



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پژوهشکده مطالعات تطبیقی و اقتصاد

گروه اقتصاد

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته اقتصاد گرایش علوم اقتصادی

(بررسی جهت گیری سیاست های بازرگانی خارجی ایران)

استاد راهنما:

دکتر ابراهیم التجائی

استاد مشاور:

دکتر فرزاد هاشمی

پژوهشگر:

زهرا پورباقر

دی ماه ۱۳۹۲

حمد و ثنا خاص درگاه احدیت است.

سپاس بیکران خداوند توانا را که از جمله نعمات، نعمت اندیشیدن عطا فرمود.

اکنون که به فضل الهی، کار تدوین پایان نامه به فرجام رسیده است، بر خود لازم می‌دانم که از زحمات و راهنمایی‌های ارزشمند استاد راهنما جناب آقای دکتر ابراهیم التجائی که بدون مساعدت ایشان انجام این پایان‌نامه میسر نبود، تشکر و قدردانی نموده و از توجهات و ارائه نظرات استاد مشاور، جناب آقای دکتر فرزاد هاشمی سپاس‌گزاری نمایم.

همچنین از خانواده عزیزم که در تمام دوران تحصیل، مشوق و یاری دهنده‌ام بودند، کمال تشکر را دارم.

جا دارد از دوستان گرامی سرکار خانم بهاره بیگلری و جناب آقای مجتبی ملکشاهی به خاطر دلگرمی‌ها و راهنمایی‌هایشان چه در طول انجام کار پایان‌نامه و چه در دوران تحصیل دوره کارشناسی ارشد تشکر نمایم.

سپاس گذار کسانی هستم که سر آغاز تولد من هستند.

از یکی زاده می شوم و از دیگری جاودانه...

استادی که سپیدی را بر تخته سیاه زندگی نگاشت و مادری که

تار مویی از او، پپای من سیاه نماند.

چکیده

در این پژوهش سعی شده است تا جهت‌گیری کلی سیاست‌های بازرگانی خارجی ایران در بازه زمانی ۱۳۳۸ تا ۱۳۹۰ مورد مطالعه قرار گیرد. بدین منظور سیاست‌ها، اقدامات و عملکرد بازرگانی خارجی کشور با استفاده از چندین شاخص به شیوه تحلیل تاریخی، بررسی شده و تلاش شده تا این جهت‌گیری، در قالب راهبردهای درون‌گرا و برون‌گرا نشان داده شود تا زمینه‌هایی را برای برنامه‌ریزی‌های بهتر در آینده فراهم آورد. علاوه بر بررسی آسیب‌شناسی سیاست‌های تجاری ایران، در این پژوهش به راهبردهای تجاری کشورهای کره جنوبی، مالزی، برزیل، مکزیک، هند، شیلی و چین اشاره می‌شود. شاخص ارزش افزوده بخش صنعت نسبت به تولید ناخالص داخلی، ترکیب صادرات غیرنفتی و واردات، نرخ برابری موثر نسبی، نرخ تعرفه، نرخ موثر حقوق ورودی نشان می‌دهند که در پنج دهه گذشته جهت‌گیری غالب تجارت خارجی کشور درون‌گرایی یا به عبارتی جانشینی واردات بوده است. شاخص‌های دیگر، اگر چه به طور دقیق جهت‌گیری تجارت خارجی کشور را تعیین نمی‌کنند، ولی هر یک به نوعی تاییدکننده جهت‌گیری درون‌گرا در مجموعه سیاست‌های بازرگانی کشور هستند.

واژگان کلیدی: تجارت خارجی، توسعه صادرات، جانشینی واردات، سیاست بازرگانی

صفحه	عنوان
فصل اول - کلیات	
۲ ۱,۱ مقدمه
۳ ۲,۱ مسئله پژوهش
۳ ۳,۱ ضرورت پژوهش
۴ ۴,۱ اهداف پژوهش
۴ ۵,۱ پرسش‌های پژوهش
۴ ۶,۱ فرضیات پژوهش
۵ ۷,۱ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۵ ۸,۱ نهادها یا مؤسساتی که می‌توانند از یافته‌های این پژوهش بهره‌گیرند
۵ ۹,۱ اطلاعات مربوط به پژوهش
۵ ۱۰,۱ محدودیت‌های پژوهش
۶ ۱۱,۱ سازماندهی پژوهش

فصل دوم - ادبیات موضوع

۸ ۱,۲ مقدمه
۹ ۲,۲ تعریف واژگان کلیدی
۱۰ ۳,۲ پیشینه تحقیق
۱۳ ۴,۲ روند تکامل نظریه‌های تجارت بین‌الملل
۱۳ ۱,۴,۲ دیدگاه سوداگران نسبت به تجارت

۱۴ ۲,۴,۲. تجارت بر اساس نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت
۱۴ ۳,۴,۲. نظریه مزیت نسبی
۱۷ ۴,۴,۲. دیدگاه نئوکلاسیک‌ها در مورد تجارت
۱۸ ۵,۴,۲. تجارت کالاهای صنعتی
۱۸ ۶,۴,۲. زمینه‌های پیدایش نظریه‌های جدید
۲۰ ۱,۶,۴,۲. نظریه چرخه زندگی محصول
۲۱ ۲,۶,۴,۲. تجارت درون بنگاهی و درون صنعتی
۲۱ ۳,۶,۴,۲. فرضیه تشابه ترجیحات
۲۲ ۴,۶,۴,۲. نظریه استراتژیک تجاری
۲۴ ۵,۶,۴,۲. نظریه مزیت رقابتی
۲۵ ۱,۵,۲. ضرورت وجود راهبرد تجاری
۲۶ ۲,۵,۲. اهمیت زمان در انتخاب یک راهبرد
۲۷ ۱,۶,۲. استراتژی‌های تجاری
۲۸ ۲,۶,۲. سیاست‌های درون‌گرا
۲۸ ۱,۲,۶,۲. راهبرد جانشینی واردات
۳۱ ۲,۲,۶,۲. دلایل استفاده از راهبرد
۳۴ ۳,۲,۶,۲. روند اعمال سیاست جانشینی واردات
۳۶ ۴,۲,۶,۲. انگیزه‌های انتخاب سیاست جانشینی واردات از جانب کشورهای در حال توسعه
۳۸ ۵,۲,۶,۲. انتقادات وارده بر سیاست جانشینی واردات
۳۹ ۳,۶,۲. سیاست‌های برون‌گرا
۴۲ ۱,۳,۶,۲. توسعه صادرات
۴۳ ۲,۳,۶,۲. صادرات فرآورده‌های اولیه و پردازش نشده

۴۴ صادرات کالاهای صنعتی .۳,۳,۶,۲
۴۴ ابزارهای راهبرد توسعه صادرات .۴,۳,۶,۲
۴۹ توسعه صادرات به سبک کشورهای جنوب شرقی آسیا .۵,۳,۶,۲
۵۰ پیامدها و محدودیت‌ها .۶,۳,۶,۲
۵۰ گونه‌های جدید از راهبردهای تجاری .۴,۶,۲
۵۲ جهت‌گیری‌های بازاری و بخشی .۱,۴,۶,۲
۵۳ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری .۷,۲

فصل سوم - سیاست بازرگانی کشورهای منتخب

۵۷ مقدمه .۱,۳
۵۹ کره جنوبی .۲,۳
۶۰ راهبرد تجاری کره جنوبی .۱,۲,۳
۶۲ مکزیک .۳,۳
۶۴ اصلاحات نهادها و بازارها در مکزیک .۱,۳,۳
۶۵ عملکرد بازرگانی خارجی مکزیک .۲,۳,۳
۶۶ مالزی .۴,۳
۶۶ راهبردهای تجاری در مالزی .۱,۴,۳
۶۷ عملکرد دولت مالزی در زمینه تجارت .۲,۴,۳
۶۷ نقش اصلاح ساختار اقتصاد در توسعه صادرات مالزی .۳,۴,۳
۶۸ عملکرد بازرگانی خارجی مالزی .۴,۴,۳
۶۸ برزیل .۵,۳
۷۰ عملکرد راهبردهای جانشینی واردات و توسعه صادرات در برزیل .۱,۵,۳

۷۱ ۶,۳ هند
۷۳ ۷,۳ شیلی
۷۵ ۸,۳ چین
۷۶ ۹,۳ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

فصل چهارم- آشنایی با تاریخچه تجارت در ایران و سابقه سیاست‌های بازرگانی

۷۹ ۱,۴ مقدمه
۸۰ ۲,۴ آشنایی با اقتصاد ایران
۸۲ ۳,۴ راهبردهای تجاری در برنامه‌های عمرانی قبل از انقلاب اسلامی
۸۲ ۱,۳,۴ برنامه اول عمرانی (۱۳۲۸-۱۳۳۴)
۸۲ ۲,۳,۴ برنامه دوم عمرانی (۱۳۳۵-۱۳۴۱)
۸۳ ۳,۳,۴ برنامه سوم عمرانی (۱۳۴۲-۱۳۴۶)
۸۴ ۴,۳,۴ برنامه چهارم عمرانی (۱۳۴۷-۱۳۵۱)
۸۴ ۵,۳,۴ برنامه پنجم عمرانی (۱۳۵۶-۱۳۵۲)
۸۵ ۶,۳,۴ جمع‌بندی اجرای سیاست‌ها قبل از انقلاب
۸۶ ۴,۴ راهبردهای تجاری در برنامه‌های توسعه بعد از انقلاب اسلامی
۸۶ ۱,۴,۴ علل سیاسی
۸۸ ۲,۴,۴ علل اقتصادی
۸۹ ۳,۴,۴ برنامه اول توسعه (۱۳۶۸-۱۳۷۲)
۹۳ ۴,۴,۴ برنامه دوم توسعه (۱۳۷۴-۱۳۷۸)
۹۶ ۵,۴,۴ برنامه سوم توسعه (۱۳۷۹-۱۳۸۳)
۱۰۰ ۶,۴,۴ برنامه چهارم توسعه (۱۳۸۴-۱۳۸۸) و اقدامات انجام گرفته در این دوره

۱۰۴ حضور در اتحادیه‌ها و مجامع مرتبط بین‌المللی و منطقه‌ای.....۱,۶,۴,۴
۱۰۵ فرصت‌ها و چالش‌ها.....۵,۴
۱۰۵ فرصت‌ها.....۱,۵,۴
۱۰۶ چالش‌ها.....۲,۵,۴
۱۰۸ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.....۶,۴

فصل پنجم- عملکرد سیاست بازرگانی خارجی ایران بر اساس شاخص‌ها

۱۱۲ مقدمه.....۱,۵
۱۱۳ پایه‌های آماری.....۲,۵
۱۱۳ شاخص نسبت صادرات غیر نفتی به تولید ناخالص داخلی.....۱,۳,۵
۱۱۸ شاخص نسبت واردات به تولید ناخالص داخلی.....۲,۳,۵
۱۲۱ شاخص نسبت صادرات غیر نفتی به واردات.....۳,۳,۵
۱۲۳ شاخص نسبت ارزش افزوده بخش صنعت به تولید ناخالص داخلی.....۴,۳,۵
۱۲۶ شاخص نسبت باز بودن اقتصاد.....۵,۳,۵
۱۲۷ شاخص تراز تجاری.....۶,۳,۵
۱۳۱ شاخص نرخ ارز.....۷,۳,۵
۱۳۶ نرخ برابری موثر نسبی.....۸,۳,۵
۱۳۸ شاخص رابطه مبادله.....۹,۳,۵
۱۴۰ شاخص نرخ تعرفه.....۱۰,۳,۵
۱۴۶ شاخص نرخ موثر حقوق ورودی.....۱۱,۳,۵
۱۴۹ شاخص ترکیب واردات.....۱۲,۳,۵
۱۵۲ شاخص ترکیب صادرات گمرکی بر اساس نوع مصرف.....۱۳,۳,۵

۱۵۴ ۱۴,۳,۵. شاخص آزادی اقتصادی
۱۵۴ ۱,۱۴,۳,۵. شاخص آزادی اقتصادی موسسه فریزر
۱۵۶ ۲,۱۴,۳,۵. شاخص آزادی اقتصادی بنیاد هریتج
۱۵۸ ۱۵,۳,۵. شاخص رقابت پذیری
۱۵۹ ۱۶,۳,۵. شاخص سهولت انجام کسب و کار
۱۶۱ ۴,۵. جمع بندی و نتیجه گیری

فصل ششم - جمع بندی و نتیجه گیری

۱۶۸ ۱,۶. جمع بندی و نتیجه گیری
۱۷۲ ۳,۶. پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده
۱۷۳ منابع
۱۷۸ چکیده انگلیسی

فهرست جداول

صفحه	عنوان جدول
۵۲	جدول شماره ۱-۲: ارتباط میان تشویق‌ها و راهبردهای بازرگانی.....
۹۳	جدول شماره ۱-۴: هدف و عملکرد برنامه اول توسعه پس از انقلاب.....
۹۶	جدول شماره ۲-۴: هدف و عملکرد برنامه دوم توسعه پس از انقلاب.....
۱۰۰	جدول شماره ۳-۴: هدف و عملکرد برنامه سوم توسعه پس از انقلاب.....
۱۰۴	جدول شماره ۴-۴: هدف و عملکرد برنامه چهارم توسعه پس از انقلاب.....
۱۳۷	جدول شماره ۱-۵: نرخ ارز صادراتی و نرخ برابری موثر نسبی.....
۱۵۳	جدول شماره ۲-۵: ترکیب کالاهای صادراتی بر اساس نوع مصرف.....
۱۵۵	جدول شماره ۳-۵: روند شاخص آزادی اقتصادی ایران در بازه زمانی ۱۹۸۰-۲۰۰۹.....
۱۵۶	جدول شماره ۴-۵: میانگین امتیاز و رتبه ایران در شاخص آزادی اقتصادی.....
۱۵۷	جدول شماره ۵-۵: شاخص آزادی اقتصادی بنیاد هریتج.....
۱۶۹	جدول شماره ۱-۶: نتیجه‌گیری از شاخص‌ها.....

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان نمودار
۱۱۵	نمودار شماره ۵-۱: نسبت صادرات، واردات و مجموع صادرات و واردات به تولید ناخالص داخلی
۱۱۶	نمودار شماره ۵-۲: ارزش صادرات و واردات به میلیون دلار
۱۱۶	نمودار شماره ۵-۳: نسبت صادرات غیر نفتی و نفتی به کل صادرات
۱۱۷	نمودار شماره ۵-۴: میزان صادرات و واردات به قیمت سال پایه ۷۶ (ارقام به میلیارد ریال)
۱۲۲	نمودار شماره ۵-۵: نسبت صادرات غیر نفتی به واردات
۱۲۵	نمودار شماره ۵-۶: نسبت ارزش افزوده بخش صنعت به تولید ناخالص داخلی
۱۳۰	نمودار شماره ۵-۷: تراز تجاری (ارقام به میلیون دلار)
۱۳۰	نمودار شماره ۵-۸: تراز تجاری به قیمت سال پایه ۷۶ (ارقام به میلیارد ریال)
۱۳۴	نمودار شماره ۵-۹: نرخ رسمی ارز، نرخ حقیقی ارز خارجی و نرخ آزاد ارز (ارقام به ریال)
۱۳۹	نمودار شماره ۵-۱۰: رابطه مبادله در بین سال‌های ۳۸-۷۹
۱۴۰	نمودار شماره ۵-۱۱: رابطه مبادله در دهه ۸۰
۱۴۸	نمودار شماره ۵-۱۲: حقوق موثر ورودی
۱۵۱	نمودار شماره ۵-۱۳: ترکیب کالاهای وارداتی (ارقام به درصد)
۱۵۲	نمودار شماره ۵-۱۴: ترکیب کالاهای وارداتی به تفکیک برنامه

پیشگفتار

تجارت در جهان امروز به عنوان راهی برای رسیدن به توسعه شناخته شده است و هیچ کشوری نمی‌تواند با کنار گذاشتن آن، در مسیر توسعه قرار گیرد. کشورهای توسعه‌یافته و صنعتی امروز، معتقدند با کارگیری سیاست‌های صحیح تجاری و بسط و گسترش آن، به عنوان بخش پیشرو و هماهنگ‌کننده سایر سیاست‌ها، توانسته‌اند به توسعه همه جانبه نائل آیند.

ایران مانند سایر کشورها این نیاز را در خود می‌بیند که باید از سیاست‌های تجاری بیش از پیش بهره گیرد، بنابراین در این مسیر، همانند سایر کشورها به اجرای برنامه‌ها و سیاست‌هایی در زمینه تجارت، دست زده است، اما به دلیل برخی از مسائل، از جمله وابستگی به درآمدهای نفتی و بحران‌های به وجود آمده، نتوانسته در طی ۵۰ سال گذشته به توسعه برسد. از این رو این پژوهش درصدد است تا با بررسی دقیق سیاست‌های تجاری ایران در حدود ۵۰ سال گذشته و با دسته‌بندی این سیاست‌ها در راهبردهای برون‌گرا و درون‌گرا، جهت‌گیری این سیاست‌ها را به صورتی دقیق و بر مبنای شاخص‌ها و معیارهای موجود تعیین نماید، که در میان شرایط خاص دهه ۸۰ از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

هدف این پژوهش ارائه تصویری روشن از پیشینه و وضعیت کنونی جهت‌گیری سیاست‌های بازرگانی خارجی و یافتن دلایل ناکامی این سیاست‌ها و شناسایی نقاط قوت و ضعف است تا بتوان با شناسایی آن‌ها، به آسیب‌شناسی سیاست توسعه‌ای ایران پرداخت و زمینه را برای برنامه‌ریزی درست در آینده فراهم ساخت.

فصل اول
کلیات

۱.۱. مقدمه

بازرگانی بین‌الملل، از دیر باز در توسعه اقتصادی جهان نقش داشته است و پیدایش صنایع و پیشرفت علوم و فنون و سیر سریع تمدن، با انگیزش تجارت و شتاب بخشی به سرمایه‌گذاری خارجی، اهمیت آن را دو چندان نموده است. هر ملتی جهت تحقق آرمان‌های خود که مهم‌ترین آن، داشتن سرزمینی برخوردار از رفاه و آبادانی است، در جستجوی راهبردها و راهکارهای عملی برای سرعت بخشیدن به روند رشد و توسعه اقتصادی خود است. یکی از این گزینه‌های راهبردی نحوه نگرش به مجموعه سیاست‌های بازرگانی در اقتصاد است. ارتباط این مبحث و توسعه اقتصادی در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم و به ویژه در دهه ۱۹۶۰ در کشورهای کمتر توسعه یافته به عنوان یکی از اساسی‌ترین مباحث اقتصادی مطرح گردید. کشورهای کمتر توسعه یافته از طریق تجارت، کمک‌های بین‌المللی، سرمایه‌گذاری خارجی به بازارهای صادراتی، سرمایه و تکنولوژی که لازمه توسعه هر اقتصاد است، دست می‌یابند.

تفسیر سنتی که برای این موضوع وجود دارد، حاکی از آن است که تجارت بین‌المللی، توابع تولید موجود را تغییر شکل می‌دهد و بهره‌وری اقتصاد را در طی زمان بالا می‌برد، حال اگر تجارت ظرفیت توسعه را افزایش دهد، در این صورت هر قدر حجم تجارت بیشتر و وسیع‌تر گردد، ظرفیت‌های بالقوه توسعه اقتصادی، چه در زمینه انتقال فناوری و چه در زمینه تحرکات بین‌المللی سرمایه به نحو بهتری فراهم می‌شود.

اعتقاد به این که نظام تجارت بین‌الملل بر اساس یک کارزار اقتصادی مستمر بنا شده است و هر کشوری سعی دارد تا بر بازارهای دیگر سلطه یافته و در مقابل به حفظ بازار ملی خود بپردازد، موجب گردیده تا نیاز به شناخت کامل قواعد، سیاست‌های موجود و نقاط قوت و ضعف چه در برنامه‌ریزی و چه در عمل، برای ایجاد یک استراتژی جامع در جهت حفظ و گسترش تجارت بیش از پیش احساس شود.

در این فصل به موضوعات زیربنایی و کلیات این پژوهش از جمله بیان مسئله، اهمیت و ضرورت پژوهش در زمینه استراتژی‌های بازرگانی در ایران پرداخته می‌شود، در ادامه این فصل پرسش‌های پژوهش، روش تجزیه و تحلیل داده‌ها مطرح می‌گردد؛ نهادهایی که می‌توانند از این پژوهش بهره‌گیرند معرفی می‌شوند و در انتهای این فصل اطلاعات مربوط به دوره زمانی، محدودیت‌ها و سازماندهی تحقیق ارائه می‌گردد.

۲.۱. مسئله پژوهش

تجارت خارجی در پیچه ارتباطی یک کشور با دنیای خارج است که می‌تواند تحولات بنیادی در راستای توسعه خود اتکا و پایدار را فراهم آورد و یا برعکس تمامیت، اقتدار و استقلال یک کشور را زیر سؤال برد. موفقیت در تجارت خارجی می‌تواند تضمینی برای ایجاد اشتغال گسترده در کشور باشد؛ و زمینه‌های لازم برای مقابله با همه‌های مختلف کشورهای رقیب در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی را فراهم آورد.

حال با توجه به سودمندی تجارت، موضوعی که مطرح است، این است که کشور ایران، در پنج دهه گذشته چه نوع سیاست‌های تجاری را برای دستیابی به توسعه اقتصادی به کار گرفته و تا چه میزان در به کارگیری آن‌ها موفق بوده است، این شناخت می‌تواند به آسیب شناسی سیاست توسعه‌ای کشور کمک نماید و شرایط را برای بهبود برنامه‌ریزی در آینده فراهم آورد.

از این رو این پژوهش درصدد است تا با بررسی دقیق سیاست‌های تجاری ایران در حدود پنج دهه گذشته و با دسته‌بندی این سیاست‌ها، در راهبردهای درون‌گرا و برون‌گرای بازرگانی، جهت‌گیری این سیاست‌ها را به صورتی دقیق‌تر و بر مبنای شاخص‌ها و معیارهای موجود تبیین نماید. در این میان، شرایط خاص نیمه دوم دهه ۱۳۸۰ بسیار حائز اهمیت است.

۳.۱. ضرورت پژوهش

رشد و توسعه اقتصادی از اصلی‌ترین اهداف اقتصادی هر کشوری است که تأمین این هدف بدون داشتن برنامه‌ریزی منسجم و اتخاذ سیاست‌های هماهنگ و سازگار در بخش‌های مختلف اقتصادی از جمله بخش تجارت میسر

نیست. نبود برنامه مشخص و عدم انتخاب به موقع برنامه‌ها اغلب موجب می‌گردد، سیاست‌ها یا به صورت موازی اجرا شده و یا روندی بر خلاف یکدیگر طی کنند.

ایران مانند بسیاری دیگر از کشورهای جهان در جهت دستیابی به توسعه اقتصادی، سیاست‌های تجاری مختلفی را به کار گرفته است، که بسته به شرایط و بحران‌های پیش آمده در برخی موارد، از مسیر اصلی در نظر گرفته شده منحرف گشته است و این انحراف موجب گردیده، کشور با مشکلاتی نظیر افزایش بی‌رویه واردات، کسری در تراز پرداخت‌ها، کاهش توان رقابتی، نبود انگیزه کافی برای صادرات و... رو برو گردد.

شناسایی راهبردهای به کار گرفته شده در ایران و طبقه بندی آن، می‌تواند در گام‌هایی بعدی برنامه‌ریزی در جهت توسعه موثر باشد و از ایجاد خلا سیاستی به واسطه نبود شناخت کافی عملکرد برنامه‌های گذشته جلوگیری نماید.

از این رو تلاش برای ارائه تصویری روشن، از پیشینه و وضعیت کنونی جهت‌گیری سیاست‌های بازرگانی خارجی برای یافتن دلایل ناکامی سیاست‌ها و شناسایی نقاط ضعف و قوت ضروری است.

۴.۱. اهداف پژوهش

هدف این پژوهش، ارائه تصویری نسبتاً جامع از پیشینه و وضعیت کنونی جهت‌گیری سیاست‌های بازرگانی خارجی و همچنین بیان پیشنهادهایی در زمینه سیاست‌های بازرگانی در جهت رسیدن به توسعه اقتصادی در ایران است. در این رهگذر، راهبردهای اجرا شده با برنامه و بدون برنامه با در نظر گرفتن آماج‌ها، اهداف، سیاست‌ها و اقدامات گذشته و کنونی بررسی می‌گردد.

۵.۱. پرسش‌های پژوهش

در روند این پژوهش، سعی خواهیم کرد که برای سؤالاتی که در زمینه سیاست‌های بازرگانی مطرح می‌گردد پاسخی بیابیم، سؤالات اصلی این پژوهش به قرار زیر است:

۱. گرایش برنامه‌های توسعه پیش و پس از انقلاب نسبت به راهبردها و سیاست‌های تجاری چگونه بوده است؟
۲. در یک دهه اخیر گرایش سیاست‌های تجاری چگونه بوده و چه تغییرات عمده‌ای نسبت به دهه‌های قبلی در آن مشاهده می‌شود؟

۶.۱. فرضیات پژوهش

از آنجا که این پژوهش جنبه کاربردی دارد، نیازی به طرح فرضیه نیست و بررسی‌ها در راستای پاسخگویی به سؤالات انجام می‌شود.

۷.۱. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای بخش ادبیات نظری، پژوهش به صورت کتابخانه‌ای صورت می‌گیرد و برای بخش یافته‌های تجربی به بررسی شاخص‌های موجود و مقایسه آن‌ها پرداخته می‌شود.

برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش ادبیات نظری، از منابع کتابخانه‌ای و مقالات موجود در پایگاه‌های علمی و برای بخش یافته‌های تجربی از داده‌های بانک مرکزی، مرکز آمار، گمرک جمهوری اسلامی ایران و داده‌های بانک جهانی در طی دوره ۱۳۳۸ تا ۱۳۹۰ و از داده‌های موسسه فریزر و بنیاد هریتج برای دوره زمانی ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۰ استفاده شده است.

۸.۱. نهادها یا مؤسساتی که می‌توانند از یافته‌های این پژوهش بهره‌گیرند

با توجه به نتایج تحقیق که در واقع شناسایی جهت‌گیری راهبردها و سیاست‌های بازرگانی خارجی ایران است، دستگاه‌های متعددی می‌توانند از نتایج تحقیق، در راستای سیاست‌گذاری اقتصادی و بازرگانی کشور استفاده کنند. از جمله این دستگاه‌ها، نهاد ریاست جمهوری، وزارت صنعت، معدن و تجارت و وزارت امور اقتصادی و دارایی می‌باشند.

۹.۱. اطلاعات مربوط به پژوهش

جامعه آماری این مطالعه، کشور ایران و بازه زمانی مورد بررسی سال ۱۳۳۸ تا ۱۳۹۰ می‌باشد.

۱۰.۱. محدودیت‌های تحقیق

محدودیت در آمار و اطلاعات مورد نیاز، به دلیل طولانی بودن بازه زمانی مورد استفاده و همچنین عدم ارائه این آمار و اطلاعات از یک منبع، همراه با وجود مغایرت در آمار ارائه شده توسط سازمان‌های مربوطه (مرکز آمار ایران، بانک مرکزی، گمرک جمهوری اسلامی ایران، سازمان توسعه تجارت) موجب گردید تا برخی موارد نتوان به

داده‌های آماری اعتماد کرد و با توجه به این نکته، در مواردی تنها با توجه به یک منبع آماری قضاوت صورت گرفته است.

در این پایان‌نامه به علت در دسترس نبودن آمار دقیق میزان تولید ناخالص داخلی و برخی دیگر از آمارها از بررسی عملکردی برنامه اول عمرانی صرف نظر شده و در مورد برخی شاخص‌ها بازه زمانی کوتاه‌تری در نظر گرفته شده است.

۱۱.۱. سازماندهی تحقیق

تحقیق حاضر در شش فصل تنظیم گردیده است. در فصل اول، کلیاتی در مورد اهمیت و ضرورت پژوهش، پرسش‌ها، روش انجام و گردآوری داده‌ها و محدودیت‌های موجود اطلاعاتی بیان شده است.

فصل دوم، به بررسی ادبیات موضوع و مبانی نظری تجارت خارجی اختصاص دارد. ضمن آنکه تاریخچه تجارت و پیشینه موضوع نیز مورد بررسی قرار گرفته است.

در فصل سوم کشورهای کره جنوبی، مکزیک، مالزی، برزیل، هند، شیلی و چین از لحاظ روند سیاست‌گذاری تجاری مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

در فصل چهارم که در جهت پاسخگویی به سؤال اول پژوهش نگارش شده است، روند قانون‌گذاری در زمینه سیاست‌های بازرگانی در طی برنامه‌های عمرانی و توسعه‌ای کشور مورد بررسی قرار گرفته است.

در فصل پنجم به بررسی عملکرد کشور با استفاده از شاخص‌های موجود در زمینه تجارت پرداخته شده و این فصل نیز در جهت پاسخگویی به سؤال دوم پژوهش نگارش شده است.

و سرانجام در فصل ششم، همراه با جمع‌بندی و چکیده‌ای از نتایج به دست آمده طی فصول مختلف تحقیق، نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده صورت گرفته است.

فصل دوم
ادبیات موضوع

۱,۲. مقدمه

نظریه‌های مرسوم تجارت بین‌الملل به طور کلی به موضوع تجارت، به عنوان راهی برای استفاده و بهره‌برداری کشورها از تفاوت‌های موجود بین آن‌ها می‌نگرد. با گذر زمان، هنوز این حقیقت به قوت خود باقی است که ویژگی‌های اصلی و اساسی کشورها الگوی تجارت بین‌الملل را شکل داده است. اما دیگر به تجارت به عنوان یک بخش منفصل از سایر بخش‌ها در اقتصاد نمی‌توان نگرست، بلکه با توجه به اهمیت و ارتباط آن با سایر بخش‌های اقتصادی، می‌توان آن را بخشی پیشرو در رشد و توسعه محسوب کرد. دیگر مشکل امروزه کشورهای در حال توسعه این نیست که آیا باید تجارت کنند یا خیر؟ بلکه مشکل این است که با چه کالاهایی تجارت کنند و این تضمین را به دست آورند که این تجارت مطلوب است.

روند تکامل تجارت نشان می‌دهد که در قرن حاضر، بخش بزرگی از صادرات کشورهای توسعه یافته، مربوط به صادرات کالاهای صنعتی است که توانسته حجم وسیعی از تولید این کشورها را به خود اختصاص دهد. این کشورها نشان داده‌اند در توسعه خود علاوه بر دیگر بخش‌های اقتصادی، به بخش تجارت نیز بها داده‌اند و با به‌کارگیری راهبردها و سیاست‌های تجاری در جهت اهداف توسعه‌ای به پیشرفت و توسعه سریع‌تر نائل آمده‌اند و از تجارت خود در زمینه‌های دیگر از جمله توسعه کشاورزی و خدمات بهره‌برده‌اند، که این خود اهمیت تجارت و به‌کارگیری راهبردها را بیش از پیش مشخص می‌سازد.

اما آنچه که در ادبیات اقتصادی به عنوان راهبرد تجاری شناخته شده، عبارت است از کلیه تدابیر و روش‌هایی که کشوری برای تنظیم روابط اقتصادی افراد ساکن در قلمرو ملی خود، در چارچوب اهدافی معین با سایر کشورها اتخاذ می‌کند و به صورت نسبی یا مطلق اعمال می‌کند، این راهبردها شامل عناصر ذهنی و عینی می‌باشند که از سویی نظریات تجارت را در بر گرفته و تاکتیک‌ها و تکنیک‌هایی را لحاظ کرده و از سویی دیگر بر حسب نظام سیاسی و اقتصادی حاکم و مقتضیات زمانی بوده و بر این مبنا در هر کشور مجموعه‌ای از سیاست‌ها، که شامل تحدید یا تشویق مبادلات در درجات گوناگون است به کار گرفته می‌شود.

هدف این فصل بررسی نظریه‌های تجارت و نحوه شکل‌گیری راهبردهای تجاری است که با توجه به کارهای انجام شده گذشته، می‌تواند مسیری را برای شناسایی راهبردهای به کار رفته در ایران نشان دهد.

ابتدای فصل دوم به تعریف واژگان کلیدی و بررسی پیشینه پژوهش اختصاص دارد. در ادامه نظریه‌های تجارت، زمینه پیدایش نظریات جدید تجاری، اهمیت زمان و نقش آن در توسعه به وسیله تجارت و بررسی سیاست‌های تجاری و راهبردهای موجود اشاره و در انتها به جمع‌بندی این فصل پرداخته می‌شود.

۲.۲. تعریف واژگان کلیدی

- تجارت خارجی^۱

در بیشتر متون اقتصادی تجارت خارجی به معنی مبادله کالا و خدمات میان کشورهای مختلف تعبیر شده است (فرهنگ، ۱۳۵۴) و (گلریز، ۱۳۸۰)؛ و به بررسی صادرات و واردات و تجزیه و تحلیل آن می‌پردازد.

- توسعه صادرات^۲

توسعه صادرات عبارت است از تدابیری که برای بهبود کیفیت و افزایش مقدار صادرات و یافتن بازارهای جدید برای صادرات اندیشیده می‌شود (فرهنگ، ۱۳۵۴). در برخی منابع، تعابیر دیگری نظیر گسترش صادرات و تشویق صادرات (آرام، ۱۳۷۸) و حمایت از صنایعی که عمدتاً برای صدور کالا به خارج تاسیس می‌شوند، عنوان می‌شود. این رهیافتی است که برخی از کشورها برای توسعه اقتصادی خود برگزیده‌اند. از جمله آن می‌توان هنگ‌کنگ، تایوان و سنگاپور را نام برد (گلریز، ۱۳۸۰).

- جانشینی واردات^۳

^۱. Foreign Trade

این واژه در فرهنگ توصیفی اصطلاحات پول بانکداری و مالی بین‌الملل معادل واژه International Trade به کار رفته است.

^۲. Export Promotion

^۳. Import Substitution