غیرفلزی، فولاد، شیمیایی، پلاستیک و نظایر آنها به درصد بسیار پایین‌تری تقلیل

پیدا کرده است.

تجارب سال‌هایی که کشور بر پایه جایگزینی واردات حرکت کرده، بعد از گذشت از مرحله‌ای که آثار مثبت داشت، به‌تدریج خواص خود را از دست داد. نوسودگی، فقدان قدرت رقابت صنایع داخلی با خارجی، ساده بودن نوع محصول، پایین بودن کیفیت آن و در نتیجه عقب ماندن از زمان در بخش صنعت مشاهده می‌شود.

نمونه بارز آن تولید پیکان است که در آستانه قرن بیست‌ویکم هنوز با استانداردهای ۳۰ سال قبل انجام می‌شود. بنابراین تا زمانی که صنایع کشور

معامله پرداخت، ویژگی این روش این است که دو طرف قدرت مانور و انعطاف بیشتری پیدا خواهند کرد.

برای آنکه بتوان سهم ایران را در بازارهای جهانی افزایش دهیم، باید صادرات به غیر از نفت گسترش یابد. در این زمینه مقام معظم رهبری بارها بر اقتصاد بدون نفت تأکید کرده‌اند.

مسئولان بازرگانی کشور نیز بارها گفته‌اند، صادرات باید به یک عزم و باور ملی تبدیل شود و یک فرهنگ ملی را تشکیل دهد. اگر چنین امری اتفاق افتد، به یقین یک کارشناس که در امور صادرات تصمیم‌گیری می‌کند، نمی‌تواند صادرکنندگان را با پاسخ منفی روبه‌رو سازد.

امروز خلاق‌ترین افراد در سطح جهان در بخش تجاری کار می‌کنند. اگر یک شرکت تجاری روی کالای خود بازاریابی صحیحی نکند، قطعاً هزینه‌های خود را در نمی‌آورد. بازاریابی باید بسیار پرتحرک باشد تا بتواند بازارهای مختلفی را پیدا کند. لازمه این نوع بازاریابی این است که دست‌کم در خانه خود گرفتار قوانین و مقررات دست‌وپاگیر نباشیم.

است. این مقوله باید براساس تحولاتی که در سال‌های اخیر در کشور به وجود آمده است، متحول شود.

امروزه نرم‌افزارهایی در بازار موجود است که قیمت آن کمتر از ۵۰۰ دلار است و در آن مقررات مربوط به صادرات و واردات، موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای، شرایط ورود، عوارضی که بر کالاها مترتب است، مالیات کالاها و دیگر موارد را به‌طور شفاف عرضه کرده است. این اطلاعات بر روی یک CD ضبط شده است. به راحتی می‌توان نام کالا و مبدأ و مقصد آن را داد و نرم‌افزار تمام مراحل و مقررات را به‌صورت شفاف به صاحب کالا نشان می‌دهد. در این نرم‌افزار خبری از مقررات تجاری ایران نیست. شاید به این علت که مقررات ما سیال و هر روز در حال تغییر است.

در واقع یکی از معضلات بخش تجاری کشور این است که بسیاری از دست‌اندرکاران بازرگانی کشور نسبت به مرحله‌ای که برای ورود یا صدور یک کالا و یا بیع متقابل دو کالا با یکدیگر باید طی شود، آگاهی لازم را ندارند. علت این امر ناآگاهی نسبت به این مراحل نیست، بلکه به تفاسیر و برداشت‌های مختلف کارشناسان برمی‌خورد.

ذکر این مثال ضروری است که چند سال است مقررات مربوط به بیع متقابل را دولت تدوین کرده و در حال اجرا است. اما با ملاحظه به اعداد و ارقام مشاهده می‌شود حجم معاملات به‌صورت بیع متقابل بسیار اندک است و فقط به دریافت یک مجموعه ماشین‌آلات از یک کشور و در ازای آن صدور کالای تولیدی توسط این ماشین‌آلات منحصر شده است.

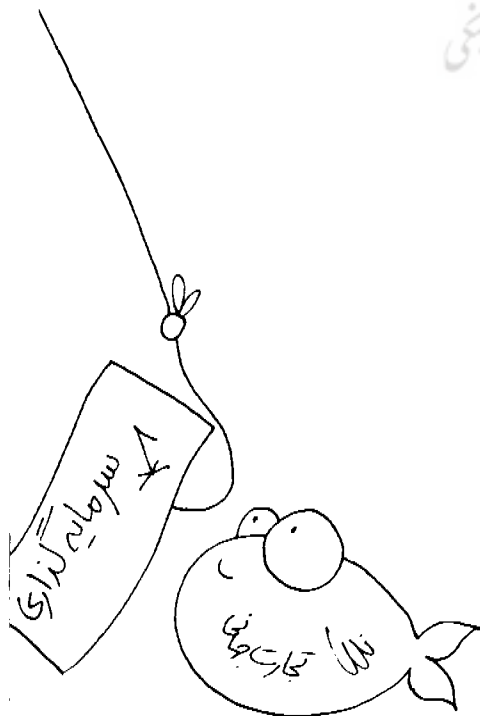
بیع متقابل فقط این شکل از تجارت نیست و امروزه بسیار متنوع شده است. برای افزایش حجم تجارت می‌توان یک سبد کالای صادراتی را در مقابل یک سبد کالای دیگر کشورها گذاشت و به

در رقابت با تولیدات خارجی قرار نگیرند، اولین زیان آن را مصرف‌کنندگان ایرانی می‌دهند. چون کالای بدون کیفیت خریداری می‌کنند. به دلیل پایین بودن حجم تولید از صرفه‌جویی‌های مقیاس نیز بی‌بهره می‌شویم و در نتیجه فقدان توان رقابت صنایع داخلی با خارجی. بالاخره مجبور می‌شویم کالای با کیفیت پایین‌تری مصرف کنیم. تمامی این موارد آثار منفی بلندمدت پیروی از سیاست جایگزینی واردات است. به‌خصوص صنعت کشور به یک بلوغی رسیده است که در بخش‌هایی می‌تواند با صنایع بین‌المللی رقابت کرده و سربلند بیرون آید.

آمارها نشان می‌دهد ایران دارای یک درصد کل جمعیت جهان است، اما حجم تجارت خارجی آن حدود ۰/۳ درصد تجارت جهانی است. این یک پدیده در حال توسعه بودن است. آمار نشان می‌دهد بیش از ۷۰ درصد تجارت جهانی را کشورهای صنعتی و کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه و نظایر آنها در اختیار دارند و طبیعی است سهم کشورهای در حال توسعه در این سبد تجاری کم باشد.

پیروی از سیاست‌های رقابتی، شروع و حرکت در جهت حذف موانع غیرتعرفه‌ای و جایگزینی تعرفه به جای موانع غیرتعرفه‌ای حرکتی است که اگرچه پیشنهاد سازمان جهانی تجارت است، اما لزوماً به زیان صنایع کشور نخواهد بود، حتی اگر در کوتاه‌مدت آثاری بر تعدادی از واحدهای تولیدی کشور داشته باشد، ولی در مجموع راهی است که باید پیمو. برای طی این راه بیش از هر چیز به سرمایه‌گذاری و افزایش تولید نیاز است و در زمینه نرم‌افزاری مشکلات عمیق‌تری وجود دارد.

در واقع رشد تجارت کشور کند است و در لابه‌لای مقررات مختلف فشرده شده



در یک جمع‌بندی باید گفت: در کوتاه‌مدت تغییر و اصلاح بیش دستگاه‌ها و مدیران بخش بازرگانی یک نیاز است، مبنی بر آنکه صادرات امری مهم و کاری حیاتی است و برای توسعه اقتصادی کشور لازم است. صادرکننده در حقیقت یک سرباز، بسیجی و سردار اقتصادی است. صادرات برای اقتصاد کشور یک هدف است، چنانچه این فرهنگ ترویج شود، به مدیریت جرأت داده می‌شود که بسا برداشت مثبت در مقابل درخواست‌های بخش تجاری که در امر صادرات گام برمی‌دارند، پاسخ مثبت بدهد.

افزایش صادرات باید همواره با مقررات‌زدایی همراه باشد. ریاست محترم جمهوری به‌تازگی اعلام کرده‌اند مردم از مقررات دست‌وپاگیر اداری رنج می‌برند، چرا باید برای یک کار، تأیید ۵، ۶ مرکز اخذ شود و متقاضی از این اداره به آن اداره برود. اگر بخواهیم یک جمله به جمله مقام ریاست جمهوری اضافه کنیم، این است: هر یک از این ادارات ممکن است در یک جایی صادرکننده را متوقف کنند و بگویند به استناد این بند و تبصره اصلاً نمی‌شود صادر کرد. این حالت علاوه بر آنکه مراحل گوناگون کار

صادرات را طولانی کرده، نوعی بی‌اعتمادی نیز در کار ایجاد کرده است.

برای بخش تجاری که در دنیای خارج با رقابت‌های مختلفی روبه‌رو است، نباید در

داخل تا این حد مراحل متعدد و مقررات با تفاسیر احتمالاً انقباضی برخی کارشناسان و مدیران وجود داشته باشد. به گفته آقای رییس‌جمهور اگر برای یک

فعالیت اقتصادی نیاز به صدور مجوز از سوی چندین نفر باشد، چرا این عده یک جا جمع نمی‌شوند؟

تجارت الکترونیکی فعالیت بازرگانی بین‌المللی را به لحظات تقلیل داده است و به راحتی می‌توان از طریق اینترنت با طرف تجاری خود مذاکره و توافق کرد.

امروزه می‌توان با توسل به تجارت الکترونیکی به راحتی نمونه جنس را روی صفحه نمایشگر رایانه دید و با مشخصات فنی جنس آشنا شد. از این طریق تجارت، می‌توان کارهای حمل و نقل، بیمه، بانک و گمرک را به راحتی انجام داد. با چنین ترتیباتی می‌توان سهم خود را در تجارت جهانی بالا ببریم.

بهبود روش‌ها و مقررات‌زدایی باید یک اصل مهم بخش تجاری کشور باشد. این امر نیز به دریافت سهم واقعی کشور در تجارت جهانی کمک‌های شایانی می‌کند. به‌طور کلی برای آنکه بتوان در بلندمدت در صادرات موفق بود، به ایجاد یک فضای دارای امنیت قضایی و اقتصادی نیاز می‌باشد.

در واقع سرمایه‌گذار باید بداند که اگر بخواهد در کشور سرمایه‌گذاری کند،

○ پیروی از سیاست‌های رقابتی، حرکت در جهت حذف موانع غیرتعرفه‌ای و ایجاد موانع تعرفه‌ای به جای غیرتعرفه‌ای، اگرچه پیشنهاد سازمان جهانی تجارت است، اما لزوماً به زیان صنایع کشور نیست. حتی اگر در کوتاه‌مدت بر برفی از صنایع آثار منفی داشته باشد.

سرمایه‌وی مورد حمایت واقع می‌شود. امروز سرمایه‌گذاران برای آینده سرمایه‌گذاری باید خوش‌بین شوند. آنها باید مطمئن باشند تا زمانی که براساس

قانون و مقررات عمل می‌کنند، دولت از آنان حمایت می‌کند.

امروزه در کنترل‌هایی که روی واحدهای تولیدی صورت می‌گیرد، تعدد مراکز وجود دارد و هر یک از این مراکز براساس مقررات و قوانینی تأسیس شده‌اند و این تعدد کنترل‌ها کار تولید را به تعویق می‌اندازد.

در واقع بسیاری از تولیدکنندگان معتقدند نفس و عمل تولید برایشان یکی از کارهای فرعی شده و مسایل حاشیه‌ای اصل شده است.

به گزارش انجمن مدیران صنایع یک واحد تولیدی بیش از پنجاه نوع مورد عوارض و مالیات و... پرداختی دارد. شاید این پرداخت‌ها به حق باشد، ولی چرا این همه تعدد؟

اگر بتوان به تولیدکننده گفت انواع پرداخت‌ها به دولت را از طریق یک مرجع انجام دهد، قیمت تمام‌شده شفاف‌تر می‌شود. بسیاری از واحدهای تولیدی با آنکه در ابتدا از مالیات معاف هستند، ولی وقتی تولید آنها به بار نشست، خیلی از مالیات‌ها و عوارض‌ها را کشف می‌کنند و این موضوع روی قیمت تمام‌شده آنها اثر می‌گذارد.

امروزه واحدهای صنعتی از تعدد قوانین و تعدد نظارت‌ها رنج می‌برند و این موضوع، هزینه‌ها را بالا برده است. این امر بساعت شده است سرمایه‌گذاری انجام نگیرد و تولید افزایش نیابد.

تولید با نگرش عرضه در بازار داخلی دیگر پاسخ‌گوی اقتصاد ایران

نیست و دوران سیاست‌های جایگزینی واردات پس از ۳۰ سال تجربه سرآمده است و باید تفکر توسعه صادرات جایگزین شود.

بین‌المللی را دیده‌ام که صنعت و تجارت آن به‌طور متمرکز سیاست‌گذاری نشده باشد. «میتی» یا وزارت صنعت و تجارت ژاپن یک نمونه است. امروزه مرز بین صنعت و تجارت به قدری به یکدیگر نزدیک شده است که نمی‌توان در دو واحد جداگانه نسبت به آنها برنامه‌ریزی کرد.

در ایران بین وزارت صنایع و وزارت بازرگانی به‌خصوص در ۸ ساله اخیر، همکاری بسیار بالایی وجود دارد و عملاً نزدیکی بسیار زیادی بین این دو وزارتخانه مشاهده می‌شود،

ولی در عین حال آنها از یکدیگر جدا هستند. این امر برای کشور هزینه دربردارد.

■ آیا می‌توان کشورهای را که در افزایش سهم تجارتشان در بازارهای جهانی موفق بوده‌اند الگو قرار داد؟

۱۱ تجارت، عملکرد و محیط کشورهای موفق در صحنه تجارت جهانی امروزه بسیار نزدیک به هم شده است. وقتی سخن از دهکده جهانی به میان می‌آید، به آن معنا است که همه در حال وصل کردن ارتباطشان به یکدیگر هستند. آنها کمابیش دارای تجارت مشابهی هستند.

توسعه اقتصادی در حقیقت از انباشت سرمایه، افزایش تولید، بالا رفتن پیمان‌انداز و تقویت رقابت به دست می‌آید. تمامی این مقوله‌ها در کشورهای در حال توسعه، امری طبیعی و قانون قلمداد می‌شود. البته آشکال رقابت در کشورهای مختلف متفاوت است، اما ماهیت و جوهر آن یکی است.

اصولاً تجربه ایران برای گذر از مراحل از توسعه از ویژگی‌ها، موقعیت و پیش‌حاکم بر اقتصاد کشور تبعیت می‌کند و در این زمینه نقش مسئولان سیاسی،

دشواری است. اما در این زمینه باید واحدهای تولیدی، خدمات‌موردنیاز خود را به بخش‌های دیگر تحویل دهند.

باید در مصرف نیز صرفه‌جویی شود تا بتوان صادر کرد. با سطح مصرف کنونی کشور، تقاضا بالا است و مازاد تولید کم

○ تولید با نگرش عرضه در بازار دافل، دیگر پاسخگوی اقتصاد ایران نیست و دوران سیاست‌های جایگزینی واردات پس از سی سال تجربه سرآمده است. باید تفکر توسعه صادرات را جاری ساخت.

است و در نتیجه احساس نیاز به صادرات اصلاً به وجود نمی‌آید. این موضوع ریشه در یارانه‌های بعضاً نابجایی دارد که دولت به جامعه می‌دهد.

سوخت، برق، آب، حمل و نقل و نان ارزان مواردی است که ضمن آنکه حیاتی هستند، اما در مصرف آن در جامعه بسیار افراط می‌شود.

بنابراین باید مصرف کم شود و تشریفات زاید در مصرف حذف گردد. هر وقت که مصرف، ضایعات و هزینه تولید کاهش یافت، کشور در آستانه پرش و ورود به بازارهای جهانی قرار می‌گیرد.

در یک جمع‌بندی می‌توان گفت: برای آنکه بتوان سهم ایران را در اقتصاد جهان سامان بخشید، باید در داخل واحدهای تولیدی در جامعه، در دستگاه‌های اداری و از همه مهم‌تر در سیستم بانکی تحول ایجاد شود و مقررات شفاف شود.

■ نقش وزارت صنایع در افزایش سهم تجاری ایران در اقتصاد جهان چیست؟ اگر این برنامه اجرا شده است، چه میزان موفقیت به همراه داشته است؟

□ من کمتر کشوری موفق در امر صنعتی شدن و حضور در بازارهای

■ برای افزایش تولید و افزایش ظرفیت‌ها در جهت افزایش صادرات چه باید کرد؟

□ در این زمینه باید فعالیت‌های زیادی کرد. جامعه و ملت باید این فرهنگ را بپذیرد که نمی‌توان کمتر کار کرد و بیشتر به دست آورد.

هیچ کشور توسعه یافته‌ای نیست که در مقایسه گذشته و حال آن گویای کم کردن کار باشد. کار کردن باید در ایران روزبه‌روز بیشتر شود و بازدهی حاصل از آن افزایش یابد.

دستگاه‌های اداری و تولیدی کشور هم‌اکنون بازده مطلوبی ندارد و با خیلی از کشورهای هم‌جوار مانند ترکیه و پاکستان قابل قیاس نیست. بازدهی کار یا به عبارت دیگر بهره‌وری نیروی کار و بهره‌وری سرمایه در ایران در سطح پایینی قرار دارد. این بهره‌وری پایین باعث می‌شود هزینه‌ها افزایش یابد.

تولید در ایران در حال حاضر مطلوب نیست. باید تولید در صنایع به‌ویژه در بسته‌بندی را به روز آورد و آن را متناسب با نیاز مصرف‌کننده کرد.

تولید در ایران با ضایعات بسیار بالایی همراه است. در سطح جهان برای کاهش ضایعات تحقیقات عدیده‌ای صورت می‌گیرد و در کشورهای صنعتی ضایعات تولید نزدیک به صفر است. اما گاهی ما فقط تولیدکننده ضایعات هستیم و به‌طور مثال روغن موتور در کشورهای صنعتی تا ۱۰ هزار کیلومتر قابل استفاده است، ولی همین روغن در اتومبیل‌های ایرانی تا ۱۵۰۰ و حداکثر ۲۰۰۰ کیلومتر تعویض می‌شود.

باید برای ورود به بازارهای جهانی هزینه تولید را کاهش داد که کار بسیار

می تواند حلال مشکلات باشد، به نظر من صحیح نیست. ایجاد رقابت و در کنار آن خصوصی سازی می تواند مفید باشد.

■ ممکن است وزارت صنایع پروانه های احداث و بهره برداری را به واحدهایی بدهد که از ابتدا با فکر صادرات محصولات خود اقدام به تولید می کنند؟

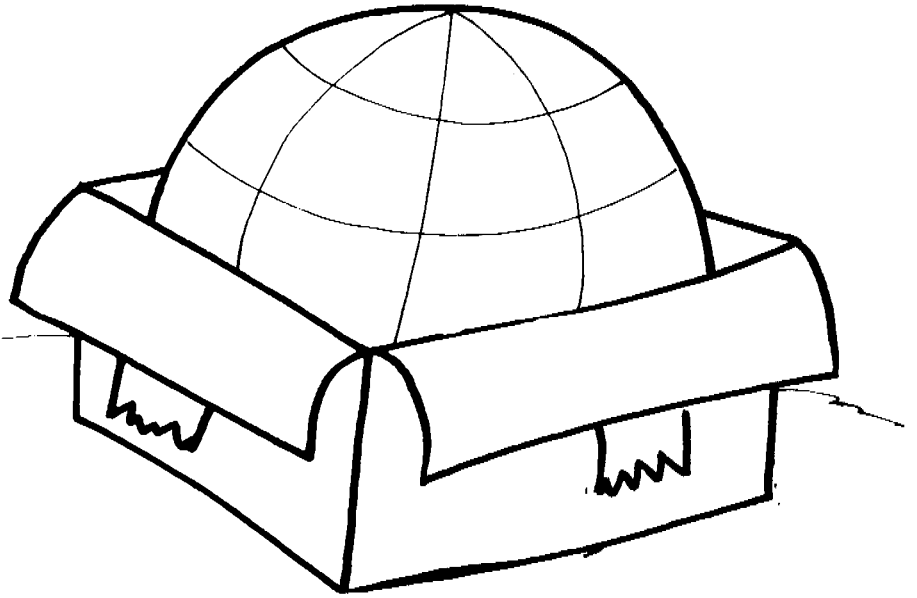
۱۱ بیش از ۱۰ سال است که وزارت صنایع برای دادن پروانه ایجاد واحد صنعتی، محدودیتی قایل نمی شود. مهم آن است که کارآفرینی که پروانه تأسیس واحدی را دریافت می کند، بعضاً محاسباتی دارد که چگونه می تواند از ارز و یارانه های بیشتری در بخش صنعت استفاده کند.

اگر بتوان ارزان فروشی ارز و در حقیقت یارانه ها را به شکلی کنار گذاشت، حداقل در اجرای پروژه ها تأثیر به وجود آورده ایم. اگر یارانه ها به نوعی حذف شوند، افراد به دنبال صنعتی می روند که می تواند تولید مفید و مناسبی برای بازار داخلی و صادرات داشته باشد.

■ مزیت های نسبی در صنعت که بیشتر جنبه صادراتی داشته باشد، کدامند؟

۱۲ امروزه بیشتر از مزیت های رقابتی به جای مزیت های نسبی صحبت می کنند. مزیت اگر بر پایه امکانات، منابع و ذخایر فراوانی در کشور باشد، کشور در زمینه صنایع غذایی و صنایعی که متکی به مواد معدنی هستند و صنایع کانی غیرفلزی دارای مزیت های آشکاری است.

در زمینه پوشاک و آن بخش از صنایع نساجی که دارای کاربری بالایی است، وضعیت به نسبت مناسبی داریم. با ایجاد صنایع بزرگ، ذوب آهن و تولیدات مطلوب در این بخش، در مرحله بعدی صنایع ریخته گری و آهنگری با توجه به تقسیمات جهانی این بخش، ایران می تواند کالا و محصولات قابل رقابتی را به



چیز تغییر کند.

خصوصی سازی یک ابزار است که در کنار بقیه ابزارها می تواند توسعه اقتصادی را تضمین کند، ولی موتور توسعه اقتصادی نیست. گزارش های تحقیقی در زمینه تجربه خیلی اندک خصوصی سازی در ایران نشان می دهد همه واحدهای واگذار شده به بخش خصوصی، موفق نبوده اند. زیرا گرفتاری های مشابهی داشتند.

در اقتصاد ایران باید از تصدی دولت کاسته شود و سیاست گذاری در اختیار دولت باشد. بنابراین آن چیزی که می تواند بخش دولتی را نیز اصلاح کند، رقابت است. عمل رقابت بخش خصوصی در کنار بخش دولتی باعث اصلاح بخش دولتی می شود. اما اگر بخش خصوصی دارای قدرت انحصاری باشد، همان قدر قیمت ها را بالا خواهد برد، خدمات را کاهش خواهد داد و غیر کارآمد خواهد بود که بخش دولتی چنین اعمالی را انجام می دهد.

به طور کلی خصوصی سازی ابزاری از مجموعه ابزارها برای توسعه ضروری است، اما این امر که خصوصی سازی

اقتصادی و قضایی کشور تأثیر زیادی بر آن دارد. اما من به این امر خیلی اعتقاد ندارم که توسعه اقتصادی در ایران پدیده ای متفاوت از توسعه در دیگر کشورها باشد.

■ آیا نسبت نامتعادل سهم تجارت بخش خصوصی و دولتی در ایران می تواند ما را در جهت افزایش سهم تجارت کشور در صحنه اقتصاد جهان هدایت کند؟

۱۳ من قبلاً فکر می کردم خصوصی سازی می تواند در توسعه اقتصادی ایران نقش مؤثری ایفا کند، اما می بینم مدیران بخش خصوصی همانند مدیران بخش دولتی سهم عمده ای از گرفتاری های شان مشابه است.

به نظر من خصوصی سازی نمی تواند موتور توسعه باشد. توسعه اقتصادی نیاز به زمینه سازی های قبلی دارد و قطعاً بخش خصوصی به دلیل بالا بودن انگیزه های فعالیت، دارای قدرت نمایش بیشتری است. اما اگر تصور چنین باشد که کارخانه های دولتی را به بخش خصوصی واگذار کرد، ولی به ترکیب مقررات فعلی دست نزد، نباید خیلی امیدوار بود که همه

جهانیان عرضه کنند. اما این بحث که مدیریت‌ها چگونه بتوانند مزیت‌ها را بسازند، امر بسیار مهمی است. در خیلی از زمینه‌ها شاهد ساختن یک مزیت از سوی یک مدیریت هستیم. ارزش مدیریت هنوز در جامعه ما کشف نشده است. مدیر خوب می‌تواند یک توانایی بالقوه‌ای را کشف کند و به فعل درآورد.

■ نظر شما در زمینه کارکرد روی بازارهای هدف و یا بازارهای پراکنده صادرات برای افزایش سهم تجاری ایران چیست؟ روی کدام یک از این بازارها باید بیشتر فعالیت کرد؟

[۱] بنظر من روی هر دو گروه از بازارها باید فعالیت داشت. در حقیقت بازارهای هدف برای ایران حدود ۳۰ کشور در حال توسعه است که در آسیای میانه، جنوب ایران، آفریقا، خاورمیانه و جنوب شرقی آسیا قرار دارند. روی این بازارها می‌توان متمرکز شد. آمریکا و آمریکای جنوبی بازارهای خوبی هستند، ولی مشکلات حمل‌ونقل، کالا را گران به مقصد می‌رساند.

هزینه‌های اولیه بازاریابی در منطقه آمریکای لاتین که قابلیت جذب کالاهای ایران را دارد، بسیار زیاد است. اروپای متحد نیز می‌تواند بازار خوبی برای کالاهای ایرانی باشد. اما بازار کالاهای ایران در کشورهای پیشرفته متأثر از سیاست‌های خارجی جمهوری اسلامی ایران است.

در حقیقت توسعه سیاست‌های مسالمت‌آمیز ایران به توسعه همکاری تجاری با این کشورها کمک می‌کند. بسیاری از مسؤولان کشورهای پیشرفته صنعتی در ملاقات با مقام‌های ایرانی اظهار می‌دارند که علاقه‌مند به خریداری محصولات غیرنفتی ایران هستند. آنها حاضر به فراهم کردن تسهیلات برای بخش خصوصی کشورشان جهت خرید

کالاهای غیرنفتی ایران هستند.

این گونه کشورها سعی دارند توازن تجاری با ایران داشته باشند، زیرا وقتی می‌بینند حدود ۴۰۰ میلیون دلار کالا به ایران صادر می‌کنند و در مقابل کالای کمی از ایران وارد می‌کنند، می‌دانند که این تجارت نمی‌تواند باثبات باشد.

لازمه این کار، برنامه‌ریزی صحیح و فعالیت بیشتر وابسته‌های اقتصادی سفارتخانه‌های ایران در کشورهای خارجی است. ما نباید خود را از هیچ فرصتی برای صادرات کالاهایمان محروم کنیم. کشورهای توسعه‌یافته بازارهای بزرگی برای کالاهای ایرانی هستند.

کالاهای ایرانی اصولاً ارزان‌تر از کالاهای موجود در بازارهای خارجی است. این امر به‌ویژه در میوه‌های ایرانی به‌وضوح قابل رؤیت است. البته باید کیفیت و بسته‌بندی کالاهای صادراتی را بهبود داد.

■ اگر تجارت را در بخش‌های صنعت، خدمات، کشاورزی و معدن

لیسانس، فرزش نرم‌افزار و خدمات ماهواره‌ای و... خود را می‌فروشند.

ایران در آستانه گذار از صدور مواد خام به محصولات ساخته شده است و یک روزنه‌ای برای صدور خدمات فنی - مهندسی کشور فراهم شده است.

ذکر این نکته ضروری است که خلائی که در کشورهای آسیای میانه وجود دارد، ایران را قادر به صدور خدمات فنی - مهندسی به این منطقه می‌کند.

ایران در آفریقا نیز زمینه صدور خدمات فنی - مهندسی دارد و در بنگلادش و پاکستان نیز می‌توان این گونه خدمات را ارائه کرد. متناهی این قدم اول است، در اصل باید مقررات، تصحیح شود. امروز باید به خریدار اعتبار داد تا بداند اگر از ایران خرید کند، می‌تواند اعتبار مدت‌دار دریافت دارد.

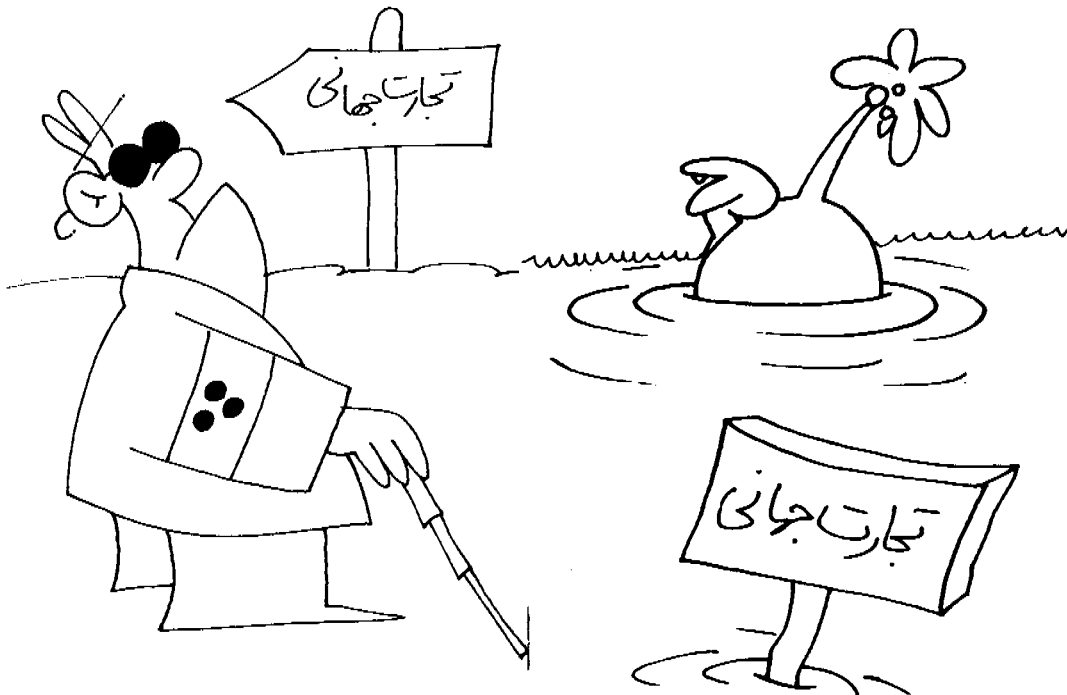
البته این کشورها امروز خیلی خوب فکر می‌کنند و با هر یک از آنها که مذاکره می‌شود، می‌گویند ایران می‌تواند در کشورشان سرمایه‌گذاری مشترک کند. آنها

○ بخش عمده‌ای از گرفتاری‌های مدیران دولتی و خصوصی مشابه است، لذا خصوصی‌سازی نمی‌تواند موتور توسعه باشد و توسعه اقتصادی نیازمند اصلاح زیرساخت‌های فعلی است.

حاضر به دادن زمین، نیروی کار و امکانات ساختمانی هستند و خواهان فن‌آوری و ماشین‌آلات صنعتی می‌باشند. اما از آنجا که امکانات سرمایه‌ای کشور کم است، توانایی این کار در حد معقول وجود ندارد. امروز می‌توان کارخانه‌های چند صد میلیون دلاری آسیای میانه را با ارقام پایین خریداری کرد. البته اینکه دولت این خرید را انجام دهد، کار غلطی است. بخش خصوصی باید آنچنان توانمند شود که بتواند در این

تقسیم کنیم، ایران در کدام یک از این بخش‌ها بیشتر موفق است؟

□ - کشورهای کمتر توسعه‌یافته بیشتر صادرکننده مواد اولیه هستند. - کشورهای درحال توسعه در تلاش هستند کالاهای صنعتی و معدنی صادر کنند. - کشورهای پیشرفته‌تر صدور خدمات خود را به ارقام بالا می‌رسانند. - کشورهای فوق‌العاده پیشرفته علاوه بر کالاهای فوق، انواع خدمات فنی، حق



امروزه سفرای کشورهای صنعتی برای آنکه بتوانند یک کالا را از کشورشان به ایران صادر کنند، حاضر به ملاقات با یک کارشناس در مؤسسات ایرانی هستند. باید دید چه میزان از وقت یک نماینده ایران در خارج از کشور صرف امر توسعه تجارت ایران می‌شود؟ برخی سفرا و مسؤولان اقتصادی و بازرگانی ایران در خارج از کشور شم تجاری دارند و به صورت همت عالی و علاقه شخصی خود، روند مذاکرات و فعالیت‌های تجاری ایران با آن کشور را دنبال می‌کنند که امری مؤثر بوده است، ولی این امر در سطح همه سفارتخانه‌ها جاری نشده است.

وزارت امور خارجه باید مجهز به یک شبکه الکترونیکی مجهز شود و مناقصه‌هایی را که در سراسر جهان منتشر می‌شود، به طور مستقیم در اختیار شرکت‌های پیمانکاری ایران قرار دهد و در این رهگذر تشریفات اداری مرتفع گردد. سفارتخانه‌های ایران باید سفیر کارخانه‌ها و تجار ایرانی باشند.



می‌نماید. حق هم دارند که چنین تصویری داشته باشند. عده زیادی از تجار ما در آسیای میانه ورشکست شدند و دولت از آنان پشتیبانی نکرده است.

به نظر من باید کارت بازرگانی به کسانی داده شود که دارای دانش و تجربه تجاری بالایی باشند. برای توسعه صادرات، توسعه صدور کارت بازرگانی امری الزامی به نظر نمی‌رسد. امروزه تجار ۵ یا ۱۰ میلیون دلاری در سطح بین‌المللی تاجر به حساب نمی‌آیند. در ایران شرکت‌ها و افراد نادری وجود دارند که بتوانند در هر سال ۵ تا ۱۰ میلیون دلار صادرات کنند. دولت باید بازرگانانی که بیشتر فعالیت می‌کنند و کارهای بزرگی انجام می‌دهند و خلاصه دارای تنوع کاری هستند را بیشتر از بقیه حمایت کند. اما این امر با فرهنگ جاری کشور خیلی منطبق نیست.

■ نمایندگی‌های سیاسی ایران در خارج چه نقشی در افزایش صادرات ایران دارند؟

□ تأسیس معاونت اقتصادی وزارت امور خارجه به مفهوم آن است که این وزارتخانه به کمبود فعالیت در این بخش پی برده است.

بازارها حضور مستمر داشته باشد. مقررات بانکی و مقررات اعتباری کشور نیز پشتیبان آن باشد.

■ آیا تجار ایرانی در جهت چانه زدن و مذاکره در سطح بین‌المللی در حد قابل قبول عمل می‌کنند؟

□ عده زیادی افراد در کنار تجار واقعی در سال‌های اخیر به وجود آمده‌اند. آمار دارندگان کارت بازرگانی در کشور حاکی از آن است که سرانه یک کارت بازرگانی در ایران بیش از چند هزار دلار نیست، در صورتی که همین سرانه در کشور ترکیه بیش از یک میلیون دلار است. وقتی به پراکندگی‌ها دقت شود، درمی‌یابیم تعداد زیادی از صاحبان کارت بازرگانی اصلاً تاجر نیستند. خارجی‌ها تاجرانی را که با پرداخت مبلغ ناچیزی کارت بازرگانی گرفته‌اند را با تاجرانی که واقعاً تجارت می‌کنند، یکی می‌دانند.

در مجموع در ایران تعداد کثیری تاجر خرده‌پا، کم‌پول، ناآشنا به مقررات، کم تجربه و کسی که دچار گرفتاری تغییر مقررات شده است وجود دارد. این عده اغلب توانسته‌اند به تعهدات خود عمل کنند و در نتیجه عملکرد آنان نزد تجار خارجی ضعیف و غیرقابل اعتماد