

The role of business-based strategy of Development in the Iranian-Islamic model of progress

Hasan kiaee *

Received: 23/10/2019

Mohammad Solimani **

Accepted: 04/02/2020

Abstract

One of the main issues in the process of development in any country is determining the optimal economic interaction with other countries both in the field of trade (goods and services) and capital inflow and outflow; given the current political-economic conditions of Iran this issue became more important. According to the foundations of the conventional economics, concentration on free trade is one of the successful strategies of economic development, and as countries move toward trade liberalization, the level of development is increased. But there are some evidences that criticize this basis. In other words, the experience of some countries shows that the shifting towards free trade has not only resulted in development but also created a series of economic damages and problems; so, defining the framework of economic interaction with other countries plays a key role in the resilience of the economy. Thus, this paper, by examining the theoretical foundations of free trade and its effects on the development of economic development, shows that adherence to free trade as a development strategy in all economic conditions cannot lead to development. This article also, in order to explain the roadmap of the Iranian-Islamic model of progress, introduces "endogenous and extrovert strategy" as an alternative strategy for international interactions, that both have a favorable impact on the economy and will not cause such problems in the economy.

Keywords: Iranian Islamic Model of Progress, Development, Business-Based Development, Endogenous and extrovert approach.

JEL Classification: O24, F13, F59.

* Assistant Professor, Faculty of Islamic Studies and Economics, Imam Sadiq University

kiaee@isu.ac.ir

** Assistant Professor, Faculty of Islamic Studies and Economics, Imam Sadiq University,
(Corresponding author)

solimani@isu.ac.ir

جایگاه استراتژی توسعه مبتنی بر تجارت در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۱۵

حسن کیائی*

محمد سلیمانی**

چکیده

یکی از اصلی ترین مسائل و سؤالات حوزه توسعه کشور، تعیین نحوه تعامل اقتصادی بهینه با سایر کشورها هم در حوزه تجارت کالا و خدمات و هم در حوزه ورود و خروج سرمایه است؛ این مسئله با توجه به شرایط سیاسی - اقتصادی کنونی کشور از اهمیت بیشتری برخوردار است. براساس مبانی اقتصاد متعارف، تجارت آزاد یکی از استراتژی های توسعه اقتصادی به شمار می رود و هر چه کشورها به سمت آزادسازی تجاری حرکت کنند، زمینه های توسعه یافتگی در آن ها بیشتر می شود. اما در این میان شواهدی وجود دارد که این مبنا را زیر سؤال می برد. به عبارت دیگر، تجربه برخی کشورها نشان می دهد حرکت به سمت تجارت آزاد نه تنها توسعه یافتگی را به ارمغان نیاورده است بلکه مجموعه ای از آسیب ها و مشکلات اقتصادی را نیز ایجاد کرده است؛ از این رو تعیین چارچوب تعامل اقتصادی با خارج در مقاوم سازی اقتصاد نقش اساسی ایفا می کند. بنابراین این مقاله با بررسی مبانی نظری تجارت آزاد و اثرات آن در خلق توسعه در اقتصاد نشان می دهد پیروی از تجارت آزاد به عنوان استراتژی توسعه در همه شرایط اقتصادی نمی تواند موجب ایجاد توسعه شود. همچنین این مقاله در راستای تبیین نقشه راه الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، بر اساس بیانات مقام معظم رهبری، استراتژی درون زایی و برون نگری را به عنوان یک استراتژی جایگزین برای تعاملات بین المللی معرفی می کند که به وسیله آن هم آثار مطلوب مربوط به تجارت در اقتصاد ایجاد می شود و هم مشکلات ناشی از آن در اقتصاد بروز نخواهد کرد.

واژگان کلیدی: الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، توسعه، توسعه مبتنی بر تجارت، درون زایی

و برون نگری.

طبقه بندی JEL: O24, F13, F59

kiace@isu.ac.ir

* استادیار، دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق (علیه السلام)

** استادیار دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق (علیه السلام) (نویسنده مسئول) solimani@isu.ac.ir

«این مقاله در زمره مقالات برگزیده هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت برگزار شده توسط مرکز الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت در تاریخ ۲۲ و ۲۳ خرداد ۱۳۹۸ می باشد که پس از تکمیل توسط نویسندگان و ارزیابی مجدد برای انتشار در این مجله انتخاب شده است.»

مقدمه

امروز یکی از مسائل مهم مورد مطالعه کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، مبحث جهانی شدن می باشد و تاکنون در تحقیقات مختلف جنبه های گوناگون آن را بررسی شده است؛ تعداد زیادی از محققان جهانی شدن را کلید توسعه تلقی کرده اند (رولاند، ۱۳۹۶) و در مقابل، گروهی به آثار منفی جهانی شدن اشاره داشته اند. اما آنچه که بیش از همه برای کشورهای در حال توسعه اهمیت دارد، هزینه های اقتصادی جهانی شدن می باشد (استیگلیتز، ۱۳۸۷) بسیاری از صاحب نظران بر این باورند که پروسه جهانی شدن باعث فقیرتر شدن کشورهای در حال توسعه می گردد (دریورو، ۱۳۸۴).

با وجود نگاه تئوریک غالب در تجارت بین الملل مبنی بر تضمین منافع همه طرف های تجاری برخی کشورهای در حال توسعه از تجارت آزاد متضرر شده اند (همان، ۱۳۸۴). به نظر می رسد اتخاذ برخی استراتژی ها توسط کشورهای در حال توسعه آن ها را مستعد نفوذ توسط جریان سلطه می کند. در میان دو طیف از نگاه ها یعنی پیروی محض از تجارت آزاد و توجه محض به اقتصاد داخل، رویکردی وجود دارد که می تواند با تأکید بر تولید داخلی و استفاده از ظرفیت های بین المللی توسعه اقتصادی را به همراه داشته باشد. از سوی دیگر شکل گیری گفتمان الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در فضاهای علمی کشور، نیازمند تدوین، تبیین و تشریح این گفتمان در حوزه های مختلف علمی توسط پژوهشگران و محققان است. در باب اهمیت پیاده سازی و تحقق این الگو مباحث متعددی مطرح شده است اما تاکنون تلاش جدی برای تدوین یک استراتژی و تعیین رویکرد کلی در حوزه های اجرایی صورت نگرفته است. از این رو لازم است تا در حوزه های مختلف اقدامات پژوهشی متعدد صورت پذیرد. یکی از این حوزه ها حوزه تعاملات بین المللی و اثر آن ها در پیشرفت کشور است. نگرش مقام معظم رهبری بر تعاملات بین المللی کاملاً روشن است. ایشان خام فروشی در مقابل واردات کالاهای با ارزش افزوده بالا در تعاملات بین المللی را بسیار ناپسند می دانند و به درستی اعتقاد به تعادل در روابط بازرگانی و تجارت خارجی دارند. «یک مسئله در باب اقتصاد که من روی آن تکیه دارم و اصرار دارم، مسئله مدیریت جدی بازرگانی خارجی است؛ بازرگانی خارجی یک چیز خیلی مهمی است. خارجی ها عادت کرده بودند در طول سالیان دراز،

به کشورهایی از جمله کشور ما، نگاهشان در مورد تجارت این جور باشد که اینجا مواد خامی دارد، بیایند بردارند مواد خام را ببرند و ارزش افزوده برای خودشان درست کنند؛ یک بازار و مطالبه‌ای هم دارد که [کالا] بردارند بیاورند. در دوران پیش از انقلاب، دستگاه حاکمه کشور این را پذیرفته بودند؛ یک وقتی تصادفاً یک جایی ما با یک نماینده مجلس آن روز، برخورد کردیم، صریحاً به خود من می‌گفت که این چیز خیلی خوبی است! اصلاً همین خوب است که ما پول می‌دهیم و اروپایی‌ها مثل نوکر می‌آیند برای ما جنس تهیه می‌کنند و می‌آورند. یعنی واقعاً منطق داشتند برای این کار؛ منطق ابلهانه و احمقانه‌ای که کشور را به این سمت می‌برد. ما امروز - یعنی بعد از انقلاب - نگاهمان نگاه دیگری است؛ ما معتقدیم که نه؛ خیلی خب، بخشی از بازارهای ما متعلق به تولیدکننده خارجی، اما بخشی از بازارهای همان تولیدکننده خارجی هم متعلق به ما؛ یعنی یک تبادل و توارد عادلانه‌ای انجام بگیرد؛ این خب خیلی چیز مهمی است» (بیانات در دیدار رئیس‌جمهور و اعضای هیئت دولت - ۱۳۹۴/۶/۴).

همچنین ایشان در اختیار گذاشتن بازارهای داخلی به تجار خارجی و تبدیل به بازار مصرف شدن کشور را مغایر با یک الگوی ایده‌آل اقتصادی برای حل مشکلات می‌دانند. «بنده به مسائل معیشت مردم خیلی فکر می‌کنم، خیلی دغدغه‌مندم نسبت به مسئله معیشت مردم اما هرچه فکر می‌کنم، هرچه با کارشناس‌ها و آدم‌های وارد و مطلع مشورت می‌کنم، می‌بینم جز این راهی وجود ندارد که ما قاطعاً تکیه کنیم به مسائل داخلی. این که تجار خارجی بیایند و بروند و هیچ آبی هم از این‌ها گرم نشود - که تا حالا [هم] نشده - [چه فایده دارد]؟ الان حدود یک‌سال است مدام می‌آیند و می‌روند؛ کاری هم نکرده‌اند. اگر هم بخواهند کاری کنند، تصرف بازار ایران است که درست به ضرر ما است. فایده آمد و رفت این هیئت‌ها باید سرمایه‌گذاری باشد، باید ایجاد تولید باشد، باید در جاهایی که احتیاج داریم به فناوری جدید، [آوردن] فناوری جدید باشد؛ این‌ها باید باشد؛ این‌ها نیست یا کم است. این چیزها را بایستی مسئولین محترم رعایت کنند، دنبال کنند» (بیانات در دیدار اقشار مختلف مردم - ۱۳۹۵/۵/۱۱).

براساس سخنان مقام معظم رهبری در حوزه تعاملات بین‌المللی وان نتایج مهمی را در مورد چگونگی استفاده از این تعاملات در توسعه اقتصادی نتیجه گرفت:

۱. تولید ملی راهکار اصلی حل مشکلات اقتصادی است. بنابراین این نظریه که استراتژی تجارت آزاد و تکیه بر سرمایه‌گذاری خارجی می‌تواند مقدمات توسعه در اقتصاد را فراهم کند نادرست است. به بیان دیگر اگر همه توجهات به بیرون باشد، اقتصاد از خود چیزی برای عرضه در بازار پر رقابت بین‌الملل نخواهد داشت.
۲. نتیجه تأکید بیش از اندازه بر تعاملات بین‌المللی بدون توجه به اقتصاد داخل، در اختیار قرار دادن بازار ایران می‌باشد که این امر همان استراتژی نفوذ نظام سلطه در تعاملات تجاری است. تلاش نظام سلطه این است که با تشویق کشورهای در حال توسعه و پُر رنگ نشان دادن اثر تجارت آزاد بر توسعه، توجهات آن‌ها را از اقتصاد داخل دور کند تا بتواند از بازار مصرف آن‌ها استفاده کند.
۳. در این میان نحوه تعاملات بین‌المللی باید اتخاذ استراتژی تجاری باشد که منجر به سرمایه‌گذاری، ایجاد تولید و انتقال فناوری شود. بنابراین در حوزه تعاملات بین‌المللی نه باید طوری افراطی عمل کرد که همه توجهات به سمت بیرون باشد و اقتصاد داخل از بین رود و نه باید کلاً ارتباطات بیرونی را پایان داد بلکه رفتار هوشمندانه‌ای برای استفاده حداکثری از شرایط باید اتخاذ کرد. بر این اساس مقاله در نظر دارد تا بر مبنای فرمایشات مقام معظم رهبری و با توجه به تجربیات جهانی جایگاه استراتژی توسعه مبتنی بر تجارت را در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت پیشنهاد دهد. از این رو در بخش اول مروری بر مطالعات پیشین در حوزه استراتژی‌های تجاری صورت گرفته است. در بخش دوم به معرفی ابعاد تجارت آزاد و نقش آن در استراتژی‌های توسعه می‌پردازیم، بخش سوم به محدود شدن فرصت‌های مقاومت‌سازی اقتصاد به سبب تجارت آزاد می‌پردازد؛ در این بخش تلاش می‌شود تا از مباحث تئوریک، دلالت‌هایی در راستای موضوع استخراج گردد. بخش چهارم جایگاه تعامل اقتصادی با خارج در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بررسی می‌شود. بخش پنجم به مسئله درون‌زایی و برون‌نگری می‌پردازد و در نهایت جمع‌بندی ارائه خواهد شد.

۱. پیشینه تحقیق

با وجود اینکه در حوزه نقش استراتژی‌های تجاری بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت تاکنون تحقیقی صورت نگرفته است اما پیرامون ارتباط میان استراتژی‌های تجاری و رشد یا توسعه اقتصادی محتوای جامعی در ادبیات اقتصادی وجود دارد. در این حوزه برخی مطالعات تئوری‌های تجاری را مبنا قرار داده‌اند و به بررسی ارتباط میان الگوهای تجاری و رشد و توسعه اقتصادی پرداخته‌اند. همچنین گروه دیگری از مطالعات به صورت کاملاً تجربی با استفاده از داده‌های کلان اقتصادی و یا داده‌های بخشی سعی دارند تا میزان تاثیر استراتژی‌های تجاری را بر رشد اقتصادی و یا عملکرد بخشی در اقتصاد مورد ارزیابی قرار دهند.

در بخش مطالعات تئوریک مقالات انتقادی و مهمی مانند کروزسکی (۱۹۸۷)، گروسمن و هلپمن (۱۹۹۰) و کروگمن (۱۹۸۷) وجود دارد که با زیر سوال بردن شرایط ایده‌آل نظریه‌های تجاری مانند شرایط رقابت کامل سعی دارد تا نشان دهد تاثیر استراتژی‌های توسعه تجاری بر بهبود وضعیت اقتصادی آنطوری که در مدل‌ها نشان داده می‌شود نیست و به ویژه کشورهای در حال توسعه در این زمینه آسیب پذیر هستند. این نگاه انتقادی موجب شد تا وجود پدیده‌هایی مانند صرفه به مقیاس، بنگاه‌های انحصاری و شکست بازار که با مبانی رقابت کامل سازگاری ندارد در ادبیات استراتژی‌های تجاری بیشتر مورد توجه قرار گیرند. در همین زمینه سالم و یوسف پور (۱۳۹۱) منافع و مضرات آزادسازی تجاری را برای کشورهای در حال توسعه به تفصیل استخراج کرده‌اند و تاکید دارند با وجود منافی که آزادسازی می‌تواند برای کشورهای در حال توسعه داشته باشد اما رشد سریع واردات در این کشورها می‌تواند برخی منافع را خنثی کند که در این راستا توجه همزمان به اصلاح ساختاری در اقتصاد بسیار ضروری است. در حوزه مطالعات تجربی علیپور و قدکچی (۱۳۹۰) به بررسی ارتباط علی میان رشد اقتصادی و توسعه تجارت خارجی پرداخته‌اند. آن‌ها با استفاده از الگوی خود رگرسیون بردای و توابع عکس العمل آنی و تجزیه واریانس نتیجه گرفته‌اند که در اقتصاد ایران رشد واردات بر رشد ارزش افزوده بخش صنعت و معدن و کشاورزی اثرگذار است و رشد صادرات بر رشد ارزش افزوده بخش خدمات موثر می‌باشد. در

همین رابطه برخی مقالات به بررسی تاثیر بخشی توسعه تجارت بر عملکرد بنگاه‌ها در اقتصاد پرداخته‌اند. مشبکی و خادمی (۱۳۹۱) اثرات مستقیم و غیر مستقیم برنامه‌های توسعه صادرات بر عملکرد صادراتی بنگاه‌ها را مورد بررسی قرار داده‌است. این مطالعه با استفاده از روش سنجش نظر خبرگان، ۱۵۲ شرکت از صادرکنندگان نمونه بخش‌های صنعت، معدن و خدمات فنی و مهندسی را به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته است و البته در انتها به این نتیجه رسیده است که برنامه‌های توسعه صادرات اثر معنی داری بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها نداشته است. در سوی دیگر رحمان سرشت و کریمی (۱۳۸۶) شرکت‌های تولیدی صادر کننده محصولات غذایی را به عنوان نمونه در نظر گرفته است و سعی دارد تا تاثیر استراتژی‌های توسعه بازار صادراتی را بر عملکرد شرکت‌ها بررسی نماید. براساس نتایج این بررسی کسب سهم بازار بیشتر و تطابق با نیاز مشتریان از جمله عواملی است که در حوزه استراتژی توسعه صادرات می‌تواند بر بهبود وضعیت شرکت موثر باشد.

۲. تجارت آزاد و استراتژی‌های توسعه

۲-۱. مبانی نظری تجارت آزاد

تجارت آزاد در اقتصاد متعارف، اولین‌بار توسط آدام اسمیت و نظریه مزیت مطلق مطرح شد. بر این اساس اگر کشوری می‌تواند کالا یا کالاهایی را با بهره‌وری بالاتر تولید کند باید همه منابع تولید خود را صرف تولید کالای مزیت‌دار کند و تولید دیگر کالاها را متوقف کند زیرا حرکت عوامل تولید از کالاهای بدون مزیت به کالاهای مزیت‌دار موجب افزایش تولید و رفاه در سطح کل جامعه جهانی می‌شود. مشکل نظریه آدام اسمیت زمانی مشخص می‌شد که یک کشور در تولید همه یا بسیاری از کالاها دارای مزیت مطلق باشد و کشور دیگر در تولید هیچ کالایی دارای مزیت مطلق نباشد. به این ترتیب نظریه مزیت نسبی توسط ریکاردو مطرح شد (پورمقیم، ۱۳۸۴).

ریکاردو بر مبنای تئوری‌های اقتصاد خرد نشان داد حتی اگر یک کشور دارای مزیت مطلق در همه کالاها باشد و کشور مقابل در هیچ کالایی دارای مزیت مطلق نباشد، اولاً هر دو کشور می‌توانند کالایی را تولید کنند که در آن دارای مزیت نسبی

هستند و ثانیاً اگر این کشورها عوامل تولید خود را به سمت تولید کالای با مزیت نسبی حرکت دهند رفاه هر دو کشور افزایش خواهد یافت (رولاند، ۱۳۹۶). زیرا هر کشور می‌تواند بر تولید کالاهای مزیت‌دار با کارایی بالاتر متمرکز شود و کسب درآمد بیشتر داشته باشد و از درآمد حاصله برای خرید کالاهای وارداتی و بدون مزیت خود استفاده کند. این شرایط برای عوامل تولید هم مطلوب خواهد بود زیرا درآمد کارگران صنایع مزیت‌دار نیز به دلیل افزایش قیمت این کالاها افزایش می‌یابد.

در تئوری‌های بعدی دامنه تحلیل به صنایع با ویژگی‌های متفاوت و با فروض پیچیده‌تر گسترش یافت اما نتیجه همه تئوری‌ها یکسان بود و آن این‌که تجارت همه طرف‌های آن را منتفع می‌کند و هرگونه انحراف از تجارت آزاد موجب کاهش رفاه می‌شود (سالواتوره، ۲۰۱۳). بنابراین موجی از ترغیب و تشویق از سمت کشورهای توسعه‌یافته به سمت کشورهای در حال توسعه ایجاد شد مبنی بر این‌که اگر شما هم تمایل دارید در مسیر توسعه و افزایش رفاه حرکت کنید باید در همه صنایع به سمت مزیت نسبی حرکت کرده (هانت، ۱۳۹۲) و تنها بر تولید کالاهای مزیت‌دار تمرکز کنید که نتیجه این استراتژی حرکت از درون‌زایی محض به تبعیت محض از تجارت آزاد بود (ادواردز، ۱۹۹۷).

۲-۲. استراتژی‌های توسعه مبتنی بر تجارت آزاد

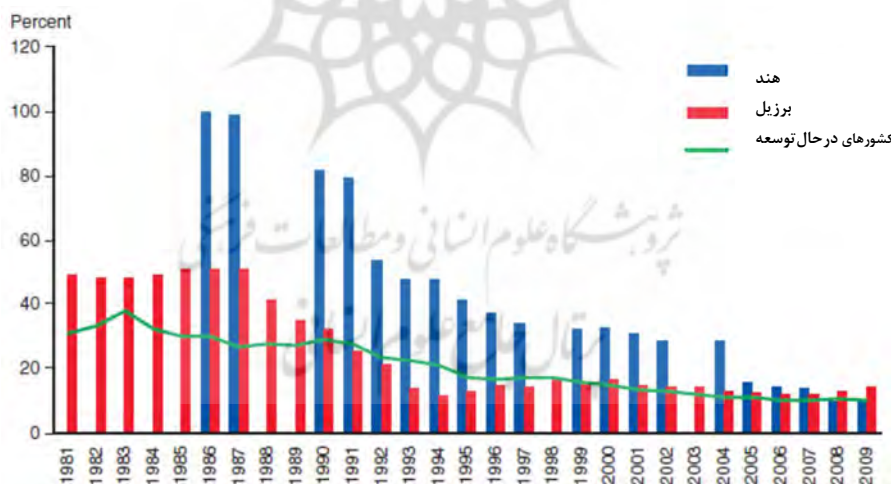
پیش از شروع نظریه‌پردازی و ترغیب و تشویق برای پیوستن به جریان تجارت آزاد، سیاست جایگزینی واردات رویکرد بیشتر کشورهای در حال توسعه در تعاملات بین‌المللی بود (کروگمن و سائیرین، ۲۰۱۱). در این رویکرد، کشورها با ایجاد موانع تجاری در همه صنایع وارداتی، سعی بر حمایت از تولید داخلی دارند (هانت، ۱۳۹۲). این سیاست موجب می‌شود نه تنها صنایع فعال در کشور به صورت غیررقابتی فعالیت کنند، بلکه امکان استفاده از مزیت سایر کشورها در سرمایه‌گذاری و تکنولوژی تولید نیز وجود نخواهد داشت. در جدول زیر نرخ مؤثر حمایتی در برخی از کشورهای در حال توسعه در زمانی که سیاست جایگزینی واردات را دنبال می‌کردند، آمده است.

جدول ۱: حمایت مؤثر از تولیدات صنعتی در برخی از کشورهای درحال توسعه (درصد)

نام کشور	میزان حمایت
مکزیک (۱۹۶۰)	۲۶
فیلیپین (۱۹۶۵)	۶۱
برزیل (۱۹۶۶)	۱۱۳
شیلی (۱۹۶۱)	۱۸۲
پاکستان (۲۷۱)	۲۷۱

منبع: (کروگمن و همکاران، ۲۰۱۱)

پس از مطرح شدن تئوری‌های تجارت جریانی در سطح اقتصاد دنیا ایجاد شد که به سرعت به تبلیغ منافع تجارت آزاد پرداخت به نحوی که استراتژی بسیاری از کشورهای درحال توسعه به سمت سیاست تمرکز بر تجارت آزاد تغییر کرد (هارود، ۱۳۹۳). در نمودار زیر روند تغییر نرخ تعرفه در کشورهای درحال توسعه نشان داده شده است. سرعت کاهش تعرفه‌ها در دهه ۹۰ نشان از یک حرکت دسته‌جمعی در کشورهای درحال توسعه به سمت تجارت آزاد دارد.



نمودار ۱: روند تغییر نرخ تعرفه در کشورهای در حال توسعه منتخب

آیا حرکت به سمت تجارت آزاد تحت هر شرایطی، وضع بهتری را برای کشورهای در حال توسعه ایجاد می‌کند؟ در بخش بعد نشان می‌دهیم که استفاده از این استراتژی برای کشورهای در حال توسعه در مواردی که عنوان می‌شود مانع از شکل‌گیری تولید داخلی حتی با وجود مزیت نسبی خواهد شد. در این موارد کشورهای در حال توسعه بازار مصرف واحدهای تولیدی کشورهای توسعه‌یافته می‌شوند که همان استراتژی نفوذ اقتصادی جریان سلطه است (دریورو، ۱۳۸۴). اصرار کشورهای توسعه‌یافته بر حاکمیت تجارت آزاد در جهان و ایجاد یک جریان تبلیغی بسیار گسترده در این رابطه شاهدی بر این مدعا است.

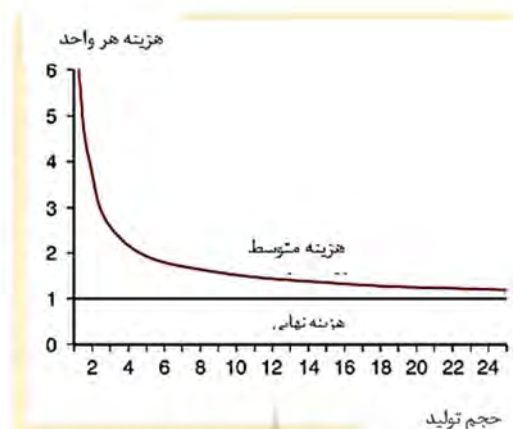
۳. محدود شدن فرصت‌های پیشرفت در اقتصاد به سبب تجارت آزاد

در این بخش با استناد به مبانی نظری تئوری‌های تجاری به تبیین مواردی می‌پردازیم که تجارت آزاد لزوماً منجر به توسعه و افزایش رفاه نمی‌شود. همچنین با توجه به این که امکان وقوع این موارد در کشورهای در حال توسعه بسیار بیشتر از کشورهای توسعه‌یافته است و بنابراین نفوذ اقتصادی به این کشورها به راحتی برای کشورهای توسعه‌یافته ممکن می‌شود. این موارد عبارتند از:

- وجود مزیت رقابتی اما ظرفیت تولید پایین
- استفاده از قدرت قیمت‌گذاری در بازار انحصاری
- تجارت در شرایط شکست بازار

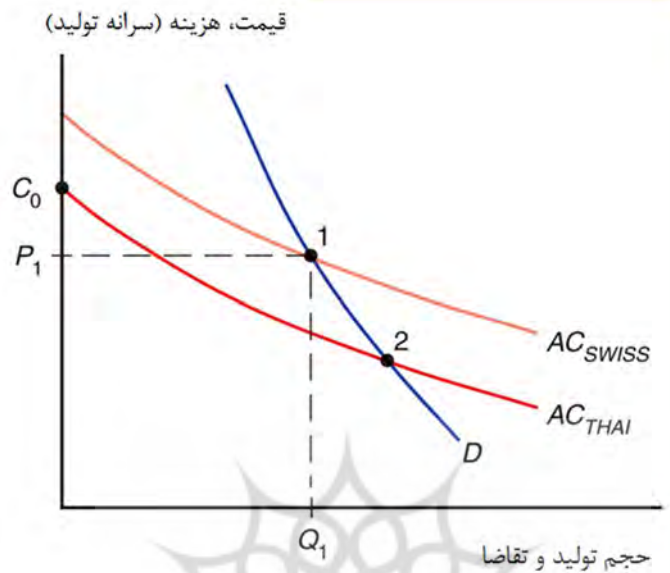
۳-۱. وجود مزیت رقابتی اما ظرفیت تولید پایین

وجود هزینه‌های ثابت اولیه برای ایجاد واحد تولیدی در بسیاری از صنایع به ویژه صنایع مبتنی بر فناوری نوین موجب می‌شود ایجاد یک واحد تولیدی جدید مقرون به صرفه نباشد. به این ترتیب واحدهای تولیدی قدیمی با توجه به این که تولیدشان به یک سطح مشخص رسیده و هزینه‌ها اکنون سرشکن بر تولید زیادتر می‌شود در مقایسه با واحدهای جدید دارای قدرت قیمت‌گذاری هستند. در این صنایع تنها راه ادامه حیات افزایش تولید و کاهش هزینه‌ها با این روش می‌باشد. شکل زیر این وضعیت را نشان می‌دهد.



نمودار ۲: اثر صرفه به مقیاس در هزینه تولید هر واحد

در این صنایع حتی اگر تولیدکننده جدید دارای مزیت باشد اما در مراحل آغازین و حتی در ظرفیت‌های تولید پایین به دلیل عدم امکان رقابت ادامه حیات امکان‌پذیر نیست اما اگر حمایت‌ها تا سطحی از تولید صورت پذیرد، مزیت رقابتی در آن صنعت نمایان می‌شود. مثال معروف ساعت سوئیس و تایلندی در شکل زیر، این مطلب را به خوبی نشان می‌دهد. با وجود این که در همه سطوح تولید هزینه تولید ساعت تایلندی ارزان‌تر است اما با توجه به این که سوئیس‌ها سال‌ها است در این صنعت تولید کرده‌اند و به سطح بالایی از تولید رسیده‌اند ورود ساعت‌ساز تایلندی به صنعت به دلیل هزینه اولیه تولید امکان‌پذیر نیست.



نمودار ۳: دشواری رقابت در گام‌های اول تولید (مثال رقابت ساعت سوئیسی با ساعت تایلندی)

نتیجه پیروی صرف از تجارت آزاد این است که کشورهای درحال توسعه به تولید کالا در این صنایع وارد نشوند زیرا توان رقابت با تولیدکنندگان موجود در کشورهای توسعه‌یافته را ندارند. این مسئله زمانی مهم‌تر می‌شود که کشور درحال توسعه دارای بازار مصرف داخلی بزرگی در این کالا باشد. واگذار کردن بازار داخل به تولیدات خارجی در راستای سیاست‌های تجارت آزاد موجب تبدیل شدن کشور درحال توسعه به بازار مصرف کشورهای توسعه‌یافته می‌شود. در عوض این امکان وجود دارد تا کشور درحال توسعه با حمایت موقت از تولید داخل برای افزایش ظرفیت و ایجاد واحدهای تولیدی رقابت‌پذیر، مزیت نسبی خود در این صنعت را نمایان سازد و از آن بهره‌برداری کند (هارود، ۱۹۹۳).

۳-۲. استفاده از قدرت قیمت‌گذاری در بازار انحصاری

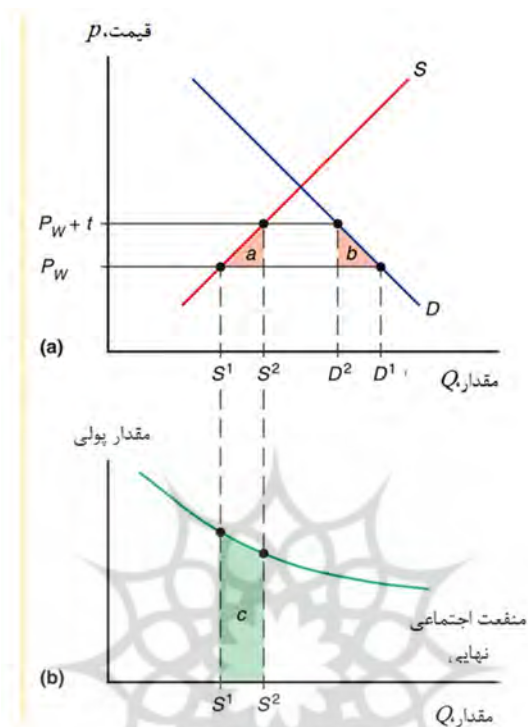
در بازار غیررقابتی تولیدکننده خارجی به ویژه با حاشیه سود بالا، می‌تواند برای بیرون کردن رقیب خود از بازار (تولیدکننده داخل) قیمت‌های فروش در بازارهای جهانی را

پایین‌تر از بازار داخلی خود تعیین کند که به این شرایط در ادبیات تجارت بین‌الملل دامپینگ^۱ می‌گویند. در شرایط دامپینگ در صورت عدم حمایت از تولیدکننده داخل، امکان ورشکستگی و پایان فعالیت بنگاه تولیدی نیز وجود دارد.

با توجه به بالا بودن ظرفیت تولید و حاشیه سود واحدهای تولیدی فعال در کشورهای توسعه‌یافته، اگر واحدهای تولیدی این صنایع در کشورهای در حال توسعه شکل بگیرند، در معرض استراتژی‌های دامپینگ هستند. آسیب‌پذیری کشورهای در حال توسعه در این مورد هم بسیار بیشتر از کشورهای توسعه‌یافته است (رولاند، ۱۳۹۶).

۳-۳. تجارت در شرایط شکست بازار

اگر ایجاد یک محدودیت تجاری به اندازه کافی منفعت اجتماعی ایجاد کند که هزینه کارایی از دست رفته را جبران کند، استفاده از سیاست‌های حمایتی بر تجارت آزاد ترجیح دارد. این موارد از مصادیق شکست بازار هستند. در نمودار زیر این موضوع نشان داده شده است. با وجود این‌که قیمت‌ها در بازارهای جهانی (P_w) پایین‌تر است اما ارائه یک حمایت از نوع تعرفه‌ای آن (به میزان t) چنان منفعت اجتماعی ایجاد می‌کند که هزینه‌های اقتصادی تعرفه را پوشش می‌دهد و آن را توجیه‌پذیر می‌کند. در بخش a نمودار هزینه رفاه از دست رفته وضع تعرفه نشان داده شده است که اگر از کل منفعت اجتماعی ناشی از وضع تعرفه که به صورت مساحت زیر منحنی منافع اجتماعی نهایی در بخش b نشان داده شده است کمتر باشد وضع تعرفه دارای توجیه می‌باشد.



نمودار ۴: منافع اجتماعی در مقابل هزینه‌های ناشی از وضع تعرفه

بنابراین به نظر می‌رسد در مصادیق شکست بازار، تبعیت از تجارت آزاد دیگر به صلاح نیست. زیرا در منطق تجارت آزاد هزینه‌های اجتماعی دیده نمی‌شود و تنها صرف این‌که قیمت یک کالا در یک کشور از قیمت جهانی بالاتر است این کالا بدون مزیت نسبی شناخته می‌شود و نباید تولید شود. مصادیق شکست بازار عبارت است از (منبع، ...):

- مشکل جذب منافع! عدم سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه برای تولید کالاها و خدمات دانش‌بنیان به علت امکان تقلید و کپی‌برداری دیگران.
- بازارهای مالی ناکامل! صنایع کوچک و نوپا به دلیل عدم سابقه مالی و سودآوری نمی‌توانند در بازارهای مالی تأمین مالی کنند.

بر این اساس اگر به مکانیزم بازار اتکا کنیم اساساً به دلایل فوق شرکت‌های کوچک مبتنی بر فناوری‌های نوین شکل نمی‌گیرد. نکته حائز اهمیت این‌که همه مصادیق شکست بازار در کشورهای در حال توسعه امکان وقوع بیشتری دارد زیرا به دلیل ناکامل بودن قانون مالکیت معنوی امکان تقلید از نوآوری‌ها در این کشورها بیشتر است. همچنین به دلیل ناکامل و ناکارآمد بودن بازارهای مالی در این کشورها امکان تأمین مالی بنگاه‌ها و به طور خاص بنگاه‌های جدید کمتر است. از این رو کشورهای در حال توسعه در فضای تجارت آزاد نمی‌توانند محلی برای تشکیل شرکت‌های مبتنی بر فناوری نوین باشند.

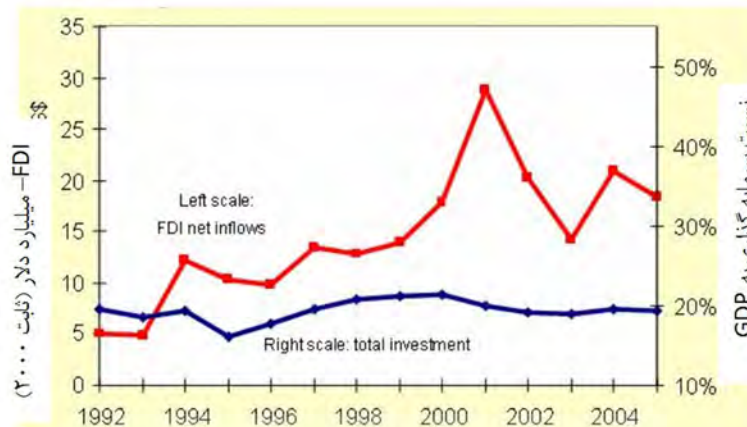
۳-۴. مکزیک و پیمان نفتا: نمونه‌ای از آسیب‌پذیری به سبب تکیه بر تجارت آزاد

بررسی تجربه توافقنامه تجارت آزاد آمریکای شمالی^۱، که به قرارداد نفتا^۲ شهرت دارد نشان می‌دهد طی بیست سالی که این توافق به اجرا رسیده است، عدم توجه به نکاتی که در موارد فوق بدان پرداخته شد موجب شده است تا کشور مکزیک به عنوان تنها کشور در حال توسعه عضو این توافق نتواند از مواهب آن بهره‌مند شود. با در نظر گرفتن کشورهای عضو این توافقنامه، یعنی آمریکا، کانادا و مکزیک، می‌توان گفت که قرارداد نفتا امروز بازاری منطقه‌ای به ارزش ۱۹ هزار میلیارد دلاری با ۴۷۰ میلیون مصرف‌کننده را ایجاد کرده است (اسپ، ۱۹۹۳). داده‌های اتاق بازرگانی ایالات متحده نشان می‌دهند که شش میلیون شغل در آمریکا وابسته به تجارت با مکزیک هستند و هشت میلیون شغل نیز به خاطر تجارت با کانادا شکل گرفته‌اند. نفتا نخستین قرارداد تجارت آزادی بود که میان کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه منعقد شد و نسبت به قراردادهای پیش از خود، بزرگ‌ترین بازار مشترک را ایجاد کرد (برفیش و ترفلدر، ۲۰۰۱). قرارداد نفتا همه تعرفه‌های گمرکی برای کالاهای صنعتی را حذف کرد و تجارت نامحدود محصولات کشاورزی میان آمریکا و مکزیک را تضمین کرد. علاوه بر این‌ها، قرارداد نفتا شامل بخش‌هایی برای توسعه بخش خدمات و همچنین حمایت از حقوق سرمایه‌گذاران و حفاظت از قوانین حق انتشار بود (برای مطالعه بیشتر رک به: مرونو - برد، ۱۹۹۸ و بالاسا، ۱۹۸۳).

1. North American Free Trade Agreement
2. NAFTA

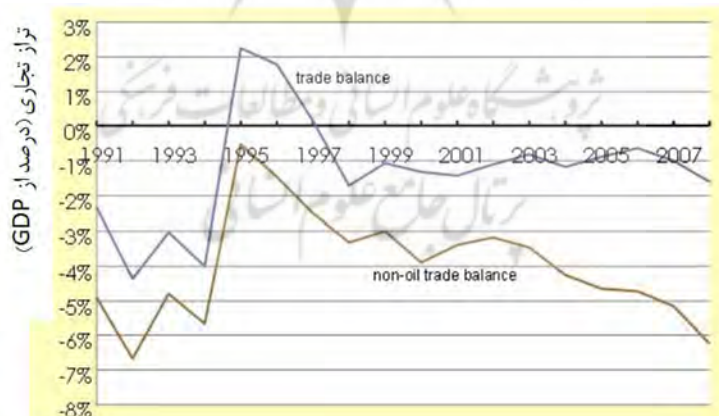
برای ایالات متحده آمریکا، پیامدهای اقتصاد و همچنین اجتماعی، سیاسی و فرهنگی قرار نفتا چشمگیر بوده است و لذا برخی تحلیل‌گران توصیه می‌کنند اگر آمریکا شمالی بخواهد همچنان یکی از رقابت پذیرترین بخش‌های اقتصاد جهان باقی بماند، باید بازارهای جدیدی را بر پایه قرارداد نفتا فراتر از مرزهایش ایجاد کند (برفیش و ترفلدر، ۲۰۰۱).

قرارداد نفتا فعالیت اقتصادی در مرزهای کشورهای عضو را متحول کرد. امروز کانادا بزرگ‌ترین مقصد صادراتی محصولات آمریکایی است و همچنین کانادا نیز ۹۸ درصد از انرژی صادراتی خود را راهی آمریکا می‌کند. مکزیک نیز دومین مقصد محصولات صادراتی آمریکا محسوب می‌شود. طی دو دهه اخیر، زنجیره تأمین بسیار کارا و یکپارچه در آمریکای شمالی ایجاد شده است و تجارت میان منطقه‌ای در کشورهای عضو نفتا نیز در این مدت رشدی ۴۰۰ درصدی را تجربه کرده است؛ از ۲۹۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۳ به بیش از ۱۰۱ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ (همان). هر روز حدود دو میلیارد کالا و خدمات از مرزهای شمالی و یک میلیارد کالا و خدمات از مرزهای جنوبی آمریکا به دیگر کشورهای عضو نفتا جابجا می‌شوند. قرارداد نفتا نه تنها تجارت بین کشورها را ارتقا داده بلکه باعث همکاری‌های بیشتر میان بخش‌های تولیدی و تجارتي منطقه شده به طوری که اکنون حدود نیمی از تجارت آمریکا با کانادا و مکزیک را ارتباط بین شرکت‌ها شکل می‌دهد، ارتباطی که باعث افزایش بهره‌وری و تخصص در منطقه شده است. در کنار این‌ها، باید تأثیر قرارداد نفتا بر سرمایه‌گذاری را نیز مورد توجه قرار داد. برای مثال مکزیک سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی را در بخش‌های سیمان و لبنیات آمریکا انجام داده و بخش قابل‌توجهی از سرمایه‌گذاری آمریکایی‌ها در مکزیک نیز راهی بخش تولید و به خصوص خودروسازی شده است. به همین خاطر می‌توان گفت که قرارداد نفتا طی دو دهه اخیر، به بهبود بهره‌وری فعالیت اقتصادی در منطقه آمریکا شمالی سود رسانده است و منفعت آن نه تنها برای یک کشور، بلکه برای هر سه کشور عضو توافقنامه بوده است.



نمودار ۵: مقایسه نرخ جذب سرمایه‌گذاری خارجی (FDI) در مقابل نرخ سرمایه‌گذاری
منبع: بانک جهانی، نماگرهای توسعه جهانی، ۲۰۰۸

البته بررسی‌ها نشان می‌دهد مکزیک به عنوان کشور در حال توسعه موجود در نفتا بازنده این توافق بوده است. دو سال پس از عضویت در منطقه آزاد تجاری هشت هزار مؤسسه از شرکت‌های کوچک و متوسط مکزیک به دلیل عدم توان رقابت و رشکست شدند و دو میلیون نفر کار خود را از دست دادند. مهم‌ترین دلیل این شکست عدم توجه مکزیک به توسعه اقتصاد داخل عنوان می‌شود: سیاست‌های تجاری با سیاست‌های توسعه اشتباه گرفته شده بود (بالاسا، ۱۹۸۳، اسپ، ۱۹۹۳).



نمودار ۶: تراز تجاری مکزیک (۱۹۹۱-۲۰۰۸)
منبع: بانک مرکزی مکزیک، ۲۰۰۹

نکاتی که مکزیک در تعاملات تجاری پیمان نفتا بدان توجه نکرد و موجب شد به عنوان بازنده این توافق شناخته شود و از منافع این توافق تجاری برای حرکت در مسیر توسعه بهره‌برداری نکنند عبارتند از:

- حذف کامل همه حمایت‌ها از کارآفرینان داخلی حتی در مواردی که در آن‌ها دارای مزیت بود.
- پیروی با سرعت از تجارت آزاد در صنایع مواد غذایی انبوهی از کشاورزان را بیکار کرد که امکان جذب آن‌ها در صنایع دیگر نبود.
- توافق نفتا، هیچ استانداردی برای محیط زیست یا حقوق کارکنان تعیین نکرده بود که از این لحاظ نیز مکزیک آسیب دید.
- توافق، هیچ منابعی را برای افزایش سطح توسعه مکزیک در نظر نگرفته بود.
- مکزیک برای توسعه تنها نگاه خارجی داشت و هیچ سیاست توسعه‌ای داخلی را تدوین نکرده بود.

۴. جایگاه تعامل اقتصادی با خارج در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت

الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر اساس بیانات مقام معظم رهبری سندی بالادستی برای همه اسناد برنامه‌ای و چشم‌اندازی کشور خواهد بود (مقام معظم رهبری، ۱۰/۹/۸۹). بنابراین باید نقشه راه حرکت اقتصاد در حوزه‌های مختلف را طوری ترسیم کند که اهداف الگو به بهترین نحو محقق شود. از این رو لاجرم می‌بایست دغدغه مشخصی نسبت به بحث روابط اقتصادی با خارج در این الگو وجود داشته باشد. الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت از این منظر اقتصاد می‌بایست توانایی مقابله با تکانه‌های وارد شده بر اقتصاد را داشته باشد البته به گونه‌ای که در اندیشه اقتصاد مقاومتی افزون بر تعامل پویا با دنیای خارج و استفاده از امکانات تجارت آزاد، امنیت اقتصادی کشور حفظ می‌شود و نوسان‌های محیط بین‌المللی اقتصادی و تهدیدهای آن کم‌ترین تأثیر منفی را در روند بلندمدت متغیرهای کلان اقتصاد خواهد داشت (سیف و راهی‌دهتی و مرشدی، ۱۳۹۴). شاید بهترین نقشه راه الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در حوزه تجارت خارجی رهنمودهای مقام معظم رهبری پیرامون اقتصاد مقاومتی در دو بعد درون‌زایی و

برون‌گرایی باشد. این دو بعد در کنار هم و در تناظر با یکدیگر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند. در درون‌زایی تمرکز بر تولید داخلی و فعال شدن صنایع داخلی و نیروی انسانی داخلی است و در برون‌گرایی بحث صادرات مطرح هست؛ دو نکته‌ای که مورد تأکید طراحان نقشه راه اقتصاد مقاومتی کشور است. باید توجه داشت که تاریخ اقتصادی، قریب به اتفاق کشورهای موفق و پیشرفته اقتصادی، مسیر پیشرفت خود را با تکیه بر درون‌زایی و عوامل مولد داخلی و بازارهای داخلی خود آغاز کرده‌اند. برخلاف تصور عده‌ای، درون‌زایی در ادبیات علمی اقتصاد مساوی انزوا یا حمایت‌گرایی نیست. البته حمایت‌گرایی اقتصادی از فرصت‌ها و مزیت‌های اقتصادی داخلی، در بین همه اقتصاددانان دنیا در محدوده خاصی معنادار و مقبول است، اما درون‌زایی رشد و پیشرفت، ارتباطی با انزوا و بستن درها و فقدان تعاملات بین‌المللی ندارد. درون‌زایی غیر از درون‌گرایی و بریدن از تعاملات سازنده بین‌المللی است و به معنای عدم استفاده از فرصت‌های مفید جهانی نیست. الگوی اقتصادی مطلوب برای ایران، درون‌زایی در عین برون‌گرایی و در عین برقراری تعاملات دوسویه است. درون‌زایی به هیچ عنوان نباید به انفعال، درون‌گرایی، خودبستگی، بریدن از فضای جهانی و راهبردهای انزواطلبانه تعبیر شود. مقام معظم رهبری در این زمینه تأکید دارند که: «اساس کار در اقتصاد مقاومتی، اقتصاد دانش‌بنیان است؛ زیرا اقتصاد مقاومتی اقتصاد درون‌زا است، اقتصادی است که در داخل پایه‌های مستحکمی دارد که تکانه‌های بین‌المللی و جهانی و اقتصادی آن را از جا در نمی‌آورد؛ این اقتصاد مقاومتی است، اقتصاد مقاوم. یکی از اساسی‌ترین پایه‌های این اقتصاد عبارت است از اقتصاد دانش‌بنیان؛ اقتصادی که متکی باشد به علم، این خیلی مهم است. خوب، به نظر ما نخبه‌های جوان می‌توانند در اقتصاد دانش‌بنیان که در واقع ستون اصلی اقتصاد مقاومتی است، نقش ایفا کنند» (بیانات در دیدار شرکت‌کنندگان در نهمین همایش ملی «نخبگان فردا»، ۱۳۹۴/۷/۲).

از دیگر سو توجه به درون‌ناباید ما را از فرصت‌ها و ظرفیت‌های رشد در تعامل با اقتصاد جهانی باز دارد. در این راستا ایشان تأکید داشته‌اند که «گفتیم اقتصاد ما درون‌زا و برون‌گرا است؛ ما از درون باید رشد کنیم و بجوشیم و افزایش پیدا کنیم، اما بایستی نگاه به بیرون داشته باشیم؛ بازارهای جهانی متعلق به ما است، باید بتوانیم با همت خود

و با ابتکار خود، در این بازارها حضور پیدا کنیم و این حضور بدون حمایت دولت امکان‌پذیر نیست؛ که البته بخش‌های مختلف دولتی در این زمینه می‌توانند سهم داشته باشند» (بیانات در دیدار کارگران گروه صنعتی مپنا، ۱۳۹۳/۲/۱۰).

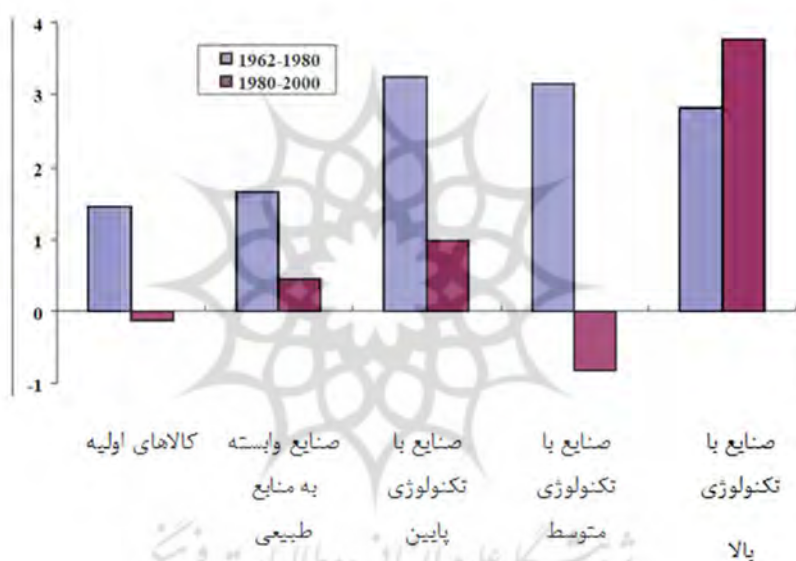
۵. استراتژی توسعه درون‌زا و برون‌نگر

با توجه به مباحث ارائه شده در بخش‌های قبلی به نظر می‌رسد نه استراتژی جایگزینی واردات (درون‌زایی محض) و نه استراتژی تجارت آزاد (برون‌نگری محض) می‌تواند مسیر توسعه را برای کشورهای در حال توسعه فراهم کند. در عوض یک استراتژی توسعه درون‌زا و برون‌نگر می‌تواند هم منافع تجارت آزاد را برای کشورهای در حال توسعه فراهم کند و هم مشکلات آن را به نحوی از میان بردارد.

نمونه‌ای از این نوع استراتژی در استراتژی‌های توسعه صنعتی برخی از کشورها یافت می‌شود که در آن برای تعامل با جهان ضمن شناسایی و حمایت از صنایع مزیت‌دار، سعی می‌شود در قالب یک برنامه زمانی مشخص در این صنایع کالاهای رقابت‌پذیر با دنیا تولید شود. در این نوع استراتژی برای حمایت از صنایع داخلی باید مورد توجه داشت که اولاً حمایت‌ها موقتی است و بعد از رقابت‌پذیر شدن تولید در این صنایع حذف می‌شوند و ثانیاً به دلیل شفافیت بیشتر، تا جایی که حمایت‌های غیرتجاری ممکن باشد، از حمایت‌های تجاری استفاده نخواهد شد.

نمونه بارز این استراتژی کشورهای شرق آسیا هستند. موفق‌ترین کشورهای شرق آسیا مثل کره و ژاپن از سیاست‌های فعالانه صنعتی استفاده کرده‌اند. برخی محققین اعتقاد دارند اعمال سیاست‌های تجاری باید بر اساس درجه توسعه‌یافتگی کشورها انجام شود (سانتوس پالینو و سیروال، ۲۰۰۴). بدین معنی که کشورهای پیشرفته کنونی نظیر بریتانیا، آمریکا، آلمان، ژاپن سیاست‌هایی که در زمان توسعه‌نیافتگی در پیش می‌گرفتند، تقریباً خلاف آن سیاست‌هایی است که در حال حاضر به کشورهای جهان سوم می‌شود. این کشورها تا پیش از رسیدن به مرحله توسعه‌یافتگی، سیاست‌های حمایتی خود را از بخش‌های اقتصادی مورد نظر اعمال و با برنامه‌ریزی‌های لازم به تدریج به سمت آزادسازی حرکت کردند.

در این میان باید توجه داشت پیش از ورود به عرصه تجارت بین‌الملل باید ابتدا توان تولید داخلی را در یک سطح قابل قبول آماده کرد تا بتوان از پتانسیل‌های موجود در فضای جهانی استفاده کرد. نمودار زیر که از بررسی شرایط ۱۰۵ کشور در حال توسعه استخراج شده است نشان می‌دهد تنها کشورهایی که الگوی تجاری آن‌ها صنایع با فناوری بالا بوده است پس از تجارت از رشد بالاتری بهره‌مند شده‌اند و در مقابل کشورهایی که نتوانستند تولید داخلی خود را تقویت کنند و با همان الگوی سنتی تولید وارد عرصه تعاملات بین‌المللی شدند با کاهش رشد اقتصادی مواجه شده‌اند (رودریک، ۱۹۹۲).



نمودار ۷: رشد GDP سرانه در گروه کشورهای دارای الگوی تجاری - توسعه‌ای متفاوت (۱۰۵ کشور در حال توسعه: ۱۹۶۲-۲۰۰۰)

مطابق با تئوری‌های اقتصادی، توجه به تجارت بین‌الملل و تمرکز بر مزیت نسبی موجب افزایش رفاه خواهد شد. اشتباهی که برخی از کشورهای در حال توسعه مرتکب شدند توجه به مزیت‌های بالفعل و عدم توجه به مزیت‌های بالقوه است. در بسیاری از صنایع مزیت نسبی بالقوه (تولید با هزینه کمتر) تنها پس از سرمایه‌گذاری و رسیدن به سطح مشخصی از تولید نمایان می‌شود که حمایت از این صنایع باید در قالب استراتژی توسعه صنعتی شکل گیرد. در این میان توجه به نکات زیر حائز اهمیت است:

- برنامه‌های حمایتی باید تنها از صنایع مزیت دار به شکل هدفمند و با مدت زمان محدود صورت پذیرد.
- حمایت باید در راستای از بین بردن شکست بازار و ایجاد انگیزه برای حضور بخش خصوصی در تولید باشد (مانند تأمین مالی و هزینه تحقیق و توسعه).
- تاجایی که حمایت‌های غیر تجاری مانند کاهش مالیات و جبران هزینه‌ها ممکن است حمایت‌های تجاری صورت نگیرد.
- همواره در تعیین کیفیت، قیمت و استانداردهای تولید بازارهای رقابتی صادراتی هدف‌گیری شود.

نتیجه‌گیری

الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت که بر اساس بیانات مقام معظم رهبری سندی بالادستی برای همه اسناد برنامه‌ای و چشم‌اندازی کشور خواهد بود می‌بایست بستر پیشرفت همه‌جانبه کشور را فراهم سازد. از این رو ضروری است که رویکرد و استراتژی مشخصی در حوزه تعاملات اقتصادی در سطح بین‌الملل داشته باشد. از سوی دیگر امروزه جهانی شدن یکی از مسائل مهم مورد مطالعه کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه می‌باشد و تاکنون مطالعات مختلف جنبه‌های گوناگون آن را برای کشورهای مختلف بررسی کرده‌اند. آنچه که بیش از همه برای کشورهای در حال توسعه اهمیت دارد هزینه‌های اقتصادی جهانی شدن می‌باشد. علی‌رغم وجود نگاه تئوریک غالب در تجارت بین‌الملل مبنی بر تضمین منافع همه طرف‌های تجاری، برخی کشورهای در حال توسعه از تجارت آزاد متضرر شده‌اند. به نظر می‌رسد اتخاذ برخی رویکردها و استراتژی‌ها توسط کشورهای در حال توسعه، ظرفیت‌های بالقوه رشد آنها را شکوفا نکرده و چه بسا مانع توسعه همه‌جانبه آنها شده است. در این مقاله بر مبنای فرمایشات مقام معظم رهبری و سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، رویکردی درون‌زا و برون‌نگر پیشنهاد شده است که اتخاذ آن هم موجب اجتناب از نفوذ جریان سلطه خواهد شد و هم استفاده از پتانسیل موجود در فضای بین‌الملل را برای کشور ممکن می‌سازد.

همان‌طور که پیشتر اشاره شد پس از مطرح شدن تئوری‌های تجارت جریانی در سطح اقتصاد دنیا ایجاد شد که به سرعت به تبلیغ منافع تجارت آزاد پرداخت؛ به نحوی که استراتژی بسیاری از کشورهای در حال توسعه به سمت سیاست تمرکز بر تجارت آزاد تغییر کرد. تجربیات عینی نشان می‌دهد استفاده از این استراتژی برای کشورهای در حال توسعه در موارد صنایع با هزینه‌های اولیه بالا، دامپینگ و شکست بازار مانع از شکل‌گیری تولید داخلی حتی با وجود مزیت نسبی خواهد شد. در این موارد کشورهای در حال توسعه بازار مصرف واحدهای تولیدی کشورهای توسعه‌یافته می‌شوند که مسلماً از مصادیق نفوذ اقتصادی جریان سلطه است. در این راستا توجه به تجربه مکزیک به عنوان تنها کشور در حال توسعه حاضر در پیمان نفتا بسیار مفید است.

بر این اساس به نظر می‌رسد نه استراتژی جایگزینی واردات (درون‌زایی محض) و نه استراتژی تجارت آزاد (برون‌نگری محض) نمی‌تواند مسیر پیشرفت را برای ایران فراهم کند. در عوض یک استراتژی توسعه درون‌زا و برون‌نگر می‌تواند هم منافع تجارت آزاد را فراهم کند و هم مشکلات این استراتژی‌ها را به نحوی از میان بردارد. اقتصاد مقاومتی نیازمند اتخاذ یک استراتژی ترکیبی است که در آن هم شکوفاسازی پتانسیل‌های داخلی و هم ایجاد تعامل سازنده و برد-برد با مفید دنبال می‌شود. نمونه‌ای از این نوع استراتژی برای تعامل با جهان، بر این اصول استوار است که ضمن شناسایی و حمایت از صنایع مزیت‌دار، در قالب یک برنامه زمانی مشخص در این صنایع کالاهای رقابت‌پذیر با دنیا تولید شود؛ از سوی دیگر به عنوان رکن دیگر این استراتژی می‌بایست شاخص مشخصی برای سنجش درجه اولویت و اساسی بودن کالاها طراحی شود و بر مبنای آن تعداد محدودی کالاها در زمره کالاهای اساسی قرار گرفته و با یک برنامه مشخص به تولید آنها تا مرز خودکفایی اقدام شود. به عبارت دیگر خودکفایی در برخی از کالاهای اساسی و اتخاذ رویکرد درون‌زایی محض در مورد این کالاها از اهمیت چشمگیری برخوردار است اما نمی‌توان این رویکرد را به همه کالاها تعمیم داد. در این نوع استراتژی برای حمایت از صنایع داخلی باید توجه داشت که اولاً حمایت‌ها موقتی است و بعد از رقابت‌پذیر شدن تولید در این صنایع حذف می‌شوند و ثانیاً به دلیل شفافیت بیشتر، تا جایی که حمایت‌های غیرتجاری ممکن باشد، از حمایت‌های تجاری استفاده نخواهد شد.

به دیگر کلام در مورد عموم صنایع (کالاها) می‌بایست با سنجش دقیق ظرفیت‌های رشد در عرصه داخلی و خارجی سنجیده شود و در صورتی که ظرفیت رشد وجود داشت بستر نهادی و ساختاری لازم برای رشد آن فراهم گردد.

مطالعه تدابیر منتشره در سند الگوی پایه حاکی از آن است که به موضوع استراتژی‌های تجاری در راستای پیشرفت توجه کافی صورت نپذیرفته است؛ از این رو در پایان توصیه می‌شود که در میان تدابیر سند پیشنهادی الگو یک تدبیر به شرح زیر اضافه گردد: «اتخاذ رویکرد فعالانه در حوزه تجارت جهانی و منطقه‌ای با تأکید بر استفاده حداکثری از پتانسیل‌های اقتصادی داخل».

کتابنامه

- استیگلیتز جوزف (۱۳۸۷). *جهانی‌شدن و پیامدهای ناگوار آن*، ترجمه محمدرضا باوفا، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- پورمقیم، سیدجواد (۱۳۸۶). *اقتصاد بین‌الملل* (۲)، تهران: انتشارات سمت.
- دریورو، اسوالدو (۱۳۸۴). *افسانه توسعه*، ترجمه محمود عبدالله زاده، تهران: نشر اختران.
- رحمان سرشت، حسین، کریمی، غلامرضا (۱۳۸۶). *مدلی برای ارتباط راهبردهای توسعه بازار صادراتی با عملکرد شرکت‌های تولیدی صادرکننده محصولات صنایع غذایی در ایران*، فصلنامه علوم مدیریت ایران، شماره ۸، ۷۵-۱۰۱.
- رولاند جرارد (۱۳۹۶). *اقتصاد توسعه*، مترجم: محمد سلیمانی، تهران: نشر چالش.
- سالم، بهنام، یوسف پور، نفیسه (۱۳۹۱). *بررسی آثار آزادسازی تجاری در کشورهای در حال توسعه*، بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی، شماره ۱، ۹۳-۱۰۴.
- علیپور، حمیدرضا، قذکچی، مریم (۱۳۹۰). *بررسی رابطه توسعه تجارت با رشد اقتصاد در ایران*، ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۴۱، ۴۵-۵۳.
- مشبکی، اصغر، خادمی، علی اکبر (۱۳۹۱). *نقش برنامه‌های توسعه صادرات بر ارتقای عملکرد صادرات بنگاه‌ها*، فصلنامه بهبود مدیریت، شماره ۱۷، ۹۸-۱۳۵.
- موسوی ثمرین، سید سعید (۱۳۹۲). *نقش نیروهای نظامی در پیشبرد اقتصاد مقاومتی*، رشد اقتصاد/اقتصادی، شماره ۲۹-۳۰، سایت تبیان.
- میرمعزی، سید سعید (۱۳۹۳). *اقتصاد مقاومتی از منظر دین*، مجله مبلغان، شماره ۱۷۹.
- هانت دایانا (۱۳۹۲). *پارادایم رقیب در اقتصاد توسعه*، ترجمه: غلامرضا ازاد ارمکی، تهران: نشر نی.
- Aspe, P. (1993). *Economic Transformation, The Mexican Way*, (US: The MIT Press).

- Balassa, B. (1983). "Trade Policy in Mexico", *World Development*, 11 (9): 795-811.
- Burfisher, M.E., S. Robinson and K. Thierfelder (2001). "The Impact of NAFTA on the United States", *Journal of Economic Perspectives*, 15(1): 125-144.
- De-rivero, O. (2001). *The Myth of Development: The Non-Viable Economies of the 21st Century*, Zed Books, Macmillan. (in Persian)
- Edwards, S. (1993). "Openness, Trade Liberalisation and Growth in Developing Countries", *Journal of Economic Literature*, XXXI: 1358-1393.
- Edwards, S. (1997). "Trade Liberalisation Reforms and the World Bank", *American Economic Review*, 87(2): 43-48.
- Grossman G., and Helpman E. (1990). *Comparative Advantage and Long run Growth*, American Economic Review.
- Harrod, R. (1933). *International Economics*, (Cambridge: Cambridge University Press).
- Hunt. D. (1989). *Economic theories of development: An analysis of competing paradigms*, London: Harvester Wheatsheaf. (in Persian)
- Ibarra, L. (1999). "Trade Reform, Credibility and Manufacturing Performance in Mexico", in M. Lord, *The Handbook of Latin American Trade in Manufactures* (UK: Edward Elgar).
- International Monetary Fund (IMF), *Government Finance Statistics*, Several issues, Washington DC.
- Khan, M. and R. Zahler (1985). "Trade and Financial Liberalization Given External Shocks and Inconsistent Domestic Policies", *IMF Staff Papers*, 32: 22-55.
- Kierzkowski H. (1987). *Recent Advances in Trade Theory: a selected survey*. Oxford review of Economic Policy, vol.3 No.1.
- Krugman P.R., (1987). *Increasing Returns and Theory of International Trade.*, In Bewley, T. (ed). *Advances in Economic Theory*. Cambridge.
- Krugman, P.R., Maurice Obstfeld, and Marc Melitz (2011). *International Economics: Theory and Policy*, 9th ed, Addison Wesley.
- Mirmoezi, S. S (2014). *resilient economics from perspective of religion*, Mobaleghan mag. No 179. (in Persian)
- Moreno-Brid, J. C. (1998). "Balance-of-Payments Constrained Economic Growth: The Case of Mexico", *Banca Nazionale del Lavoro Quarterly Review*, 207: 413-433.
- Moreno-Brid, J. C. (2001). "Essays on Economic Growth and the Balance-of-Payments Constraint, with Special Reference to the Case of Mexico", PhD Dissertation, Trinity College, Cambridge.
- Moreno-Brid, J. C. (2002). "A New Approach to Test the Balance-of-Payments Constrained Growth Model, with Reference to the Mexican Economy", in Paul Davidson (Ed.), *A Post Keynesian Perspective on 21st Century Economic Problems*, (London: Edward Elgar).
- Mosavo samirin, S. S., (2013). *the role of army forces on the resilience of economy*, tebyan pub. No 29-30. (in Persian)
- Pourmoghim, S. J. (2005). *International economics (2)*, Tehran. Samt publication. (in Persian)
- Rodrik, D. (1992). "The Limits of Trade Policy Reform in Developing Countries", *The Journal of Economic Perspectives*, 6(1):87-105.
- Roland, G. (2014). *Development Economics*, The Pearson Series in Economics, Pearson publication, Boston. (in Persian)
- Santos-Paulino, A. and A.P. Thirlwall (2004). "The Impact of Trade Liberalisation on Exports, Imports, and the Balance of Payments of Developing Countries", *Economic Journal*, 114(1): 50-72.
- Stiglitz, J. E. (2002). *Globalization and its discontents*. New York: W.W. Norton. (in Persian)
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (1999), Trade and Development Report 1999*, Geneva.