

درباره برنامه پنجم توسعه ۴. کالبدشکافی بخش بازرگانی

کد موضوعی: ۲۲۰

شماره مسلسل: ۹۷۲۹

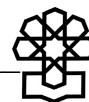
تیر ماه ۱۳۸۸

دفتر: مطالعات اقتصادی

به نام خدا

فهرست مطالب

چکیده	۱
مقدمه	۱
۱. تبیین سیاست‌های کلی برنامه پنجم در حوزه بازرگانی	۳
۱-۱. تشریح سیاست‌های بخش بازرگانی	۴
۱-۲. ارتباط سیستمی سیاست‌های کلی بخش بازرگانی با سایر بخش‌ها	۸
۲. ظرفیت‌های قانونی موجود برای دستیابی به اهداف سیاست‌های بخش بازرگانی	۱۳
۲-۱. قانون تجارت	۱۳
۲-۲. قانون مقررات صادرات و واردات و جداول ضمیمه آن	۱۴
۲-۳. قانون امور گمرکی	۱۵
۲-۴. قوانین حوزه مناطق آزاد و ویژه	۱۵
۲-۵. قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران	۱۶
۲-۶. قوانین حوزه قاچاق کالا	۱۷
۲-۷. قوانین مربوط به موافقت‌نامه‌های منعقد شده دو یا چند جانبه در حوزه بازرگانی	۱۸
۲-۸. قانون برنامه چهارم توسعه	۲۳
۲-۹. سند چشم‌انداز	۲۸
۲. ارزیابی وضع موجود در بخش بازرگانی کشور	۲۸
۳-۱. بررسی شاخص‌های برنامه‌ای حوزه بازرگانی	۲۸
۳-۲. بررسی شاخص‌های همکاری‌های تجاری منطقه‌ای	۳۵
۴. چالش‌های بخش بازرگانی	۴۸
خلاصه و نتیجه‌گیری	۵۱
پیشنهاد	۵۳
منابع و مأخذ	۵۴



درباره برنامه پنجم توسعه ۴. کالبدشکافی بخش بازرگانی

چکیده

برنامه‌ریزی و تدوین احکام برنامه‌ای در راستای تحقق اهداف مطلوب و مترقی، یکی از ابزارها و وسایل اصلی توسعه است. با توجه به نقش امور اقتصادی در برنامه‌های توسعه، تأکید بر بخش‌های مختلف اقتصاد از جمله بخش بازرگانی که موتور محرکه اقتصاد محسوب می‌شود امری ضروری و حیاتی است.

چارچوب کلی احکام برنامه پنجم توسعه در سیاست‌های کلی ابلاغی مقام معظم رهبری تبیین شده است. به همین منظور در این مطالعه که به منظور بسترسازی برای تصمیم‌گیری نمایندگان پیش از ارائه لایحه برنامه پنجم تهیه شده است ضمن تشریح سیاست‌های بخش بازرگانی و تبیین ارتباط سیستمی آنها با بخش‌های دیگر، ظرفیت‌های قانونی موجود برای دستیابی به اهداف سیاست‌های بخش بازرگانی مشخص شده و با ارزیابی وضع موجود بخش بازرگانی، چالش‌های بخش احصا و راهکارهایی برای رفع آنها پیشنهاد می‌شود. راهکارهای ارائه شده برای حل مشکلات و چالش‌های بخش بازرگانی زمینه‌ساز تبیین احکامی خواهد بود که می‌تواند ضمن بررسی لایحه برنامه پنجم مجلس از طرف نمایندگان محترم پیشنهاد شود.

مقدمه

برنامه‌ریزی^۱ پویا هدایت عقلایی سازوکار تصمیم‌گیری در امور توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در دوره‌های زمانی بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت، به‌منظور بهره‌برداری منطقی و هماهنگ از امکانات، قابلیت‌ها و منابع سرزمین برای تأمین نیازمندی‌های عمومی و اساسی جامعه است.^۲

برنامه‌ریزی در قالب برنامه‌های توسعه به مجموعه گسترده‌ای از برنامه‌ها با هدف توسعه کل

1. Programming

۲. منصور مدرس، فرهنگ توصیفی واژگان برنامه‌ریزی و توسعه، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، معاونت امور اداری، مالی و منابع انسانی، مرکز مدارک علمی، موزه و انتشارات، ۱۳۸۵، ص ۵۷.



اقتصاد یا نواحی و بخش‌های خاصی از اقتصاد اطلاق می‌شود. این برنامه‌ها اهدافی مانند دستیابی به نرخ‌های رشد موردنظر، حل بیکاری، ایجاد صنایع، توسعه بخش‌ها و اجرای روش‌ها و استراتژی‌های خاصی را دنبال می‌کند.^۱ این برنامه‌ها به‌طور معمول براساس برنامه‌ریزی جامع^۲ و سیاست‌هایی کلی تنظیم می‌شوند.

برآیند برنامه‌های مختلف، سندی به نام برنامه توسعه ملی^۳ است که توسط مدیریت اقتصادی - اجتماعی کشور تدوین می‌شود و حاوی مجموعه‌ای از اهداف و بیان راهبردها، سیاست‌ها، دستورالعمل‌ها و سازمان‌دهی لازم برای نیل به اهداف اقتصادی و اجتماعی کشور است. منظور از تدوین برنامه توسعه تشخیص و تعیین راهبردها و سیاست‌هایی است که به بهترین وجه، راه دستیابی به اهداف کلی اقتصادی و اجتماعی را هموار کند.

در ایران، درآمدهای نفت یکی از عوامل تعیین‌کننده فعالیت‌های اقتصادی و برنامه‌ریزی در اقتصاد است. با توجه به شرایط کنونی حاکم بر جهان و ایران، هرگونه توسعه‌ای لزوماً نیازمند وسایل، ابزار و فنون مناسب است. در شرایطی که کشور فاقد چنین امکاناتی است و یا این امکانات اندک است و با در نظر گرفتن ساخت اقتصاد وابسته ایران به درآمد نفت، این مسئله ضرورت پیدا می‌کند که پیش از پرداختن به هر اقدامی و یا دست‌کم متناسب با آن، صنایع و علوم و فنون را در داخل توسعه داد.^۴

مفهوم برنامه‌ریزی در ایران برای اولین بار با تشکیل کمیته برنامه در سال ۱۳۲۵ به‌طور عملی به اقتصاد کشور معرفی شد. با این حال با توجه به برخی موارد، دولت خود تصمیم گرفت برنامه هفت ساله‌ای برای پیشبرد راهبردها و دستیابی به اهداف تدوین کند. برنامه‌های عمرانی مصوب در قبل از انقلاب شامل ۵ برنامه بود که از سال ۱۳۲۷ شروع و آخرین برنامه در سال ۱۳۵۶ ناتمام ماند. بعد از انقلاب نیز تاکنون چهار برنامه اجرا شده است که اولین برنامه توسعه در سال ۱۳۶۷ بعد از حدود ۱۱ سال وقفه در برنامه‌ریزی در کشور آغاز^۵ شد و برنامه چهارم توسعه نیز در سال ۱۳۸۸ به اتمام خواهد رسید. فهرست برنامه‌های توسعه‌ای قبل و بعد از انقلاب به شرح جدول ۱ است:

۱. سیاوش مریدی و علیرضا نوروزی، فرهنگ اقتصادی، مؤسسه کتاب پیشبرد و انتشارات نگاه، تهران، ۱۳۷۳، ص ۱۶۵.

2. Comprehensive Planning

3. National Development Plan

۴. ابراهیم رزاقی، آشنایی با اقتصاد ایران، نشر نی، تهران، ۱۳۷۶، ص ۸۶.

۵. شایان ذکر است که لایحه برنامه‌ای در اولین سال‌های پس از انقلاب توسط دولت تهیه و به مجلس تقدیم شد که بدون رد یا تصویب توسط مجلس، مسکوت ماند.



جدول ۱. برنامه‌های توسعه در ایران (قبل و بعد از انقلاب اسلامی)

ردیف	برنامه	سال ابتدای برنامه	سال انتهای برنامه
۱	برنامه هفت‌ساله اول	۱۳۲۷	۱۳۳۴
۲	برنامه عمرانی دوم	۱۳۳۴	۱۳۴۱
۳	برنامه عمرانی سوم	۱۳۴۱	۱۳۴۶
۴	برنامه عمرانی چهارم	۱۳۴۷	۱۳۵۱
۵	برنامه عمرانی پنجم	۱۳۵۲	۱۳۵۶
۶	برنامه اول توسعه	۱۳۶۸	۱۳۷۲
۷	برنامه دوم توسعه	۱۳۷۴	۱۳۷۸
۸	برنامه سوم توسعه	۱۳۷۹	۱۳۸۳
۹	برنامه چهارم توسعه	۱۳۸۴	۱۳۸۸

مأخذ: قوانین برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران، لوح حق (حافظه قوانین)، مجموعه قوانین و مقررات کشور، دفتر فناوری‌های نوین، معاونت پژوهشی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۸.

با نگاهی کلی به برنامه‌ریزی در اقتصادهای در حال توسعه می‌توان نتیجه گرفت که پذیرش گسترده برنامه‌ریزی به‌عنوان وسیله توسعه بر پایه یک رشته استدلال‌های اصولی اقتصادی و نهادی قرار دارد. به‌عنوان مثال می‌توان به اصولی مانند ناتوانی بازار، تخصیص منابع و ... اشاره کرد.^۱

با توجه به وظیفه خطیر دولت در تنظیم بازار، متأثر شدن قابل توجه تجارت خارجی از فضای مناسبات سیاسی و وجود هزینه‌های بالای بازاریابی و توسعه بازارهای صادراتی، بخش‌هایی در این عرصه وجود دارند که برنامه‌ریزی در آنها از اهمیت بسزایی برخوردار است. بخش بازرگانی و تجارت از این دست بخش‌هاست که در این گزارش به بررسی اجمالی آن پرداخته می‌شود.

۱. تبیین سیاست‌های کلی برنامه پنجم در حوزه بازرگانی

در بررسی سیاست‌های کلی برنامه پنجم^۲ که در پنج بخش امور فرهنگی، علمی و فناوری، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و دفاعی و امنیتی، از طرف مقام معظم رهبری ابلاغ شده است، بخش اقتصادی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است به نحوی که از ۴۵ سیاست ابلاغ شده، ۱۵ سیاست به حوزه

۱. مایکل تودارو، توسعه اقتصادی در جهان سوم، ترجمه غلامعلی فرجادی، مؤسسه عالی پژوهش در برنامه‌ریزی و توسعه، تهران، ۱۳۷۸، ص ۴۴۷.

۲. سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در چارچوب سند چشم‌انداز بیست و سه ساله، متن ابلاغی مقام معظم رهبری به رئیس‌جمهور، رئیس مجلس، رئیس قوه قضائیه و رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام، مورخ ۱۳۸۷/۱۰/۲۱.



اقتصاد در دو حوزه رشد مناسب اقتصادی و گسترش عدالت اجتماعی معطوف است. یکی از مهم‌ترین اجزای امور اقتصادی، بخش بازرگانی است که نه تنها به‌عنوان یکی از بخش‌های اقتصادی، بلکه به‌عنوان نماد و نشانگر رونق اقتصادی در تعاملات اقتصاد کشور با خارج از اهمیت و جایگاه بسزایی برخوردار است. در بررسی سیاست‌های مربوط به بخش بازرگانی^۱ به‌طور مستقیم به سه سیاست به شرح ذیل می‌توان اشاره کرد:

بند «۲۹» سیاست‌ها از قسمت الف (رشد مناسب اقتصادی) از بخش امور اقتصادی
 «تأکید بر راهبرد توسعه صادرات به‌ویژه در بخش خدمات با فناوری بالا به نحوی که کسری تراز بازرگانی بدون نفت کاهش یافته و توازن در تجارت خدمات ایجاد گردد».

بند «۳۰» سیاست‌ها از قسمت الف (رشد مناسب اقتصادی) در بخش امور اقتصادی
 «گسترش همه جانبه همکاری با کشورهای منطقه جنوب غربی آسیا در تجارت، سرمایه‌گذاری و فناوری».

بند «۲-۳۵» از قسمت ب (گسترش عدالت اجتماعی) از بخش امور اقتصادی
 «گسترش فعالیت‌های اقتصادی در مناطق مرزی و سواحل جنوبی و جزایر با استفاده از ظرفیت‌های بازرگانی خارجی کشور».

۱-۱. تشریح سیاست‌های بخش بازرگانی

۱-۱-۱. تشریح بند «۲۹» سیاست‌های ابلاغی

«بند ۲۹ - تأکید بر راهبرد توسعه صادرات به‌ویژه در بخش خدمات با فناوری بالا به نحوی که کسری تراز بازرگانی بدون نفت کاهش یافته و توازن در تجارت خدمات ایجاد گردد».

با توجه به قرار گرفتن این بند در قسمت الف امور اقتصادی که بر رشد مناسب اقتصادی تأکید دارد می‌توان عنوان کرد که این سیاست یکی از راه‌های دستیابی به رشد مناسب اقتصادی را تأکید بر راهبرد توسعه صادرات می‌داند.

صادرات^۲ در بیان ساده، ارسال کالا و خدمات از یک قلمرو گمرکی به خارج از آن است و یکی از ابزارهای رشد و توسعه اقتصادی محسوب می‌شود، زیرا از طرفی به کسب درآمد ارزی منجر

۱. شایان ذکر است که به منظور برقراری تعامل میان وزارت بازرگانی به‌عنوان متولی اصلی بخش بازرگانی با مجلس شورای اسلامی و مرکز پژوهش‌ها، طی نامه‌ای در تاریخ ۱۳۸۸/۲/۵ با شماره ۸۲/۱۴/۶/۱۰۹۱ از معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی درخواست شد که کلیه مستندات و مطالبات پشتیبان برنامه پنجم در حوزه بازرگانی را در اختیار مرکز پژوهش‌ها قرار دهد. همچنین براساس نامه شماره ۸۲/۱۴/۶/۱۰۹۲ مورخ ۱۳۸۸/۲/۵ از وی دعوت به عمل آمد تا در جلسه‌ای نتایج مطالعات انجام شده از طرف آن معاونت به مرکز پژوهش‌ها ارائه شود تا بتوان تلاش‌ها و زحمات آن معاونت را به نمایندگان مجلس منعکس نمود. با این حال آن معاونت طی نامه مورخ ۱۳۸۸/۲/۱۲ با شماره ۵۸/۸۸/۲۳۵۴۳۷ اظهار داشت که تدوین سندهای اجرایی برنامه پنجم که با تلاش طولانی‌مدت در آن وزارتخانه در جریان بوده، در حال گذراندن آخرین مراحل خود و جمع‌بندی است و نیاز به هماهنگی با سایر بسته‌های اجرایی و برنامه‌ها و احکام ارائه شده در کارگروه مشترک اقتصادی برنامه پنجم دارد. بنابراین ارائه برنامه‌ها و دیدگاه‌های وزارت بازرگانی را به فرصت بعدی موکول کردند.



می‌شود و از طرف دیگر مازاد عرضه کالاهای تولیدی داخلی و خدمات کشور را به بازارهای خارجی معرفی و با ایجاد موازنه تجاری به برقراری تعادل در اقتصاد کمک می‌کند.

توجه به صادرات با استفاده از راهبرد توسعه صادرات^۱ را می‌توان نقطه مقابل سیاست‌های جایگزین واردات^۲ دانست. راهبرد توسعه صادرات، سیاستی برون‌نگر است که هدف آن توسعه صنایع صادراتی است و نه تنها تلاشی برای محدود ساختن تجارت ندارد، بلکه تلاش می‌کند با آزادسازی تجاری، فضا را برای استفاده بیشتر از منافع آن ایجاد کند.

در تقسیم‌بندی رایج در کشور صادرات را می‌توان در سه محور صادرات کالاهای غیرنفتی، صادرات کالاهای نفتی و صادرات خدمات برشمرد.

بررسی آمار صادرات کالاهای نفتی و کالاهای غیرنفتی^۳ و صادرات خدمات^۴ نشان می‌دهد که حجم عمده صادرات کشور صادرات نفتی است و صادرات خدمات از سهم کمی در حوزه صادرات کشور برخوردار است.

تأکید این سیاست از راهبرد توسعه صادرات، اتکا به بخش خدمات با فناوری بالاست که عمدتاً به خدمات فنی و مهندسی معطوف می‌شود.

در ادبیات اقتصادی بخش خدمات به ۱۲ حوزه خدمات تجاری، فنی و مهندسی، آموزشی، مالی، اجتماعی، حمل‌ونقل، ارتباطات، توزیع، زیست‌محیطی، گردشگری و تفریحی، فرهنگی و ورزشی و سایر خدمات تقسیم‌بندی می‌شود.

با توجه به نیروهای متخصص موجود در کشور، ظرفیت مناسب مواد اولیه و برخی معیارهای دیگر، تأکید و استراتژی توسعه بخش خدمات در ایران به سمت گسترش صادرات خدمات فنی و مهندسی است^۵ که در حدود ۱۷ درصد صادرات خدمات کشور را تشکیل می‌دهد.

هدف از این راهبرد در سیاست مذکور آن است که کسری تراز بازرگانی بدون نفت کاهش یافته و توازن در تجارت خدمات ایجاد شود.

هر چند با توجه به درآمدهای نفتی بالا، تراز بازرگانی که حاصل اختلاف صادرات کالا و واردات کالا است در سال‌های گذشته مثبت بوده است، ولی تراز بازرگانی بدون نفت چنین وضعیتی را نشان نمی‌دهد و مقایسه صادرات غیرنفتی و واردات تراز بازرگانی منفی را نشان می‌دهد.

1. Export Promotion

2. Import Substitution Policy

۳. نماگرهای اقتصادی، شماره ۵۲، سه‌ماهه اول سال ۱۳۸۷، اداره بررسی‌ها و سیاست‌های اقتصادی، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، مهرماه ۱۳۸۷، ص ۱۳.

۴. شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران و روابط عمومی و امور بین‌المللی سازمان توسعه تجارت ایران به آدرس: <http://fa.tpo.ir>

۵. گزارش صادرات خدمات فنی و مهندسی از ابتدای سال ۱۳۸۰ الی ۱۳۸۵، سازمان توسعه تجارت ایران، ص ۹.



بررسی ارقام بخش تجارت خارجی^۱ نشان می‌دهد امکان جبران کسری تراز بازرگانی بدون نفت با تکیه بر ارقامی مانند صادرات خدمات فنی و مهندسی (فناوری بالا) امری مشکل و زمان‌بر است و برای جبران این کسری لازم است به توسعه صادرات غیرنفتی و اعمال سیاست‌های تشویق بالا بردن کیفیت تولیدات داخلی و تشویق مصرف کالای داخلی به جای کالای وارداتی نیز توجه کرد. شایان توجه است که با توجه به بیشتر بودن واردات خدمات از صادرات خدمات، کسری تراز خدمات در کشور محسوس است^۲ و توسعه صادرات خدمات و به‌خصوص صادرات خدمات با فناوری بالا در گام اول می‌تواند به جبران کسری تراز خدمات و ایجاد توازن در تجارت خدمات بیانجامد.

۲-۱-۱. تشریح بند «۳۰» سیاست‌های ابلاغی

«بند «۳۰» - گسترش همه‌جانبه همکاری با کشورهای جنوب غربی آسیا در تجارت، سرمایه‌گذاری و فناوری».

بهره‌گیری از روابط و همکاری‌های بین‌الملل عنصر بسیار مهمی در استراتژی توسعه کشورها است. کشورها می‌توانند با تقسیم کار بین‌المللی و با استفاده از منابع و مزیت‌های کشورهای دیگر به افزایش رفاه و قدرت تأثیرگذاری خود بپردازند.

برخلاف نظر مرکانتیلیست‌ها در قرن نوزدهم که در روابط تجاری، کشور صادرکننده را طرف برنده معامله و کشور واردکننده را ضررکننده پنداشته و بر حداکثرسازی صادرات و حداقل‌سازی واردات تأکید می‌کردند، اکنون این باور که هر دو طرف تجارت از وجود رابطه و همکاری سود می‌برند بر اندیشه‌ها حاکم است و پیشرفت‌های فناوری خصوصاً در زمینه‌های ارتباطی و حمل‌ونقل موجب شده است که امکان ایجاد روابط بین‌المللی سهل‌تر و میسرتر شود.

به دلیل موقعیت ایران در منطقه جنوب غربی آسیا و با توجه به نزدیکی‌های فرهنگی ایران با این کشورها می‌توان انتظار داشت که در گسترش همکاری‌ها و روابط بین‌الملل توجه خاصی به همکاری با این کشورها صورت گیرد. همچنین باید در نظر داشت همان‌گونه که گسترش روابط و همکاری‌های اقتصادی نیازمند وجود سطحی از اعتماد متقابل و حسن ظن میان کشورهاست خود می‌تواند در بهبود و افزایش این اعتماد و ایجاد امنیت در منطقه نقش بسزایی ایفا کند.

البته در مورد کشورهای حوزه جنوب غربی آسیا اختلاف نظر وجود دارد، اما با توجه به اینکه سیاست‌های ابلاغی در راستای دستیابی به اهداف چشم‌انداز است در نتیجه کشورهای جنوب غربی آسیا باید براساس اسناد پشتیبان چشم‌انداز، تعریف شود.

۱. اطلاعات تفصیلی مربوط به آمار مورد نظر در بخش سوم گزارش (ارزیابی وضع موجود) ارائه شده است.

۲. گزارش صادرات خدمات فنی و مهندسی از ابتدای سال ۱۳۸۰ الی ۱۳۸۵، سازمان توسعه تجارت ایران، ص ۹.



«منظور از منطقه آسیای جنوب غربی، منطقه‌ای است که ایران تقریباً در کانون آن قرار دارد و زیرسیستم‌های منطقه خلیج فارس (شامل عربستان، امارات، کویت، قطر، عمان، و بحرین و همچنین یمن)، منطقه خاورمیانه کوچک (شامل عراق، سوریه، مصر، ترکیه، قبرس، فلسطین و رژیم صهیونیستی)، منطقه آسیای مرکزی (شامل ترکمنستان، ازبکستان، تاجیکستان، قزاقستان و قرقیزستان)، منطقه قفقاز (شامل آذربایجان، ارمنستان و گرجستان) و منطقه غربی شبه قاره (شامل افغانستان و پاکستان) را در برمی‌گیرد»^۱.

در این سیاست ابلاغی به شکلی هوشمندانه همکاری با این کشورها در هر سه زمینه تجارت، سرمایه‌گذاری و فناوری ذکر شده است. در جهان کنونی فعالیت‌های تجاری با سرمایه‌گذاری و همکاری‌های فناوری در هم آمیخته است به گونه‌ای که یکسوم تجارت بین‌المللی در شبکه تولید شرکت‌های فراملیتی و ناشی از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است.^۲ همچنین سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به اصلی‌ترین کانال انتقال فناوری تبدیل شده است و یا فناوری تجسم یافته در کالاهای وارداتی و صادرات جزء کانال‌های انتقال فناوری محسوب می‌شود.

باید توجه داشت استفاده از بسیاری از مزیت‌های روابط بین‌الملل نیازمند ایجاد بسترها و نهادهای مورد نیاز و سیاست‌های مدبرانه دولت‌هاست.

شاید اصلی‌ترین ضعف کشور ما در روابط بین‌الملل آن است که هنوز اولویت صنعتی خود را تعریف نکرده‌ایم. اگر بدون اولویت صنعتی و تعیین نقش خود در تقسیم کار بین‌المللی و عدم تلاش هدفمند در راستای کسب آن وارد فضای بین‌الملل شویم بدون شک این فضای بین‌الملل و استراتژی کشورهای دیگر است که تعیین‌کننده نقش ما در جهان خواهد بود. همچنین عدم اتخاذ سیاست‌های مناسب در راستای تحقق نقش موجب می‌شود که حتی در ایفای نقشی که فضای بین‌الملل مشخص کرده است نیز ناموفق باشیم.

در نتیجه در راستای اجرای این سیاست، کشور باید ابتدا به تعیین نقش خود بپردازد و با بررسی شرایط کشورهای دیگر از جمله کشورهای جنوب غربی آسیا تعیین کند که از همکاری با این کشورها چه بهره‌ای می‌تواند ببرد.

و از آنجا که تاکنون در کشور ما اولویت‌های صنعتی یا فناوری مشخص مورد وفاقی تعیین نشده است و در نتیجه سیاست‌های تجاری ما نیز دارای هدفمندی و جهت‌گیری خاصی نبوده است.

۱. محسن رضایی میرقائد و علی مبینی دهکردی، ایران آینده در افق چشم‌انداز، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۵، ص ۲۴۷.

۲. بخش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی سایت رسمی آنکتاد به آدرس:



۳-۱-۱. تشریح بند «۲-۳۵» سیاست‌های ابلاغی

«بند «۲-۳۵» گسترش فعالیت‌های اقتصادی در مناطق مرزی و سواحل جنوبی و جزایر با استفاده از ظرفیت‌های بازرگانی خارجی کشور».

این سیاست یکی دیگر از بندهای مطرح شده در امور بازرگانی است. هرچند این بند نیز به گسترش فعالیت‌های اقتصادی دلالت دارد، ولی قرار گرفتن آن در زیرمجموعه بخش گسترش عدالت اجتماعی مبین آن است که تأکید این سیاست بر توزیع درآمدها و امکانات اقتصادی است، زیرا گسترش فعالیت‌های اقتصادی در حوزه بازرگانی را به مناطقی خاص از جمله مناطق مرزی، سواحل جنوبی و جزایر جهت‌دهی می‌کند.

مناطق مرزی و جزایر جنوبی کشور، چه به لحاظ ظرفیت‌های اقتصادی، بازرگانی و ترانزیتی و چه از جنبه امنیتی از جایگاهی خاص برخوردارند. به همین دلیل توجه به این مناطق و اعطای اولویت به آنها در آمایش امکانات اقتصادی تأثیر بسزایی بر امنیت و منافع ملی کشور دارد.

هرچند با توجه به توسعه فناوری ارتباطات، مرزهای جغرافیایی برخی از کارکردهای خود را از دست داده‌اند، ولی هنوز مرزها به عنوان کانون ارتباط فرهنگ‌ها، خرده فرهنگ‌ها، قومیت‌ها، ادیان، مذاهب و... از اهمیت بالایی برخوردار است و به دلیل وجود استعدادهای محیطی، جغرافیایی و اقتصادی و ظرفیت‌های فراوان تجاری و بازرگانی یکی از مناطق استراتژیک در هر کشور محسوب می‌شود.

در کشور ما نیز علی‌رغم وجود ظرفیت‌های متعدد در مرزها متأسفانه به دلیل دولتی بودن اقتصاد و توجه بیش از حد به مرکز کشور، انزوای جغرافیایی مناطق مرزی و جزیره‌های جنوبی موجب برخی شکاف‌ها و عقب‌ماندگی‌های اقتصادی و اجتماعی شده و موجب بروز چالش‌هایی در این مناطق شده است. فقر، محرومیت، توسعه‌نیافتگی، وجود مشاغل کاذب، عدم سرمایه‌گذاری، بخش زیرزمینی گسترده، قاچاق کالا، قاچاق اسلحه، قاچاق انسان و... از جمله چالش‌های پیش روی این مناطق است. بروز این چالش‌ها خود موجب ایجاد فضای عدم امنیت اقتصادی و فرار سرمایه می‌شود.

استفاده از ظرفیت ترتیبات تجاری ایجاد شده در مناطق مرزی مثل منطقه آزاد، منطقه ویژه، بازارچه مرزی، تجارت چمدانی، ترانزیت، حمل و نگهداری و حتی ایجاد مناطق توریستی و گردشگری جزء مواردی است که در سال‌های گذشته برای توسعه مناطق مرزی در نظر گرفته شده است، ولی عملکرد هر یک بر رشد و توسعه منطقه دارای آثاری متفاوت بوده است.

۲-۱. ارتباط سیستمی سیاست‌های کلی بخش بازرگانی با سایر بخش‌ها

در بررسی سیاست‌های کلی برنامه پنجم نمی‌توان به هر سیاست به شکل جداگانه و انتزاعی نگریست، زیرا تحقق اهداف موردنظر یک سیاست در گرو تحقق سیاست‌هایی دیگر است و هر



سیاست نیز به تحقق اهداف سیاست‌های دیگری کمک می‌کند یا در عدم تحقق آنها مؤثر است. به همین دلیل لازم است ارتباط سیستمی سیاست‌های هر بخش با سایر بخش‌ها مورد ارزیابی قرار گیرد. با توجه به تفاوت ارتباط سیاست‌های بخش بازرگانی با سیاست‌های اقتصادی نسبت به دیگر بخش‌ها یک بار رابطه میان سیاست‌های بخش بازرگانی با سیاست‌های امور اقتصادی و بار دیگر رابطه میان سیاست‌های بخش بازرگانی با سیاست‌های امور فرهنگی، علمی و فناوری، اجتماعی، سیاسی، دفاعی و امنیتی به صورت کلی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱-۲-۱. ارتباط سیاست‌های کلی بخش بازرگانی با سیاست‌های کلی امور اقتصادی

به طور کلی رابطه‌ای دوطرفه میان سیاست‌های کلی بخش بازرگانی با سیاست‌های کلی امور اقتصادی حکمفرماست در این بخش به نکاتی در خصوص ارتباط سه سیاست کلی ردیف (۲۹)، ۳۰ و ۳۵-۲) که سیاست‌های بخش بازرگانی هستند با دیگر سیاست‌های بخش اقتصادی اشاره می‌شود. - یکی از ابزارهای تحقق رشد مستمر و پرشتاب ۸ درصدی (مندرج در بند «۲۱» سیاست‌ها) دستیابی به اهداف بخش بازرگانی است، تجارت در ادبیات اقتصادی یکی از عوامل رشد اقتصاد است و تحقق اهداف بخش بازرگانی تأثیر بسزایی در دستیابی رشد مورد نظر دارد.

- یکی از عوامل مهمی که در ایجاد ظرفیت برای جذب منابع و سرمایه‌های خارجی (مندرج در بند «۱-۲۱» سیاست‌ها) به خصوص در حوزه مناطق مرزی و مناطق آزاد و ویژه مورد استفاده قرار می‌گیرد، نگاه برون‌نگر به بخش خارجی اقتصاد و رونق در بخش بازرگانی است. به همین دلیل تحقق اهداف بخش بازرگانی یکی از عوامل مؤثر در جذب منابع و سرمایه‌های خارجی در مناطق دارای مزیت تجاری است.

- یکی از سیاست‌های مهم ابلاغی توسط مقام معظم رهبری بهبود فضای کسب‌وکار است (مندرج در بند «۳-۲۱»). در ادبیات اقتصادی شاخص‌های متعددی برای بررسی فضای کسب‌وکار^۱ طراحی شده است که شامل شروع به کار یک بنگاه، کسب مجوزهای لازم، اشتغال کارکنان، ثبت دارایی‌های آن، دریافت وام از بانک‌ها، سرمایه‌گذاری در بورس، پرداخت مالیات، تجارت با خارج، انعقاد قرارداد، زیرساخت‌های اقتصادی و مقررات ورشکستگی می‌شود. هرچند شاخص‌های موجود در این حوزه متعدد و متنوع هستند، ولی به استناد گزارش‌های بانک جهانی^۲ در این خصوص شاخص تناسب و تعادل فضای کسب‌وکار یک کشور در رونق بخش تجارت خارجی آن منعکس می‌شود و کارایی بخش تجاری کشور نشان‌دهنده سطح مطلوبیت و مزیت فضای

1. Doing Business

۲. سیمون دیانکوف و کارالی مکلیش، فضای کسب‌وکار در سال ۲۰۰۶ (ایجاد فرصت شغلی) بانک جهانی، شرکت تأمین مالی بین‌المللی، ترجمه دکتر جعفر خیرخواهان، مجلس شورای اسلامی، مرکز پژوهش‌ها، ۱۳۸۶.



کسب‌وکار نسبت به کشورهای دیگر است.

- مبحث استانداردهای ملی یکی دیگر از سیاست‌های ابلاغی است. شایان توجه است که این نظام استاندارد نباید تنها به حوزه تولید معطوف شود، بلکه استاندارد مصرف از جایگاه وسیع‌تری برخوردار است. کشوری که بخش عمده‌ای از کالای مورد نیاز و مصرف خود را از بازار جهانی و به واسطه واردات تأمین می‌کند باید به کیفیت و خصوصیات استاندارد کالای وارداتی نیز حساس باشد. شایان توجه است که با توجه به حجم بالای ۸۵ درصدی کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای در واردات کشور^۱ عدم توجه به استانداردهای وارداتی خود به کاهش استاندارد تولید نیز منجر خواهد شد.

- از بندهای اساسی سیاست‌های کلی که به تدوین نگاه اقتصادی کشور می‌پردازد بند «۲۲» مبنی بر تغییر نگاه به نفت و گاز و درآمدهای حاصل از آن است، توجه بیش از پیش به تجارت به خصوص صادرات غیرنفتی موجب می‌شود که کشور بتواند در تغییر نگاه و تکیه به درآمدهای نفتی موفق باشد. هرچند که آسیب‌شناسی آمار صادرات غیرنفتی کشور نیز مبین وابستگی شدید آن به محصولات حاصل از نفت و گاز است.

- از بندهای مهم سیاست‌های کلی که ناظر بر سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی است حمایت از شکل‌گیری بازارهای رقابتی است، توجه به این نکته ضروری است که در بحث تجارت خارجی و در شرایطی که تولید داخلی امکان رقابت وسیعی در سطح جهانی ندارد ایجاد بازارهای رقابتی بدون توجه به رفع موانع تولید می‌تواند موجب کاهش سطح اشتغال و تولید شده و بازار داخلی را نیز به واردات وابسته نماید.

- یکی از راه‌های حفظ ذخایر راهبردی ارزی (مدرج در بند «۲۸» سیاست‌ها) در کشور، تنظیم تراز تجاری با تأکید بر توسعه صادرات و تکیه بر تولید داخلی است که این سیاست نیز می‌تواند از بخش بازرگانی کشور متأثر شود.

- یکی از مباحثی که در گسترش عدالت اجتماعی و جلوگیری از نابرابری‌های درآمدها (بند «۲۴» سیاست‌ها) مؤثر است تنظیم و نظارت بر درآمدهای حاصل از واردات و صادرات و وجوه مربوط به حاشیه سود تجارت است. جلوگیری از اقداماتی مانند دامپینگ^۲، کم‌اظهاری گمرکی، فروش کالا در داخل به قیمت‌های بالاتر از قیمت وارداتی، صادرات صوری، سوءاستفاده از جوایز صادراتی و... موجب می‌شود تنظیم درآمدهای ناشی از فعالیت در بخش بازرگانی نه تنها به نابرابری‌ها و گسترش شکاف طبقاتی نیانجامد، بلکه عاملی در راستای تقویت عدالت اجتماعی محسوب شود.

۱. فتح‌آبادی و سعید غلامی‌باغی و سیدخشیار سیدشکری، طرح پژوهشی نقش تعرفه‌ها در واردات و نظام مناسب در تعیین تعرفه کالاهای وارداتی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات اقتصادی، گروه بازرگانی، پاییز ۱۳۸۷.

۲. مطابق تعاریف سازمان جهانی تجارت، عرضه کالاهای صادراتی در بازارهای خارجی به زیر قیمت معمول را قیمت‌شکنی یا دامپینگ می‌گویند. از مقایسه قیمت صادراتی با ارزش عادی کالا تشخیص داده می‌شود.



- هرچند موضوع اطلاعات اقتصادی (مندرج در بند «۴-۳۴» سیاست‌ها) امری بسیار ضروری است، ولی نقش آن در بخش بازرگانی با توجه به جایگاه سود و زیان در استمرار فعالیت‌ها در این بخش از اهمیت خاصی برخوردار است، سازمان‌دهی اطلاعات در بخش‌های مربوط به این حوزه از جمله گمرک جمهوری اسلامی ایران، وزارت بازرگانی، مناطق آزاد، بازارچه‌های مرزی و... از جمله مسائل مهم در این بخش محسوب می‌شود.

- تحقق هدف کاهش نرخ بیکاری به ۷ درصد (مندرج در بند «۴-۳۵» سیاست‌ها) بدون توجه به مزیت‌های هر منطقه قابل حصول نیست. در برخی از بخش‌های کشور با توجه به موقعیت استراتژیک ایران لازم است که سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی در بخش بازرگانی متمرکز شود تا بتوان از ظرفیت‌های موجود حداکثر بهره‌برداری را انجام داد. توجه به این مهم با توجه به سیاست‌هایی مانند استفاده از ظرفیت‌های بازرگانی در مناطق مرزی، سواحل جنوبی و جزایر کشور کاملاً مشخص است.

۲-۱. ارتباط سیاست‌های کلی بخش بازرگانی با سایر سیاست‌های امور اقتصادی

بسیاری از سیاست‌های بخش‌های دیگر کشور بر ایجاد رونق و کارایی بخش بازرگانی مؤثر هستند. در این بخش به نکاتی در خصوص ارتباط سه سیاست کلی ردیف (۲۹، ۳۰ و ۳۵-۲) که سیاست‌های بخش بازرگانی محسوب می‌شوند با سیاست‌های دیگر بخش‌ها اشاره می‌شود.

الف) امور فرهنگی

هرچند در سیاست‌های کلی بخش امور فرهنگی به سیاست خاصی از بخش بازرگانی کشور اشاره نشده است، ولی مملو از واژگانی مانند مهندسی فرهنگی، خودباوری، روحیه کاری، ابتکار، قناعت و... است که می‌تواند مبین فرهنگ تجاری کشور باشد. برای مثال فرهنگ صادرات^۱ در کشور که به حاکمیت و وجود تفکر افراد، بنگاه‌ها و دولت دایر بر اینکه صادرات قابل رقابت به رفاه اقتصاد ملی کمک می‌کند می‌تواند موجب مشارکت در بازارهای بین‌المللی شود.^۲ بنابراین تعمیق فرهنگ صادراتی می‌تواند در پیشبرد راهبرد صادرات کشور مؤثر و مفید باشد. همچنین فرهنگ قناعت که در یکی از سیاست‌های بخش امور فرهنگی به آن اشاره شده است می‌تواند در کاهش ورود کالاهای وارداتی مصرفی و لوکس مؤثر باشد.

ب) امور علمی و فناوری

این بخش یکی از زیرساخت‌های اساسی بخش بازرگانی محسوب می‌شود. تحول در نظام آموزش

1. Export Culture

۲. صادقی یارندی، سیفا... و مسعود طارم سری، فرهنگ توصیفی اصطلاحات تجارت بین‌الملل و سازمان جهانی WTO، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران، ۱۳۸۵.



عالی (بند «۷» سیاست‌ها) گامی مؤثر در راستای تجارت و بازرگانی مبتنی بر علم و آگاهی بوده و ارتباط مؤثر بین دانشگاه‌ها با بخش صنعت (بند «۷-۳» سیاست‌ها) می‌تواند موجب افزایش مزیت نسبی تولیدات کشور در حوزه صادرات و واردات شود. علاوه بر مطالب فوق بند «۱۰» سیاست‌های کلی به تجاری‌سازی دستاوردهای نخبگان و نوآوران کشور اشاره کرده که مرحله‌ای مهم و اساسی در تحقق هدف سیاست مندرج در بند «۲۱» مبنی بر توسعه صادرات در بخش دارای فناوری بالا خواهد بود.

ج) امور اجتماعی

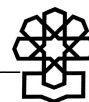
اصلاح اموری مانند نظام اداری و قضایی (بند «۱۴» سیاست‌ها)، تقویت و کارآمد کردن نظام بازرسی و نظارت (بند «۱۶» سیاست‌ها)، یکپارچگی در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های حوزه سلامت (بند «۱-۱۹») از مباحث بستر ساز تحقق اهداف بخش بازرگانی محسوب می‌شوند. به‌علاوه مبارزه همه‌جانبه با مواد مخدر و روان‌گردان (سیاست بند «۱-۲۰») تنها از طریق انجام امور نظامی و انتظامی قابل حصول نیست و تحقق هدف بند «۲-۳۵» یعنی گسترش فعالیت‌های اقتصادی مناطق مرزی، سواحل جنوبی و جزایر با استفاده از ظرفیت‌های بازرگانی می‌تواند یکی از راهکارهای تحقق محرومیت‌زدایی و مقابله با بخش زیرزمینی و فساد در مناطق مرزی باشد.

د) امور سیاسی، دفاعی و امنیتی

این بخش یکی از عوامل مؤثر در رشد و توسعه بخش بازرگانی در کشور است که از دو طریق جداگانه داخلی و خارجی بر روند تجاری کشور تأثیر می‌گذارد.

سیاست داخلی در اصل تنظیم‌کننده بخشی از امنیت اقتصادی است که بدون آن زمینه دستیابی به اهدافی مانند رشد و توسعه اقتصادی در زمینه بازرگانی فراهم نخواهد شد.

از طرف دیگر یکی از بخش‌های تأثیرگذار بر تجارت خارجی کشور، روابط بین‌الملل و تعاملات سیاسی با کشورهای طرف تجاری است. مسلماً تقویت همکاری‌های دوجانبه، منطقه‌ای و بین‌المللی با اولویت کشورهای همسایه (بند «۱-۳۹» سیاست‌ها) تأثیر بسزایی در جهت‌دهی به تجارت خارجی کشور خواهد داشت و مناسبات تجاری کشور در فضایی خارج از مناسبات سیاسی ترسیم نمی‌شود. به‌علاوه مسائلی مانند نقش مدیریتی ایران در جهان (بند «۴۱» سیاست‌ها) در نوع تقسیم کار و جایگاه جهانی اقتصاد ایران تأثیر بسزایی خواهد داشت. یکی از ابزارهای تحقق بند «۴-۴۵» سیاست‌هایی مبنی بر امنیت پایدار مناطق مرزی و کنترل مؤثر مرزهاست که اهم آن در حوزه سیاست‌های اقتصادی استفاده از ظرفیت‌های بازرگانی خارجی در مناطق مرزی، سواحل جنوبی و جزایر کشور است.



۲. ظرفیت‌های قانونی موجود برای دستیابی به اهداف سیاست‌های بخش بازرگانی

با توجه به لزوم رفع خلأهای موجود در قوانین موضوعه به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم تحقق اهداف برنامه‌ای، در این بخش به ظرفیت‌های قانونی موجود برای دستیابی به اهداف سیاست‌های بخش بازرگانی اشاره می‌شود.

در بررسی قوانین مهم و اساسی که در حوزه بازرگانی مورد توجه قرار می‌گیرند می‌توان به مواردی مانند قانون تجارت، قانون مقررات صادرات و واردات، قانون سامان‌دهی مبادلات مرزی قانون امور گمرکی، قوانین حوزه مناطق آزاد و ویژه، قانون اتاق بازرگانی، قوانین حوزه مبارزه با قاچاق کالا، موافقت‌نامه‌های دو یا چندجانبه و احکام برنامه‌ای مندرج در قانون برنامه چهارم توسعه اشاره کرد.

۲-۱. قانون تجارت^۱

قانون تجارت که قانون مادر حوزه بازرگانی کشور محسوب می‌شود قانونی است اقتصادی و حقوقی که در ۶۰۰ ماده در سال ۱۳۱۱ با اقتباس از قانون تجارت فرانسه به تصویب رسید و در سال ۱۳۴۷ نیز با وضع ۳۰۰ ماده اصلاح شد.^۲

این قانون از نظر حجم، تعداد و تنوع احکام ارائه شده قانونی منحصر به فرد است. این قانون احکام متعددی در حوزه‌های مختلف تجارت از تعریف تاجر، معاملات تجاری، دفاتر تجاری، ثبت تجاری، شرکت‌های تجاری، اسناد تجاری (سفته، چک و برات)، دلالتی تجاری، حق‌العمل‌کاری، حمل‌ونقل، نمایندگی تجاری، ضمانت، ورشکستگی، اعاده اعتبار، اسم تجاری و شخصیت حقوقی ارائه می‌دهد.

با توجه به گذشت مدت‌زمان طولانی از عمر این قانون، انتقادات متعددی به وضع قانون فعلی تجارت شده و موارد متعددی از جمله پراکندگی، عدم همخوانی، عدم بیان قواعد حاکم، سکوت، نارسایی و تعارض به‌عنوان مشکلات فعلی قانون، مورد توجه قرار گرفته است. تغییرات بسترهای مورد نیاز قانون تجارت و لزوم به‌روز کردن قانون با توجه به تغییرات موجود در تجارت جهانی موجب شد که لایحه‌ای^۳ درخصوص قانون تجارت در سال ۱۳۸۴ به مجلس تقدیم شود. این لایحه در ۸ باب و ۱۰۲۸ ماده به ارائه احکامی پرداخته است.

با توجه به مشکلات پیش‌روی بررسی لوایح حجیم در مجلس شورای اسلامی و بین‌بخشی

۱. قانون تجارت، مصوب ۱۳۱۱/۲/۱۳، کمیسیون قوانین عدلیه مجلس شورای ملی.

۲. قانون اصلاح قسمتی از قانون تجارت، مصوب ۱۳۴۷/۱۲/۲۴، کمیسیون خاص مشترک مجلس شورای ملی و سنا.

۳. لایحه تجارت، شماره ثبت ۴۵۹، شماره چاپ ۹۸۹، دوره هفتم مجلس شورای اسلامی، تاریخ چاپ ۱۳۸۴/۵/۱۰.



بودن این لایحه در حوزه حقوق و اقتصاد، علی‌رغم تشکیل کمیسیون مشترک در مجلس هفتم، بررسی این لایحه به مجلس هشتم کشیده شد.^۱

در بررسی این لایحه به صورت اجمالی می‌توان عنوان کرد که عدم دسته‌بندی مواد قانونی، تکرار غیرضروری مقررات و مواد، خلط مقررات شکلی و ماهوی و ایرادات ماهوی در برخی باب‌های لایحه مثل تجار و معاملات تجاری، حقوق و تکالیف تاجر، قراردادهای تجاری، ضمانت، اسناد تجاری، بازسازی و ورشکستگی، عدم توجه کامل به تحولات نوین حقوق در حوزه اقتصاد و بازرگانی، عدم هماهنگی لازم با اصول و قواعد بین‌المللی تجارت، عدم انطباق حداکثری با احکام فقهی تعارض با برخی قوانین دیگر،^۲ موجب شده است که این لایحه نیز با چالش‌های جدی مواجه باشد.

۲-۲. قانون مقررات صادرات و واردات^۳ و جداول ضمیمه آن

این قانون اصلی‌ترین قانون در حوزه سیاست‌گذاری در حوزه بازرگانی است که به همین دلیل تغییر آن در طول زمان با توجه به تغییرات حاکم بر شرایط اقتصادی جامعه ضروری است.

موضوع تفکیک کالاها به کالاهای مجاز، مشروط و ممنوع، کارت بازرگانی، شرکت‌های تعاونی مرزنشین، ملوانان، تغییرات تعرفه‌ای، خانوارهای مرزنشین، ثبت سفارش، استرداد حقوق ورودی، معافیت پیمان‌سپاری ارزی، قانون سامان‌دهی مبادلات مرزی^۴ ورود کالای همراه مسافر، معافیت صادرات از عوارض، تشویق صادرات و حتی لزوم صدور شناسنامه فرش از جمله مواردی است که در این قانون به آنها اشاره شده و اتفاقاً عمده این احکام هم اکنون محل بحث و ابهام است.

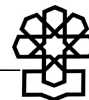
بنابراین قانون مقررات صادرات و واردات فعلی با توجه به نواقص و ابهامات موجود در آن نه تنها به عنوان ظرفیتی برای برنامه‌ریزی محسوب نمی‌شود، بلکه اصلاح آن و دستیابی به قانونی کامل و جامع می‌تواند یکی از خلأهای قانونی موجود در امور بازرگانی کشور را حل نماید.

۱. لایحه تجارت، شماره ثبت ۱۱۴، دوره هشتم مجلس شورای اسلامی، تاریخ چاپ ۱۳۸۷/۷/۱۳.

۲. برای کسب اطلاعات بیشتر رجوع شود به اظهارنظر کارشناسی درباره «لایحه تجارت» ارزیابی کلی لایحه، شماره مسلسل ۹۵۹۹ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات حقوقی، ۱۳۸۸.

۳. قانون مقررات صادرات و واردات ایران، مصوب ۱۳۷۲/۷/۴ مجلس شورای اسلامی و تأیید ۱۳۷۲/۷/۱۱ شورای نگهبان.

۴. قانون ساماندهی مبادلات مرزی، مصوب ۱۳۸۴/۷/۶ مجلس شورای اسلامی و تأیید ۱۳۸۴/۷/۲۰ شورای نگهبان.



۲-۳. قانون امور گمرکی

قانون امور گمرکی^۱ یکی از مهم‌ترین قوانینی است که ناظر بر فعالیت‌های گمرک جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان دستگاه مجری امور بازرگانی است. این قانون ضمن ارائه ۶۰ ماده به کلیه وظایف عمومی و اختصاصی گمرک، مقررات کالای متروکه، تخلفات و قاچاق، معافیت‌ها و ممنوعیت‌ها و حل اختلافات گمرکی اشاره می‌کند. نکته تکمیلی این قانون آیین‌نامه قانونی^۲ مفصلی است که در ۲۹۷ ماده به ارائه احکام اجرایی این قانون پرداخته است. این آیین‌نامه از آن نظر قانونی است که مصوبه دولت نیست و به تصویب کمیسیون داری مجلس شورای ملی رسیده است.

همان‌طور که مشاهده می‌شود از زمان تصویب این قانون نیز بیش از ۳۸ سال می‌گذرد و همواره با توجه به تغییرات وسیعی که در سطح انجام خدمات گمرکی و نوین‌سازی تجارت انجام شده است. بحث تغییر این قانون مطرح بوده و به همین دلیل دولت در سال ۱۳۸۳ لایحه‌ای^۳ با عنوان لایحه امور گمرکی به مجلس ارائه کرد. این لایحه پس از بررسی در مرکز پژوهش‌ها^۴ در کمیسیون اقتصادی مجلس مطرح شد و حجم انتقادات وارد بر آن موجب بازپس گرفتن آن توسط دولت در شروع به کار مجلس هشتم شد.

هر چند نواقص و نارسایی‌هایی بر قانون فعلی امور گمرکی وارد است، ولی پیشنهادهای جایگزینی که دولت تحت عنوان لایحه امور گمرکی به مجلس ارائه می‌دهد رافع تمامی نواقص موجود نبوده و به دلیل بر هم زدن نظامات حاکم بر فرایند فعلی تشریفات گمرکی هزینه‌هایی را نیز بر اقتصاد ملی وارد خواهد کرد. به همین دلیل لازم است از ورود به اصلاح کلی این قانون مادر نیز پرهیز کرده و گام‌هایی مثبت در راه اصلاح و تکمیل آن برداشته شود.

۲-۴. قوانین حوزه مناطق آزاد و ویژه

یکی از راهکارهای رونق اقتصادی کشورها استفاده از استراتژی‌های برون‌نگر و بهره‌گیری از فرصت‌های موجود در نظام اقتصاد جهانی با ایجاد مناطقی است که مقررات اقتصادی آنها، از جمله سیاست‌های جذب سرمایه و مقررات تجاری و گمرکی با سرزمین اصلی متفاوت باشد.

در ایران این اقدام از طریق تشکیل مناطقی با عنوان مناطق آزاد در تبصره «۱۹» قانون برنامه

۱. قانون امور گمرکی، مصوب ۱۳۵۰/۳/۳۰ مجلس شورای ملی.

۲. آیین‌نامه اجرایی قانون امور گمرکی، مصوب ۱۳۵۱/۱/۲۰ کمیسیون داری مجلس شورای ملی.

۳. لایحه امور گمرکی، شماره ثبت ۲۸۰، شماره چاپ ۵۱۶، دوره هفتم مجلس شورای اسلامی.

۴. برای کسب اطلاعات بیشتر رجوع شود به اظهارنظر کارشناسی درباره لایحه امور گمرکی، نظرات و پیشنهادهای نهادها، مؤسسات و کارشناسان، دفتر مطالعات اقتصادی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۷۴۷۸، ۱۳۸۴ و بررسی مواد لایحه امور گمرکی، شماره مسلسل ۷۴۷۸-۱ جلد ۱، ۲ و ۳، ۱۳۸۶.



اول توسعه مورد نظر سیاست‌گذاران قرار گرفت. پس از آن به موجب قوانین^۱ مصوب سال ۱۳۷۲ و ۱۳۸۲ با اخذ مجوز از مجلس مناطقی آزاد (کیش، قشم، چابهار، اروند، ارس و انزلی) تأسیس شد. تأسیس مناطق ویژه اقتصادی یا مناطق حراست شده گمرکی نیز مطابق تبصره «۲۰» برنامه اول توسعه مورد توجه قرار گرفت و تا سال ۱۳۸۴،^۲ ۱۶ منطقه ویژه تشکیل شد. همچنین مطابق مصوبه اخیر مجلس^۳ و در صورت تأیید شورای نگهبان تعداد مناطق آزاد به ۷ منطقه و تعداد مناطق ویژه به ۳۹ منطقه خواهد رسید. هر چند مناطق آزاد و ویژه یکی از ابزارهای رشد و توسعه صادرات محسوب می‌شوند، ولی روند فعلی عملکرد آنها مؤید دستیابی به اهداف مذکور نبوده و خلأهای قانونی و اجرایی عملکرد در این مورد موجب نارسایی‌های متعدد و تحمیل هزینه‌هایی به اقتصاد ملی نیز شده است.^۴

۲-۵. قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

اتاق بازرگانی^۵ سازمانی است متشکل از تجار و بازرگانان که هدف اولیه آن حمایت از اعضای داخلی اتاق است و در کنار این هدف اولیه نتایج و آثار مهمی بر اقتصاد، تجارت و بازرگانی کشور به همراه دارد.

اولین قانون مصوب^۶ مربوط به این حوزه به سال ۱۳۰۹ باز می‌گردد، ولی لازم به ذکر است که بعد از انقلاب اسلامی در سال ۱۳۶۹ قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران^۷ در ۳۲ ماده و ۱۹ تبصره تصویب شد که کلیه موارد مربوط به اتاق بازرگانی را شامل می‌شود. این قانون در سال ۱۳۷۳ اصلاح شد.^۸

کارکرد اتاق بازرگانی و بررسی کارایی و عملکرد آن ارتباط تنگاتنگی با قانون اداره آن دارد و قانونی کارا و مثبت در اتاق بازرگانی نتایج بسیار مثبتی در عملکرد اتاق خواهد داشت. برخی از

۱. قانون چگونگی اداره مناطق آزاد تجاری - صنعتی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۷۲/۶/۷ مجلس شورای اسلامی، تأیید شورای نگهبان ۱۳۷۲/۶/۲۱ و قانون ایجاد مناطق آزاد تجاری - صنعتی آبادان و خرمشهر، جلفا و بندرانزلی مصوب ۱۳۸۲/۶/۲ مجلس شورای اسلامی و تأیید ۱۳۸۲/۶/۱۲ شورای نگهبان.

۲. قانون تشکیل و اداره مناطق ویژه اقتصادی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۸۴/۳/۱۱ مجلس شورای اسلامی و تصویب ۱۳۸۴/۹/۵ مجمع تشخیص مصلحت نظام.

۳. مطابق آخرین مصوبه مورخ ۱۳۸۸/۱/۲۲ درخصوص دو لایحه ایجاد هشت منطقه ویژه اقتصادی با شماره ثبت ۲۳۰ و لایحه ایجاد یک منطقه آزاد و پانزده منطقه ویژه با شماره ثبت ۲۷۴.

۴. جهت کسب اطلاعات بیشتر رجوع شود به گزارش اظهارنظر کارشناسی درباره لایحه ایجاد یک منطقه آزاد تجاری - صنعتی و پانزده منطقه ویژه اقتصادی، دفتر مطالعات اقتصادی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۲۲۰۹۴۸۴، بهمن ۱۳۸۷.

5. Chamber of Commerce

۶. قانون راجع به اتاق‌های تجارت، مصوب ۱۳۰۹/۷/۱۰ مجلس شورای ملی.

۷. قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۶۹/۱۲/۱۵، تأیید مورخ ۱۳۷۰/۱/۶ شورای نگهبان.

۸. قانون اصلاح موادی از قانون بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۷۲/۹/۱۵ و تأیید ۱۳۷۲/۹/۲۳ شورای نگهبان.



مسائل و مشکلاتی که اکنون در اتاق بازرگانی وجود دارد به قانون فعلی بر می‌گردد. به همین دلیل است که نمایندگان مجلس شورای اسلامی در دوره هفتم مجلس این ضرورت را احساس کرده و طرحی^۱ را به مجلس در خصوص تدوین قانون جدید اتاق بازرگانی ارائه دادند که کلیات این قانون در تاریخ ۱۳۸۳/۹/۲۹ توسط مجلس رد شد، ولی هنوز احساس نیاز به قانونی کارا و مترقی برای اتاق بازرگانی وجود دارد و اتاق بازرگانی خود مشغول تهیه پیش‌نویس برای تغییر این قانون است. ترکیب دولتی اقتصاد کشور و عدم حضور فعال و پویای بخش خصوصی در اقتصاد، حضور پررنگ و نقش دولت در اتاق بازرگانی،^۲ استقلال اتاق، عدم شمولیت اتاق به کل فعالان اقتصادی، بی‌توجهی و بی‌اعتنایی به شرکت‌های کوچک و متوسط و... از مواردی هستند که لزوم بازننگری در قوانین اتاق را امری لازم و ضروری می‌نمایاند.

هر چند حضور اتاق بازرگانی با توجه به ضرورت وجود آن در اقتصاد کشور و حوزه تجارت امری بدیهی است، ولی کارایی و اثربخشی این حضور به عملکرد اتاق بازرگانی و حذف نقاط ضعف و تقویت نقاط مثبت اتاق در ابعاد قانونی، اجرایی و نظارتی بستگی دارد.

۶-۲. قوانین حوزه قاچاق کالا

علی‌رغم اینکه قاچاق کالا به‌عنوان بخش غیررسمی بازرگانی سهم بسزایی در ناکارایی نظام تجاری کشور دارد، ولی توجه کامل به آن نشده است. قوانین اصلی این بخش شامل قانون مجازات مرتکبین قاچاق^۳ و قانون نحوه اعمال تعزیرات حکومتی راجع به قاچاق کالا و ارز^۴ پاسنگوی نیازهای حقوقی و اقتصادی کشور نبوده و مؤید این ادعا شرایط مرزها و استان‌های مرزی کشور و بالا بودن برآورد قاچاق کالا است. نبود تعریف مشخص و جامع از جرم قاچاق موجب بروز ابهام و تردید در مجازات شده و ابهاماتی در مجازات مرتکبین جرم قاچاق به‌واسطه کشف موضوع کالایی که مشابه آن در کشور وجود دارد به‌وجود آمده است. تعریف قانون‌گذار از جرم قاچاق به‌عنوان جرمی دفعی در مرزها و یا جرمی مستمر در خاک کشور مشخص نیست و این موارد موجب بروز خلأهای قانونی متعددی در کشور شده است.

شایان توجه است که مبارزه با پدیده قاچاق تنها از طریق وضع قوانین و مقررات کیفری

۱. طرح اصلاح موادی از اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران، شماره ثبت ۴۹، شماره چاپ ۵۳، دوره هفتم مجلس شورای اسلامی، اعلام وصولی مورخ ۱۳۸۳/۳/۲۶.

۲. یکی از مصادیق نقش دولت در اتاق بازرگانی، ترکیب شورای عالی نظارت بر اتاق ایران شامل وزرای بازرگانی، امور اقتصادی و دارایی، صنایع و معادن، جهاد کشاورزی، رئیس و ۲ نایب رئیس اتاق ایران است. شایان توجه است که ریاست شورای عالی نظارت با وزیر بازرگانی است.

۳. قانون مجازات مرتکبین قاچاق، مصوب ۱۳۱۲/۱۲/۲۹ کمیسیون قوانین عواید مجلس شورای ملی.

۴. قانون نحوه اعمال تعزیرات حکومتی راجع به قاچاق کالا و ارز، مصوب ۱۳۷۴/۲/۱۲، مجمع تشخیص مصلحت نظام.



امکان‌پذیر نیست و توجه به اصلاح ساختار بازرگانی کشور و رفع انگیزه‌های اقتصادی به وجود آورنده پدیده قاچاق به عنوان عوامل بازدارنده و پیشگیری‌کننده امری ضروری و حیاتی است.

۷-۲. قوانین مربوط به موافقت‌نامه‌های منعقدہ دو یا چندجانبه در حوزه بازرگانی

کشورها برای گسترش همکاری‌های اقتصادی و تجاری به طراحی و امضای موافقت‌نامه‌های همکاری دوجانبه یا چندجانبه اقدام می‌کنند. همکاری‌های اقتصادی بین کشورها در مراحل مختلف صورت می‌گیرد که هر کدام بیانگر درجه همکاری اقتصادی بین اعضاست. انواع همکاری‌های تجاری و اقتصادی را می‌توان به این صورت دسته‌بندی کرد:

(الف) ترتیبات تجارت ترجیحی:^۱ موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی ساده‌ترین نوع همگرایی اقتصادی است که کشورهای عضو بر محصولات وارداتی از یکدیگر نرخ‌های تعرفه ترجیحی اعمال می‌نمایند.

(ب) منطقه تجارت آزاد:^۲ منطقه تجارت آزاد اساساً متضمن حذف کامل موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای بین کشورهای عضو است. این در حالی است که کلیه موانع تجاری اعضا با کشورهای ثالث محفوظ خواهد بود. بعضی از موافقت‌نامه‌های مناطق تجارت آزاد اخیراً حاوی مفادی است که شامل آزادسازی قوانین سرمایه‌گذاری، تجارت خدمات، تدارکات دولتی و هرگونه اقدام برای نیل به سوی یکپارچگی اقتصادی بیشتر می‌شود.

(ج) اتحادیه گمرکی:^۳ اتحادیه گمرکی منطقه تجارت آزادی است که تعرفه‌های خارجی مشترکی را در برابر کشورهای ثالث اتخاذ می‌کند.

(د) بازار مشترک:^۴ بازار مشترک، اتحادیه گمرکی است که حرکت آزادانه عوامل در سطح منطقه را مجاز می‌داند.

(ه) اتحادیه اقتصادی:^۵ اتحادیه اقتصادی، بازار مشترکی است که هماهنگ‌سازی سیاست‌های مشخص اقتصادی به‌ویژه سیاست‌های اقتصاد کلان و قانون‌گذاری را مجاز می‌داند.^۱

در ادامه به معرفی فهرست موافقت‌نامه‌های همکاری تجاری دوجانبه و چندجانبه ایران با کشورهای جنوب غربی آسیا می‌پردازیم.

در جدول ۱۰، تعداد موافقت‌نامه‌های دوجانبه همکاری ایران با کشورهای جنوب غرب آسیا که به تصویب مجلس رسیده است ذکر شده است. در این جدول موافقت‌نامه‌های همکاری دوجانبه به

1. Preferential Trade Arrangement (PTA)

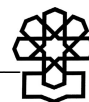
2. Free Trade Area

3. Custom Union

4. Common Market

5. Economic Union

۶. مسعود کمالی اردکانی، نگرش سازمان جهانی تجارت به ترتیبات تجاری منطقه‌ای، سازمان جهانی تجارت (ساختار، قواعد و موافقت‌نامه‌ها)، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، صص ۵۰۹-۵۱۰.



دو دسته موافقت‌نامه‌های همکاری در زمینه بازرگانی و غیر آن تقسیم شده است. همکاری‌های بازرگانی شامل موافقت‌نامه‌های زیر می‌شود:

- قانون موافقت‌نامه بازرگانی،

- قانون موافقت‌نامه همکاری و کمک‌های متقابل در مورد موضوعات گمرکی،

- قانون موافقت‌نامه تجارت ترجیحی،

- قانون موافقت‌نامه کشتیرانی تجاری - دریایی،

- موافقت‌نامه حمل‌ونقل هوایی بازرگانی.

از موارد اصلی موافقت‌نامه‌های همکاری غیربازرگانی می‌توان به موافقت‌نامه‌های تشویق و حمایت متقابل از سرمایه‌گذاری، اجتناب از اخذ مالیات مضاعف، همکاری‌های حمل‌ونقل، همکاری‌های فرهنگی، جهانگردی، قضایی و غیره اشاره کرد.

جدول ۲. تعداد موافقت‌نامه‌های همکاری دوجانبه ایران با کشورهای جنوب غربی آسیا

ردیف	نام کشور	تعداد موافقت‌نامه‌های بازرگانی	تعداد موافقت‌نامه‌های غیربازرگانی	تعداد موافقت‌نامه‌های همکاری
۱	ترکیه	۵	۱۰	۱۵
۲	پاکستان	۳	۱۲	۱۵
۳	سوریه	۳	۱۱	۱۴
۴	عراق	۰	۱۲	۱۲
۵	قطر	۲	۹	۱۱
۶	افغانستان	۲	۸	۱۰
۷	لبنان	۲	۷	۹
۸	ترکمنستان	۲	۷	۹
۹	قزاقستان	۲	۷	۹
۱۰	جمهوری آذربایجان	۱	۸	۹
۱۱	عمان	۲	۶	۸
۱۲	کویت	۲	۶	۸
۱۳	ارمنستان	۲	۶	۸
۱۴	قرقیزستان	۲	۶	۸
۱۵	تاجیکستان	۲	۶	۸
۱۶	گرجستان	۲	۵	۷
۱۷	اردن	۱	۷	۸
۱۸	ازبکستان	۱	۶	۷
۱۹	عربستان	۱	۵	۶
۲۰	بحرین	۱	۴	۵
۲۱	یمن	۲	۲	۴



ردیف	نام کشور	تعداد موافقت‌نامه‌های بازرگانی	تعداد موافقت‌نامه‌های غیربازرگانی	تعداد موافقت‌نامه‌های همکاری
۲۲	قبرس	۱	۳	۴
۲۳	مصر	۱	۱	۲
۲۴	امارات	۰	۰	۰

مأخذ: همان.

البته در احصای موافقت‌نامه‌های همکاری، قوانین موافقت‌نامه‌های همکاری پیش از انقلاب نیز برشمرده شده است. برای مثال هر دو موافقت‌نامه همکاری با کشور مصر مربوط به موافقت‌نامه‌های پیش از انقلاب است و در حوزه بازرگانی نیز اکثر همکاری‌ها در زمینه بازرگانی و امور گمرکی است. سوریه و پاکستان تنها کشورهای آسیای جنوب غربی هستند که قانون موافقت‌نامه تجارت ترجیحی دوجانبه با ایران دارند. علاوه بر سوریه و پاکستان ایران با دو کشور تونس و سریلانکا موافقت‌نامه تجارت ترجیحی دوجانبه دارد. کشور ترکیه نیز از معدود کشورهای دارای موافقت‌نامه‌های همکاری در حمل‌ونقل تجاری دریایی و هوایی با ایران در منطقه جنوب غربی آسیاست.

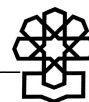
ایران با ۱۳ کشور از کشورهای جنوب غربی آسیا موافقت‌نامه همکاری‌های گمرکی منعقد کرده است و با ۱۱ کشور هنوز چنین موافقت‌نامه‌ای به امضا نرسیده است. این موافقت‌نامه‌ها در سال ۱۳۸۰ با قزاقستان، در سال ۱۳۸۲ با ارمنستان و ترکیه، در سال ۱۳۸۳ با آذربایجان و ترکمنستان، در سال ۱۳۸۴ با پاکستان، در سال ۱۳۸۵ با لبنان و قرقیزستان و در سال ۱۳۸۶ با افغانستان، تاجیکستان، سوریه، گرجستان و قطر منعقد شده است.^۱

موافقت‌نامه بازرگانی دوجانبه نیز یکی از راهکارهای تنظیم ترتیبات تجاری و از ابزارهای گسترش روابط تجاری است که توسط وزارت امور خارجه و وزارت بازرگانی کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد و تاکنون حداقل ۳۸ موافقت‌نامه بازرگانی میان ایران و کشورهای مختلف به ثبت رسیده است.

ایران در سال ۱۳۷۱ با قطر، در سال ۱۳۷۵ با ارمنستان، در سال ۱۳۷۶ با کویت، قرقیزستان، و اردن، در سال ۱۳۷۷ با لبنان، در سال ۱۳۷۹ با ترکیه، در سال ۱۳۸۰ با سوریه، در سال ۱۳۸۲ با افغانستان، تاجیکستان، ترکمنستان، ازبکستان، عمان، پاکستان و یمن و در سال ۱۳۸۵ با جمهوری آذربایجان و در سال ۱۳۸۶ با قزاقستان موافقت‌نامه بازرگانی دوجانبه امضا کرده است.

شایان ذکر است که برای برآورد اثربخشی این موافقت‌نامه‌ها لازم است گزارش‌های مدونی درخصوص تأثیر این قراردادها بر تسهیل و توسعه تجارت میان کشورها ارائه شود که این امر از

۱. اظهارنظر کارشناسی درباره: «لایحه موافقت‌نامه همکاری‌های گمرکی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری دمکراتیک الجزایر، دفتر مطالعات اقتصادی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل، ۲۲۰۹۶۱۲، ۱۳۸۸/۱/۲۳.



طرف دستگاه‌های مسئول صورت نپذیرفته است و همچنین نظارتی بر عملکرد این قوانین توسط مراجع نظارتی نیز صورت نمی‌گیرد.^۱ ادعا بر اثربخش نبودن این موافقت‌نامه‌ها به این دلیل است که این موافقت‌نامه‌ها به شکل تیپ و کلی بوده و با توجه به تفاوت شرایط کشورها تهیه نمی‌شوند و در نتیجه از اثربخشی مطلوب برخوردار نیستند.

موافقت‌نامه‌های همکاری تجاری چند جانبه ایران نیز همگی به شکلی موافقت‌نامه ترتیبات تجارت ترجیحی است و کشور ما از دیگر همکاری‌های چند جانبه مانند منطقه تجارت آزاد، اتحادیه گمرکی، بازار مشترک و اتحادیه اقتصادی استفاده نکرده است.

در جدول ۳ به موافقت‌نامه‌های همکاری تجاری چندجانبه ایران که با اصول سازمان جهانی تجارت سازگار هستند ذکر گردیده و به طرف همکاری در هر موافقت‌نامه اشاره شده است.

جدول ۳. موافقت‌نامه‌های تجاری چندجانبه ایران

ردیف	نام فارسی موافقت‌نامه	نام انگلیسی	نام اختصاری	کشورهای جنوب غربی آسیا عضو موافقت‌نامه
۱	سازمان همکاری‌های اقتصادی (اگو)	Economic Co-operation Organization	ECO	افغانستان، آذربایجان، پاکستان، قزاقستان، قرقیزستان، ترکیه، تاجیکستان، ترکمنستان و ازبکستان
۲	نظام جهانی ترجیحات تجاری	Global System of Trade Preferences Among Developing Countries	GSTP	پاکستان، مصر و عراق

مأخذ: بخش Regional Trade Agreement, سایت رسمی سازمان جهانی تجارت به آدرس: www.wto.org

متأسفانه موافقت‌نامه‌های همکاری چندجانبه ایران در عمل، در تحقق اهداف خود توفیق چندانی نداشته‌اند. در سازمان همکاری‌های اقتصادی (اگو) با وجود سابقه طولانی ایجاد آن (که از دهه ۱۳۳۰ تحت عنوان پیمان بغداد و در سال ۱۳۶۹ با عنوان سازمان همکاری‌های اقتصادی (اگو) فعالیت کرده است)، هنوز تجارت بین کشورهای عضو، سهم اندکی از کل تجارت این کشورها را تشکیل داده و اعضا بخش اعظم مبادلات تجاری خود را با کشورهای غیرعضو انجام می‌دهند.

در بیان علت این عدم توفیق دلایلی ذکر می‌شود که از جمله می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- وابستگی سیاسی اعضا به کشورهای مختلف،

- عدم مکمل بودن صادرات کشورهای عضو با واردات دیگر اعضا یا تولید کالاهای مشابه،

- انتخاب نامناسب کالاهای انتخاب شده برای اعمال تخفیف تجاری.^۲

۱. اظهارنظر کارشناسی درباره: «لایحه موافقت‌نامه بازرگانی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری فدرال نیجریه، دفتر مطالعات اقتصادی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۲۲۰۹۴۸۰، ۱۳۸۷/۱۰/۲۸.

۲. بسط مبادلات تجاری در اگو از طریق کاهش تعرفه‌ها، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۲، ص ۲۶۰.



کشورهای جنوب غربی آسیا در موافقت‌نامه‌های تجارت منطقه‌ای دیگری نیز عضو هستند که ایران در آنها عضویت ندارد. این موافقت‌نامه‌ها در جدول ذیل آمده است:

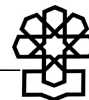
جدول ۴. موافقت‌نامه‌های تجاری چندجانبه کشورهای جنوب غرب آسیا مورد تأیید سازمان جهانی تجارت که ایران در آنها عضویت ندارد

ردیف	نام فارسی موافقت‌نامه	نام انگلیسی	نام اختصاری	کشورهای جنوب غربی آسیا عضو
۱	جامعه کشورهای مستقل مشترک‌المنافع	Commonwealth of Independent States	CIS	آذربایجان، ارمنستان و گرجستان، قزاقستان، ازبکستان، تاجیکستان و قرقیزستان
۲	شورای همکاری‌های خلیج (فارس)	Gulf Co-operation Council	GCC	بحرین، کویت، عمان، قطر، عربستان و امارات
۳	منطقه آزاد تجاری پان - عرب	Pan-Arab Free Trade Area	PAN ARAB	بحرین، قطر، عراق، اردن، کویت، لبنان، عمان، قطر، عربستان، سوریه، امارات و یمن
۴	موافقت‌نامه سه جانبه	Tripartite Agreement	Tripartite	مصر
۵	بازار مشترک شرق و جنوب آفریقا	Common Market for Eastern and Southern Africa	COMEA	مصر
۶	جامعه اقتصادی اوراسیا	Eurasian Economic Community	EAEC	قزاقستان، قرقیزستان و تاجیکستان
۷	جامعه اروپا	European Communities	EC	قبرس
۸	پروتکل مربوط به مذاکرات تجاری بین کشورهای در حال توسعه	Protocol Relating to Trade Negotiation Among Developing Countries	PTN	مصر، پاکستان و ترکیه
۹	منطقه تجارت ترجیحی جنوب آسیا	South Asian Preferential Trade Arrangement	SAPTA (SAARC)	پاکستان

مأخذ: بخش Regional Trade Agreement, سایت رسمی سازمان جهانی تجارت به آدرس: www.wto.org

بنابراین به نظر می‌رسد که برای توسعه همکاری‌های تجاری با این کشورها ایران باید هوشمندانه به طراحی یک موافقت‌نامه همکاری تجاری چندجانبه بپردازد و یا به موافقت‌نامه‌های موجود بپیوندد.

در میان کشورهای منطقه جنوبی غربی آسیا ۱۴ کشور ارمنستان، بحرین، قبرس، مصر، گرجستان، اردن، کویت، قرقیزستان، عمان، پاکستان، قطر، عربستان، ترکیه و امارات عضو سازمان جهانی تجارت هستند. کشورهای افغانستان، آذربایجان، عراق، قزاقستان، لبنان، تاجیکستان،



ازبکستان، یمن و ایران نیز عضویت ناظر سازمان فوق‌الذکر را به دست آورده‌اند. عضویت در سازمان جهانی تجارت موجب می‌شود که در روابط تجاری با آن کشورها رویه‌های مشخص و استانداردی رعایت شود. از سوی دیگر باید دانست که عضویت در سازمان جهانی تجارت مانعی در عضویت یا ایجاد ترتیبات تجاری منطقه‌ای نیست و تنها باید شروط سازمان در این زمینه رعایت شود. در حوزه تجارت کالا یک شرط سازمان آن است که ترتیبات مزبور، تجارت بین طرف‌های متعاقد را بدون افزایش موانع تجاری فراروی کشور ثالث تسهیل نماید. شرط دوم تشکیل آن ترتیبات تجاری (اتحادیه گمرکی یا مناطق تجارت آزاد) ظرف مدت زمانی معقول است که معمولاً ۱۰ سال در نظر گرفته می‌شود.

در حوزه تجارت خدمات نیز ترتیبات تجاری منطقه‌ای که از آن به «موافقت‌نامه آزادسازی تجارت خدمات» تعبیر شده است منوط به رعایت سه شرط ذیل مجاز است:

- این موافقت‌نامه باید پوشش بخش قابل توجهی داشته باشد.

- در زمان لازم الاجرا شدن موافقت‌نامه یا در یک چارچوب زمانی معقول، حذف اقدامات تبعیض‌آمیز موجود (بین ارائه‌دهندگان داخلی و خارجی خدمات) یا ممنوع ساختن اقدامات تبعیض‌آمیزتر یا اقدامات تبعیض‌آمیز جدید را مقرر دارد.

- نباید به ایجاد موانع تجاری و سرمایه‌گذاری بیشتری فراروی طرف ثالث (خارج از موافقت‌نامه) منجر شود.^۱ در نتیجه می‌توان با رعایت شروط فوق‌الذکر در حوزه کالا و خدمات به ایجاد ترتیبات تجاری منطقه‌ای با کشورهای عضو و غیرعضو سازمان جهانی تجارت پرداخت.

۸-۲. قانون برنامه چهارم توسعه

هر چند احکام مربوط به قانون برنامه چهارم احکامی برنامه‌ای و زمان‌دار هستند، ولی با توجه به بالادستی بودن این احکام و لزوم هماهنگی نسبی آن با اهداف برنامه پنجم لازم است به این قانون نیز توجه شود.

بررسی احکام مختلف برنامه چهارم توسعه به‌خصوص مواد (۳۳)، (۳۴)، (۳۵)، (۳۷)، (۳۸)، (۳۹)، (۴۰) و (۴۱) که به‌طور خاص به مسائل بازرگانی مربوط است نشان می‌دهد که ۳۰ حکم قانونی به بخش بازرگانی خارجی و ۱۹ حکم قانونی به بخش بازرگانی داخلی مربوط می‌شود.^۲

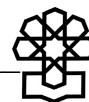
۱. مسعود کمالی اردکانی، نگرش سازمان جهانی تجارت به ترتیبات تجاری منطقه‌ای، سازمان جهانی تجارت (ساختار، قواعد و موافقت‌نامه‌ها) شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۸۵، صص ۵۱۹-۵۲۱.

۲. بررسی عملکرد قانون برنامه چهارم (در حوزه بازرگانی)، دفتر مطالعات اقتصادی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره ۸۸۲۵، ۱۳۸۶.



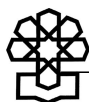
جدول ۵. احکام قانونی برنامه چهارم درباره بازرگانی خارجی

ردیف	ماده قانونی	حکم قانونی
۱	بند «الف» ماده (۳۳)	تجهیز مبادی و مجاری ورودی کشور، نسبت به توسعه ترانزیت و عبور مطمئن، آزاد و سریع کلیه کالاها و خدمات با نرخ رقابتی
۲	بند «ب» ماده (۳۳)	هدفمندی و ساماندهی جوایز صادراتی در قالب حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم
۳	بند «ج» ماده (۳۳)	افزایش سرمایه صندوق ضمانت صادرات ایران
۴	بند «ج» ماده (۳۳)	تأمین مابه‌التفاوت نرخ‌های اعتباری و گسترش پوشش بیمه‌ای در کشورهای هدف برای صادرات کالا و خدمات به‌ویژه خدمات فنی و مهندسی
۵	بند «د» ماده (۳۳)	ممنوعیت برقراری هرگونه مالیات و عوارض برای صادرات کالاهای غیرنفتی و خدمات در طول برنامه
۶	بند «د» ماده (۳۳)	وضع و دریافت عوارض ویژه برای صادرات مواد اولیه فراوری نشده
۷	تبصره بند «د» ماده (۳۳)	معافیت صادرات کالا و خدمات از اخذ هرگونه مجوز به استثنای استانداردهای اجباری و گواهی‌های مرسوم در تجارت بین‌الملل (مورد درخواست خریداران)
۸	بند «ه» ماده (۳۳)	توازن تجاری با کشورهای طرف همکاری و بلوک‌های اقتصادی به طوری که سهم صادرات غیرنفتی از کل صادرات کشور از (۲۳/۱ درصد) در سال ۱۳۸۲ به (۳۳/۶ درصد) در سال ۱۳۸۸ افزایش یابد.
۹	بند «و» ماده (۳۳)	ساماندهی بازارچه‌ها و مبادلات مرزی از طریق اصلاح نظام اجرایی، معیارهای تشکیل و رویه‌های اداری
۱۰	بند «ز» ماده (۳۳)	حذف کلیه موانع غیرتعرفه‌ای و غیرفنی با رعایت موازین شرعی و وضع نرخ‌های معادل تعرفه‌ای با زمانبندی معین و در قالب پیش‌آگهی حداکثر تا پایان سال اول برنامه
۱۱	بند «ح» ماده (۳۳)	اتخاذ و اعمال تدابیر و اقدامات مؤثر حفاظتی، جبرانی و ضد دامپینگ در مواردی که کالایی با شرایط غیرمتعارف و با امتیاز قابل توجه به کشور وارد می‌شود
۱۲	بند «ط» ماده (۳۳)	تجهیز دستگاه‌ها و واحدهای مربوطه با رعایت استانداردها و چارچوب نظام بازرگانی و تجارت الکترونیکی
۱۳	جزء ۱ بند «ط» ماده (۳۳)	به روز نمودن پایگاه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات دستگاه مربوطه در محیط رایانه‌ای و شبکه‌ای
۱۴	جزء ۲ بند «ط» ماده (۳۳)	انجام مناقصه‌ها، مزایده‌ها و مسابقه‌های خرید و فروش کالا و خدمات و عملیات مالی اعتباری در محیط رایانه‌ای و شبکه‌های اطلاع‌رسانی
۱۵	جزء ۳ بند «ط» ماده (۳۳)	ایجاد بازارهای مجازی
۱۶	جزء ۴ بند «ط» ماده (۳۳)	انجام فعالیت‌های تدارکاتی و معاملاتی در قالب تجارت الکترونیکی از سال دوم برنامه
۱۷	تبصره بند «ط» ماده (۳۳)	اختصاص شعبه یا شعبی از دادگاه‌ها برای بررسی جرائم الکترونیکی و نیز جرائم مربوط به تجارت الکترونیکی و تجارت سیار



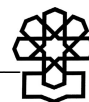
ردیف	ماده قانونی	حکم قانونی
۱۸	بند «ی» ماده (۳۳)	راه‌اندازی دفاتر، شعب و یا نمایندگی‌های سازمان توسعه تجارت در کشورهای هدف از طریق وزارت بازرگانی
۱۹	بند «ک» ماده (۳۳)	برقراری هماهنگی میان سیاست‌های مالی و پولی با سیاست‌های استراتژیک تجاری
۲۰	بند «ل» ماده (۳۳)	بازنگری و اصلاح قانون مقررات صادرات و واردات، قانون امور گمرکی و قانون مناطق آزاد تجاری و صنعتی و تدوین و تصویب مقررات ضد دامپینگ
۲۱	بند «ج» ماده (۳۴)	انجام کلیه امور تجاری از طریق بنادر و اسکله‌های تجاری و گمرکات رسمی
۲۲	بند «الف» ماده (۳۵)	تعیین مدیریت سازمان‌های مناطق آزاد به نمایندگی از طرف دولت، به عنوان بالاترین مقام اجرایی منطقه
۲۳	بند «الف» ماده (۳۵)	تکلیف کلیه دستگاه‌های اجرایی مستقر در مناطق آزاد به استثنای دستگاه‌های نهادی دفاعی و امنیتی به اصلاح و رفع مغایرت‌های مقرراتی خود با مقررات مناطق آزاد
۲۴	بند «ج» ماده (۳۵)	معافیت حقوق ورودی کالاهای تولید یا پردازش شده در مناطق آزاد هنگام ورود به سایر نقاط کشور به میزان مجموع ارزش‌افزوده و ارزش مواد اولیه داخلی و قطعات داخلی به کار رفته در آن
۲۵	بند «و» ماده (۳۵)	معافیت مبادلات کالا بین مناطق آزاد و خارج از کشور و نیز سایر مناطق آزاد از کلیه حقوق ورودی، عوارض (به استثنای عوارض موضوع ماده (۱۰) قانون چگونگی اداره مناطق آزاد تجاری - صنعتی جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۷۲/۶/۷) و مالیات
۲۶	ماده (۳۷)	ایجاد فضا و بسترهای مناسب برای تقویت و تحکیم رقابت‌پذیری و افزایش بهره‌وری نیروی کار متوسط سالانه (۳/۵ درصد) و رشد صادرات غیرنفتی متوسط سالانه (۱۰/۷ درصد) و ارتقای سهم صادرات کالاهای فناوری پیشرفته در صادرات غیرنفتی از (۲ درصد) به شش درصد (۶ درصد)
۲۷	بند «د» ماده (۳۷)	توسعه یا ایجاد خدمات بازرگانی، فنی، مالی، بانکی و بیمه‌ای پیشرفته
۲۸	بند «الف» ماده (۳۸)	تکلیف دولت به ارائه لایحه تسهیل شرایط رقابتی و ضد انحصار تا پایان سال اول برنامه چهارم در قلمروهای اقتصادی که انحصار طبیعی و یا قانونی وجود دارد و همچنین در قلمروهایی که انحصارات جدید ناشی از توسعه اقتصادی شبکه‌ای و فناوری اطلاعات و ارتباطات بوجود می‌آید با رعایت حقوق شهروندان
۲۹	ماده (۴۱)	بهبود فضای کسب و کار در کشور و زمینه‌سازی توسعه اقتصادی و تعامل با جهان پیرامون
۳۰	بند «ب» ماده (۴۱)	تنظیم تعرفه‌های واردات نهاده‌های کالایی تولید (ماشین‌آلات و مواد اولیه) مبتنی بر حمایت منطقی و منطبق با مزیت‌های رقابتی از تولید داخلی آنها و در جهت تسهیل فعالیت‌های تولیدی صادرات‌گرا

مأخذ: قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۸۲/۶/۱۱ مجلس شورای اسلامی، مصوب ۱۳۸۳/۷/۱۶، مجمع تشخیص مصلحت نظام.



جدول ۶. احکام قانونی برنامه چهارم در خصوص بازرگانی داخلی

ردیف	ماده قانونی	حکم قانونی
۱	بند «ب» ماده (۳۳)	هدم‌سازی و ساماندهی یارانه‌ها
۲	بند «ط» ماده (۳۳)	تجهیز دستگاه‌ها و واحدهای مربوطه با رعایت استانداردها و چارچوب نظام بازرگانی و تجارت الکترونیکی
۳	جزء ۱ بند «ط» ماده (۳۳)	به روز نمودن پایگاه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات دستگاه مربوطه در محیط رایانه‌ای و شبکه‌ای
۴	جزء ۲ بند «ط» ماده (۳۳)	انجام مناقصه‌ها، مزایده‌ها و مسابقه‌های خرید و فروش کالا و خدمات و عملیات مالی اعتباری در محیط رایانه‌ای و شبکه‌های اطلاع‌رسانی
۵	جزء ۳ بند «ط» ماده (۳۳)	ایجاد بازارهای مجازی
۶	جزء ۴ بند «ط» ماده (۳۳)	انجام فعالیت‌های تدارکاتی و معاملاتی در قالب تجارت الکترونیکی از سال دوم برنامه
۷	تبصره بند «ط» ماده (۳۳)	اختصاص شعبه یا شعبی از دادگاه‌ها برای بررسی جرائم الکترونیکی و نیز جرائم مربوط به تجارت الکترونیکی و تجارت سیار
۸	تبصره بند «ی» ماده (۳۳)	تکلیف کلیه بنگاه‌های تجاری و شبکه‌های توزیع به رعایت استانداردهای ابلاغی از سوی وزارت بازرگانی در جهت نوین‌سازی شبکه‌های توزیع کشور و پیوستن به سازمان تجارت جهانی
۹	بند «ل» ماده (۳۳)	بازنگری و اصلاح قانون مقررات صادرات و واردات، قانون امور گمرکی و قانون مناطق آزاد تجاری و صنعتی و تدوین و تصویب مقررات ضد دامپینگ
۱۰	ماده (۳۷)	ایجاد فضا و بسترهای مناسب برای تقویت و تحکیم رقابت‌پذیری و افزایش بهره‌وری نیری کار متوسط سالانه (۳/۵ درصد) و رشد صادرات غیرنفتی متوسط سالانه ۱۰/۷ درصد و ارتقای سهم صادرات کالاهای فناوری پیشرفته در صادرات غیرنفتی از (۲ درصد) به شش درصد (۶ درصد)
۱۱	بند «د» ماده (۳۷)	توسعه یا ایجاد خدمات بازرگانی، فنی، مالی، بانکی و بیمه‌ای پیشرفته
۱۲	بند «الف» ماده (۳۸)	تکلیف دولت به ارائه لایحه تسهیل شرایط رقابتی و ضد انحصار تا پایان سال اول برنامه چهارم در قلمروهای اقتصادی که انحصار طبیعی و یا قانونی وجود دارد و همچنین در قلمروهایی که انحصار جدید ناشی از توسعه اقتصادی شبکه‌ای و فناوری اطلاعات و ارتباطات به وجود می‌آید با رعایت حقوق شهروندان
۱۳	بند «ب» ماده (۳۸)	توقف اجرای قانون نحوه توزیع قند و شکر تولیدی کارخانه‌های کشور مصوب ۱۳۵۳/۱/۲۹ و اصلاحیه بعدی آن در طول برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران
۱۴	بند «الف» ماده (۳۹)	اصلاح ساختار و ساماندهی مناسب بنگاه‌های اقتصادی و تقویت رقابت‌پذیری آنها



ردیف	ماده قانونی	حکم قانونی
۱۵	جزء ۱ بند «الف» ماده (۳۹)	توسعه مراکز اطلاع‌رسانی و تجارت الکترونیک برای بنگاه‌های کوچک، متوسط و بزرگ
۱۶	بند «ب» ماده (۳۹)	انطباق نظام‌های ارزیابی کیفیت با استانداردهای بین‌المللی، توسعه و ارتقای سطح استانداردهای ملی و مشارکت فعال در تدوین استانداردهای بین‌المللی، افزایش مستمر انطباق محصولات با استانداردهای ملی و بین‌المللی و ممنوعیت خرید کالاهای غیرمنطبق با استاندارد ملی اجباری توسط دستگاه‌های مشمول ماده (۱۶۰) این قانون، مؤسسات عمومی غیردولتی و مجریان طرح‌های تملک دارایی‌های سرمایه‌ای
۱۷	بند «ج» ماده (۳۹)	قیمت‌گذاری، به کالاهای و خدمات عمومی و انحصاری و کالاهای اساسی محدود می‌گردد. چنانچه دولت به هر دلیل فروش کالا یا خدمات فوق‌الذکر را به قیمتی کمتر از قیمت تعیین شده تکلیف کند، مابه‌التفاوت قیمت تعیین شده و تکلیف شده می‌باید هم‌زمان تعیین و از محل اعتبارات و منابع دولت در سال اجرا پرداخت گردد و یا از محل بدهی دستگاه ذی‌ربط به دولت تهاتر شود.
۱۸	بند «الف» ماده (۴۰)	ادغام شرکت‌ها، بنگاه‌ها و شکل‌گیری شرکت‌های بزرگ، مادامی که موجب ایجاد تمرکز و بروز قدرت انحصاری نشود، کلیه حقوق و تعهدات، دارایی، دیون و مطالبات شرکت یا شرکت‌های موضوع ادغام، به شرکت‌پذیرنده ادغام یا شرکت جدید انتقال یابد، کارکنان شرکت‌های موضوع ادغام به شرکت پذیرنده ادغام یا شرکت جدید انتقال یابند، معافیت مالیاتی سرمایه شرکتی که از ادغام شرکت‌های موضوع این بند حاصل می‌گردد تا سقف مجموع سرمایه شرکت‌های ادغام شده در آن
۱۹	ماده (۴۱)	بهبود فضای کسب‌وکار در کشور و زمینه‌سازی توسعه اقتصادی و تعامل با جهان پیرامون

مأخذ: همان.

احکام ارائه شده در این حوزه بسیار متنوع و متعدد بوده و در این مبحث نمی‌توان به‌طور کامل به عملکرد تمامی آنها اشاره کرد.

هشت شاخص عمده بخش بازرگانی که در جداول کمی برنامه چهارم هدف‌گذاری شده‌اند عبارت‌اند از:

صادرات نفت و گاز، صادرات غیرنفتی، کل صادرات، کل واردات، تراز بازرگانی، صادرات خدمات، واردات خدمات و تراز خدمات.

بررسی‌های منتشر شده در دو سال اول برنامه نشان می‌دهد که «عملکرد دولت در ۶ شاخص (تراز بازرگانی، صادرات کل، صادرات نفت و گاز، واردات، تراز خدمات و واردات خدمات) با اهداف



برنامه چهارم مغایر بوده^۱ و در دو شاخص صادرات غیرنفتی و صادرات خدمات عملکرد دولت بیانگر هماهنگی آن با اهداف برنامه چهارم است. هر چند در بررسی کمیته‌های ارائه شده درخصوص آمار عملکرد صادرات غیرنفتی نیز با توجه به مواردی مانند سهم بالای کالاهای پتروشیمی و میعانات گازی در صادرات غیرنفتی یا احتمال بروز بیش از پیش اظهار برای استفاده از جوایز صادراتی ابهاماتی وجود دارد که تحلیل دقیق موفقیت‌ها و ناکامی‌ها نیازمند اصلاح ارقام صادرات غیرنفتی است، ولی در برخی موارد به نظر می‌رسد، پیش‌بینی برنامه با شرایط جاری هماهنگ نیست و لازم بود که بازنگری در ارقام بخش مربوطه صورت می‌پذیرفت.^۲

۹-۲. سند چشم‌انداز

سند چشم‌انداز^۳ جمهوری اسلامی ایران یکی از اصلی‌ترین اسناد بالادستی بوده و لازم است جهت‌گیری‌های مندرج در آن و سیاست‌های کلی نظام در تدوین کلیه لوایح برنامه‌ای، بودجه‌ای و عملیات اجرایی دستگاه‌ها مورد توجه قرار گیرد. به همین دلیل در نگاه سیستمی به برنامه پنجم و لزوم تطابق آن با اسناد بالادستی باید به سند چشم‌انداز توجه ویژه شود.

تحقق بخش عمده‌ای از اهداف سند چشم‌انداز از جمله توسعه‌یافتگی، دستیابی به جایگاه اول اقتصادی در منطقه، تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین‌الملل، رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی، ارتقای درآمد سرانه و اشتغال کامل و... در گرو توجه به بخش بازرگانی در دو حوزه داخلی و خارجی است که نه تنها متضمن حداکثر کردن عواید تجارت با بخش خارجی اقتصاد است، بلکه به تنظیم بازار داخلی و جلوگیری از بسیاری از بحران‌ها نیز می‌انجامد. بنابراین دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز مستلزم توجه بیشتر به شاخص‌های حوزه بازرگانی است.

۳. ارزیابی وضع موجود در بخش بازرگانی کشور

۱-۳. بررسی شاخص‌های برنامه‌ای حوزه بازرگانی

از بررسی اهداف پیش‌بینی شده برنامه چهارم می‌توان استنباط کرد که مهم‌ترین شاخص‌های بخش بازرگانی در حوزه برنامه‌ریزی به دو بخش تراز بازرگانی و تراز خدمات باز می‌گردد. تراز بازرگانی از مابه‌التفاوت صادرات و واردات حاصل می‌شود که خود صادرات شامل صادرات نفت

۱. مغایرت‌های عنوان شده در جدول ۷ گزارش قابل مشاهده است.

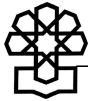
۲. همان.

۳. بخش‌نامه شماره ۱۰۱/۱۹۳۰۰ مورخ ۱۳۸۲/۹/۲۰ سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، موضوع ابلاغ سند چشم‌انداز و سیاست‌های کلی برنامه چهارم توسعه.



و گاز و صادرات غیرنفتی است. همچنین تراز خدمات از مابه‌التفاوت دریافت‌ها و پرداخت‌های بخش خدمات حاصل می‌شود. بنابراین ۸ شاخص تراز بازرگانی، صادرات، صادرات نفت و گاز، صادرات غیرنفتی، واردات، تراز خدمات، دریافت‌های خدمات و پرداخت‌های خدمات شاخص‌های عمده بخش بازرگانی را تشکیل می‌دهند.

در این بخش با توجه به آمار بانک مرکزی و گمرک جمهوری اسلامی ایران عملکرد این ۸ شاخص استخراج شده و از طریق مقایسه عملکرد با پیش‌بینی برنامه چهارم درصد تحقق اهداف برنامه در بخش بازرگانی مورد بررسی قرار می‌گیرد.



جدول ۷. مقایسه عملکرد شاخص‌های مهم بخش بازرگانی با پیش‌بینی جداول ضمیمه برنامه چهارم

(میلیون دلار)

(سال‌های ۱۳۸۴ الی ۱۳۸۸) و سال پایانی برنامه سوم (۱۳۸۳)

عنوان	۱۳۸۳			۱۳۸۴			۱۳۸۵			۱۳۸۶			۱۳۸۷			۱۳۸۸
	پیش‌بینی	عملکرد	درصد تحقق	پیش‌بینی	عملکرد	درصد تحقق	پیش‌بینی	عملکرد	درصد تحقق	پیش‌بینی	عملکرد	درصد تحقق	پیش‌بینی	عملکرد	برآورد درصد	پیش‌بینی
صادرات	۳۰,۲۷۲	۴۳,۸۵۲	۱۴۵	۳۱,۱۸۹	۶۴,۳۶۶	۲۰۶	۳۲,۷۲۸	۷۶,۰۵۵	۲۳۲	۳۴,۲۳۹	۶۹,۹۳۲	۹۷,۴۰۱	۲۸۴	۳۶,۶۳۵	۸۵,۹۳۲	۲۸,۰۸۲
صادرات نفت و گاز	۲۲,۵۵۲	۳۶,۳۱۵	۱۶۱	۲۲,۶۴۵	۵۳,۸۲۰	۲۳۸	۲۳,۲۷۳	۶۲,۰۱۱	۲۶۶	۲۴,۷۷۴	۵۸,۱۴۷	۸۱,۷۶۴	۳۴۴	۲۵,۰۵۲	۷۱,۶۵۴	۲۵,۲۶۵
صادرات غیرنفتی	۷,۷۲۰	۷,۵۳۷	۹۸	۸,۵۴۴	۱۰,۵۴۶	۱۲۳	۹,۴۵۵	۱۶,۰۴۴	۱۴۹	۱۰,۴۶۵	۱۱,۷۸۵	۱۵,۶۳۷	۱۴۹	۱۱,۵۸۲	۱۴,۲۷۸	۱۲,۸۱۷
واردات	۳۰,۷۴۲	۳۸,۱۹۹	۱۲۴	۳۲,۲۹۲	۴۳,۰۸۵	۱۳۳	۳۴,۳۹۰	۵۰,۰۲۰	۱۴۵	۳۶,۵۳۷	۴۰,۱۷۸	۵۶,۵۸۲	۱۵۵	۳۹,۷۸۰	۵۲,۰۲۳	۴۲,۳۸۸
تراز بازرگانی بدون نفت	-۲۳,۰۲۲	-۳۰,۶۶۲	-	-۲۳,۷۴۸	-۳۲,۵۳۹	-	-۲۴,۹۳۵	-۳۵,۹۷۶	-	-۲۶,۰۷۲	-۲۸,۳۹۳	-۴۰,۹۴۵	-	-۲۸,۱۹۷	-۳۷,۷۴۵	-۲۹,۵۷۱
تراز بازرگانی با نفت	-۴۶۹	۵,۶۵۳	-	-۱,۱۰۳	۲۱,۲۸۱	-	-۱,۶۶۲	۲۶,۰۳۵	-	-۲,۲۹۸	۲۹,۷۵۴	۴۰,۸۱۹	-	-۳,۱۴۶	۳۳,۹۰۹	-۴,۳۰۶
صادرات یا دریافت‌های خدمات	۵,۳۳۷	۶,۹۰۵	۱۲۹	۵,۹۱۲	۷,۷۲۴	۱۳۱	۶,۷۱۹	۸,۵۵۴	۱۲۷	۷,۶۶۲	-	۱۲,۲۰۰	۱۵۹	۹,۰۷۳	-	۱۰,۷۰۳
واردات یا پرداخت خدمات	۱۰,۰۰۷	۱۱,۹۱۶	۱۱۹	۱۰,۴۰۹	۱۳,۱۰۳	۱۲۶	۱۱,۰۰۵	۱۴,۷۰۰	۱۳۴	۱۱,۵۶۷	-	۱۹,۳۹۹	۱۶۸	۱۲,۵۰۸	-	۱۳,۴۸۵
تراز خدمات	-۴,۶۷۰	-۵,۰۱۱	-	-۴,۴۹۷	-۵,۳۷۹	-	-۴,۲۸۶	-۶,۱۴۶	-	-۳,۹۰۵	-۵,۷۱۲	-۷,۱۹۹	-	-۳,۴۳۵	-۶,۴۹۱	-۲,۷۸۲
سهم صادرات نفت و گاز از کل صادرات	۷۴/۵۰	۸۲/۸۱	-	۷۲/۶۱	۸۳/۶۲	-	۷۱/۱۱	۸۱/۵۳	-	۶۹/۴۴	۸۳/۱۵	۸۳/۹۵	-	۶۸/۳۸	۸۳/۳۸	۶۶/۳۴
سهم صادرات غیرنفتی از کل صادرات	۲۵/۵۰	۱۷/۱۹	-	۲۷/۳۹	۱۶/۳۸	-	۲۸/۸۹	۱۸/۴۷	-	۳۰/۵۶	۱۶/۸۵	۱۶/۰۵	-	۳۱/۶۲	۱۶/۶۲	۲۳/۶۶
نسبت کل صادرات به واردات	۰/۹۸	۱/۱۵	-	۰/۹۷	۱/۴۹	-	۰/۹۵	۱/۵۲	-	۰/۹۴	۱/۷۴	۱/۷۲	-	۰/۹۲	۱/۶۵	۰/۹۰
نسبت کل صادرات غیرنفتی به واردات	۰/۲۵	۰/۲۰	-	۰/۲۶	۰/۲۴	-	۰/۲۷	۰/۲۸	-	۰/۲۹	۰/۲۹	۰/۲۸	-	۰/۲۹	۰/۲۷	۰/۳۰
نسبت صادرات خدمات به واردات خدمات	۰/۵۳	۰/۵۸	-	۰/۵۷	۰/۵۹	-	۰/۶۱	۰/۵۸	-	۰/۶۱	-	۰/۶۲	-	۰/۷۳	-	۰/۷۹

مآخذ: ۱. آمار عملکرد از سایت رسمی بانک مرکزی به آدرس <http://www.cbi.ir/simplelist/ss10.aspx> و نماگرهای اقتصادی بانک مرکزی، شماره ۵۴، سه ماهه سوم سال ۱۳۸۷، انتشار فروردین ۱۳۸۸.

۲. آمار پیش‌بینی از جداول ضمیمه قانون چهارم توسعه استخراج شده است.

نکته

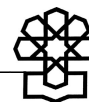
الف) آمار سال ۱۳۸۶ و ۹ ماهه ۱۳۸۷ مقدماتی است.

ب) آمار عملکرد ۱۲ ماهه ۱۳۸۷ براساس آمار عملکرد ۹ ماهه ۱۳۸۶ و ۱۳۸۷ و ۱۲ ماهه ۱۳۸۶ برآورد شده است.

ج) آمار صادرات خدمات در سال ۱۳۸۶ از شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران و روابط عمومی و امور بین‌المللی سازمان توسعه تجارت استخراج شده است که به‌واسطه مقایسه با رقم تراز خدمات اعلام شده از سوی بانک مرکزی رقم واردات خدمات در سال ۱۳۸۶ برآورد شده است.

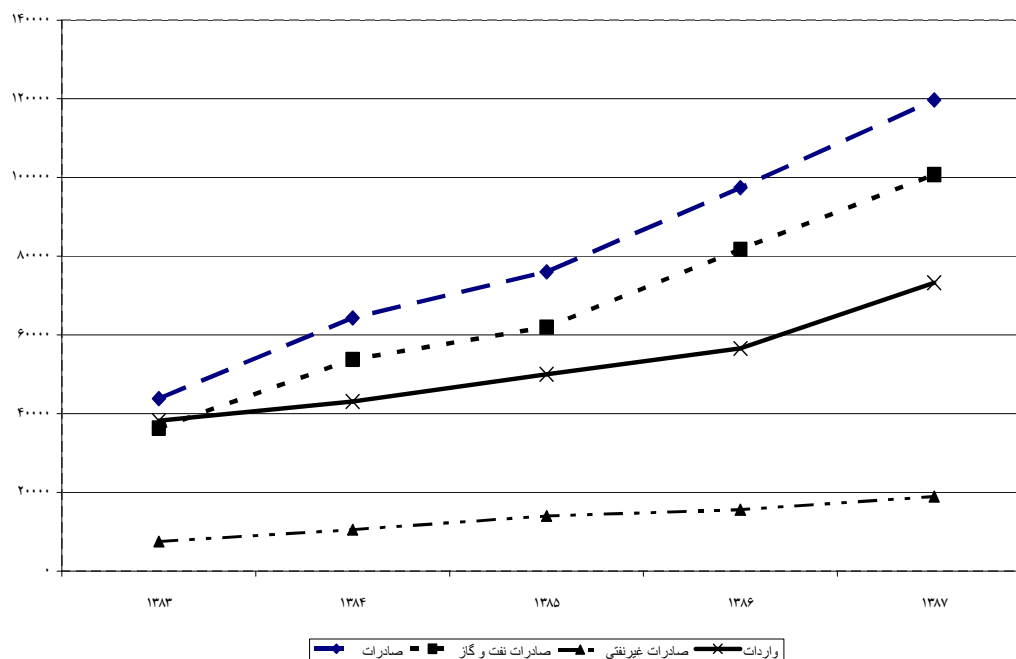
د) با توجه به عدم ارائه آمار صادرات و واردات خدمات در ۹ ماهه ۱۳۸۶ و سال ۱۳۸۷، ارقام مذکور با خط تیره مشخص شده است.

ه) درصد تحقق تنها برای آمار مطلق محاسبه شده است و برای پرهیز از ابهام در آمار درصد تحقق برای ترازاها، سهم‌ها و قیمت‌ها با خط تیره مشخص شده است.



در بررسی آمار و اطلاعات مربوط به شاخص‌های حوزه بازرگانی لازم است به این نکته توجه شود که اگر برآوردها و پیش‌بینی‌های برنامه واقع‌بینانه‌تر صورت می‌گرفت درصد تحقق‌ها به‌گونه‌ای دیگر بود. زیرا قسمتی از تحقق ارقام عملکرد صادرات نفت و گاز ناشی از پیش‌بینی نادرست (برآورد کمتر از حد تصور) در زمان تصویب قانون برنامه چهارم یا عدم امکان پیش‌بینی قیمت نفت به‌عنوان عاملی برون‌زا بوده است که با افزایش بسیار زیادی مواجه شد. بخشی دیگر از ارقام تحقق عملکرد مانند صادرات غیرنفتی به‌دلیل افزایش سهم میعانات گازی و محصولات پتروشیمی (وابسته به نفت) در صادرات غیرنفتی بوده و در بخش دیگر مانند واردات، دستیابی به درصدهای بالای تحقق لزوماً عملکردی مثبت تلقی نمی‌شود.

نمودار ۱. بررسی روند عملکرد کل صادرات، صادرات نفت و گاز و صادرات غیرنفتی و مقایسه آن با روند واردات در سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۷



مأخذ: آمار عملکرد از سایت رسمی بانک مرکزی به آدرس <http://www.cbi.ir/simpletist/ss10.aspx> و نماگرهای اقتصادی بانک مرکزی، شماره ۵۴، سه ماهه سوم سال ۱۳۸۷، انتشار فروردین ۱۳۸۸.

مطابق جدول ۷ و نمودار ۱ آمار تمامی شاخص‌های این بخش در سال‌های بررسی شده روندی صعودی داشته است. صادرات نفت و گاز، صادرات غیرنفتی، کل صادرات و واردات در سال ۱۳۸۳ به ترتیب معادل ۲۲ میلیارد، ۵۵۳ میلیون، ۷ هفت میلیارد، ۷۲۰ میلیون دلار، ۳۰ میلیارد، ۲۷۳ میلیون دلار، ۳۰ میلیارد و ۷۴۲ میلیون دلار بود و براساس مقایسه آمار عملکرد ۹ ماهه و سالیانه ۱۳۸۶ با عملکرد ۹ ماهه ۱۳۸۷ پیش‌بینی می‌شود که همین شاخص‌ها در سال ۱۳۸۷ ارقامی

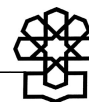


در حدود ۱۰۰ میلیارد و ۷۵۷ میلیون دلار، ۱۸ میلیارد، ۹۴۵ میلیون دلار، ۱۱۹ میلیارد و ۷۰۲ میلیون دلار و ۷۳ میلیارد و ۲۶۳ میلیون دلار شود.

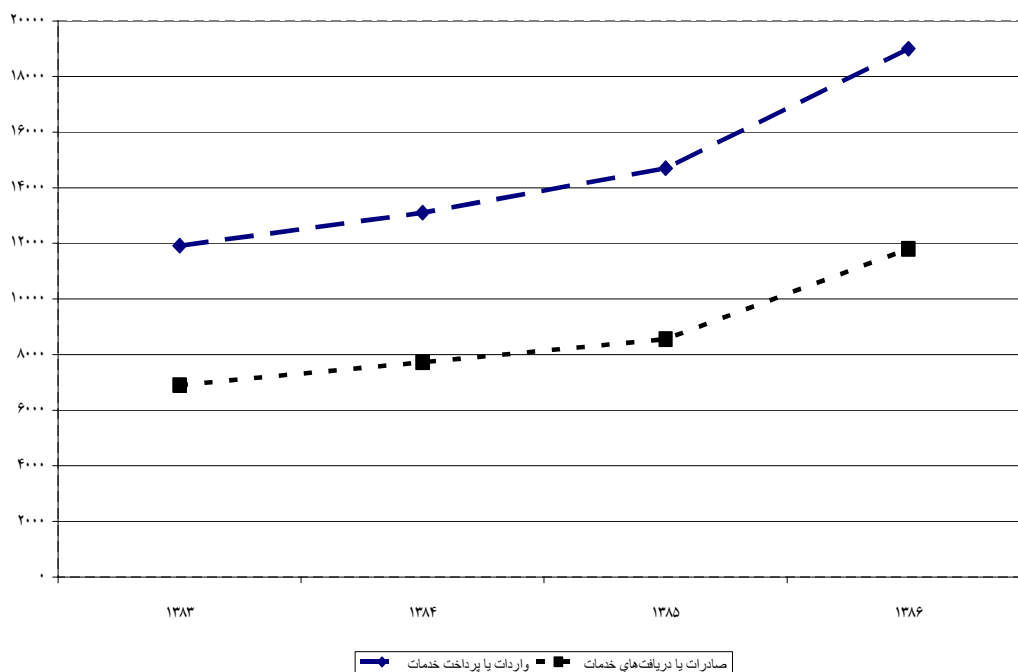
نکته: بالا بودن سهم صادرات نفت و گاز از کل صادرات کشور تنها به دلیل افزایش قیمت نفت نیست زیرا حتی در سال‌هایی که قیمت نفت بسیار پایین بود نیز سهم نفت و گاز در کل صادرات بسیار بالاست (جدول ۷).

همان‌طور که مشاهده می‌شود بیشترین سهم از کل صادرات کشور را صادرات نفت و گاز تشکیل داده است. به نحوی که سهم صادرات نفت و گاز از کل صادرات در سال ۱۳۸۳ در حدود ۸۲/۸۱ درصد بود و پیش‌بینی شده بود که در سال ۱۳۸۷ به حدود ۶۸/۳۸ درصد برسد در حالی که این سهم در سال ۱۳۸۷ به ۸۴/۱۷ درصد افزایش نیز یافت. سهم صادرات غیرنفتی نیز در سال ۱۳۸۳ در حدود ۱۷/۱۹ درصد بود که پیش‌بینی شده بود به ۳۱/۶۲ درصد در سال ۱۳۸۷ برسد در حالی که عملکرد سهم صادرات غیرنفتی در سال ۱۳۸۷ به حدود ۱۵/۸۳ درصد نیز کاهش یافته است.

با این حال بررسی شاخص رابطه مبادله غیرنفتی یعنی نسبت کل صادرات غیرنفتی به واردات نشان می‌دهد که این شاخص از ۰/۲۰ در سال ۱۳۸۳ به ۰/۲۶ در سال ۱۳۸۷ رسیده است یعنی در سال ۱۳۸۷ به ازای هر ۱۰۰ دلار واردات ۲۰ دلار صادرات غیرنفتی انجام می‌شد که این سهم در سال ۱۳۸۷ به ۲۶ دلار صادرات رسیده است. البته این میزان از پیش‌بینی انجام شده در سال ۱۳۸۷ (۲۹ دلار) کمتر است.



نمودار ۲. بررسی روند واردات و صادرات خدمات در سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۶

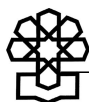


مآخذ:

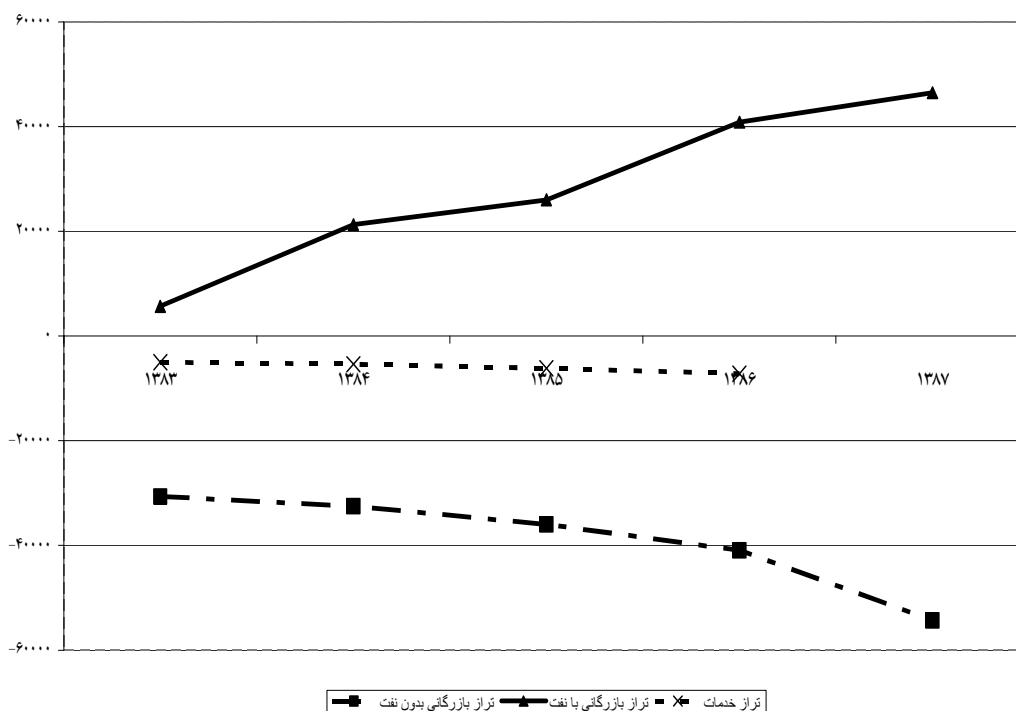
۱. آمار عملکرد از سایت رسمی بانک مرکزی به آدرس <http://www.cbi.ir/simpletist/ss10.aspx> و نماگرهای اقتصادی بانک مرکزی، شماره ۵۴، سه ماهه سوم سال ۱۳۸۷، انتشار فروردین ۱۳۸۸.
۲. آمار صادرات خدمات در سال ۱۳۸۶ از شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران و روابط عمومی و امور بین‌المللی سازمان توسعه تجارت استخراج شده است که به‌واسطه مقایسه با رقم تراز خدمات اعلام شده از سوی بانک مرکزی رقم واردات خدمات در سال ۱۳۸۶ برآورد شده است.

مطابق جدول ۵ و نمودار ۲ روند صادرات و واردات خدمات در سال‌های بررسی شده صعودی بوده است.

صادرات و واردات خدمات در سال ۱۳۸۳ به ترتیب معادل ۵۳۳۷ و ۱۰۰۰۷ میلیون دلار بود که این شاخص‌ها در سال ۱۳۸۶ در حدود ۱۱۸۰۰ و ۱۸۹۹۹ میلیون دلار بوده است. شاخص رابطه مبادله خدمات یعنی نسبت صادرات خدمات به واردات خدمات در طول سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۶ از ۰/۵۸ به ۰/۶۲ افزایش یافت. یعنی در سال ۱۳۸۶ به ازای هر ۱۰۰ دلار واردات خدمات ۶۲ دلار صادرات انجام شده که کمتر از رقم پیش‌بینی (۶۶ دلار) بود.



نمودار ۳. تراز بازرگانی نفتی و غیرنفتی و تراز خدمات



مآخذ:

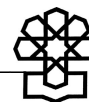
۱. محاسبات محقق براساس آمار عملکرد از سایت رسمی بانک مرکزی به آدرس <http://www.cbi.ir/simpletist/ss10.aspx> و نماگرهای اقتصادی بانک مرکزی، شماره ۵۴، سه ماهه سوم سال ۱۳۸۷، انتشار فروردین ۱۳۸۸.
۲. آمار صادرات خدمات در سال ۱۳۸۶ از شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران و روابط عمومی و امور بین‌المللی سازمان توسعه تجارت استخراج شده است که به‌واسطه مقایسه با رقم تراز خدمات اعلام شده از سوی بانک مرکزی رقم واردات خدمات در سال ۱۳۸۶ برآورد شده است.

برایند آمار بخش تجاری در تراز بازرگانی و تراز خدمات منعکس می‌شود که در سه حوزه قابل بررسی است:

(الف) تراز بازرگانی با نفت: این تراز نشان‌دهنده مابه‌التفاوت کل صادرات کشور با واردات است. همان‌طور که مشاهده می‌شود این تراز در طول سال‌های بررسی شده روندی مثبت و فزاینده داشته و پیش‌بینی می‌شود از ۵۶۵۳ میلیون دلار در سال ۱۳۸۳ به ۴۶۴۳۹ میلیون دلار در سال ۱۳۸۷ برسد.

گسترش تراز بازرگانی با نفت در حالی که واردات کشور نرخ رشد فزاینده داشته است به دلیل رشد توأمان صادرات غیرنفتی و صادرات نفت و گاز است و نقش افزایش درآمدهای نفتی در این حوزه انکارناپذیر است.

(ب) تراز بازرگانی بدون نفت: این تراز، مابه‌التفاوت صادرات غیرنفتی کشور با واردات را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود این تراز در طول سال‌های بررسی شده همواره منفی



بوده و در حال بزرگتر شدن است که از ۳۰۶۶۲- میلیون دلار در سال ۱۳۸۳ به ۵۴۳۱۸- میلیون دلار در سال ۱۳۸۷ رسیده است که فاصله بسیاری با ارقام پیش‌بینی شده در برنامه چهارم توسعه دارد. بزرگتر شدن کسری تراز بازرگانی بدون نفت را می‌توان ناشی از رشد فزاینده واردات و عدم تناسب رشد صادرات غیرنفتی با آن دانست.

ج) تراز خدمات: تراز خدمات نیز در تمامی سال‌های بررسی شده منفی بوده و از ۵۰۱۱- میلیون دلار در سال ۱۳۸۳ به ۷۱۹۹- میلیون دلار در سال ۱۳۸۶ رسیده است.

۲-۳. بررسی شاخص‌های همکاری‌های تجاری منطقه‌ای

برای دستیابی به میزان همکاری‌های تجاری کنونی ایران با کشورهای جنوب غربی آسیا باید جایگاه و سهم آنها در میزان صادرات و واردات کشور مورد بررسی قرار گیرد.

با نگاهی به کشورهای مقصد صادرات ایران در سال ۱۳۸۷ مشاهده می‌شود که از ۱۰ کشور اصلی دریافت‌کننده کالاهای صادراتی ایران، ۵ کشور در منطقه جنوب غربی آسیا قرار دارند. کشور عراق با حدود ۲,۳۸۳ میلیون دلار، اولین کشور مقصد صادرات ایران است و کشورهای امارات متحده عربی، افغانستان، ترکیه و عربستان سعودی نیز در رتبه‌های دوم، هفتم، هشتم و دهم قرار دارند. سهم ارزش صادرات به این کشورها از ارزش کل صادرات ایران به ترتیب برابر با ۱۳/۱۴، ۱۲/۸۲، ۲/۹۷، ۲/۹۰، ۲/۱۷ درصد است.

همچنین سهم ارزش صادرات ایران به کشورهای جنوبی غربی آسیا از کل ارزش صادرات ایران در سال ۱۳۸۷ در حدود ۴۵/۸۸ درصد و در سال ۱۳۸۶ نیز در حدود ۴۸/۴۳ درصد است که نشان‌دهنده جهت‌گیری صادراتی ایران به بازار این کشورهاست.

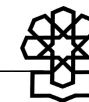
جدول صادرات ایران به این کشورها در ادامه آمده است:



جدول ۸. آمار صادرات به کشورهای منطقه به ترتیب ارزش دلاری در سال‌های ۱۳۸۶-۱۳۸۷

رتبه	نام کشور	سال ۱۳۸۶				سال ۱۳۸۷				درصد تغییرات											
		وزن تن	ارزش هزار ریال	وزن تن	ارزش دلار	وزن تن	ارزش دلار	سهم هر کشور													
								ارزش	وزن												
۱	عراق	۳,۴۹۳,۴۵۲/۶	۲۲,۹۱۹,۴۱۸,۹۵۰/۸	۳,۲۸۳,۶۸۳,۶۷۰	۲۲,۹۱۹,۴۱۸,۹۵۰/۸	۱۲/۱۴	۱۰/۶۱	۱,۶۹۹,۵۶۲,۱۸۸	۲,۲۸۳,۶۸۳,۶۷۰	۶/۴۱	۱۱/۱۳	۱۰/۲۰	۱,۲۱۹,۹۴۹,۷۴۵	۱,۷۱۰,۳۹۶,۲۴۲	۱۵,۸۸۰,۴۸۷,۴۲۸/۸	۳,۲۸۳,۰۴۳/۷	۱۲/۱۴	۱۰/۶۱	۱,۶۹۹,۵۶۲,۱۸۸	۲,۲۸۳,۶۸۳,۶۷۰	۳,۴۹۳,۴۵۲/۶
۲	امارات متحده عربی	۴,۴۱۲,۳۶۹/۴	۲۲,۱۱۲,۰۲۷,۲۴۶/۶	۲,۳۲۸,۲۱۱,۶۹۶	۲۲,۱۱۲,۰۲۷,۲۴۶/۶	۱۲/۸۳	۱۳/۴۱	۱,۶۱۰,۶۶۰,۳۷۲	۲,۳۲۸,۲۱۱,۶۹۶	-۷/۲۱	۱۴/۷۸	۱۴/۷۸	۱,۵۳۷,۹۹۹,۳۲۴	۲,۱۶۶,۰۱۷,۷۸۶	۲۰,۱۱۸,۴۳۷,۸۲۷/۰	۴,۷۵۵,۱۶۹/۴	۱۲/۸۳	۱۳/۴۱	۱,۶۱۰,۶۶۰,۳۷۲	۲,۳۲۸,۲۱۱,۶۹۶	۴,۴۱۲,۳۶۹/۴
۳	افغانستان	۴۹۳,۰۵۰/۴	۵,۱۶۶,۱۰۲,۷۰۳/۰	۵۳۸,۵۵۸,۹۶۶	۵,۱۶۶,۱۰۲,۷۰۳/۰	۲/۹۷	۱/۵۰	۳۸۱,۴۷۰,۷۸۵	۵۳۸,۵۵۸,۹۶۶	۹/۵۹	۲/۹۳	۱/۴۰	۳۲۰,۱۲۹,۶۴۱	۴۴۹,۴۸۲,۹۶۴	۴,۱۷۴,۲۱۰,۴۲۳/۳	۴۴۹,۸۸۹/۲	۲/۹۷	۱/۵۰	۳۸۱,۴۷۰,۷۸۵	۵۳۸,۵۵۸,۹۶۶	۴۹۳,۰۵۰/۴
۴	ترکیه	۲۸۴,۹۱۶/۸	۴,۹۶۸,۱۲۱,۹۰۴/۰	۵۲۵,۶۰۱,۰۵۱	۴,۹۶۸,۱۲۱,۹۰۴/۰	۲/۹۰	۱/۱۷	۳۵۷,۳۷۴,۴۴۵	۵۲۵,۶۰۱,۰۵۱	-۷/۰۱	۳/۶۸	۱/۷۱	۴۰۱,۹۹۶,۸۶۸	۵۶۵,۲۲۲,۸۳۹	۵,۲۵۰,۹۳۰,۰۱۶/۵	۵۴۹,۶۵۴/۷	۲/۹۰	۱/۱۷	۳۵۷,۳۷۴,۴۴۵	۵۲۵,۶۰۱,۰۵۱	۲۸۴,۹۱۶/۸
۵	عربستان سعودی	۲۹۷,۲۵۷/۴	۳,۷۳۸,۴۲۶,۴۱۶/۲	۳۹۴,۴۶۵,۱۷۰	۳,۷۳۸,۴۲۶,۴۱۶/۲	۲/۱۷	-۰/۹۰	۲۶۹,۰۲۴,۹۴۸	۳۹۴,۴۶۵,۱۷۰	-۳/۵۴	۲/۰۲	-۰/۹۶	۲۱۹,۸۹۴,۷۷۶	۳۱۰,۴۹۹,۷۹۲	۲,۸۸۷,۳۳۴,۳۱۹/۵	۳۰۸,۱۵۸/۴	۲/۱۷	-۰/۹۰	۲۶۹,۰۲۴,۹۴۸	۳۹۴,۴۶۵,۱۷۰	۲۹۷,۲۵۷/۴
۶	آذربایجان	۴۵۵,۹۵۳/۸	۳,۳۳۰,۱۳۵,۶۷۷/۶	۳۴۷,۵۲۱,۹۰۵	۳,۳۳۰,۱۳۵,۶۷۷/۶	۱/۹۲	۱/۳۹	۲۴۵,۱۲۸,۴۱۴	۳۴۷,۵۲۱,۹۰۵	۲/۳۹	۲/۱۲	۱/۳۸	۲۲۱,۲۳۷,۱۷۴	۳۲۵,۹۹۱,۴۴۹	۳,۰۲۷,۷۴۵,۶۷۰/۵	۴۴۵,۲۹۸/۲	۱/۹۲	۱/۳۹	۲۴۵,۱۲۸,۴۱۴	۳۴۷,۵۲۱,۹۰۵	۴۵۵,۹۵۳/۸
۷	جمهوری عربی سوریه	۵۲,۹۶۴/۷	۳,۳۱۴,۸۱۴,۵۹۴/۰	۳۴۱,۵۶۸,۸۱۲	۳,۳۱۴,۸۱۴,۵۹۴/۰	۱/۸۸	-۰/۱۶	۲۴۸,۴۵۹,۴۰۶	۳۴۱,۵۶۸,۸۱۲	-۱۷/۸۹	۲/۱۵	-۰/۲۰	۲۳۴,۶۲۱,۴۵۶	۳۳۰,۲۱۹,۳۰۷	۳,۰۶۷,۸۳۱,۹۳۶/۸	۶۴,۵۰۴/۱	۱/۸۸	-۰/۱۶	۲۴۸,۴۵۹,۴۰۶	۳۴۱,۵۶۸,۸۱۲	۵۲,۹۶۴/۷
۸	پاکستان	۹۹۷,۸۷۱/۶	۲,۶۵۷,۸۱۵,۶۷۰/۴	۲۷۸,۲۸۹,۷۸۴	۲,۶۵۷,۸۱۵,۶۷۰/۴	۱/۵۳	۳/۰۳	۱۹۵,۰۹۰,۰۲۸	۲۷۸,۲۸۹,۷۸۴	۳۴/۱۱	۲/۳۱	۱/۶۵	۱۷۹,۲۲۰,۹۲۱	۲۵۲,۹۳۸,۶۳۵	۲,۴۴۹,۸۸۵,۹۷۷/۷	۷۴۴,۰۷۷/۷	۱/۵۳	۳/۰۳	۱۹۵,۰۹۰,۰۲۸	۲۷۸,۲۸۹,۷۸۴	۹۹۷,۸۷۱/۶
۹	ترکمنستان	۳۴۹,۲۸۲/۰	۲,۰۶۸,۲۲۱,۰۰۸/۸	۲۱۴,۲۶۴,۴۶۳	۲,۰۶۸,۲۲۱,۰۰۸/۸	۱/۱۸	۱/۰۶	۱۵۳,۴۹۹,۹۷۸	۲۱۴,۲۶۴,۴۶۳	۵۸/۰۶	۱/۲۰	-۰/۶۹	۱۳۰,۰۷۴,۴۲۱	۱۸۴,۰۷۰,۱۹۷	۱,۷۱۰,۸۴۶,۳۵۰/۰	۲۲۰,۹۷۴/۵	۱/۱۸	۱/۰۶	۱۵۳,۴۹۹,۹۷۸	۲۱۴,۲۶۴,۴۶۳	۳۴۹,۲۸۲/۰
۱۰	تاجیکستان	۱۶۲,۹۴۶/۷	۱,۷۵۲,۴۸۸,۱۷۱/۱	۱۸۳,۴۰۷,۴۳۶	۱,۷۵۲,۴۸۸,۱۷۱/۱	۱/۰۱	-۰/۵۰	۱۲۸,۳۳۴,۵۹۷	۱۸۳,۴۰۷,۴۳۶	-۱۱/۰۱	۱/۱۱	-۰/۵۷	۱۲۰,۰۱۴,۵۳۳	۱۷۰,۵۴۵,۶۳۲	۱,۵۸۴,۱۴۶,۶۸۹/۷	۱۸۳,۱۰۴/۲	۱/۰۱	-۰/۵۰	۱۲۸,۳۳۴,۵۹۷	۱۸۳,۴۰۷,۴۳۶	۱۶۲,۹۴۶/۷
۱۱	ارمنستان	۱۹۰,۴۱۵/۵	۱,۳۹۹,۹۷۰,۶۴۳/۳	۱۴۶,۱۲۷,۸۷۱	۱,۳۹۹,۹۷۰,۶۴۳/۳	-۰/۸۱	-۰/۵۸	۱۰۲,۲۲۰,۱۲۵	۱۴۶,۱۲۷,۸۷۱	۴/۹۴	-۰/۷۳	-۰/۵۶	۸۰,۰۶۷,۰۶۰	۱۱۲,۲۳۶,۵۱۳	۱,۰۴۳,۳۸۰,۳۹۶/۲	۱۸۱,۴۵۸/۱	-۰/۸۱	-۰/۵۸	۱۰۲,۲۲۰,۱۲۵	۱۴۶,۱۲۷,۸۷۱	۱۹۰,۴۱۵/۵
۱۲	کویت	۹۳۹,۴۹۲/۵	۱,۱۹۶,۱۴۳,۵۱۰/۸	۱۲۵,۵۱۶,۲۴۵	۱,۱۹۶,۱۴۳,۵۱۰/۸	-۰/۶۹	۲/۸۵	۸۷,۴۴۸,۲۰۸	۱۲۵,۵۱۶,۲۴۵	-۶۰/۶۰	-۰/۴۳	۲/۰۷	۲۲۹,۷۲۴,۶۸۹	۳۱۸,۵۴۳,۲۰۳	۲,۹۵۸,۴۴۳,۸۸۷/۵	۹۴۳,۵۹۵/۳	-۰/۶۹	۲/۸۵	۸۷,۴۴۸,۲۰۸	۱۲۵,۵۱۶,۲۴۵	۹۳۹,۴۹۲/۵
۱۳	قطر	۱۸۷,۲۹۰/۱	۸۶۵,۱۴۲,۵۵۲/۷	۹۱,۶۳۵,۶۵۱	۸۶۵,۱۴۲,۵۵۲/۷	-۰/۵۰	-۰/۵۷	۶۲,۳۰۳,۳۲۹	۹۱,۶۳۵,۶۵۱	-۴۳/۰۱	-۰/۵۶	۱/۰۲	۶۲,۵۱۸,۵۱۷	۸۶,۶۸۳,۲۱۰	۸۰۴,۱۲۱,۶۹۳/۸	۳۲۸,۶۳۰/۹	-۰/۵۰	-۰/۵۷	۶۲,۳۰۳,۳۲۹	۹۱,۶۳۵,۶۵۱	۱۸۷,۲۹۰/۱
۱۴	عمان	۹۶,۸۶۹/۶	۸۰۷,۶۳۳,۸۳۳/۶	۸۴,۱۸۹,۲۰۴	۸۰۷,۶۳۳,۸۳۳/۶	-۰/۴۶	-۰/۲۹	۵۸,۹۰۲,۹۳۲	۸۴,۱۸۹,۲۰۴	-۳۳/۶۶	-۰/۸۳	۱/۰۳	۸۹,۴۵۶,۴۴۹	۱۲۶,۹۰۱,۰۰۹	۱,۱۸۰,۵۵۷,۳۹۶/۲	۳۳۰,۳۵۱/۹	-۰/۴۶	-۰/۲۹	۵۸,۹۰۲,۹۳۲	۸۴,۱۸۹,۲۰۴	۹۶,۸۶۹/۶
۱۵	ازبکستان	۶۰,۹۴۴/۷	۶۵۶,۱۳۵,۲۲۸/۸	۶۸,۶۳۴,۶۷۴	۶۵۶,۱۳۵,۲۲۸/۸	-۰/۳۸	-۰/۱۹	۴۸,۰۳۸,۱۲۳	۶۸,۶۳۴,۶۷۴	-۱۰/۸۲	-۰/۳۸	-۰/۲۱	۴۱,۶۶۹,۲۵۳	۵۸,۷۷۳,۴۶۱	۵۴۵,۵۴۶,۱۸۰/۸	۶۸,۳۳۷/۵	-۰/۳۸	-۰/۱۹	۴۸,۰۳۸,۱۲۳	۶۸,۶۳۴,۶۷۴	۶۰,۹۴۴/۷
۱۶	قزاقستان	۶۴,۵۵۹/۶	۶۱۱,۰۶۴,۱۰۹/۵	۶۳,۸۵۸,۶۰۸	۶۱۱,۰۶۴,۱۰۹/۵	-۰/۳۵	-۰/۲۰	۴۴,۹۱۲,۳۹۹	۶۳,۸۵۸,۶۰۸	-۲۶/۶۶	-۰/۵۱	-۰/۲۷	۵۵,۹۹۷,۶۲۳	۷۸,۶۶۶,۲۴۱	۷۳۰,۳۳۹,۴۶۰/۴	۸۸,۰۲۹/۷	-۰/۳۵	-۰/۲۰	۴۴,۹۱۲,۳۹۹	۶۳,۸۵۸,۶۰۸	۶۴,۵۵۹/۶
۱۷	لبنان	۱۷,۷۳۲/۶	۵۶۶,۷۹۳,۰۹۳/۴	۵۸,۵۵۱,۶۱۹	۵۶۶,۷۹۳,۰۹۳/۴	-۰/۳۲	-۰/۰۵	۴۲,۳۳۴,۰۴۵	۵۸,۵۵۱,۶۱۹	۵۸/۴۹	-۰/۳۵	-۰/۰۳	۳۷,۸۶۳,۸۰۵	۵۳,۷۶۸,۴۴۱	۴۹۹,۵۶۴,۴۶۷/۶	۱۱,۱۸۸/۳	-۰/۳۲	-۰/۰۵	۴۲,۳۳۴,۰۴۵	۵۸,۵۵۱,۶۱۹	۱۷,۷۳۲/۶
۱۸	بحرین	۱۳۴,۰۹۷/۶	۵۳۳,۰۱۳,۹۳۴/۳	۵۵,۲۵۲,۶۵۴	۵۳۳,۰۱۳,۹۳۴/۳	-۰/۳۰	-۰/۴۱	۳۹,۳۳۱,۱۳۴	۵۵,۲۵۲,۶۵۴	-۴۷/۵۰	-۰/۲۶	-۰/۷۹	۲۸,۴۱۵,۲۰۱	۳۹,۳۳۶,۵۰۰	۳۶۵,۰۷۳,۷۶۱/۲	۲۵۵,۴۰۲/۹	-۰/۳۰	-۰/۴۱	۳۹,۳۳۱,۱۳۴	۵۵,۲۵۲,۶۵۴	۱۳۴,۰۹۷/۶
۱۹	گرجستان	۶۸,۸۱۷/۳	۵۰۴,۸۸۰,۱۰۶/۰	۵۲,۷۲۴,۴۶۹	۵۰۴,۸۸۰,۱۰۶/۰	-۰/۲۹	-۰/۲۱	۳۷,۰۱۴,۱۵۳	۵۲,۷۲۴,۴۶۹	۲۸/۹۲	-۰/۳۴	-۰/۱۷	۳۷,۰۴۹,۱۹۶	۵۲,۱۹۵,۹۶۲	۴۸۴,۶۸۸,۰۱۵/۹	۵۳,۳۸۰/۸	-۰/۲۹	-۰/۲۱	۳۷,۰۱۴,۱۵۳	۵۲,۷۲۴,۴۶۹	۶۸,۸۱۷/۳
۲۰	قرقیزستان	۲۱,۸۸۱/۷	۴۳۱,۴۲۹,۱۶۵/۰	۴۵,۰۴۶,۷۸۸	۴۳۱,۴۲۹,۱۶۵/۰	-۰/۲۵	-۰/۰۷	۳۱,۶۷۱,۴۰۳	۴۵,۰۴۶,۷۸۸	-۴/۳۷	-۰/۳۱	-۰/۰۸	۳۳,۳۷۳,۰۸۰	۴۷,۱۰۷,۶۷۲	۴۳۷,۶۴۳,۸۰۰/۲	۲۷,۱۱۵/۲	-۰/۲۵	-۰/۰۷	۳۱,۶۷۱,۴۰۳	۴۵,۰۴۶,۷۸۸	۲۱,۸۸۱/۷

مأخذ: اطلاعات مندرج در لوح فشرده پیوست نامه گمرک جمهوری اسلامی ایران، مورخ ۱۳۸۸/۱/۲۹ به شماره ۲۲/۷۳/۲۵۳/۱۰۲۰۳.



جدول ۹. آمار واردات از کشورها به ترتیب ارزش دلاری در سالهای ۱۳۸۶-۱۳۸۷

رتبه	نام کشور	سال ۱۳۸۶						سال ۱۳۸۷							
		وزن تن	ارزش هزار ریال	وزن تن	ارزش دلار	سهم هر کشور		وزن تن	ارزش هزار ریال	وزن تن	ارزش دلار	سهم هر کشور			
						وزن	ارزش					وزن	ارزش	وزن	ارزش
۱	امارات متحده عربی	۱۰,۷۲۰,۲۲۵/۹	۱۲۷,۵۵۵,۸۸۶,۵۵۴	۱۲,۴۲۷,۶۹۲,۸۱۴	۹,۲۸۷,۷۹۸,۱۷۷	۲۴/۰۶	۲۴/۳۷	۱۱,۲۰۸,۶۳۱/۱	۱۰۶,۸۷۸,۵۷۹,۶۱۰/۸	۱۱,۵۰۸,۶۹۹,۲۳۷	۸,۱۹۲,۵۱۳,۴۲۶	۲۶/۸۸	۲۳/۷۶	-۴/۳۶	۱۶/۷۶
۲	ترکیه	۹۹۴,۱۷۹/۳	۱۴,۲۷۶,۷۳۱,۸۲۰/۷	۱,۴۹۵,۱۵۲,۳۳۴	۱,۰۴۸,۰۹۵,۴۵۰	۲/۶۸	۲/۲۶	۷۶۷,۹۰۳/۵	۱۱,۵۷۶,۷۵۸,۲۵۰/۷	۱,۲۴۶,۴۶۴,۸۷۹	۸۸۲,۰۹۳,۱۹۰	۱/۸۴	۲/۵۷	۲۹/۴۷	۱۹/۹۵
۳	ترکمنستان	۴۳۹,۷۷۲/۱	۳,۳۸۰,۲۰۵,۹۶۸/۶	۳۶۵,۸۱۲,۳۰۶	۲۳۷,۵۴۶,۳۷۲	۰/۶۶	۱/۰۰	۳۴۶,۳۳۸/۶	۱,۹۸۴,۳۸۳,۳۵۷/۶	۲۱۳,۶۰۵,۲۷۰	۱۵۲,۵۸۹,۷۸۳	۰/۸۳	۰/۴۴	۲۶/۹۸	۷۱/۲۶
۴	قزاقستان	۷۲۱,۶۶۳/۷	۲,۸۳۲,۶۶۰,۱۷۲/۴	۲۹۵,۵۳۴,۴۰۶	۲۰۸,۴۰۹,۰۴۸	۰/۵۳	۱/۶۴	۷۸۵,۶۱۳/۲	۳,۱۶۶,۳۰۵,۹۷۶/۱	۳۴۰,۶۸۴,۸۶۱	۲۴۱,۱۱۷,۹۲۲	۱/۸۸	۰/۷۰	-۸/۱۴	-۱۳/۲۵
۵	پاکستان	۵۷۵,۹۶۸/۶	۲,۶۶۹,۹۷۸,۸۷۲/۶	۲۷۹,۲۳۳,۵۶۹	۱۹۹,۲۶۶,۷۲۱	۰/۵۰	۱/۳۱	۳۸۲,۶۵۷/۲	۱,۴۳۵,۷۶۶,۵۸۱/۸	۱۵۴,۷۹۸,۷۱۳	۱۰۹,۶۵۲,۰۲۶	۰/۹۲	۰/۳۲	۵۰/۵۲	۸۰/۳۸
۶	آذربایجان	۴۱۰,۳۱۳/۹	۲,۱۹۶,۲۹۵,۸۵۲/۵	۲۳۶,۰۹۸,۶۳۶	۱۵۷,۴۵۳,۷۷۶	۰/۴۲	۰/۹۳	۶۴۱,۸۲۴/۰	۲,۹۹۴,۳۱۵,۸۸۵/۶	۳۲۲,۱۵۷,۹۳۳	۲۳۰,۰۰۶,۱۵۱	۱/۵۴	۰/۶۷	-۲۶/۷۱	-۲۶/۷۱
۷	عراق	۳۹,۶۸۸/۵	۱,۹۴۶,۹۵۱,۸۳۵/۷	۲۰۰,۵۲۸,۱۸۲	۱۵۰,۶۴۷,۵۸۵	۰/۳۶	۰/۰۹	۵۵,۴۶۵/۲	۸۵۸,۶۲۵,۴۱۹/۵	۹۲,۳۸۳,۸۰۷	۶۵,۲۰۰,۰۷۱	۰/۱۳	۰/۱۹	-۲۸/۴۴	۱۱۷/۰۶
۸	قبرس	۱۷۷,۳۲۵/۹	۱,۶۷۶,۴۶۰,۱۹۱/۵	۱۷۸,۶۱۸,۳۴۰	۱۱۹,۶۶۰,۵۲۵	۰/۳۲	۰/۴۰	۱۲۸,۴۰۰/۴	۶۴۳,۳۹۳,۳۷۷/۶	۶۹,۳۱۸,۸۲۱	۴۹,۶۰۱,۲۲۵	۰/۳۱	۰/۱۴	۳۸/۱۰	۱۵۷/۶۸
۹	عربستان سعودی	۱۵۴,۴۷۸/۹	۱,۶۲۷,۴۷۱,۹۱۱/۴	۱۷۲,۷۸۳,۸۳۲	۱۱۶,۹۹۳,۹۸۰	۰/۳۱	۰/۳۵	۵۸۹,۸۹۰/۵	۶,۴۵۶,۲۳۸,۸۹۲/۱	۶,۴۵۶,۲۳۸,۸۹۲/۱	۵۰۰,۴۶۳,۷۶۹	۱/۴۱	۱/۰۳	-۷۳/۸۱	-۶۵/۴۸
۱۰	عمان	۵۹,۵۸۴/۲	۱,۳۵۹,۱۲۲,۲۵۱/۹	۱۴۴,۱۷۵,۳۳۲	۹۷,۰۶۰,۵۴۱	۰/۲۶	۰/۱۴	۱۱,۸۵۹/۸	۷۸۱,۲۵۲,۰۷۱/۶	۸۴,۱۵۹,۸۲۹	۵۸,۳۲۳,۶۴۴	۰/۰۳	۰/۱۷	۴۰/۲/۴۰	۷۱/۳۱
۱۱	کویت	۲۴,۸۶۷/۰	۱,۱۱۷,۸۰۵,۹۹۵/۸	۱۱۸,۷۱۷,۴۰۸	۸۰,۵۹۳,۸۸۵	۰/۲۱	۰/۰۶	۷۱,۳۳۶/۲	۱,۶۸۲,۱۰۷,۴۳۰/۴	۱۸۱,۰۴۴,۵۰۲	۱۲۷,۷۹۷,۰۲۷	۰/۱۷	۰/۱۷	-۳۴/۴۳	-۳۴/۴۳
۱۲	ازبکستان	۹۶,۱۶۹/۷	۱,۰۱۸,۷۲۰,۳۷۲/۲	۱۰۷,۶۴۱,۲۰۴	۷۳,۹۳۵,۰۶۷	۰/۱۹	۰/۲۲	۲۰۳,۰۱۹/۴	۱,۲۱۴,۹۹۳,۶۱۴/۸	۱۳۰,۸۰۴,۹۴۵	۹۳,۳۷۰,۵۰۹	۰/۴۹	۰/۲۷	-۵۲/۶۳	-۱۷/۷۱
۱۳	بحرین	۹۳,۵۲۹/۹	۹۵۹,۴۷۴,۳۲۱/۰	۱۰۲,۳۹۹,۳۷۳	۶۹,۱۵۸,۴۹۵	۰/۱۸	۰/۲۱	۵۲,۷۹۵/۱	۹۱۵,۵۴۱,۷۹۳/۳	۹۸,۵۲۱,۵۶۳	۷۰,۰۲۷,۳۶۵	۰/۱۳	۰/۲۰	۷۷/۱۶	۳/۹۴

مأخذ: اطلاعات مندرج در لوح فشرده پیوست نامه گمرک جمهوری اسلامی ایران، مورخ ۱۳۸۸/۱/۲۹ به شماره ۲۲/۷۳/۲۵۳/۱۰۲۰۳.



اما در میان ۱۰ کشور اول مبدأ واردات ایران فقط دو کشور امارات متحده عربی و ترکیه از منطقه جنوب غربی آسیا حضور دارند. رتبه این دو کشور براساس ارزش میزان واردات به ایران اول و دهم است که سهم آنها از ارزش واردات ایران در سال ۱۳۸۷ به ترتیب ۲۴/۰۶ و ۲/۶۸ درصد است. از دیگر کشورهای منطقه که دارای صادرات به ایران هستند می‌توان به ترکمنستان، قزاقستان، پاکستان، آذربایجان و عراق اشاره کرد که رتبه‌های ۲۴، ۲۶، ۲۹، ۳۱ و ۳۳ را از نظر میزان ارزش صادرات به ایران در میان کشورهای صادرکننده در سال ۱۳۸۷ کسب کرده‌اند.

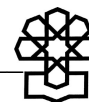
جدول ۹ آمار واردات ایران از کشورهای جنوب غربی آسیا در سال‌های ۱۳۸۶ و ۱۳۸۷ را ارائه داده است. سهم ارزش واردات از این کشورها به کل واردات ایران در سال ۱۳۸۷ حدود ۳۰/۶۸ درصد است. این میزان در سال ۱۳۸۶ نیز بالغ بر ۳۰/۸۳ درصد بود. بنابراین نقش کشورهای جنوب غربی آسیا در واردات ایران کمتر از سهم آنها به‌عنوان بازارهای صادراتی ایران است.

در ذیل تراز بازرگانی ایران با کشورهای جنوب غرب آسیا در سال ۱۳۸۷ نشان داده شده است:

جدول ۱۰. گزارش تراز بازرگانی ایران با کشورهای جنوب غربی آسیا از فروردین تا اسفند ۱۳۸۷

ردیف	نام کشور	ارزش صادرات (دلار)	ارزش واردات (دلار)	تراز بازرگانی
۱	عراق	۲,۳۸۳,۶۸۳,۶۷۰	۲۰۰,۵۲۸,۱۸۲	۲,۱۸۳,۱۵۵,۴۸۸
۲	امارات متحده عربی	۲,۳۲۸,۲۱۱,۶۹۶	۱۳,۴۳۷,۶۹۲,۸۱۱	-۱۱,۱۰۹,۴۹۱,۱۱۵
۳	افغانستان	۵۳۸,۵۵۸,۹۶۶	۹,۹۴۶,۴۷۸	۵۲۸,۶۱۲,۴۸۸
۴	ترکیه	۲۵۲,۶۰۱۴,۰۵۱	۱,۴۹۵,۱۵۲,۳۳۴	-۹۶۹,۵۵۱,۲۸۳
۵	عربستان سعودی	۲۹۴,۴۶۵,۱۷۰	۱۷۲,۷۸۳,۸۴۲	۲۲۱,۶۸۱,۳۲۷
۶	آذربایجان	۳۴۷,۵۲۱,۹۰۵	۲۳۶,۰۹۸,۶۳۶	۱۱,۴۲۳,۲۶۹
۷	جمهوری عربی سوریه	۳۴۱,۵۶۸,۸۱۲	۱۵,۹۹۱,۷۹۹	۳۲۵,۵۷۷,۰۱۳
۸	پاکستان	۲۷۸,۲۸۹,۷۸۴	۲۷۹,۲۲۳,۵۶۹	-۹۳۳,۷۸۵
۹	ترکمنستان	۲۱۴,۲۶۴,۴۶۳	۳۶۵,۸۱۲,۳۰۶	-۱۵۱,۵۴۷,۸۴۳
۱۰	تاجیکستان	۱۸۳,۴۰۷,۴۳۶	۳۹,۳۲۹,۰۰۸	۱۴۴,۰۷۸,۴۲۹
۱۱	ارمنستان	۱۴۶,۱۲۷,۸۷۱	۲۱,۷۲۹,۷۷۸	۱۲۴,۳۹۸,۰۹۳
۱۲	کویت	۱۲۵,۵۱۶,۲۴۵	۱۱۸,۷۱۷,۴۰۸	۶,۷۹۸,۸۳۷
۱۳	قطر	۹۱,۶۳۵,۶۵۱	۲۹,۹۶۲,۸۱۳	۶۱,۶۷۲,۸۳۸
۱۴	عمان	۸۴,۱۸۹,۲۰۴	۱۴۴,۱۷۵,۳۳۲	-۵۹,۹۸۶,۱۲۸
۱۵	ازبکستان	۶۸,۶۳۴,۶۷۴	۱۰۷,۶۴۱,۲۰۴	-۳۹,۰۰۶,۵۳۱
۱۶	قزاقستان	۶۳,۸۵۸,۶۰۸	۲۹۵,۵۳۴,۴۰۶	-۲۳۱,۶۷۵,۷۹۸
۱۷	لبنان	۵۸,۵۵۱,۶۱۹	۷۳,۶۴۰,۳۳۶	-۱۵,۰۸۸,۷۱۷
۱۸	بحرین	۵۵,۲۵۲,۶۵۴	۱۰۲,۳۹۹,۳۷۳	-۴۷,۱۴۶,۷۱۹
۱۹	گرجستان	۵۲,۷۲۴,۴۶۹	۸,۱۲۱,۲۵۳	۴۴,۶۰۳,۲۱۶
۲۰	قرقیزستان	۴۵,۰۴۶,۷۸۸	۱۷,۸۷۶,۳۵۲	۲۷,۱۷۰,۴۳۶

مأخذ: اطلاعات مندرج در لوح فشرده پیوست نامه گمرک جمهوری اسلامی ایران، مورخ ۱۳۸۸/۱/۲۹ به شماره ۱۰۲۰۲/۲۵۳/۲۲/۷۳.



همان‌گونه که مشاهده می‌شود تراز بازرگانی ایران با کشورهای عراق، افغانستان، عربستان سعودی، آذربایجان، سوریه، ارمنستان، کویت، قطر، تاجیکستان، قرقیزستان و گرجستان مثبت است. اما تراز بازرگانی ایران با کشورهای امارات، ترکیه، عمان، لبنان، ترکمنستان، پاکستان، ازبکستان، قزاقستان و بحرین منفی بوده و واردات ما از این کشورها بیش از صادرات ما به آنها است.^۱

جایگاه کشور امارات متحده عربی در واردات کشور ما (همانگونه که در جداول ۹ و ۱۰ مشاهده می‌شود) بسیار بالاست و حدود یک‌چهارم واردات ایران از طریق این کشور صورت گرفته و در مقابل حدود ۱۲ میلیارد دلار واردات از این کشور تنها حدود ۲ میلیارد دلار صادرات صورت گرفته و موجب تراز بازرگانی منفی بالا (حدود ۱۱- میلیارد دلار) شده است. البته افزودن واردات غیررسمی و قاچاق صورت گرفته از این کشور به واردات رسمی وضعیت تراز بازرگانی منفی فعلی را نامناسب‌تر نیز می‌کند.

این مطلب نشان می‌دهد که کشور امارات کاملاً توانسته است به جایگاه مرکز تجارت منطقه تبدیل شود و ایران که با توجه به وسعت و ارتباط با کشورهای آسیای میانه پتانسیلی در این زمینه داشت نیز خود به مشتری اصلی این کشور تبدیل شده است.

۱-۲-۳. شاخص‌های بررسی وضعیت موجود همکاری‌های تجاری

برای بررسی وضعیت موجود روابط تجاری میان کشورها و پتانسیل‌های گسترش آن علاوه بر شاخص‌هایی مانند میزان صادرات و واردات و شرکای اصلی تجاری از شاخص‌های ذیل نیز استفاده می‌شود:

الف) شاخص تمرکز کالاهای صادراتی،

ب) شاخص مزیت نسبی صادراتی،

ج) شاخص شدت تجاری،

د) شاخص پتانسیل تجاری،

ه) شاخص اکمال تجاری.

در ادامه به تبیین مختصری از شاخص‌های مذکور پرداخته و با استفاده از آن شاخص‌ها و با توجه به اطلاعات موجود به بررسی روابط ایران با کشورهای جنوب غربی آسیا می‌پردازیم.

۱. برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد اقلام عمده صادراتی و وارداتی ایران و کشورهای جنوب غربی آسیا می‌توان به گزارش‌های کشوری از بخش گزارش‌های مطالعاتی سایت رسمی سازمان توسعه تجارت ایران به آدرس: www.tpo.org مراجعه کرد.



الف) شاخص تمرکز کالاهای صادراتی

یکی از شاخص‌های پیشنهادی آنکتاد در جهت شناخت صادرات عمده یک کشور، شاخص تمرکز کالاهای صادراتی است. این شاخص که از آن در محاسبه تنوع صادراتی و وارداتی کشورها استفاده می‌شود به شکل زیر است:

$$H_i = \frac{\sum_{k=1}^n (h_{ik} - h_{wk})}{2}$$

که در آن h_{ik} سهم کالای K در کل صادرات کشور i و h_{wk} سهم کالای k در کل صادرات جهانی است. دامنه این شاخص بین صفر و یک است. هر چه شاخص کوچک‌تر و به سمت عدد صفر نزدیک‌تر باشد، نشانگر تنوع کالاهای صادراتی و هر چه به یک نزدیک‌تر باشد وابستگی کشور را تنها به صدور یک کالا نشان می‌دهد.

در جدول زیر شاخص تنوع صادرات غیرنفتی سه کشور از کشورهای جنوب غربی آسیا آمده

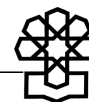
است:

جدول ۱۱. متوسط شاخص تنوع صادرات غیرنفتی برخی کشورهای جنوب غربی آسیا
(متوسط دوره ۱۹۹۹-۲۰۰۳)

ردیف	نام کشور	متوسط شاخص تنوع صادراتی	رتبه تنوع صادراتی کشور در جهان
۱	مصر	۰/۱۲	۵۳
۲	ترکیه	۰/۰۴	۲۶
۳	ایران	۰/۲۰	۶۵
۴	پاکستان	۰/۳۱	۸۶

مأخذ: تدوین راهکار مذاکراتی ایران در تجارت با کشورهای عضو D8، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۵، ص ۶۸.

البته به نظر می‌رسد اگر به جای صادرات غیرنفتی کل، صادرات ایران براساس این شاخص بررسی می‌شد تمرکز صادرات ایران به شکل بهتری مورد ارزیابی قرار می‌گرفت. به‌رحال تنها با در نظر گرفتن صادرات غیرنفتی، ایران از نظر تنوع صادراتی دارای رتبه شصت و پنجم در جهان بوده است. داشتن تنوع صادراتی بیانگر تنوع زمینه‌های همکاری تجاری است و در نتیجه زمینه همکاری با کشوری مانند ترکیه بالاتر از کشوری مانند مصر یا پاکستان خواهد بود.



ب) شاخص محاسبه مزیت نسبی صادراتی

برای شناخت مزیت نسبی صادرات ایران و کشورهای جنوب غربی آسیا جهت گسترش همکاری تجاری می‌توان از شاخص بالاسا طبق فرمول زیر استفاده شود:

$$RCA_{ik} = \frac{\frac{X_{ik}}{X_i}}{\frac{X_{wk}}{X_w}}$$

نمادهای به‌کار رفته در این شاخص عبارت‌اند از:

X_{ik} = میزان صادرات کالای K توسط کشور i ،

X_i = میزان صادرات کشور i ،

X_{wk} = میزان صادرات کالای k در جهان،

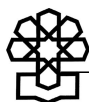
X_{ww} = میزان کل صادرات جهان.

در این شاخص صورت کسر سهم کالای صادراتی k در کل صادرات کشور i و مخرج کسر سهم کالای k در کل صادرات جهان است. RCA_{ik} شاخص مزیت نسبی صادرات کالای k توسط کشور i است و اگر بالاتر از یک باشد نشان‌دهنده وجود مزیت نسبی صادراتی کالای k در کشور i است.

البته این شاخص بیان‌کننده مزیت نسبی فعلی صادرات کشور است و کشورها می‌توانند برای خود مزیت‌های جدید ایجاد کنند یا ممکن است مزیت‌های سابق خود را از دست بدهند.

با استفاده از این شاخص و با استفاده از داده‌های سال‌های ۱۹۹۹ الی ۲۰۰۳ مزیت‌های نسبی کشورهای عضو گروه D8 بر حسب کدهای یک رقمی طبقه‌بندی کالایی HS محاسبه شده است.^۱ جدول ۵ نتایج این محاسبات را در مورد کشورهای جنوب غربی آسیا ارائه می‌دهد.

۱. تدوین راهکار مذاکره‌ای ایران در تجارت با کشورهای عضو D8 در قالب یک موافقت‌نامه ترجیحات تجاری، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۵.

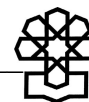


جدول ۱۲. مزیت نسبی صادراتی کشورهای جنوب غربی آسیا متوسط دوره ۱۹۹۹-۲۰۰۳

پاکستان		ترکیه		ایران		مصر		بخش‌های تجاری برحسب کدهای یک رقمی HS
مزیت نسبی	شاخص	مزیت نسبی	شاخص	مزیت نسبی	شاخص	مزیت نسبی	شاخص	
ندارد	۰/۷۴	ندارد	۰/۲۷	ندارد	۰/۹۵	ندارد	۰/۴۴	حیوانات زنده، فراورده‌های حیوانی
دارد	۳/۱۶	دارد	۲/۵۰	دارد	۷/۶۲	دارد	۳/۷۰	فراورده‌های نباتی
دارد	۱/۳۱	دارد	۱/۸۷	دارد	۱/۸۹	ندارد	۰/۳۳	چربی‌ها و روغن حیوانی یا نباتی
ندارد	۰/۴۸	دارد	۱/۶۶	دارد	۱/۴۰	دارد	۱/۱۷	فراورده‌های صنایع غذایی، نوشابه‌ها، توتون و تنباکو
ندارد	۰/۳۳	ندارد	۰/۳۶	دارد	۵۹/۳۳	دارد	۵/۰۹	فراورده‌های معدنی
ندارد	۰/۱۲	ندارد	۰/۳۳	دارد	۱/۰۵	ندارد	۰/۷۹	کالاهای صنایع شیمیایی
ندارد	۰/۲۹	ندارد	۰/۷۵	ندارد	۰/۹۰	ندارد	۰/۵۰	مواد پلاستیکی و کائوچو و اشیای ساخته شده از آن
دارد	۸/۱۵	دارد	۱/۹۹	دارد	۲/۶۸	دارد	۱/۵۸	پوست و چرم و اشیای ساخته شده از آن
ندارد	۰/۰۹	ندارد	۰/۲۵	ندارد	۰/۱۷	ندارد	۰/۰۹	چوب و اشیای چوبی
ندارد	۰/۰۵	ندارد	۰/۳۱	ندارد	۰/۱۲	ندارد	۰/۳۱	خیر چوب و کاغذ و اشیای ساخته شده از آن
دارد	۱۲/۲۱	دارد	۵/۹۱	دارد	۳/۸۶	دارد	۴/۹۷	مواد نسجی و مصنوعات ساخته شده از آن
ندارد	۰/۹۸	ندارد	۰/۵۲	دارد	۲/۱۶	ندارد	۰/۳۰	کفش، کلاه، چتر بارانی و گل‌های مصنوعی
ندارد	۰/۲۹	دارد	۲/۴۹	دارد	۱/۸۵	دارد	۱/۴۱	کالاهای صنعتی کانی غیرفلزی
ندارد	۰/۱۳	ندارد	۰/۸۳	ندارد	۰/۰۷	ندارد	۰/۱۸	سنگ‌ها و فلزات گرانبها
ندارد	۰/۱۴	دارد	۱/۶۴	دارد	۱/۵۹	دارد	۱/۳۷	فلزات معمولی و مصنوعات آنها
ندارد	۰/۰۲	ندارد	۰/۴۲	ندارد	۰/۰۷	ندارد	۰/۱۵	ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی و الکترونیکی
ندارد	۰/۵۲	ندارد	۰/۷۴	ندارد	۰/۱۵	ندارد	۰/۰۳	وسایط نقلیه و تجهیزات حمل‌ونقل
ندارد	۰/۳۱	ندارد	۰/۰۷	ندارد	۰/۰۲	ندارد	۰/۱۳	وسایل و دستگاه‌های اپتیک و دستگاه‌های جراحی
دارد	۱/۶۷	دارد	۱/۲۰	دارد	۲/۹۹	ندارد	۰/۲۲	اسلحه و مهمات
دارد	۱/۲۹	ندارد	۰/۵۰	ندارد	۰/۳۲	ندارد	۰/۷۰	مبل و مبلمان‌های طبی، اسباب‌بازی و سایر مصنوعات
ندارد	۰/۰۱	ندارد	۰/۲۸	ندارد	۰/۲۱	دارد	۱/۵۰	کالاهایی که جای دیگر طبقه‌بندی نشده‌اند

مأخذ: همان.

براساس نتایج جدول فوق ایران در بخش‌های فراورده‌های نباتی، چربی‌ها و روغن حیوانی یا نباتی، فراورده‌های صنایع غذایی، فراورده‌های معدنی، کالاهای صنایع شیمیایی، پوست و چرم،



مواد نسجی، کفش، کالاهای صنعتی کانی غیرفلزی، فلزات معمولی و اسلحه و مهمات دارای مزیت نسبی است. باز تأکید می‌شود که این موارد مزیت‌های نسبی بالفعل و کنونی کشور ماست و می‌توان با توجه به اهداف، ارزش‌ها و توانایی‌های کشور به خلق مزیت در زمینه‌های جدید پرداخت. در مشاهده مزیت‌های نسبی این چهار کشور می‌توان مواردی مانند کالاهای صنایع شیمیایی یا کفش را مشاهده کرد که تنها ایران در آنها دارای مزیت نسبی است و سه کشور دیگر دارای مزیت نیستند و می‌توان از این مزیت نسبی بالفعل در گسترش همکاری‌ها و صادرات ایران به این کشورها استفاده کرد و در مقابل در بخش‌هایی که کشور دارای مزیت نیست از توانایی‌های این دو کشور بهره برد. مواردی نیز مانند فراورده‌های نباتی یا مواد نسجی وجود دارند که هر چهار کشور در آنها دارای مزیت نسبی هستند و در این بخش‌ها نیز هرچند ممکن است رقابت وجود داشته باشد، اما می‌توان به همکاری‌های مشترک در سرمایه‌گذاری و تولید یا همکاری‌های فناوری پرداخت. در برخی موارد مانند بخش‌های ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی و الکترونیکی، دستگاه‌های جراحی یا چوب هم هیچ‌یک از این چهار کشور دارای مزیت نسبی نیستند و توان همکاری بسیار کمی در این موارد وجود دارد.

ج) شاخص شدت تجاری^۱

از آن جهت که جریان تجارت بین دو کشور و مقدار آن تا اندازه‌ای تحت تأثیر اندازه اقتصاد دو کشور صادرکننده (i) و واردکننده (j) قرار می‌گیرد و به این دلیل ظرفیت‌های اقتصادی کشورها متفاوت است، لذا به جای استفاده از حجم مطلق مبادلات میان آنها از شاخص شدت تجاری استفاده می‌شود. این شاخص با استفاده از فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$IT_{ij} = (X_{ij} / X_i) / (M_j / M_w - M_i)$$

نمادهای این عبارت به شرح ذیل است:

$$X_{ij} = \text{صادرات کشور } i \text{ ام به کشور } j \text{ ام،}$$

$$X_i = \text{کل صادرات کشور } i \text{ ام به جهان،}$$

$$M_j = \text{کل واردات کشور } j \text{ ام از جهان،}$$

$$M_w = \text{کل واردات جهان،}$$

$$M_i = \text{کل واردات کشور } i \text{ ام.}$$

بزرگتر از یک بودن مقدار شاخص محاسبه شده بیانگر بیشتر بودن شدت و عمق تجاری بین دو کشور بوده و هر اندازه این شاخص به صفر نزدیکتر باشد، نشان‌دهنده کمتر بودن شدت تجارت میان دو کشور است.



در جدول زیر شدت تجاری ایران با سه کشور عضو گروه D8 جنوب غربی آسیا نشان داده

شده است:

جدول ۱۳. وضعیت شدت تجاری ایران با سه کشور ترکیه، مصر و پاکستان

وضعیت شدت تجاری کشورها در صدور کالا به ایران		وضعیت شدت تجاری ایران در صدور کالاهای غیرنفتی			نام شرکای تجاری
وضعیت	شاخص	وضعیت	شاخص	شاخص	
متوسط دوره (۱۹۹۹-۲۰۰۳)		متوسط دوره (۱۹۹۹-۲۰۰۳)			
۲/۱	بالا	۴/۲	۲/۲	۷/۶	ترکیه
۰/۶	پایین	۱/۰	۰/۷	۰/۹	مصر
۲/۰	بالا	۱۳/۲	۱۳/۲	-	پاکستان

مأخذ: همان، ص ۱۱۷.

البته محاسبه شدت تجاری برحسب طبقه‌بندی‌های کالایی نیز ممکن است. همان‌طور که از جدول مشخص است ایران هم در صدور و هم در واردات از کشورهای ترکیه و پاکستان دارای شدت تجاری است، اما شدت تجاری ایران در صادرات و واردات با کشور مصر پایین است. البته این امکان وجود دارد که ایران در برخی گروه‌های کالایی با کشور مصر دارای شدت تجاری بالا باشد، به نظر می‌رسد که علت پایین بودن شدت تجاری دو کشور پایین بودن مناسبات سیاسی دو کشور باشد.

د) شاخص پتانسیل تجاری^۱

روش پیشنهادی مرکز تجارت بین‌المللی (ITO) برای تخمین پتانسیل‌های تجاری میان کشورها استفاده از شاخص پتانسیل تجاری است. فرمول تخمین پتانسیل صادراتی هر کشور با کشور یا کشورهای مورد بررسی به شکل زیر است:

$$TP_{iB} = \sum_{i=1}^m \text{Min} (X_{iW}^k, M_{Bw}^k - M_{Bi}^k)$$

$k =$ کد کالا در طبقه‌بندی کالایی،

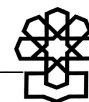
$X_{iW} =$ ارزش صادرات کشور i به کل جهان،

$M_{Bw} =$ ارزش واردات کشور یا کشورهای عضو B از جهان،

$M_{Bi} =$ ارزش واردات کشور یا کشورهای عضو B از کشور i ،

$m =$ تعداد کشور یا کشورهای عضو B ،

$TP_{iB} =$ پتانسیل صادراتی کشور i در تجارت با کشور یا کشورهای عضو B .



فرمول محاسبه تخمین پتانسیل وارداتی نیز مشابه همین فرمول و با تعویض عناوین صادرات با واردات خواهد بود. جدول پتانسیل صادراتی و وارداتی ایران با کشورهای ترکیه، مصر و پاکستان در ادامه ذکر شده است:

جدول ۱۴. پتانسیل تجاری ایران با کشورهای ترکیه، مصر و پاکستان برحسب متوسط دوره ۱۹۹-۲۰۰۳

نام کشورها	پتانسیل وارداتی ایران در تجارت با دو کشور			پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با دو کشور			
	متوسط پتانسیل وارداتی (میلیون دلار)	تعداد اقلام	واردات صورت گرفته از آن کشور (میلیون دلار)	ضریب پتانسیل وارداتی باقی مانده	متوسط پتانسیل صادراتی (میلیون دلار)	تعداد اقلام	صادرات به آن کشور (میلیون دلار)
مصر	۱۲۹۲/۸	۱۵۷۲	۸/۰	۹۹	۱۰۸۴/۴	۱۷۲۱	۱۵/۲
ترکیه	۴۶۷۵/۷	۲۷۱۰	۳۰۰/۴	۹۴	۱۴۴۷/۹	۱۷۹۹	۱۷۹/۷
پاکستان	۱۰۴۵/۰	۶۸۲	۵۶/۳	۹۵	۱۰۲۶/۵	۱۱۹۰	۱۲۸/۵

مأخذ: همان، ص ۱۲۱.

همان طور که مشاهده می شود ایران توانایی صادرات بیش از یک میلیارد دلار کالا را به هر یک از این سه کشور دارا بوده و در حالی که از ۲۲ درصد پتانسیل صادراتی خود به ترکیه بهره برده، اما ۹۹ درصد پتانسیل صادراتی به مصر همچنان باقی مانده است.

شاخص های تنوع کالایی، شدت و پتانسیل صادراتی و وارداتی ایران با کشورهای عضو اگو نیز محاسبه شده است^۱ که به دلیل قدیمی بودن آمار آن مطالعات در این گزارش استفاده نشده است.

ه) شاخص اکمال تجاری^۲

از اصلی ترین شاخص ها برای بررسی امکان گسترش همکاری های تجاری این شاخص است که نشان می دهد ساختارهای تجاری دو کشور تا چه اندازه مکمل یکدیگر است. به عبارت دیگر این شاخص بیان می کند که چه اندازه الگوی صادرات یک کشور با الگوی واردات کشور دیگر تطابق دارد و بالعکس و بدین ترتیب نشان دهنده پتانسیل همکاری تجاری میان دو کشور است.

شاخص اکمال تجاری به شرح زیر است:

$$C_{ij} = \sum_{K=1}^n \left[\frac{X_{jw}^k}{X_{iw}^t} \cdot \frac{M_{ww}^t - M_{iw}^t}{M_{ww}^k - M_{iw}^k} \cdot \frac{M_{jw}^k}{M_{jw}^t} \right]$$

و نمادهای به کار رفته در آن عبارت اند از:

C_{ij} = شاخص اکمال بین دو کشور i و j برحسب ساختار صادرات کشور i و واردات کشور j

۱. بسط مبادلات تجاری در اگو از طریق کاهش تعرفه ها، مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، ۱۳۸۲.



$$X_{iw}^k = \text{ارزش صادرات کالای } k \text{ کشور } i \text{ به جهان،}$$

$$X_{iw}^t = \text{ارزش صادرات کشور } i \text{ به جهان،}$$

$$M_{ww}^t = \text{ارزش کل واردات جهان،}$$

$$M_{iw}^t = \text{ارزش کل واردات کشور } i \text{ از جهان،}$$

$$M_{jw}^t = \text{ارزش کل واردات کشور } j \text{ از جهان،}$$

$$M_{ww}^k = \text{ارزش واردات کالای } k \text{ جهان،}$$

$$M_{iw}^k = \text{ارزش واردات کالای } k \text{ کشور } i \text{ از جهان،}$$

$$M_{jw}^t = \text{ارزش کل واردات کشور } j \text{ از جهان،}$$

$$M_{jw}^k = \text{ارزش کل واردات کالای } k \text{ کشور } j \text{ از جهان.}$$

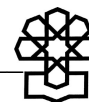
این شاخص در واقع با توجه به تخصص صادراتی کشور i و تخصص وارداتی کشور j نشان می‌دهد ساختار صادراتی کشور i تا چه اندازه مشابه ساختار وارداتی کشور j است.

شاخص اکمال تجاری همواره بزرگتر از صفر بوده و مقادیر بزرگتر از یک نشان‌دهنده تشابه در الگوهای صادراتی کشور i با واردات کشور j و مقادیر کمتر از یک نشان‌دهنده عدم وجود تشابه در الگوی صادراتی کشور i با الگوی وارداتی کشور j است.

مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی مطالعه‌ای^۱ برای سنجش شاخص فوق‌الذکر میان ایران و کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی انجام داده است و در آن برحسب سه بخش صنعت، کشاورزی و معدن و با استفاده از داده‌های سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۱ نتایجی به دست آورده که نتایج کشورهای جنوب غرب آسیای آن در ادامه بیان می‌شود.

در جدول ۱۵ میزان شاخص اکمال تجاری ایران در تجارت با کشورهای آسیای جنوب غربی برحسب بردار صادرات ایران و واردات هر یک از آن کشورها ارائه شده است:

۱. عملکرد بازرگانی ایران در تجارت با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۴، صص ۱۷۶-۱۸۰.



جدول ۱۵. اکمال تجاری ایران با برخی کشورهای جنوب غربی آسیا برحسب صادرات ایران و واردات آنها

ردیف	شرکای تجاری	فراورده‌های کشاورزی		فراورده‌های صنعتی		فراورده‌های معدنی	
		شاخص	پتانسیل همکاری	شاخص	پتانسیل همکاری	شاخص	پتانسیل همکاری
۱	جمهوری آذربایجان	۰/۵۲۰	پایین	۱/۳۲۳	بالا	۰/۱۴۲	پایین
۲	بحرین	۱/۴۲۳	بالا	۲/۳۸۸	بالا	۲/۰۲۰	بالا
۳	مصر	۳/۶۲۷	بالا	۱/۰۰۶	بالا	۲/۱۶۶	بالا
۴	کویت	۱/۲۶۷	بالا	۲/۳۳۲	بالا	۰/۰۹۸	پایین
۵	لبنان	۰/۸۲۴	پایین	۰/۴۸۰	پایین	۰/۲۶۴	پایین
۶	عمان	۰/۷۲۱	پایین	۱/۴۱۳	بالا	۰/۰۶۹	پایین
۷	قطر	۱/۱۹۴	بالا	۱/۹۲۹	بالا	۰/۰۵۳	پایین
۸	عربستان سعودی	۱/۰۴۴	بالا	۱/۶۵۴	بالا	۰/۰۵۴	پایین
۹	سوریه	۰/۶۹۶	پایین	۱/۰۰۵	بالا	۰/۲۷۶	پایین
۱۰	اردن	۰/۶۹۳	پایین	۱/۶۳۴	بالا	۱/۲۷۲	بالا
۱۱	ترکیه	۰/۹۷۱	پایین	۱/۱۸۸	بالا	۱/۰۲۲	بالا
۱۲	قزاقستان	۰/۶۶۰	پایین	۱/۲۷۴	بالا	۰/۲۹۴	پایین
۱۳	قرقیزستان	۰/۵۸۵	پایین	۲/۰۰۶	بالا	۰/۱۱۲	پایین
۱۴	پاکستان	۰/۷۸۰	پایین	۰/۹۶۹	پایین	۰/۷۴۲	پایین
۱۵	تاجیکستان	۰/۱۵۲	پایین	۳/۵۵۶	بالا	۰/۰۶۴	پایین
۱۶	ترکمنستان	۰/۵۲۱	پایین	۱/۴۷۹	بالا	۰/۴۵۸	پایین

مأخذ: عملکرد بازرگانی ایران با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۴، ص ۱۷۹.

همان‌طور که مشاهده می‌شود الگوی صادراتی ایران با الگوی وارداتی کشورهایمانند بحرین و مصر در هر سه بخش کشاورزی، صنعتی و معدنی همخوانی دارد و با کشوری مانند لبنان ناهمخوان و نامکمل است.

البته نتایج ذکر شده در سطح سه بخش اقتصادی ذکر شده و به شکل کلی است اگر نه حتی با کشور لبنان در بخش‌هایی مانند مصنوعات اساسی، ماشین‌آلات و وسایل حمل‌ونقل و اقلام صنعتی همانند پوشاک دارای شاخص اکمال تجاری بالاتر از یک و همخوانی تجاری هستیم.^۱ بنابراین برای بررسی دقیق‌تر و تدوین سیاست تجاری باید شاخص اکمال تجاری را تا سطوح پایین‌تر محاسبه کرد.

در جدول ۱۶ میزان شاخص اکمال تجاری ایران با برخی کشورهای جنوب غربی آسیا برحسب بردار صادرات آن کشورها و واردات ایران ارائه شده است:

۱. سنجش اکمال تجاری میان کشورهای عضو سازمان کنفرانس بین‌المللی (OIC)، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۲، ص ۹۹.



جدول ۱۶. اكمال تجاری ایران با برخی کشورهای جنوب غربی آسیا برحسب صادرات آن کشورها و واردات ایران

ردیف	شرکای تجاری	فراورده‌های کشاورزی		فراورده‌های صنعتی		فراورده‌های معدنی	
		شاخص	پتانسیل همکاری	شاخص	پتانسیل همکاری	شاخص	پتانسیل همکاری
۱	جمهوری آذربایجان	۰/۴۱۶	پایین	۱/۱۴۰	بالا	۰/۸۴۳	پایین
۲	بحرین	۱/۳۰۲	بالا	۰/۸۱۲	پایین	۱/۵۳۳	بالا
۳	مصر	۱/۷۸۷	بالا	۱/۰۸۱	بالا	۱/۶۴۷	بالا
۴	کویت	۰/۵۲۰	پایین	۰/۸۱۰	پایین	۱/۷۰۰	بالا
۵	لبنان	۰/۰۴۸	پایین	۰/۰۰	پایین	۰/۵۴۴	پایین
۶	عمان	۰/۶۹۲	پایین	۰/۷۹۵	پایین	۰/۰۵۲	پایین
۷	قطر	۰/۲۶۴	پایین	۲/۴۰۶	بالا	۰/۰۴۳	پایین
۸	عربستان سعودی	۰/۷۱۹	پایین	۱/۲۴۰	بالا	۰/۲۶۷	پایین
۹	سوریه	۰/۲۲۲	پایین	۰/۴۰۷	پایین	۰/۲۷۹	پایین
۱۰	اردن	۰/۸۱۸	پایین	۱/۱۸۸	بالا	۰/۷۹۴	پایین
۱۱	ترکیه	۰/۹۶۵	پایین	۰/۹۱۶	پایین	۱/۷۸۵	بالا
۱۲	قزاقستان	۰/۵۶۳	پایین	۰/۷۱۵	پایین	۰/۸۱۴	پایین
۱۳	قرقیزستان	۰/۶۳۲	پایین	۰/۵۲۷	پایین	۰/۵۳۹	پایین
۱۴	پاکستان	۲/۱۹۰	بالا	۰/۳۷۶	پایین	۰/۹۶۰	پایین
۱۵	تاجیکستان	۰/۰۲۷	پایین	۰/۶۵۵	پایین	۱/۳۲۸	بالا
۱۶	ترکمنستان	۰/۰۸۹	پایین	۰/۶۳۰	پایین	۰/۶۹۹	پایین

مأخذ: عملکرد بازرگانی ایران در تجارت با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، آبان ۱۳۸۴، ص ۱۸۰.

با استفاده از جدول فوق می‌توان به این نتیجه رسید که در میان کشورهای ذکر شده از جنوب غربی آسیا الگوی صادرات کشور مصر با الگوی واردات ما بیشترین تطابق را دارد و پتانسیل همکاری و اكمال تجاری واردات ایران با صادرات کشورهایمانند لبنان، عمان و سوریه پایین است.

۴. چالش‌های بخش بازرگانی

نتایج حاصل از این مطالعه و جمع‌بندی برخی اظهارنظرها از مراجع ذی‌ربط نشان می‌دهد که چالش‌های متعددی در حوزه بازرگانی وجود دارند که در چهار حوزه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری، قوانین و مقررات، فضای کسب‌وکار و صادرات و واردات به شرح ذیل قابل تقسیم است:^۱

۱. شایان ذکر است که این مطالعه قصد آسیب‌شناسی و بررسی تمامی این چالش‌ها را نداشته و این موارد تنها زمینه‌ساز پیشنهادها و اصلاحات اساسی در بخش بازرگانی خواهند بود.



الف) چالش‌های مربوط به حوزه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری

۱. عدم انسجام سیاست‌های بخش بازرگانی در حوزه برنامه‌ریزی،
۲. عدم هماهنگی و نگاه سیستمی میان سیاست‌های بخش بازرگانی با بخش‌های دیگر از جمله تولید، فضای کسب‌وکار، سیاست خارجی و ... ،
۳. عدم تقید به رعایت احکام و قوانین برنامه‌های توسعه در بخش بازرگانی،
۴. وجود پیش‌بینی‌های به دور از واقعیت در اهداف کمی بخش بازرگانی و فاصله زیاد ارقام پیش‌بینی و عملکرد و عدم تقید به اصلاح آنها،
۵. عدم ثبات اقتصادی در سیاست‌های دولت در زمینه بازرگانی به خصوص در تغییر مستمر نرخ‌های تعرفه واردات و اعمال مجوزهای صادراتی،
۶. وجود نرخ‌های تعرفه بالا در برخی کالاهای خاص که موجب بروز پدیده قاچاق در کشور شده و کرانه‌های بالای تعرفه‌ای در کشور به وجود آورده است،
۷. وجود معافیت‌های وسیع و مکرر منطقه‌ای، کالایی و ... که موجب بروز تخفیف‌ها، استثنائات، ترجیحات و ... می‌شود و زمینه‌ساز بروز رانت‌ها و عدم تخصیص بهینه منابع است و به کاهش درآمدهای پیش‌بینی شده دولت نیز می‌انجامد،
۸. عدم وجود سیاست مناسب ارزی برای تنظیم بازار داخلی و تجارت خارجی،
۹. عدم استفاده از ظرفیت‌های موجود در بازارهای منطقه‌ای،
۱۰. وجود تعارضاتی میان سیاست‌های بازرگانی و سیاست‌های حمایت از تولید داخلی کشور،
۱۱. عدم عضویت در سازمان جهانی تجارت و وجود قوانین متفاوت با کشورهای شریک تجاری و عدم استفاده کامل از ظرفیت تجارت آزاد،
۱۲. وجود تنش در روابط بین‌الملل، سطح پایین تعاملات و مناسبات سیاسی با کشورهای دارای قدرت اقتصادی و بسنده کردن به کشورهای خاص و وجود ریسک سیاسی و تجاری بالا، سطح اکمال حوزه تجاری کشور را پایین می‌آورد،
۱۳. عدم وجود زیرساخت‌های مناسب از جمله ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای، هوایی، دریایی، ریلی و وجود مشکلات دیوان‌سالارانه در بنادر، گمرکات و فرودگاه‌ها،
۱۴. عدم استفاده کامل از ظرفیت‌های مربوط به نمایندگان ایران در خارج کشور در روابط اقتصادی و تجاری و رایزنان بازرگانی خبره،
۱۵. تعدد موافقت‌نامه‌های منعقد شده با کشورهای مختلف در حوزه بازرگانی بدون توجه به کارایی آنها،
۱۶. عدم ثبات استراتژی کشور در انتخاب کشورهای طرف همکاری و کالاهای مورد مبادله،



۱۷. تأثیر بالای روابط سیاسی بر روابط تجاری و اقتصادی،

۱۸. عدم تبیین و تدوین ظرفیت‌های اقتصاد کشور جهت معرفی به کشورهای همسایه.

ب) چالش‌های مربوط به حوزه قوانین و مقررات

۱. وجود ضعف‌های قانونی متعدد در قوانین بخش بازرگانی از جمله قانون تجارت، مقررات صادرات و واردات، امور گمرکی، مناطق آزاد و ویژه، قانون اتاق بازرگانی، قوانین حوزه قاچاق کالا و قوانین مربوط به موافقت‌نامه‌های منعقد شده دو یا چندجانبه،

۲. عدم رعایت مراحل قانونی وضع تعرفه توسط کمیسیون ماده (۸) آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات و اعمال نظرات مختلف توسط دولت و مجلس،

۳. فقدان قوانین مربوط به تقویت نقش نظارتی مجلس در خصوص نحوه عملکرد و میزان اثربخشی موافقت‌نامه‌های چندجانبه بر اقتصاد ملی،

۴. نبود قانون تعیین اولویت‌های صنعتی و تجاری کشور در راستای تقسیم کار بین‌المللی و منطقه‌ای.

ج) چالش‌های مربوط به حوزه صادرات و واردات

۱. وابستگی شدید بازرگانی کشور به حوزه صادرات نفت و گاز و تعمیق آن در سال‌های اخیر،

۲. رشد فزاینده واردات کالا به کشور و وابستگی تولید و مصرف داخلی به واردات،

۳. وجود برخی ابهامات در زمینه وجود پدیده کم‌اظهاری در واردات برای فرار از پرداخت حقوق ورودی و ارزش‌گذاری گمرکی،

۴. وجود حجم بالای کالای قاچاق به خصوص در مناطق مرزی که نشان‌دهنده بخش غیررسمی غیرقابل انکار در تجارت خارجی است،

۵. عدم شفافیت در ارائه آمار صادرات غیرنفتی از منظر وابستگی آن به بخش نفت با توجه به سهم میعانات گازی و محصولات پتروشیمی در صادرات غیرنفتی،

۶. ابهام در زمینه وجود صادرات صوری با توجه به وجود مشوق‌هایی برای صادرات از جمله جوایز صادراتی نقدی،

۷. بی‌توجهی به کیفیت کالاهای وارداتی و نقش شرکت‌های بازرسی و علائم تجاری در ارتقای سطح کالاهای وارداتی و به تبع آن تأثیر منفی بر کیفیت تولید و مصرف داخلی،

۸. وجود نقصان در عملکرد بازارچه‌های مرزی و عدم کارایی آنها.



د) چالش‌های مربوط به حوزه فضای کسب‌وکار بازرگانی

۱. وجود دستگاه‌های متعدد در زمینه بازرگانی و از بین رفتن نقش شورای عالی توسعه صادرات به‌عنوان دستگاه متولی تنظیم‌کننده فعالیت‌های دستگاه‌های مختلف،
۲. عدم استفاده از ظرفیت بیمه‌های تجاری در حفظ امنیت اقتصادی و محیط کسب‌وکار تجاری،
۳. وجود موانع مختلف و فرایندهای پیچیده در فضای کسب‌وکار تجاری از جمله زمان طولانی، هزینه‌های بالا، مراجع مختلف و تأییدیه‌های فراوان برای فرایند صادرات و واردات،
۴. عدم تجمیع فعالیت‌های اقتصادی افراد و شفاف‌سازی آن توسط کدهای اقتصادی شخصی،
۵. وجود تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی و تأثیر آن با توجه به ممنوعیت ورود برخی کالاها بر فضای کسب‌وکار کشور،
۶. وجود تورم بالا در کشور موجب افزایش قیمت تمام‌شده کالاها در داخل کشور می‌شود این امر ضمن کوچک شدن اندازه بنگاه‌ها به ناکارایی در داخل کشور در مقابل کالاهای وارداتی مزیت رقابتی بنگاه‌های صادرات‌گرا را نیز محدود می‌کند،
۷. کم‌توجهی به حقوق مالکیت معنوی در حوزه بازرگانی،
۸. رکود حاکم بر بنگاه‌ها به دلیل نامناسب بودن فضای کسب و کار، عدم ثابت اقتصادی، پایین بودن بهره‌وری، کوچک بودن بنگاه‌ها و کمبود نقدینگی واحدهای تولیدی و صادراتی و ... موجب عدم استفاده از ظرفیت‌ها شده و حتی در بسیاری موارد به تعطیلی بنگاه‌ها انجامیده است،
۹. ایجاد فضای غیررقابتی و نامتعادل برای صادرکنندگان و عدم جبران کامل خسارات وارده به صادرکنندگان،
۱۰. وجود مشکلات دیوان‌سالارانه در بنادر، گمرکات و فرودگاه‌ها،
۱۱. عدم استفاده کامل از بستر تجارت الکترونیک و ابزارهای نوین.

خلاصه و نتیجه‌گیری

۱. یکی از مهم‌ترین بخش‌های سیاست‌های کلی برنامه پنجم، بخش اقتصادی است که یک‌سوم کل سیاست‌های ابلاغی را در بر می‌گیرد. در این میان، حوزه بازرگانی به‌عنوان نماد و نشانگر رونق اقتصادی در تعهدات بین‌الملل از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است که سه بند «۲۹»، «۳۰» و «۲-۳۵» به‌صورت مستقیم به این حوزه اختصاص یافته است.
۲. تشریح سیاست‌های بخش بازرگانی نشان می‌دهد که در این بندها توجه ویژه‌ای به توسعه صادرات، افزایش صادرات بخش خدمات با فناوری بالا، کاهش کسری تراز بازرگانی بدون نفت،



ایجاد توازن تجاری، گسترش همکاری با کشورهای منطقه جنوب غربی آسیا، گسترش فعالیت‌های مناطق مرزی، سواحل جنوبی و جزایر کشور شده است.

۳. بررسی ارتباط سیستمی سیاست‌های بخش بازرگانی با امور اقتصادی حاکی از پیوند وسیع و تأثیر دوطرفه بخش بازرگانی و اقتصاد کلان کشور دارد که هر دو از یکدیگر متأثر می‌شوند و دستیابی به اهداف مورد نظر در این حوزه مستلزم توجه به هر دو حوزه است.

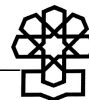
۴. بررسی در ارتباط سیاست‌های بخش بازرگانی با بخش‌های امور فرهنگی، علمی و فناوری، اجتماعی، سیاسی، دفاعی و امنیتی، به خصوص در مورد اخیر دستیابی به اهدافی مانند رشد و توسعه اقتصادی بدون ایجاد امنیت و ثبات اقتصادی و ایجاد روابط بین‌المللی و تعاملات سیاسی و تقویت همکاری‌ها میسر نخواهد شد.

۵. در بررسی ظرفیت‌های قانونی برای دستیابی به اهداف بخش بازرگانی، قوانین مختلفی از جمله، قانون تجارت، مقررات صادرات و واردات، امور گمرکی، مناطق آزاد و ویژه، اتاق بازرگانی، قاچاق کالا، موافقت‌نامه‌ها چندجانبه، قانون برنامه چهارم و سند چشم‌انداز در حوزه بازرگانی، مورد توجه قرار گرفت که جمع‌بندی تمامی آنها حکایت از ضعف بستر قانونی مورد نیاز دارد. از این رو لویحی به مجلس ارائه شده یا دولت در حال تنظیم تدابیر لازم برای تغییر آنهاست. این امر نشانگر عدم وجود ظرفیت لازم و لزوم تغییر اساسی و جامع در قوانین امور بازرگانی است.

۶. بررسی شاخص‌های برنامه‌ای مؤثر بازرگانی در ۸ شاخص تراز بازرگانی، صادرات، صادرات نفت و گاز، صادرات غیرنفتی، واردات، تراز خدمات و صادرات و واردات خدمات نشان می‌دهد که تمامی شاخص‌های این حوزه به دلیل وابستگی شدید صادرات به محصولات نفتی و وابستگی شدید واردات به درآمدهای ارزی حاصل از نفت با توجه به افزایش قیمت‌های جهانی نفت و افزایش درآمد ارزی کشور با افزایش شدید همراه بوده است. ولی مقایسه ترازهای حاصل از آن بیانگر مثبت بودن تراز تجاری نفتی، منفی بودن تراز خدمات و منفی بودن تراز تجاری غیرنفتی است که نشانگر شرایط مناسبی نیست.

۷. بررسی وضعیت موجود همکاری‌های تجاری ایران با کشورهای جنوب غربی آسیا نشان می‌دهد که حدود نیمی از صادرات کشور ما به کشورهای حاضر در این منطقه و حدود ۳۰/۶۸ درصد واردات ایران نیز از آنها صورت گرفته است. همچنین کشور امارات توانسته جایگاه خود را به عنوان مرکز تجاری منطقه تثبیت کند به گونه‌ای که $\frac{1}{4}$ واردات کشور ما از امارات بوده و این میزان بدون احتساب واردات غیررسمی (قاچاق) از این کشور است.

۸. در بررسی شاخص‌های همکاری تجاری منطقه‌ای بالفعل و شناخت زمینه‌های همکاری بالقوه به معرفی شاخص‌های تمرکز کالاهای صادراتی، مزیت نسبی صادراتی، شدت تجاری، پتانسیل تجاری و اکمال تجاری پرداخته شد و با استفاده از برخی مطالعات انجام شده در کشور، شرایط همکاری‌های



تجاری با کشورهای جنوب غربی آسیا به شکل مقدماتی بررسی شد. البته رویکرد این شاخص‌ها بیشتر بر روند گذشته و وضعیت فعلی الگوی تجاری کشورها استوار است و می‌توان با تعیین اولویت صنعتی و ایجاد مزیت نسبی در حوزه‌های دیگر، همکاری‌های تجاری جدیدی تعریف کرد.

۹. نتایج مطالعات صورت گرفته در کشور در مورد برخی از کشورهای منطقه نشان‌دهنده تنوع کالایی پایین صادرات کشورهای منطقه، مزیت‌های نسبی بالفعل ایران در بخش‌هایی از جمله کالاهای صنایع شیمیایی و کفش، شدت تجاری بالای ایران با کشورهای ترکیه و پاکستان، وجود پتانسیل بالای همکاری تجاری و مطابقت الگوی صادراتی و وارداتی ایران با الگوی وارداتی و صادراتی مصر و ناهمخوان بودن الگوی تجارت ایران با کشورهای سوریه و لبنان است.

۱۰. نتایج حاصل از این مطالعه و جمع‌بندی برخی اظهارنظرها از مراجع ذی‌ربط نشان می‌دهد که چالش‌های متعددی در حوزه بازرگانی وجود دارند که در این گزارش به حدود ۴۰ چالش اشاره شده است و لازم است در برخی از احکام برنامه‌ای راهکارهایی برای رفع آنها پیش‌بینی شود. هرچند که رفع بسیاری از این چالش‌ها در گرو اعمال مدیریت صحیح و نظارت بر عملکرد قانون است.

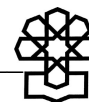
پیشنهاد

۱. شایسته است با توجه به بخش‌های مختلف این گزارش که به تبیین سیاست‌های کلی بخش بازرگانی، تشریح ظرفیت‌های قانونی و ارزیابی وضع موجود و احصای چالش‌های آن پرداخته است، احکامی که در لایحه ارائه خواهد شد مورد بررسی قرار گیرد.
۲. برای تصمیم‌گیری روشن و شفاف لازم است با استفاده از شاخص‌های این بخش، دستاوردها برای نمایندگان محترم مجلس شفاف‌تر شود تا امکان تصمیم‌سازی مناسب توسط آنان فراهم باشد.
۳. وزارت بازرگانی به‌رغم درخواست مکتوب مرکز پژوهش‌ها از ارائه احکام و برنامه‌های خود تاکنون خودداری و آن را به زمان آتی موکول کرده است. در شرایطی که فرصت زیادی برای ارزیابی، تدوین و تصویب باقی نمانده، لازم است از روش‌های قانونی، دولت به تعامل بیشتر و ارائه سریع‌تر برنامه‌های موردنظر در برنامه پنجم ملزم شود.



منابع و مآخذ

۱. آمار عملکرد شاخص‌های بخش بازرگانی سایت رسمی بانک مرکزی به آدرس www.cbi.ir/simpletist/ss10-asp.
۲. آیین‌نامه اجرایی قانون امور گمرکی، مصوب ۱۳۵۱/۱/۲۰ کمیسیون داریی مجلس شورای ملی.
۳. اظهارنظر کارشناسی درباره: «لایحه ایجاد یک منطقه آزاد تجاری - صنعتی و پانزده منطقه ویژه اقتصادی، دفتر مطالعات اقتصادی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۲۲۰۹۴۸۴، بهمن ۱۳۸۷.
۴. اظهارنظر کارشناسی درباره: «لایحه موافقت‌نامه بازرگانی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری فدرال نیجریه، دفتر مطالعات اقتصادی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۲۲۰۹۴۸۰، ۱۳۸۷/۱۰/۲۸.
۵. اظهارنظر کارشناسی درباره: «لایحه موافقت‌نامه همکاری‌های گمرکی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری دموکراتیک الجزایر، دفتر مطالعات اقتصادی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل، ۲۲۰۹۶۱۲، ۱۳۸۸/۱/۲۳.
۶. اظهارنظر کارشناسی درباره «لایحه تجارت» ارزیابی کلی لایحه، شماره مسلسل ۹۵۹۹ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات حقوقی، ۱۳۸۸.
۷. اظهارنظر کارشناسی درباره لایحه امور گمرکی، نظرات و پیشنهادهای نهادها، مؤسسات و کارشناسان، دفتر مطالعات اقتصادی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۷۴۷۸، ۱۳۸۴ بررسی مواد لایحه امور گمرکی، شماره مسلسل ۱-۷۴۷۸ جلد ۱، ۲ و ۳، ۱۳۸۶.
۸. بخش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی سایت رسمی آنکتاد به آدرس: www.unctad.org/templates/startpage.asp?intItemID=2527&lang=1
۹. بخش Regional Trade Agreement، سایت رسمی سازمان جهانی تجارت به آدرس: www.wto.org.
۱۰. بخش‌نامه شماره ۱۰۱/۱۹۳۰۰۰ مورخ ۱۳۸۲/۹/۲۰ سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، موضوع ابلاغ سند چشم‌انداز و سیاست‌های کلی برنامه چهارم توسعه.
۱۱. بررسی عملکرد قانون برنامه چهارم (در حوزه بازرگانی)، دفتر مطالعات اقتصادی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره ۸۸۲۵، بهمن ۱۳۸۶.
۱۲. بسط مبادلات تجاری در اکو از طریق کاهش تعرفه‌ها، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۲.
۱۳. تاری، فتح‌ا... و سعید غلامی‌باغی و سیدخشیار سیدشکری. طرح پژوهشی نقش تعرفه‌ها در واردات و نظام مناسب در تعیین تعرفه کالاهای وارداتی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات اقتصادی، گروه بازرگانی، پاییز ۱۳۸۷.
۱۴. تدوین راهکار مذاکراتی ایران در تجارت با کشورهای عضو آ ۸ در قالب یک موافقت‌نامه ترجیحات تجاری، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۵.
۱۵. تودارو، مایکل. توسعه اقتصادی در جهان سوم، ترجمه غلامعلی فرجادی، مؤسسه عالی پژوهش در برنامه‌ریزی و توسعه، تهران، ۱۳۷۸.
۱۶. دیانکوف، سیمون و کارالی مکلیش. فضای کسب و کار در سال ۲۰۰۶ (ایجاد فرصت شغلی) بانک



- جهانی، شرکت تأمین مالی بین‌المللی، ترجمه دکتر جعفر خیرخواهان، مجلس شورای اسلامی، مرکز پژوهش‌ها، ۱۳۸۶.
۱۷. رزاقی، ابراهیم. آشنایی با اقتصاد ایران، نشر نی، تهران، ۱۳۷۶.
۱۸. رضایی میرقائد، محسن و علی مبینی دهکردی. ایران آینده در افق چشم‌انداز، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۵.
۱۹. سنجش اکمال تجاری میان کشورهای عضو سازمان کنفرانس بین‌المللی (OIC)، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۲.
۲۰. سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در چارچوب سند چشم‌انداز بیست ساله، متن ابلاغی مقام معظم رهبری به رئیس جمهور، رئیس مجلس، رئیس قوه قضائیه و رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام، مورخ ۱۳۸۷/۱۰/۲۱.
۲۱. شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران و روابط عمومی و امور بین‌المللی سازمان توسعه تجارت ایران به آدرس: <http://fa.tpo.ir>
۲۲. شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران و روابط عمومی و امور بین‌الملل سازمان توسعه تجارت به آدرس: <http://fa.tpo.ir/default.aspx?page=NewsItemShow7app=News&PageNumber=1&DocParId=11737&DocId=17443>
۲۳. صادقی یارندی، سیفا... و مسعود طارم سری. فرهنگ توصیفی اصطلاحات تجارت بین‌الملل و سازمان جهانی WTO، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران، ۱۳۸۵.
۲۴. طرح اصلاح موادی از اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران، شماره ثبت ۴۹، شماره چاپ ۵۳، دوره هفتم مجلس شورای اسلامی، اعلام وصول مورخ ۱۳۸۳/۳/۲۶.
۲۵. عملکرد بازرگانی ایران در تجارت با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۴.
۲۶. قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۶۹/۱۲/۱۵، تأیید مورخ ۱۳۷۰/۱/۶ شورای نگهبان.
۲۷. قانون اصلاح قسمتی از قانون تجارت، مصوب ۱۳۴۷/۱۲/۲۴، کمیسیون خاص مشترک مجلس شورای ملی و سنا.
۲۸. قانون اصلاح موادی از قانون بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۷۳/۹/۱۵ و تأیید ۱۳۷۲/۹/۲۳ شورای نگهبان.
۲۹. قانون امور گمرکی، مصوب ۱۳۵۰/۳/۳۰ مجلس شورای اسلامی ملی.
۳۰. قانون تجارت، مصوب ۱۳۱۱/۲/۱۳، کمیسیون قوانین عدلیه مجلس شورای ملی.
۳۱. قانون تشکیل و اداره مناطق ویژه اقتصادی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۸۴/۳/۱۱ مجلس شورای اسلامی و تصویب ۱۳۸۴/۹/۵ مجمع تشخیص مصلحت نظام.
۳۲. قانون چگونگی اداره مناطق آزاد تجاری - صنعتی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۷۲/۶/۷ مجلس شورای اسلامی، تأیید ۱۳۷۲/۶/۲۱ شورای نگهبان.
۳۳. قانون راجع به اتاق‌های تجارت، مصوب ۱۳۰۹/۷/۱۰ مجلس شورای ملی.
۳۴. قانون ساماندهی مبادلات مرزی، مصوب ۱۳۸۴/۷/۶ مجلس شورای اسلامی.
۳۵. قانون مجازات مرتکبین قاچاق، مصوب ۱۳۱۲/۱۲/۲۹ کمیسیون قوانین عواید مجلس شورای ملی.
۳۶. قانون مقررات صادرات و واردات ایران، مصوب ۱۳۷۲/۷/۴ مجلس شورای اسلامی و تأیید ۱۳۸۴/۷/۲۰



- شورای نگهبان و تأیید ۱۳۷۲/۷/۱۱ شورای نگهبان.
۳۷. قانون نحوه اعمال تعزیرات حکومتی راجع به قاچاق کالا و ارز، مصوب ۱۳۷۴/۲/۱۲، مجمع تشخیص مصلحت نظام.
۳۸. کمالی اردکانی، مسعود. نگرش سازمان جهانی تجارت به ترتیبات تجاری منطقه‌ای، سازمان جهانی تجارت (ساختار، قواعد و موافقت‌نامه‌ها)، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
۳۹. گزارش صادرات خدمات فنی و مهندسی از ابتدای سال ۱۳۸۰ الی ۱۳۸۵، سازمان توسعه تجارت ایران.
۴۰. گزارش‌های کشوری از بخش گزارش‌های مطالعاتی سایت رسمی سازمان توسعه تجارت ایران به آدرس: www.tpo.org.
۴۱. لایحه امور گمرکی، شماره ثبت ۲۸۰، شماره چاپ ۵۱۶، دوره هفتم مجلس شورای اسلامی.
۴۲. لایحه تجارت، شماره ثبت ۱۱۴، دوره هشتم مجلس شورای اسلامی، تاریخ چاپ ۱۳۸۷/۷/۱۳.
۴۳. لایحه تجارت، شماره ثبت ۴۵۹، شماره چاپ ۹۸۹، دوره هفتم مجلس شورای اسلامی، تاریخ چاپ ۱۳۸۴/۵/۱۰.
۴۴. لوح حق (حافظه قوانین)، مجموعه قوانین و مقررات کشور، دفتر فناوری‌های نوین، معاونت پژوهشی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۸.
۴۵. لوح فشرده پیوست نامه گمرک جمهوری اسلامی ایران، مورخ ۱۳۸۸/۱/۲۹، به شماره ۲۲/۷۳/۲۵۳/۱۰۲۰۳.
۴۶. مریدی، سیاوش و علیرضا نوری. فرهنگ اقتصادی، مؤسسه کتاب پیشبرد و انتشارات نگاه، تهران، ۱۳۷۳.
۴۷. مدرسی، منصور. فرهنگ توصیفی واژگان برنامه‌ریزی و توسعه، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، معاونت امور اداری، مالی و منابع انسانی، مرکز مدارک علمی، موزه و انتشارات، ۱۳۸۵.
۴۸. مصوبه مورخ ۱۳۸۸/۱/۲۲ درخصوص دو لایحه ایجاد هشت منطقه ویژه اقتصادی با شماره ثبت ۲۳۰ و لایحه ایجاد یک منطقه آزاد و پانزده منطقه ویژه با شماره ثبت ۲۷۴.
۴۹. قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱ مجلس شورای اسلامی، مصوب ۱۳۸۳/۷/۱۶، مجمع تشخیص مصلحت نظام.
۵۰. نماگرهای اقتصادی، شماره ۵۲، سه‌ماهه اول سال ۱۳۸۷، اداره بررسی‌ها و سیاست‌های اقتصادی، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۷.
۵۱. نماگر اقتصادی بانک مرکزی، شماره ۵۴، سه‌ماهه سوم سال ۱۳۸۷، ۱۳۸۸.



شماره مسلسل: ۹۷۲۹

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: درباره برنامه پنجم توسعه ۴. کالبدشکافی بخش بازرگانی

نام دفتر: مطالعات اقتصادی (گروه بازرگانی)

تهیه و تدوین کنندگان: سعید غلامی باغی، سیدمحسن علوی منش

ناظر علمی: فتح الله تازی

متقاضی: معاونت پژوهشی

سر ویراستار: حسین صدیقی نیا

واژه‌های کلیدی و معادل انگلیسی آنها:

۱. برنامه توسعه (Development Plan)

۲. بازرگانی (Commerce)

۳. صادرات (Export)

۴. واردات (Import)

۵. خدمات (Services)

تاریخ انتشار: ۱۳۸۸/۴/۱