

ذهنیت‌های ضد صادرات

با توجه به کاهش مصرف خانوارهای ایرانی از محصولات لبنی این موفقیت صادراتی لزوماً خبری خوب نیست. اول باید محصولات لبنی در داخل مصرف می‌شد و ما به استانداردهای جهانی می‌رسیدیم و بعد صادرات انجام می‌شد. بنابراین نه تنها باید از این خبر خوشحال نشد، بلکه آن را باید یک خبر منفی تلقی کرد؛ چرا که این موضوع به این معناست که جامعه ایران چون قدرت خرید ندارد، شرکت‌ها به جای عرضه محصولاتشان در داخل، آن را به بازار خارج عرضه کرده‌اند.

به گزارش سایت خبری پرسون، دکتر علی سرزیم در یادداشتی نوشت: اخیراً خبری در رسانه‌ها منتشر شد مبنی بر اینکه ایران جایگاه ممتازی در صادرات محصولات لبنی پیدا کرده است. با توجه به اینکه شرکت‌های خصوصی در ایران مشغول به تولید محصولات لبنی هستند، در واقع شرکت‌های خصوصی ایرانی موفق شده‌اند جایگاه ممتازی در صادرات محصولات لبنی در جهان پیدا کنند. انتظار می‌رفت این خبر با تشویق و خوشحالی توده مردم و نخبگان همراه شود؛ اما برخلاف انتظار با موجی از نقدها و واکنش‌های منفی نسبت به این خبر روبه‌رو شد.

این خبر نه تنها مورد استقبال قرار نگرفت، بلکه به عنوان یک خبر بد تلقی شد و به سرکوفت دیگری برای جامعه ایران و اقتصاد آن تبدیل شد. کسانی که چنین موضع منفی در قبال این موفقیت شرکت‌های خصوصی گرفتند از دو زاویه نقدهای خود را سامان دادند. زاویه نخست این بود که به تولید محصولات کشاورزی از یک سمت که خوراک نهاده‌های دامی را تشکیل می‌دهد یا احیاناً نهاده‌های دامی با ارزهای یارانه‌ای انجام می‌شود و قیمت آب نیز برای تولید محصولات زراعی واقعی نیست، در واقع تولید شیر در ایران مبتنی بر یارانه است و طبعاً صادرات محصولات لبنی و رقابت‌پذیری آن در رقابت‌های جهانی خبر خوبی نیست؛ زیرا به معنی انتقال یارانه به مصرف‌کنندگان محصولات لبنی در خارج از کشور است.

نقد دومی که عنوان شد و بیشتر روی این زاویه اکثر منتقدان حرکت کردند این بود که با توجه به کاهش مصرف خانوارهای ایرانی از محصولات لبنی این موفقیت صادراتی لزوماً خبری خوب نیست. اول باید محصولات لبنی در داخل مصرف می‌شد و ما به استانداردهای جهانی می‌رسیدیم و بعد صادرات انجام می‌شد. بنابراین نه تنها باید از این خبر خوشحال نشد، بلکه آن را باید یک خبر منفی تلقی کرد؛ چرا که این موضوع به این معناست که جامعه ایران چون قدرت خرید ندارد، شرکت‌ها به جای عرضه محصولاتشان در داخل، آن را به بازار خارج عرضه کرده‌اند.

به اعتقاد نگارنده، این دو نقد می‌تواند خود مورد نقد قرار گیرد و پاسخ‌هایی بیابد. خصوصاً نقد دوم که به نظر من اشکالات بیشتری دارد و به همین دلیل تمرکز دیدگاه خود را روی نقد دوم قرار می‌دهم. ذهنیتی که در پس نقد دوم وجود دارد این است که اول باید بازار داخل مصرف کند و بعد نوبت به صادرات برسد (یعنی مازاد تولید باید در بخش صادرات قرار گیرد) این ذهنیت متأسفانه یک ذهنیت مبتنی بر درآمدهای مفت نفتی هست. اگر افراد در کشور بدون نفت زندگی می‌کردند، به این واقعیت می‌رسیدند که باید یک انتخاب کنند که مصرف داخل به معنی صادرات نکردن است و صادرات نکردن به معنی کمبود ارز هست و کمبود ارز به معنی دسترسی کمتر به محصولات خارجی است. به همین دلیل یک بده‌بستان بین مصرف کالاهای داخلی و مصرف کالاهای خارجی شکل می‌گیرد. شهروندان کشورهای غیرنفتی معمولاً به این باور می‌رسند که مسیر بهبود رفاه‌شان از محل صادرات می‌گذرد. یعنی اول کشورها به سمت توسعه صادرات حرکت می‌کنند بدون اینکه لزوماً محصول را خودشان مصرف کنند.

به این معنا که وقتی شرکتی صادرات خود را آغاز کرد تا چند سال مثلاً ۲۵ سال مصرف داخلی رشد نمی‌کرد. در واقع اول بازارهای جهانی فتح می‌شود، کم‌کم درآمد حاصل از این موفقیت از بازارهای خارجی به داخل سرریز می‌شود و بعد درآمد سرانه افزایش می‌یابد و به تبع آن مصرف داخلی شروع به بالا رفتن می‌کند. نمونه چین، کره جنوبی، بنگلادش و امثالهم همه این مسیر را نشان می‌دهند. در واقع صادرات اهرم افزایش مصرف با یک تأخیر زیاد است. این مسیر طبیعی رشدی است که در همه کشورهای غیرنفتی دنبال می‌شود و همه هم می‌دانند باید همین مسیر را دنبال کنند.

در یک کشور نفتی که ذهنیت‌ها این‌گونه شکل گرفته است که رابطه‌ای بین مصرف داخل و صادرات غیرنفتی وجود ندارد، عمده تمرکز افراد روی مصرف داخل است و اولویت را بر مصرف داخل می‌گذارند و بعد به صادرات به خارج فکر می‌کنند؛ زیرا این شکاف بین صادرات غیرنفتی و مصرف بالای داخلی را پول مفت نفت می‌تواند بپوشاند. در ۱۰ سال اخیر که تحریم‌ها برای جان اقتصاد ایران شد و درآمد نفتی را از ایران تا حدودی حذف کرد، این ذهنیت و این مسیر دیگر قابل ادامه نبود و طبیعی بود که مصرف داخل افت کند و به تدریج ما اقتصادمان به سمت اقتصادهای نرمال غیرنفتی حرکت کند. به این معنی که کم‌کم صادرات غیر نفتی جایگاه خیلی مهم پیدا می‌کند و ما یاد می‌گیریم که مصرف‌مان را تابعی از قدرت رقابت‌پذیری محصولاتمان در خارج از کشور قرار بدهیم. به این معنا که اگرچه تحریم‌ها ضربه بزرگی به رفاه کشور زده است، اما در جهت سالم کردن اقتصاد ایران و رها کردن اقتصاد ایران از درآمد نفت عمل کرده است.

با این توصیف مشخص می‌شود که افزایش صادرات محصولات لبنی در حالی که مصرف داخل پایین آمده است، لزوماً چیز بدی نیست، بلکه موجب افتخار هم هست. صادرات شرکت‌های خصوصی ما افزایش پیدا کرده است و آنها از افزایش صادرات سود می‌کنند و این سود آنها به سرمایه‌گذاری‌های سودآور دیگر تبدیل می‌شود و این مسیر کم‌کم باعث پرداخت‌های بهتر به مدیران، کارکنان و تمام ذی‌نفعان این شرکت‌ها می‌شود و طبعاً اثرات چنین رفتاری به تدریج در رفاه عمومی جامعه ایران ظاهر می‌شود. اما طبیعتاً اثرات آن به صورت ناگهانی نیست. وقتی صنایع مختلف ایران یاد بگیرند صادرات‌محور شوند، کم‌کم اثرات آنها هم روی افزایش رفاه ذی‌نفعانشان پدیدار می‌شود و این‌گونه اقتصاد صادرات‌محور می‌شود و رفاه افراد از محل مصرف داخل تابعی از رشد صادرات و رقابت‌پذیری محصولات داخلی می‌شود.

درباره نقد اول که گفته شد، باید اذعان کرد این نقد تا حد زیادی درست است؛ اما فقط یک نکته را نباید فراموش کرد. برخی از کشورها که کشورهای صادرکننده محور شده‌اند، شروع کارشان با یارانه‌هایی به شرکت‌های داخلی بود و این یارانه‌ها به آنها کمک کرد که بتوانند در بازارهای جهانی رقابت‌پذیر شوند و محصولات رقابت‌پذیر تولید کنند و سهمی از بازار جهانی را کسب کنند و بعد به تدریج یارانه‌ها قطع شد و این شرکت‌ها که حضور در بازارهای جهانی را آموختند، توانستند جایگاه خود را تثبیت کنند. صنعت لبنیاتی هم از صنایع بسیار موفق ایران است. چهل سال پیش همه به خاطر داریم که محصولات لبنی ما عمدتاً از خارج تأمین می‌شد. پنیر دانمارکی مثال معروفی است که در ذهن کودکان دهه ۴۰، ۵۰ و ۶۰ مانده است و تمام سوپرمارکت‌های ما پر بود از محصولات لبنی خارجی. در این سال‌ها افراد توانمندی کمر همت بستند و محصولات لبنی را در داخل تولید کردند و بازار ایران را کاملاً از محصولات خارجی مستغنی کردند و تنوع فوق‌العاده ارزشمندی در طیف زیاد محصولات لبنی ایجاد کردند. این طیف وسیع محصولات لبنی در ایران، واقعاً در اروپا هم وجود نداشت و این موجب افتخار است.

اما اکنون دولت باید چه اقدامی را در دستور کار خود قرار دهد؟ دولت باید کم‌کم سوبسیدهایی که در بخش کشاورزی است، قطع کند. شرکت‌های ما یاد گرفته‌اند در بازارهای خارجی بازاریابی کنند و حضور یابند و محصولاتی با استانداردهای مورد قبول کشورهای موفق و پیشرفته تولید کنند و به تدریج می‌توانند در برابر حذف یارانه‌های حوزه کشاورزی مقاومت کنند. به همین دلیل تصور می‌کنم بخش لبنی ایران در مسیر درست و موفق قرار دارد. در مجموع باید انتشار خبر یادشده را به فال نیک گرفت و نه تنها تأسف نخورد، بلکه آن را موجب افتخار دانست و نمونه‌ای از صنایعی دانست که بخش خصوصی واقعی در آن حضور موفق داشتند و این امر می‌تواند در صنایع دیگر اتفاق افتد.

منبع: کیهان