

# دولت نو، تجارتی کهنه و بازار مدرن جهانی

محمدرضا مودودی

مدیر خانه ترویج تجارت جهانی



بازار که همانا برندها و بنگاه‌های اقتصادی و شرکت‌های تخصصی تجاری هستند، شکل و گسترش پیدا کرده و مرزهای اقتدار، محبوبیت و مشروعیت کشورها را بر اساس توان و قدرت برند خود تعیین می‌کنند.

امروزه آمارها حکایت از سهم ۲۵ درصدی ارزش مبادلات تجاری جهان در نزد گروه‌هایی از کمپانی‌های بین‌المللی و چندملیتی دارد که بدون نیاز به قدرت زور و اسلحه، حوزه نفوذ خود را بسط داده و بر تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان بسیاری از کشورهای کوچک‌تر تأثیر می‌گذارند.

سیاره زمین، امروزه تبدیل به فروشگاه بزرگ‌شده که همه در آن در حال تبادل کالا و خدمت و تقاضا و عرضه‌اند. همه‌چیز، حتی جایگاه و بهای ملیت ملت‌ها در این بازار ارزش‌گذاری می‌شود و هویت و بلوغ و توسعه‌یافتگی را نیز خط‌کش بازار تعیین می‌کند. هنوز هم می‌توان همان همه‌قدیمی بازارهای کهن را در گستره‌ی این فروشگاه بزرگ جهانی شنید که در سطحی فرا حجره‌ای، استعدادها و قابلیت‌های خرد و کلان

امروزه، «جهانی‌شدن» مفهومی است برآمده از زهدان همان بازارهای محلی گذشته که زمانی فقط نیازهای اجتماعات کوچک را برآورده می‌کردند و واکنش و انعطافشان در برابر فرهنگ‌ها، قدرت‌ها و پیوندهای اجتماعی، بسیار اندک و تدریجی بود؛ اما این جاده‌ی کهن، امروزه به سرحدات جغرافیای جهانی رسیده و تمام مرزهای نظام اجتماعی را پوشش داده است، چه مرزهای جغرافیایی و بازارهای محلی را و چه نظام اعتقادی و سیاسی و فرهنگی ملل را. بازارها دیگر نه یک محیط حاشیه‌ای برای تبادل کالا و پول، بلکه یک عامل و انگیزه اصلی برای همه فعالیت‌های اجتماعی به شمار می‌روند و مؤلفه‌ای تعیین‌کننده برای قواعد سیاسی و اجتماعی و تنظیم‌کننده قوا و دایره نفوذ قدرت حکومت‌هاست و حتی می‌توان ادعا کرد که بلوغ و هویت ملی کشورها نیز امروزه درگرو سهم و نقش آنان در بازارهای جهانی است.

گرچه اقتصاد که مستقیماً با معیشت روزانه مردم سروکار دارد، از هر فعالیت دیگری مهم‌تر است و باید برای درمان درد مزمن اقتصاد از ظرافت یک جراح حاذق و ابتکار یک مهندس توانمند و هوش و ذکاوت یک اندیشمند اقتصادی به‌صورت توأمان استفاده کرد و با کمک تکنولوژی به ایجاد تمایز پرداخت و از ظرفیت همکاری و ارتباطات بین‌المللی به دنبال تغییر تدریجی اما عمیق DNA اقتصادی کشور رفت؛ اما آنچه تا به امروز شاهد آن بوده‌ایم، تلاش دولت‌ها برای پاسخ به پرسش‌های امروز، با تکیه بر جواب‌های دیروز است! رویکردی که محکوم به شکست است و واقعیتی غیرقابل‌انکار اما تلخ که متأسفانه نشان از هوش پایین حکمرانان اقتصادی کشور دارد!

بازارها از آغاز، پاسخ به یک نیاز اجتماعی بودند که فراتر از مبادله کالا و خدمت و پول می‌رفت. نیاز به گفت‌وگو، معاشرت، ارتباط، تعامل و تبادل دانش و فرهنگ و اندیشه و به‌طورکلی داشته‌هایی که لزوماً مادی نبودند، اما در دامن تجارت کالا امکان رشد و بسط و تعمیق می‌یافتند. نیازی که روحیه اجتماع‌پذیری انسان‌ها را نمایان می‌ساخت و احساس تعلق و اشتیاق آن‌ها به یک محیط مشترک زندگی و گسترش ارتباطات انسانی را بازگو می‌کرد. با افزایش ابعاد این روابط، نیازها نیز متنوع‌تر شدند و به‌تبع آن وسعت و شکل و ماهیت بازارها نیز دستخوش تغییر و تحول شد و کانون‌های محلی بزرگ‌تری شکل گرفتند که گستره‌ی فراتر از مرزهای جغرافیایی را پوشش داده و تارهای فرهنگ و سیاست را به پود اقتصاد گره زدند و به‌این‌ترتیب بود که قالی هزار نقش نوین در عالم تجارت و تعاملات بازار بافته شد. از آن زمان که دریانوردان، ماجراجویی‌های خود را به پشتوانه اقتصاد بازار گسترش دادند و حکایت‌های جذابی خلق و روایت کردند تا سفر و تجارت تشویق شود و جاده‌هایی همچون راه ابریشم به وجود آمدند تا نظام جهانی و فرهنگ بین‌المللی جوامع را دستخوش تغییر کنند، راه‌های جدیدی فراروی انسان‌ها پدیدار شدند که به تغییر فرهنگ‌ها، مذاهب و تمدن‌ها منجر شد.

امروزه، «جهانی‌شدن» مفهومی است که این راه‌رفته را به نهایت مرزهای خود رسانده و سرحدات جغرافیای تجارت را بدون مرز ساخته است و درعین‌حال تجارت کهن و دیرپا را همچون تندیس عتیقه از گذشته در بایگانی زمان و تاریخ برجای گذاشته و تعریفی نو از این عرصه اقتصادی عرضه کرده است.



ضعف زیرساخت‌های نرم و سخت تجاری است و بالاخره چالش سوم «عملیاتی و مدیریتی» است که به ناکارآمدی مدیران ارشد، قهر و مهاجرت نخبگان، بهره‌وری اندک و بی‌اعتنایی به نوآوری در تولید و تجارت، مداخلات بیجا نظیر اعمال سیاست‌های اقتصادی سلیقه‌ای، قیمت‌گذاری دستوری و غلبه سیاست‌های ارزی بر سیاست‌های تجاری و عدم سرمایه‌گذاری و تخصیص هدفمند منابع اشاره دارد که سبب شده نه فقط فعال اقتصادی، بلکه فضای تجارت داخلی و خارجی نیز دستخوش آشفتگی و تعارض و تضاد منافع شود.

از آغاز دهه ۹۰ که اقتصاد ایران تحت شدیدترین تحریم‌ها قرار گرفت و به‌تبع آن ارتباط آن با بازارهای بین‌المللی و بانک‌های دنیا برای نقل و انتقالات ارزی دشوار شد؛ به‌جای جبران این کاستی با جذب نخبگان و کارآفرینان شناسنامه‌دار توانمند و مؤثر، دولت‌ها به سمت حذف آنان و ایجاد رانت‌های ویرانگر قدم برداشتند و شرایط هرروز برای فعالیت شایستگان سخت‌تر و محدودتر شد و به تعبیری از داخل کشور به نفع تحریم‌های خارجی قدم‌هایی به‌مراتب بزرگ‌تر برداشته شد!

بررسی عملکرد دولت‌های گذشته نشان می‌دهد که تصمیم‌گیران نظام حکمرانی اقتصادی کشور دائماً به دنبال وضع سیاست‌های صنعتی

ایران به کمتر از ۸ کشور صادر شده است. این در حالی است که در سال ۱۳۸۲ تعداد مقاصد صادراتی که ۸۰ درصد صادرات غیرنفتی ایران را جذب می‌کردند در حدود ۱۵ کشور بودند. به‌عبارت‌دیگر گرچه ارزش و حجم صادرات ایران در این دو دهه افزایش پیدا کرده، ولی هم‌تنوع سید صادرات غیرنفتی ما کاهش یافته و هم از تنوع بازارهای هدف تجاری ما کاسته شده است و فقط سهم دو کشور چین و عراق به‌تنهایی بیش از نیمی از صادرات غیرنفتی ایران است. این وابستگی بالا به کشورهای محدود، ریسک اقتصادی تجارت ایران را به‌شدت افزایش داده است و هرگونه تغییر در سیاست‌های تجاری این کشورها یا بروز تنش‌های سیاسی می‌تواند به‌طور قابل‌توجهی اقتصاد ایران را دچار چالش کند.

امروزه حوزه اقتصاد کلان و سیاسی ایران با سه چالش جدی مواجه است: چالش اول «راهبردی و رهیافتی» است که شامل تحریم‌ها، تنش‌زایی‌ها و محدودیت‌های روابط بین‌المللی می‌شود، چالش دوم «زیرساختی و ساختاری» است که شامل فساد سازمانی، رژیم تجاری و نظام تعرفه‌ای، قوانین و مقررات مخمل تجارت، ناترازی انرژی، عقب‌ماندگی نظام مبادلات و تأمین مالی، نبود سیاست بلندمدت و یکپارچه‌ی صنعتی، گرایش دولت به تصدی‌گری و به‌ویژه

را به نمایش گذاشته و بی‌وقفه «هویت‌نو» را معامله می‌کنند.

بازارها حتی امروز هم «محل تلاقی گذشته و آینده» اند. چرا که فقط بازارها هستند که با «زمان» پیوندی عمیق و ناگسستنی دارند و آن را همچون ریسمانی حیاتی برای بقای خود حفظ می‌کنند.

این «میراث تاریخی» به گفته رنه شار (شاعر فرانسوی)، «فقط از راه وصیت به ما نرسیده است»؛ تاریخی پشت آن است که سهم امروز ما، نتیجه رنج‌هایی است که در طول این زنجیره‌ی زمانی برای نیل به آن کشیده‌ایم. در این میان اقتصاد ایران که در طول سال‌های گذشته همواره با چالش‌های عدیده و غیرقابل پیش‌بینی بسیاری مواجه بوده است؛ میزان وابستگی و اتکای بازارهای پیش به تعداد محدودی از مقاصد تجاری به حدی محدود شده که تبدیل به پاشنه آشیل اقتصاد ایران و مشکلی اساسی در مسیر توسعه و تعالی شده است.

این امر نه‌تنها ریسک سرمایه‌گذاری و مشارکت مولد را افزایش داده، بلکه مانع از تبادل ایده‌های نوآورانه و گسترش بینش تجاری شده که از آمار تجاری هم مهم‌تر است. بررسی آمار صادرات غیرنفتی ایران به‌عنوان یک شاخص مهم نشان می‌دهد که در طول سال‌های بعد از ۱۳۹۰ تا به امروز تقریباً ۸۰ درصد کالاهای تجاری ساخت

گوناگونی بودند که بیش از آنکه پایه علمی داشته باشند، بر نگاه سلیقه‌ای استوار بوده‌اند؛ و هر بار نیز که تحلیلگران توسعه با اشاره مستقیم چرایی شکست این سیاست‌ها را بازخوانی کرده‌اند، باز با بی‌اعتنایی مدیران ارشد و تکرار اشتباهات گذشته مواجه شده‌اند و آنچه همچنان مغفول مانده، ظرفیت‌های بالقوه و بالفعلی است که توسط دولت‌ها و یا دست‌های پنهان پشت بازار معطل مانده‌اند.

گرچه اقتصاد که مستقیماً با معیشت روزانه مردم سروکار دارد، از هر فعالیت دیگری مهم‌تر است و باید برای درمان درد مزمن اقتصاد از ظرافت یک جراح حاذق و ابتکار یک مهندس توانمند و هوش و ذکاوت یک اندیشمند اقتصادی به‌صورت توأمان استفاده کرد و با کمک تکنولوژی به ایجاد تمایز پرداخت و از ظرفیت همکاری و ارتباطات بین‌المللی به دنبال تغییر تدریجی اما عمیق DNA اقتصادی کشور رفت؛ اما آنچه تا به امروز شاهد آن بوده‌ایم، تلاش دولت‌ها برای پاسخ به پرسش‌های امروز، با تکیه بر جواب‌های دیروز است! رویکردی که محکوم به شکست است و واقعیتی غیرقابل انکار اما تلخ که متأسفانه نشان از هوش پایین حکمرانان اقتصادی کشور دارد! پافشاری بر سپردن مجدد سکان هدایت نظام اقتصادی به چهره‌هایی که کارنامه موفق در گذشته نداشته و تأکید دوباره بر تداوم سیاست‌هایی که شکست خورده‌اند نظیر توزیع فقر به‌جای خلق ثروت، مدیریت

ارز به‌جای کاهش هزینه سرمایه‌گذاری در صنایع پیشرفته و مگا پروژه‌های صادراتی و یا تخصیص منابع ارزشمند به صنایع زودبازده به‌جای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و تولیداتی که سبب صادراتی آینده دنیا را تشکیل می‌دهند و یا تحقیق و توسعه و نوآوری؛ همگی چشم‌اندازی را نشان می‌دهند که امیدبخش و برانگیزاننده فعالان اقتصادی نیست.

مهم‌ترین راهکار مقابله با این استراتژی‌های خطرناک، ایجاد مکانیسم شناخت صحیح نشانه‌های عدم قطعیت محیطی است. نشانه‌هایی که نه به‌یک‌باره بلکه به‌صورت تدریجی خود را نمایان می‌سازند و اگر دولت‌ها نتوانند به‌موقع آن را شناسایی و رصد کرده و ابر روندهای آینده را با استفاده از فنون مدیریت ریسک و تکنولوژی‌های روز پیش‌بینی کنند، تبعات سنگینی متوجه نظام مدیریت کلان اقتصادی کشور و به‌تبع آن معیشت مردم خواهد شد که کل نظام سیاسی را به چالش خواهد کشید.

جدای از ضرورت اتخاذ سیاست‌های مناسب، تنوع‌بخشی به مقاصد صادراتی و افزودن محصولات موردنیاز آینده به سبد صادراتی کشور و تمرکز بر افزایش ضریب نفوذ هوش مصنوعی به محصولات برای خلق ارزش افزوده بالاتر و رقابت‌پذیر نمودن کالای ایرانی در بازارهای جهانی، رونق صادرات غیرنفتی، توسعه بازارهای صادراتی و رشد اقتصادی محقق نخواهد شد و همچنان

وابستگی به بازارهای محدود و خام‌فروشی و توقف ارزش صادرات غیرنفتی کشور، مهم‌ترین چالش‌هایی خواهند بود که صادرات غیرنفتی آینده ایران را تهدید خواهند کرد.

گرچه دولت‌های پیشین در حد توان خود، گام‌های مؤثری برای تسهیل فضای تجاری با عضویت در پیمان‌های مهمی چون شانگهای و یا اتحادیه گمرکی اوراسیا برداشته‌اند، اما بدون ایجاد و بهبود زیرساخت‌های نرم و سخت و در غیاب شرکت‌های توانمند و برندهای بین‌المللی برتر ایرانی از این فضای مستعد، بهره‌برداری مؤثری نخواهد شد. این در حالی است که حضور در این بازارها به‌منزله رقابت با برترین برندهای تولیدی دنیا در یک فضای تجاری آزاد است. محیطی که عضو باشگاه تجارت جهانی است و در آن بزرگ‌ترین بازیکنان عرصه تجارت به طرز جنون‌آوری در حال مشارکت، ادغام و رقابت و مبارزه با یکدیگر هستند.

به نظر می‌رسد که تحقق این آرمان‌ها، علاوه بر رفع مشکلات زیرساختی و به‌روز کردن نهادهای پشتیبان نظیر بانک‌ها، گمرکات، حمل‌ونقل، لجستیک، استاندارد و ... نیازمند یک تغییر نگرش در بازار داخل نیز باشد و برای تمرین حضور در بازارهای مدرنی که تعیین‌کننده ارزش واقعی صادرات غیرنفتی کشور محسوب می‌شوند، ضروری باشد که در گام نخست، بازار داخل تبدیل به بازاری مدرن با مشخصات و ویژگی‌های بازارهای غالب جهانی شود.

و منظور از بازار مدرن یعنی تغییر فرم بازار از آنچه شبیه به فروش‌های حجره‌ای قدیمی است به ساختارهای فروش متمرکز که در آن نهادهای پشتیبان زنجیره تأمین، توزیع شبکه‌ای، مدیریت لجستیک و حمل‌ونقل و بالاخره مدیریت مالی و بازرسی کیفی شکل می‌گیرند و می‌توانند نیازهای بزرگ را در حجم، قیمت و تحویل به هنگام، پاسخگو باشند.

شاید دلیل اصلی توفیق ما در بازارهای عراق و افغانستان، شباهت آن‌ها به محیط کسب‌وکار داخلی ما باشد و دلیل توفیق ترکیه در غالب بازارهای مدرن نیز وجود شرکت‌های توانمند در مدیریت زنجیره تأمین، مدیریت صادرات، شبکه‌های پشتیبان لجستیک، ساختارهای



تبدیل شود، بلکه با پیاده‌سازی برنامه‌های توانمندسازی، بنگاه‌هایی چابک، خلاق و منعقد را پدید آورد که از جنس آینده‌اند و می‌توانند بازارهای جدیدی را به اهداف قدیمی صادرات اضافه کنند و محصولاتی را به سید صادراتی کشور بیفزایند که به‌آسانی قابل‌جایگزینی و تولید مشابه نباشند.

دولت جدید باید برای ایجاد مزیت‌های جدید و مقابله با چالش‌های فراملی با استفاده از فناوری روز برای تصمیم‌گیری بهتر و ایجاد انگیزه و مکانیزم‌های مشارکت شهروندی برای حفظ مشروعیت دموکراتیک و تکنوکراتیک تبدیل به کاتالیزور تحول شود و در عصری که با تغییرات سریع فناوریانه، اجتماعی و محیطی تعریف می‌شود، دیگر به دیوان‌سالاری ایستا و کهنه تکیه نکند؛ بلکه نظام بوروکراتیک دولت را به یک ارگان‌بسم زنده، سازگار شونده و یادگیرنده تبدیل کند که در تعامل پویا با محیط خود و بیرون از مرزهاست. دیوان‌سالاری جدیدی که نه‌تنها اجراکننده سیاست‌ها، بلکه پیش‌بینی کننده، هدایت‌کننده و حتی طراح آینده خواهد بود.

در این مسیر، چالش‌ها بسیارند؛ از غلبه بر اینرسی رانتهای فاسد و مخالفان توسعه و ترقی ایران تا بروکراسی لخت و فربه و معتاد به گذشته تا ضرورت حفظ تعادل ظریف بین کارایی و مشروعیت دموکراتیک و جلب مشارکت حداکثری مردم و نخبگان؛ اما اقتصادهای پویاتر و جوامع توسعه‌یافته می‌دانند که این نتیجه ارزش هر تلاشی را دارد.

دیوان‌سالاری، آن‌گونه که ماکس وبر آن را توصیف می‌کرد، نه‌تنها یک ضرورت است، بلکه می‌تواند به‌عنوان موتور محرکه پیشرفت عمل کند. این در حالی است که دنیا سال‌هاست از دروازه‌ی چالش‌های امروز ما عبور کرده و امروز دغدغه ذهنی دنیا تغییرات اقلیمی، نابرابری فزاینده ثروت و موضوع صلح جهانی است. آیا دولت امروز ما می‌تواند بعد از سال‌ها، این عقب‌ماندگی تاریخی در نقش‌آفرینی بین‌المللی را جبران کند و ما را از روزمرگی فرساینده و مزمن نجات دهد و به دنیای در حال تغییر نزدیک کند؟! ♦♦

داخل هستیم، باید رویکرد تجاری خود را اصلاح کنیم و همچون سایر اقتصادهای موفق، مرزهای جغرافیای صادراتی‌مان را بسط و گسترش بدهیم و به عمق بازارهای هدف ورود کنیم و بپذیریم که متحدان اقتصادی امروز، لزوماً شرکای ابدی ما نیستند و با بازگشت ثبات و امنیت به این کشورها، نظام صادراتی ما نیز که به‌شدت به این بازارهای آسان معتاد شده، دیگر نخواهد توانست دوام بیاورد و ناگزیر از ترک بازار خواهد بود. مگر آنکه تولیدکنندگان ما نقش میهمان خود را به میزبان تغییر دهند و ساکن خانه‌ای شوند که در آینده‌ای نزدیک، سفره‌اش برای هیچ بیگانه‌ای پهن نخواهد بود.

هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، نانو و زیست‌فناوری نه‌تنها امروز صنایع دنیا را متحول کرده‌اند، بلکه ماهیت کار و هویت جوامع را نیز تغییر داده‌اند. دولت چهاردهم نه‌تنها باید این تحولات را پیش‌بینی کند، بلکه باید آن‌ها را جدی‌تر از اسلاف خود راهبری و هدایت کند. باید در زمینه هوش مصنوعی و رباتیک با سرمایه‌گذاری در تحقیقات پایه‌ای، ایجاد مراکز تحقیقاتی و مطالعاتی تخصصی و با مشارکت مراکز خصوصی و تنظیم مقررات برای تضمین توسعه اخلاقی و مسئولانه و مدیریت هوشمندانه تأثیرات اجتماعی این پدیده، ایفای نقش کند و نه فقط از نقش مجری به طراح اجتماعی

**جدای از ضرورت اتخاذ سیاست‌های مناسب، تنوع‌بخشی به مقاصد صادراتی و افزودن محصولات موردنیاز آینده به سبد صادراتی کشور و تمرکز بر افزایش ضریب نفوذ هوش مصنوعی به محصولات برای خلق ارزش افزوده بالاتر و رقابت‌پذیر نمودن کالای ایرانی در بازارهای جهانی، رونق صادرات غیرنفتی، توسعه بازارهای صادراتی و رشد اقتصادی محقق نخواهد شد و همچنان وابستگی به بازارهای محدود و خام‌فروشی و توقف ارزش صادرات غیرنفتی کشور، مهم‌ترین چالش‌هایی خواهند بود که صادرات غیرنفتی آینده ایران را تهدید خواهند کرد.**

تأمین مالی و خدماتی قدرتمندش باشد. اما بی‌شک، کشوری که در بازارهای مدرن، موفق عمل می‌کند، در بازارهای سنتی نیز رقیب قدرتمند و اثرگذاری خواهد بود و اگر صادرات غیرنفتی برای ما یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر اقتصادی است، باید محیط برای شکل‌گیری، رشد و بلوغ شرکت‌های بزرگ هدایت‌کننده از تولید تا توزیع نیز مساعد و فراهم شود و این ممکن نیست مگر با تبدیل بازار سنتی داخل به یک بازار مدرن.

باید مراقب بود که عادت به تجارت سنتی امروز، آینده و قدرت تصمیم‌گیری فردای ما را نیز به خود مبتلا نکند! صرف‌نظر از این که ایران در بطن کمربندی از کشورهای آشوب‌زده قرار دارد که بازارهای اصلی آن را تشکیل می‌دهند و تا جنگ و آشوب و ناامنی در این منطقه سایه انداخته، وابستگی این کشورها به محصولات خدمات ایرانی نیز باقی و پایدار خواهد بود؛ اما آمارها گویای واقعیت تلخ دیگری نیز هستند و آن حجم بالای صادرات مواد خام و اولیه‌ای به سایر کشورهای هدف ماست که ارزش افزوده مناسبی را برای نظام اقتصادی ایران به همراه ندارند. به بیان ساده‌تر، کشورهای تولیدی دنیا برای جذب مواد اولیه و اقلامی که اقتصادش به آن‌ها محتاج است، نه به بهانه تحریم بین‌المللی ایران، مقاومت می‌کنند و نه آن را جدی می‌گیرند و مادام که این وابستگی وجود دارد و ذخایر طبیعی ایران می‌تواند گره‌گشای مشکلات تولیدی سایر کشورها باشد، این استقبال و آغوش، همچنان باز خواهد بود! اما وقتی پای کالایی با ارزش افزوده بالا به میان می‌آید، هم تحریم، پُررنگ می‌شود، هم موانع تعرفه‌ای قد علم می‌کنند و هم مقاومت‌های سیاسی و تجاری افزایش می‌یابند و چهره خندان و سهل‌گیر برای تبادل مواد اولیه، به‌سرعت با چهره‌ای عبوس و سخت‌گیر جایگزین می‌شود!

پیام این برخوردهای دوگانه چیزی نیست جز آنکه نباید بازارهای هدف امروزمان (که مبتلابه آشفتگی و جنگ داخلی‌اند) ما را از چشم‌اندازی که دنیا به سمت آن می‌رود، غافل کند. اگر ما به دنبال توسعه صادرات و تقویت بنیه تولید