

صادرات جریان پول و منابع مالی رشد اقتصادی منطقه‌ای را تسهیل می‌کند

انتشاره:

نظام برنامه‌ریزی اقتصادی در ایران تاکنون به صورت متمرکز بوده و اهداف برنامه‌ها، سیاست‌ها و خط مشی‌های کلی از سوی دولت تدوین شده و در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسیده و سپس به مرحله اجرا درآمده است.

این دیدگاه برنامه‌ریزی تاکنون توفیق زیادی در توسعه مناطق به دست نیاورده و بیشتر در چارچوب برنامه‌ریزی متمرکز به انجام پروژه‌های زیربنایی در گوشه و کنار کشور منتهی شده است.

در سومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، دیدگاه نوین برنامه‌ریزی منطقه‌ای مطرح شده است. در این دیدگاه مناطق مختلف در تهیه و تدوین برنامه‌ها، سیاست‌گذاری‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و اجرای برنامه‌های توسعه‌ای در منطقه نقش فعال‌تری به عهده می‌گیرند.

چنانچه اهداف اصلی و سیاست‌های کلی برنامه در دوره مشخص شفاف گردد، دولت می‌تواند مناطق را در تدوین برنامه‌های توسعه‌ای در جهت اهداف اصلی نظام اقتصادی - اجتماعی رهنمون شود و در نهایت توسعه مناطق در راستای اهداف ملی از سرعت و کیفیت بالاتری برخوردار گردد.

در رابطه با نظام برنامه‌ریزی منطقه‌ای و مزایای بهره‌گیری از این شیوه برنامه‌ریزی، خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» با آقای دکتر علی حسینی مدیر گروه شهرسازی دانشکده هنر دانشگاه تربیت مدرس و عضو هیأت علمی این دانشگاه گفت‌وگویی دارد که با هم می‌خوانیم.

■ مفهوم کلی برنامه‌ریزی منطقه‌ای چیست؟

! در ادبیات اقتصادی، برنامه‌ریزی منطقه‌ای به این مقوله می‌پردازد که چگونه از توانمندی‌های موجود در مناطق بتوان برای رشد آن مناطق استفاده کرد.

در این شیوه برنامه‌ریزی، تلاش بر آن است که مکانیزم‌هایی در مناطق به وجود آید که به کمک آنها، بدون اتکاء بیش از حد به توانمندی‌های موجود در

خارج از منطقه، در جهت توسعه گام برداشت.

بنابراین محور اصلی بحث برنامه‌ریزی منطقه‌ای، توجه خاص به منطقه مورد نظر می‌باشد. در این زمینه لازم است قدرت یا مکانیزم‌های تصمیم‌گیری به مناطق منتقل شود و کار برنامه‌ریزی به‌طور اصولی در درون مناطق شکل بگیرد. این شیوه برنامه‌ریزی متفاوت با سیستم برنامه‌ریزی است که در آن مناطق به

عنوان یک مرحله از برنامه‌ریزی کلی مورد توجه قرار می‌گیرند.

در نظام برنامه‌ریزی منطقه‌ای، مسؤلیت تهیه و اجرای برنامه‌ها به عهده مسؤلان محلی است و آنچه ارتباط آنها با رده‌های بالاتر را فراهم می‌سازد، بیشتر جنبه‌های فرهنگی و تا حدودی پشتیبانی مسالی در اجرای برنامه دارد و تصمیم‌گیری‌ها به کمک نیروهای مناطق صورت می‌گیرد.

■ شیوه برنامه‌ریزی منطقه‌ای در

ایران چه جایگاهی دارد؟

□ نگرشی که در رابطه با برنامه‌ریزی منطقه‌ای در ایران وجود دارد، به‌طور عمده سنتی است و از تدوین نخستین برنامه توسعه در کشور وجود داشته است.

اکنون برنامه‌ریزی منطقه‌ای در ایران به این موضوع پرداخته که چگونه می‌توان مناطق را در درون برنامه متمرکز ملی جای داد. اما به‌تازگی این ضرورت لمس شده که امر برنامه‌ریزی را باید به نهادهای درون مناطق واگذار کرد. شاید هنوز اقدام جدی در این زمینه صورت نگرفته باشد، اما این ضرورت احساس شده است که برنامه‌ریزی از مرکز خارج شود و به صورت منطقه‌ای باشد.

■ برای تدوین و اجرای یک برنامه‌ریزی منطقه‌ای موفق در کشور چه راهبردهایی باید اتخاذ شود؟

۱۱ یکی از روش‌هایی که در ادبیات برنامه‌ریزی اقتصادی وجود دارد و از گذشته نیز بوده، برنامه‌ریزی راهبردی است.

با توجه به ضعف اطلاعات و آمار و نیز تجربه‌ای که در زمینه برنامه‌ریزی منطقه‌ای وجود دارد، به‌نظر می‌رسد برنامه‌ریزی راهبردی (استراتژیک) می‌تواند موفق‌تر عمل کند. البته راهبردهایی که اینک در برنامه‌ریزی منطقه‌ای دنبال می‌شود، شامل راهبرد توسعه فیزیکی، راهبرد توسعه اقتصادی و بازرگانی و راهبرد توسعه منابع انسانی می‌باشند.

■ راهبرد توسعه فیزیکی در برنامه‌ریزی منطقه‌ای چگونه اتخاذ، تدوین و اجرا می‌شود؟

۱۲ در راهبرد توسعه فیزیکی، هدف بهبود بخشیدن شرایط فیزیکی منطقه است و این امر می‌تواند زمینه‌ساز رشد و توسعه اقتصادی مناطق باشد. یکی از ابزارهای اجرایی این راهبرد، توسعه

شرایط کیفی زندگی در مناطق است.

بر این اساس، وقتی زندگی افراد یک منطقه از نظر کیفی بهبود یابد، زمینه‌های لازم برای جذب سرمایه‌گذاری‌ها فراهم می‌شود. ابزار دیگر در این زمینه، احیاء و آماده‌سازی زمین برای واگذاری جهت سرمایه‌گذاری است. به این شکل که دولت‌های منطقه‌ای، زمین را با قیمت مناسب در اختیار سرمایه‌گذاران می‌گذارند. این کار در اکثر کشورها تجربه شده است. البته ابزارهای دیگری نیز در این راستا وجود دارند که از پرداختن به آنها صرف‌نظر می‌کنیم.

■ راهبرد توسعه فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی در برنامه‌ریزی منطقه‌ای چگونه اتخاذ و دنبال می‌شود؟

□ راهبرد توسعه فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی اینک به عنوان یکی از استراتژی‌های مطرح در برنامه‌ریزی منطقه‌ای در قالب فعلی انتخاب شده و در بسیاری از کشورهای جهان نیز در حال پیگیری است.

این راهبرد بر این نکته تأکید دارد که چنانچه مسؤولان منطقه‌ای تمام تلاش خود را در برنامه‌ریزی به رشد فعالیت‌های اقتصادی در منطقه منطبق نمایند، منطقه می‌تواند به رشد اقتصادی دست یابد و این رشد زمینه توسعه کلی منطقه را فراهم خواهد کرد.

این راهبرد، ابزارهای گوناگون دارد. اگر بخواهیم راهبرد جهش صادراتی را راهبرد مهم برنامه‌ریزی منطقه‌ای تلقی کنیم، باید آن را بر پایه توسعه فعالیت‌های اقتصادی در مناطق دنبال کرد. این ابزارها نیز عبارتند از:

الف) ایجاد فضای مناسب برای توسعه تجارت و فعالیت‌های اقتصادی در منطقه؛

البته بسیاری از مناطق ایران در شرایط کنونی زمینه‌های لازم برای جذب

فعالیت‌های اقتصادی را ندارند. انگیزه‌های سرمایه‌گذاری در مناطق بسیار ضعیف است یا اصلاً وجود ندارد. در اکثر مناطق نیز محیط از نظر سرمایه‌گذاران برای فعالیت اقتصادی بلندمدت مناسب نمی‌باشد.

ب) ایجاد مراکز اطلاع‌رسانی اقتصادی و بازرگانی؛

جریان سرمایه در حال حاضر تا حد زیادی وابسته و پیرو جریان اطلاعات است. مناطقی که اطلاعات و آمار اقتصادی‌شان به راحتی در اختیار فعالان اقتصادی قرار می‌گیرد، قادر هستند خود را به دنیای خارج معرفی کنند و در جذب سرمایه‌گذاری‌ها و توسعه فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی نیز موفق‌تر بوده‌اند.

امروزه در دنیا بحث «بازاریابی مناطق» مطرح می‌باشد، به این معنا که اطلاعات کافی درباره مناطق در اختیار سرمایه‌گذاران و علاقه‌مندان از طریق وسایل ارتباط جمعی و به‌ویژه شبکه‌های اطلاع‌رسانی جهانی قرار می‌گیرد.

ج) ایجاد زمینه فعالیت‌های گردشگری: عرضه خدمات گردشگری نوعی صدور خدمات تلقی می‌شود و بنابراین توسعه فعالیت‌های گردشگری از ابزارهای مهم راهبرد توسعه فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی به‌منظور توسعه مناطق می‌باشد.

د) توسعه فعالیت‌های اقتصادی کوچک و متوسط؛

اتخاذ این سیاست برای رشد مناطق مؤثر است و جذب سرمایه‌های کلان را به‌دنبال دارد. توسعه فعالیت‌های اقتصادی کوچک و متوسط در بهبود فضای اقتصادی - اجتماعی منطقه تأثیر دارد.

ه) تحقیق و توسعه در مناطق؛

با انتخاب این ابزار، دولت‌های منطقه‌ای می‌توانند فن‌آوری که بتواند در رشد اقتصادی و صادرات منطقه مؤثر

باشد، را انتخاب نمایند. مقام‌های منطقه باید در پی آن باشند که چه فعالیت‌هایی برای توسعه مناطق مناسب‌تر است. (9) ایجاد مناطق ویژه:

مناطق ویژه اقتصادی و تجاری به‌عنوان ابزاری برای رشد منطقه در کشورهای مختلف انتخاب و تجربه شده است. در نخستین و دومین برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران نیز در برخی مناطق از این ابزار در جهت رشد و توسعه منطقه استفاده شده است. (ز) تقویت نهادهای پولی و مالی مستقل در منطقه:

ایجاد نهادهای پولی و مالی منطقه‌ای از ابزارهای مهم موفقیت راهبرد توسعه فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی است. در ایران هنوز به این امر توجه جدی نشده و با سیستم پولی و مالی کنونی نیز نمی‌توان چندان امید داشت که منابع پولی و مالی لازم برای تأمین نیازهای سرمایه‌گذاری در مناطق مختلف فراهم آید و شکل بگیرد. جریان منابع مالی در بانک‌ها به‌صورت «فرامنطقه‌ای» عمل می‌کند.

برنامه‌ریزی منطقه‌ای باید به نحوی باشد که در مناطق مورد نظر نهادهای مالی ایجاد شود و آنها به تأمین و تقویت مالی پروژه‌های سرمایه‌گذاری منحصر به منطقه خود بپردازند. البته در حال حاضر برخی سازمان‌های عمرانی در استان‌ها تا حدی در راستای این استراتژی عمل می‌کنند.

■ راهبرد توسعه منابع انسانی در برنامه‌ریزی منطقه‌ای چگونه عمل می‌شود و چه مزیتی دارد؟

۱۱ برخی کارشناسان برنامه‌ریزی منطقه‌ای عقیده دارند که شرط نخست برای رشد اقتصادی منطقه، تقویت منابع انسانی است. اگر هدف پیاده‌سازی برنامه‌ریزی منطقه‌ای در ایران مطرح باشد، لازم است این راهبرد نیز به‌طور

جدی دنبال شود. در این زمینه نیروی کارآمد و متخصص که سرمایه‌گذاران بتوانند به‌سرعت آنها را در منطقه جذب کنند، باید تربیت شوند. در برخی کشورها برای تحقق این امر، دولت‌های منطقه‌ای دوره‌های آموزشی رایگان برای نیروی انسانی بومی تشکیل می‌دهند.

■ به‌طور کلی مناطق برای آنکه بتوانند به رشد و توسعه انسانی دست پیدا کنند، باید چه مراحل را بگذرانند؟

۱۱ به‌طور کلی مناطق دوره‌های رشد مختلفی را طی می‌کنند که عبارتند از:

۱- در مرحله نخست یک سری بازارها برای شمار معدودی از کالاهای صادراتی شکل می‌گیرد و کالاها به‌طور مستقیم صادر می‌شوند. البته بازارهای صادراتی به بازارهای خارج از منطقه اطلاق می‌شود و به‌طور عمده در سطح ملی می‌باشند. در حال حاضر بسیاری از استان‌های ایران این مرحله را گذرانده‌اند.

۲- مرحله دوم در توسعه و رشد مناطق، صادرات مستقیم شرکت‌های موجود در یک منطقه است. در این مرحله شرکت‌های تولیدی و صادراتی به‌طور مستقیم وارد بازار صادراتی خارج از منطقه می‌شوند.

۳- در مرحله سوم مناطق تلاش دارند، برخی کالاهای وارداتی از خارج منطقه خود را تولید کنند.

۴- در مرحله چهارم، مناطق قدرت اقتصادی بیشتری پیدا می‌کنند و زمینه صادرات فراملی برای آنها فراهم می‌شود. در این مرحله صدور کالا از مناطق نه تنها به خارج از منطقه، بلکه به خارج از مرزهای ملی صورت می‌گیرد. این مرحله نشان‌دهنده بلوغ اقتصادی این منطقه است.

۵- مرحله نهایی آن است که در منطقه به‌طور مرتب و پیوسته فعالیت‌های اقتصادی تازه و مشاغل جدید ایجاد

می‌شود و مرحله نهایی رشد منطقه محسوب می‌شود. در ایران به‌عنوان نمونه تهران چنین ویژگی را دارد.

■ در فرآیند رشد و توسعه اقتصادی مناطق، امر صادرات چه اهمیت و جایگاهی دارد؟

۱۱ تئوری اقتصاد صادراتی که از تئوری‌های مهم اقتصادی است، درصدد توصیف این مراحل می‌باشد. براساس این تئوری، شرط لازم برای رشد منطقه‌ای، افزایش صادرات آن است. بدون افزایش صادرات امکان انباشت سرمایه و توسعه اقتصادی منطقه وجود ندارد. این امر توجیه اقتصادی نیز دارد. زیرا صادرات می‌تواند جریان پولی و منابع مالی را به منطقه سرازیر کند و سبب رشد آن شود.

در کنار این تئوری، تئوری‌های دیگری نیز در جهت تشریح چگونگی رشد مناطق مطرح شده است که یکی از آنها تئوری طرف عرضه است و مبتنی بر عوامل تولید و استفاده بهینه از منابع در یک منطقه می‌باشد.

■ اگر در حال حاضر مناطق مختلف کشور از نظر توسعه اقتصادی - صنعتی رتبه‌بندی شوند، کدام مناطق پیشرو می‌باشند؟

□ در رتبه‌بندی مناطق، مشخص می‌شود مناطقی که به لحاظ توسعه اقتصادی در رتبه‌های بالاتری قرار می‌گیرند، عمدتاً همان مناطقی هستند که بالاترین میزان صادرات برون‌منطقه‌ای و فراملی را دارند. البته در ایران در این زمینه آماری در دسترس نمی‌باشد و فقط به صورت فرضیه مطرح می‌شود. اما شواهد تجربی تا حدودی نشان‌دهنده رابطه موجود میان صادرات منطقه و رشد و توسعه اقتصادی آن می‌باشد. این امر بدین مفهوم است که برای توسعه مناطق، باید نگرش «صادراتی کردن مناطق» گسترش یابد و مناطق را به ضرورت

باشد و این از پیش‌نیازهای اساسی می‌باشد. حوزه عمل مؤسسه مالی یا بانک منطقه‌ای در زمینه جذب سپرده‌های ملی و حتی فراملی می‌تواند باشد، اما مصرف منابع آنها باید در سطح منطقه باشد. تأسیس این‌گونه بانک‌ها، مغایریتی با قوانین پولی و بانکی کشور ندارد.

از سوی دیگر مناطق باید گام‌های اساسی در جهت صنعت گردشگری خود بردارند و سهم خود را در بازار جهانی این صنعت افزایش دهند. به‌طور بالقوه هر یک از استان‌ها این شرایط را دارند، اما باید زمینه‌های لازم مانند حمل‌ونقل، راه، هتل، خدمات شهری و... برای توسعه صنعت گردشگری و جذب جهانگردان را فراهم آورند.

مناطق باید به‌صورت رقابتی در ایجاد امکانات لازم برای جذب جهانگردان حرکت کنند و امکانات منطقه‌ای را برای به‌دست آوردن سهم بیشتری از درآمد گردشگری به‌کار گیرند. معمولاً مناطقی که از لحاظ جذب گردشگران فعال هستند، در زمینه امور اقتصادی نیز فعال خواهند بود، زیرا سرمایه‌گذاری‌ها را جذب می‌کنند.

بسترسازی برای جهش صادراتی در برنامه‌ریزی منطقه‌ای نیز از مباحث مهم می‌باشد و برای پیاده نمودن این سیاست در مناطق، راه درازی در پیش است. مناطق ایران هنوز برای برنامه‌ریزی در زمینه جهش در صادرات آمادگی زیادی ندارند و وضع ایران در قیاس با کشورهایی که راهبرد جهش صادراتی را در سطح منطقه‌ای دنبال کرده‌اند، متفاوت است. در کشورهای یادشده مسئولان منطقه قدرت تصمیم‌گیری در زمینه‌های اقتصادی و بازرگانی دارند، در حالی که در ایران تصمیم‌گیری در سطح محلی و منطقه‌ای بسیار محدود است، باید در این زمینه تجدیدنظر نمود.

اقداماتی صورت می‌گیرد؟

۱. باید به مناطق «هویت» داد تا خود را باور کنند و در سطح ملی و فراملی وارد فعالیت‌های اقتصادی شوند. بسیاری از مناطق کشور این قابلیت را دارند و می‌توانند در سطح ملی و بین‌المللی خود را مطرح کنند، اما در این زمینه تاکنون تلاش جدی صورت نگرفته است. اما در دیگر کشورها به‌طور مستمر پیگیری می‌شود و مناطق مختلف هویت اقتصادی و فرهنگی خود را از طریق رسانه‌ها تبلیغ می‌کنند.

بسیاری از مناطق ایران از لحاظ فرهنگی، توانمندی‌های خاص در منابع معدنی و امکانات صنعتی، می‌توانند برای خود «هویت» اختیار کنند و روی آن سرمایه‌گذاری نمایند. باید امکان بازاریابی و تبلیغ برایشان فراهم شود. برای هویت دادن به مناطق کشور باید سرمایه‌گذاری شود تا ساکنان هر منطقه احساس کنند چیزی برای ارایه به دنیا دارند و می‌توانند فعالیت‌های مربوط به آن را جذب منطقه‌شان کنند.

موضوع دیگر که بی‌ارتباط با هویت مناطق نیز نیست، ایجاد مراکز مشاوره‌ای و اطلاع‌رسانی در مناطق می‌باشد. این مراکز می‌توانند اطلاعات موردنیاز سرمایه‌گذاران درباره امکانات، منابع، مقررات و... در منطقه را در اسرع وقت ارایه کنند. در این زمینه حتی می‌توان مشاوره‌های رایگان در اختیار سرمایه‌گذاران در مناطق گذاشت. این‌گونه اقدامات از وظایف دولت‌های منطقه‌ای است و به دولت‌های مرکزی ارتباط ندارد. رقابت میان مناطق در این زمینه ضروری است تا مراکز اطلاع‌رسانی برای جذب سرمایه‌ها به‌وجود آیند.

مسئله مهم دیگر، ایجاد نهادهای تأمین مالی منطقه‌ای است. باید هر منطقه مؤسسه مالی یا بانک منطقه‌ای داشته

توسعه صادرات، توجه داد. البته این صادرات می‌تواند به صورت فرامنطقه‌ای و فراملی باشد.

■ فرق میان آمایش سرزمین و برنامه‌ریزی منطقه‌ای چیست؟

۱. آمایش سرزمین مبتنی بر برداشت‌های مختلف از بحث برنامه‌ریزی منطقه‌ای است و در واقع آمایش سرزمین معادل فرانسوی برنامه‌ریزی منطقه‌ای (در کشورهای انگلیسی‌زبان) می‌باشد.

علت آن که در ایران واژه آمایش سرزمین به‌کار می‌رود، آن است که برای نخستین بار یک گروه فرانسوی - بلژیکی در اواخر برنامه پنجم و اوایل برنامه ششم عمرانی (پیش از پیروزی انقلاب) روی موضوع برنامه‌ریزی منطقه‌ای کار کردند و قرار بود این گروه برنامه‌ریزی منطقه‌ای ایران را در قالب آمایش سرزمین مطرح کنند. هدف آن بود که در برنامه ملی، مسأله فضا و توزیع فضایی فعالیت‌ها و منابع بررسی شود و توزیع منابع مالی برای راه‌اندازی پروژه‌ها با توجه به تقسیم منابع در سطح مناطق صورت گیرد.

البته در ایران بین دو مفهوم برنامه‌ریزی منطقه‌ای و آمایش سرزمین ممکن است این تفاوت کلی باشد که آن چیزی که به عنوان آمایش سرزمین دنبال می‌شود، در حقیقت فضایی کردن برنامه‌های ملی است، به‌طوری که توانایی‌های اقتصادی و فیزیکی مناطق در آن دیده شود، اما روش کار، همان روش برنامه‌ریزی متمرکز باشد.

امسا در برنامه‌ریزی منطقه‌ای، مسئولیت برنامه‌ریزی مناطق به خودشان واگذار می‌شود.

■ در چارچوب راهبرد توسعه فعالیت‌های بازرگانی - اقتصادی، چنانچه جهش در صادرات در برنامه‌ریزی منطقه‌ای مدنظر باشد، چه

برنامه‌ریزی منطقه‌ای مبتنی بر راهبرد جهش صادراتی، بدون در اختیار داشتن قدرت‌ها و نهادهای مناسب منطقه‌ای و اختیارات منطقه‌ای، امکان‌پذیر نیست. اگر هدف جهش صادرات در مناطق مدنظر باشد، باید همه موارد در سطح منطقه با آنچه که مورد نیاز است، هماهنگ شود. منطقه‌ای کردن سیستم آماری کشور نیز از پیش‌نیازهای مهم محسوب می‌شود. سیستم حسابداری و مالی باید منطقه‌ای شود.

در حال حاضر داده‌های طبقه‌بندی شده، منظم، موثق و در دسترس برای مطالعات منطقه‌ای هنوز در کشور وجود ندارد. تنها منبع در دسترس، نتایج سرشماری‌هاست که حتی در بسیاری موارد این داده‌ها نیز به راحتی در دسترس متقاضیان قرار نمی‌گیرد. باید شرایطی فراهم شود که آمارهای منطقه‌ای به طور مرتب تهیه شود و برای هر گونه محاسبه و تجزیه و تحلیل و استفاده از روش‌های علمی مبتنی بر آمار، در دسترس متقاضیان قرار گیرد. در شرایط کنونی تحلیلگر منطقه‌ای از لحاظ آمار دست خالی است و اکثر آنها یا به طور غیرمستقیم به آمار دست پیدا می‌کنند، و یا خود به تولید آن می‌پردازند. با این وصف تقویت بانک اطلاعات یا بانک داده‌های منطقه‌ای برای سراسر ایران ضروری است.

موضوع دیگر در راستای توسعه فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی و جهش صادراتی در برنامه‌ریزی منطقه‌ای، موضوع عوارض و مالیات‌ها می‌باشد که باید مسؤلان منطقه بتوانند خود درباره آن تصمیم بگیرند. در حالی که اینک مالیات در ایران در سطح ملی تعیین می‌شود و دولت‌های منطقه‌ای فاقد این ابزار مهم اقتصادی هستند.

■ به نظر جناب‌عالی در برنامه‌ریزی

منطقه‌ای، منافع مناطق ارجح است یا منافع ملی؟

اگر منافع منطقه دیده شود، به طور قطع منافع ملی را به دنبال خواهد داشت. در این برنامه‌ریزی‌ها باید هدف اصلی، منافع منطقه باشد. لیکن باید تا حدودی هدایت شود و جهت‌دار گردد. برای مثال اگر منطقه‌ای توانست شرکت خارجی را جذب کند، اما توان تأمین نیروی انسانی موردنیاز آن شرکت را نداشت، می‌تواند از نقاط دیگر کمک بگیرد. بنابراین آثار این منفعت به نقاط دیگر نیز تسری پیدا می‌کند.

■ در حال حاضر کدام استان‌های کشور به مرحله بلوغ اقتصادی رسیده‌اند و می‌توانند در پیشبرد راهبرد جهش صادراتی موفق عمل کنند؟

اوقتی راهبرد جهش صادرات دنبال شود، باید تمام مناطق به آن توجه کنند و ضرورت دارد تمام مناطق کشور در برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای جهت‌گیری صادراتی را همواره دنبال کنند. البته به تناسب مرحله‌ای که در آن قرار دارند، ممکن است سطوح خاصی از موفقیت را کسب نمایند. به طور طبیعی استان‌هایی که به مرحله بلوغ رسیده‌اند، زمینه‌های مساعدتری دارند، اما استان‌هایی که به این مرحله نرسیده‌اند، نیز باید تلاش کنند که برسند.

■ برنامه‌ریزی منطقه‌ای در راستای جهش صادراتی تا چه حد می‌تواند به رشد اقتصادی کشور کمک کند؟

اگر این نتیجه تحصیل شود که «صادرات» موتور رشد اقتصادی است، در نهایت صادرات بعد فضایی می‌گیرد. از نظر تئوری به همان اندازه که رشد صادرات می‌تواند رشد اقتصادی کشور را به دنبال داشته باشد، در سطح مناطق نیز چنین خواهد بود و می‌تواند به رشد

اقتصادی در سطح کل کشور بینجامد. از آنجا که میان توزیع درآمد و رشد اقتصادی رابطه نزدیکی وجود دارد، اگر جهش صادراتی را در تمام مناطق دنبال کنیم، به واسطه افزایش رشد مناطق، امکان رشد بیشتر برای اقتصاد ملی فراهم می‌شود. در حال حاضر توزیع درآمد و ثروت در مناطق مختلف کشور بسیار نابرابر است. جهش صادراتی اگر رشد اقتصادی مناطق را سبب شود، به توزیع مناسب‌تر درآمدها منجر خواهد شد و این امر در مجموع می‌تواند توسعه اقتصادی را گسترش دهد.

■ به نظر جناب‌عالی، اجرای سیاست جهش صادراتی در برنامه‌ریزی منطقه‌ای باید در جهت فرامنطقه‌ای باشد یا فراملی؟

از دیدگاه منطقه، صدور کالا مهم است، ولی صرفه اقتصادی صادرات برون‌مرزی به رابطه بین نرخ‌ها بستگی دارد. اگر فروش کالا در بازار جهانی با قیمت بیش از بازارهای منطقه‌ای و استان‌های همجوار میسر باشد، به طور طبیعی صدور کالا به خارج از مرزهای ملی ارجحیت دارد. اما اگر این امکان نباشد که ارز حاصل از صادرات به منطقه برگردد، تا آنجا که تولید و صادرات به ارز حاصل از صادرات وابسته است، صادرات فراملی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند تا نیازهای ارزی تأمین شود و اثبات سرمایه لازم در منطقه پدید آید. برای مجموعه کشور نیز صادرات به خارج از مرزهای ملی بیش از صادرات بین منطقه‌ای اهمیت دارد.

در مجموع باید گفت مهم آن است که صادرات کالا برای منطقه چقدر منافع دربردارد. ارزآوری برای منطقه زمانی مهم است که منافع منطقه محفوظ بماند.