



گفت‌وگو با «محسن جلال‌پور» فعال و تحلیل‌گر مسائل اقتصادی

صادرات؛ استوار بر مزیت‌های رقابتی

رویکرد صادرات، رویکردی علمی و تخصصی و استوار بر مزیت‌های رقابتی است. دنیای امروز حرکتی جهشی در جهت استفاده از ظرفیت‌های انسانی در خلق مزیت‌های رقابتی داشته است. دوره‌ای که کشورها به‌واسطه منابع زیرزمینی در دنیا عرض اندام کنند، گذشته است. در جهان امروز از هر ۱۰ شرکت یا مجموعه بزرگ صادراتی و تحصیل‌کننده ارز و تولید ثروت، حداقل ۷ شرکت در خود ظرفیت ابداع، اختراع، نوآوری و دانش‌بنیانی دارند. در ۵ دهه گذشته عمدتاً صادرات ما بر پایه منابع طبیعی و خدادادی بوده که آنچه تولید کرده‌ایم، اعم از محصولات کشاورزی و صنعتی و معدنی بر همین اساس بوده است. اگر آب و انرژی ارزان و مجانی که در این دهه‌ها مصرف کرده‌ایم دیگر نباشد، امروز همین کالاهای معمول صادراتیمان هم مزیت رقابتی نخواهد داشت. باید اقتصاد را به بخش خصوصی واگذار و مسیر را هموار نمود و برای صادرات برنامه‌ریزی کرد. مشروح گفت‌وگو با محسن جلال‌پور فعال و تحلیل‌گر مسائل اقتصادی را در ادامه بخوانیم.



دانیایی انسان‌هاست. کما این‌که می‌بینیم دنیا به سمت هوش مصنوعی حرکت کرده و طی دو دهه گذشته حرکت جهشی در جهت استفاده از ظرفیت‌های انسانی داشته است. در همین مدت مجموعه‌هایی که بر پایه عقل، فکر، ابتکار و خلاقیت بوده‌اند، رشد کرده و بزرگ شده‌اند، به‌عبارت‌دیگر دوره‌ای که کشورها به‌واسطه منابع زیرزمینی در دنیا عرض‌اندام کنند و خود را در جایگاه بالای اقتصاد جهانی قرار دهند، گذشته است. در دنیا به‌طورمعمول از هر ۱۰ شرکت یا مجموعه بزرگ صادراتی یا مجموعه بزرگ تحصیل ارز و تولید ثروت، حداقل ۷ شرکت ظرفیت فکر، ابداع، اختراع، نوآوری و دانش‌بنیان بودن را در خود دارند.

بنابراین باید بررسی کرد در هر زمان و بنا به اقتضا چه محصولی در دنیا موردنیاز است و برای آن امکان رقابت وجود دارد، سپس تولید آن محصول را ترویج و در برنامه‌ریزی صادراتی قرار داد.

♦ می‌دانیم که توسعه صادرات بر محور خلق ثروت و ارزش است، اگر اهرم محصولات صادراتی استان کرمان اعم از تولیدات صنعتی و کشاورزی را در نظر بگیریم، تولید و تجارت کدام محصولات واقعاً بر اساس توجیه اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی صورت می‌گیرد؟

که طی چند دهه مصرف کرده‌ایم از ایران بگیرند، همین کالاهای صادراتی موجود نیز مزیت رقابتی نخواهد داشت. کما این‌که ما بارها این مطلب را مطرح کرده‌ایم که حتی تولید پسته که اصلی‌ترین محصول صادراتی استان است، به دلیل استفاده از منابع آبی که جزو منابع تجدید ناپذیر است، چندان کار مقرون‌به‌صرفه‌ای نبوده و اگر به عقب برگردیم شاید نمی‌بایست این کار را در استان و کشور انجام می‌دادیم. همچنین فولاد و محصولات صنعتی مثل سیمان که امروز تولید و صادر می‌کنیم، برخوردار از ظرفیت‌های انرژی و آب ارزان است؛ به روایتی سالانه چند صد هزار میلیارد تومان یارانه پنهان انرژی در کشور توزیع می‌شود که دیده نمی‌شود.

بنابراین در پاسخ به این سؤال که صادرات بر پایه چه محصولاتی استوار است، بایستی مزیت‌ها را در نظر گرفت و هرکدام از این مزیت‌ها را تقسیم‌بندی نمود؛ برای مثال تولیدی که رقابتی است و بر پایه رانت و یارانه نیست، می‌تواند پایدار باشد و برعکس اگر تولیدی بر پایه رانت، یارانه‌ها و قیمت‌های ارزان کالاهای پایه‌گذاری شده باشد، به‌محض حذف یارانه‌ها عملاً امکان صادرات و در واقع رقابت را از دست می‌دهد. آنچه امروز در دنیا مطرح است، بیشتر استفاده از منابع انسانی، هوش و ذکاوت و

اگر امروز انرژی ارزان و مجانی و آبی را که طی چند دهه مصرف کرده‌ایم از ایران بگیرند، همین کالاهای صادراتی موجود نیز مزیت رقابتی نخواهد داشت. کما این‌که ما بارها این مطلب را مطرح کرده‌ایم که حتی تولید پسته که اصلی‌ترین محصول صادراتی استان است، به دلیل استفاده از منابع آبی که جزو منابع تجدید ناپذیر است، چندان کار مقرون‌به‌صرفه‌ای نبوده و اگر به عقب برگردیم شاید نمی‌بایست این کار را در استان و کشور انجام می‌دادیم.

♦ اصولاً صادرات بر اساس چه محصولاتی استوار است، به عبارتی کالا باید بر چه پایه‌ای طراحی و تولید شود تا بتواند در بازارهای جهانی مورد دادوستد قرار گیرد؟ هر کشوری دارای مزیت‌هایی است و بر اساس آن مزیت‌ها می‌تواند کالاهایی را تولید کند که قدرت رقابت با سایر کشورها را داشته باشد. با توجه به پیشرفت روزافزون علوم مختلف، هر چه جلوتر می‌رویم، عرصه رقابت تنگ‌تر و کار مشکل‌تر می‌شود، زیرا کشورها مزیت‌های بیشتری برای خودشان خلق می‌کنند، برای تشریح کامل موضوع بهتر است اول به تبیین مزیت‌ها پردازیم. مزیت‌ها به چند دسته تقسیم می‌شوند:

• اول مزیت‌های خدادادی مثل خاک، آب، منابع زیرزمینی، مرتع، جنگل و سایر مواردی که در هر کشور و منطقه‌ای وجود دارد.

• دوم مزیت‌های مصنوعی که هر کشوری در طول زمان بر اساس داشته‌های خود تولید کرده و معمولاً شامل محصولات صنعتی، کشاورزی، خدماتی و مواردی می‌شود که امکان تولید و رقابت را با دیگر کشورها ممکن می‌سازد.

• سوم مزیت‌هایی که بیشتر به منابع انسانی برمی‌گردد؛ از جمله آنچه در آبی و فعالیت‌های خدماتی مثل گردشگری تولید می‌شود؛ به عبارتی مزیت‌هایی که وابسته به مجموعه توانایی‌های منابع انسانی هستند. مزیت‌های دسته اول یعنی منابع طبیعی و خدادادی را هر کشوری به‌نوبه خود دارد و ما جزو چند کشور اول دنیا از نظر منابع انرژی، خاک، آب، جنگل‌ها و مراتع هستیم. هر چند که در این چند دهه منابع زیادی را از بین برده‌ایم، ولی به‌رحال این مزیت‌ها وجود داشته و بر اساس آن تولیداتی را هم داشته‌ایم و حتی می‌توان گفت هر آنچه تولید کرده‌ایم، اعم از محصولات کشاورزی، معدنی و صنعتی به همین منابع خدادادی برمی‌گردد. پس کشور ما وابسته به این بخش از منابع و مزیت‌ها بوده و کمتر از مزیت‌های دسته دوم و سوم بهره‌مند شده است. اگر امروز انرژی ارزان و مجانی و آبی را

طی پنج دهه گذشته، عمده صادرات کشور ما بر پایه منابع خدادادی آب، خاک، زمین، معادن و منابع انرژی که در واقع در ذات کشور ایران است، گذاشته شده و بارها این موضوع تذکر داده شد که باید از این مسیر جدا شده و به سمتی حرکت کنیم که تولید را بر مبنای داشته‌های درازمدت پایه‌ریزی کنیم تا بتوانیم برای درازمدت در بازارها حضور داشته باشیم.

حدود چهل سال پیش، پایه کشت پسته در کرمان گذاشته شد و چهار دهه این محصول صادر شد و امروز نیز بالاترین میزان صادرات غیرنفتی کشور مربوط به پسته است، البته طی این سال‌ها محصولات کشاورزی دیگری مثل محصولات گلخانه‌ای، باغی و سپس محصولات معدنی مانند مس، سنگ آهن و فولاد صادر شده که همه این‌ها وابسته به منابع خدادادی و قیمت‌های ارزان انرژی، آب، برق و مجموعه‌ای از داشته‌های کشور بوده که همیشگی و درازمدت نیستند.

اگر بخواهیم برای درازمدت در بازار حضور داشته باشیم، باید ابتدا نیاز روز دنیا را بررسی کنیم و جایگاه خود را نسبت به آن بسنجیم. مجموعه‌های دانش‌بنیان مانند دیجی‌کالا و سایر مجموعه‌های مشابه که در کشور وجود دارند، ابداعات بسیار خوبی در زمینه تشخیص نیازهای جهانی و کشوری داشته‌اند. امروز دنیا بیشتر از هر چیز به نوعی از ابداعات برای فرآوری بهتر و بهره‌وری بیشتر، استفاده بهینه از سم، کود، امکانات کشاورزی و انرژی جهت تولید محصولات انرژی‌بر و مواردی از این قبیل نیاز دارد. کشور هند در زمینه آی‌تی ظرفیت‌های بسیاری دارد و اولین صادرکننده دنیا در این حوزه است و این موضوع عملاً به یک کار درازمدت و برنامه‌ریزی شده در استفاده از دانش و ابتکار برمی‌گردد.

اگر صادرات استان را در پنج دهه گذشته مورد بررسی قرار دهیم، می‌بینیم در این مدت عملاً صادراتی که بر پایه خلاقیت، ابتکار و ایده باشد، اتفاق نیفتاده و عمده

صادرات بر پایه داشته‌های طبیعی کشور و استان بوده است و صدمات خیلی زیادی هم دیده‌ایم؛ از جمله در زمینه آب‌وخاک که امروز شرایط بسیار بدی داریم. در زمینه محصولات معدنی به گفته یکی از استادان وقت، ما برای نسل‌های آینده یک زمین خشک، فرونشست کرده و بدون آب و یک سری حفره‌های بزرگ ناشی از استخراج معادن، به ارث خواهیم گذاشت و این بدهکاری ما به نسل‌های آینده و نگرانی‌مان برای آن‌هاست، درحالی‌که می‌توانستیم، حداقل با استفاده از این امکانات سرمایه‌گذاری‌هایی انجام دهیم و خلق ثروت کنیم تا نسل‌های بعدی متکی به آن‌ها باشند.

در مجموع، آنچه در گذشته اتفاق افتاده، عمدتاً برای طولانی‌مدت توجیه اقتصادی نداشته و موضوع کوتاه‌مدت بوده و آنچه ما باید انجام دهیم این است که حداقل جبران مافات کرده و از این جهت فضای مستعدتری برای نسل بعدی خلق نماییم.

♦ صادرات هم از عوامل درونی بخش و هم از عوامل بیرونی تأثیر پذیر است. در میان بازیگران زنجیره صادرات محصولات صادراتی استان کرمان، عمدتاً از کدام موارد مهم در برنامه صادرات بنگاه‌های مربوطه غفلت شده است و اولویت‌بندی شما در مورد عوامل بیرونی مؤثر بر صادرات این محصولات چیست؟

به اعتقاد من در بحث صادرات، کشور و استان

دوره‌ای که کشورها به واسطه منابع زیرزمینی در دنیا عرض‌اندام کنند و خود را در جایگاه بالای اقتصاد جهانی قرار دهند، گذشته است. در دنیا به‌طور معمول از هر ۱۰ شرکت یا مجموعه بزرگ صادراتی یا مجموعه بزرگ تحصیل ارز و تولید ثروت، حداقل ۷ شرکت ظرفیت فکر، ابداع، اختراع، نوآوری و دانش‌بنیان بودن را در خود دارند.

احتیاج به بررسی جامعی در زمینه شناسایی مزیت‌ها و نیازها دارد. امروز دیگر نمی‌توان صادرات را بر پایه استان، منطقه و یا حتی یک کشور گذاشت و باید رقابت را در عرصه جهانی دید. هر چند که ما سال‌هاست در تحریم هستیم و باعث شده که این موضوع خیلی برای ما آشنا نباشد، اما نهایتاً اگر روزی بخواهیم در بازارهای جهانی حضور پیدا و بحث صادرات را پررنگ کنیم حتماً باید عرصه جهانی را مدنظر قرار دهیم. لذا اولویت اول، برنامه‌ریزی برای صادرات است که باید در فضای حاکمیتی اتفاق بیفتد. باید بررسی کنیم روشی که در حال حاضر در کشور اجرا می‌شود آیا در آینده می‌تواند ادامه پیدا کند؟ برای مثال موضوع فولاد که امروز استان کرمان به قطب فولاد کشور تبدیل شده، آیا ادامه خواهد داشت؟ اگر شرایط موجود در زمینه آب و انتقال آن و شرایط جوی و منطقه‌ای، زمین، معادن و ذخایر معدنی و از همه مهم‌تر قیمت انرژی برقرار نباشد و مجبور شویم به قیمت‌های جهانی، سنگ‌های معدنی و انرژی را حساب کنیم، آیا امکان ادامه فعالیت داریم؟

بنابراین تشخیص این‌که نیازهای ما چه هستند و در آینده چه رقابتی را در طولانی‌مدت می‌توانیم داشته باشیم و چه مزیت‌هایی برای ما پایدار هستند، خیلی مهم است.

اولویت دوم واگذاری تولید و اقتصاد به بخش خصوصی و هموار کردن مسیر برای آن است. بخش خصوصی خواه‌ناخواه به این دلیل که درازمدت فکر می‌کند و باید پول را از جیب خودش بردارد و پول را با زحمت به دست آورده، همه محاسبات را انجام می‌دهد. در مقابل برای مثال، مجموعه معدنی که معادن مجانی و انرژی مجانی‌تر در اختیار دارد و هیچ بدهکاری و حساب‌کتابی که با جیب خودش ارتباط داشته باشد، ندارد و عمدتاً دستش در منابع طبیعی است و پاسخ‌دهی آن نیز بر اساس دوره کوتاه‌مدت مدیریتی است، قطعاً نمی‌تواند درازمدت را ببیند.



راهکارها توسط نمایندگان مجلس، مواردی که مربوط به دولت است توسط استاندار و روسای سازمان‌های مختلف، بخش‌هایی توسط اتاق و مجموعه مدیران استانی و مواردی که موضوعی است توسط خود فعالان اقتصادی ارائه خواهد شد.

♦ **به نظر شما در گذر چند دهه اخیر، کسب‌وکارهای مربوطه برای عملکرد بهتر در صادرات استان چه اقدامات شاخصی برای تحصیل مزیت رقابتی بیشتر انجام داده‌اند و چقدر حرکت روبه‌جلو داشته‌اند؟**

به اعتقاد من کار شاخصی انجام نشده است، بویژه در چند سال اخیر که پیگیر موضوع آب بودیم و مرتب تأکید شده که هزینه مقدار آب مصرفی، بیش از سودآوری آن است، ولی این موضوع همچنان مغفول مانده است.

در سال ۱۳۸۱، حدود ۴۰ درصد از اشتغال استان کرمان در بخش کشاورزی بود. در آن زمان با هدف این‌که توسعه استان به چه سمت و سویی باید هدایت شود، تیمی متشکل از اعضای هیئت نمایندگان اتاق کرمان، مرحوم آقای آگاه، آقای مهندس ایرانی کرمانی و گروهی دیگر تشکیل شد و بعد از حدود یک سال بررسی به این نتیجه رسیدیم که استان در آینده با مشکل

وزارت صمت و بخش مربوطه آن در سازمان صمت استان، اتاق بازرگانی و انجمن‌های صادراتی مثل انجمن خرما و پسته تشکیل شود و موانع صادرات را به سه دسته زیر تقسیم کنند:

- ۱- موانع کشوری از جمله تحریم‌ها، مسائل بانکی، سیاست‌گذاری‌های غلط، محدودیت‌های ایجاد شده برای صادرات و...
- ۲- موانع استانی از جمله وجود مشکلاتی در سازمان‌هایی مثل گمرک، استاندارد یا در برخی از مجموعه بنگاه‌ها،
- ۳- عوامل موضوعی مثل موانعی که در صنعت پسته، خرما و مجموعه‌های مس و صنایع معدنی که هر کدام به‌جای خود وجود دارد.

کمیته فوق باید این موانع را جهت ارائه راهکار با دانشگاه، مجموعه‌های جدیدی که در این زمینه‌ها ایده‌های خوب ارائه می‌دهند، جوان‌ها و دانشجویان دارای ابتکار و خلاقیت و همچنین با کسانی که کار عملی انجام می‌دهند؛ از جمله صادرکنندگان و دست‌اندرکاران و آن‌ها که در میدان هستند، در میان بگذارد. به این ترتیب عملاً آنالیز این موانع به‌صورت میدانی و دانشگاهی انجام شده و دسته‌بندی صورت می‌گیرد و راهکارهای مشخص با صورت‌مسئله‌های مشخص تدوین می‌شود. در نهایت برخی

در مجموع اگر ما در این مسیر حرکت نکنیم، منابعمان به‌زودی به پایان خواهد رسید و هیچ‌کس هم جوابگو نخواهد بود؛ چون دوره مدیریت مدیران کوتاه است و بعد از آن عملاً هیچ مسئولیتی ندارند.

از طرفی اگر برای بعضی از سرمایه‌گذاری‌هایی که در کشور انجام می‌شود، قیمت انرژی را به قیمت آزاد حساب کنیم، اصلاً مقرون‌به‌صرفه نیست، درحالی‌که میلیاردها دلار یا ریال در آن‌ها سرمایه‌گذاری شده و همه بر پایه رانت انرژی است. این‌ها نگرانی‌هایی است که همه ما داریم و فکر می‌کنیم بالاخره یک روزی در این کشور باید یارانه انرژی برداشته شود و قیمت‌ها واقعی شوند.

در مورد بخش دیگر سؤال که از چه مواردی در برنامه صادرات غفلت شده، باید گفت، کلی‌ترین عامل همان نبود برنامه صادراتی درازمدت، میان‌مدت و حتی کوتاه‌مدت است. باید عوامل بیرونی مؤثری مثل بعضی از تشکل‌ها و NGOها جمع شوند، عوارض، موانع و مشکلات را شناسایی کنند و بر اساس یک نظر بالادستی و با توجه به امکانات، تولید و بازار، ایده‌های خوبی را ارائه نمایند که امکان و شرایط شکل‌گیری آن در کشور و استان وجود داشته باشد.

برای این منظور پیشنهاد می‌کنم که کمیته‌ای متشکل از سازمان توسعه تجارت،

جدی «آب» روبه‌رو خواهد شد. همچنین در یک بازه زمانی بعدتر یعنی در سال ۱۳۹۴، به‌عنوان رییس اتاق ایران، در همایش روز صنعت سخنرانی و مسئله آب را مطرح کردم که آقای جهانگیری معاون اول رییس‌جمهور وقت در سخنرانی‌اش گفت «آقای جلال‌پور اولین کسی است که در استان کرمان علم آب را بلند کرده است.»

در واقع ما مسئله آب را پیش‌از‌این مطرح و تأکید کردیم که لازم است بخش عمده‌ای از توسعه صنعتی استان بر اساس صنایع معدنی پایه‌گذاری شود و از همان زمان کار را شروع کردیم و با مقاومت جدی بسیاری از مسئولان مواجه شدیم، چون آن‌ها بر این باور بودند که ما این مطلب را غیرواقعی و غیراصولی مطرح می‌کنیم. از آن زمان تاکنون در یک بازه زمانی حدود ۲۰ ساله کارهای خوبی انجام شد و در سال‌های اخیر در استان کرمان به‌عنوان اولین استان، بیش از ده‌ها میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در بخش معدن انجام شده و خروجی آن چندین کارخانه سیمان، فولاد و زیرمجموعه‌های آن، مس و لاستیک است.

همچنین در سال ۱۳۹۰ نیز اتاق، اولین مجموعه‌ای بود که بحث گلخانه‌ها و توسعه آن‌ها را در جنوب استان مطرح کرد و به همین واسطه «پایانه صادراتی جیرفت» را پایه‌گذاری کردیم که بعد از ده سال تلاش، بالاخره سال گذشته افتتاح شد. در آن زمان نیز تأکید داشتیم که تنها راه توسعه کشاورزی در جنوب استان فقط حرکت به سمت گلخانه و استفاده بهینه از آب و بهره‌ور نمودن آن است.

در مورد روند مصرف آب، حدود صدسال پیش ایده بر این بود که در هکتار چقدر باید محصول کشاورزی برداشت شود، بعدها دریافتند که هکتار مهم نیست و باید بررسی شود که از هر مترمکعب آب چقدر محصول باید برداشت شود. با گذر زمان به این نتیجه رسیدند که میزان برداشت محصول با هر مترمکعب آب هم اهمیت ندارد و باید بررسی شود که چه مقدار محصول قابل‌استفاده و

قابل‌مصرف از هر مترمکعب آب می‌توانند برداشت کنند؛ درواقع بخش ضایعات آن یا بخشی که عملاً استفاده نمی‌شود را حذف می‌کردند. سپس به این نتیجه رسیدند که باید مقدار ارزی را که از هر مترمکعب آب به دست می‌آید را در نظر گرفت و در سال‌های اخیر میزان سود ارزی حاصل از تولید یک کالا در تناسب با میزان آب مصرفی را محاسبه می‌کنند؛ یعنی این‌که به لحاظ ارزی آیا به نفع است که خود کالایی را تولید کنیم یا از کشور دیگری آن را وارد نماییم. روند فوق نشان می‌دهد که آب اهمیت زیادی دارد، اما در کشور ما به آن توجه کمی شده است؛ کما این‌که ما در انجمن‌های پسته، خرما، محصولات گلخانه‌ای و گیاهان دارویی و در کل اتاق این مطلب را خیلی جدی دنبال می‌کنیم، ولی طی سال‌های اخیر هنوز اتفاقی توسط حاکمیت نیفتاده است. در زمان مسئولیت من در اتاق ایران فقط و فقط سنگ‌آهن صادر می‌شد، امروز می‌بینید که در این بخش زیرمجموعه‌های

اگر صادرات استان را در پنج دهه گذشته مورد بررسی قرار دهیم، می‌بینیم در این مدت عملاً صادراتی که بر پایه خلاقیت، ابتکار و ایده باشد، اتفاق نیفتاده و عمده صادرات بر پایه داشته‌های طبیعی کشور و استان بوده است و صدمات خیلی زیادی هم دیده‌ایم؛ از جمله در زمینه آب و خاک که امروز شرایط بسیار بدی داریم. در زمینه محصولات معدنی به گفته یکی از استانداران وقت، ما برای نسل‌های آینده یک زمین خشک، فرونشست کرده و بدون آب و یک سری حفره‌های بزرگ ناشی از استخراج معادن، به ارث خواهیم گذاشت و این بدهکاری ما به نسل‌های آینده و نگرانیمان برای آن‌هاست، درحالی‌که می‌توانستیم، حداقل با استفاده از این امکانات سرمایه‌گذاری‌هایی انجام دهیم و خلق ثروت کنیم تا نسل‌های بعدی متکی به آن‌ها باشند.

فراوانی ایجاد شده که هنوز هم جای کار بسیاری وجود دارد. در مورد مس مطلع شدم که مدیرعامل محترم این مجموعه از افزایش تولید کاتد تا یک‌میلیون تن خبر داده است، درحالی‌که تاکنون حدود یک‌چهارم ظرفیت تولید انجام می‌شده است. هرچند که خود محصول کاتد هم عملاً محصول نهایی نیست و ما باید زیرمجموعه‌ها را درست کنیم؛ بنابراین می‌توان گفت اقدامات لازم و شاخصی در زمینه ایجاد مزیت رقابتی و تولید با ارزش‌افزوده بالاتر انجام نشده است و باید برای ارتقا وضع دست‌به‌دست هم دهیم تا این مهم انجام شود؛ البته اصل قضیه را باید حاکمیت و مجموعه‌های دولتی دنبال کنند، زیرا ما در اتاق فقط می‌توانیم مشاوره و پیشنهاد دهیم و پس از تحقیق و بررسی، نتایج را ارائه نماییم.

◆ چنانچه توضیحات تکمیلی لازم می‌دانید، عنوان فرمایید.

من زیاد این موضوع را تأکید کردم که رویکرد صادرات، رویکردی تخصصی و بسیار علمی است. امروز باید در دنیا رقابت کرد. باید روند علمی صادرات را به لحاظ زمانی هرروز، هر هفته، هرماه، هر سال، هر دهه، هر ربع قرن و هر قرن بررسی و نتیجه‌گیری کرد و علاوه بر آن باید شرایط منطقه از روستا و شهری که تولید را در آن آغاز کرده‌ایم تا قفسه‌ای که در هر جای دنیا محصول باید در آنجا به فروش برسد، در نظر گرفت. به اعتقاد من مهم‌ترین مطلب این است که ما به این مقوله به‌عنوان یک کار علمی و تخصصی نگاه کنیم. در خیلی از کشورهای دنیا، رشته تخصصی صادرات وجود دارد و ما اگر در ایران تا این اندازه نخواهیم جلو برویم، حتماً نیاز به میزهای مشخص برای بررسی مسائل داریم که جای آن خیلی خالی است. این می‌تواند یکی از راهکارهایی باشد که اتاق با همکاری سازمان‌ها و تشکلهای و ذینفعان مربوطه برای حل مشکل صادرات دنبال کند. ◆◆