

الگوی مطلوب تجارت خارجی در اقتصاد اسلامی و مهمترین اصلاحات نهادی برای پیاده‌سازی آن در ایران

محمدجواد شریف زاده*

مجتبی حسنی**

تاریخ دریافت: ۹۲/۱۰/۰۹

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۹/۲۴

چکیده

تجارت خارجی از دیرباز در زمره مهمترین فعالیتهای اقتصادی ملت‌ها بوده است. از همین رو نظریه تجارت بین‌الملل که به ترسیم الگوی مطلوب تجارت خارجی و تحلیل روش‌های پیاده‌سازی آن اختصاص دارد جایگاه مهمی در دانش اقتصاد متعارف پیدا کرده است. این تحقیق سعی می‌کند چشم‌اندازی نسبتاً دقیق از وضعیت مطلوب تجارت خارجی در اقتصاد اسلامی ارائه کند و از دستاوردهای اقتصاد نهادگرا و روش‌های آن برای تعیین مسیر دستیابی اقتصاد ایران به وضعیت مطلوب استفاده نماید. بر همین اساس سوالات اصلی تحقیق عبارت است از اینکه اولاً «براساس مبانی الگوی تجارت خارجی مطلوب چه ویژگی‌هایی دارد؟» و ثانیاً «برای انطباق تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران بر الگوی مطلوب تجارت خارجی کدام اصلاحات نهادی مورد نیاز است؟» از آنجا که این دو پرسش جنبه انکشافی دارد تحقیق فاقد فرضیه است. روش‌شناسی تحقیق رجوع به اصول تشریحی اقتصاد اسلامی (به ویژه اصول عدالت اجتماعی، حرمت اکل مال به باطل، حرمت اسراف، لزوم تداول ثروت، حق فقرا در اموال اغنیا، نقش سازنده حکومت اسلامی، قاعده لاضرر و قاعده نفی سبیل) و سپس استخراج مجموعه سیاست‌های راهبردی تجارت خارجی اسلامی از اصول مذکور است. سپس کوشیده‌ایم با تکیه بر دستاوردهای اقتصاد نهادگرا مهمترین اصلاحات نهادی لازم برای اجرای سیاست‌های مذکور را معرفی نماییم. نتایج نشان می‌دهد که باید برای تحقق هر یک از این اصلاحات در اغلب موارد ناظر به نهادهای رسمی بوده و در برخی موارد نیز اشاره به نهادهای غیررسمی دارند.

واژگان کلیدی

اقتصاد اسلامی، تجارت بین‌الملل، الگوی مطلوب تجارت خارجی اسلامی، اقتصاد نهادگرا، صادرات و واردات

* استادیار دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق(ع) (نویسنده مسئول)

sharifzadeh@isu.ac.ir

** دانشجوی کارشناس ارشد، دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق(ع)

mojtaba.hgs@gmail.com

مقدمه

یکی از مهمترین بخش‌های اقتصاد هر کشور بخش تجارت خارجی است. تجارت خارجی و خاصاً صادرات غیرنفتی، حوزه‌ای است که در صورت برخورداری از رشد لازم، تأثیرات مثبت قابل‌توجهی بر بخش‌های مختلف اقتصاد از جمله اشتغال، تولید و درآمدهای ارزی خواهد گذاشت و می‌تواند ارزش افزوده‌ی بالایی را بیافریند. از ابتدای انقلاب تا کنون نگاه به تجارت خارجی دارای تغییر و تحولاتی بوده است و به سمتی می‌رود که جایگاه واقعی خود را پیدا کند. برای دستیابی به این مهم موانع بسیاری وجود دارد که اغلب آن‌ها موانع نهادی‌اند. ایرادات موجود، ساختاری‌اند و بایستی در اغلب زمینه‌ها نگاه مجددی صورت گیرد.

نکته مهم دیگر این است که هر برنامه‌ای که برای اقتصاد ایران اسلامی طراحی می‌شود بایستی در چارچوب ارزش‌های اسلامی و نیز مطابق با شرایط بومی ایران باشد. اگر هدف و جهت مشخصی برای برنامه‌ریزی کلان اقتصادی مطابق با دو ویژگی «اسلامی» و «ایرانی» نباشد، تمام این برنامه‌ها بسته به دیدگاه طراحان آن، هر یک به سمت تعریف خاصی از توسعه و پیشرفت نشانه می‌روند. «الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت» به عنوان یک سند بالادستی نسبت به همه اسناد برنامه‌ای، چشم‌اندازها و سیاست‌گذاری‌های کشور، در صدد است تا به عنوان یک نقشه جامع بتواند تعریف روشنی از «پیشرفت مطلوب» ارائه داده و جمهوری اسلامی ایران را در دستیابی به آرمان‌هایش راهنمایی کند. البته تهیه این الگو نیازمند فعالیت‌های علمی بلندمدت و البته مطابق با واقع است که تحقیقات متعددی باید انجام بگیرد تا زوایای این موضوع روشن گردد.

تعیین نقطه مطلوب برای تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران با ویژگی‌های یک نظام اسلامی - ایرانی کاری نیست که از عهده اقتصاد متعارف برآید و بایستی ابتدا ویژگی‌های نظام تجارت خارجی اسلامی - ایرانی براساس آموزه‌های دینی استخراج شده و سپس با کمک تجربه بشری به ویژه رویکردهایی مانند اقتصاد نهادگرا مسیر دستیابی به این ویژگی‌ها شناسایی گردد. تعیین نقطه مطلوب تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران و احصاء مهمترین اصلاحات نهادی لازم برای پیاده‌سازی آن، مسائلی

است که این تحقیق در صدد پاسخگویی به آن است. اقتصاد نهادگرا به عنوان رویکردی جدید که ادعا می‌شود نگاهی بومی به اقتصادها دارد، بسیار مورد استقبال اندیشمندان اقتصادی قرار گرفته است. رویکرد نهادگرایی اولین خصیصه‌اش این است که از عقلانیت ابزاری و فرض اطلاعات کامل دست برمی‌دارد و سپس با توجه به «قواعد بازی»، یعنی نهادها، سعی می‌کند عقلانیتی را که متأثر از نهادهای رسمی و غیررسمی است جایگزین کند و عملکرد اقتصادی مردم را براساس آن‌ها توضیح دهد.

این تحقیق، سعی می‌کند تا با نگاهی جدید، چشم‌اندازی نسبتاً دقیق از وضعیت مطلوب تجارت خارجی در اقتصاد اسلامی ارائه کند و از دستاوردهای اقتصاد نهادگرا و روش‌های آن برای تعیین مسیر دستیابی اقتصاد ایران به وضعیت مطلوب استفاده کند. بر همین اساس سؤالات اصلی تحقیق به شرح زیر تنظیم شده است. اولاً «براساس مبانی اسلامی الگوی تجارت خارجی مطلوب چه ویژگی‌هایی دارد؟» و ثانیاً «برای انطباق تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران بر الگوی مطلوب تجارت خارجی کدام اصلاحات نهادی مورد نیاز است؟» لازم به تذکر است از آنجا که این دو پرسش جنبه انکشافی دارد تحقیق فاقد فرضیه است. روش‌شناسی ما در این تحقیق رجوع به اصول تکوینی و تشریحی اقتصاد اسلامی و سپس استخراج مجموعه سیاست‌های راهبردی تجارت خارجی از اصول تشریحی است. پس از شناخت سیاست‌های راهبردی مذکور کوشیده‌ایم با تکیه بر دستاوردهای اقتصاد نهادگرا مهم‌ترین اصلاحات نهادی لازم برای اجرای سیاست‌های مذکور را معرفی نماییم.

بخش‌های بعدی مقاله نیز به شیوه زیر تنظیم شده است. در ابتدا مروری بر ادبیات مربوط به الگوی تجارت خارجی در اقتصاد اسلامی خواهیم افکند و سپس ضمن نام بردن از اصول تکوینی و تشریحی اقتصاد اسلامی، سیاست‌های راهبردی تجارت خارجی در اقتصاد اسلامی استخراج خواهد شد. پس از آن به نظریات اقتصاد نهادگرا در عرصه هدایت برنامه‌ریزی و راهبری تجارت خارجی نیز توجه خواهیم کرد. و در نهایت مهم‌ترین اصلاحات نهادی لازم برای پیاده‌سازی هر یک از این سیاست‌های راهبردی در اقتصاد ایران به تفصیل بیان خواهد شد. بخش پایانی مقاله نیز به جمع‌بندی اختصاص خواهد داشت.

۱. مرور ادبیات

۱-۱. تجارت خارجی در اقتصاد اسلامی

در دهه‌های گذشته تحقیقات انگشت‌شماری درباره تجارت خارجی از منظر اقتصاد اسلامی انجام شده است. از جمله زهیر عبدالحمید در تحقیقی با عنوان «ضوابط اسلامی در زمینه تجارت داخلی و خارجی و آثار اقتصادی آن»، پس از بررسی این ضوابط چند ویژگی برای الگوی اسلامی تجارت خارجی ذکر می‌کند: اولویت دادن به کشورهای اسلامی در تعاملات اقتصادی، اجتناب از واردات کالاها و خدماتی که شرع آن‌ها را حرام کرده، مقابله با انحصار و کنترل بنگاه‌های بزرگ (عبدالحمید، ۲۰۰۱م). طارق یوسف نیز در رساله دکترای خود سیاست تجارت خارجی در نظام اقتصاد اسلامی را نقطه مابین آزادی مطلق و حمایت مطلق می‌داند و سپس قواعدی را برمی‌شمارد که آزادی فردی در تجارت خارجی را مقید می‌کند (طارق یوسف، ۲۰۱۰م). در تحقیقی دیگر نیز احمد منصور در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود، سیاست تجارت خارجی اسلامی را مبتنی بر آزادی تجاری در چارچوب شرع و بدون اضرار به دیگران می‌داند. وی دولت را مجاز می‌داند تا در صورت عدول تجارت خارجی از ضوابط شرعی معین برای تنظیم آن دخالت کند. وی مهمترین وظیفه دولت را استفاده حداکثری از مزایای آزادی تجاری و حمایت از آن می‌داند، به نحوی کاملاً در خدمت منافع دولت اسلامی باشد (احمد منصور، ۱۹۹۴م).

یوسف عبدالله در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود پس از اشاره به یک‌جانبه بودن ایده‌ها و نظریات تجارت بین‌الملل متعارف به ضرر کشورهای در حال توسعه، تجارت خارجی اسلامی را کاملاً مبتنی بر اصول اخلاقی می‌داند و مهمترین مشکل تجارت خارجی در کشورهای اسلامی را خام‌فروشی، عدم کارایی و بدهی‌های خارجی می‌داند. وی همچنین ابزارهایی مثل مشارکت، مضاربه و مرابحه را در تجارت خارجی قابل استفاده دانسته و استفاده از غش، غرر، کم‌فروشی، رشوه، ربا و انحصار در تجارت خارجی اسلامی را حرام می‌شمارد (یوسف عبدالله، ۱۹۹۳م). مثل مورد قبل صمدی نیز در تحقیق خود با عنوان «تجارت (صادرات) و اقتصاد اسلامی: ارزیابی تحلیلی از ایران

و کشورهای اسلامی» تجارت (صادرات) را با سه مسئله تولید، بسترهای صدور کالا و تقاضای خارجیان مرتبط می‌داند. وی پس از ارائه مؤیداتی از قرآن و حدیث در مورد لزوم تولید و تجارت، آن دسته از ارتباطات تجاری را جایز می‌شمارد که باعث سلطه بیگانگان نشود و ایجاد بازار و روابط مشترک بین کشورهای اسلامی را تسهیل کند (صمدی، ۱۳۸۴).

۲. الگوی مطلوب تجارت خارجی در اقتصاد اسلامی

در این بخش سعی می‌شود تا با استفاده از اصول تشریحی اقتصاد اسلامی که توسط دکتر عیوضلو^۱ در مقاله «درآمدی بر معرفی ارکان و هسته سخت اقتصاد اسلامی» ارائه شده است، سیاست‌های راهبردی تجارت خارجی اسلامی استخراج شوند. این سیاست‌ها تصویرکننده ایده‌آل‌های یک نظام تجارت خارجی اسلامی می‌باشند. لذا پس از بیان اجمالی ۹ اصل تکوینی، اصول تشریحی اقتصاد اسلامی معرفی شده و سپس در بخش دوم بر مبنای این اصول، سیاست‌های راهبردی تجارت خارجی اسلامی استخراج خواهند شد.

عیوضلو اصول تکوینی را معرف پیش‌فرض‌های حاکم بر اقتصاد اسلامی در خصوص جهان هستی و جایگاه انسان در این میان می‌داند. وی نه اصل تکوینی را برمی‌شمارد و در ادامه اصول تشریحی اقتصاد اسلامی را از این اصول استخراج می‌کند. اصول تکوینی اقتصاد اسلامی عبارت‌اند از: اصل خالقیت و ربوبیت الله و یگانگی آفرینش، اصل مالکیت الله، اصل هدف‌داری آفرینش در خلقت جهان و انسان، اصل خلافت و جانشینی انسان و مأموریت انسان‌ها به عمران و آبادانی زمین، اصل مسئولیت‌پذیری انسان و محبت متقابل، اصل تأمین روزی، اصل عدالت تکوینی، اصل تسلیط و تسخیر و اصل تفاوت (عیوضلو، ۱۳۸۷، صص ۸-۱۴).

۲-۱. اصول تشریحی اقتصاد اسلامی

عیوضلو اصول تشریحی را اینگونه معرفی می‌کند که این اصول مجموعه‌ای از گزاره‌های هنجاری و ارزشی در خصوص موازین شرعی اسلام در حوزه روابط اقتصادی هستند.

این اصول معرف مبانی حقوقی اقتصاد اسلامی است (عیوضلو، ۱۳۸۷، ص ۸). اصول تشریحی اقتصاد اسلامی در قالب موارد ده‌گانه زیر قابل دسته‌بندی است:

۲-۱-۱. اصل مالکیت اعتباری ظلی

مالکیت انسان‌ها بر اموال فقط در ظل مالکیت خداوند اصالت دارد. مالکیت خداوند، مالکیت حقه حقیقیه ذاتیه است؛ اما مالکیت انسان، مالکیت حقه حقیقیه ظلیه یا حقه اعتباریه ظلیه است. بنابراین مالکیت انسان بر منابع دست‌یافتنی زمانی مشروع و مجاز است که در چارچوب اصول تکوینی و موازین شرعی توجیه شود.

۲-۱-۲. اصل عدالت اجتماعی و اقتصادی

در فرهنگ معارف اسلامی آمده است: «عدل مقابل ظلم و به معنای احقاق حق و اخراج از باطل است و امر متوسط میان افراط و تفریط را نیز عدل گویند» (سجادی، ۱۳۶۲، ج ۳، صص ۲۷۴-۲۷۵). از آنجا که نظام تکوین بر مبنای حق و عدل قرار دارد، هرگونه تصرف انسان‌ها بر اموال باید مبتنی بر حق و عدل باشد و گرنه ظالمانه خواهد بود.

۲-۱-۳. اصل حرمت اکل مال به باطل

حق از نظر لغوی به معنای ثبوت چیزی در نفس الأمر، صدق و مطابق با واقع و مشروع به کار می‌رود (مصطفوی، ۱۳۶۸، ج ۲، ص ۲۶۱)؛ اما در اینجا منظور حق ثابت برای ذی‌حق است. باطل در برابر حق به کار رفته است و مقصود از آن چیزی است که وجودش پایه و اساس نفس‌الامری ندارد و دارای وجود صوری و تخیلی است. از اصل «اصالت حق و بی‌پایگی باطل» چنین استنباط می‌شود که امر باطل و بی‌اساس در مسائل حقوقی و در مکتب اقتصاد اسلام ارزشی ندارد و فعالیت‌های باطل موجب تعلق منفعت و درآمد برای فرد یا سازمان اقتصادی نمی‌شود.

۲-۱-۵. اصل حرمت اسراف و ضرورت استفاده عاقلانه از مال

براساس شریعت اسلام معیار اصلی در استخراج و بهره‌برداری از منابع و اموال عمومی (و بلکه در خصوص سایر اموال که شخصی است)، بهره‌برداری عاقلانه و در موضع

قوام از آن‌هاست. «موضع قوام» به بیان اقتصادی، نیل به آثار مفید هر چیز به معنای استفاده و بهره‌برداری در بهترین موقعیت ممکن از آن است که معادل همان «کارایی فنی و تخصیصی» در ادبیات اقتصادی است. برای یک اقتصاددان بدیهی است که استفاده عاقلانه از مال تنها در این وضعیت تحقق می‌یابد.

۲-۱-۶. اصل لزوم تداول ثروت و جریان داشتن مال

اصل جاودانه اسلامی در خصوص اموال این است که اموال برای استفاده عموم در اختیار گذاشته شده است؛ به همین دلیل، نباید فقط در میان ثروتمندان به گردش درآید. از مفاد آیات مربوط به این اصل این نکته استنباط می‌شود که حاکمیت اسلامی نباید انحصار را به وجود آورد یا تقویت کند تا جریان فعالیت اقتصادی و جریان ثروت به نحو سالم و در میان همه افراد جامعه جریان یابد؛ در غیر این صورت، جامعه در عمل محکوم به نابودی و هلاکت تدریجی است.

۲-۱-۷. اصل حق فقرا در اموال اغنیاء

این اصل بیانگر این حقیقت است که مالکیت بخشی از واجبات مالی از جمله زکات از آن فقرا و مستحقان است. بی‌شک در جامعه همواره افراد نیازمندی وجود دارد که یا توان تلاش و کوشش ندارند و یا اینکه درآمد حاصل از کار آنان تمام مخارج و هزینه‌هایشان را تأمین نمی‌کند. در واقع، نیاز و فقر پدیده‌ای اجتماعی است که به دلایل گوناگون اختیاری و قهری به وجود می‌آید. عواملی که معمولاً خارج از اراده و اختیار انسان‌هاست، نابسامانی‌هایی را به وجود می‌آورد که در اثر آن عده‌ای گرفتار فقر و درماندگی می‌شوند. در این گونه موارد ملاک تصمیم‌گیری استحقاق افراد در کار و فعالیت نیست بلکه نیاز آنان است. در واقع، این افراد نیاز طبیعی خود را طلب می‌کنند؛ نه حقوق اکتسابی خود را. انتقال ثروت و درآمد در این گونه موارد الزامی است؛ نه اختیاری.

۲-۱-۸. اصل نقش مؤثر و سازنده حکومت (دولت) اسلامی

اختیارات حکومت (دولت) اسلامی در طول مالکیت و حاکمیت حقیقی خداوند قرار دارد؛ لذا چنین دولتی در چارچوب اصول تکوینی و تشریحی و براساس مقررات و قوانینی که در شرع اسلام وجود دارد، از اختیارات خود برای مدیریت منابع و امکانات طبیعی و عمومی استفاده می‌کند و برای تحقق اهداف شریعت اسلام تلاش‌های لازم و مفیدی را اعمال می‌کند؛ البته عملکرد حکومت یا دولت اسلامی نیز خود تابع قواعد و موازین شریعت اسلام است و دولت اسلامی نمایندگی دارد تا این موازین را در جامعه اجرا کند.

۲-۱-۹. اصل «لا ضرر و لا ضرار»

از دیدگاه اسلام هرگونه حق مالکیتی که موجب ضربه به دیگری شود، ممنوع است. براساس این اصل فعالیت برای ازدیاد مال و ثروت در صورتی جایز و مشروع است که موجب اضرار به غیر نباشد. این اصل یکی از قواعد عام فقهی است و به این معناست که احکام ضرری در شریعت اسلام وجود ندارد (عیوضلو، ۱۳۸۷، صص ۱۵-۲۱).

۲-۱-۱۰. اصل «نفی سبیل»

تعبیر نفی سبیل برگرفته از قرآن کریم است: «أَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا»^۱ (نساء: ۱۴۱). طبق این قاعده فقهی در روابط میان مسلمان و کافر حکمی که در بردارنده هر نوع سلطه، برتری و امتیازی برای کافر نسبت به مسلم باشد، شرعاً جعل نشده است. حفظ عزت و سربلندی مسلمانان در کشور اسلامی، در حوزه‌های مختلف فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و... یکی از وظایف حکومت اسلامی است که البته این اصل باید با سایر ضوابط تشخیص منافع ملی در نظر گرفته شود تا همراه با واقع‌نگری باشد. امام خمینی (ره) در تبیین این قاعده می‌فرماید: «اگر روابط تجارتي با کفار موجب ترس بر حوزه اسلام شود، ترک این روابط بر تمام مسلمانان واجب می‌شود» (موسوی خمینی، ۱۳۸۷، ج ۱، ص ۴۸۵).

۲-۲. سیاست‌های راهبردی تجارت خارجی اسلامی

پس از معرفی اصول تشریحی اقتصاد اسلامی می‌توان سیاست‌های راهبردی نظام تجارت خارجی اسلامی را از این اصول استخراج کرد. سیاست‌های راهبردی ناظر به واقع بوده و به نوعی ترجمان اصول تشریحی، در حوزه اقتصادی مدنظر می‌باشند که به عنوان یک راهکار کلی و عمومی برای جهت‌دهی موضوعات و حل مسائل آن حوزه به کار می‌روند. در استخراج سیاست‌های راهبردی، سیاست‌های متنوعی را می‌توان بیان نمود، ولی با توجه ضرورت اختصار کلام به سیاست‌هایی توجه شده است که مهمتر و مؤثرتر بوده و نیز با اصل تشریحی مربوطه، مرتبط‌تر بوده‌اند.

۲-۲-۱. سیاست راهبردی مستخرج از اصل عدالت اجتماعی و اقتصادی

مصادیق پیاده‌سازی عدالت در زمینه تجارت خارجی بسیار متنوع می‌باشد. از مرحله ورود به این عرصه تا مبدل شدن به یک عضو فعال در زمینه تجارت خارجی، موضوع عدالت می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به اینکه مسائل پیش‌روی هر فعال اقتصادی، در زمینه تجارت خارجی در اصول و سیاست‌های راهبردی بعدی مورد بررسی قرار گرفته‌اند، ذیل این اصل صرفاً به موضوع برابری فرصت‌ها در ورود به عرصه تجارت خارجی پرداخته شده است. لذا می‌توان سیاست راهبردی استخراجی از این اصل را اینگونه بیان نمود:

۱. «نظام تجارت خارجی باید عادلانه بوده و امکان ورود به این عرصه و فعالیت در چارچوب اصول تشریحی، برای همه افرادی که صلاحیت‌های لازم اقتصادی و غیراقتصادی را دارند، به طور یکسان و به سهولت فراهم باشد».

۲-۲-۲. سیاست راهبردی مستخرج از اصل حرمت اکل مال به باطل

یکی از مهمترین مصادیق اکل مال به باطل در زمینه تجارت خارجی موضوع انحصارگرایی و اخلال در متغیرهای اقتصادی تأثیرگذار در این عرصه می‌باشد. با توجه به این موضوع می‌توان سیاست راهبردی زیر را بیان نمود:

۲. «باید با هر گونه سودجویی‌های بادآورده که از انحصار در واردات و صادرات و یا از طریق ایجاد اختلال در تنظیم متغیرهای اقتصادی مؤثر بر تجارت خارجی نصیب عده‌ای می‌شود؛ قاطعانه برخورد نمود.»

۲-۲-۳. سیاست راهبردی مستخرج از اصل حرمت اسراف و ضرورت استفاده عاقلانه از مال

مسئله اسراف و استفاده عاقلانه، تأثیر بسیار زیادی در پیشبرد اهداف تجارت خارجی دارد. چه آنکه روحیه اسراف می‌تواند مانع دستیابی به کارایی مطلوب و تحمیل هزینه‌های غیرضروری شود. مصادیق اسراف در سیاست خارجی، زیاد است ولی باید به موضوعاتی توجه کرد که بیشترین تأثیر را در تعیین جهت کلی تجارت خارجی دارند. یکی از مباحث مهم در این زمینه موضوع مزیت نسبی است. اصرار بر معیار مزیت نسبی در همه موارد با برخی از اصول و بندهای قانون اساسی (بند ۱۳ اصل ۳، بند ۶ اصل ۲ و بند ۹ اصل ۴۳) و نیز اصل حرمت اسراف و ضرورت استفاده عاقلانه از مال تناقض دارد و در اینگونه موارد معیار انتخاب خودکفایی است نه مزیت نسبی. با توجه به این موضوع سیاست‌های راهبردی استخراجی از این اصل تشریحی را می‌توان اینگونه بیان کرد:

۳. «مادامی که امکان ایجاد ارزش افزوده بیشتری از کالای صادر شده وجود داشته باشد، صادر کردن آن به صورت خام و یا حتی با ارزش افزوده کمتر مجاز نیست و باید نسبت به ایجاد پیچیدگی‌های بیشتر در کالاهای صادراتی اقدام شود.»

۴. «یکی از معیارهای مهم در ارائه مجوز واردات، بررسی میزان تولید آن کالا یا خدمت در داخل می‌باشد. واردات باید به تولید داخل کمک کند و مانعی بر سر راه پیشرفت آن نباشد.»

۵. «برای افزایش ظرفیت صادرات علاوه بر اینکه باید تمام مزیت‌های نسبی موجود را شناسایی کرد، بایستی مزیت‌های جدیدی را نیز خلق کرد.»

۲-۴. سیاست راهبردی مستخرج از اصل لزوم تداول ثروت و جریان داشتن مال

سیاست راهبردی استخراجی از این اصل، تقریباً همان سیاست مرتبط با اصل تشریحی «حرمت اکل مال به باطل» می‌باشد. این تکرار خود بیانگر اهمیت این موضوع می‌باشد: ۶. «باید با هرگونه امتیازدهی و انحصار در عرصه واردات و صادرات که می‌تواند منجر به تحمیل هزینه‌های اقتصادی و غیراقتصادی به بدنه جامعه شود، شدیداً مبارزه کرد».

علاوه بر هزینه‌های ناکارایی که انحصار و امتیازدهی بر بدنه اقتصاد تحمیل می‌کند، انحصار باعث خدشه‌دار شدن جایگاه اعتباری مسئولان در نظر فعالان اقتصادی و مردم و سرمایه اجتماعی نیز می‌شود.

۲-۵. سیاست راهبردی مستخرج از اصل حق فقرا در اموال اغنیا

یک کشور اسلامی در عین حفظ منافع ملی، بایستی سیاست‌های خود در زمینه تجارت خارجی را به گونه‌ای تنظیم نماید که بتواند در مواقع لازم منافع کشورهای مستضعف را نیز تأمین نماید. همچنین بر مبنای این اصل می‌توان نسبت به اخذ مالیات بیشتر از کالاهای لوکس وارداتی با هدف توزیع مجدد درآمد به نفع اقشار ضعیف نیز اقدام کرد. سیاست راهبردی استخراج شده از این اصل را اینگونه می‌توان بیان نمود:

۷. «جمهوری اسلامی ایران به عنوان تنها حامی واقعی مستضعفان جهان، باید در عین حفظ حاشیه سود مطمئن، در تصمیم‌گیری‌های صادراتی و وارداتی خود به رهایی هرچه بیشتر کشورهای مستضعف از سلطه استکبار جهانی کمک کند».

۲-۶. سیاست راهبردی مستخرج از اصل «لاضرر و لاضرار»

با توجه به توضیحات ارائه شده ذیل این اصل تشریحی در بخش قبلی همین فصل، حمایت مشروع از یک اصل یا شخص حقیقی یا حقوقی تا جایی ادامه می‌یابد که آن اصل یا شخص حقیقی یا حقوقی باعث ایجاد ضرر و ضرار در جامعه اسلامی نشود. مهمترین مصداق این اصل در زمینه تجارت خارجی را می‌توان اینگونه به عنوان یک سیاست راهبردی بیان کرد:

۸. «حمایت‌های اولیه از تولید داخلی برای رسیدن به سطح کالاهای با کیفیت جهانی، باید دارای برنامه‌ای منظم و تا حد امکان کوتاه مدت باشد تا کمترین ضرر متوجه رفاه عمومی مصرف‌کنندگان داخلی شود».

۲-۲-۷. سیاست راهبردی مستخرج از اصل نقش مؤثر و سازنده حکومت (دولت) اسلامی

در زمینه تجارت خارجی وظایف بسیاری بر دوش دولت قرار دارد. اما مهمترین وظیفه‌ای که به طور کلی دربرگیرنده سایر موارد نیز می‌باشد بحث ایجاد بستر مناسب برای فعالیت در عرصه تجارت خارجی می‌باشد. این موضوع را می‌توان ذیل سیاست راهبردی زیر بیان نمود:

۹. «دولت بایستی از افزایش نقش تصدی‌گری در حوزه تجارت خارجی خودداری کرده و با اعمال نقش حاکمیتی و نظارتی خود امکان حضور فعال بخش‌های غیردولتی را فراهم نماید».

۲-۲-۸. سیاست راهبردی مستخرج از اصل نفی سیل

طبق این اصل، کفار نباید بر مسلمین سلطه یابند و هر عملی که منجر به ایجاد این سلطه بشود ممنوع است. مهمترین مصادیق این اصل در عرصه تجارت خارجی را می‌توان دو مورد دانست. مورد اول در زمینه تحریم‌های اقتصادی و مورد دیگر در مورد پیروی کامل از برنامه‌های اقتصاد نئوکلاسیک در زمینه تجارت خارجی، صرف‌نظر از تبعات سیاسی، فرهنگی و اقتصادی آن است. سیاست‌های راهبردی مرتبط با این اصل را اینگونه می‌توان بیان نمود:

۱۰. «پذیرش تسلط بیگانگان به بهانه رهایی از تحریم اقتصادی مجاز نیست. حکومت اسلامی موظف است با همکاری بخش غیردولتی، از طریق سیاست جایگزینی واردات و یا دور زدن تحریم‌های وارداتی، با این موضوع مقابله کند».

۱۱. «در استفاده از الگوهای تجارت خارجی بین‌الملل، نباید از الگوهایی استفاده نمود که در عمل باعث سلطه اقتصادی بر سایر کشورها شود».

۳. معرفی رویکرد اقتصاد نهادگرا و ارائه مهمترین اصلاحات نهادی لازم در اقتصاد ایران برای دستیابی به الگوی مطلوب تجارت خارجی

در این بخش ابتدا به نظریات اقتصاد نهادگرا در عرصه هدایت برنامه‌ریزی و راهبری تجارت خارجی نیز توجه خواهیم کرد و در نهایت مهمترین اصلاحات نهادی لازم برای دستیابی به الگوی مطلوب تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران بیان می‌شوند. جهت کلی این اصلاحات، تحقق هر یک از سیاست‌های راهبردی ذکر شده در بخش قبل می‌باشد و لذا به یک بررسی اجمالی اکتفا کرده و سپس مهمترین اصلاحات نهادی لازم برای تحقق هر یک از این سیاست‌ها بیان می‌شوند.^۳

۳-۱. هزینه مبادله، آموزه اصلی اقتصاد نهادگرا

بدیهی است در صورت وجود اطلاعات کامل و وجود ظرفیت کامل جهت انجام محاسبات و شکل‌گیری رفتار عقلانی هزینه مبادله نزدیک به صفر خواهد بود. اما در جهان واقعی نه انسان کاملی (با رفتار عقلانی کامل) وجود دارد و نه اطلاعات کامل (و نه در همه موارد بازار کامل)، لذا گروهی از اقتصاددانان به جایگزینی «عقلانیت محدود» به جای عقلانیت نئوکلاسیکی مبادرت نمودند. با این وصف از آنجا که انجام قراردادهای و مبادلات نمی‌تواند با اطلاعات کامل همراه باشد از اینرو و در هر حال هزینه مبادله مثبت خواهد بود (دادگر، ۱۳۸۶، ص ۶).

سنگینی هزینه (کسب) اطلاعات، کلید فهم هزینه مبادله است که خود شامل هزینه‌های سنجش ویژگی‌های با ارزش اقلام مورد مبادله و هزینه‌های حمایت‌کننده حقوق و هدایت و اجرای قراردادهاست. این هزینه‌های سنجش و اجرا، منشاء نهادهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی‌اند. هزینه مبادله موضوعی است که اقتصاد نهادگرا با تبیین نقش تأثیرگذار آن در اقتصاد، سعی کرده است تا هرچه بیشتر به بررسی جزئیات این مسئله بپردازد (نورث، ۱۳۷۷، صص ۵۵-۶۰).

اقتصاد نهادی جدید به دنبال اصلاح نظریه کلاسیک است، از اینرو، ظاهراً بحث مبادله راحت‌ترین شیوه این اصلاح می‌باشد، زیرا انعطاف‌پذیر است و به واسطه آن، ضمن اصلاح نظریه نئوکلاسیک، بسیاری از جنبه‌هایش حفظ می‌شود (متوسلی و

همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۶). البته نظریه پردازان اقتصاد نهادگرا تعاریف مختلفی را از نهاد ارایه کرده‌اند و تعریف جامعی که مورد توافق همه متفکرین نهادگرا باشد، وجود ندارد (متوسلی و فتح‌اللهی، ۱۳۸۹، ص ۴).

چنانکه می‌دانیم، در جهان واقعی هزینه‌های مبادله در اغلب موارد مخالف صفر است و این واقعیت راه را برای اثرگذاری حقوق مالکیت بر تخصیص منابع باز می‌کند. چنانکه قضیه کوز نشان می‌دهد اگر حقوق مالکیت به صورت کامل تعریف شود فایده‌های حاصل از تجارت حداکثر خواهد شد. همچنین هر اندازه حقوق مالکیت بهتر تصریح شده باشد، فایده‌های حاصل از تجارت افزایش خواهد یافت (شریف‌زاده و نادران، ۱۳۸۸، ص ۲).

نورث حقوق مالکیت را حقوقی می‌داند که افراد در قبال نیروی کار و کالاها و خدمات در اختیار خود، کسب می‌کنند. «کسب این حقوق تابعی از قواعد حقوقی، شکل‌های سازمانی، اجرا و هنجارهای رفتاری و در یک کلام تابع چهارچوب نهادی است» (نورث، ۱۳۷۷، ص ۷۸). چند نکته اساسی در تحلیل نورث وجود دارد. نخست آنکه توسعه حقوق مالکیت مختص هر ملتی است و اقتباس نظام حقوق مالکیت سایر کشورها ممکن است حتی آثار ناگواری داشته باشد. وی همچنین تعریف، تضمین و اجرای حقوق مالکیت را مختص دولت می‌داند که در خشونت از مزیت نسبی برخوردار است؛ البته به دور از هرگونه سوگیری و جانبداری ناشی از رانت‌خواری. نکته سوم نیز به مثبت بودن هزینه‌های مبادله در هر ساختار حقوق مالکیتی اشاره دارد و لذا هیچ‌گاه این حقوق به طور کامل تعریف و اعمال نمی‌شوند (صمدی، ۱۳۸۹، صص ۱۳-۱۴).

۲-۳. کاربرد اقتصاد نهادگرا در تجارت خارجی

گریف^۴ در مقاله خود به بررسی تاریخچه «انقلاب تجاری» (قرون ۱۱ تا ۱۴ میلادی)، یعنی دوره‌ای که طی آن تجارت راه دور اروپا و مدیترانه رونق یافت، می‌پردازد. گریف در این مقاله نشان می‌دهد که ارتباط بین تجارت خارجی و نهاد، ارتباطی است با سابقه

و صرفاً تمرکز بر تجزیه و تحلیل اثر نهادها بر تجارت خارجی، موضوع جدیدی است که در سال‌های اخیر توجهی جدی به آن شده است (گریف، ۱۳۸۵، صص ۱-۳).

اندرسون^۵ در مقاله خود با عنوان «نامنی (قراردادها) و الگوی تجارت» می‌گوید ما متوجه می‌شویم که نهادهای ناکافی و ناقص همانند تعرفه‌ها باعث محدود شدن تجارت می‌شود (اندرسون و مارکویلر، ۲۰۰۲، ص ۱). وی در این مقاله می‌کوشد دلیل عدم توازن‌هایی را که در تجارت بین کشورها وجود دارد و نمی‌توان آن‌ها را با نظریه برخورداری از عوامل تولید^۶ توضیح داد بیان کند. او عوامل به وجود آورنده هزینه‌های مبادله را که باعث عدم امنیت در تجارت با کشورها می‌شود اینگونه برمی‌شمارد: عدم تحکیم و تضمین کامل قراردادهای تجاری توسط سازمان‌های قضایی، نبود و یا کمبود شفافیت و بی‌طرفی در سیاست‌های اقتصادی، گرفتن رشوه اجباری توسط ادارات گمرک و دزدیده شدن مال‌التجاره‌ها در مسیر تجارت.

هنری دی‌گروت^۷ و همکاران در مقاله خود به موانع غیرقابل مشاهده در تجارت بین‌الملل اشاره کرده و این موانع را بیشتر مربوط به اطلاعات ناقص و نامتقارن و نیز ناطمینانی در مبادله مربوط می‌دانند. وی اشاره می‌کند که هم خانواده بودن در نوع و سطح کیفیت نهادی موجب می‌شود تا طرفین نسبت به رویه‌های رسمی و قراردادهای غیررسمی و عادت‌های نهادینه شده تجاری یکدیگر شناخت نسبتاً خوبی داشته و بهتر بتوانند با هم کار کنند (de Groot & et al, 2004, pp.12-13).

آذربایجانی و همکاران (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «اثر نهادها بر روی تجارت دو جانبه کشورهای منتخب خاورمیانه» با استفاده از شاخص کیفیت نهادهای حاکمیتی ارائه شده توسط کافمن در بانک جهانی و با استفاده از مدل جاذبه و روش داده‌های تابلویی به بررسی جریان تجاری بین ۹ کشور خاورمیانه، از جمله ایران پرداخته و اینگونه نتیجه‌گیری می‌کنند که یک واحد افزایش در شاخص کیفیت نهادی کشور صادر کننده و وارد کننده به ترتیب افزایش ۱/۵۸ و ۰/۷ درصدی تجارت را بین جفت کشور مورد بررسی به همراه دارد.

یو ما^۸ و همکاران در مقاله خود می‌گویند: «کشوری با نهادهای باکیفیت علاوه بر هزینه‌های تولید کمتر از هزینه‌های مبادله کمتری برخوردار خواهد بود. یک بهبود در

کیفیت نهادهای کشور صادر کننده موجب افزایش صادرات کالاهای پیچیده آن کشور خواهد شد. در یک تجارت دو طرفه متوازن، کشور دارای نهادهای باکیفیت تر به صادرات بیشتر کالاهای پیچیده و واردات بیشتر کالاهای ساده خواهد پرداخت (Ma & et al, 2011, p.3).

لوچنکو در مقاله‌ای به بررسی تأثیر تجارت بین‌الملل بر نهادهای می‌پردازد. او معتقد است نهادهای دو نقش اساسی در مدل بررسی شده در مقاله دارند: اول آنکه نهادهای بد و ناکارآمد در داخل یک کشور رانت‌هایی را برای برخی ایجاد می‌کند و دوم آنکه نهادهای منبع مزیت نسبی در کالاهای متکی به نهادهای می‌باشند و وقتی دو کشور با سطح تکنولوژی تولید یکسان ولی با سطح کیفیت نهادی متفاوت با هم به تجارت می‌پردازند، این تجارت به یک «رقابت» برای دستیابی به نهادهای باکیفیت تر مبدل خواهد شد. چراکه در اثر جریان تجارت آزاد رانت‌هایی که در اثر وجود برخی نهادهای ناکارآمد وجود داشت، از بین می‌روند و برای بازیافتن آن رانت‌ها باید نهادهای هرچه بیشتر باکیفیت تر شوند. در مقابل وقتی یکی از طرفین تجارت، مزیت نسبی قابل توجهی در تکنولوژی تولید کالای دارای رانت داشته باشد، این چنین تجارتی انگیزه‌ای برای بهبود نهادهای در طرفین نخواهد بود (Levchenko, 2007, p.3).

براساس مطالعه‌ای که روماس و همکاران در مورد ۱۳ کشور صادر کننده و ۱۶۷ کشور وارد کننده در سال ۲۰۰۰ داشته‌اند، موانع تعرفه‌ای تجارت، تنها یکی از عوامل به وجود آورنده هزینه‌های تجارت می‌باشند. در این بین، با توجه به کاهش تأثیر موانع تعرفه‌ای بر روند کلی تجارت، موانع نهادی اهمیت نسبی بیشتری یافته و به یک مانع اساسی در برابر جریان کالاها در بین کشورها مبدل شده‌اند (Ramos, 2012, pp.4-10).

لی و ویلسون (۲۰۰۹م)، در تحقیق «زمان به عنوان تعیین کننده مزیت مقایسه‌ای»، با استفاده از بانک اطلاعاتی گروه کسب و کار بانک جهانی و نتایج تحقیقات پیمایشی از کارآفرینان در ۶۴ کشور در حال توسعه به بررسی اثرگذاری تأخیرات زمانی پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که هر چه زمان لازم برای صادرات از یک کشور بیشتر باشد، احتمال آنکه بنگاه‌هایی که در حوزه‌ی کالاهای حساس به زمان فعالیت می‌کنند، وارد بازارهای صادراتی شوند بسیار کم می‌شود (Li, & Wilson, 2009).

۳-۳. ارائه اصلاحات نهادی لازم برای تحقق سیاست‌های راهبردی

۳-۳-۱. اصلاحات نهادی در راستای سیاست راهبردی اول

هر فعال اقتصادی متقاضی حضور در تجارت خارجی می‌تواند با دریافت کارت بازرگانی رسماً وارد این عرصه شود. دریافت کارت بازرگانی به عنوان اولین مرحله برای ورود به عرصه تجارت خارجی می‌تواند نقش مهمی به عنوان یک پایش اولیه برای ورود به این عرصه ایفا کند. اقدامات زیر مهمترین اصلاحاتی‌اند که برای رفع مشکلات موجود در این بخش پیشنهاد می‌گردد:

۱. اضافه نمودن شرط کسب حدنصاب لازم از صلاحیت‌های تخصصی در مرحله صدور کارت بازرگانی و حذف شروطی که تحصیل آن‌ها در مراحل اولیه برای فعالان اقتصادی واقعی تازه‌وارد بسیار مشکل می‌باشد.

۲. پلکانی نمودن شرایط لازم برای دریافت کارت بازرگانی نیز لازم و ضروری به نظر می‌رسد. بایستی شرایط دریافت کارت بازرگانی در دو یا حداکثر سه مرحله اعمال گردند. به این صورت که برای تمدید کارت بازرگانی برای مرحله دوم باید شرایط بیشتری نسبت به مرحله قبل تحصیل شوند.

۳. خروج طرح رتبه‌بندی از حالت یک طرح تشویقی و تبدیل آن به یک امر اجباری برای دارندگان کارت‌های بازرگانی.

۴. برخورد قاطع با مراکز خرید و فروش کارت‌های بازرگانی.

۵. از بین بردن مزیتی که موجب ایجاد مراکز خرید و فروش کارت بازرگانی می‌شود. بزرگترین مزیتی که استفاده از کارت‌های یکساله دارد، وجود امکان فرار مالیاتی است. بایستی ترتیباتی برای دریافت مالیات اتخاذ گردد که منجر به از بین رفتن این مزیت گردد.

۳-۳-۲. اصلاحات نهادی در راستای سیاست راهبردی دوم

ابتدایی‌ترین خطر برای رقابت، بروز انحصار است. اگرچه موضوع «واردات انحصاری» همواره از موضوعاتی بوده است که گفته‌ها و شنیده‌های زیادی حول آن مطرح بوده

است. لکن شواهد علمی و مستند اندکی، آن هم در مورد یک یا دو محصول وجود دارد. از جمله این موارد می‌توان به تحقیقی با عنوان بررسی عامل‌های مؤثر بر ایجاد انحصار در بازار داخلی پسته ایران» اشاره نمود. عبدالهی نشان می‌دهد که علی‌رغم وجود تعداد زیادی صادرکننده و خریدار پسته از کشاورزان کماکان با انحصار در صادرات پسته مواجه هستیم. به گفته وی بررسی رفتار عامل‌های خرید محصول نشان داد که تاجران غیرصادر کننده، رفتاری نزدیک به رقابت کامل دارند. در مقابل، تاجران صادر کننده رفتاری انحصاری از خود نشان می‌دهند. به بیان دیگر، با وجود ساختار رقابتی، رفتار تاجران صادر کننده بیش‌تر به انحصار خرید نزدیک است (عبدالهی، ۱۳۸۹، صص ۲-۳). در نهایت برای مقابله با موضوع انحصار در عرصه تجارت خارجی اصلاحات نهادی زیر پیشنهاد می‌گردد:

۱. قوانین و سازمان‌هایی که به نوعی در انجام وظایف شورای رقابت با این نهاد تداخل وظیفه دارند، بایستی شناسایی شده و در جهت تعیین مسئول واحد تغییر یابند.
۲. مرکز ملی رقابت به عنوان بازوی اجرایی شورای رقابت، بایستی جایگاه واقعی خود را در اقتصاد، به عنوان مهمترین نهاد در ایجاد فضای رقابتی و مبارزه با آن پیدا کرده و به یک نهاد علمی باثبات و دارای توان اجرایی بالا تبدیل گردد.
۳. در قانون مقررات صادرات و واردات تعرفه‌های کالایی بایستی به سه نوع تقسیم شوند. تعرفه‌هایی که حقوق ورودی آن‌ها نیازمند بازبینی فصلی، سالانه و بلندمدت می‌باشند و اختیار دولت در ایجاد تغییرات در حقوق ورودی این کالاها به ترتیب ذکر شده کاهش یافته و مستلزم اخذ مجوز از نهادهای بیشتری باشد.

۳-۳-۳. اصلاحات نهادی در راستای سیاست راهبردی سوم

در کشور ایران سهم عمده صادرات متعلق به صادرات نفتی است و صادرات غیرنفتی سهم کمتری در کل صادرات کشور دارد. البته در سال‌های اخیر درآمدهای حاصل از صادرات مواد پتروشیمی افزایش چشمگیری داشته است. طبق آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران، صادرات غیرنفتی در سال ۱۳۸۷ تقریباً ۸ میلیارد دلار، در سال ۱۳۸۹،

۹/۶۷ میلیارد دلار و در سال ۱۳۹۰، ۱۵ میلیارد دلار بوده است که البته در مقایسه با رقم ۸۲/۴۳ میلیارد دلاری حاصل از فروش نفت خام رقم پایینی است.

در بررسی میزان ارزش افزوده صادرات کشور باید دو نکته را مدنظر قرار داد: اول آنکه در آماري که از سوی گمرک جمهوری اسلامی ایران در مورد صادرات و واردات منتشر می‌شود به جز اقلام نفت خام، گاز طبیعی، نفت کوره، نفت سفید و میعانات گازی که توسط شرکت ملی نفت ایران و شرکت ملی گاز ایران تولید می‌شوند، بقیه اقلام فرآورده‌های نفتی نیز جزء آمار صادرات غیرنفتی ثبت می‌شود. دوم اینکه علاوه بر ارزش ریالی صادرات، باید وزن صادرات را نیز حتماً مورد بررسی قرار داد. چراکه در برخی موارد افزایش ارزش صادرات بیشتر به خاطر افزایش قیمت بین‌المللی کالای مدنظر بوده است.

باید توجه کرد که مشکل صادرات سنتی و صادرات کالاهای با ارزش افزوده کم، ریشه در ساختار تولید در ایران دارد و حل آن مستلزم اصلاحات نهادی متعددی در سایر بخش‌های اقتصادی و غیراقتصادی می‌باشد که بعضاً بسیار زمان‌بر می‌باشند. با این وجود به نظر می‌رسد اقدامات اصلاحی زیر می‌تواند ما را به این هدف برساند:

۱. تدوین برنامه بلندمدت راهبردی برای افزایش ارزش افزوده صادراتی هریک از محصولات.

۲. تدوین آیین‌نامه اجرایی تبصره ۲ و ۳ بند ب ماده ۱۰۴ قانون برنامه پنجم توسعه و تأکید جدی بر اجرایی شدن آن.

۳. گفتمان‌سازی ضرورت صادرات با ارزش افزوده بیشتر در بین بازرگانان.

۴. دخیل بودن میزان صادرات با ارزش افزوده در اعمال رتبه‌بندی کارت‌های بازرگانی.

۵. حمایت از صنایعی که منجر به ایجاد ارزش افزوده بیشتر در صادرات می‌شوند. به عنوان مثال تقویت و راه‌اندازی مراکز متعدد فرآوری محصولات کشاورزی تقویت صنایع دانش‌بنیان برای تولید ارزش افزوده از صنایع متکی به صنایع پتروشیمی.

۳-۴. اصلاحات نهادی در راستای سیاست راهبردی چهارم

مکان ایده‌ال برای کشورهای در حال توسعه، نیل به واردات کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای برای تولید انواع کالاهای سرمایه‌ای، واسطه‌ای و مصرفی است و به نظر می‌رسد ترکیب واردات با این مکان فاصله زیادی دارد. برای دستیابی به این مهم اقدامات بلندمدت بسیاری چه در عرصه تقویت تولید داخل و چه در زمینه تجارت خارجی باید انجام شود. با این وجود به نظر می‌رسد مهمترین اصلاحات لازم برای این موضوع را می‌توان اینگونه بیان کرد:

۱. کالاهای سرمایه‌ای وارداتی بایستی به کالاهایی که تولید داخلی دارند و یا ظرفیت بالقوه تولید آن‌ها وجود دارد و کالاهایی که مزیت نسبی در تولید آن‌ها وجود ندارد؛ تقسیم شوند و نسبت به هریک محدودیت‌های تعرفه‌ای متفاوتی برقرار گردد.

۲. در کتاب قانون و مقررات صادرات و واردات هر سال، میزان ضروری بودن تعرفه‌ها نسبت به نیازهای داخلی با استفاده از معیارهای خاصی، ذیل هریک از تعرفه‌ها درج گردد.

۳. علاوه بر جدیت در برخورد با قاچاق کالا، بایستی مزیت‌های اقتصادی که موجب شکل‌گیری قاچاق می‌شوند از بین برود.

۴. واردات کالاهای غیرضروری به عنوان یکی از معیارهای کاهش رتبه، در طرح ملی رتبه‌بندی کارت‌های بازرگانی محسوب شود. همچنین آشنایی با ترکیب سه‌گانه کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای و مصرفی جزء مواد آموزشی لازم جهت کسب صلاحی تخصصی در صدور کارت بازرگانی قرار گیرد.

۳-۵. اصلاحات نهادی در راستای سیاست راهبردی پنجم

موضوع بررسی مزیت نسبی مناطق مختلف کشور، از جمله موضوعات مهمی است که در عرصه عمل تاکنون توجه جدی به آن نگردیده است و اقدامات انجام شده همگی شامل تحقیقات و مصوبات و اسنادی می‌شود که برای دستیابی به این مهم تألیف و تدوین گردیده‌اند. شناسایی مزیت‌های نسبی استان‌ها در صادرات نیز، موضوعی است که کماکان تا حد زیادی مغفول می‌باشد و صرفاً در بند ۱۸/۳ «سند ملی راهبرد توسعه

صادرات غیرنفتی» مصوب وزیران عضو کارگروه صادرات کشور در جلسه مورخ ۱۳۸۹/۱۲/۱۰، به لزوم شناسایی مزیت‌های استانی تأکید شده است. عمده فعالیت‌های انجام گرفته در این زمینه مربوط می‌شود به تحقیقات علمی که به بررسی موردی مزیت نسبی یک کالا در مورد یک استان و بعضاً در مورد کشور پرداخته‌اند.

به عقیده صاحب‌نظران یکی از دلایل عدم رشد کافی تجارت خارجی استان‌ها، ناآشنا بودن تولیدکنندگان بومی هر استان با بازارهای خارجی و نبود نهادهای تسهیل‌کننده تجارت می‌باشد. بهترین راه‌کار حل این موضوع را می‌توان شرکت‌های مدیریت صادرات^۹ نامید. این شرکت‌ها برخلاف شرکت‌های بازرگانی که کالا را از تولیدکننده خریداری کرده و سپس به خریدار دلخواه خود می‌فروشند، طی رابطه‌ای بلندمدت با تولیدکنندگان، پای تولیدات استانی را به کشورهای خارجی باز کرده و به آن‌ها در این مسیر کمک می‌کنند. در مجموع برای دستیابی به این مهم اصلاحات نهادی زیر پیشنهاد می‌شود:

۱. اجرای طرح بررسی مزیت‌های نسبی بالفعل و بالقوه استان‌ها زیر نظر سازمان توسعه تجارت و با محوریت کارگروه‌های توسعه صادرات استان‌ها.
۲. تقویت جایگاه علمی و تخصصی کارگروه‌های توسعه صادرات استان‌ها جهت انجام طرح بررسی مزیت‌های نسبی.
۳. ترویج شرکت‌های مدیریت صادرات بومی هر استان.
۴. رتبه‌بندی انواع کالاهای صادراتی استان‌ها برحسب میزان مزیت نسبی و اعمال تشویق‌های صادراتی بر طبق این کالاها.

۳-۶. اصلاحات نهادی در راستای سیاست راهبردی ششم

با توجه به اینکه ذیل بخش ۲-۲-۳ به ارائه اصلاحات برای جلوگیری از انحصار در تجارت خارجی پرداخته شد، در این بخش از تکرار پرهیز می‌گردد.

۳-۳-۷. اصلاحات نهادی در راستای سیاست راهبردی هفتم

طبق اصل سوم قانون اساسی، دولت جمهوری اسلامی ایران برای نیل به اهداف مذکور در اصل دوم موظف است همه امکانات خود را برای ۱۶ مورد ذکر شده در اصل سوم به کار برد. مورد شانزدهم این امور عبارت است از «تنظیم سیاست خارجی کشور بر اساس معیارهای اسلام، تعهد برادرانه نسبت به همه مسلمانان و حمایت بی دریغ از مستضعفان جهان» (قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، اصل سوم).

امام خمینی (ره) به عنوان طراح نظام جمهوری اسلامی ایران می‌فرماید: «به عهده علمای اسلام، محققین و کارشناسان اسلامی است که برای جایگزین کردن سیستم ناصحیح اقتصاد حاکم بر جهان اسلام، طرح‌ها و برنامه‌های سازنده و دربرگیرنده منافع محرومین و پابرنه‌ها را ارائه دهند و جهان مستضعفین و مسلمین را از تنگنا و فقر معیشت به درآورند» (موسوی خمینی، ۱۳۸۵، ج ۲۰، ص ۸۲۱) و یا در جای دیگری نیز می‌فرماید: «ما باید در ارتباط با مردم جهان و رسیدگی به مشکلات و مسائل مسلمانان و حمایت از مبارزان و گرسنگان و محرومان با تمام وجود تلاش نماییم و این را باید از اصول سیاست خارجی خود بدانیم» (موسوی خمینی، ۱۳۸۵، ج ۲۱، ص ۹۲).

برای ارائه نظر دقیق‌تر در مورد عملکرد سیاست خارجی ایران در مورد کشورهای مستضعف لازم است که ابتدا تعریفی دقیق‌تر از کشورهای مستضعف در نظر گرفت و سپس تک‌تک کشورها را جداگانه مورد بررسی قرار داد. در نهایت اصلاحات زیر برای ارتقاء ارتباط با کشورهای مستضعف پیشنهاد می‌گردد:

۱. طی طرحی، معیارهای تعیین کشورهای مستضعف و رتبه‌بندی آن‌ها باتوجه به آرمان‌های انقلاب اسلامی، استخراج گردد. به عبارتی بایستی قانون اجرای بند ۱۶ اصل سوم قانون اساسی تدوین و تصویب گردد.

۲. بایستی با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت و وزارت خارجه و با در نظر گرفتن انواع ملاحظات سیاسی و اقتصادی، ظرفیت افزایش ارتباطات تجاری با کشورهای مستضعف طبق آیین‌نامه مذکور بررسی شود.

۳. سفارت‌ها و سرکنسول‌گری‌های ایران در این کشورها بایستی از وجود افراد متخصص و کارآمد برای افزایش ارتباطات تجاری و شناسایی فرصت‌ها و نیازهای اقتصادی این کشورها استفاده نماید.

۳-۳-۸. اصلاحات نهادی در راستای سیاست راهبردی هشتم

قدمت بحث حمایت در مکتب‌های اقتصادی به اندازه تاریخ این مکتب‌ها است. این بحث آنچنان بر مباحث و نظریه‌های اقتصادی سایه افکنده که تقریباً قسمت عمده آن صرف قبول یا رد آن در حیطه نظریه‌های دولت و تجارت بین‌الملل شده است. تعریف واژه حمایت در تجارت بین‌الملل و تعیین حیطه‌های آن، به بررسی و شناخت ما کمک خواهد کرد. منظور از سیاست‌های حمایتی کلیه سیاست‌های تجاری در عرصه بازرگانی داخلی و خارجی است که باعث افزایش قدرت رقابت واحدهای تولیدی کشور در مقابله با واحدهای تولیدی خارج از کشور می‌شود. بنابراین مجموعه سیاست‌های تجاری قیمتی نظیر تعرفه، سود بازرگانی، مالیات و غیرقیمتی شامل محدودیت‌های مقداری، ممنوعیت واردات، قیمت‌گذاری، سهمیه‌بندی در چارچوب سیاست‌های حمایتی قرار می‌گیرند (مجتهد و فرزین، ۱۳۷۹، ص ۲).

در اصل لزوم حمایت از تولیدات داخلی تا رسیدن به سطح محصولات صادراتی نمی‌توان تشکیک کرد ولی اینکه حمایت درست، چگونه است سؤال مهمی است که باید برای آن پاسخ صحیحی متناسب با شرایط اقتصاد جمهوری اسلامی ایران ارائه داد. متأسفانه تحقیقات اندکی با موضوع بررسی تأثیر سیاست‌های حمایتی بر بهره‌وری واحدهای تحت حمایت، انجام شده است و اکثر تحقیقات به بررسی کم و کیف حمایت‌ها پرداخته و پیشنهادهای را در مسیر انتخاب حمایت بهینه ارائه کرده‌اند. یکی از تحقیقات نسبتاً جامع در حوزه بررسی انواع سیاست‌های حمایتی در ایران، تحقیق مشترکی است که توسط شورای پژوهش‌های علمی کشور و مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در سال ۱۳۸۳ انجام شده است (رازینی، ۱۳۸۳).

سیاست‌های حمایتی و ابزارهای اعمال آن‌ها در بخش کشاورزی و صنعتی ایران در مقایسه با سایر کشورها به ویژه کشورهای پیشرفته کمتر بوده ولی تنوع نسبتاً زیادی

دارند. نگاهی به روند کلی این سیاست‌ها فقدان نظم و انسجام کافی در آن‌ها را برای رسیدن به اهداف بلندمدت از جمله خودکفایی و توسعه صادرات نشان می‌دهد (عسگری درویشانی و حسینی، ۱۳۸۶، ص ۲۸). سیاست‌های حمایتی در ایران در عرصه بازرگانی را می‌توان به دو دسته سیاست‌های بازاری و غیربازاری تقسیم نمود. سیاست‌های بازاری در عرصه بازرگانی خارجی همان موانع تعرفه‌ای هستند که اهم آن‌ها در کشور ما عبارتند از حقوق گمرکی، سود بازرگانی، عوارض ویژه، عوارض شهرداری، هلال‌احمر، عوارض بندری، بهداری، هوایی، حق آسفالت و حق سفارش و مابه‌التفاوت سازمان حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان. در تعیین این موانع ورودی کالا، همواره افزایشی نسبت به سال‌های قبل از آن به صورت یک رسم و حتی یک اصل در تنظیم مقررات صادرات و واردات به چشم می‌خورد. نظر به اینکه همواره موانع تعرفه‌ای با نرخ‌های ارز رسمی محاسبه شده، از قدرت لازم برخوردار نبوده‌اند و عملاً سیاست‌های غیربازاری و غیرتعرفه‌ای بر اقتصاد کشور حاکم بوده‌اند. این موانع شامل، محدودیت واردات، ممنوعیت واردات، سهمیه‌بندی، ثبت سفارش، واردات در مقابل صادرات و اخذ مجوزهای دستگاه‌های اجرایی می‌شوند و باعث عدم شفافیت، رانت‌جویی و فساد اداری خاصه در گمرکات کشور طی این سال‌ها شده‌اند (فرزین، ۱۳۸۰، ص ۲).

در مجموع با توجه به اینکه حمایت برای کشوری مثل ایران یکی از مسائل مهم در عرصه اقتصاد می‌باشد، بایستی این موضوع از حالت بخشنامه‌ای خارج شده و دارای روالی منطقی باشد تا علاوه بر رشد تولید داخل، رفاه مصرف‌کنندگان داخلی نیز مدنظر قرار بگیرد. لذا اصلاحات زیر بر دستیابی به این مهم پیشنهاد می‌گردد:

۱. تدوین قانون جامع حمایت از بخش صنعت و کشاورزی به نحوی که ابعاد «حمایت» به وضوح مشخص شده و تعریف آن دقیقاً بیان شود. در این قانون بایستی سازوکاری برای تعیین روش حمایت و میزان حمایت در هر مرحله، ارائه گردد.
۲. بررسی وضعیت حمایت‌های فعلی و اصلاح آن‌ها مطابق با قانون حمایت.

۳-۹. اصلاحات نهادی در راستای سیاست راهبردی نهم

پیش از ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ توسط مقام معظم رهبری، طبق این اصل از قانون اساسی، بازرگانی خارجی جزء بخش دولتی اقتصاد ایران محسوب می‌شد. اما براساس جزء ۲-۲ از بند الف سیاست‌های کلی اصل ۴۴، اجازه «فعالیت بازرگانی خارجی در چارچوب سیاست‌های تجاری و ارزی کشور» به بنگاه‌ها و نهادهای عمومی غیردولتی و بخش‌های تعاونی و خصوصی داده شد.

دولت جمهوری اسلامی ایران پس از انقلاب اقدامات متعددی را در جهت رشد بخش تجارت خارجی انجام داده است. البته میزان توجه به تجارت خارجی و جایگاه آن در اقتصاد ایران و تولید ارزش افزوده برای کشور، از ابتدای انقلاب جایگاه فعلی را نداشته است. امروزه بخش تجارت خارجی به یک موضوع مهم و اثرگذار در عرصه اقتصاد ایران مبدل شده که از جمله نتایج این اتفاق عبارت است از تصویب سند راهبردی ملی توسعه صادرات غیرنفتی جمهوری اسلامی ایران.

بنا بر رتبه‌بندی بانک جهانی، ایران در سال ۲۰۱۳ در شاخص «تجارت در ماورای مرزها» ۱۰ رتبه ۱۴۳ را داراست که نسبت به سال ۲۰۱۲، ۴ پله تنزل یافته است. این موضوع بدان معناست که فرآیند صادرات و واردات در ایران نسبت به سایر کشورها نسبتاً دشوار است. دلیل این دشوار شدن لزوماً بدتر شدن شرایط صادرات و واردات در ایران نیست و گاهی بدان معناست که فرآیند صادرات و واردات در کشورهای رقیب کم هزینه‌تر شده است.

بررسی تک‌تک اقدامات انجام شده توسط دولت‌ها در زمینه تجارت خارجی، یک مسئله مهم در زمینه مدیریت تجارت خارجی کشور را نشان می‌دهد و آن «عدم وجود انسجام» در این اقدامات است. همانطور که قبلاً ذکر شد «سند ملی راهبرد توسعه صادرات غیرنفتی جمهوری اسلامی» مصوب وزیران عضو کارگروه صادرات کشور در جلسه مورخ ۱۳۸۹/۱۲/۱۰ آخرین و تقریباً مهمترین اقدام صورت گرفته توسط جمهوری اسلامی ایران برای ایفای نقش نظارتی و حمایتی دولت و ایجاد انسجام در عرصه تجارت خارجی است. با توجه به این موضوع، در این بخش از ارائه اصلاحات

خودداری شده و صرفاً به نقد و بررسی فهرست‌وار این سند طبق سیاست‌های راهبردی پرداخته می‌شود:

۱. هیچ اشاره مستقیمی به وجود انحصار در تجارت خارجی و لزوم برخورد با آن نشده است.

۲. یکی از موانع مهم گسترش صادرات غیرنفتی، وجود واردات‌های غیرضروری حتی در مصرفی‌ترین و ساده‌ترین کالاها می‌باشد که به این موضوع اشاره‌ای نشده است.

۳. به لزوم توجه هدفمند و برنامه‌ریزی شده به کشورهای مستضعف در عرصه تجارت خارجی اشاره مستقیمی وجود ندارد و صرفاً در قالب لزوم گسترش همکاری تجاری با کشورهای اسلامی، همسایه و دوست اشاراتی وجود دارد که هدف اصلی از این اشارات نیز صرفاً گسترش سهم ایران از تجارت جهانی عنوان شده است.

۴. نه تنها به اصلاح شیوه حمایت‌های تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای صورت گرفته از بخش داخلی، اشاره‌ای نشده، بلکه بر لزوم تداوم روند گذشته نیز تأکید شده است.

از میان انواع تأثیرات منفی وابستگی به نظام تجارت خارجی جهانی صرفاً به وابستگی پولی اشاره شده است. در حالی که وابستگی‌هایی چون لزوم تبعیت از نظام قیمت‌گذاری بازار آزاد و نیز مواجهه نابرابر نظام تولید داخل با هژمونی بنگاه‌های تولیدی جهانی، از دیگر نتایج تبعیت از اصول تجارت خارجی متعارف می‌باشند که به آن‌ها اشاره‌ای نشده است.

۳-۱۰-۳. اصلاحات نهادی در راستای سیاست راهبردی دهم

تحریم‌های اعمال شده علیه ایران ۶ هدف را دنبال می‌کنند:

۱. انزوای منطقه‌ای و جهانی جمهوری اسلامی ایران

۲. امتیازگیری از ایران در مذاکرات هسته‌ای تحت فشار

۳. تحدید توان دفاعی و بازدارنگی نیروهای مسلح

۴. ایجاد ناامنی داخلی

۵. بازنگری در بومی‌سازی غنی‌سازی و تولید سوخت هسته‌ای

۶. ایجاد تعارض و شکاف بین مسئولان و جامعه (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۱، ص ۵).

علاوه بر آمریکا، سایر کشورهای غربی نیز در قالب مجامع بین‌المللی چون سازمان ملل و سازمان بین‌المللی انرژی اتمی در اعمال تحریم‌ها علیه ایران دست داشته‌اند. قطعنامه ۱۹۲۹ شورای امنیت سازمان ملل مصوب ۱۹ خرداد ۱۳۸۸ که مطابق آن سپاه پاسداران، صنعت دانش هسته‌ای، صنعت موشکی، صنعت کشتیرانی و حمل و نقل، صنایع نظامی و صنایع بانکی و مالی هدف این قطعنامه قرار گرفتند، از جمله این موارد می‌باشد (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۹، ص ۲).

به نظر می‌رسد بررسی تأثیر تحریم‌ها از زبان کسانی که آن‌ها را اعمال کرده‌اند، بهتر بتواند این موضوع را روشن نماید. بیشتر اندیشمندان و کارشناسان مسائل تحریم که در زمینه تحریم‌های ایران مطالعه و تحقیق کرده‌اند، تأیید می‌کنند که تحریم‌های آمریکا بر تغییر رفتار ایران در جهت اهداف آمریکا تأثیری نداشته است. یکی از منابع برجسته در این خصوص کتاب ارنست اچ. پریگ با نام «احساس مطلوب یا کار مطلوب با تحریم‌ها» ۱۱ است. نویسنده به گونه‌ای متقاعد کننده و مستدل نشان می‌دهد که عموماً تحریم‌های یک جانبه به اهداف مورد نظر خود نائل نمی‌شود، بلکه تأثیر نامطلوب بر منافع آمریکا بجا می‌گذارد. در سال ۱۹۹۷ مرکز مطالعات راهبردی و بین‌المللی مستقر در واشنگتن طرح مطالعاتی گسترده‌ای را در زمینه تحریم‌های یک جانبه اقتصادی آمریکا اجرا کرد. این تحقیق نتیجه می‌گیرد که تقریباً همه تحریم‌های یک‌جانبه با ناکامی مواجه شده است.

بهترین اقدام در برابر تحریم‌ها و بهترین اصلاحات برای مقابله با اثرات تحریم و حتی تبدیل آن به فرصت، همانا التزام نظری و عملی به «اقتصاد مقاومتی» است. در این زمینه بحث‌ها و سیاست‌گذاری‌هایی نیز شده است ولی هنوز جای زیادی برای تبیین این موضوع وجود دارد. اینکه منظور از مقاومت چیست و چه نوع مقاومتی مدنظر است؟ باید این موضوع جزء اولین مسائل مجامع علمی و دانشگاهی قرار گرفته و ابعاد آن تبیین شود.

۳-۱. اصلاحات نهادی در راستای سیاست راهبردی یازدهم

شاید بتوان تأکید بر تبعیت «تجارت آزاد» میان کشورها و ترویج این مهم توسط سازمان تجارت جهانی (WTO) را مهمترین موضوعی دانست که می‌توان ذیل این سیاست راهبردی به آن پرداخت. چراکه تبعیت محض و غیرمدبرانه از دستورات این سازمان می‌تواند منجر به این شود که ابتکار عمل در حوزه بازرگانی و تجارت خارجی به طور کامل در اختیار حکومت داخلی نباشد. تجارت خارجی ایران در کنار مسائل عدیده‌ای که با آن مواجه است و منجر به کاهش کارایی آن شده است، با مسئله مهم عضویت در سازمان تجارت جهانی روبرو است. ایران در سال ۱۳۷۵ تقاضای عضویت خود را ارائه کرد و در سال ۱۳۸۴ به عنوان عضو ناظر پذیرفته شد.

با در نظر گرفتن این امر که اغلب کشورهای صادرکننده نفت، در حال توسعه و متکی بر ذخایر طبیعی هستند، عمده‌ترین تأثیر قوانین سازمان تجارت جهانی بر این کشورها، متمرکز بر حق اعمال حاکمیت ملی آن‌ها بر منابع طبیعی‌شان است که عمده‌ترین منشاء مزیت نسبی آن‌ها در تجارت خارجی به شمار می‌آید. مقررات و توافق‌نامه‌هایی که سازمان تجارت جهانی تصویب می‌کند یا تفسیرهایی که از آن‌ها می‌شود، می‌تواند توانایی این کشورها را در بهره‌برداری از مزیت نسبی منابع طبیعی خود برای رسیدن به توسعه اقتصادی، محدود کند (جعفری صمیمی و کرم، ۱۳۸۴، صص ۱۳۵-۱۳۷).

مقررات سازمان تجارت جهانی که به محدودیت‌های صادراتی بر منابع طبیعی تمام‌شدنی و آزادی وضع مالیات‌های صادراتی می‌پردازد، کشورهای تولیدکننده نفت را قادر می‌سازد تا بر تولید و صادرات خود کنترل داشته باشند و قیمت‌های انرژی را برای مصرف‌کننده و تولیدکننده داخلی پایین‌تر از سطوح قیمت‌های جهانی نگه دارند. این دوگانگی قیمت به خودی خود با مقررات سازمان تجارت جهانی تضاد ندارد. اما شرایطی که دولت به وجود می‌آورد تا صنایعی که فعالیت صادراتی دارند بتوانند از انرژی ارزان استفاده کنند براساس مقررات سازمان تجارت جهانی یارانه صادراتی ممنوع محسوب می‌شود و اگر چنین انرژی ارزان قیمتی به صنایع خاصی (گربینش شده) تعلق بگیرد، این یارانه جزء یارانه‌های ویژه تلقی شده و بنابراین قابل تعقیب بوده

که می‌توانند در معرض اقدامات متقابل قرار بگیرند. البته به شرطی که ثابت شود چنین یارانه‌ای باعث بروز خسارت به تولیدکنندگان سایر کشورها شده است. پس جهانی‌سازی بخش انرژی از مسیر سازمان جهانی تجارت گرچه فرصت‌هایی را برای کشورهای دارای منابع انرژی فراهم می‌کند اما محدودیت‌های مربوط به عرضه انرژی یارانه‌ای به صنایع صادراتی را دارد (صادقی شاهدانی، ۱۳۹۲، صص ۱۲۹-۱۳۲).

بررسی تبعات فرهنگی حضور آزادانه و ارزان کالاهای خارجی و سبک زندگی القا شده توسط این کالاها نیز از جمله موضوعاتی که حتماً باید به آن توجه شود. در مجموع توجه به آثار منفی الحاق به سازمان تجارت جهانی ما را مجبور می‌کند تا در اتخاذ موضع نسبت به سازمان تجارت جهانی دچار شتاب‌زدگی نشویم و صرفاً با توجه به آثار مثبت مورد انتظار، کشور را در مخمصه‌ای اقتصادی-اجتماعی قرار ندهیم. اینکه الحاق به سازمان تجارت جهانی موجب می‌شود هر کشوری به سمت تولید کالاهای دارای مزیت نسبی سوق داده شود، شاید موضوع درستی باشد ولی براساس یافته‌های تحقیق مهرآرا و برخوردار (۱۳۸۶) عضویت ایران در شرایط فعلی باعث می‌شود تا اکثر تولیدات با افت مواجه شده و در عوض بخش نفت و گاز و شیمیایی و معادن رشد قابل توجهی داشته باشند؛ بخش‌هایی که بزرگ‌ترین خام‌فروشی‌های اقتصاد ایران در این زمینه‌ها اتفاق می‌افتد. در نتیجه بایستی پیش از عضویت در سازمان تجارت جهانی، اقتصاد ایران را از خام‌فروشی جدا کرد و به سمت تولید کالاهای با ارزش‌افزوده برد. بایستی مزیت‌های بالقوه نیز هرچه سریع‌تر به ظهور برسند و سپس به فکر باز کردن درهای تجاری بود.

جمع‌بندی

نظام اقتصادی ایران و تجارت خارجی به عنوان زیرمجموعه آن، همگی بایستی بر مبنای حق و عدل بنا شده باشند. لذا ابتدا در این تحقیق بر مبنای اصول تکوینی و تشریحی اقتصاد اسلامی، سیاست‌های راهبردی لازم برای دستیابی به الگوی مطلوب تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران استخراج شد: وجود عدالت و برخوردار از شرایط یکسان در ورود به عرصه تجارت خارجی، مبارزه با امتیازات انحصاری

غیرضرور در تجارت خارجی، مبارزه با صدور کالاهای دارای ارزش افزوده کم، جلوگیری از واردات کالاهای دارای تولید داخلی، تأکید بر خلق مزیت‌های نسبی جدید، توجه به کشورهای مستضعف در تصمیم‌گیری‌های تجاری، حمایت منطقی و زمان‌دار از تولید داخلی در برابر واردات، ایفای نقش حاکمیتی و نظارتی از سوی دولت در عرصه تجارت خارجی، عدم پذیرش تسلط بیگانگان به بهانه‌هایی از تحریم و عدم تبعیت محض از الگوهای تجارت بین‌الملل متعارف که باعث سلطه بیگانگان می‌شود.

در بخش بعدی نیز مهمترین اصلاحات نهادی لازم برای تحقق سیاست‌های راهبردی ارائه شد. از جمله این اصلاحات می‌توان به این موارد اشاره کرد: پلکانی نمودن شرایط لازم برای دریافت کارت بازرگانی، ایجاد وحدت رویه در مبارزه با انحصار از طریق تقویت توان علمی و اجرایی مرکز ملی رقابت، تدوین برنامه بلندمدت راهبردی برای افزایش ارزش افزوده هر یک از محصولات، حمایت و راه‌اندازی صنایع دارای ارزش افزوده بالا، مبارزه با مزیت‌های اقتصادی شکل‌گیری قاچاق، درج میزان ضروری بودن تعرفه‌ها در کتاب قانون و مقررات صادرات و واردات هر سال، ترویج شرکت‌های مدیریت صادرات بومی هر استان، شناسایی مزیت‌های نسبی استان‌ها، تدوین قانون اجرایی بند ۱۶ اصل سوم قانون اساسی، تدوین قانون جامع حمایت از بخش صنعت و کشاورزی و تأکید بر اجرای سند ملی راهبرد توسعه صادرات غیرنفتی.

یادداشت‌ها

۱. استادیار دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق (ع)
۲. خداوند هرگز کافران را بر مؤمنان تسلطی نداده است.
۳. لازم به ذکر است که با توجه به محدودیت‌های موجود، امکان بیان کامل بررسی‌های نهادی انجام شده نسبت به وضعیت فعلی بخش تجارت خارجی مقدور نیست و لذا صرفاً به بیان اصلاحات نهادی که پس از بررسی‌ها به دست آمده‌اند، بسنده می‌شود.

4. Greif
5. Anderson & Marcouiller
6. factor endowment

7. Henri L. F. de Groot
8. Yue Ma
9. Export Management Corporations (EMC)
10. Trading Across Borders
11. Feeling Good or Doing Good with Sanctions

کتابنامه

- آذربایجانی، کریم؛ سمیعی، ندا و شیرازی، همایون (۱۳۸۹)، «اثر نهادها بر روی تجارت دوجانبه کشورهای منتخب خاورمیانه»، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، س ۱۱، ش ۴۵، زمستان ۱۳۸۹، صص ۱-۲۴.
- احمد منصور، غازی (۱۹۹۴م)، *سیاسة التجارة فی الاقتصاد الإسلامی*، بیروت: جامعة أم القرى.
- جعفری صمیمی، احمد و کرم، سینا (۱۳۸۴)، جهانی شدن، شاخص‌ها و جایگاه اقتصاد ایران، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- دادگر، یداله (۱۳۸۶)، «نقش قضیه Coase و هزینه مبادله در تحولات جدید اقتصادی»، فصلنامه نامه مفید، س ۱۳، ش ۶۰، تابستان ۱۳۸۶، صص ۶-۱۹.
- رازینی رحمانی، ابراهیم علی (۱۳۸۳)، سیاست‌های حمایتی و پیامدهای آن در ایران، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- سجادی، سیدجعفر (۱۳۶۲)، فرهنگ معارف اسلامی، ج ۳، تهران: شرکت مؤلفان و مترجمان ایران.
- شریف‌زاده، محمدجواد و نادران، الیاس (۱۳۸۸)، «تحلیل اقتصادی حقوق مالکیت در اسلام (با تأکید بر مفهوم هزینه‌های مبادله)»، فصلنامه اقتصاد اسلامی، س ۹، ش ۳۶، زمستان ۱۳۸۸، صص ۵-۳۱.
- صادقی شاهدانی، مهدی، «جهانی‌سازی بخش انرژی از مسیر گات و سازمان تجارت جهانی»، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، س ۴، ش ۱۲، پاییز ۱۳۹۲، صص ۱۰۷-۱۳۲.
- صمدی، علی حسین (۱۳۸۹)، «جایگاه حقوق مالکیت در اندیشه‌ها و مکاتب اقتصادی (با تأکید بر دیدگاه نهادگرایان جدید)»، فصلنامه حقوق، س ۴۰، ش ۳، پاییز ۱۳۸۹، صص ۳-۱۴.
- طارق یوسف، حسن (۲۰۱۰م)، *السیاسیة التجاریة الخارجیة فی النظام الإقتصادي الإسلامی*، الأردن: الجامعة الأردنية.
- عبدالحمید، زهیر (۲۰۰۱م)، *الضوابط الإسلامیة فی مجالی التجارة الداخلية و الخارجیة و آثارها الإقتصادية*، الإقتصاد الإسلامی، العدد ۱۳، أبريل ۲۰۰۱، صص ۹۰-۹۲.

- عسگری درویشانی، علی و حسینی، سید محمود (۱۳۸۶)، «بررسی شاخص‌های حمایت از بخش کشاورزی ایران و مقایسه آن با کشورهای منتخب»، فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه، ش ۱۰۳، خرداد و تیر ۱۳۸۶، صص ۳-۵۴.
- عیوضلو، حسین (۱۳۸۷)، «درآمدی بر معرفی ارکان و هسته سخت اقتصاد اسلامی»، دوفصلنامه مطالعات اقتصاد اسلامی، س ۱، ش ۱، پاییز و زمستان ۱۳۸۷، صص ۱۳۹-۱۷۱.
- فرزین، محمدرضا (۱۳۸۰)، «بررسی ساختار حمایتی از صنعت خودرو در ایران»، فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه، ش ۶۲ و ۶۳، خرداد و تیر ۱۳۸۰، صص ۶۱-۱۰۲.
- گریف، اونر (۱۳۸۵)، «نهادها و تجارت بین‌الملل: آموزه‌های انقلاب تجاری»، فصلنامه اقتصاد سیاسی تحول همه‌جانبه، ترجمه رضا مجیدزاده، س ۱، ش ۳، زمستان ۱۳۸۵، صص ۱-۳.
- متوسلی، محمود و فتح‌اللهی، جمال (۱۳۸۹)، «مقدمه‌ای بر نظریات ویلیامسون و کاربرد آن در تحلیل مسایل توسعه ایران»، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، س ۱۰، ش ۳، پاییز ۱۳۸۹، صص ۲۵-۵۲.
- مجتهد، احمد و فرزین، محمدرضا (۱۳۷۹)، «بررسی ساختار حمایتی در صنعت فولاد»، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، س ۲، ش ۶، پاییز ۱۳۷۹، صص ۸۵-۱۱۶.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۱)، مواضع رهبر معظم انقلاب در خصوص تحریم‌ها و دیپلماسی هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران، دفتر مطالعات سیاسی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- مصطفوی، حسن (۱۳۶۸)، التحقیق فی کلمات القرآن الکریم، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- مهرآرا، محسن و برخوردار، سجاد (۱۳۸۶)، «بررسی آثار کاهش تعرفه از طریق الحاق ایران به WTO بر بخش‌های اقتصادی در قالب مدل تعادل عمومی قابل محاسبه (CGE/AGE)»، فصلنامه تحقیقات اقتصادی، س ۲۱، ش ۸۰، پاییز ۱۳۸۶، صص ۱۷۱-۱۹۴.
- موسوی خمینی، روح اله (۱۳۸۵)، صحیفه امام(ره)، ج ۲۰ و ۲۱، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
- همو (۱۳۸۷)، تحریر الوسیله، ج ۱، ترجمه سیدمحمدباقر موسوی همدانی، تهران: دارالعلم نورث، داگلاس (۱۳۷۷)، نهادها، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی، ترجمه محمدرضا معینی، تهران: انتشارات سازمان برنامه و بودجه.

یوسف عبدالله، محمود (۱۹۹۳م)، *التجارة الخارجية في الفكر الاقتصادي الإسلامي مقارنة بالنظام الوضعي، جامعة اليرموك.*

Anderson, James E. & Marcouiller, Douglas (2002), "Insecurity and the Pattern of Trade: An Empirical Investigation", *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 84, No. 2, May 2002, pp.342-352.

De Groot , Henri L.; Linders, Gert-Jan; Rietveld, Piet and Subramanian, Uma (2004), "The Institutional Determinants of Bilateral Trade Patterns", *KYKLOS*, Vol. 57, No. 1, pp.103° 124.

Levchenko, Andrei (2007), "Institutional Quality and International Trade", *The Review of Economic Studies*, Vol. 74, No. 3, pp.791-819.

Li, Yue and Wilson, John (2009), *Time as a determinant of comparative advantage*, World Bank.

Ma, Yue; Qu, Baozhi and Zhang, Yifan (2011), *Institutional Barriers, Trade, and Product Complexity: Empirical Evidence at the Firm Level.*

Ramos, Laura; Inmaculada; Martínez-Zarzoso and Celestino, Suárez-Burguet (2012), "Trade Policy versus Trade Facilitation: An Application Using Good Old OLS", *Economics: Open-Assessment E-Journal*, Vol. 6.

