



حکمرانی در تجارت و صنعت با ادغام وزارت بازرگانی و صنایع

هادی اکرمی عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی

اقتصاد بازار و عدم دخالت دولت در اقتصاد کشور به عنوان جایگزین بازار، نزدیکی نهادهای اجرایی متولی بازرگانی و صنعت را شاهد خواهیم بود.

همچنین، افزایش نقش توسعه‌ای و کاهش نقش کارکردی دولت در اقتصاد، وجود دولتی ناب و چابک و مردم محور را در پی خواهد داشت و عامل کلیدی تعیین کننده ترکیب وزارتخانه‌های دولت وابسته به نیازهای توسعه‌ای دوران مختلف و مقتضیات زمان و نگرش دولت، می‌باشد.

ترکیب نهادهای متولی و موضوعات بازرگانی و صنایع می‌تواند موتور محرکی برای توسعه صادرات باشد و این خود می‌تواند منجر به توسعه صنعت گردد.

به بیان دیگر، ادغام بازرگانی و صنعت فرصت مناسبی است که زمینه توسعه صادرات و ایجاد تحرک در تولید را فراهم می‌کند. به عبارت دیگر می‌توان با اطمینان اذعان داشت اگر صادرات محور امور قرار گیرد، تولید نیز تقویت شده و به مرز استانداردهای جهانی و رقابت پذیری می‌رسد.

در مجموع همسویی سیاستهای صنعتی و سیاستهای تجاری از جمله نتایج اصلی این ادغام خواهد بود و در صورتیکه بتوان ضمن استمرار در سیاستهای تسهیل تجاری، فعالیتهای صنعتی را به سمت حوزه های مزیت دار هدایت کرد، می‌توان شاهد آثار مثبت این اقدام در تولید و تجارت کشور بود.

در صورتیکه در این ادغام به جای پرداختن به امور جزئی، مدیریت کلان در حوزه تجارت و صنعت مدنظر قرار گیرد، منجر به حاکمیت دولت در تجارت و صنعت خواهد شد که راهی امیدبخش در توسعه ملی کشور عزیزمان خواهد بود.

در حیطه مربوط به نهادهای حاکمیتی فعال در امر بازرگانی کشورهای مختلف، نکته‌ای که بیش از دیگر مقولات مورد توجه بوده و در سالهای اخیر بسیار مورد تحلیل و مطالعه واقع شده، تعداد و ترکیب موضوعات فعالیت وزارتخانه متولی امر بازرگانی در هر کشور است. بدین معنی که مقولات بازرگانی در چه قالب و دستهای (نظیر بازرگانی داخلی و خارجی) و به همراه کدام حوزه های مرتبط و دارای تعامل (نظیر صنایع، کشاورزی، اقتصاد، امور خارجه و ...)؛ بیشترین کارآیی و اثربخشی را در عرصه ملی و بین‌المللی از لحاظ تطابق با راهبردها و راهبردهای کلان کشور داشته باشد.

در برخی از کشورها امورات دولتی تجارت خارجی و صنایع در یک نهاد دولتی شکل یافته و برحسب حروف اول کلمات لاتین در عنوان چنین وزارتخانه‌ای به معنی ۱ یا همان وزارت تجارت بین‌الملل و صنایع شهرت یافته است.

این در حالی است که برای انجام امور دولتی مابقی تجارت (که همان بازرگانی داخلی است) وزارتخانه دیگری وجود دارد؛ مثلاً در مالزی عنوان آن وزارت بازرگانی داخلی و امور مصرف‌کننده است.

از سوی دیگر، بر خلاف آنچه در اذهان عمومی در رابطه با محدود بودن نقش دولتها و نهادهای حاکمیتی در حوزه بازرگانی شنیده می‌شود، باید اذعان کرد که در کشورهای مختلف، نهادهای دولتی دارای نقشی به سزا و کلیدی در این حوزه هستند؛ ولی نکته قابل توجه این است که حدود و ثغور وظیفه دولتها و نهادهای نماینده آنها در عرصه بازرگانی (و بطور خاص در حوزه‌های رقابتی) در قالب سیاستگذاری و نظارت و حمایت تعریف شده و در واقع به عنوان "داور" برای بازیگران عرصه بازرگانی عمل می‌کنند.

تحلیل و بررسی تجارب کشورها نشان داده است که در صورت اتکا به