

رمز ماندگاری و نفوذ در بازارهای جهانی

محمد رضا مودودی

سرپرست سابق سازمان توسعه تجارت



افزایش تاب‌آوری

اقتصاد در مقابله

با آثار ناشی از

تحریم، تبدیل

به تاب‌آوری در

برابر رفتارهای

غیرکارشناسانه

دستگاه‌های

داخلی شد و

تشویق تولید

رقابت‌پذیر

و صادراتی،

جای خود را به

تنبیه بازرگانان

شناسنامه‌دار

داد و گرایش به

سمت کارت‌های

اجاره‌ای، برند

تجاری ایران را

در کشورهای

هدف تخریب کرد

و سیاستی که

برای برگشت ارز

به نظام بازرگانی

خارجی تحمیل

شد، نه تنها

موجب بازگشت

ارز صادراتی به

کشور نشد، بلکه

زمینه شکل‌گیری

تجارت غیررسمی

را فراهم آورد و

فساد و رانت را

گسترش داد.

نقطه ۲۷۰ سال تأمل کرد و در دوره پهلوی نخست بود که بالاخره نظام عشیره‌ای و ساختار تیولداری قاجاری جای خود را به دولت مدرن داد و فضا برای فعالیت‌های تجاری تسهیل شد.

با این وصف دنیا پس از جنگ جهانی دوم و به‌منظور توسعه روابط بازرگانی و تأمین فوری نیازهای پس از جنگ، فراتر از دولت مدرن رفت و با جهانی‌سازی تجارت (در قالب سازمان تجارت جهانی)، گستره جغرافیای بازرگانی بین‌المللی را فراتر از مرزهای محلی برد و با کاهش هرچه بیشتر تعرفه‌ها و حقوق گمرکی کشورهای عضو، تجارت خارجی را تسهیل بخشید. رخدادی که بعد از ۷۷ سال و علیرغم پیوستن بیش از ۱۶۴ کشور به این سازمان، هنوز هم برای ایران، رؤیایی دور از دسترس است؛ و این در حالی است که دنیا تا کمتر از یک دهه دیگر از جهانی‌سازی تجارت نیز عبور خواهد کرد و فصل جدیدی از روابط بازرگانی را در قالب ائتلاف‌های بین‌المللی تجاری شکل خواهد داد که در آن نقش برندهای پرقدرد تجاری، پُررنگ‌تر از حتی کشورها خواهد بود و به نظر می‌رسد

آینده تجارت خارجی کشور بیش از هر زمان دیگری در حاله‌ای از تردید و ابهام است و مسیر رو به رشدی که قریب ۴ دهه نمودار تجارت خارجی ایران را صعودی کرده بود، از نیمه دهه ۹۰ رو به افول گذاشته و در پایان سال ۹۹ به کمترین میزان خود در طول یک دهه گذشته تنزل یافت.

در تحلیل عوامل اصلی این افول، شاید بتوان به رویکرد اشتباه و شتاب‌زده ادغام دو وزارتخانه بازرگانی و صنایع و معادن در دهه ۹۰ اشاره کرد که بزرگ‌ترین قربانی آن بی‌تردید تجارت خارجی کشور بوده و بعد از آن تخلیه هویتی سازمان مادر تخصصی «توسعه تجارت ایران» از اختیارات و امکاناتی که تقریباً باعث فروپاشی فرماندهی واحد در این عرصه مهم اقتصادی گردید و آن سازمانی که می‌بایست سیاست تجاری کشور را تعیین، تدوین و تعقیب کند، ناگزیر از پیروی از دستگاه‌ها و ستادهای غیرمتخصصی شد که قاطعانه تصمیمات غیرکارشناسانه می‌گرفتند، اما هرگز پاسخگوی تبعات تصمیماتشان در برابر افکار عمومی، فعالان اقتصادی و آمارهای تجاری برآمده از تصمیماتشان نبودند. گرچه امروز با فعالیت دولت سیزدهم بارقه‌هایی از امید در تحول ساختار بازرگانی خارجی کشور به چشم می‌خورد که نشان از تغییر نگاه دولت نسبت به سازمان توسعه تجارت و بازرگانی بین‌المللی دارد و زمزمه‌هایی در خصوص ارتقای جایگاه این بخش اقتصادی تا حد معاونت رییس‌جمهوری به گوش می‌رسد؛ اما بی‌تردید، درد تجارت خارجی، فراتر از ساختار سازمانی و مرتبط با پارادایم‌هایی است که سال‌ها تجارت خارجی کشور را به خود مبتلا و زمین‌گیر کرده است.

یکی از مهم‌ترین این پارادایم‌ها، ناهم‌سازی با تحولات جهانی و امتناع از پیوستن به زنجیره جهانی تجارت بین‌المللی است. درحالی‌که کشورهای توسعه‌یافته از سال ۱۶۴۷ و مطابق با معاهده وستفالی، دولت مدرن را جایگزین دولت‌های محلی کردند تا اخذ عوارض محلی و مالیات‌های متعدد بر بارهای تجاری بازرگانان را بیکارچه کرده و به‌این‌ترتیب هزینه‌ی مبادلات تجاری را کاهش دهند، ایران برای رسیدن به این

تقریباً در آسمان
تجاری ایران، هیچ
شرکتی بیش از
یک میلیارد دلار
صادرات ندارد
و از میان ۷۵
شرکتی که بیش
از ۱۰۰ میلیون دلار
صادرات غیرنفتی
دارند و ۶۶ درصد
از کل صادرات
غیرنفتی را به
خود اختصاص
داده‌اند، غالباً
شرکت‌های پایه
نفتی و یا معدنی
خصوصی و یا
دولتی هستند که

از رانت خوراک
ارزان برخوردارند
و در مجموع کل
ارزش تجارت
خارجی ایران
کمتر از ۴۶۰ عضو
دارد که بیش از
۱۰ میلیون دلار
صادرات دارند و
سه‌مشان از کل
صادرات غیرنفتی
کشور در حدود
۸۷ درصد است.
به عبارت دیگر
بیش از ۱۴ هزار
شرکت دیگر که
در حال صادرات
هستند، با سهمی
کمتر از ۱۳ درصد،
کمتر از ۷ میلیارد
دلار صادرات
دارند!



صادرات ناکام بوده‌اند و در جنگ اقتصادی امریکا که هدف، محدودسازی و توقف تجارت خارجی ایران بود، سیاست‌های غلط اتخاذ شده نه تنها موجب حمایت همه‌جانبه و هدفمند از پیشقراولان خط مقدم این جبهه نشد، بلکه حتی موانع فراوری تجارت، بیش از تحریم‌ها موجب انحراف و عدم شفافیت تجارت خارجی کشور شد. در این میان افزایش تاب‌آوری اقتصاد در مقابله با آثار ناشی از تحریم، تبدیل به تاب‌آوری در برابر رفتارهای غیرکارشناسانه دستگاه‌های داخلی شد و تشویق تولید رقابت‌پذیر و صادراتی، جای خود را به تنبیه بازرگانان شناسنامه‌دار داد و گرایش به سمت کارت‌های اجاره‌ای، برند تجاری ایران را در کشورهای هدف تخریب کرد و سیاستی که برای برگشت ارز به نظام بازرگانی خارجی تحمیل شد، نه تنها موجب بازگشت ارز صادراتی به کشور نشد، بلکه زمینه شکل‌گیری تجارت غیررسمی را فراهم آورد و فساد و رانت را گسترش داد.

از جمله مهم‌ترین این پیامدهای منفی، خروج بازرگانان خوشنام و شناسنامه‌دار از میدان تجارت رسمی و شیوع کارت‌های اجاره‌ای در مبادلات بازرگانی بود که تبعات منفی آن تا سال‌ها دامن تجارت و اقتصاد ایران را خواهد گرفت. با این وصف زیان منابع ارزی حاصل از صادرات که به کشور بردگشتند، بسیار بیشتر از زیان ناشی از سیاست ارزی‌پاشی بانک مرکزی بوده که در طول دو دهه گذشته بالغ بر ۲۵۰

که چنین چشم‌اندازی برای صنایع ایران همچون گذشته و همانند فرصت‌های ازدست‌رفته، باز هم دور از دسترس و تحقق باشد!

گرچه صادرات غیرنفتی ایران در طول نیم‌قرن گذشته، بیش از ۱۰ هزار درصد رشد داشته که گویای تحرک در تولیدات صنعتی است و ایران را تبدیل به صنعتی‌ترین کشور نفتی منطقه کرده، اما در طول دهه ۹۰ و در طلیعه آغاز قرن جدید، تجارت خارجی ایران دچار رکودی شده که نمی‌تواند از سد آن عبور کند. به طوری که دولت دوازدهم در مجموع در حدود ۵۰ میلیارد دلار کمتر از دولت یازدهم صادرات غیرنفتی داشت و اگر هر تن محصول صادراتی را حدود ۳۸۳ دلار برآورد کنیم؛ یعنی چیزی در حدود ۱۳۰ میلیون تن کالا در طول ۴ سال دوم دولت تدبیر و امید کمتر از مدت مشابه در دولت یازدهم به خارج از مرزها صادر شده و این یعنی تضعیف نظام خدمات تجاری از قبیل سیستم حمل‌ونقل، خدمات بندری، خدمات لجستیکی و از همه مهم‌تر کاهش تولیدات صنعتی، از دست رفتن فرصت‌های شغلی، رکود فضای کسب‌وکار و توقف روند صعودی درآمد سرانه ملی!

غفلت از تدوین سیاست‌های مقابله با تحریم

تیم‌های اقتصادی دولت‌های بعد از تحریم، در ایجاد و اتخاذ یک درک مشترک به‌منظور هماهنگی بین دستگاهی مرتبط با

الزامات توسعه تجارت

به‌طورکلی، تحقق اهداف اسناد بالادستی نظیر چشم‌انداز ۱۴۰۴ و یا اقتصاد مقاومتی، بیش از هرچیز نیازمند بازنگری در بسیاری از زیرساخت‌های سخت و نرم در عرصه تجارت خارجی دارد که به‌اجمال به تعدادی از مهم‌ترین‌های آن‌ها اشاره می‌گردد:

• **الزامات سطح کلان:** اصلاح و هماهنگی سیاست‌های پولی، مالی و ارزی با سیاست تجاری به‌منظور تشویق، ترغیب و توسعه صادرات و تدوین سیاست‌های یکپارچه صنعتی، معدنی، کشاورزی، تجاری، فناوری، زیست‌محیطی و آمایشی با تأکید بر لزوم تنش‌زدایی بین‌المللی، تعامل فعال با جهان و تسهیل روابط تجاری در راستای گسترش مبادلات خارجی و بهبود فضای کسب‌وکار و ایمن‌سازی محیط سرمایه‌گذاری،

• **الزامات سطح کارکردی و عمودی:** حرکت به سمت تولید رقابتی و نهادینه‌سازی فرهنگ بهره‌وری در تولید و تجارت از طریق ایجاد توانمندی‌ها و انباشت ظرفیت‌های مولد، توسعه زیرساخت‌ها و انعقاد موافقت‌نامه‌های تجاری، عضویت در زنجیره ارزش جهانی از تولیدات تا خدماتی نظیر لجستیک و حمل‌ونقل و اصلاح نرم‌افزاری ساختار تجاری نظیر قوانین و مقررات و تعرفه‌ها و روابط بانکی و رایزنی بازرگانی، ارائه انواع ضمانت‌نامه‌ها و بیمه‌نامه‌های صادراتی، به‌کارگیری روش‌های نوین تأمین مالی صادرات نظیر بازار سرمایه و جذب سرمایه‌گذار خارجی،

• **هماهنگی و حمایت ترویجی:** مدیریت هدفمند، یکپارچه برنامه‌های ترویجی و تشویق بنگاه‌ها برای حضور در بازارهای جهانی، توسعه خوشه‌های ملی و منطقه‌ای صادراتی با رویکرد مزیت‌های رقابتی، کمک و تسهیل در جهت توسعه و تقویت شرکت‌های بزرگ صادراتی بخش خصوصی،

• **توسعه نوآوری و برند:** کمک و تسهیل به ایجاد پیوند میان بنگاه‌های دانش‌بنیان و SME ها، راه‌اندازی کلینیک‌های جذب فناوری و تلفیق فناوری‌های نوین در تولیدات صنعتی، ایجاد مرکز توسعه برند تجاری ایران با مشارکت برترین‌های تجاری ایران، تدوین برنامه‌ها و سیاست‌های قانونی تقویت برند ملی و بنگاهی و گسترش بازار فناوری جدید و استارت‌آپ‌ها در حوزه صادرات،

• **هماهنگی سیاست صنعتی و تجاری (صنعت، معدن و کشاورزی):** تدوین برنامه منطقی‌سازی و کاهش تدریجی نرخ‌های تعرفه به‌منظور کاهش قاچاق و آمادگی حضور در پیوندهای تجاری، طراحی و اعمال مشوق‌های مؤثر و کارآمد جهت ورود سرمایه‌های خارجی به بخش‌های اولویت‌دار و انتقال فناوری، پیگیری و اجرایی شدن موافقت‌نامه‌های سرمایه‌گذاری موجود، لزوم هماهنگی بین سیاست تجارت

میلیارد دلار به بازار ارز تزریق کرده تا شاید بتواند مانع از کاهش ارزش پول ملی شود! سیاستی که نه از افزایش نرخ ارز جلوگیری کرد، نه موجب جذابیت سرمایه‌گذاری در داخل شد و نه اقتصاد و اشتغال را رونق بخشید و نه از رشد نقدینگی و گسترش فساد جلوگیری کرد؛ و برعکس، امروز شاهد آن هستیم که از ۱۶۰۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در دنیا که موتور محرک توسعه صنعتی و اقتصادی است، سهم ایران کمتر از ۱،۵ میلیارد دلار در سال شده و در مقابل، خروج سرمایه از ایران به بالاتر از مرز ۶ میلیارد دلار در سال رسیده است!

این در حالی است که دنیا در حال سپردن فرمان توسعه اقتصادی کشورهای خود به دست برندهای بزرگ اقتصادی خود هستند تا در قالب اتحادهای استراتژیک و ائتلاف‌های جهانی ابرروند (مگا‌ترند) های جدیدی را تعریف و تعقیب کنند و فصلی نو در تجارت جهانی را رقم بزنند؛ اما ایران با ترجیح سیاست‌های ارزی بر سیاست‌های تجاری، در حال منزوی کردن برندهایی است که به‌زحمت در اتمسفر تجاری ایران نفس می‌کشند تا زنده بمانند.

تقریباً در آسمان تجاری ایران، هیچ شرکتی بیش از یک میلیارد دلار صادرات ندارد و از میان ۷۵ شرکتی که بیش از ۱۰۰ میلیون دلار صادرات غیرنفتی دارند و ۶۶ درصد از کل صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده‌اند، غالباً شرکت‌های پایه نفتی و یا معدنی خصولتی و یا دولتی هستند که از رانت خوراک ارزان برخوردارند و در مجموع کل ارتش تجارت خارجی ایران کمتر از ۴۶۰ عضو دارد که بیش از ۱۰ میلیون دلار صادرات دارند و سهمشان از کل صادرات غیرنفتی کشور در حدود ۸۷ درصد است. به‌عبارت‌دیگر بیش از ۱۴ هزار شرکت دیگر که در حال صادرات هستند، با سهمی کمتر از ۱۳ درصد، کمتر از ۷ میلیارد دلار صادرات دارند! بر اساس اطلاعات منتشره، علیرغم اینکه بیش از ۵۰ هزار واحد صنعتی کوچک و متوسط در شهرک‌های صنعتی ایران مستقر هستند، اما کمتر از ۱۰۰۰ شرکت صادرات دارند که ارزش آن کمتر از ۲ میلیارد دلار در سال برآورد می‌شود که این میزان کمتر از ۴ درصد کل صادرات غیرنفتی کشور را تشکیل می‌دهد. به عبارتی این خیل عظیم صنایع یا اصلاً صادرات ندارند و یا ارزش صادرات آن‌ها بسیار ناچیز است.

آیا ساختار و ماهیت برندهای خصولتی و یا دولتی ایران به‌گونه‌ای هست که بتوانند ائتلاف‌های عمیق و پایداری را با متحدان استراتژیک بین‌المللی خود به وجود آورند و با عضوی از زنجیره ارزش تجارت جهانی بشوند؟! و آیا برندهای بخش خصوصی، در پناه سیاست‌های غلط تجاری، توان بنیه لازم برای چنین پیوندهایی را دارد!؟

راه برون‌رفت
نظام اقتصادی
فعلی از
فروپستی و
بحران کنونی
را، نه در هسته
سخت نظام
حکمرانی و نه در
پیکره عام جامعه
می‌توان یافت؛ نه
می‌توان به تغییر
شرایط بیرونی
دل بست و نه
انتظاری از توان
محدود مردم
داشت؛ بلکه فقط
نخبگان اقتصادی
و برندهای
خوشنامی که
اعتباری در
حاکمیت دارند
و آبرویی در
بین مردم و
زنجیره‌های ارزش
نظام تولیدی و
تجاری کشور،
باید به میدان
عمل وارد شده
و بکوشند تا
عزم حکمرانان
اقتصادی را با
خواست جامعه
نزدیک و موجب
دلگرمی و امید
در بین ذینفعان
شده و توسعه
اقتصادی را
محقق سازند.

و تصمیم‌گیری حکمرانان اقتصادی مشارکت و نقشی ندارند، با این وصف مورد اعتماد مردم و مدیران بوده و از ظرفیت، انگیزه، توان، هوش و جسارت تعامل با جامعه و نهادهای مدنی و زنجیره‌های ارزش اقتصادی برخوردارند و می‌توانند با برقراری تعامل بین حکومت و جامعه، شکاف بین آن دو را کاهش دهند و مسیر اصلاح را برای برون‌رفت از بن‌بست کنونی هموار سازند.

راه برون‌رفت نظام اقتصادی فعلی از فروپستگی و بحران کنونی را، نه در هسته سخت نظام حکمرانی و نه در پیکره عام جامعه می‌توان یافت؛ نه می‌توان به تغییر شرایط بیرونی دل بست و نه انتظاری از توان محدود مردم داشت؛ بلکه فقط نخبگان اقتصادی و برندهای خوشنامی که اعتباری در حاکمیت دارند و آبرویی در بین مردم و زنجیره‌های ارزش نظام تولیدی و تجاری کشور، باید به میدان عمل وارد شده و بکوشند تا عزم حکمرانان اقتصادی را با خواست جامعه نزدیک و موجب دلگرمی و امید در بین ذینفعان شده و توسعه اقتصادی را محقق سازند.

رمز نفوذ، ماندگاری و رقابت در بازارهای جهانی، فقط در خلق، تقویت و توسعه برندهای توانمند تجاری در کلاس جهانی است. ♦♦



خارجی و تنظیم بازار داخلی، اتخاذ تمهیدات لازم جهت فعال‌سازی کمیسیون‌های مشترک در راستای اجرایی شدن موافقت‌نامه‌ها، به‌روزرسانی قانون مقررات صادرات و واردات؛ ساماندهی کارت‌های بازرگانی با رویکرد تخصصی شدن تجارت و به‌روزرسانی مستمر ارزش گمرکی کالاهای صادراتی با کمک اتحادیه‌های صادراتی.

اقتصاد ایران از ظرفیت بالایی نظیر داشتن مرزهای آبی و خاکی بسیار با ۱۵ کشور همسایه با بازاری ۱۲۰۰ میلیارد دلاری، موقعیت ممتاز جغرافیایی کشور برای تبدیل شدن به هاب ترانزیتی منطقه، رتبه ۱۹ بزرگ‌ترین بازار دنیا، رتبه هجدهم اقتصاد بر اساس رتبه‌بندی تولید ناخالص داخلی (برابری قدرت خرید)، پایین بودن بدهی‌های خارجی، وجود توان بالای ارائه خدمات فنی - مهندسی، برخورداری از توان بالای ارائه خدمات گردشگری سلامت، وجود جاذبه‌های متنوع طبیعی، تاریخی و گردشگری، قابلیت شکل‌دهی به یک بلوک صادراتی پتروشیمی در منطقه، برخورداری از ۱۵ درصد ذخایر معدنی شناخته شده جهان و رتبه دهم از نظر ذخایر معدنی در دنیا، دارا بودن ذخیره قطعی بالغ بر ۵۵ میلیارد تن از انواع کانی‌ها و تنوع بیش از ۶۴ نوع ماده معدنی، داشتن سهم ۱,۸ درصدی و کسب جایگاه چهارم در تولید سیمان در دنیا، وجود ۹۹۲ شهرک و ناحیه صنعتی و ۶ شهرک فناوری و بیش از ۲۵۰۰ شرکت دانش‌بنیان در کشور، رتبه چهارم در تنوع محصولات کشاورزی در سطح جهان، توان مهندسی کافی برای ایجاد زیرساخت‌ها، موقعیت جغرافیایی و قرارگرفتن در مسیر پروژه یک کمربند، یک جاده چین و کریدور شمالی- جنوبی و غربی - شرقی ترانزیتی، داشتن مزیت در کریدورهای هوایی عبوری از ایران به‌عنوان کوتاه‌ترین کریدور هوایی میان قاره‌ای، قیمت پایین سوخت و حامل‌های انرژی و مناسب بودن زیرساخت‌های فیزیکی بنادر اصلی کشور از جمله بندر شهید رجایی و امام خمینی و وجود بندر چابهار به‌عنوان تنها بندر اقیانوسی کشور برخوردار است؛ با این وصف بهره‌گیری از این ظرفیت بالا بیش از هر چیز نیازمند مدیریت حرفه‌ای و راهبرانی خلاق، توانمند، مسئولیت‌پذیر، جسور و دارای اهلیت فنی در عرصه مدیریت کلان است که درک و بینش درستی از تحولات دنیا و افق پیش رو داشته باشند. ضرورتی که سال‌هاست در سایه رانت‌ها، جناح‌بندی‌های سیاسی و فساد گسترده اداری فراموش شده و نتیجه آن از دست رفتن فرصت‌ها، تضییع حقوق بیت‌المال و نارضایتی گسترده شده است. واقعیت این است که نظام اقتصادی کشور، بدون اعتنا و اعتماد به برندهای بزرگ که کنشگران اصلی عرصه اقتصادی هستند، نمی‌تواند از بحران‌های امروز عبور کند. کنشگرانی که نخبگان تولید و تجارت هستند، اما در فرآیند سیاست‌گذاری