



ابوالقاسم گلپای

لطفاً تجارت را از سیاست جدا کنید

بازرگانی نه تنها زیربنای اقتصاد است بلکه می‌تواند عامل انتقال فرهنگ هم باشد؛ کما این که دین مبین اسلام در بسیاری از مناطق آفریقا، هند، اندونزی، مالزی، چین و دیگر جاها نخست نه به وسیله مبلغان مذهبی، بلکه از سوی بازرگانان مسلمان، و از جمله بازرگانان مسلمان ایرانی معرفی شد، بر روح مردمان این سرزمین‌ها اثر گذاشت و سپس گسترش یافت. مطالعه تاریخ جاده ابریشم و سرگذشت بازرگانان دریانورد مسلمان نشان می‌دهد دین اسلام و فرهنگ ایرانی همراه با کاروان‌ها و ناوگانهای تجاری به سرزمین‌های دور دست انتقال یافته است. البته باید به این نکته نیز توجه داشت که آن بازرگانان نه دولتی بوده‌اند و نه وابسته به سازمانها و مؤسسات دولتی وقت. تجارتی بوده است که در شرایط مساوی و رقابتی و برکنار از نفوذ صاحب منصبان یا نورچشمی‌ها جریان داشته و علاوه بر انتقال فرهنگ ایرانی-اسلامی، نمونه‌های بارز آن در زنگبار و مالزی مشهود است. سبب رونق و رفاه سرزمین‌های مسلمان نشین هم می‌شده است.

امروزه سرنوشت تجارت و اقتصاد در کشور ما نه در دست مردم، و نه در دست دولت است، بلکه نفوذ گروههای فشار اقتصادی، اهرم‌های فشار دستگاها و سازمانها و بنیادهای سیاسی و حت فرهنگی و عام‌المنفعه و غیرانتفاعی مقدرات بازرگانی داخلی و خارجی ما را رقم می‌زند. در چنین روندی، حتی وزارتخانه‌ها و سازمانهایی که از اعتبار محرمانه برای جذب نیرو یا تشویق و... بهره‌مند بودند به دلیل کم شدن یا حذف اعتبار، و یا نیاز به ارز، خودکفا شدن را در رأس کارها و مقدم بر وظایف قانونی و سازمانی خود قرار دادند و به بازرگانی رو آوردند. اینک حتی تعدادی از سازمانهای فرهنگی و سیاسی هم برای تأمین نیازهای مالی خود، بخشی از توان و تخصص خویش را معطوف به تجارت و داد و ستد کرده‌اند، با این وصف، از بحث تجارت گذشته، چگونه می‌توان انتظار داشت که دانشگاه آزاد اسلامی، وزارت آموزش و پرورش، وزارت بهداشت و درمان، وزارت جهاد، وزارت کشاورزی، قوه قضائیه، سپاه پاسداران، وزارت دفاع، وزارت اطلاعات و... از کنار خود مطلوب‌ترین نتایج را به دست آورند؟ یا مثلاً سازمان تبلیغات

اسلامی یا حوزه هنری در امور تبلیغی به نحوی چشمگیر عمل کنند، یا بنیاد دائرة المعارف و سایر بنیادهایی که تحت عناوین فرهنگی و عقیدتی حتی اگر موردی به فعالیت‌های بازرگانی، حتی واردات و صادرات می‌پردازند، از آزمون عمل به وظایف اصلی خود موفق بیرون آیند.

متأسفانه ظاهر و باطن بعضی از قراردادهایی که وزارتخانه‌ها و سازمانها با طرف خریدار یا فروشنده، پیمانکار یا مجری منعقد می‌کنند، تداعی کننده ضرب‌المثل «دو روی یک سکه» است. در یک روی چنین سکه‌ای مفاد یک قرارداد مستقیم و بظاهر خالی از اشکال نقش بسته، اما روی دیگر سکه حاوی توافقات غیرقابل رؤیستی برای کمک به وزارتخانه و یا سازمان مربوطه است؛ تعدادی خودروی اهدایی، سفر خارجی برای آموزش پرسنل، ساخت و احداث ساختمان، سکه، هدیه، تسطیح جاده و....

حاصل چنین قراردادهای ذوجنبین این است که امکانات ارزان، تسهیلات گوناگون، و حتی اغماض در مورد بعضی کاستی‌ها-از جیب ملت- در اختیار واسطه‌ها، مزایده‌چی‌ها و پیمانکاران قرار می‌گیرد که البته مختصر کمکی به مؤسسه دولتی مربوطه راهم در بر دارد. این ضعف بزرگ، مهم‌ترین عامل سیاسی شدن تجارت است، و از همین روست که هنوز بخشهای اقتصادی دولت از بخشهای خدماتی جدا نشده و لذا دستگاههای فرهنگی و نهادها و سازمانهای غیرتولیدی و غیراقتصادی کار اجرایی و تجاری می‌کنند. وزارتخانه‌های بازرگانی، جهاد، کشاورزی، معادن و فلزات و صنایع به جای نظارت بر تولید یا توزیع و انجام سایر وظایف محوله به فروشندگان مجوز، موافقت اصولی، صدور اجازه‌های موردی، استثنایی و خاص و اعلام کننده مزایده، مناقصه و... بدل شده‌اند و هنر دیگرشان صدور بخشنامه‌ها و مقررات پشت سر هم و متضاد با یکدیگر، آزاد کردن، ممنوع کردن، محدود کردن، تعزیراتی کردن، گران کردن و ایجاد التهاب و هیجان خرید کالا یا صدور و ورود آن است.

چنین است که بخشهای کشاورزی، دامداری، صنایع و معادن کشور که می‌توانستند و باید- علاوه بر تأمین نیاز داخلی و رسیدن به خود اتکایی، با توجه به گستره جغرافیایی کشور و آنهمه منابع طبیعی، سالانه حداقل ۵۰ میلیارد دلار از طریق صدور کالاهای سنتی و صنعتی (و نه نفت) به دست آورند، ناموفق مانده‌اند و نه تنها به درآمد ارزی حاصل از صادرات غیرنفتی دست نیافته‌ایم بلکه شده‌ایم یکی از بدهکارترین کشورهای دنیا و منتظریم تا بانک جهانی برایمان نسخه بیچد.

در چنین شرایطی است که کشورمان با آن همه مدیر و مدبر و تحصیلکرده که بعضی از آنها در داخل و خارج بزرگترین مجموعه‌های خدماتی، بازرگانی و تولیدی را راهبری می‌کنند، در آرزوی کشف راز موفقیت مدیریت ژاپنی است و در تجارت نیز نه موفق به پیاده کردن سیستم بازرگانی بین‌المللی شده و نه توانسته است در بازسازی سیستم سنتی سلف خری و دلالی بازار، توفیقی به دست آورد.

در بعد بازرگانی؛ قانون تجارت- به ویژه تجارت خارجی- و همان بخش از قانون اساسی که هنوز مورد عنایت کامل مجریان قرار نگرفته همچنان بلا تکلیف و سرگردان مانده است. قوانین جاری مملکت در مورد مزایده‌ها و مناقصه‌ها به نحو مطلوب اجرا نمی‌شود و گویا در مواردی زمان مزایده و شرکت در آن به نحوی اعلام می‌شود که مؤسسات اقتصادی متعلق به غیرنورچشمی‌ها نمی‌توانند در فاصله بین انتشار آگهی مزایده، مناقصه و تشکیل جلسه مربوطه و باز کردن پاکتها، به تدارک

ضمانتنامه‌های لازم، تهیه و تنظیم اسناد و مذاکره با تولیدکنندگان و فروشندگان و نهایتاً رقابت و ارائه پیشنهاد‌های مناسب و به نفع مصالح کشور و دولت توفیق یابند.

نگاهی به فرمهای مناقصه و مزایده نیز نشان می‌دهد که این برگرها اطلاعات و معیارهای کامل برگره مزایده یا مناقصه (شامل مشخصات کامل و ریز اقلام کالا، زمان قطعی تولید، زمان حمل، کیفیت تولید، خدمات پشتیبانی و مدت گارانتی و...) را به نحو روشن در بر ندارد. این است که در مواردی مراسم ظاهری و تشریفاتی مزایده یا مناقصه با حضور افرادی هم‌دل و هم رأی برگزار می‌شود در حالی که مثلاً I.C باز شده، یا معامله انجام گرفته و خریدار و فروشنده و دلال همگی به نوبی رسیده‌اند و افراد جدیدی به طبقه مولتی میلیاردرهای یک شبه - یعنی اشراف توکیسه - افزوده شده‌اند.

از دنیای تجارت گذشته، محدوده عظیم‌ترین منبع درآمد کشور نیز در و پیکری ندارد و افسار آن نیز در دست مجریان ذریط نیست، زیرا نفت - بلای خامنوسوز اقتصاد کشور و عامل تبیل شدن تولید - همچنان آقای بلامنازع مسایل سیاسی و بحران‌زای منطقه است و به حاکمیت خود بر اقتصاد کشور ادامه می‌دهد و متأسفانه همچنان ما را، تابع تمایلات آمریکا و اروپا و سایر قدرتهای صنعتی - حداقل در مورد عرضه و تقاضا، کمی یا زیادی تولید و قیمت - نگه داشته است. تغییرات سطحی و الگوبرداری از خارج نیز چون با مطالعه، بررسی و دقت کافی و تطبیق شرایط انجام نگرفته، و نه باعث سامان یافتن تولید شده است و نه سیستم توزیع را دگرگون کرده است. گرچه در بخش کشاورزی سیستم‌های مکانیزه را به تقلید از غرب و کمتر با مطالعه و انطباق بهترین آنها با شرایط کشور و سنتها و سلايق مردم انتخاب کردیم؛ در صنعت بالاخره به استقرار تکنولوژی - گرچه با یک دهه تأخیر و تفاوت در تکنولوژی منتخب با تکنولوژی موجود - نایل شدیم؛ در بخش تولیدات صنعتی بخشی از محصولات با استاندارد جهانی تولید می‌شود اما در بخش بازرگانی هنوز دست واسطه‌ها و دلالت‌ها کوتاه نشده است. هنوز تولیدات یک کارخانه یا مزرعه توسط یک سلف‌خر پیش خرید می‌شود و در بازار به بنکداران واگذار می‌گردد، فروشندگان عمده آن را خریداری، و بین فروشندگان رده دوم، و اینها بین رده‌های سوم و چهارم توزیع می‌کنند (بسیاری از این گروه هم نه مالیات پرداخت می‌کنند و نه کارشان قابل کنترل است) در حالیکه فروشگاههای بزرگ زنجیره‌ای با عملکرد صحیح می‌توانند علاوه بر حذف این واسطه‌ها، همزمان با عرضه مستقیم محصول، به اخذ مالیات در زمان فروش هم اقدام کنند؛ ضمناً چون دارای شخصیت حقوقی هستند قابل کنترل نیز می‌باشند.

البته این کنترل در زمان دولت سابق، به ویژه در زمان جنگ در قالب اقتصاد دولتی با هدف تعدیل در توزیع توسعه یافت، اما آن شیوه هم به دلیل نادیده گرفتن برخی قانونمندیهای اقتصاد به کور شدن چشمه ابتکارات و خلاقیت‌های بخش خصوصی، عدم تمایل مدیران به تولید کالای بهتر با کیفیت مناسبتر و حتی باسازای و نوسازای و توسعه کارخانه‌ها منجر شد.

اما بعد از جنگ گرچه بظاهر سیستم اقتصاد آزاد و قانونمندیهای «بازار» به اجرا گذاشته شد ولی عملکرد تعدادی از دستگاهها برای حفظ منافع مولتی میلیاردرها، بخشهای عمده اقتصادی متمرکز دوران جنگ را از ید دولت خارج کرده و در دست همین افراد قرار داده است و لذا در کمتر مزایده و مناقصه کلان نان و آبداری است که ردهای عزیز در دانه‌ای دیده

نشود.

تجارت با خارج نیز دست کمی از بازرگانی داخلی ندارد. این درست که و بازرگانی خارجی - در صورت توان - اهرمی است برای پیوند بین کشورها و حفظ مصالح عالیله کشور در روابط سیاسی، اما برای همین کار هم به وابسته‌های قوی و کاردان بازرگانی نیاز داریم. این وابسته‌ها باید در کشورهای طرف معامله حضور دائم و فعال داشته باشند و شرایط اقتصاد و بازرگانی آنها را زیر نظر بگیرند تا هنگام مذاکرات سران، با مطالعات قبلی بتوانیم پیشنهاد‌های منطقی و قابل اجرا در مورد معاملات تجاری ارائه دهیم. نکته دیگر این که باید میزان اثرگذاری مبادلات بازرگانی با هر کشور، و امتیازاتی که برای آن قائل می‌شویم، در بازدهی روابط سیاسی آن کشور با کشورمان نیز مورد ارزیابی قرار گیرد. ما شاهد نوسان‌های شدید در حجم مبادلات بازرگانی خود با کشورهای مختلف هستیم. مثلاً معاملات تجاری با آمریکا یک سال به رقم چهار میلیارد دلار بالغ می‌شود و سالی دیگر به سیصد میلیون دلار تنزل می‌کند.

تجارت با آلمان، ژاپن، ایتالیا، فرانسه و... نیز چنین نوساناتی دارد. همه این نوسانات نه ناشی از سرد و گرم شدن روابط سیاسی است، و نه هم مربوط به بالا و پائین رفتن قدرت خرید ما از آن کشورها، و یا نیاز آن کشورها به کالاهای ما (و عمدتاً نفت ما)؛ بلکه بخشی از این نوسانات را هم باید ناشی از نداشتن یک استراتژی نسبتاً ثابت بازرگانی خارجی کشور دانست. برخی اثرات این فقدان استراتژی را می‌توان در واردات کالاهای صنعتی و مصرفی همچون خودرو، لوازم خانگی و ادوات الکتریکی مشاهده کرد که در مواردی کشور فروشنده (یا کمپانی فروشنده) یا حتی نمایندگی ایرانی آن خود را از ارائه خدمات پشتیبانی منظم و ارزان قیمت و گارانتی معاف می‌داند و حتی یک بروشور به زبان فارسی و برای بهره‌گیری بهتر مصرف‌کننده ایرانی و کمتر صدمه خوردن دستگاه تهیه نمی‌کند.

از نتایج فقدان استراتژی بازرگانی خارجی یکی هم این است که نمایشگاه بین‌المللی با حضور مثلاً ۵۲ کشور تشکیل می‌دهیم اما ۴۰ کشور با بروشور و کاتالوگ می‌آیند و حتی حاضر به حمل یک دستگاه از ماشین‌آلات یا نمونه‌ای از صنایع خود به ایران نیستند. یا بسیاری از کشورها با نمایش لباس محلی و سرودهای ملی خود در نمایشگاه بازرگانی بین‌المللی تهران شرکت می‌کنند!

در این میان تکمیل‌کننده زنجیره فعالیت بازرگانی کشور - بانک مرکزی - هم که تکلیف خود را در زمینه تجارت خارجی با بازکردن I.C های یوزانسی - در حالی که وجه خرید توسط واردکننده پرداخت شده - و بدهکار کردن بیشتر کشور روشن کرده است.

به نظر می‌رسد اجرای دقیق و صحیح قانون تجارت، تصحیح روشهای برگزاری مناقصه‌ها و مزایده‌ها، ممنوع ساختن وزارتخانه‌ها و سازمانها و بنیادها و نهادها از فعالیت‌های بازرگانی و خدماتی خارج از شرح وظایف قانونی خود و ملزم کردن آنها به اجرای وظایفشان، کوتاه کردن دست واسطه‌ها و سلف‌خرها و دلالت‌ها با ایجاد یک نظام صحیح توزیع قابل کنترل، توجه به راهنمائی‌ها و نظریات مدیرانی که در هر شرایطی قابل اعتماد بوده و هستند، و چه در داخل و چه در خارج موجبات پیشرفت و تعالی اقتصادی مؤسسه تحت سرپرستی خود را فراهم کرده‌اند و نهایتاً دورکردن سیاست از تجارت به ویژه تجارت داخلی، بتواند رهگشا باشد.

والسلام