



تبیین جایگاه نظریه های تجارت بین الملل در اقتصاد مقاومتی

اعظم عبدالهی^۱، مصطفی کریم زاده^۲

چکیده:

اقتصاد مقاومتی، راهکاری است که از سوی مقام معظم رهبری برای سر و سامان دادن به وضعیت اقتصادی ایران مطرح شده است. اقتصاد مقاومتی به معنی تشخیص حوزه‌های فشار و متعاقباً تلاش برای کنترل و بی‌اثر کردن آن تاثیرها می‌باشد و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت است. از سویی، به نظر دیدگاه طرفداران تجارت بین الملل، گسترش مبادلات خارجی یک راهبرد توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. در ادبیات بازرگانی بین المللی این رویکرد را سیاست برون گرا می‌نامند. پیروان جهانی شدن نیز امروزه بر همین دیدگاه اصرار داشته و تجارت آزاد را راهکاری مناسب برای توسعه اقتصادی کشورها می‌دانند. نظریات تجارت بین الملل اعم از سنتی و جدید راهکارهایی را برای توسعه تجارت مطرح می‌کنند. اما در شرایط تحریم و وضعیت خاص ایران این نظریات چه جایگاهی دارند؟ به همین دلیل هدف این پژوهش این است که جایگاه نظریات تجارت بین الملل در اقتصاد مقاومتی را بررسی کند. در این پژوهش، روش کار کتابخانه ای است، که با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی با تکیه بر مبانی نظری در پی یافتن پاسخ به سوالات خود می‌باشد. تحقیقات نشان می‌دهد که تنها در صورت اجرای کامل مولفه های اقتصاد مقاومتی و عمل به سخنان رهبر معظم انقلاب است که می‌توانیم به تحقق اهداف تعیین شده در سند چشم انداز امیدوار باشیم. بنابراین اقتصاد مقاومتی، اقتصادی راهبردی و استراتژیک است که در همه شرایط برای رسیدن به سطوح عالی برنامه دارد.

کلید واژه: اقتصاد مقاومتی، نظریه های تجارت بین الملل، مولفه های اقتصاد مقاومتی

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد علوم اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد a.abdollahi9092@gmail.com

^۲ استادیار دانشکده اقتصاد دانشگاه فردوسی مشهد m.karimzadeh@um.ac.ir



کنفرانس ملی تحلیل راهبردی دیدگاه‌های مقام معظم رهبری در اقتصاد و مدیریت
(حاضر: اقتصادی، اقتصاد مقاومتی)
دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان - یازدهم اسفندماه ۱۳۹۳

Explaining the Position of the International Trade Theories in Economic Resistance

Azam Abdollahi³, Mostafa Karimzadeh

Abstract:

Economic resistance is a strategy that has been proposed from the leader to boost the country's economic situation. Economic resistance means identify areas of the hustle and subsequently trying to control and escape it, and under ideal conditions become such pressures to the opportunity. On the other hand, to thought of the fan perspective of international trade, foreign trade development is a strategy of economic development. In the literature on international trade this approach called extrovert. Adherents of globalization insist on this view nowadays and know free trade a way to countries economic development. International trade theories, both old and new, proposed strategy for the development of trade. But what place this opinions in terms of the sanctions and the specific situation of Iran? For this reason the objective of this research is that does check the position of the international trade theories in economic resistance. In this research, methods is the library, using descriptive analytical method of relying on theoretical foundations in the wake of finding answers to the questions itself. Research shows that only in the case of the full implementation component of the economic resistance and the action to the remarks by the leader is that we can hope to achieve the goals of specified in the Indus vision. So economic resistance is guideline economic and strategic that have the program in the all of circumstances to achieve higher levels.

KEYWORDS: *Economic resistance, The theory of international trade, components of economic resistance*

³ Master student of economic sciences, Ferdowsi University of Mashhad, a.abdollahi9092@gmail.com



مقدمه:

بعد از پیروزی انقلاب اسلامی ایران استکبار جهانی پایگاه خود را در ایران از دست داد، بنابراین با تحمیل جنگی ناخواسته می‌خواستند این پایگاه را مجدداً بدست آورند اما ناکام ماندند. به همین دلیل دست به تحریم علیه ایران اسلامی زدند و هدفشان از این تحریم‌ها ناکام گذاشتن ایران در رسیدن به شعار واقعی انقلاب یعنی استقلال و رسیدن به خودکفایی است. در این برهه رهبر معظم انقلاب از طرحی به نام اقتصاد مقاومتی نام بردند. ایشان در بیانات خود در دیدار با جمعی از کارآفرینان کشور در تاریخ ۱۳۸۹/۶/۱۶ برای نخستین بار اقتصاد مقاومتی را مطرح کرده و بیان کردند که ماباید یک اقتصاد مقاومتی واقعی در کشور پدید بیاوریم. ایشان سال ۱۳۹۰ را سال جهاد اقتصادی، سال ۱۳۹۱ را سال تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه داخلی، سال ۱۳۹۲ را سال حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی، سال ۱۳۹۳ را سال اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی نامیدند.

ظاهراً اصطلاح اقتصاد مقاوم اولین بار در سال ۲۰۰۵ پس از محاصره غزه توسط اسرائیل وارد ادبیات اقتصادی جهان شد. با تحریم‌هایی که اسرائیل بر غزه وارد کرده بود، غزه در امکان صادرات و امکان کشت بسیاری از محصولات کشاورزی محدود شد. و به همین دلیل ضوابط و معیارهای حاکم بر مفهوم اقتصاد مقاومتی شناسایی گردید. اقتصاد مقاومتی به معنی تشخیص حوزه‌های فشار و متعاقباً تلاش برای کنترل و بی‌اثر کردن آن تاثیرها می‌باشد و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت است همچنین برای رسیدن به اقتصاد مقاومتی باید وابستگی‌های خارجی کاهش یابد بر تولید داخلی کشور و تلاش برای خوداتکایی تاکید گردد. پس از تشدید تحریمها علیه ایران در سالهای اخیر این شیوه توسط حکومت ایران ترویج می‌شود و در اقتصاد مقاومتی هدف استفاده از توان داخلی و مقاومت در مقابل تحریمها با ایجاد کمترین بحران است.

مقام معظم رهبری اقتصاد مقاومتی را اقتصادی خواندند که در شرایط فشار، تحریم، دشمنی‌ها و خصومت‌های شدید می‌تواند تعیین کننده رشد و شکوفایی کشور باشد و برای چنین اقتصادی ارکانیبه این شرح برشمردن: تحرک و پویایی، توانایی مقاومت در برابر عوامل تهدید زاء، تکیه بر ظرفیت‌های داخلی، همت و مدیریت جهادی، مردم محوری، تامین امنیت اقلام راهبردی و اساسی به ویژه غذا و دارو، کاهش وابستگی به درآمد فروش نفت، اصلاح الگوی مصرف، فساد ستیزی و دانش‌محوری.

برخی از اقتصاددانان بر این باورند که باز شدن مرزهای کشور به روی یکدیگر و گسترش داد و ستدهای برون مرزی، منابع اقتصادی ملت‌ها را به سوی فعالیت‌هایی که بهره‌وری بالاتری دارند هدایت نموده و روند رشد و توسعه آن‌ها را سرعت می‌بخشد. از نظر دیدگاه طرفداران تجارت بین الملل، گسترش مبادلات خارجی یک راهبرد توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. در ادبیات بازرگانی بین المللی این رویکرد را سیاست برون‌گرا می‌نامند. پیروان جهانی شدن نیز امروزه بر همین دیدگاه اصرار داشته و تجارت آزاد را راهکاری مناسب برای توسعه اقتصادی کشورها می‌دانند. نظریات تجارت بین الملل اعم از سنتی و جدید راهکارهایی را برای توسعه تجارت مطرح می‌کنند.



کنند. اما در شرایط تحریم و وضعیت خاص ایران این نظریات چه جایگاهی دارند. به همین دلیل این پژوهش به این موضوع می پردازد که جایگاه نظریات تجارت بین الملل در اقتصاد مقاومتی چیست؟ در این پژوهش، روش کار کتابخانه ای است، که با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی با تکیه بر مبانی نظری در پی یافتن پاسخ به سوالات خود می باشد.

این مقاله در سه بخش تنظیم شده است: بخش اول پیشینه تحقیق، بخش دوم مبانی نظری شامل نظریه های تجارت بین الملل، تعریف اقتصاد مقاومتی و مولفه های اقتصاد مقاومتی در بیانات رهبری و بخش سوم نتیجه گیری می باشد.

۱. پیشینه تحقیق:

آقا (۲۰۱۱)، طی مقاله ای با عنوان چند معیار مدل برنامه ریزی محصول مبتنی بر اقتصاد مقاومتی: توصیف وضعیت نوار غزه، بیان می کند که از سال ۲۰۰۶ که غزه در محاصره است، شرایطی به وجود آمده که هم صادرات و هم واردات آزاد نیست بنابراین اقتصاد مقاومتی مطرح شد تا بتوان پاسخگوی نیازهای مردم بود. این مقاله یک تحلیل سلسله مراتبی را برای تصمیم گیری طرح کشت برای نوار غزه با توجه به محدودیت های اعمال شده در شرایط تحریم انجام داده است و محصولات مختلف زراعی را رتبه بندی می کند. یافته های این مقاله اهمیت کشاورزی را به عنوان بخش از توسعه پایدار در اقتصاد مقاومتی نشان می دهد. و توصیه می کند که وزارت کشاورزی باید در فرایند کشت از اجرای اصول اولیه کشت سازگار با محیط زیست مطمئن باشد.

بریگالیو و همکار (۲۰۱۱)، طی تحقیقی با عنوان رشد و انعطاف پذیری در شرق آسیا و تاثیر آن بر رکود جهانی سال ۲۰۰۹، از اصطلاحی به نام فنریت اقتصادی برای مقابله و ایستادن در برابر شوک های خارجی استفاده می کند. در این مقاله از شاخص رشد با انعطاف پذیری براساس سه مولفه انعطاف پذیری بازار، ثبات اقتصاد کلان و الگوهای رشد استفاده می کند و نشان می دهد که نمره این شاخص در منطقه شرق آسیا بالاتر از اتحادیه اروپا و ایالات متحده آمریکا است و به همین دلیل این منطقه نسبت به اتحادیه اروپا و ایالات متحده آمریکا تاثیر کمتری از رکود جهانی ۲۰۰۹-۲۰۰۸ گرفته است. این مطالعه نشان می دهد که با دو مولفه ثبات اقتصاد کلان و انعطاف پذیری بازار کشور قادر خواهد بود که در برابر شوک های خارجی بهتر بایستد.

سیف (۱۳۹۱)، اصطلاح فنریت اقتصادی را مطرح می کند و بیان می دارد که این اصطلاح نزدیکترین تعبیر به اقتصاد مقاومتی از دیدگاه رهبری است. وی فنریت اقتصادی را به توان سیاست ساخته یک اقتصاد برای بهبود آثار شوک های برون زای مخرب تعریف می کند. دو راهبرد فنریت اقتصادی شامل مدیریت بهبود و اقدامات تسکینی است که هر دو می توانند فنریت اقتصادی ذاتی را ارتقا دهند و هر یک در سه سطح خرد، میانی و کلان قابلیت پیاده سازی دارند. می توان الگوی اقتصاد مقاومتی ایران را با چهار مولفه اساسی شامل رشد اقتصادی، عدالت



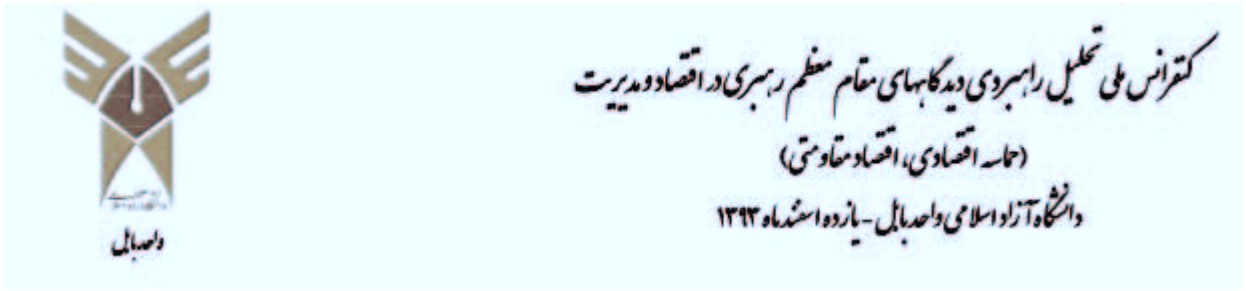
اقتصادی، ثبات اقتصادی و فنریت اقتصادی پیشنهاد کرد. راهبردهای فنریت اقتصادی شامل موارد چهار گانه راهبردهای بازدارندگی، راهبردهای خنثی سازی، راهبردهای جذب و ترمیم و راهبردهای پخش و تضعیف است. نکته مهم این است که در اقتصاد ایران مجموعه ای از همه راهبردهای چهار گانه باید همزمان و متناسب با موارد مختلف به کار گرفته شود.

میر معزی (۱۳۹۱)، با بیان دیدگاه های اقتصاد مقاومتی، اقتصاد مقاومتی را از دیدگاه ایشان شکل خاصی از نظام اقتصادی اسلام می داند. وی بیان می کند که در وضعیت تهدید دو تغییر عمده باید رخ دهد: ۱. در بین هدف های نظام اقتصاد اسلامی، هدف استقلال اقتصادی باید در ضمن هدف امنیت اقتصادی قرار گیرد و بر هدف های دیگر اولویت یابد. ۲. جهاد اقتصادی بر مسئولان کشور و مردم واجب شود و از این راه بستر مناسب برای نتیجه بخشی سیاست های کلی استقلال اقتصادی و تبدیل تهدیدها به فرصت ها فراهم می آید.

ممبینی (۱۳۹۱)، پس از ارائه تعریف هایی از اقتصاد مقاومتی، مهمترین مولفه های اقتصاد مقاومتی را با توجه به بیانات رهبری شناسایی می شود. وی بیان می کند که اقتصاد مقاومتی مختص زمان تحریم و جنگ نیست، بلکه یک چشم انداز بلندمدت پیش روی اقتصاد ایران است، اقتصاد مقاومتی به مفهوم شکوفایی اقتصاد و رفع مشکلات موجود در زیر بخش های اقتصادی برای جلوگیری از امتیاز دهی به دشمنان و بهبود سطح رفاه عموم مردم است و این امکان را به جامعه اسلامی می دهد تا همه فشارهای سلطه گران را تحمل کرده و آن ها را پس زند.

حسین زاده بحرینی (۱۳۹۲)، اقتصاد مقاومتی را اقتصادی که مدیریت آن مدیریتی راهبردی و همه جانبه نگر است، تعریف می کند. وی بیان می کند که اصطلاح علمی و پر ظرفیت اقتصاد مقاومتی را نباید با مفهومی ناقص و کوتاه مدتی مثل مقاومت اقتصادی تقلیل داد. در این مقاله بیان می شود که مقام معظم رهبری تلاش می کنند که دیوار غیرت ملی را در کنار دیوار تعرفه قرار دهند. آستانه پذیرش مردم نسبت به کالای داخلی، برخورداری آن کالا از حداقل معقول و متعارفی از کیفیت است.

محمدی مقدم و همکاران (۱۳۹۲)، به بررسی ارتباط بین اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش پرداخته اند. آن ها با استفاده از استراتژی پیمایش، از ابعاد مدیریت دانش، اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی، پرسشنامه ای برای گردآوری اطلاعات در میان ۱۰۰ نفر از کارآفرینان و صنعتگران شهرک صنعتی سلیمی، واقع در شهر تبریز تهیه کرده اند. برای تحلیل داده ها از روش همبستگی پیرسون، استفاده شده است. نتایج نشان می دهد که اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش دارای رابطه مثبت و معناداری با یکدیگرند. براین اساس، سازمان های دولتی برای گذار از تاخیر در ارائه خدمات و نارضایتی ارباب رجوع، باید ضمن پایبندی به ابعاد اقتصاد مقاومتی، از ابزارهایی چون مدیریت دانش به مثابه بستری برای تشویق گرایش های کارآفرینانه افراد استفاده کنند.



در زمینه اقتصاد مقاومتی تحقیقات زیادی شده است، که در بالا چند مورد از آن‌ها بیان شد. اما در حوزه تجارت بین الملل و جایگاه آن در اقتصاد مقاومتی تحقیقی صورت نگرفته است. به همین دلیل این مقاله به این حوزه پرداخته است.

۲. مبانی نظری:

الف. نظریه های تجارت بین الملل:

۱. دیدگاه سوداگران:

سوداگری^۴ در قرون ۱۷ و ۱۸ نظریه حاکم بر تجارت بود. سوداگران اعتقاد داشتند که یک کشور باید تلاش کند تا با صادرات بیشتر نسبت به واردات، ثروتمند تر و قدرتمند تر شود. آن‌گاه مازاد صادرات خود را به صورت فلزات قیمتی، به ویژه طلا و نقره، نگهداری کند. وجود طلا و نقره بیشتر در دست یک کشور قدرت و ثروت بیش تری برای آنها به همراه می آورد. بنابراین، دولت باید تمام تلاش خود را صرف تشویق صادرات و محدود کردن واردات (به ویژه واردات کالاهای مصرفی تجملی) کند. متناسب با این دیدگاه مرکانتیلیست‌ها از دخالت دولت در اقتصاد و تجارت خارجی در راستای کنترل واردات و افزایش مازاد تراز پرداخت‌ها پشتیبانی می کردند. به هر حال از آنجا که همه کشورهای به طور همزمان نمی توانند مازاد تجاری مثبت داشته باشند و ذخایر طلا و نقره نیز در هر لحظه از زمان مقدار ثابتی است، یک کشور تنها به ضرر سایر کشورها می تواند منفعتی به دست آورد. بنابراین سوداگران، مدافع ناسیونالیسم اقتصادی هستند و اعتقاد دارند که منافع ملی یک کشور در هر صورت با منافع سایر کشورها در تضاد است. سوداگران ثروت کشوری را با مقدار فلزات قیمتی تحت مالکیت آن کشور می سنجند. برعکس، امروزه ما ثروت یک ملت را با ذخایر انسانی، سرمایه های انسان ساخت و منابع طبیعی موجود برای تولید کالاها و خدمات اندازه گیری می کنیم. هر چه مقدار ذخایر این منابع مفید بیش تر باشد، جریان کالاها و خدمات تولید شده به منظور ارضای خواسته های مردم بیش تر است و در نتیجه سطح زندگی و رفاه مردم بالاتر خواهد بود (سالواتوره، ۱۳۸۸، ص ۳۸). پس از پیدایش مکتب کلاسیک، این نظریه مورد انتقاد بسیاری از اقتصاد دانان از جمله دیوید هیوم^۵ قرار گرفت و منجر به این شد که مازاد تراز بازرگانی یک کشور نمی تواند امری دائمی باشد، زیرا باعث افزایش حجم پول، بالا رفتن تقاضا و گران شدن کالاها برای خریداران خارجی و در نهایت کاهش صادرات آن کشور می گردد (دینی ترکمانی، ۱۳۹۱، ص ۱۰۰).

^۴Mercantilism

^۵David Hume

۲. نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت^۶ (۱۷۷۶):

طبق نظریه آدام اسمیت تجارت بین دو کشور براساس مزیت مطلق انجام می شود. وقتی یک کشور کالایی را با کارایی بیشتر نسبت به کشور دیگر تولید می کند (یا مزیت مطلق دارد) و کالای دوم را نسبت به کشور دیگر با کارایی کمتر تولید می کند (یا عدم مزیت مطلق دارد)، در این صورت هر دو کشور با تخصص در تولید کالایی که در آن مزیت مطلق دارند و مبادله آن با یکدیگر منفعی به دست می آورند. در این فرایند، منابع و عوامل تولید با کارآمدترین روش مورد استفاده قرار می گیرند و تولید هر دو کالا افزایش می یابد. این افزایش در تولید هر دو محصول، منافع حاصل از تخصص است که از طریق مبادله بین دو کشور تقسیم خواهد شد. پس هر کشور باید از تخصص در تولید کالایی که در آن مزیت مطلق دارد و سپس مبادله آن با کشور دیگر سود ببرد (سالواتوره، ۱۳۸۸، ص ۴۱). به هر حال نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت فقط بخش کوچکی از تجارت جهانی امروز را می تواند تفسیر کند (مانند تجارت بین کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه). بخش بزرگتر تجارت جهانی به ویژه تجارت بین کشورهای توسعه یافته با نظریه مزیت مطلق قابل توضیح نیست. این وظیفه به عهده دیوید ریکاردو و نظریه مزیت نسبی او گذاشته شده است.

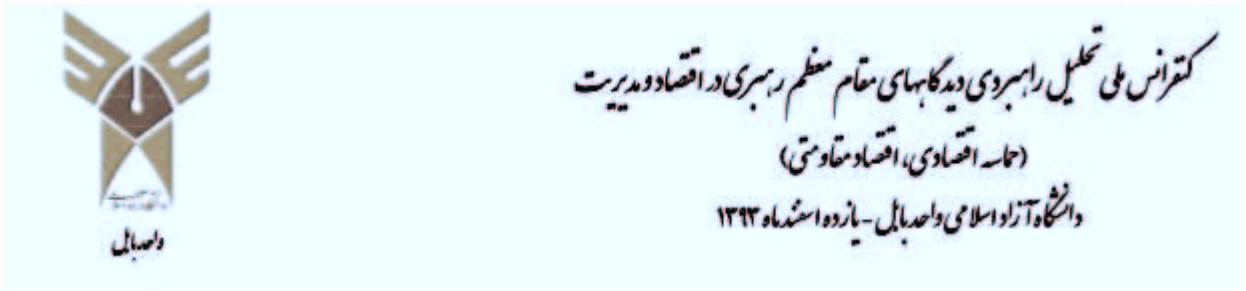
۳. نظریه مزیت نسبی^۷ دیوید ریکاردو^۸:

نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت اگرچه به درک رفتار کشورها در مبادلات بین المللی کمک ریادی کرده است، اما سوالاتی را در ذهن اقتصاد دان های پس از اسمیت مطرح کرد. یکی از این سوالات این بود که اگر یک کشور در تولید تمام کالاها نسبت به سایر کشورها برتری مطلق داشته باشد چهنقشی در مبادلات بین المللی می تواند ایفا نماید. دیدگاه اسمیت این بود که چنین کشوری نمی تواند در مبادلات خارجی منفعی به دست آورد، بنابراین احتمالاً در این مبادلات شرکت نخواهد کرد. در سال ۱۸۱۷ دیوید ریکاردو با چاپ کتاب اصول اقتصاد سیاسی و مالیات قانون مزیت نسبی را ارائه کرد، وی در این کتاب تئوری مزیت مطلق آدام اسمیت را به نقد و بررسی کشاند و به سوال فوق براساس مزیت نسبی پاسخ داد (دینی ترکمانی، ۱۳۹۱، ص ۱۰۱). بر اساس قانون مزیت نسبی حتی اگر یک کشور در تولید هر دو کالا نسبتبه کشور دیگر کارایی کمتری داشته باشد (یعنی در تولید هیچ کالایی

⁶Adam Smith

⁷The Comparative Advantage Theory

⁸David Ricardo



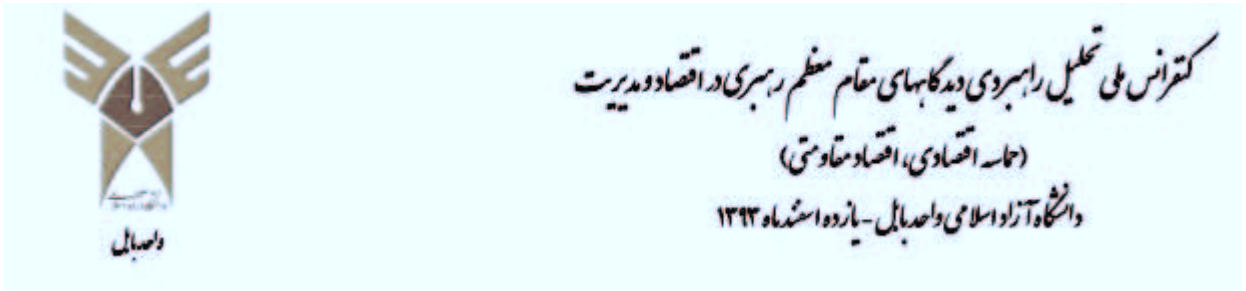
مزیت مطلق نداشته باشد) هنوز هم پایه ای برای تجارت دو جانبه سودآور وجود دارد. کشور اول باید در تولید و صدور کالایی تخصص پیدا کند که عدم مزیت مطلق کمتری دارد (کالایی با مزیت نسبی) و کالایی را وارد کند که در تولید آن عدم مزیت مطلق بیشتری دارد (کالایی با عدم مزیت نسبی). ریکاردو اعتقاد داشت که تفاوت در مزیت نسبی به دلیل تفاوت در بهره وری عوامل تولید است (سالواتوره، ۱۳۸۸، ص ۴۴).

ریکاردو قانون مزیت نسبی خود را بر تعدادی فرض ساده کننده بنا نهاده است. فرضیات او به شرح زیر است: (۱) فقط دو کشور و دو کالا وجود دارد، (۲) وجود تجارت آزاد، (۳) تحرک کامل نیروی کار در داخل هر کشور و عدم تحرک نیروی کار بین دو کشور، (۴) هزینه های ثابت تولید، (۵) هزینه های حمل و نقل صفر است (۶) تغییرات فنی وجود ندارد و (۷) نظریه ارزش کار. طبق نظریه ارزش کار، ارزش یا قیمت یک کالا فقط به مقدار نیروی کار استفاده شده در تولید آن کالا بستگی دارد. به عبارت دیگر، این نظریه می گوید: (۱) یا نیروی کار، تنها عامل تولید است یا نیروی کار در تولید همه کالاها به یک نسبت ثابت به کار می رود، (۲) نیروی کار همگن است (یعنی فقط یک نوع نیروی کار داریم). از آن جا که هیچ یک از فرضیات فوق صحت ندارد، نمی توانیم قانون مزیت نسبی را براساس نظریه ارزش کار تفسیر کنیم. البته تئوری مزیت نسبی، هنوز به قوت خود باقی است، زیرا می تواند بر اساس نظریه هزینه فرصت های از دست رفته توضیح داده شود (همان).

۴. نظریه فرصت های از دست رفته:

گوتفرد هابرلر^۹ در سال ۱۹۳۶ نظریه مزیت نسبی را براساس نظریه هزینه فرصت تفسیر کرد. در چنین حالتی قانون مزیت نسبی را قانون هزینه های نسبی می نامیم. طبق نظریه هزینه فرصت، هزینه تولید یک کالا برابر است با مقداری از کالای دوم که باید از تولید آن صرف نظر کرد تا منابع به اندازه کافی برای تولید یک واحد اضافی از کالای اول فراهم شود. در نظریه هزینه فرصت، این فرض که نیروی کار تنها عامل تولید است یا نیروی کار، همگن است وجود ندارد. علاوه بر این، فرض شده که هزینه یا قیمت یک کالا فقط به نیروی کار مورد استفاده در تولید آن کالا بستگی ندارد. در نتیجه کشوری که در تولید یک کالا هزینه فرصت کمتری دارد در آن کالا مزیت نسبی داشته و در تولید کالای دیگر عدم مزیت نسبی دارد (سالواتوره، ۱۳۸۸، ص ۵۱-۵۲). هابرلر از جمله نخستین افرادی است که بین تجارت خارجی و توسعه اقتصادی پیوند برقرار می کند منابع پویای تجارت بین الملل از نظر هابرلر به شرح زیر است:

^۹Gottfried Haberler



۱. منابع بین الملل ابزار مادی لازم را برای توسعه اقتصادی فراهم می آورد. ۲. تجارت آزاد مهمترین سیاست ضد انحصاری است. ۳. تجارت بین الملل وسیله انتشار اطلاعات و تکنولوژی است. ۴. تجارت، ماشین تحرک و جابه جایی بین المللی سرمایه از کشورهای توسعه یافته به کشورهای عقب مانده است. با توجه به مطالب بالا روشن است که هابرلر طرفدار تجارت آزاد بوده و آن را وسیله ای مهم در دستیابی به توسعه اقتصادی می داند.

۵. نظریه هکشر-اوهلین^{۱۰} (۱۹۱۹):

بر خلاف آنچه ریکاردو اعتقاد داشت تفاوت در مزیت نسبی به دلیل تفاوت در بهره وری عوامل تولید است، هکشر و اوهلین در نظریه ای که در نیمه نخست قرن بیستم ارائه کردند، نشان دادند که مزیت نسبی متأثر از روابط متقابل میان منابع کشورها (فراوانی نسبی عوامل تولید) و تکنولوژی تولید (که شدت کاربرد نسبی عوامل تولید را که با آن عوامل مختلف تولیدی در تولید کالاهای مختلف به کار گرفته می شود، تحت تاثیر قرار می دهد) است (کروگمن و موریس اوبیسفیلد، ۱۹۵۳، ص ۱۱۱) آنها نشان دادند که چنانچه توابع تولید دو کشور مشابه باشند باز هم برای هر دو کشور مزیت نسبی وجود دارد و برای هر یک از آنها مزیت در تولید کالایی است که عوامل تولید آن در کشور فراوان تر باشد. اگر در کشوری نیروی کار فراوان تر از سرمایه باشد، در شرایط ثابت تکنولوژی مزیت نسبی آن کشور در تولید فرآورده های کاربرتر می باشد زیرا نیروی کار در این کشور ارزان تر از سرمایه است و بر عکس آن کشوری که دارای سرمایه بیشتر است باید تولید خود را متوجه فرآورده های سرمایه بر نماید زیرا علی الصول سرمایه در چنین کشوری از کار ارزان تر می باشد (دینی ترکمانی، ۱۳۹۱، ص ۱۰۲)

۶. نظریه شکاف تکنولوژیک^{۱۱} (۱۹۶۱)

مزیت نسبی در عصر حاضر به معنای برخوردار بودن کشورها از منابع طبیعی نمی باشد، بلکه برخورداری از دانش و تکنولوژی است که به عنوان برتری کشورها و عامل تعیین کننده موفقیت در صحنه جهانی محسوب می شود. همزمان با تحولات ایجاد شده در تکنولوژی اطلاعاتی، نظریه های جدیدی در تجارت بین الملل ظهور کرده اند

¹⁰Heckscher-Ohlin

¹¹Technologic Gap

که نظریه شکاف تکنولوژیک (تئوری پانزر^{۱۲}) یکی از این نظریه‌ها است. براساس این نظریه وقتی محصول جدیدی توسط یک بنگاه نوآور و با استفاده از تکنولوژی مدرن در یک کشور تولید می‌شود، این کشور دارای یک موقعیت انحصاری موقت در تولید آن محصول می‌شود. به دلیل مزیت نسبی که توسط تکنولوژی جدید کسب کرده به تولید و صادرات این کالا به کشورهای دیگر می‌پردازد. سود این بنگاه باعث می‌شود سایر کشورها نیز به تقلید از کشور اول به تولید محصول روی آورند و ممکن است به واسطه داشتن نیروی کار ارزان بر بازارهای خارجی و حتی بازار کشور نوآور تسلط یابند و بدین صورت مزیت نسبی تولید کالا از کشور مبدا به کشورهای دیگر منتقل می‌شود. با توجه به این نظریه، پانزر پویایی یک کشور در عرصه مبادلات جهانی را به صورت تابعی از جریان‌ات ابداعات آن یعنی تعداد کالاهای جدیدی که در واحد زمانی معرفی می‌کند و سرعتی که با آن از ابداعات خارجی تقلید می‌کند تعریف می‌نماید. چنانچه در یک الگوی دو کشوری یکی بسیار پویاتر از دیگری باشد، کشور کمتر پویا مجبور است که هزینه واردات کالاهای جدید را به وسیله صادرات کالاهای سنتی با قیمت‌های مناسب پرداخت نماید و بنابراین قادر به انجام سرمایه‌گذاری انبوه برای مدرنیزه کردن واحدهای تولیدی و غیره برای افزایش پویایی نخواهد بود. برعکس، وقتی کشورهای مختلف دارای پویایی مشابهی هستند با توجه به اینکه ابداعات معرفی شده در هر کشور به سرعت توسط سایرین تقلید می‌شود، تجارت بین الملل می‌تواند تحریک کننده رشد کلی باشد (دینی ترکمانی، ۱۳۹۱، ص ۱۰۲).

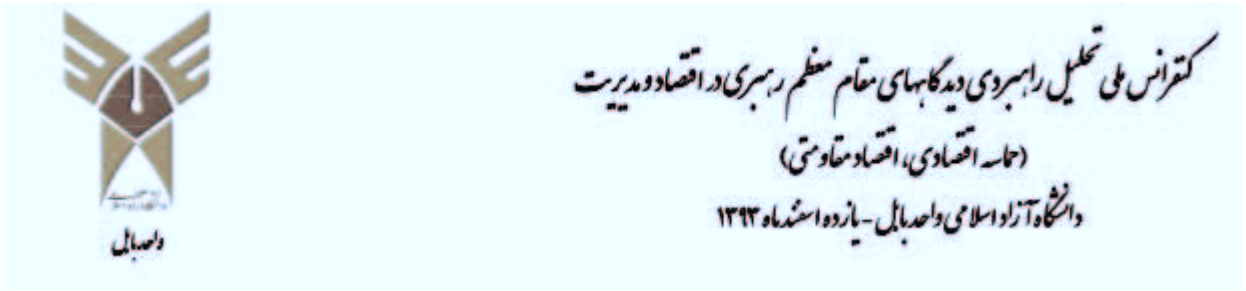
۷. نظریه چرخه تولید^{۱۳} (۱۹۶۰)

تعمیم و گسترش نظریه شکاف تکنولوژیک منجر به ارائه نظریه چرخه تولید توسط ریموند ورنون^{۱۴} در اواسط دهه ۱۹۶۰ گردید. طبق این نظریه تولید یک محصول دارای سه مرحله می‌باشد. مرحله نوزادی: در این مرحله یک محصول جدید با استفاده از نوآوری جدید و نیروی کار بسیار ماهر تولید می‌شود و کشور مبتکر انحصار موقتی در بازار کالا دارد. مرحله رشد: در این مرحله سایر کشورها با تقلید از تکنولوژی کشور اول و با بکارگیری نیروی کار نیمه ماهر شروع به تولید محصول مشابه می‌کنند و تعداد تولید کنندگان افزایش می‌یابد. مرحله بلوغ: در این مرحله تولید محصول به سطح انبوه می‌رسد و تولید کاملاً از انحصار کشور ابداع کننده خارج می‌شود. این نظریه

¹²Panzer Theory

¹³Production Cycle

¹⁴Raymony Vernon



به طور آشکار انتقال برخی از صنایع پیشرفته و به بلوغ رسیده در یک کشور را به کشورهای که هزینه های مونتاژ و تولید کالاهای صنعتی در آنها پایین است توضیح می دهد (دینی ترکمانی، ۱۳۹۱، ص ۱۰۳).

۸. نظریه مزیت های پیشتاز بودن^{۱۵} (۱۹۷۰)

بر پایه این تئوری هر کشور ممکن است تمرکز خود را بر تولید کالایی بگذارد که شرکت های تولید کننده آن کالا در آن کشور از نوع شرکت های پیشتاز در صنعت مربوطه تلقی شده و از مزیت پیشتاز بودن برخوردار می شوند. به بیان دیگر، مزیت یا برتری که یک کشور در عرصه تجارت جهانی کسب می کند ناشی از موقعیت شرکت های تولید کننده آن کشور است که به دلیل پیشتاز بودن در صنعت مورد نظر از نوعی مزیت رقابتی و استراتژیک برخوردار شده اند. این شرکت ها معمولا زودتر از سایر شرکت ها وارد بازار یا صنعت شده و با توجه به اینکه در این نوع صنعت سهم هزینه های ثابت تولید بالاست توانسته اند از مزایای ناشی از صرفه جویی مقیاس استفاده کرده و در نهایت از مزیت پیشتاز بودن برخوردار گردند. در این شرایط ورود شرکت های دیگر به بازار مشکل می شود و امکان تسلط شرکت های پیشتاز بر بازار را فراهم می نماید. این نظریه دخالت و نقش دولت در محیط بازرگانی و سیاستگذاری استراتژیک به وسیله شرکت ها را مورد تاکید قرار داده و عواملی مانند کارآفرینی و نوآوری را از عوامل موثر در کسب پیشتاز بودن می داند. صنایع هواپیماسازی از جمله صنایعی هستند که از مزیت های پیشتاز بودن بهره برده اند (دینی ترکمانی، ۱۳۹۱، ص ۱۰۳).

۹. نظریه مزیت رقابت ملی^{۱۶} (۱۹۹۰)

بر پایه این نظریه که توسط مایکل پورتر^{۱۷} ارائه شده در هر کشور چهار عامل اصلی، محیطی را شکل می دهد که در آن شرکت های محلی به رقابت پرداخته و این عوامل موجب افزایش و یا کاهش مزیت رقابتی کشور مورد نظر می گردد. این عوامل عبارتند از: ۱- برخورداری از منابع اقتصادی - طبیعی (وفور عوامل تولید) ۲- شرایط تقاضا ۳- صنایع مرتبط و حمایت کننده ۴- استراتژی و ساختار شرکت و رقابت در محیط. پورتر همچنین معتقد است که دو متغیر دیگر نیز می توانند بر این عوامل به میزان زیادی اثر بگذارد که عبارتند از شانس یا بخت و نقش دولت می

¹⁵First Mover Advantage Theory

¹⁶National Competitive Advantage

¹⁷Michael porter



باشد. (معطوفی، براری قراء، ۱۳۹۲، ص ۲۵). پورتر این عوامل را عناصر تشکیل دهنده لوزی یعنی مدل رقابتی مورد نظر خود می داند. وی چنین استدلال می کند که هنگامی شرکت ها می توانند در صنایع یا زیربخش های صنعتی به خوبی رقابت نمایند که این لوزی در وضعیت بسیار مطلوبی باشد. وی همچنین بر این باور است که این لوزی یک سیستم تقویت کننده متقابل یا خود تقویت کننده است یعنی اینکه موقعیت یا حالت هر عنصر در وضعیت سایر عناصر تاثیر می گذارد. به عنوان مثال، شرایط مطلوب تقاضا به خودی خود نمی تواند منجر به مزیت رقابتی گردد مگر اینکه وضعیت رقابتی در حدی باشد که شرکت ها نسبت به آن واکنش نشان دهند. پورتر همچنین اشاره می کند که دو متغیر شانس و نقش دولت نیز می تواند بر لوزی ملی به میزان زیادی اثر بگذارد (دینی ترکمانی، ۱۳۹۱، ص ۱۰۴).

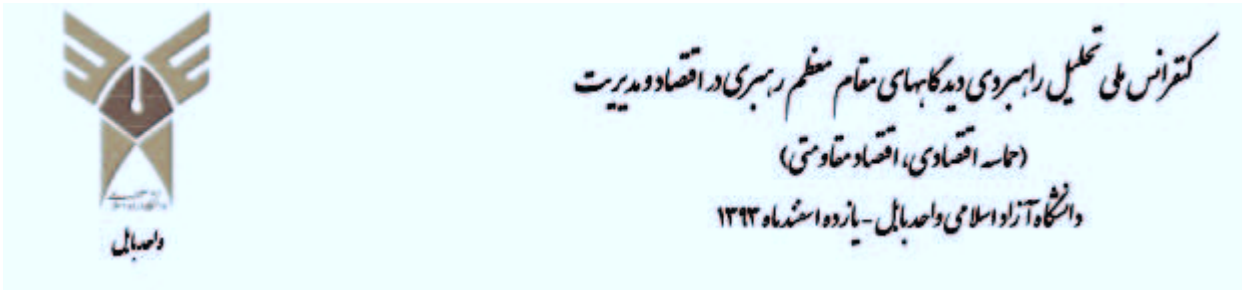
ب. تعریف اقتصاد مقاومتی

بعد از پیروزی انقلاب اسلامی ایران استکبار جهانی پایگاه خود را در ایران از دست داد، بنابراین با تحمیل جنگی ناخواسته میخواستند این پایگاه را مجدداً بدست آورند اما ناکام ماندند. به همین دلیل دست به تحریم علیه ایران اسلامی زدند و هدفشان از این تحریم ها ناکام گذاشتن ایران در رسیدن به شعار واقعی انقلاب یعنی استقلال و رسیدن به خودکفایی است. در این برهه رهبر معظم انقلاب از طرحی به نام اقتصاد مقاومتی نام بردند. ایشان در بیانات خود در دیدار با جمعی از کارآفرینان کشور در تاریخ ۱۳۸۹/۶/۱۶ برای نخستین بار اقتصاد مقاومتی را مطرح کرده و بیان کردند که ما باید یک اقتصاد مقاومتی واقعی در کشور پدید بیاوریم.

مقام معظم رهبری در تعریف اقتصاد مقاومتی می گویند: اقتصاد مقاومتی معنایش این است که ما یک اقتصادی داشته باشیم که هم روند رو به رشد اقتصادی در کشور محفوظ بماند، هم آسیب پذیری اش کاهش پیدا کند، یعنی وضع اقتصادی کشور و نظام اقتصادی طوری باشد که در برابر ترفندهای دشمنان که همیشگی و به شکل های گوناگون خواهد بود کمتر آسیب ببیند و اختلال پیدا کند (بیانات رهبری در دیدار رئیس جمهوری و اعضای هیئت دولت ۹۱/۶/۲).

اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که به یک ملت امکان می دهد و اجازه می دهد که حتی در شرایط فشار هم رشد و شکوفایی خودشان را داشته باشند. این یک فکر است، یک مطالبه عمومی است. شما دانشجو هستید، استاد هستید، اقتصاددان هستید، بسیار خوب، با زبان دانشگاهی، همین ایده اقتصاد مقاومتی را تبیین کنید، حدودش را مشخص کنید (بیانات رهبری در دیدار با دانشجویان ۹۱/۵/۱۶).

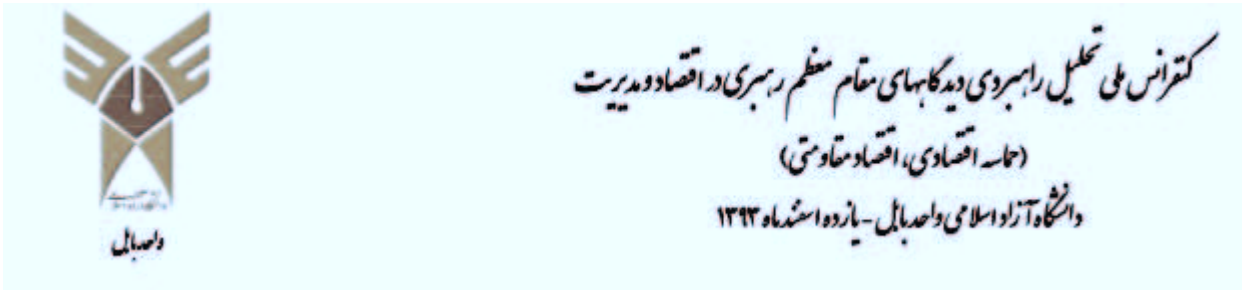
در بسیاری از نوشته ها، متأسفانه اقتصاد مقاومتی را به مقاومت اقتصادی تقلیل داده اند. علت حاکم شدن چنین رویکردی در ذهن این دسته از نویسندگان، شرایط زمانی ابداع این اصطلاح است، شرایطی که کشور از لحاظ



اقتصادی، دوران سختی را تجربه می کند. اما در واقع اقتصاد مقاومتی یک مدل و نگاه استراتژیک برای رسیدن به سطوح عالی اقتصاد است. از نگاه کسانی که اقتصاد مقاومتی را به مقاومت اقتصادی تقلیل می دهند، اگر از مرحله شدت و عسر عبور کردیم و به یسر و فراخ رسیدیم دیگر اقتصاد مقاومتی لازم نیست و کارایی نخواهد داشت. این تلقی از اقتصاد مقاومتی اشتباه و ناتمام است. در اصل ویژگی و مقوم نگاه استراتژیک، بلندمدت بودن آن است. نزدیک ترین معادل برای اقتصاد مقاومتی عبارت است از اقتصاد استراتژیک یا اقتصاد راهبردی، که از بعضی از فرمایشات مقام معظم رهبری نیز می شود همین استنباط کرد. رهبری در آسیب شناسی که از علل حرکت کند اقتصاد ایران در جهت نیل به اهداف چشم انداز داشته اند، به این جمع بندی رسیده اند که تا زمانی که نوع نگاه کارگزاران اقتصادی و سیاست گذاران و مجریان اصلاح نشود، سرعت و دقت لازم ایجاد نخواهد شد. در سند چشم انداز این گونه آمده است که ایران باید در ۱۴۰۴ در منطقه اول باشد. بعضی کشورها سند چشم انداز خود را به صورت کمی تعریف می کنند. مثلاً می گویند در ۲۰۲۰ میلادی باید درآمد سرانه یا صادرات غیرنفتی و ... به فلان عدد برسد. اگر عدد تعیین شد کار آسان است. اما در سند چشم انداز ما عدد و رقم تعیین نشده است. هدف تعیین شده ما در چشم انداز کمی نیست، رتبی است. بدین معنا که ما قرار گذاشتیم که اول بشویم. اگر بپذیریم که در محیطی زندگی می کنیم که ضرورتاً استراتژیک است و نه در خلأ، آن وقت خیلی راحت می توانیم بگوییم که دشمن هم یکی از عناصر موجود و فعال در محیط برنامه ریزی و فعالیت ماست. تحریم هم یکی از عواملی است که در این مدل هست، اما فقط تحریم نیست، فرصت ها و قوت های فراوانی در این سیستم است، چنانچه تهدیدهای دیگری غیر از تحریم نیز وجود دارد.

آنچه از فرمایشات رهبری می توان فهمید، این است که اقتصاد مقاومتی یعنی اقتصادی که با توجه به همه قوت ها و ضعف های داخلی و خارجی و تهدیدها و فرصت های بیرونی، سناریو سازی کند و برای هر شرایطی برنامه داشته باشد. اگر این گونه نگاه شود، دیگر نمی توان گفت که طول عمر اقتصاد مقاومتی شش ماه، یک سال و ... است. در نگاه استراتژیک به اقتصاد، هنر مدیران این است که تهدیدها را به فرصت تبدیل کنند. پس اقتصاد مقاومتی اقتصادی است که محیط سنج است و درون و برون را به خوبی می بیند و برای شرایطی که هر لحظه ممکن است تغییر کند، واکنش مناسبی دارد (حسین زاده بحرینی، ۱۳۹۲، ص ۱۴۰-۱۴۶).

به عبارتی اقتصاد مقاومتی باید در کوتاه مدت برای عبور از بحران و در بلند مدت برای مقاومت در برابر تهدیدات خارجی طراحی شود. اقتصاد مقاومتی مختص زمان تحریم و جنگ نیست، بلکه یک چشم انداز بلندمدت پیش روی اقتصاد ایران است، زیرا اقتصاد ایران در سایه تفکر جمهوری اسلامی همیشه آماج حملات دشمنان خواهد بود. اقتصاد مقاومتی به مفهوم شکوفایی اقتصاد و رفع مشکلات موجود در زیر بخش های اقتصادی برای جلوگیری از



امتیاز دهی به دشمنان و بهبود سطح رفاه عموم مردم است و این امکان را به جامعه اسلامی می دهد تا همه فشارهای سلطه گران و مستکبران را تحمل کرده و آن ها را پس زند.

ج. مولفه های اقتصاد مقاومتی از دیدگاه رهبری:

مولفه های زیر از بیانات رهبری قابل استخراج است (ممبینی، ۱۳۹۱، ص ۳۳):

۱. کارآفرینی

ما باید یک اقتصاد مقاومتی واقعی در کشور به وجود بیاوریم. امروز کارآفرینی معنایش این است. دوستان درست گفتند که ما تحریم ها را دور می زنیم، بنده هم یقین دارم، البته تحریم برای ما جدید نیست، ما سی سال است تحریمیم. همه این کارهایی که شده است، همه این حرکت عظیم ملت ایران، در فضای تحریم انجام گرفته. بنابراین کاری نمی توانند بکنند. خب، ولی این دلیلی است برای همه مسئولان و دلسوزان کشور که خود را موظف بدانند، مکلف بدانند به ایجاد کار، به تولید، به کارآفرینی، به پر رونق کردن روزافزون این کارگاه عظیم، که کشور ایران حقیقتاً امروز یک کارگاه عظیمی است. همه خودشان را باید موظف بدانند (بیانات رهبری در دیدار با کارآفرینان ۸۹/۶/۱۶).

۲. حرکت براساس برنامه، کوتاه تر شدن زمان اجرای برنامه و پرهیز از تصمیم های خلق الساعه و تغییر

مقررات

از زمان باید حداکثر استفاده انجام شود. حرکت براساس برنامه، یکی از کارهای اساسی است. تصمیمهای خلق الساعه و تغییر مقررات، جزء ضربه هایی است که به اقتصاد مقاومتی وارد می شود و به مقاومت ملت ضربه می زند (بیانات رهبری در دیدار با کارگزاران نظام ۹۱/۵/۳).

۳. کاهش اسراف و وابستگی خارج

به نظر ما طرح های اقتصاد مقاومتی جواب می دهد. همین مسئله سهمیه بندی بنزینکه اشاره کردند، جواب داد. اگر چنانچه بنزین سهمیه بندی نمی شد، امروز مصرف بنزینما از صد میلیون لیتر در روز بالاتر می رفت. توانستند این را کنترل کنند، که خب امروز در یک حد خیلی خوب هست. تحریم بنزین را در برنامه داشتند، اقتصاد مقاومتی تحریم بنزین را خنثی کرد. هدفمند کردن یارانه ها هم در جهت شکل دادن به اقتصاد ملی است، که اینها می تواند هم رونق ایجاد کند - در تولید، در اشتغال - و هم موجب رفاه شود، اینها مایه رشد تولید کشور، رشد اقتصادی کشور، مایه اقتدار یک کشور است. با رشد تولید، یککشور در دنیا اقتدار حقیقی و آبروی بین المللی پیدا می کند. این کار باید به انجام برسد (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با کارگزاران نظام ۱۳۹۱/۵/۳).

۴. مدیریت مصرف



مسئله مدیریت مصرف یکی از ارکان اقتصاد مقاومتی است، یعنی مصرف متعادل و پرهیز از اسراف و تبذیر. هم دستگاه‌های دولتی، هم دستگاه‌های غیر دولتی، هم آحاد مردم و خانوارها باید به این مسئله توجه کنند، که اینو واقعاً جهاد است. امروز پرهیز از اسراف و ملاحظه تعادل در مصرف، بلاشک در مقابل دشمن یک حرکت جهادی است، انسان می‌تواند ادعا کند که این اجر جهاد فی سبیل الله را دارد (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با کارگزاران نظام ۱۳۹۱/۵/۳).

خیر و صلاح در مصرف به معنی مصرف نکردن یا کم مصرف کردن نیست بلکه به معنی درست و صحیح مصرف کردن است. اسراف در کشور ما به گونه ایست که بنابر آمار منتشره مصرف سرانه آب، انرژی، دارو، نان و سایر مواد غذایی در ایران چندین برابر استانداردهای جهانی است (سنایی فر و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۶۳).

۵. تولید داخلی (حمایت از تولید ملی)

یک بعد دیگر این مسئله تعادل در مصرف و مدیریت مصرف این است که ما از تولید داخلی استفاده کنیم، این را همه دستگاه‌های دولتی توجه داشته باشند - دستگاه‌های حاکمیتی، مربوط به قوای سه‌گانه - سعی کنند هیچ تولید غیر ایرانی را مصرف نکنند، همت را بر این بگذارند. آحاد مردم هم مصرف تولید داخلی را بر مصرف کالاهایی با مارک‌های معروف خارجی - که بعضی فقط برای نام و نشان، برای پز دادن، برای خودنمایی کردن، در زمینه‌های مختلف دنبال مارک‌های خارجی می‌روند - ترجیح بدهند. خود مردم راه مصرف کالاهای خارجی را ببندند (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با کارگزاران نظام ۱۳۹۱/۵/۳).

اگر کشورمان بتواند در تولید ملی به جایگاه و منزلت واقعی خود نایل آید قطعاً بسیاری از مشکلات موجود مرتفع خواهد شد، به همین دلیل تولید ملی را می‌توان یکی از مهمترین ارکان و الزامات اصلی اقتصاد مقاومتی تلقی نمود (سنایی فر و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۵۰)

۶. کاهش وابستگی به نفت

کاهش وابستگی به نفت یکی دیگر از الزامات اقتصاد مقاومتی است. این وابستگی، میراث شوم صد ساله ماست. ما اگر بتوانیم از همین فرصت که امروز وجود دارد، استفاده کنیم و تلاش کنیم نفت را با فعالیت‌های اقتصادی درآمدزای دیگری جایگزین کنیم، بزرگترین حرکت مهم را در زمینه اقتصاد انجام داده ایم. امروز صنایع دانش بنیان از جمله کارهایی است که می‌تواند این خلا را تا میزان زیادی پر کند. ظرفیتهای گوناگونی در کشور وجود دارد که می‌تواند این خلا را پر کند. همت را بر این بگذاریم، برویم به سمت اینکه هرچه ممکن است، وابستگی خودمان را کم کنیم (بیانات رهبری در دیدار با کارگزاران نظام ۱۳۹۱/۵/۳). تحریم‌های نفتی فرصت مناسبی است که به جای خام‌فروشی نفت با تبدیل آن به محصولات متنوع، خام‌فروشی را کم یا قطع نموده و با اعمال سیاست‌ها و برنامه



های هوشمندانه در بخش های مختلف اقتصادی بویژه در بخش کشاورزی، صنایع دستی و صنعت گردشگری تهدیدات دشمنان علیه نظام مقدس اسلامی را به فرصت تبدیل نماید (سنایی فر و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۰۸).

۷. مردمی کردن اقتصاد (اصل ۴۴ قانون اساسی)

مسئله اقتصاد مهم است، اقتصاد مقاومتی مهم است. البته اقتصاد مقاومتی الزاماتی دارد. مردمی کردن اقتصاد، جزء الزامات اقتصاد مقاومتی است. این سیاست های اصل چهل و چهارم قانون اساسی که اعلام شد، می تواند یک تحول به وجود بیاورد، و این کار باید انجام بگیرد. البته کارهایی انجام گرفته و تلاشهای بیشتری باید بشود. بخش خصوصی را باید توانمند کرد، هم به فعالیت اقتصادی تشویق بشوند، هم سیستم بانکی کشور، دستگاه های دولتی کشور و دستگاه هایی که میتوانند کمک کنند - مثل قوه قضائیه و قوه قضائیه - کمک کنند که مردم وارد میدان اقتصاد شوند (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با کارگزاران نظام ۱۳۹۱/۵/۳).

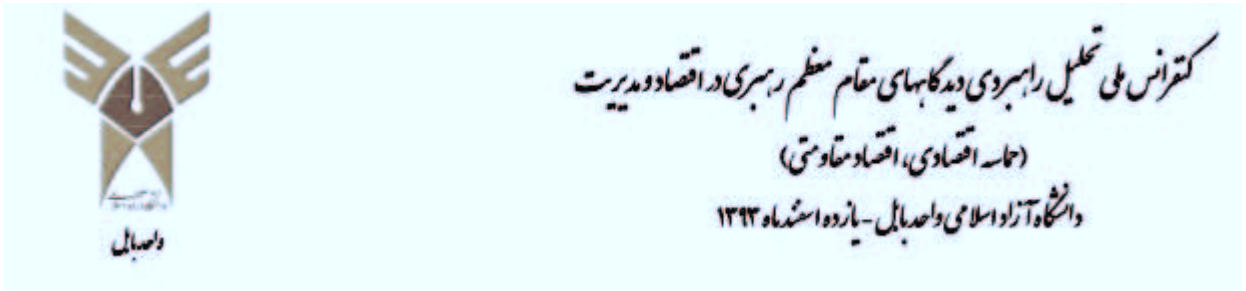
۸. پرهیز از دید کوتاه مدت و زودگذر

ما چهار سال پیش اقتصاد مقاومتی را مطرح کردیم. همه کسانی که ناظر مسائل گوناگون بودند، می توانستند حدس بزنند که هدف دشمن، فشار اقتصادی بر کشور است. شعارهای سال حلقه هایی سال حلقه هایی بود برای ایجاد یک منظومه کامل در زمینه مسائل اقتصاد. ما اینها را به عنوان شعارهای زود گذر مطرح نکردیم، اینها چیزهایی است که می تواند حرکت عمومی کشور را در زمینه اقتصاد ساماندهی کند، می تواند ما را پیش ببرد. ما باید دنبال این راه باشیم (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با کارگزاران نظام ۱۳۹۱/۵/۳).

۹. مبارزه با مفسد اقتصادی

واقعا نمی شود ما کار اقتصادی درست و قوی بکنیم اما با مفسد اقتصادی مبارزه نکنیم، این واقعا نشدنی است. تصور نشود ما می توانیم سرمایه گذاری مردمی و کار سالم مردمی داشته باشیم، بدون مبارزه با مفسد اقتصادی. اکثر کسانی که می خواهند وارد میدان اقتصادی بشوند، اهل کار سالمند، مردمان سالمی هستند، حالا یکی دو نفر هم آدمهای ناسالم پیدا می شوند. باید با چشمهای تیزبین، ریزبین و دوربین مراقبت کنید که کسانی نیایند به عنوان ایجاد اشتغال و ایجاد کار و کارآفرینی تسهیلات بانکی بگیرند، اما کارآفرینی واقعی انجام نگیرد. این را باید مراقبت کنید. هم شما مراقبت کنید، هم قوه قضائیه مراقبت کند (بیانات رهبری در دیدار با ریاست جمهوری و هیئت دولت ۱۳۹۱/۶/۲).

۱۰. مدیریت درست منابع ارزی



مسئله منابع ارزی هم مسئله مهمی است. واقعا باید منابع ارزی را درست مدیریت کرد. یک تصمیم قاطع گرفته شود، روی آن تصمیم پافشاری شود و مسئله را دنبال کنید. به هر حال منابع ارزی باید مدیریت دقیق بشود (بیانات رهبری در دیدار با ریاست جمهوری و هیئت دولت ۱۳۹۱/۶/۲).

۱۱. شرکت های دانش بنیان

ما باید هر کدام نقش خودمان را بشناسیم و آن را ایفا کنیم. یکی از بخش های ما، اقتصاد است و خاصیت اقتصاد در یک چنین شرایطی، اقتصاد مقاومتی است. یعنی اقتصادی که همراه باشد با مقاومت در مقابل کارشکنی دشمن، خباثت دشمن، دشمنانی که ما داریم. به نظر من یکی از بخشهای مهمی که می تواند این اقتصاد را پایدار کند، همین کار شماسست، همین شرکتهای دانش بنیان است، این یکی از بهترین مظاهر و یکی از موثرترین مولفه های اقتصاد مقاومتی است. این را باید دنبال کرد (بیانات رهبری در دیدار با جمعی از پژوهشگران و مسئولان شرکت های دانش بنیان ۱۳۹۱/۵/۸).

اصطلاح اقتصاد دانش بنیان^{۱۸} نخستین بار به وسیله سازمان مشارکت و توسعه اقتصادی^{۱۹} مطرح و چنین تعریف شد: اقتصاد دانش بنیان اقتصادی است که بر اساس تولید، توزیع و کاربرد دانش و اطلاعات شکل گرفته و سرمایه گذاری در دانش و صنایع دانش پایه مورد توجه قرار می گیرند (میر معزی، ۱۳۹۱، ص ۶۴). دولت موظف است با اتخاذ سیاست های حمایتی از قبیل معافیت مالیاتی و گمرگی، پرداخت وام های کم بهره و بدون بهره و ... بسترهای لازم را برای توسعه روزافزون موسسات دانش بنیان فراهم کند (سنایی فر و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۲۸).

۳. نتیجه گیری:

در هر کشوری فراوانی نهادهای مورد نیاز برای بخشهای مختلف اقتصادی عامل اصلی بروز مزیت نسبی و مزیت رقابتی برای آن کشور محسوب می شود. با توجه به نظریه مزیت نسبی، کشور ما نیز در بسیاری از فعالیت های صنعتی مزیت دارد. اگر ایران به صورت هدفمند وارد بازارهای جهانی شود و مورد حمایت قرار گیرد، می تواند مزیت رقابتی خود را بروز دهد و سهم بالایی از منافع بازار را کسب کند.

¹⁸Knowledge Based Economy(KBE)

¹⁹Organization for Economic Corporation & Development



در واقع کشور ما در صنایعی مزیت دارد که به نهادهای اصلی تولید وابسته است. نهادهای اصلی تولید عبارت‌اند از نیروی انسانی متخصص، ذخایر زیرزمینی اقتصاد و بخش کشاورزی. ما در این سه حوزه از فراوانی نسبی برخورداریم. پس صنایعی که به این سه حوزه وابسته هستند و از آن تغذیه می‌کنند هم می‌توانند در سطح جهانی خوش بدرخشند. بنابراین این دسته از صنایع اگر به بازار جهانی راه یابند نیز می‌توانند به رقابت بپردازند و موفق باشند.

کشور ما در حوزه‌ی انسانی بیش از ده میلیون نیروی متخصص دارد. این نیروها در حوزه‌های مختلف صنعتی، فنی و علمی مشغول به کار هستند. یکی از نهادهای این مزیت به صنایع قطعه‌سازی خودرو مربوط می‌شود که خوشبختانه توانسته بازارهای کشورهای شرقی از جمله ژاپن و حتی بخش‌هایی از کشورهای اروپایی را به خود اختصاص دهد.

در حوزه‌ی کشاورزی یا صنایع کشاورزی نیز ایران کشوری چهار فصل است؛ زمین‌های بسیاری برای کشت در اختیار دارد و تا حدی از منابع آبی مناسبی برخوردار است. در عموم صنایع وابسته به کشاورزی یا پایین‌دست کشاورزی نیز مزیت دارد؛ مثل صنایع و محصولات چرمی، منسوجات، صنایع غذایی، تولید الیاف طبیعی و غیره. بر اساس این مزایا می‌توانیم برد خوبی در حوزه‌های بین‌المللی داشته باشیم. قطعاً قیمت و کیفیت محصولاتمان نیز قابل رقابت در بازارهای بین‌المللی است.

در حوزه‌ی ذخایر زیرزمینی و صنایع مصنوعی مثل نفت، گاز و منابع هیدروکربنیک هم به نوعی از مزیت نسبی در سطح دنیا برخورداریم. گاه به اشتباه تصور می‌شود که مزیت ما در این حوزه فقط به صادرات نفت خام مربوط است. متأسفانه این تفکر اشتباه در دولت و وزارت نفت هم به شدت پیگیری می‌شود. این در حالی است که مزیت اصلی ما در حوزه‌ی صنایع نفت و گاز به صادرات محصولات پایین‌دستی نفت و گاز و حتی پایین‌دست‌تر از صنایع پتروشیمی مربوط می‌شود. در حقیقت می‌توان صنایعی را در کشور تقویت و راه‌اندازی کرد که خوراک را نه از نفت و گاز، بلکه از پتروشیمی بگیرند. با این شیوه می‌توان محصولات پایین‌دستی دیگری تولید کرد؛ از جمله محصولات شیمیایی، صنایع لاستیکی و پلاستیکی، صنایع الکترونیک، صنایع تولید قطعات دقیق اپتیکی و غیره.

بنابراین با توجه به اینکه حدود ده میلیون نیروی انسانی متخصص در کشور مشغول به کار هستند، می‌توان در همه‌ی صنایع اصلی و پایین‌دستی مذکور موفق بود و در بازارهای بین‌المللی به جایگاه والایی رسید.

همه‌ی این مطالب بر اساس مبانی نظری علم تجارت بین‌الملل است. تجربه‌ی کشورهای در حال توسعه مثل چین، کره جنوبی و مالزی هم به خوبی این اظهارات را تأیید می‌کند. عملاً هم می‌بینیم که این کشورها به راحتی توانسته‌اند در سطح بالاترین بازارهای مصرفی دنیا مانند بازارهای اروپایی و آمریکایی حضور رقابتی پررنگی داشته



باشند. در حالی که این کشورهای نوظهور فاقد بسیاری از منابعی هستند که ما در اختیار داریم؛ به ویژه منابع انسانی. کشورهایی مثل برزیل و کره جنوبی هرگز ذخیره‌ی نیروی انسانی ما را نداشته و ندارند. علاوه بر این، یکی از نیازمندی‌های صادرات صنعتی این است که یک کشور از منابع طبیعی فراوان در بخش‌های مرتبط با صنعت بهره‌مند باشد. کشور ما تقریباً عموم عناصر طبیعی شناخته‌شده را داراست. به این معنا که در حوزه‌ی ذخایر معدنی بسیار غنی است؛ به لحاظ منابع زیرزمینی نیز دومین قدرت جهان در حوزه‌ی منابع نفت و گاز محسوب می‌شود؛ در بخش کشاورزی هم به دلیل شرایط اقلیمی می‌تواند به راحتی صنایع پایین‌دستی را توسعه دهد. باید به این نکته توجه داشت که اگر کشورهایی مثل کره جنوبی یا چین توانسته‌اند در صادرات و تقویت تولید ملی خود موفق باشند، بخش عمده‌ای از آن به دلیل حمایت دولت از بخش خصوصی بوده است. زیرا دولت آن‌ها به قدرت بخش خصوصی در تولید باکیفیت و ارزان‌قیمت ایمان داشته است.

براساس نظریه‌ی شکاف تکنولوژیک، مزیت نسبی در عصر حاضر به معنای برخوردار بودن کشورها از منابع طبیعی نمی‌باشد، بلکه برخورداری از دانش و تکنولوژی است که به عنوان برتری کشورها و عامل تعیین‌کننده موفقیت در صحنه جهانی محسوب می‌شود. براساس این نظریه وقتی محصول جدیدی توسط یک بنگاه نوآور و با استفاده از تکنولوژی مدرن در یک کشور تولید می‌شود، این کشور دارای یک موقعیت انحصاری موقت در تولید آن محصول می‌شود. به دلیل مزیت نسبی که توسط تکنولوژی جدید کسب کرده به تولید و صادرات این کالا به کشورهای دیگر می‌پردازد. پس باید واحدهای R&D یا تحقیق و توسعه کارخانه‌ها فعال شود، افزایش بهره‌وری کار و سرمایه با هدف کاهش قیمت تمام‌شده کالا باید مورد توجه قرار گیرد و از دیوار تعرفه هم در حدی که مانع رقابت‌پذیری تولید داخلی نشود، باید استفاده شود.

براساس نظریه چرخه تولید، می‌توان برخی از صنایع پیشرفته و به بلوغ رسیده را که هزینه‌های مونتاژ و تولید این کالاها در کشورمان پایین است، انتقال داد و تولید کالای کاملاً انحصار را از کشور ابداع‌کننده خارج کرد. بر پایه نظریه‌ی مزیت‌های پیش‌تاز بودن هر کشور ممکن است تمرکز خود را بر تولید کالایی بگذارد که شرکت‌های تولیدکننده آن کالا در آن کشور از نوع شرکت‌های پیش‌تاز در صنعت مربوطه تلقی شده و از مزیت پیش‌تاز بودن برخوردار می‌شوند. این شرکت‌ها معمولاً زودتر از سایر شرکت‌ها وارد بازار یا صنعت شده و با توجه به اینکه در این نوع صنعت سهم هزینه‌های ثابت تولید بالاست توانسته‌اند از مزایای ناشی از صرفه‌جویی مقیاس استفاده کرده و در نهایت از مزیت پیش‌تاز بودن برخوردار گردند. در این شرایط ورود شرکت‌های دیگر به بازار مشکل می‌شود. در ایران پس از کشف نفت و سرازیر شدن درآمدهای نفتی، به ناگهان جامعه کشاورزی و روستایی ایران با واردات فن‌آوری مواجه شد، بدون آنکه پیش‌نیازهای یک جامعه صنعتی را کسب نماید. اما یکی از مولفه‌هایی که رهبری برای اقتصاد مقاومتی مطرح کرده‌اند، کاهش وابستگی به نفت است. باید با کاهش این وابستگی، تمرکز خود را بر تولید کالاهایی بگذاریم که در آن‌ها بتوانیم پیش‌تاز باشیم و از مزیت پیش‌تاز بودن برخوردار شویم.



بر پایه نظریه مزیت رقابت ملی، در هر کشور چهار عامل اصلی، محیطی را شکل می‌دهد که در آن شرکت‌های محلی به رقابت پرداخته و این عوامل موجب افزایش و یا کاهش مزیت رقابتی کشور مورد نظر می‌گردد. این عوامل عبارتند از: ۱- برخورداری از منابع اقتصادی - طبیعی (وفور عوامل تولید) ۲- شرایط تقاضا ۳- صنایع مرتبط و حمایت‌کننده ۴- استراتژی و ساختار شرکت و رقابت در محیط. در این نظریه این گونه استدلال می‌شود که هنگامی شرکت‌ها می‌توانند در صنایع یا زیر بخش‌های صنعتی به خوبی رقابت نمایند که این چهار عامل در وضعیت مطلوبی باشد. با دقت در مولفه‌های اقتصاد مقاومتی به این نتیجه می‌رسیم که اجرای کامل این مولفه‌ها ما را به دست یافتن به این ۴ عامل و برخورداری از مزیت رقابتی کمک خواهد کرد.

پس تحقق عدالت توأم با توسعه و پیشرفت اقتصادی نیازمند یک الگوی توسعه بومی منحصر به فرد اسلامی ایرانی است که در چارچوب اقتصاد مقاومتی و با برنامه ریزی جهت بی‌اثر نمودن تحریم‌ها باشد. در چارچوب اقتصاد مقاومتی و وجود تحریم‌ها سخن از مزیت‌های نسبی در تولید کالاها و صنایع استراتژیک نامتناسب است و مسلماً باید در تولید محصولات کشاورزی از جمله گندم و نیز صنایع استراتژیک رویکرد خودکفایی وجود داشته باشد. همچنین مانند تجربه شرق آسیا برنامه ریزی منسجم در صنایع با تکنولوژی‌های پیشرفته (از جمله خودرو، لوازم خانگی و تصویری و ...) برای بازار تقاضای ۷۵ میلیونی داخل و البته صادرات به خارج باید صورت گیرد. عدم اعتماد به الگوی تقسیم کار جهانی و اتخاذ استراتژی مناسب جهت حمایت از تمام صنایع و بنگاه‌های داخلی در کنار حمایت از صنایع خاص و بنگاه‌های خاص راهگشا خواهد بود. حمایت از صنایع استراتژیک مانند فولاد، ماشین‌آلات، صنایع الکترونیکی و شیمیایی در کنار حمایت از بخش‌های استراتژیک مانند کشاورزی در اقتصاد مقاومتی حائز اهمیت است.

بنابراین تنها در صورت اجرای کامل مولفه‌های اقتصاد مقاومتی و عمل به سخنان رهبر معظم انقلاب است که می‌توانیم به تحقق اهداف تعیین شده در سند چشم‌انداز امیدوار باشیم.

منابع:

۱. دومینیک سالواتوره (۱۳۸۸)، تجارت بین‌الملل، مترجم: حمید رضا ارباب، ویراست نهم، نشر نی.
۲. ممبینی یعقوب (۱۳۹۱)، مولفه‌ها و شاخص‌های اقتصاد مقاومتی، مجموعه مقالات همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی، ۱۶ اسفند ۱۳۹۱، دانشگاه گیلان.
۳. معطوفی علیرضا، براری قراء سمانه، (۱۳۹۲)، پاور پوینت دیدگاه‌ها و نظریات تجارت بین‌المللی.
۴. دینی ترکمانی پوریا، (۱۳۹۱)، مروری بر نظریه‌های تجارت بین‌الملل، مجله اقتصادی، ماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی، شماره ۲، آریبهشت ۱۳۹۱، صفحات ۹۹-۱۰۴.



کنفرانس ملی تحلیل راهبردی دیدگاه‌های مقام معظم رهبری در اقتصاد و مدیریت
(حاضر اقتصادی، اقتصاد مقاومتی)
دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان - یازدهم اسفندماه ۱۳۹۳

۵. محمدی مقدم یوسف، ذوالفقاری حسین، علی پور میثم، رسولیان پریسا، (۱۳۹۲)، بررسی رابطه اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش، فصلنامه مدیریت سازمان های دولتی، سال اول، شماره ۲، بهار ۹۲.
۶. کروگمن پل، اوبیسفیلد موریس، ۱۹۵۳، اقتصاد بین الملل (جلد اول: تجارت بین الملل)، مترجم: صمصامی حسین (۱۳۸۴)، مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۷. حسین زاده بحرینی محمد حسین (۱۳۹۲)، اقتصاد مقاومتی راهکاری برای توسعه، مشکوة، شماره ۱۱۸.
۸. میر معزی، سید حسین، ۱۳۹۱، اقتصاد مقاومتی و ملزومات آن (با تاکید بر دیدگاه مقام معظم رهبری)، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال دوازدهم، شماره ۴۷
۹. بیانات مقام معظم رهبری از سایت: www.khamenei.ir
۱۰. سنایی فر اکبر، بکتاشیان جلال، جوانی یدالله، قاسمی علی، (۱۳۹۲)، الزامات و ارکان اقتصاد مقاومتی، ناشر: ستارگان درخشان.

11. Salah R.Agha,(2011), A Multi Criteria Crop Planning Model Based On the "Resistive Economy" Characterizing the Situation in Gaza Strip, 8th International Conference On Islamic Economics and Finance

12. Lino Briguglio and Stephen Piccinino, (2011), Growth and Resilience In East Asia and the Impact Of the 2009 Global Recession.