

**یکی از اعضای اتاق بازرگانی تهران با اشاره به اهمیت مقوله "مزیت رقابتی" برای صنایع داخلی راههای تحقق آن را بررسی کرد.**

به گزارش ایسنا، نسیم توکل نوشت: مزیت رقابتی و نداشتن ارزش، یکی از نکات چالش برانگیزی هست که مقوله صنعت در ایران با آن روبرو شده است. مهم‌تر از این چالش بحران اساسی دیگری است که می‌توان آن را نداشتن صنعت در کشور تعبیر کرد. به معنای اینکه، اقتصاد ایران با تعداد بسیار زیادی سوله و انبوهی از تجهیزات دست به گریبان است و روزی نیست که یکی از این کارخانه‌داران برای پر کردن ظرفیت مونتاژ خود و دریافت سفارش تماس نکیرد. وقتی به خوبی نگریم، در خواهیم یافت که شیوه دریافت مجوزهای تولیدی از اساس دچار مشکل است و در وزارت صمت نام تولید کننده به غلط با حضور در شهر ک‌های صنعتی، سوله‌داری و تجهیزات گره خورده است.

کارخانه داری و تولید به صرفه نیست

شرایط کنونی و حفره‌های موجود در اقتصاد، بدهی بانکها و به صرفه نبودن فعالیت حاصل منوط شدن تولید به این گزرها است. یعنی این سوله‌های خاک خورده از محل تسهیلات دریافتی افراد از بانک‌ها ایجاد شده‌اند و ارز به منظور خرید تجهیزات فاقد کارایی در اقتصاد از ایران خارج شده و متأسفانه

از سوی دیگر، با این فرمول وقتی پای محصول نهایی به میان می‌آید دیگر پولی نداریم تا در بخش تحقیق و توسعه و بهبود کیفیت هزینه کنیم. در واقع، پره‌های سنگین و هزینه‌های بالا در تأمین موارد قبلی سبب به صرفه نبودن انجام تحقیق و توسعه می‌شوند. از همه مهم‌تر مزیت رقابتی است و متأسفانه بیشتر کارخانه‌داران به آن فکر نمی‌کنند. در کشور‌های مختلف صنایع متفاوت مزیت رقابتی به صورت متنوع تعریف می‌شود. فرقی نمی‌کند از کدام صنعت صحبت کنیم. هر صنعتی که به تولید برسد، بخواهد دانش را به فناوری تبدیل کرده و آن را در اختیار بگیرد و در نهایت از این چرخه تولید ثروت کند، برای فروش نیازمند مزیت رقابتی و ارائه ارزشی به جامعه است؛ یعنی برای یک مسئله ارائه راهکار دهد.

برای ارائه مزیت رقابتی تاکنون کشورها و صنایع، استراتژی‌های متفاوتی را پیاده‌سازی کرده‌اند. به عنوان نمونه چین استراتژی رهبری قیمت را دنبال کرده است. در هر نقطه صنعت چین پیشانی قیمت بود و با این استراتژی بازاریابی توانست بازارهای جهان را فتح کند. آنقدر قیمت محصولات شان پایین بود که به همین نسبت نرخ پول ملی خود را پایین نگه داشتند و دولت یارانه‌های فراوانی به

## راهکار نجات صنعت ایران از خطر ورشکستگی



تولیدکنندگان چینی ارائه داد که تقریباً محصول کشور دیگری نمی‌توانست با آن‌ها رقابت کند و به همین طریق مهم‌ترین مزیت رقابتی را در اقتصاد جهان ایجاد کردند.

در نهایت اینکه چین با پیاده سازی این راهکارها توانست فناوری‌های برتر و راهکار‌های هایتک (فناوری بالا) را به دست آورد و از این مسیر جایگاه مهم و قابل توجهی در جهان تکنولوژی و بازار پیدا کند. هم‌اکنون با این توانایی دولت چین به دنبال به دست آوردن سود بیشتر و دریافت کالای استراتژیک و سیطره بر دیگر کشورها با راهکار زمین زدن دولت‌های دیگر است.

با این حال، هر گاه در ایران به صنعتی می‌نگریم و مزیت رقابتی موجود در بخش‌ها را بررسی می‌کنیم بیشتر به اهمیت سیاست گذاری کلان بی می‌بریم. به عبارت دیگر، هر تولید کننده‌ای برای خود مزیت رقابتی در نظر گرفته است و براساس آن مطالعات بازار و جانمایی کسب‌وکار خود را صورت داده، اما همه این ایده‌ها و برنامه‌ها در نهایت زیر چتر برنامه‌ریزی اصلی کشور قرار می‌گیرد. یعنی تولیدکننده هر مزیت رقابتی داشته باشد اگر چشم‌انداز آن با سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کلان کشور متفاوت باشد قادر به دستیابی آن نخواهد بود. بنابراین مجموعه تولیدکنندگان وابسته به سیاست‌گذاران کشور هستند و چنانچه برنامه‌های حکومتی در مسیر مناسب و اصولی پایه نشود تلاش جمعی بی فایده خواهد بود.

اگر به صورت موردی مزیت رقابتی موجود در صنایع مختلف را بررسی کنیم، به وضوح در می‌یابیم که به عنوان نمونه در صنعت لوازم خانگی، مخابرات،

### مردم از کدام صنوف بیشتر شکایت می‌کنند؟

در آبان ماه امسال بیشترین شکایت‌های دریافتی در بخش کالا مربوط به انواع نان و مرغ و در بخش خدمات مربوط به نرخ تعمیر خودروهای سبک و رستوران‌های غذا خوری و بیشترین شکایات بر اساس نوع تخلف مربوط به گرانفروشی است.

به گزارش ایسنا، بر اساس اطلاعات منتشر شده از سوی سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان، در آبان ماه امسال ۱۵ هزار و ۹۶۰ فقره گزارش و شکایت مردمی از کالا و خدمات از طریق ستاد خبری مستقر در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان‌ها دریافت شده که از این تعداد شکایات، ۱۳ هزار و ۶۳۵ فقره (۸۵درصد) مربوط به کالا و ۲۳۲۵ فقره (۱۵درصد) مربوط به خدمات بوده است. بیشترین شکایت‌های دریافتی در بخش کالا مربوط به انواع نان و مرغ و در بخش خدمات مربوط به نرخ تعمیر خودروهای سبک و رستوران‌های غذاخوری است. بیشترین شکایات بر اساس نوع تخلف نیز مربوط به گرانفروشی و تقلب بوده است.

همچنین از مجموع این شکایات، ۱۵ هزار و ۷۹۶ فقره (۹۹درصد) قابل پیگیری و ۱۶۴ فقره (یک درصد) غیرقابل پیگیری بوده است. همچنین از مجموع شکایات رسیده‌گی شده، ۵۰۴۵ فقره (۳۱درصد) منجر به تنظیم برگ گزارش بازرسی، ۴۶۴۰ فقره (۴۱درصد) منجر به عدم احراز تخلف و ۴۴۵۵ فقره (۲۸درصد) به علت انجام کارشناسی در حال پیگیری است. در ارتباط با نحوه دریافت شکایات نیز در مجموع ۱۰ هزار و ۶۵ فقره (۶۳درصد) تلفنی، ۲۳۰۰ فقره (۱۴درصد) حضوری و ۳۵۹۵ فقره (۲۳درصد) کتبی بوده است.

**در کدام استان‌ها شکایت از صنوف بیشتر شد؟**

گفتنی است که استان‌های خراسان رضوی، تهران، هرمزگان و آذربایجان شرقی با افزایش تعداد شکایات و استان‌های خوزستان، جنوب کرمان، کهگیلویه و بویر احمد و ایلام با کاهش شکایات مواجه بوده‌اند.

**چگونه شکایت کنیم؟**

گفتنی است که مردم می‌توانند با مراجعه به ستاد خبری سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان‌ها و شهرستان‌های تابعه شکایت خود را تنظیم کنند یا از طریق تلفن (۱۲۴)، پورتال سازمان حمایت به نشانی الکترونیکی **www.CPPO.IR**، سایت (۱۲۴. IR) و اپلیکیشن آپ شکایت خود را مطرح کنند. طبق قانون نظام صنفی گران‌فروشی، کم‌فروشی، تقلب، احتکار، عرضه خارج از شبکه عدم اجرای ضوابط قیمت‌گذاری و توزیع، فروش اجباری، عدم درج قیمت و عدم صدور صورتحساب از جمله مهم‌ترین تخلفات صنفی است. همچنین بر اساس قانون صنفی باید درآمدهای ناشی از جریمه‌های دریافتی به حساب خزانه وارز شود و معادل آن در بودجه‌های ستوانی منظور و توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت پس از تأمین بار مالی ماده (۴۴) این قانون به‌طور مساوی در اختیار سازمان تعزیرات حکومتی، اتاق اصناف ایران و وزارت صنعت، معدن و تجارت قرار گیرد تا در اجرای این قانون هزینه کنند، اما اتاق اصناف بارها نسبت به دریافت نکردن این بودجه گلایه کرده است.

### توزیع مرغ منجمد پایان یافت

**رییس اتحادیه پرنده و ماهی خاطر نشان کرد: واردات تخم‌مرغ نطفه‌دار و جوجه یک روزه باعث شد میزان تولید مرغ گوشتی روند صعودی به خود بگیرد و هم اکنون آرامش در بازار حاکم شده است.**

مهدی یوسف‌خانی در گفت‌وگو با ایلنا، با اشاره به کاهش قیمت

مرغ گرم در بازار، گفت: بازار مرغ بیش از هر عامل دیگر تابع عرضه و تقاضاست. در چند هفته گذشته میزان تولید روند صعودی به خود گرفت و میزان عرضه در بازار بالا رفت و به تبع آن قیمت‌ها نیز کاهش پیدا کردند.

وی بابیان اینکه قیمت مرغ گرم کمتر از نرخ مصوب عرضه می‌شود، تصریح کرد: نرخ مصوب کیلویی ۳۱ هزار تومان است این در حالیست که در بازار آزاد مرغ کیلویی ۲۹ تا ۲۸ هزار تومان به دست مصرف‌کنندگان می‌رسد.

به گفته این فعال اقتصادی، مطابق با پیش‌بینی‌های ما تا شب عید در تامین مرغ گرم با هیچ مشکلی مواجه نخواهیم بود وهم اکنون آرامش در بازار مرغ ایجاد شده است.

یوسف‌خانی در پاسخ به این پرسش‌که واردات جوجه یک روزه و تخم‌مرغ نطفه‌دار در ایجاد این شرایط چه تاثیری گذاشت؟ تصریح کرد:

### اقتصادی

## راهکار نجات صنعت ایران از خطر ورشکستگی

بایین آوردن کیفیت زیر حد استاندارد به بهانه رقابت پذیری و مزیت ساختن منجر به از دست دادن بازار و نابودی اعتبار برند می‌شود.

راهکاری که می‌توان برای ساختن مزیت رقابتی در صنعت ایران و در موقعیت فعلی که حاکمیت درگیر مشکلات ریز و درشت خود است و انگار میلی به برداشتن موانع مخل کسب‌وکار و مساعد ساختن محیط فعالیت اقتصادی برای ایجاد رشد و توسعه ندارد، پیشنهاد دادن آن است که فعالان صنعتی در هر حوزه‌ای با استفاده از فرصتی که انجمن‌ها و نهادهای مدنی بخش خصوصی در اختیار قرار داده‌اند، دور هم جمع شوند و با تجمیع نظر پیرامون تولید یک مزیت رقابتی کلان برای خود بسازند و سپس همگان آن را پذیرفته و در آن راستا گام بردارند. در مرحله آتی با یکدیگر بر سر به دست آوردن مزیت بیشتر رقابت کنند.

**سخن پایانی**

هدف از ارائه این راهکار و توضیحات آن است که صنعت ایران بتواند با به دست آوردن مزیت رقابتی برای خود علاوه بر گام برداشتن در مسیر درست، جایگاهی مناسب در خورش شان و منزلت واقعی ایرانی در جهان بیابد. نباید از نظر دور داشت که نبودن تحریم و داشتن ارتباط سالم، موثر و بر پایه اعتماد لازمه وقوع شروط فوق است. همچنین تحریم‌های داخلی، مشکلات واردات، صادرات و موانع واریز و برداشت پول از حساب‌های بین‌المللی و ارتباط بانکی با جهان که مضلات بسیار برجسته‌ای در اقتصاد ایران هستند. به عبارت دیگر، با وجود این چالش‌های بزرگ داشتن مزیت رقابتی و سخن گفتن از آن کاری عبث و دست نیافتنی است. با این شرایط

اگر یک واحد تولیدی صرفاً کار کند و بتواند حقوق پرسنل خود را پرداخت کند، کافی هست و بسیاری صنایع اینطور به کسب‌وکار خود می‌نگرند و همین که بتوانند اشتغال مستقیم ایجاد کنند یعنی به هدف رسیده‌اند. حتی به صنعت خودروسازی کشور هم با این نید نگاه نمی‌شود که به صورت مداوم برای آن هزینه می‌کنند. بنابراین باید ببینیم آیا ایران در زمینه فناوری با این همه نخبه و نیروی تحصیلکرده که هر روز از کشور خارج می‌شوند و اصطلاحاً زمین دیگران را آباد می‌کنند، می‌تواند در صنعت و تجاری سازی فناوری و تولید ثروت از دانش حرفی برای گفتن داشته باشد؟ آیا می‌توان با فرمول‌های فعلی مزیت رقابتی ایجاد کرد؟ یا اینکه جمهوری اسلامی ایران می‌تواند محصولات ارزان قیمت به دنیا صادر کند؟ باید به فکر صنعت بازاریابی و راه چاره‌ای برای رونق و فائق آمدن به مشکلات و چالش‌های بیشمار اقتصاد بیابیم و تا شرایط از این بدتر نشده حلقه‌های زنجیر را نجات دهیم.

### افزایش ۸۰ درصدی قیمت ماهی



به گفته وی، قیمت ماهی قزل‌آلا در بازار عمده‌فروشی بین ۶۷ تا ۶۹ هزار تومان است این در حالیست که قیمت عرضه آن در بازار بین ۷۵ تا ۸۰ هزار تومان است.

این فعال اقتصادی با اشاره به بحران آب در سال جاری، خاطر نشان کرد: ۲ ماهی سردآبی و ماهی گرم‌آبی در کشور تولید پرورش شده می‌شود. ماهیان سردآبی عبارتند از قزل‌الا و سالمون. و انواع ماهیان کپور جزو ماهیان گرم‌آبی قرار می‌گیرند.

این کارشناس حوزه آبزیان ادامه داد: در سال جاری کمبود آب تولید را چالش‌های جدی مواجه کرد در نتیجه میزان تولید کاهش پیدا کرد. زیستگاه ماهیان قزل‌آلا در آب خنک، شفاف و جاری است از این‌رو اگر انسان بخواهد این ماهی را پرورش بدهد باید همین شرایط را ایجاد کند از آنجایی که کشور در سال جاری با کمبود آب مواجه شد میزان تولید این نوع ماهی کاهش پیدا کرد.

احمد بابیان اینکه میزان صید ماهی در سال جاری به‌دلیل تغییر شرایط اقلیمی تقلیل پیدا کرده است، افزود: صید ماهیان دریایی در سال جاری کاهش پیدا کرده است همین مسئله روی نرخ ماهی جنوب تاثیر مستقیم گذاشت و قیمت انواع ماهی جنوب افزایش نرخ را تجربه کرد. ماهی شیر در بازار کیلویی ۱۵۰ هزار تومان، ماهی شوریده کیلویی ۱۲۰ هزار تومان و ماهی حلوا کیلویی ۱۴۰ هزار تومان در بازار عرضه می‌شود.

این فعال اقتصادی تصریح کرد: ماهی استخوانی و ماهی شمال هنوز وارد جرخه بازار نشده‌اند و میزان صید ماهی شمال نیز مانند ماهی جنوب کاهش پیدا کرده است.

وی بابیان اینکه مرغ بیشتر از ماهی در سید پروتئین خانوارها جای گرفته است، تصریح کرد: قیمت ماهی قزل‌آلا سال گذشته ۳۰ هزار تومان بود اما هم‌اکنون مصرف‌کننده باید این ماهی را کیلویی ۷۵ تا ۸۰ هزار تومان خریداری کند از این‌رو خرید ماهی برای مصرف‌کنندگان دشوار شده است.

احمدی ادامه داد: اگر در یک خانواده ۴ نفره، هر شخص بخواهد در یک وعده غذایی ۳۰۰ گرم ماهی مصرف کند باید یک کیلو و نیم ماهی برای یک وعده غذایی خریداری شود که قیمت آن حداقل ۱۲۰ هزار تومان خواهد می‌شود در حالی که آن خانواده می‌تواند مرغ منجمد کیلویی ۲۰ هزار تومان خریداری و نیاز پروتئینی خود را تامین کند.

### توزیع مرغ منجمد پایان یافت

عراق تولیدات خود را صادر می‌کردیم. امیدواریم بتوانیم دوباره صادرات مرغ گوشتی را در پیش بگیریم.

یوسف‌خانی بابیان اینکه نیاز تهران از استان‌های همجوار تهیه و تامین می‌شود، خاطر نشان کرد: مرغذری‌ها در تهران محدود هستند و حدود ۸ الی ۱۰ درصد از نیاز تهران را تولید می‌کنند. نیاز این استان با بهتر است بگوییم نیاز کل کشور از استان‌های مازندران، گیلان، گلستان و سمنان تهیه و تامین می‌شود.

وی با اشاره به توزیع مرغ منجمد در بازار، گفت: توزیع این مرغ در ایجاد آرامش در بازار بسیار تاثیر گذار بود. بعد از ثبات در تولید و توزیع مرغ توزیع مرغ منجمد قطع شد. در در ادامه تصریح کرد: مرغ منجمد توزیع شده در بازار از ترکیه و برزیل وارد می‌شد. باید بگویم که کیفیت مرغ برزیلی به‌نسبت مرغ ترکیه‌ای بهتر و خوش‌پخت‌تر است. اما کیفیت مرغ این دو کشور به نسبت تولیدات ما بسیار پایین‌تر است. یوسف‌خانی بابیان اینکه کیفیت تخم‌مرغ ترکیه‌ای نیز به‌نسبت تولیدات داخلی کمتر است، تصریح کرد: قیمت تخم‌مرغ نیز به پایین‌تر از نرخ مصوب رسیده است قیمت مصوب تخم‌مرغ کیلویی ۴۳ هزار تومان است این در حالیست که در بازار آزاد تخم‌مرغ کیلویی ۴۱ هزار تومان عرضه می‌شود.

عضو اتاق بازرگانی ایران:

### اراده‌ای برای حل مشکلات وجود ندارد



**نایب رییس اتاق بازرگانی اهواز اظهار داشت: ۴۰ درصد از نخل‌های خوزستان به علت کمبود آب از بین رفته‌اند.**

**کمبود آب باعث افزایش شوری آب شده و خرما هم طعم خوبی نمی‌گیرد، این موضوع از کیفیت محصول ما کم کرده، در بازار رقابت ضعیف می‌شویم**

**و مشتری ضعیف سمت ما می‌آید. خرمای خوزستان به ۴۰ کشور صادر می‌شود، ۷۰ تا ۸۰ درصد از خرمای ایران مربوط به خوزستان است. ممکن است با برندهای دیگری صادر شود اما مربوط به خوزستان می‌شوند.**

سید سلطان حسینی امین در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایلنا در مورد تاثیر کمبود آب خوزستان بر تجارت این منطقه اظهار کرد: مشکل کمبود آب از ابعاد مختلفی می‌تواند در تجارت ما به خصوص در حوزه کشاورزی تاثیر بگذارد. با کمبود آب محصولاتی که صادراتی هستند ضعیف می‌شوند. برای مثال ۴۰ درصد از نخل‌های خوزستان به علت کمبود آب از بین رفته‌اند. کمبود آب باعث افزایش شوری آب شده و خرما هم طعم خوبی نمی‌گیرد، این موضوع از کیفیت محصول ما کم کرده، در بازار رقابت ضعیف می‌شویم و مشتری ضعیف سمت ما می‌آید. خرمای خوزستان به ۴۰ کشور صادر می‌شود، ۷۰ تا ۸۰ درصد از خرمای ایران مربوط به خوزستان است. ممکن است با برندهای دیگری صادر شود اما مربوط به خوزستان می‌شوند.

وی افزود: مسئله آب از نظر روانی هم تاثیرگذار است. برای مثال در مورد اصفهان، بسیاری از تجاری که با این شهر تجارت می‌کردند بعد از مشکلات به وجود آمده از این کار امتناع می‌کنند. هر اتفاق این چنینی روی خرید و فروش و امنیت خریدار و فروشنده تاثیر می‌گذارد. کمبود آب تاثیرات مختلفی در همه ابعاد زندگی ما از جمله ابعاد شهری، ملی، جمعی و فردی دارد.

نایب رییس اتاق بازرگانی اهواز تصریح کرد: شاید کمبود آب حدود ۱۰ درصد روی کیفیت محصولات ما تاثیر گذاشته اما فراتر از آن موضوع روابط سیاسی است که صادرات ما را روز به روز کمتر می‌کند، درصد بالایی از روابط بین‌المللی را باید در روابط سیاسی جستجو کرد.

وی همچنین بیان کرد: باید یک برنامه در سطح ملی که نظم و نظارت کافی داشته باشد طراحی شود تا بتواند مشکل آب را حل کند. ما الگوی کشت درستی در کشور نداریم و دولت باید به طور جدی برنامه ریزی داشته باشند و واقعا افراد دلسوز روی کار بیابند نه اینطور که فقط به علت حضور یک فرد در یک حزب، بدون هیچ دانشی روی کار بیایند. عضو اتاق بازرگانی ایران تصریح کرد: مشکل ما بی‌برنامگی و بی‌نظمی در مدیریت است. ایران ثروت زیادی دارد، خوزستان جزو ۴ سرزمین طلایی جهان است اما بی‌برنامگی وضعیت را بسیار بد کرده است. من فکر می‌کنم که اراده‌ای برای حل این مشکل ندارند چراکه اگر قرار بر حل مشکل بود با افراد متخصص باید ایسن کار را می‌کردند نه اینکه مباحث سیاسی در میان باشد.

حسینی امین افزود: امروز رویکرد کشاورزی در همه دنیا این است که حتی مسائل صنعتی را در خدمت کشاورزی ارگانیک می‌گیرند اما متأسفانه ما هنوز برنامه‌ای نداریم. امیدواری که هرچه زودتر این مشکلات حل شود یا صراحتا با مردم سخن گفته شود و علل کمبود آب تشریح شوند. این موضوع از لحاظ روانی به کشاورز، صنعتگر، معدن‌کار و… فشار می‌آورد.

#### عضو اتاق بازرگانی:

### رشد ۸ درصدی هدفی زیبا روی کاغذ است



**رییس کمیسیون پول و سرمایه اتاق بازرگانی تهران اظهار داشت: علی‌رغم آنکه امیدها پسر این است که با برداشته شدن تحریم‌ها شاهد سرمایه‌گذاری خارجی خواهیم بود ولی این اتفاق تا زمانی که زیرساخت‌ها آماده نشود و ریسک اقتصادی داخلی مدیریت نشود و امنیت سرمایه گذار تامین نشود اتفاق نخواهد افتاد.**

**فرهاد مستوفی در گفت‌وگو با ایلنا در مورد اظهارات رییس سازمان برنامه و بودجه مبنی بر هدف‌گذاری رشد ۸ درصدی در اقتصاد طی سنال آینده اظهار کرد: متأسفانه همیشه ما هدف‌گذاری‌های خود را بر مبنای برنامه‌های غیر قابل تحقق می‌گذاریم. هدف‌گذاری رشد ۸ درصدی اقتصادی، در برنامه ششم هم انجام شده بود ولی در عمل هیچ وقت به آن نرسیدیم.**

با وضعیت فعلی اقتصاد کشور که با مشکلات عدیده‌ای از جمله تحریم‌های خارجی و داخلی، مشکل ارز، قیمت‌گذاری‌های دستوری و غیره رو به روست، همچنین با در نظر داشتن این موضوع که در سال‌های گذشته رشد منفی داشتیم چگونه می‌خواهیم به یکباره به رشد ۸ درصدی در اقتصاد برسیم؟

وی افزود: بعد از برجام از رشد ۱۲ درصدی صحبت شد، این ۱۲ درصد با درنظر گرفتن افزایش تولید و صادرات نفت بود. از ۲۰۰ تا ۴۰۰ هزار بشکه فروش نفت به فروش ۲.۵ میلیون بشکه نفت رسیدیم که باعث رشد شد اما این رشد تنها مبتنی بر فروش نفت بود و در سال بعد از آن به دلیل نوسانات نرخ ارز و میزان فروش نفت، دوباره رشد منفی را تجربه کردیم. در سال‌های گذشته هم رشد اقتصاد ما منفی بود. باید دید که پیش بینی رشد ۸ درصدی در چه اساسی صورت گرفته؟ آیا مبنای کارشناسی شده‌ای دارد؟ آیا محاسبات مالی از جمله بودجه و اهداف برنامه های توسعه ای برای نیل به این هدف کافی است؟ آیا برنامه مشخصی برای رسیدن به رشد ۸ درصدی داریم؟ چراکه رسیدن به این نرخ رشد حتی در اقتصادهایی که با موانع رو به رو نیستند چندان کار ساده‌ای نیست.

رییس کمیسیون پول و سرمایه اتاق بازرگانی تهران گفت: با این اقتصاد بیمار و با این حجم از تورم و نقدینگی چگونه می‌خواهیم رشد ۸ درصدی داشته باشیم. جز اینکه صرفا هدفی زیبا روی کاغذ باشد نتیجه عملی و کاربردی در بر ندارد چراکه اصولا هدف بر اساس واقعیات موجود تعیین نشده و لذا دور از دسترس می‌نماید. امیدوارم که مسئولین نگاه واقع‌بینانه به برنامه‌های اقتصادی داشته باشند. این کار هم به نفع خودشان و هم به نفع کشور و مردم است.

وی با اشاره به مذاکرات برجام تصریح کرد: اگر مذاکرات برجام به نتیجه برسد و تولید نفت و صادرات آن افزایش یابد، ممکن است رشد ۸ درصدی در حوزه نفت داشته باشیم ولی برای چنین رشدی در کل اقتصاد باید کل بخش های اقتصاد رشد کنند.

مستوفی بیان کرد: اگر صادرات نفت ما حتی به ۳ میلیون بشکه هم برسد، بالطبع رشد افزایش می‌یابد اما به دلیل وابستگی به نفت باز هم پایدار نخواهد بود لذا باید تمرکز را به سمت صادرات غیرنفتی تغییر دهیم تا رشد اقتصادی با نوسانات فروش نفت دچار نوسان عمده نشود.

وی افزود: در این راستا نکته قابل توجه این است که تا زیرساخت‌های کشور اصلاح نشود امکان رشد ۸ درصدی عملی در زمان کوتاه عملیاتی نخواهد بود. در بلندمدت و با اصلاح زیرساخت‌ها امکان چنین رشدی وجود دارد اما اینکه فکر کنیم صرفا با رفع تحریم‌ها ما به این رقم رشد می‌رسیم درست نیست و امکان ندارد.

مستوفی در ادامه خاطرنشان کرد: تاثیر سرمایه‌گذاری خارجی بر رشد اقتصادی بسیار زیاد است. هر کشوری که توانسته پیشرفت کند، مدیون سرمایه‌گذاری خارجی بوده است. سرمایه‌گذاری خارجی علاوه بر تامین مالی با خود انتقال تکنولوژی و مدیریت و… را در پی دارد. بنابراین ما نیازمند جذب سرمایه‌گذاری خارجی هستیم.

رییس کمیسیون پول و سرمایه اتاق بازرگانی تهران در ادامه خاطرنشان ساخت: این درحالی است که سالانه مقدار زیادی خروج سرمایه از ایران را شاهد هستیم، اگر ما بتوانیم حتی همین سرمایه‌ها را حفظ کنیم کار بزرگی انجام داده‌ایم. سرمایه معنوی ما تحصیل کرده‌های ما هستند که ایران را ترک کرده و مهاجرت می‌کنند. میزان ورودی سرمایه‌گذاری نسبت به پتانسیل کشور، بسیار ناچیز است؛ در چهل سال گذشته نیز جذب سرمایه‌گذاری بسیار ناچیز بوده است.

وی در پایان متذکر شد: با این حال باید توجه داشت که علی‌رغم آنکه امیدها بر این است که با برداشته شدن تحریم‌ها شاهد سرمایه‌گذاری خارجی خواهیم بود ولی این اتفاق تا زمانی که زیرساخت‌ها آماده نشود و ریسک اقتصادی داخلی مدیریت نشود و امنیت سرمایه گذار تامین نشود اتفاق نخواهد افتاد.