

اقتصاد مقاومتی (مقاوم سازی اقتصاد)

تولید و تجارت در چارچوب استراتژی توسعه صادرات

دکتر مسعود نونزاد

دانشیار اقتصاد

دانشگاه آزاد اسلامی شیراز

سرشناسه : نونژاد، مسعود
 عنوان و نام پدیدآور : اقتصاد مقاومتی (مقاوم سازی اقتصاد) تولید و تجارت در چارچوب استراتژی توسعه
 مصادرات / تألیف مسعود نونژاد.
 مشخصات نشر : شیراز: انتشارات کوشا مهر، ۱۳۹۸.
 مشخصات ظاهری : ۶۳۵ ص.
 شابک : 978-964-974-227-4
 وضعیت فهرست : فیا
 نویسی :
 موضوع : اقتصاد -- ایران
 موضوع : Economics -- Iran
 موضوع : اقتصاد -- ایران -- آینده نگری
 موضوع : Economic forecasting -- Iran
 موضوع : ایران -- سیاست اقتصادی -- قرن ۱۴
 موضوع : Iran -- Economic policy - 20th century
 موضوع : ایران -- سیاست اقتصادی -- آینده نگری
 موضوع : Iran -- Economic policy -- Forecasting
 رده بندی کنگره : ۱۳۹۸ ۷۹۲۵ ن/۴۷۵ HC
 رده بندی دیویی : ۳۳۰/۹۵۵
 رده بندی کتابشناسی ملی : ۵۶۰۴۹۶۲

تاریخ درخواست : ۱۳۹۷/۱۲/۱۱
 تاریخ سخگه :
 کد پی.ری : ۵۶۰۳ ۸۲

انتشارات کوشامهر

مرکز نشر و پخش کتابهای دانشگاهی
 شیراز: بلوار کرمانشاه، روبروی خیابان پاساژ مسعود - پلاک ۳۳
 تلفن: ۳۲۳۱۴۶۶۵
 ناشر برگزیده های ۸۱.۸۰.۷۹.۷۶.۷۴
 خادم نشر سال ۸۲

اقتصاد مقاومتی (مقاوم سازی اقتصاد)

تولید و تجارت در چارچوب استراتژی توسعه

تألیف: دکتر مسعود نونژاد (دانشیار اقتصاد)

ناشر: انتشارات کوشامهر

لیتوگرافی و چاپ: واصف

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه چاپ اول: ۱۳۹۸

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۴-۲۲۷-۴

پیشگفتار، مقدمه و ساختار کتاب

۱ - پیشگفتار و مقدمه - لزوم تقویت تولید در چارچوب استراتژی های کلان تجاری (چرایی رشد و تولید، بکارگیری راهبرد و توسعه صادرات)

در بیشتر کشورهای در حال توسعه فاقد نفت، تقاضای وارداتی بیش از ظرفیت این کشورها در ایجاد درآمدهای کافی از طریق فروش کالاهای صادراتی است. این امر سبب ایجاد کسری مزمن در مع موازنه پرداخت های این کشورها با دیگر کشورهای جهان شده است. در حالی که این گونه کسریها در حساب جاری (یعنی فزونی پرداختی های ناشی از واردات بر دریافت های اصل صادرات کالا و خدمات) غالباً با استفاده از مازاد حساب سرمایه (یعنی با دریافت عرضه خصوصی دلتی خارجی و سرمایه گذاری بیشتر از بازپرداخت اصل و بهره قروض و سرمایه گذاران خارجی) جبران می شود. از سال های ۱۹۸۰ به بعد، بار بدهی بازپرداخت وام های قبلی بین الدلتی سرمایه گذاری ها به طور فزاینده ای سنگین تر شده است. در تعدادی از کشورهای در حال توسعه کسری شدید در حساب های جاری و سرمایه ای سبب کاهش شدید ذخایر پول بین الدلتی آن ها شده است. در این جا صرفاً اشاره می کنیم که فزونی مداوم هزینه های خارجی بر دریافتی ها که ممکن است ربطی به عدم توانایی یک کشور در حال توسعه در سرو سامان دادن به امور مالی اش نداشته بلکه مربوط به آسیب پذیری آن کشور در مقابل اختلالات کلی اقتصاد باشد، نه تنها می تواند کوشش هایی را که به منظور توسعه صورت می گیرد دچار وقفه کند، بلکه در حال حاضر می تواند تا حد زیادی توانایی کشور فقیر را برای مطلوب ترین استراتژی های توسعه محدود کند.

این کشورها می باید در مراحل اولیه رشد و توسعه، خود را از ورطه پرداختهای سنگین به خارج و انباشته شدن بدهی های خارجی نجات بخشند تا بتوانند فارغ از فشار کشورهای سلطه گر زیر ساختارهای اقتصادی خود را تکامل بخشند. در این ارتباط راه حل اساسی تقویت تولید ملی است. رشد صادرات می تواند اقتصاد را مقاوم سازد و نیاز به واردات کالاها را پوشش دهد و نیز می تواند به تحقق اقتصاد مقاومتی کمک نماید.

کشورهای در حال توسعه متکی به واردات مواد خام، ماشین آلات، کالاهای سرمایه ای، کالاهای تولیدی واسطه ای و کالاهای مصرفی برای گسترش صنایع خود و

رفع نیازهای مصرفی مردم خود هستند. برای ایران آمار واردات برای سالهای ۱۳۸۵ تا ۹۱ سالیانه ۴۲ الی ۶۰ میلیارد دلار بوده است. در حالی که صادرات غیر نفتی سالیانه ۱۴ الی ۳۴ میلیارد دلار بوده است. ۱ در دوره ۵۲ تا ۹۱ میانگین نرخ رشد واردات ایران از میانگین جهانی بیشتر بوده است. (۱۵/۲ درصد در برابر ۱۱/۸ درصد) ۲ بوده است.

سهم واردات ایران به تنهایی در واردات خاورمیانه معادل ۱۴/۸ درصد و در آسیا معادل ۲/۷ درصد بوده است. سهم واردات در تولید ناخالص داخلی ایران در کل دوره ۵۲ الی ۹۱ از سهم کل صادرات بیشتر و از سهم صادرات غیر نفتی بسیار بیشتر بوده است. این سهم بترتیب معادل ۷/۱، ۶/۲، ۱ در حدود ۱ درصد بوده است. ۳ این آمار نشاندهنده آثار منفی واردات زیاد بر تراز بازرگانی ایران می باشد.

در تمامی سال های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۴ ارزش صادرات غیر نفتی ایران از ارزش واردات کمتر بوده است و در هیچ سالی صادرات غیر نفتی نتوانسته است واردات را پوشش دهد و اوج شکاف (اوج کسری تجاری) در سال ۸۹ و معادل ۲/۵ میلیارد دلار بوده است. علاوه بر این سهم هفتاد درصدی چند کشور در حال توسعه در صادرات ایران در ۱۳۹۲ (چین، افغانستان، ترکیه، عراق، هند، ترکمنستان و مصر) نشاندهنده کیفیت پایین صادرات می باشد. نتیجه ضعف صادرات ایران خود را در رشد نرخ ارز (نرخ دلار) نشان میدهد که از ۱۰۲۵ تومان در ۲۰۱۰ به ۲۵۹۴ تومان در ۲۰۱۴ و ۳۵۵۰ تومان در ۲۰۱۶ رسیده است.

علت عمده صادرات کم و یا پایین بودن نرخ رشد صادرات کشورها در حال رشد از جمله ایران و کسری در تراز تجاری را باید در پایین بودن تولید ملی و نرخ رشد کم و گاه منفی این کشورهای دانست. چرا علیرغم واردات زیاد، نرخ تورم در ایران همواره دو رقمی بوده است. این نرخ در سالهای ۵۵، ۵۶، ۵۹، ۶۰، ۶۵، ۶۶، ۷۰، ۷۱، ۷۴، ۹۰، ۹۱، ۹۲، ۹۳، برابر با ۱۶/۶، ۲۵/۱، ۲۳/۵، ۲۲/۸، ۲۳/۷، ۲۷/۷، ۲۰/۷، ۲۴/۴، ۴۹/۴، ۲۱/۵، ۲۳/۷، ۲۷/۷، ۲۰/۷، ۲۴/۴، ۴۹/۴، ۲۱/۵، ۲۰/۵ و ۳۴/۷ و ۱۵/۶ درصد بوده است. ایران در سال های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ به

۱ - بانک مرکزی، آمار سالیانه

2 - WTO, (2008), world Merchandise Imports by Region and Selected Economy

۳ - همان

ترتیب چهارمین و دومین کشور دارای بالاترین نرخ تورم در جهان بوده است. علت این امر را باید در کمیت و ترکیب نامناسب تولید ملی و رشد نامناسب اقتصادی دید.

نرخ رشد تولید ناخالص داخلی ایران در سال های ۵۶، ۵۷، ۵۹، ۶۰، به ترتیب برابر با ۳/۷۲، ۱۲/۷۸، ۲۳/۲۴ و ۴/۹۷ درصد بوده است. این نرخ در سال های ۶۱، ۶۲، ۶۳، ۶۵، ۶۷ به ترتیب برابر با ۲۲/۷۵، ۹/۷، ۷/۵۷، ۹/۷۷ و ۵/۲۸ درصد بوده است. در سال های ۶۹، ۷۱، ۷۲، ۷۹، ۸۲، ۸۷، ۹۱ معادل ۱۴/۴، ۳، ۱/۳۶، ۵/۳۹، ۵/۶۷، ۸/۴۲، ۰/۶۴ و ۶/۷۸ - در بوده است.^۱

نرخ رشد اقتصاد ایران در دهه اخیر (۲۰۰۰-۲۰۰۹م) (۵/۱) درصد برابر متوسط کشورهای با درآمد پایین (۱۱ درصد) و کمتر از متوسط کشورهای با درآمد متوسط (۵/۸ درصد) بوده و فاصله زیادی با نرخ رشد اقتصاد گروه کشورهای در حال توسعه آسیای شرقی (۸/۹ درصد) دارد. در عین حال نرخ رشد اقتصاد ایران از کشورهای در حال توسعه آمریکای لاتین (۳/۱ درصد)، در حال توسعه خاورمیانه (۴/۳ درصد) در حال توسعه آفریقا (۴/۶ درصد) و در حال توسعه اروپا و آسیای میانه (۸ درصد) اندکی بیشتر بوده است. در میان کشورهای منتخب، نرخ رشد اقتصاد ایران از کشورهایی مانند چین (۱۰/۳ درصد)، هند (۷/۱ درصد)، امارات (۵/۸ درصد)، و روسیه (۵/۵ درصد) کمتر بوده است، اگر چه از کشورهایی مانند عربستان (۳/۴ درصد)، ونزوئلا (۳/۹ درصد)، ترکیه (۳/۸ درصد)، برزیل (۳/۳ درصد)، کره (۴/۴ درصد) و لیبی (۴/۳ درصد) بیشتر بوده است. ۲. مقایسه متوسط نرخ رشد اقتصادی ایران در دهه اخیر با سایر کشورهای در حال توسعه به خصوص با توجه به ظرفیت های بالقوه اقتصاد ایران بیان گر این امر است که نرخ رشد اقتصاد کشور به طور متوسط نسبتاً پایین بوده است.

بررسی روند تاریخی تولید سرانه و نرخ رشد اقتصادی در ایران و مقایسه آن با سایر کشورها، بیان گر معضلات مهمی در اقتصاد ایران است. **معضل اول**، پایین بودن تولید سرانه ایران با توجه به ظرفیت های بالقوه کشور است که نشان دهنده سطح پایین رفاه اقتصادی مردم در ایران است. **معضل دوم** این است که علاوه بر پایین بودن سطح تولید، نرخ رشد تولید و به تبع آن سرعت افزایش رفاه اقتصادی نیز چندان مناسب نیست. و در نهایت **معضل سوم**

این است که نرخ رشد اقتصادی بسیار بی ثبات و پر نوسان است. البته باید توجه داشت که پایین بودن تولید سرانه ایران در شرایط فعلی، عمدتاً به دلیل پایین بودن نرخ رشد اقتصادی در دهه های گذشته به خصوص دهه شصت که گاهی دارای نرخ رشد اقتصادی منفی نیز بوده، رخ داده است. در واقع اگر اقتصاد ایران در یک دوره زمانی نسبتاً بلند مدت (یک تا دو دهه) نرخ رشد اقتصادی بالا و پایداری را تجربه کند، آنگاه تولید سرانه و به تبع آن رفاه اقتصادی به اندازه قابل توجهی افزایش خواهد یافت. اما چرا این اتفاق نمی افتد، چرا رشد اقتصادی در کشور برای دوره ای میا مدت، یا بلند مدت، به صورت با ثبات، رشد نمی یابد؟

بکارگیری رویکرد تقویت تولید ملی، در چارچوب استراتژی توسعه صادرات چین کمونیست و کره جنوبی با نظام بازار آزاد و سرمایه داری را در دوره ۱۹۸۲ به بعد موفق گرداند.

راهبرد تجارت خارجی به کلیه تدابیر و روش هایی اطلاق می شود که کشور، برای تنظیم و اداره ی روابط اقتصادی سایرین - بمنظور ملی خود - در چارچوب اهدافی معین - با ساکنین سایر کشورها، به تناسب اتخاذ و به صورت ملق یا نسبی اعمال می کند. بافت استراتژی تجارت خارجی یک کشور، از نظام سیاسی و اقتصادی - کم و مقتضیات زمانی آن تبعیت می کند، بنابراین درجه باز بودن یا تحدید مبادلات در میان کشورها متفاوت است. به منظور درک اهمیت تأثیر بخش تجارت خارجی بر جریان توسعه اقتصادی، کافی است به این نکته توجه شود که کلیه استراتژی های توسعه، به ویژه استراتژی های توسعه ی بخش صنعت، ارتباط تنگاتنگی با بخش تجارت خارجی دارند.

تجارت را نباید به عنوان عامل بلکه باید به عنوان نتیجه هر تهر به مناسبی در نظر گرفت. کشورهای کمتر توسعه یافته، باید ابتدا یک راهبرد برای مقابله با مشکلات تولید، بیکاری و فقر گسترده شان تعریف و سپس، برای دستیابی به اهداف راهبرد طرح شده، سیاست های تجاری را اتخاذ کنند.

بنابراین اتخاذ راهبرد تجاری، بخشی از فرآیند برنامه ریزی توسعه است که به طور همزمان سیاست هایی را برای توسعه بخش های کشاورزی و صنعت مطرح می کند. از آن جا که تصمیم ها، مرتبط با صناعی هستند که باید توسعه یابند، چه صناعی که ابتدا برای بازارهای داخلی یا بین المللی جهت دهی شده اند، و چه صناعی که از طریق تحمیل تعرفه های وارداتی یا سایر اشکال یارانه مورد حمایت و تشویق قرار گرفته اند، این تصمیمات به طور

مستقیم در حجم و الگوی تجارت متجلی می شود، و از این رو پیوند میان سیاست های صنعتی و راهبرد تجاری قوی است.^۱

برای یک برنامه اقتصادی و نیز برای هر بخش می توان استراتژی هایی را ارائه کرد.

به عنوان مثال برای کل برنامه می توان راهبرد های زیر را در نظر گرفت:

۱. راهبرد جایگزینی واردات^۲
۲. راهبرد توسعه صادرات^۳
۳. راهبرد توسعه صنعتی
۴. راهبرد توسعه کشاورزی
۵. راهبرد جذب سرمایه های خارجی
۶. راهبرد آمایش سرزمین، به عبارتی شناسایی قابلیت های و مزیت های مطلق و نسبی مناطق کشور و شناسایی کمبودها.
۷. راهبرد توسعه متوازن یا نامتوازن.
۸. راهبرد ...

بنابراین برنامه های رشد تولید ملی و مقاوم شدن اقتصاد علاوه بر نیاز به برخورداری از استراتژی های پولی و مالی و تولیدی (صنعتی - کشاورزی - و خدماتی) و حتی فرهنگی و اجتماعی (آموزشی - بهداشتی و درمانی و...) نیاز به برخورداری از استراتژی های تجاری نیز

^۱ - محمد نهاوندیان، (۱۳۸۰)، «افق ها و عبرت ها در سیاستگذاری بازرگانی، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ص ۱۲۴ - ۱۴۴

2 - Imports substitution strategy

3 - Exports Development strategy

دارد تا به عنوان یک مجموعه بتواند اهداف مورد نظر را تحقق بخشند. عمر هر استراتژی باید مشخص باشد و اهداف مورد نظر می باید در آن دوره تحقق یابند.

اقتصاد مقاومتی یک فرایند تدریجی، جامع، بلند مدت و با برنامه مشخص و یک حرکت آگاهانه در زمینه مقاوم سازی اقتصاد محسوب می شود و دارای ویژگیهای خاص خود و تفاوتی با اقتصاد رشد از نوع لیبرالیستی می باشد (هر چند که در پاره ای از موارد با اقتصاد کلاسیک و با ساختارگرا، تطابق هایی نیز دارد). اقتصاد مقاومتی یعنی مقاوم سازی اقتصاد (پایه) یا ساختارها و نیز روبناها) به گونه ای که تکانه های اقتصادی داخلی (پولی - مالی، ارزی، ...) و تکانه های خارجی (تحریم ها یا بروز کمبودها یا تورم جهانی) نتواند اساس اقتصاد و مسیر حرکت و توان تصمیم گیری سیاستگذاران را بطور معنی دار و یا مرموز تحت تأثیر قرار دهند.

اقتصاد کشورهای پیشرفته مانند ژاپن، آلمان، ... را می توان مثال زد که علیرغم دو جنگ جهانی همچنان در زمره چند کشور پیشرفته جهانی ماب باشند. یا چین را می توان نام برد که از یک کشور عقب مانده، سال های ۱۹۶۰ - ۱۹۷۰ به دومین اقتصاد دنیا (از لحاظ تولید ملی) در ۲۰۱۵ تبدیل شد. البته به طور ایده آل، در طی مسیر اقتصاد مقاومتی موارد ذیل نیز باید به طور مؤکد در نظر گرفته شوند.

در فرایند اجراء اقتصاد مقاومتی جنبه های عدالت و توزیع عادلانه فشارها یا منافع (بر مبنای بهره وری که برای اقشار آسیب پذیر و محروم ارتقاء داده شده است) یکسان خواهد بود، جنبه های اخلاقی همواره رعایت شوند. پاینده باشد به هر قیمت دنبال نمی شود. منافع نسل های آتی نیز به صورت استراتژیک و پیوسته در برنامه ها لحاظ شود، جنبه های زیست محیطی رشد هیچ زمانی مورد اغماض قرار نمی گیرند و...

در اقتصاد مقاومتی اولویت، تأکید، و نگرش بر استفاده از منابع و عوامل و امکانات داخلی است و در زمان و در صورت کمبود، آگاهانه به سمت استفاده از امکانات خارجی می رویم.

در اقتصاد مقاومتی نگرش جامع حاکم است و همه عرصه های ذیل را دربر می گیرد: رشد و تولید، بهره وری، توانمند سازی، مصرف، توزیع، صنعت، کشاورزی، خدمات، سرمایه گذاری، سرمایه گذاری مستقیم و غیر مستقیم خارجی، صادرات، واردات، تورم، اشتغال ملی، مهاجرت، شهر نشینی، آموزش، تحقیق و توسعه، ارز، فرهنگ، نفت و صنایع ابسته، آب و خاک، طبیعت، مالیاتها، شایسته سالاری، شفافیت و رقابت مندی، بزرگی دولت، زیر بناها، فقر، تکنولوژی، قابلیت های مناطق، بهداشت و درمان، تراز پرداختها، روابط خارجی و... و راهبردهای مناسب باید مانند چتری باشند که همه این موارد را پوش می دهند.

فرایند مقاوم سازی اقتصاد می باید در سه مرحله یا در سه سطح صورت گیرد: و این ۴ مرحله برای تمامی ۴۰ حوزه برشمرده فوق صادقند.

۱ - در هر زیر بخش و گروه (یا برای هر کالای صنعتی و کشاورزی باید استراتژی مورد نیاز (جایگزینی واردات با توسعه صادرات) شناسایی شود. (با استفاده از ۲۰ شاخص موجود) در انجام این امر از قیمت های افصاد (حقیقی) و نه تنها جاری استفاده می شود.

۲ - سپس می باید در چارچوب استراتژی تعیین شده راهبردهای اجرایی (چهل گانه در چارچوب راهبرد جایگزینی واردات و پنجاه گانه در چارچوب راهبرد توسعه صادرات) اولویت بندی شده و متوالیاً ولی با نگرش جامع به اجراء در آیند (یا اجزاء آنها توسط دولت مورد حمایت قرار گیرند).

۳ - از آنجا که هر راهبردی می باید با راهکارهای کوتاه مدت مناسب همراه شوند، این راهکارها نیز باید شناسایی و اولویت بندی شده و به اجراء در آیند (یا اجزاء آنها توسط دولت مورد حمایت قرار گیرند). در انجام و پیشبرد هر سه موارد فوق وجود اراده، نظم و هماهنگی ملی به ویژه بین دستگاههای برنامه ریز و مجری ضرورت کامل دارد. پس از مشخص شدن گامهای فوق، باید برنامه ای تهیه و به تأیید هیأت مدیره در سطح بنگاه یا دولت و مجلس در سطح ملی برسد و به اجراء در آید.

مجدداً تأکید می شود که همه راهبردهای ارائه شده می باید در چارچوب هر استراتژی تعیین شده (جایگزینی واردات یا توسعه صادرات) بر حسب اولویت اما ضرورتاً به طور پی در پی و به شکل یک مجموعه به اجراء در آیند.

در اقتصاد مقاومتی به مشکلات و حل آنها نگاه و نگرش و برنامه ریزی کلان حاکمیت دارد اما در عملکرد خرد عمل می شود، در واقع اقتصاد مقاومتی فراتر از اقتصاد پروژه‌ای است و همه ساختارها و ارتباط درونی آنها را مورد توجه قرار می دهد.

در اقتصاد مقاومتی رشد پایدار، رشد سبز، توسعه پایدار و اخلاق محور و رفاه اقتصادی و اجتماع هدف قرار می گیرند. اقتصاد مقاومتی فاصله و تمایز خود را با اقتصادهای لیبرالی و سوسیالیستی محض حفظ می کند هر چند که از جنبه های مثبت آنها استفاده می کند. اقتصاد مقاومتی عدالت با آزادی، رشد با توسعه، حقوق فردی با حقوق جمعی، پیشرفت اقتصادی با پیشرفت اجتماعی با هم دیده می شوند.

در این کتاب با توجه به سطح دو از مباحث سه گانه، راهبردها و راهکارهایی که می توانند تولید ملی و تجارت خارجی را در چارچوب راهبرد توسعه صادرات شکل و جهت دهند مورد بحث قرار گرفته اند.

سرانجام و آخرین نکته، این که هیچ استراتژی جز در فضای پاک و سالم سیاسی و اقتصادی و جز با برخورداری از اراده ملی و مدیران توانمند و وزارت و کنترل مستمر نمی تواند با موفقیت به اهداف خود دست یابد. در این صورت پس از گذشت یک دوره معقول (مثلاً ۴۵ ساله) اقتصاد مقاومتی به اهداف خود دست می یابد (هر چند که فرایند مقاوم سازی اقتصاد یا فرایند پیشرفت و توسعه پایان ندارد)

۲- ساختار کتاب

کتاب شامل نوزده فصل می شود و در همه فصلها تقویت تولید ملی جهت رشد صادرات غیر نفتی (در راستای اقتصاد مقاومتی) مورد نظر بوده است. قطعاً تحقق همه راهبردهای ارائه شده جهت تقویت تولید ملی هم با نگاه و آموزه های دینی ملت و نظام سیاسی

ایران تطابق دارند و هم اجراء آنها عملی است زیرا که موجودی منابع فیزیکی و انسانی کشور زمینه فعالیت را فراهم آورده اند. آنچه که موفقیت این راهبردها را در اجرا تضمین می کند برخوردار بودن از عزم و اراده ملی و فضای سالم سیاسی - اقتصادی - اجتماعی و مدیریت کلان شایسته سالاری می باشد.

این کتاب با توجه به تأکید مستمر مقام معظم رهبری بر اهمیت اقتصاد به طور اعم و رشد تولید ملی به طور اخص و به عنوان برداشتن گامی عملی در راستای اقتصاد مقاومتهای، تقویت تولید نگاشته شده است و می تواند در هر سه مقطع تحصیلی به عنوان منبع کمکی ورد استفاده قرار گیرد. همچنین این مجموعه می تواند در مبحث و درس رشد و توسعه اقتصادی نیز مورد استفاده مدرسین و دانشجویان قرار گیرد.

فصل بندی کتاب به ۹ ورت زیر است:

فصل اول به صادرات و بی ساتی آل، نتایج راهبرد توسعه صادرات، راهبردهای: شناسایی و کاربرد مزیت نسبی و ایجاد نهادهای، سه می پردازد.

فصل دوم راهبرد شفاف سازی، رقابت و رقابتی کرن اقتصاد را مورد بحث قرار می دهد.

فصل سوم به راهبرد آزاد سازی اقتصادی و تجاری (در چارچوب راهبرد رقابتی کردن اقتصاد) می پردازد.

فصل چهارم به راهبرد تقویت و تسهیل فضا و مدیریت کسب و کار (در چارچوب راهبرد رقابتی کردن اقتصاد) می پردازد.

فصل پنجم به راهبرد هدف گذاری برای سیاست تجاری (راستای حمایت از کالا و صنایع خاص) می پردازد.

فصل ششم به راهبرد سرمایه گذاری مداوم در تحقیق و توسعه، نوآوری و انتقال نهادهایه کردن تکنولوژی می پردازد.

فصل هفتم به راهبرد های بکارگیری بیمه و توسعه مالی می پردازد.

فصل هشتم به راهبردهای رعایت استانداردهای جهانی، استفاده از مالکیت فکری، و تجارت الکترونیک می پردازد.

فصل نهم به راهبرد اولویت بندی بازارهای هدف می پردازد.

فصل دهم به راهبردهای مبارزه با قاچاق کالا و ارز، و اقتصاد زیر زمینی می پردازد.

فصل یازدهم به راهبرد ایجاد نقطه تجاری می پردازد.

فصل دوازدهم به راهبردهای ایجاد مناطق آزاد، و پردازش صادرات می پردازد.

فصل سیزدهم به راهبرد شناور کردن (افزایش نرخ ارز) جهت افزایش صادرات (از

تولیدات فعلی) می پردازد.

فصل چهاردهم به راهبرد حمایت از سرمایه گذاری خارجی در کشور می پردازد.

فصل پانزدهم به راهبرد منطقه گرایی می پردازد.

فصل شانزدهم به ادامه راهبرد منطقه گرایی می پردازد.

فصل هفدهم به راهبرد تولید در بازارهای خارجی (راهبرد حمایت از سیاست های

استراتژیک) و پدیده های نوین تجاری و صرغه جویی های مکانی می پردازد.

فصل هجدهم به شاخص های رقابت در اجراء راهبرد توسعه صادرات می پردازد.

فصل نوزدهم (فصل پایانی) به موانع مشکلات و پیشنهادات برای صادرات ایران و نیز به

ساختار بازار کالاهای صادراتی و شاخص های ترکیب در بازارهای صادراتی می پردازد.

۱ - محدوده موضوعی این کتاب شامل رشته اتصال و گرایشهای اقتصاد کلان، اقتصاد

بین الملل بویژه تجارت بین الملل، رشد و توسعه، سیاست های مالی و مالی می باشد. به ویژه

باید گفت که کتاب پیوند بین تجارت بین الملل و رشد اقتصادی می باشد.

۲ - مطالب و نکات مهم کتاب به صورت دسته بندی ارائه شده اند تا فهم آن ها آسان تر

گردد.

۳ - در موارد مورد نیاز و برحسب ضرورت نمودارهای لازم ارائه شده اند و تحلیل نموداری

صورت گرفته است.

۴ - نکات مهم (واژه ها، راه حل ها، ویژگی های مهم، تفاوت ها، نتایج علل و...) علاوه بر

این که به صورت دسته بندی شده ارائه شده اند پر رنگ تر شده اند تا خواننده راحت تر و

سریع تر به اهداف و نتایج مثبت مربوطه هدایت شود.

با آرزوی اینکه این مجموعه، که با جنبه های اثباتی و عمدتاً دستوری

(سیاستگذاری) نوشته شده است و حاصل تجربیات و مطالعات و آموخته های نویسنده

است، در حد خود بتواند گامی مؤثر در روند تقویت تولید ملی، اقتصاد مقاومتی و پیشرفت کشور ایفا نماید.
از اینکه کمبود و اشکالات علمی و ویرایشی به اینجانب گوشزد می شوند بسیار سپاسگزارم.

زمستان ۹۷
دکتر مسعود نونزاد

www.ketab.ir

فهرست مطالب

فصل اول

۱۸	مقدمه
۲۰	اهمیت توسعه صادرات
۲۳	آثار توسعه صادرات بر رشد تولید داخلی و توزیع درآمد
۲۵	مفهوم بی ثباتی صادرات
۲۵	اثر بی ثباتی صادرات
۲۶	بررسی شاخص های بی ثباتی صادرات
۳۱	علل اصلی بی ثباتی صادرات
۳۶	دلایل ضرورت توسعه صادرات غیر نفتی (بویژه صنعتی) در کشورهای نفت خیز
۳۸	نتایج مثبت راهبرد توسعه و جانشین صادرات
۴۰	نتایج منفی استراتژی توسعه و جانشین صادرات
۴۱	عوامل مؤثر در انتخاب استراتژی مناسب توسعه و جانشین صادرات
۴۲	اقدامات اساسی لازم جهت موفقیت در دست یابی به اهداف راهبرد توسعه و جانشین صادرات
۴۳	شناسایی و کاربرد مزیت نسبی

فصل دوم

۴۷	مقدمه
۴۷	رقابت مبنای عملکرد کارای بازار
۴۹	مجموعه اصول و قواعد سازمان ملل در زمینه رقابت
۵۲	موضوعات اصلی مورد بحث در سازمان تجارت جهانی در زمینه رقابت
۵۶	قانون و سیاست رقابتی و راهبرد توسعه اقتصادی
۵۹	اهداف قانون رقابت
۶۰	اصول رقابت در قانون
۶۱	ابعاد رقابت پذیری

آثار کاهش سرمایه گذاری های دولتی و افزایش سرمایه گذاری های خصوصی بر صادرات و بازارهای

۷۳	کار و سرمایه با استفاده از نمودار
----	-----------------------------------

فصل سوم

۷۸	مقدمه
۷۸	اصول و مفاهیم آزاد سازی
۷۸	تعریف آزاد سازی اقتصادی
۷۹	اقدامات لازم جهت آزاد سازی در بازارها
۸۰	اهداف سیاست های آزاد سازی اقتصادی
۸۰	شاخص ها - آزاد سازی اقتصادی
۸۸	عوامل آزاد سازی اقتصادی (شاخص های بنیاد هریتیج: شاخص ترکیبی باز بودن اقتصادی)
۸۸	شاخص آزاد سازی اقتصادی: شاخص توسعه مؤسسه فریزر
۸۹	مفهوم آزاد سازی تجاری
۹۰	نتایج تجارت آزاد
۹۱	منافع حاصل از تجارت
۹۵	اثر آزاد بودن تجاری بر توسعه مالی
۹۸	رابطه سیاست آزاد سازی تجارت خارجی و سایر سیاست های اقتصادی
۱۰۴	اثر آزاد سازی تجاری بر عرضه کل صادرات و واردات و بر بازارهای کار، سرمایه با استفاده از نمودار
۱۰۵	شاخص های جهانی شدن
۱۰۶	شاخص غیر ترکیبی باز بودن تجاری
۱۱۱	انتخاب شاخص مناسب برای باز بودن تجاری
۱۱۱	بررسی آماری شاخص باز بودن تجاری در جهان

فصل چهارم

۱۱۵	مقدمه
۱۱۶	مبانی و تعاریف شاخص سهولت فضای کسب و کار
۱۱۹	بررسی شاخص سهولت کسب و کار در ایران
۱۲۷	اثر تسهیل فضای کسب و کار بر عرضه کل، صادرات کل، واردات کل، و بر بازارهای کار و سرمایه
۱۲۹	عوامل مؤثر بر فضای کسب و کار
۱۳۲	توسعه کار آفرینی و محیط کسب و کار
۱۳۵	عوامل مؤثر بر فعالیت های کار آفرینی در مدل GEM
۱۳۸	فهرستی از عوامل حمایت کننده کسب و کار
۱۴۰	موانع فرهنگی در رونق گرفتن بازار بورس (بازار سرمایه) در ایران

۱۴۲	موانع اقتصادی در رونق گرفتن بازار بورس (بازار سرمایه) در ایران
۱۴۶	موانع ساختاری در رونق گرفتن بازار بورس (بازار سرمایه) در ایران
۱۴۸	مسائل و موانع ارزی در رونق گرفتن بازار بورس (بازار سرمایه) در ایران
۱۵۰	مشکلات و نوسانات پولی در رونق گرفتن بازار بورس (بازار سرمایه) در ایران
۱۵۲	بهبودی اقتصادی در پیش نیاز تحول مقرراتی

فصل پنجم

۱۵۷	مقدمه
۱۵۸	ضرورت برنامه ریزی دیدگاه استراتژیک تجاری (اتخاذ سیاست استراتژیک تجاری)
۱۶۳	ضرورت هدف گذاری
۱۶۵	روش تشویق صادرات ۲-۱ یا صنایع هدف گذاری شده در یک کشور بزرگ (تحلیل براندر و اسپنسر)
۱۸۱	کاربرد سیاست استراتژیک تجاری در دوره های در حال توسعه
۱۸۴	آثار پرداخت یارانه به صادرات بر عرضه و تقاضای صادرات و نیز بر بازارهای کار و سرمایه
۱۸۵	اثر یارانه بر قیمت کالای صادرات
۱۸۷	ویژگی های یارانه در مقیاس با سایر روشها
۱۹۲	مسائل عملی اجرای توسعه صادرات استراتژیک
۱۹۳	راهکار اعمال معافیت های مالیاتی

فصل ششم

۱۹۵	مقدمه
۱۹۶	خلاصیت
۱۹۷	نوآوری
۱۹۷	تفاوت خلاصیت و نوآوری
۱۹۸	موانع خلاصیت و نوآوری
۲۰۱	انواع نوآوری
۲۰۵	اهداف فرایند تحقیق و توسعه
۲۰۷	مدل های تحقیق و توسعه
۲۱۰	مراحل تحقیق و توسعه

فصل هفتم

۲۱۹	مقدمه
۲۲۰	کاربرد بیمه و مدیریت ریسک در صادرات

۲۲۱	انواع ریسک‌هایی که منجر به تحقق خطرات قهری می‌شود
۲۲۲	اندازه ریسک
۲۲۲	تعیین حداکثر زیان احتمالی ریسک صادراتی
۲۲۳	تقسیم بندی ریسک‌های صادراتی
۲۲۳	روش مقابله با ریسک‌های قهری
۲۲۴	ریسک قابل انتقال
۲۲۵	ریسک‌های غیر قابل انتقال
۲۲۵	ریسک‌های خارج از مرز
۲۲۶	ریسک‌های واردات مرتبط با صادرات
۲۲۶	اهم نقش بیمه در صادرات غیر نفتی
۲۲۷	راهبرد گسترش و تعمیق توسعه مالی
۲۲۹	مفهوم توسعه مالی
۲۳۱	شاخص توسعه مالی
۲۳۳	شاخص کارایی توسعه مالی
۲۳۴	توسعه مالی و رشد اقتصادی
۲۳۶	ارتباط بین توسعه مالی و تجارت خارجی
۲۳۸	مقایسه وضعیت توسعه مالی کشورها

فصل هشتم

۲۵۲	مقدمه
۲۵۲	تسهیل ورود به بازار جهانی از طریق استانداردهای جهانی
۲۵۳	جایگاه مالکیت فکری در دنیای امروز
۲۵۶	تاریخچه حمایت از مالکیت معنوی در جهان
۲۵۷	نقش حمایت از حقوق مالکیت فکری در توسعه اقتصادی و تکنولوژیک
۲۵۹	نظام‌های حقوقی جهان معاصر
۲۶۱	نقش حمایت از حقوق مالکیت فکری در نوآوری داخلی
۲۶۲	چگونه حمایت از حقوق مالکیت معنوی، سرمایه گذاری مستقیم خارجی در کشورها را افزایش می دهد
۲۶۴	نقش حمایت حقوق مالکیت معنوی در تجارت بین المللی
۲۶۵	اثرات حقوق مالکیت معنوی بر اقتصاد کشورها
۲۶۷	کشورهای در حال توسعه و حمایت از مالکیت معنوی

۲۷۰	راه حل های فراروی کشورهای در حال توسعه
۲۷۲	راهبرد استفاده از تجارت الکترونیک
۲۷۲	تاریخچه تجارت الکترونیکی
۲۷۲	تعریف تجارت الکترونیکی
۲۷۴	ویژگی های تجارت الکترونیکی
۲۷۵	مزایای تجارت الکترونیکی برای سازمان ها
۲۷۸	توسعه تجارت الکترونیک در جهان
۲۷۸	عوامل مؤثر بر تجارت الکترونیک
۲۷۹	خود کارآمدی تجارت الکترونیک: یک سازمانی
۲۸۴	آزمون پذیری تجارت الکترونیک
۲۸۴	محدودیت های گسترش تجارت الکترونیک در ایران

فصل نهم

۲۸۸	مقدمه
۲۸۹	راهبرد اولویت بندی بازارهای هدف صادراتی
۲۸۹	اصول و مبانی شناسایی بازارهای هدف صادراتی
۲۹۷	معیارهای اولویت بندی بازارهای هدف صادراتی

فصل دهم

۲۹۹	مقدمه
۲۹۹	راهبرد مبارزه با قاچاق کالا و ارز
۲۹۹	اقتصاد زیر زمینی و قاچاق
۳۰۱	علل و عوامل انگیزه های قاچاق
۳۰۲	علل و عوامل (کلی) انگیزه های قاچاق کالا
۳۱۸	اثر قوانین و مقررات بازرگان بر قاچاق کالا

فصل یازدهم

۳۲۰	مقدمه
۳۲۰	تعریف نقطه تجاری
۳۲۱	اهداف نقاط تجاری
۳۲۲	ضرورت طراحی و پیاده سازی نقاط تجاری
۳۲۲	استفاده کنندگان از نقاط تجاری و منافع حاصل از آن

۳۲۳	 دست اندرکاران و مشارکت کنندگان نقاط تجاری
۳۲۴	 خدمات ارائه شده در نقاط تجاری
۳۲۶	 ساختار کلی یک نقطه تجاری
۳۲۷	 فدراسیون جهانی نقطه تجاری
۳۲۷	 مأموریت و رسالت فدراسیون
۳۲۸	 اهداف استراتژیک فدراسیون جهانی نقطه تجاری
۳۳۰	 مزایای حاصل از مشارکت با فدراسیون
۳۳۱	 مزایای عضو شدن در فدراسیون
۳۳۴	 تبیین نقشه تجاری ایران در رفع مشکلات صادرات و تسهیل آن
۳۳۴	 کارکردهای نقطه تجاری ایران
۳۳۴	 خدمات بالقوه نقطه تجاری ایران
۳۳۶	 خدمات فعلی نقطه تجاری ایران
۳۳۷	 خدمات ارائه نشده در نقطه تجاری ایران
۳۳۸	 تبیین نقش نقطه تجاری ایران در رفع رافع و مشکلات صادرات
۳۳۹	 تبیین نقش خدمات فعلی نقطه تجاری ایران در رفع مشکلات صادرات
۳۴۱	 کارکردهای بالقوه نقطه تجاری ایران در رفع مشکلات صادرات

فصل دوازدهم

۳۴۸	 مقدمه
۳۴۸	 راهبرد ایجاد مناطق آزاد و مناطق پردازش صادرات
۳۴۹	 انواع منطقه های آزاد
۳۵۱	 منطقه آزاد تجاری
۳۵۲	 بندرهای آزاد
۳۵۳	 انبارهای آزاد
۳۵۳	 انبارهای آزاد عمومی (دولتی)
۳۵۴	 انبارهای آزاد خصوصی
۳۵۵	 انبارهای آزاد صنعتی
۳۵۵	 منطقه ترانزیت
۳۵۶	 منطقه آزاد تجاری - صنعتی یا پردازش صادرات
۳۵۷	 منطقه آزاد شرکت ها

۳۵۷	منطقه یا مرکز جهانگردی
۳۵۸	منطقه ویژه اقتصادی
۳۶۰	ویژگی های مناطق پردازش صادرات
۳۶۳	ویژگی های لازم برای موفقیت یک منطقه آزاد تجاری - صنعتی
۳۶۷	آثار مناطق آزاد در راهبردهای توسعه اقتصادی
۳۶۸	انتظارات کشور میزان
۳۷۲	محدودیت های بده برای تشویق صنایع مستقر در مناطق آزاد
۳۸۷	ارزیابی مناطق آزاد پردازش صادرات

فصل سیزدهم

۳۹۱	مقدمه
۳۹۱	افزایش نرخ ارز
۳۹۲	نظام و نظریه های تعیین نرخ ارز
۳۹۲	نظام ثابت ارز
۳۹۳	نظام نرخ شناور محض ارز
۳۹۳	نظام نرخ ارز میخکوب قابل تعدیل
۳۹۴	نظام نرخ ارز میخکوب خرنده
۳۹۴	نظام نرخ شناور مدیریت شده
۳۹۶	نرخ حقیقی ارز
۳۹۷	نرخ حقیقی تعادلی ارز
۳۹۸	تنظیم نادرست نرخ حقیقی ارز و تجارت خارجی
۳۹۹	نرخ ارز و تلاطم نرخ ارز
۴۰۰	تلاطم نرخ ارز و جریان تجاری
۴۰۱	تحلیل نموداری نتایج راهبرد افزایش نرخ ارز

فصل چهاردهم

۴۰۸	مقدمه
۴۰۸	راهبرد حمایت از سرمایه گذاری خارجی
۴۲۹	عوامل مؤثر در امر سرمایه گذاری خارجی
۴۳۲	تحلیل نموداری اثر سرمایه گذاری خارجی بر تراز تجاری
۴۳۲	نتایج مثبت سرمایه گذاری خارجی برای کشور میزبان

۴۳۳	نتایج منفی سرمایه گذاری خارجی
-----	-------------------------------

فصل پانزدهم

۴۳۶	مقدمه
۴۳۷	جهانی شدن در برابر منطقه گرایی
۴۳۸	اشکال مختلف منطقه گرایی
۴۴۰	ابداع یا ایجاد تجاری
۴۴۵	آثار استانی ابداع تجاری
۴۴۷	انحراف تجاری
۴۵۱	عوامل مؤثر بر منطقه گرایی
۴۵۶	تبیین و معرفی شاخص های اعتماد کلان بین الملل
۴۶۵	علل عدم موفقیت همکاری های منطقه ای در جهان سوم
۴۶۵	رویکرد تجاری بر توسعه اقتصادی

فصل شانزدهم

۴۶۸	مقدمه
۴۶۸	تأثیرات ادغام اقتصادی بر توسعه اقتصادی اعضای اتحادیه
۴۶۹	هزینه های حمل و نقل و ترتیبات تجاری ترجیحی
۴۶۹	منافع غیر سنتی و پویا
۴۷۲	ایجاد موانع برای کشورهای غیر عضو
۴۷۳	شرایط ادغام اقتصادی
۴۷۴	مشکلات ادغام اقتصادی در کشورهای در حال توسعه
۴۷۶	توجیه منطقه گرایی (آثار منطقه گرایی رشد و توسعه)
۴۹۰	علل عدم موفقیت همکاری های منطقه ای در جهان سوم
۴۹۱	عمده ترین انتلافهای بین المللی
۴۹۷	عوامل مؤثر بر منطقه گرایی
۴۹۷	تبیین و معرفی شاخص های اقتصادی کلان بین الملل
۵۰۲	شرایط موفقیت اتحادیه گمرکی در ایجاد ابداع تجاری و پرهیز از انحراف تجاری

فصل هفدهم

۵۰۳	مقدمه
۵۰۹	تصمیم گیری های اصلی ورود به بازارهای خارجی

۵۰۹	معیارهای تصمیم‌گیری جهت انتخاب استراتژی‌های ورود
۵۱۶	صادرات
۵۲۳	تولید در کشور خارجی به عنوان استراتژی ورود به بازار خارجی
۵۳۱	جهانی‌شدن
۵۳۴	استراتژی بین‌المللی
۵۳۵	استراتژی‌های تولید در خارج
۵۴۲	برخوردار شدن از صرف‌جویی‌های مکان
۵۴۳	صرفه‌جویی‌های ناشی از منحنی تجربه
۵۴۵	روش‌های تولید در خارج
۵۵۸	سایر اقدامات لازم برای موفقیت: دست‌یابی به اهداف استراتژی توسعه صادرات
۵۵۹	جمع‌بندی عوامل مؤثر بر تولید ملی و صادرات

فصل هجدهم

۵۶۵	مقدمه
۵۶۶	تشخیص‌های موفقیت در دست‌یابی به اهداف استراتژی توسعه صادرات
۵۷۱	معیارها و روش‌های تعیین جهت‌گیری تجاری
۵۷۶	جمع‌بندی استراتژی‌های توسعه صادرات و جایگزینی واردات
۵۸۴	برداشت نهایی برای استراتژی‌های تجاری

فصل نوزدهم

۵۸۸	مقدمه
۵۸۹	شناسایی موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای مرتبط با بخش صادرات مرنی در ایران
۵۹۲	شناسایی موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای مرتبط با بخش صادرات غیر مرنی ایران
۵۹۳	سیاست‌های پیشنهادی