



تجارت (صادرات) و اقتصاد اسلامی:
ارزیابی تحلیلی از ایران و کشورهای اسلامی

علی حسین صمدی*

* عضو هیأت علمی دانشگاه شیراز و دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه اصفهان.

چکیده

در این مقاله پس از بررسی اجمالی از تجارت ایران از سال ۱۸۰۰ میلادی به بعد، به مسئله صادرات پرداخته شده است. در مورد صادرات به سه مرحله باید توجه نمود: تولید و مسایل آن، فراهم بودن زمینه‌های صدور کالا و تقاضای خارجی‌ان. با توجه به آیات و احادیث و روایات ائمه اظهار نظر اسلام در مورد هر کدام از مراحل بررسی شده است. اسلام تأکید خاصی روی کار و تولید داشته و آسمانها و زمین را مسخر انسان قرار داده است تا اینکه زمینه‌های جلب کالا از نقاط دوردست را با مسافرت و سیاحت پیدا نموده و با کشورهای دیگر تجارت نماید. براساس یافته‌های این مطالعه در ده آیه بصورت مستقیم این تأکید صورت گرفته است. کشورهای مسلمان از تجارت با ملل غیرمسلمان و اجانب که بیم سلطه اقتصادی و سیاسی آنان می‌رود، به شدت منع شده‌اند، در غیر این صورت تأکید به تجارت و صادرات شده است که موجب افزایش عقل اجتماعی خواهد شد.

نظر به اینکه در اقتصاد اسلامی تمامی زمینه‌های لازم جهت تولید، صدور و ارتباط تجاری با بقیه کشورها فراهم می‌باشد، جهت دسترسی به استقلال سیاسی و اقتصادی در کشورهای مسلمان و نشر و گسترش فرهنگ اسلامی در میان این کشورها، تشکیل و تقویت «بازار مشترک اسلامی» و ارتباط تجاری بیشتر با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) پیشنهاد گردیده است، که باعث افزایش و توسعه صادرات خواهد شد و می‌تواند در سند چشم‌انداز ۲۵ ساله ایران مدنظر قرار گرفته و با تلاش دولت توانمند جمهوری اسلامی ایران تحقق یافته و عملی گردد.

۱. مقدمه

تجارت به معنی انتقال کالاها و اشیا از مکانی به مکان دیگر است و می‌تواند ابعاد مختلفی به خود گیرد: داخلی و خارجی، در مکاتب مختلف اقتصادی به این مسئله از زوایای مختلف نگریسته شده است که در دین اسلام نیز نگرش خاصی به این مسئله وجود دارد. تجارت در دین اسلام (چه در بعد داخلی و چه در بعد خارجی) مانند هر فریضه واجب دیگر، یک وظیفه شرعی دانسته شده است. انواع تجارت در اسلام به تجارت واجب، مستحب، مباح، مکروه، و تجارت حرام تقسیم شده است.^{(۹)*} تجارت هنگامی حرام می‌گردد که ترس از بیم سلطه اقتصادی و سیاسی اجانب بر کشورهای مسلمان وجود داشته باشد.

هدف اصلی این مقاله ارزیابی تحلیلی مسئله صادرات در اقتصاد اسلامی است. در این راستا مقاله حاضر به چند قسمت تقسیم شده است. در بخش ۲، یک دورنمای کلی از روند صادرات کشور در طی سالهای ۲۰۰۴-۱۸۰۰ (۱۳۸۳-۱۱۸۰ ه.ش) ارائه گردیده است. بررسی آیات و احادیث و روایات معصومین (ع) در زمینه تجویز تجارت و مسائل مربوط به صادرات موضوع بخش ۳ را تشکیل می‌دهد. در بخش ۴، راه حل توسعه صادرات در تشکیل و تقویت «بازار مشترک اسلامی» در سند چشم‌انداز ۲۵ ساله کشور دیده شده است. بخش پنجم به نتایج حاصل از این مطالعه و پیشنهادات اختصاص دارد.

۲. روند صادرات ایران (۱۳۸۳-۱۱۸۰ ه.ش)

نویسندگان، ورود اولین مسافر اروپایی به ایران را به دوران تسلط مغولان بر ایران نسبت می‌دهند. این مسافران در تلاش برای برقراری ارتباط تجاری با موفقیت‌ها و شکست‌هایی روبرو می‌شوند تا اینکه در اواسط قرن شانزدهم (حدود سال ۹۶۰ هجری) شرکتی تحت عنوان «شرکت مسکوئی» توسط بازرگانان روسی و انگلیسی تأسیس می‌گردد و حوزه داد و ستد خود را ارمنستان، مادوهیرکانیا (گرگان کنونی) قرار می‌دهد و مدیران این شرکت موفقیت‌هایی را کسب می‌کنند. با سلطنت شاه اسماعیل صفوی ارتباط تجاری بین ایران و کشورهای اروپایی مانند پرتغال و انگلستان برقرار می‌گردد. در بین سالهای ۷۹-۱۵۶۲ م شش هیات مختلف زیر نظر مدیران شرکت مسکوئی روانه ایران می‌گردند و بالاخره چهارمین هیات موفق به اخذ موافقت از دولت صفوی در سال ۱۵۶۹ م می‌گردد. موفقیت بازرگانان انگلیسی بگونه‌ای چشمگیر بوده است که «لارنس-چپ‌من» قزوین را بطور مطلق شهر خوبی برای دادوستد ندانسته و شهر تبریز را برای فروش پارچه‌های انگلیسی و خرید ادویه بازار مناسبی یافته است (۱).

* اعداد داخل پرانتز اشاره به منبع مورد استفاده دارند.

دوره ۱۹۱۴-۱۸۰۰ م

ورود ایران به شبکه اقتصاد بین‌المللی را، ابتدای قرن نوزدهم (سال ۱۸۰۰ میلادی) می‌دانند که عمدتاً از طریق تجارت خارجی بوده است. (۱۷). چنانچه از متون اقتصادی روشن است، ارقام دقیق برای تجارت خارجی فقط از اوایل قرن بیستم در دسترس است و برای قبل از آن توسط افراد متفاوتی برآورد گردیده است که برای اختصار خلاصه تجارت در سالهای ۱۹۱۴-۱۸۰۰ در جدول شماره (۱) آورده شده است.

همچنانکه از جدول شماره (۱) پیداست، بین سالهای ۱۸۰۰ تا ۱۸۶۰ میلادی کل تجارت به قیمت جاری دوبرابر و بین ۱۸۶۰ تا ۱۹۱۳ چهار برابر شده است. عیسوی (۱۹۸۳) اشاره می‌کند که نظر به افزایش زیاد در حجم تجارت بین ترابوزان و تبریز، دو برابر شدن تجارت روسیه در ایران بین اوایل دهه ۱۸۳۰ و اواسط دهه ۱۸۶۰ و رشد سریع تجارت از طریق خلیج فارس، رقم ۵۰۰۰۰۰۰ پوند استرلینگ در سال ۱۸۶۰ محافظه‌کارانه به نظر می‌رسد. اگر این ارقام درست باشد به این معنی است که تجارت ایران رشد بسیار آهسته‌تری نسبت به همسایگان خود داشته است. بطوری که برای هند و مصر حدود ۵۰ برابر و برای سوریه، عراق و ترکیه بزرگتر از مقادیر ایران بوده است.

جدول شماره ۱: وضعیت تجارت ایران در سالهای ۱۹۱۴-۱۸۰۰ (ارقام به پوند استرلینگ)

سال میلادی	کل تجارت	صادرات	واردات	برآورد توسط
۱۸۰۰	۲۵۰۰۰۰۰	-	-	Melcolm
۱۸۲۰-۲۱	-	۱۲۲۵۰۰۰	-	Fraser
۱۸۳۰	-	۲۰۰۰۰۰۰	-	Brant
۱۸۵۷	۶۰۰۰۰۰۰	۲۸۰۰۰۰۰	۳۲۰۰۰۰۰	Blau
	۴۰۰۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰۰	۲۵۰۰۰۰۰	Stolze
۱۸۶۰	۵۰۰۰۰۰۰	-	-	Thomson
۱۸۸۰	-۷۵۰۰۰۰۰	-۲۵۰۰۰۰۰	-۴۷۰۰۰۰۰	Lord curzon
	۷۷۰۰۰۰۰۰	۲۳۰۰۰۰۰۰	۴۵۰۰۰۰۰۰	
۱۹۰۱-۲	۹۰۰۰۰۰۰۰	۳۰۰۰۰۰۰۰	۶۰۰۰۰۰۰۰	lord curson
۱۹۱۳-۱۴	۲۰۰۰۰۰۰۰	۸۲۰۰۰۰۰۰	۱۱۸۰۰۰۰۰۰	Lord curson

مأخذ: استخراج از منبع شماره ۱۷

تا سال ۱۸۶۰ صادرات و واردات تقریباً با هم برابر بوده است ولی بعد از آن واردات بطور قابل ملاحظه‌ای بیشتر از آن (غالباً دوبرابر یا بیشتر) بوده است.

تا دهه ۱۸۶۰ ابریشم خام تنها قلم مهم صادرات ایران بود و بعد از آن اهمیت کمتری یافت و به مرور زمان کاهش در صادرات ابریشم و پنبه و منسوجات پشمی رخ داد. در عوض به صادرات مواد

خام روی آورد و از این رو در صادرات تریاک اول شد. بدنبال تلاش موفقیت‌آمیز انجام گرفته توسط تاجران فارسی در ۱۸۲۴ م، تولید تریاک و تجارت آن ۷ برابر شد و در دهه ۱۸۸۰ از مرز ۸۰۰۰۰۰ پوند گذشت. اما بعد از آن بدلیل افزایش مصرف داخلی و پیشقدم بودن صادرات تریاک، صادرات کالاهای دیگر کاهش یافت. در سال ۱۹۰۰ پنبه مهمترین قلم صادرات مواد خام ایران شد و همان شرایط برای صادرات برنج صادق بود. همچنین صادرات میوه‌های تازه و خشک و سبزیجات افزایش یافت. نهایتاً فرش به عنوان یک قلم عمده صادرات شد و تا ۱۹۱۴ اهمیت عمده‌ای یافت تا اینکه نفت صادر شد و جای فرش را گرفت (۱۷).

در سال ۱۹۰۰، روسیه، امپراطوری انگلیسی، چین، ترکیه، آمریکا، فرانسه، ایتالیا، طرفهای تجاری ایران بوده‌اند، که به این کشورها تریاک، پنبه، ابریشم و پيله ابریشم، خشکبار، پنبه خام و برنج و بعضی تولیدات خام یا کشاورزی صادر می‌شد. ذکر این نکته ضروری است که در این سالها نیز صادرات مواد خام بسیار بیشتر از صادرات تولیدات بوده است و حجم واردات دو برابر (و بیشتر) صادرات بوده است.

دوره ۱۳۸۱-۱۲۹۲ ه. ش (۲۰۰۴-۱۹۱۰ م)

از سال ۱۲۹۲ صادرات نفت شروع می‌گردد و در طی این دوره به قلم عمده صادرات تبدیل می‌گردد و مفهوم اقتصاد نفتی را برای اقتصاد ایران مطرح می‌نماید. اما نظر به اینکه صادرات نفت عمدتاً توسط شرکتهای خارجی بوده است و عواید درآمدهای نفتی فقط از ناحیه حق‌الامتیازها بوده است، تا سال ۱۲۹۶ ارزش صادرات نفتی کمتر از ارزش صادرات غیرنفتی بوده است ولی بعد از آن تا سال ۱۳۴۷ به حدود ۱۰ برابر صادرات غیرنفتی رسیده است. بین سالهای ۱۳۳۰-۱۲۹۳ مقدار صادرات غیرنفتی نسبتاً ثابت مانده است اما در این سال بدلیل ملی شدن صنعت نفت و کاهش درآمدهای ارزی تلاش برای صادرات غیرنفتی به حداکثر رسیده بود (۳).

صادرات در دوره ملی شدن صنعت نفت تا پایان برنامه دوم عمرانی (یعنی دوره ۱۳۴۲-۱۳۱۳) رشد محسوسی داشته است. بگونه‌ای که در طی دو سال اول کل صادرات غیرنفتی به شدت کاهش می‌یابد. با اجرای برنامه‌های سوم و چهارم عمرانی (که هدف هر دو برنامه صنعتی کردن کشور از طریق جایگزینی واردات بود) واردات کالاهای سرمایه‌ای افزایش یافت. اما هدف برنامه پنجم صنعتی کردن از طریق تشویق صادرات شد. در دوره پس از انقلاب اسلامی نرخ رشد صادرات غیرنفتی از ۴۹/۵ درصد در سال ۱۳۵۸ به ۱۵/۷ درصد در سال ۱۳۶۶ تقلیل پیدا می‌کند و در بعضی از سالها (۱۳۵۹، ۱۳۶۰، ۱۳۶۱ و ۱۳۶۷) حتی رشد منفی پیدا می‌نماید و در کل این سالها (۶۷-۱۳۵۸) از نرخ رشد متوسط ۱۱/۲۶ درصد برخوردار می‌گردد. (۴) سهم صادرات غیرنفتی در کل صادرات کشور در

دوره پس از پیروزی انقلاب اسلامی از ۴ درصد در سال ۱۳۵۸ به ۵۱/۱ درصد در سال ۱۳۷۰ افزایش می‌یابد و در طی دوره از متوسطی معادل ۱۶/۵ درصد برخوردار می‌گردد.

میانگین رشد سالانه صادرات غیرنفتی طی سالهای ۸۱-۱۳۷۰ معادل ۶/۵۸ درصد بوده است که این رشد عمدتاً به دلیل سیاست افزایش نرخ ارز بوده است. طی سالهای ۱۳۵۷-۱۳۳۸ سهم صادرات نفتی از کل صادرات معادل ۹۵/۴۵ درصد و سهم صادرات غیرنفتی از کل صادرات معادل ۴/۵ درصد بوده است. این ارقام برای سالهای ۱۳۸۱-۱۳۵۷ به ترتیب به ۸۸/۴۸ و ۱۱/۴۶ رسیده و طی دوره ۸۱-۱۳۳۸ به ترتیب ۸۹/۹۷ و ۹/۹۸ درصد بوده است.

۳. تجارت (صادرات) در اسلام

در نظر گرفتن اهمیت مسئله تجارت و علی‌الخصوص صادرات در کشورهای در حال توسعه به اوایل قرن بیستم برمی‌گردد. کشورهای در حال توسعه همیشه بدنبال راهی برای تأمین نیازهای ارزی و وارد شدن در صحنه بین‌المللی تجارت بودند، که از اوایل قرن بیستم گرایش ویژه‌ای به سمت صادرات پیدا کردند. با در نظر گرفتن مسئله رقابت بین‌المللی این کشورها فقط توانستند کالاهای اولیه را صادر نمایند.

اگر مسئله صادرات را بدقت مورد کنکاش قرار دهیم، خواهیم دید که در ارتباط با صادرات سه مرحله مرتبط به هم وجود دارد. تولید و مسائل مربوط به آن، فراهم نمودن زمینه صدور کالا و تقاضای خارجی (۱۴). در این قسمت با مراجعه به متون اسلامی و آیات و احادیث نظر اسلام در مورد هرکدام از مراحل را بررسی کرده و در بخش بعدی جهت پیشبرد اهداف اسلامی و رفع موانع توسعه صادرات پیشنهاداتی ارائه می‌گردد.

۳-۱. جایگاه تولید در اسلام

لازمه تحقق صادرات، فراهم نمودن زمینه‌های تولید است. در این قسمت نظر اسلام در زمینه کار و تولید را بررسی می‌نماییم. از نظر اقتصادی تولید به هر نوع عمل و فعالیت اقتصادی اطلاق می‌گردد که باعث تغییر شکل اشیا شود، بگونه‌ای که باعث بهره‌مندی انسان از آن شئی شده و نیازهای وی را رفع نماید. مسئله تولید و افزایش رشد آن مسئله‌ای است که در تمامی نظامهای اقتصادی روی آن تأکید شده است. در اسلام نیز روی تولید به خاطر تأمین رفاه مردم و برخورداری از امکانات و نعمات الهی و جلوگیری از ایجاد بحرانهای اقتصادی و بویژه بر بهره‌برداری از منابع طبیعی تأکید فراوانی شده است. تولید چیزی است که انسان با استفاده از فکر و تلاش و ابتکار خود و ترکیب آن با زمینه‌های

مناسب موجود در طبیعت، حاصلی را بدست آورد که موجب رفع نیازمندیهای وی شود. اسلام روی این معنی از تولید تأکید فراوان دارد، در این زمینه پیامبر اسلام (ص) می‌فرمایند: «کسی که با رنج و زحمت، دسترنج تولیداتی را تحمل می‌کند که برای جامعه و اهل و عیال خود است مانند مجاهدی در راه خدا است» (۵).

همچنین پیامبر (ص) دست پینه بسته کارگری را بلند کرده و بر آن بوسه نهاد و فرمود:

«کسب روزی حلال بر زن و مرد مسلمان واجب است.»

اسلام درآمدهایی را که از راه تولید بدست می‌آید بر درآمدهایی که از طریق مصرف و استهلاک بدست می‌آید، مقدم می‌شمارد و با فکر راکد گذاشتن و به هدر دادن ثروتهای طبیعی مخالفت می‌نماید. در این مورد خداوند در سوره ملک آیه ۱۵ می‌فرماید:

«او کسی است که زمین را تحت اختیار شما نهاد، در اطراف آن به گردش در آید و از روزیهای آن بخورید و بازگشت همه بسوی اوست.»

در فرهنگ اسلامی هر تولیدی علاوه برداشتن بعد اقتصادی، دارای ابعاد اخلاقی و ارزشی نیز می‌باشد. با اینکه روی تولید تأکید فراوانی می‌شود ولی این تأکید بیشتر روی جنبه اخلاقی و ارزشی آن است. زیرا امکان دارد در عمل تولیداتی وجود داشته باشد که اقتصادی بوده و دارای سود و منفعت فراوانی باشد، ولی در عین حال مغایر با نظام ارزشی اسلام بوده و باعث از بین رفتن و یا نابودی ارزشهای الهی شود. در نظام اسلامی چنین تولیداتی اصلاً جایگاهی ندارند و در متون اسلامی تولید چنین کالایی به شدت منع شده است.

در اقتصاد اسلامی چهار اولویت در تولید کالاها بصورت زیر در نظر گرفته شده است. (۶)

تولید کالایی در اولویت قرار دارد که:

۱. نیازهای مستمر و مداوم انسانها را تأمین نماید که بدون آنها ادامه حیات غیرممکن است.
۲. در بقا و دوام و شکوه و عظمت نظام اسلامی نقش و دخالت بیشتری داشته باشد. (تولیدات استراتژیک). زیرا رشد چنین تولیداتی عامل اعتلای امت اسلامی بوده و کاهش آن منجر به وابستگی سیاسی و اقتصادی و سقوط نظام می‌شود.
۳. دارای منافع عام‌تر و بیشتر باشد.

امام علی (ع) به مالک اشتر می‌فرمایند:

«در میان کارها و اعمال که در حوزه حاکمیت تو انجام می‌گیرد، دقت کن و ارزیابی نما و اولویت را به آن نوع کارها بده که بیشتر از همه کارها به حقیقت نزدیکتر است و در سطح عامه رضایت آنان را جلب نماید....»

(عهدنامه مالک اشتر، از نهج‌البلاغه عبده، جلد ۳ (ص) ۸۶)

۴. در استقلال و ثبات سیاسی و قوت و خودکفایی نظام الهی موثر باشد.

در این زمینه تأکید اسلام روی تولیدات داخلی است و اشاره می‌کند که حتی المقدور تولید در داخل مرز یک کشور مسلمان و اسلامی صورت گیرد زیرا هر کالایی که تولید آن به منابع خارجی نیاز داشته باشد باعث بوجود آمدن وابستگی سیاسی و اقتصادی و افزایش آن می‌شود. در اینجاست که تولید چنین کالاهایی منع شده است، حتی اگر سود کلانی نیز از این ناحیه عاید کشور گردد. ذکر این نکته ضروری است که این معنی علاوه بر تولید در تمام فعالیت‌های دیگر از قبیل مسافرت‌های خارجی و مبادلات بین‌المللی و روابط تجاری و فرهنگی نیز باید مورد توجه قرار گیرد، در این زمینه امام خمینی (ره) می‌فرماید:

(مسأله ۲۸۳۱، رساله امام خمینی)

«هرگاه در روابط تجاری با اجانب خوف آن باشد که به بازار مسلمین صدمه وارد شود و موجب اسارت تجاری و اقتصادی شود، قطع اینگونه روابط واجب بوده و تجارت حرام است»
از مطالب بالا چنین می‌توان استنباط نمود که تولید (چه برای مصرف داخلی و چه برای صادرات) از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و جایگاه ویژه‌ای در اسلام دارد. اگر تولید کالایی (چه برای مصرف داخلی و چه برای صادرات) باعث ایجاد وابستگی اقتصادی و سیاسی شود، آنرا منع کرده و تأکید روی استفاده از منابع در داخل یک کشور اسلامی مینماید و اگر تولید برای صادرات باشد، هرگاه ارتباط تجاری برقرار شده به زیان مسلمانان و اسلام باشد، هرچند در تجارت بین‌المللی کشور مسلمان منتفع شود کشور مسلمان از تولید آن منع شده است.

۲-۳. صادرات و روابط تجاری در اسلام:

همچنانکه اشاره شد، فراهم کردن زمینه‌های مناسب برای صدور کالا و تقاضای خارجیان برای تولیدات داخلی مراحل مرتبط با صادرات هستند. اینجا این سؤال پیش می‌آید که آیا در اسلام زمینه‌ای برای صدور کالاهای تولید شده و برقراری ارتباط تجاری با سایر کشورها فراهم می‌باشد یا خیر. پاسخ به این سؤال بدنه اصلی این مقاله را تشکیل داده و موضوع این قسمت است.
در زمان پیامبر اکرم (ص) تجارت در انحصار عده‌ای خاص بود و پیامبر عظیم‌الشان با شرکت دادن پیشه‌وران و کشاورزان مدینه در فعالیتهای اقتصادی و فراهم نمودن سرمایه و امکانات حمل و نقل، تجارت را از انحصار این عده خاص آزاد نمود و افراد علاقه‌مند به تجارت را به این کار فرا خواند و به این وسیله راه خودکفایی و کسب معاش را برای انصار و مهاجر هموار ساخت.
در اینجا باید اشاره نمود که پیامبر اسلام با الهام گرفتن از آیات قرآن کریم زمینه‌های لازم برای تجارت و صدور کالاها و واردات کالاهای مورد نیاز را در زمان خویش فراهم آورده است. زیرا قرآن

کریم صراحتاً و گاهی به کنایه همگان را تشویق به انجام تجارت بدون فرق قائل شدن بین تجارت از راه دریا و یا زمین، داخلی و یا بین‌المللی و نظایر آن نموده است. در اینجا به ذکر دو آیه اکتفا می‌شود: **سوره نحل آیه ۱۴**. «و هم او خدایی است که دریا را برای شما مسخر کرد تا از گوشت (ماهیان حلال) آن تغذیه کنید و از زیورهای آن استخراج کرده و تن را بیارابید و کشتی‌ها در آن برانید تا از فضل خدا روزی طلبید، باشد که شکر خدا بجای آرید.»

سوره فاطر آیه ۱۲. «... و در آن (دریا) کشتیها روان بینی تا از فضل خدا (کسب و تجارت کرده و) روزی طلبید، باشد که شکرگزار (نعمتش) گردید.»

با دقت در مفهوم این آیات می‌توان فهمید که خداوند دریا را در مقابل انسان مسخر قرار داده و شیوه و راه استفاده و تسلط بر دریا را به آن می‌آموزد تا اینکه از راه دریا به شکلهای گوناگون بهره‌برداری گردد: تأمین غذا، پوشاک، سیر و سیاحت و در نهایت فراهم ساختن زمینه‌های جذب و جلب کالا و امکانات تولیدی رفاهی از راه دور.

در تجویز تجارت، به آیاتی از قرآن کریم و روایات و احادیثی از معصومین اشاره می‌کنیم.

۱. آیات قرآن کریم

بقره/۱۹۸ «باکی نیست که شما در هنگام حج کسب معاش کرده و از فضل خدا روزی طلبید.....»

بقره/۲۷۵ «(رباخواران) گویند که هیچ فرق بین معامله تجارت و ربا نیست و حال آنکه خداوند تجارت را حلال کرده و ربا را حرام....»

بقره/۲۸۲ «ای اهل ایمان چون به قرض و نسیه معامله کنید تا زمانی معین سند و نوشته در میان باشد و بایست نویسنده درست‌کاری معامله میان شما را بنویسد.....»

نساء/۲۹ «ای اهل ایمان مال یکدیگر را به ناحق نخورید مگر آنکه تجارتی از روی رضا و رغبت کرده (و سودی ببرید...)»

توبه/۲۴ «بگو امت را که ای مردم اگر شما اموالیکه جمع آورده‌اید و تجارتی که از کسادی آن بیمناکید.... بیش از خدا و رسول خدا دوست می‌دارید، منتظر باشید تا امر خدا جاری گردد...»

نور/۲۷ «پاک مردانی که هیچ کسب و تجارت آنرا از یاد خدا غافل نگرداند...»

جمعه/۹ و ۱۰ «(ای کسانی‌که ایمان آورده‌اید، هرگاه شما را برای نماز روز جمعه بخوانند فی‌الحال به ذکر خدا بشتابید و کسب و تجارت را رها کنید که نماز جمعه از هر تجارتی اگر بدانید برای شما بهتر است و آنگاه که نماز پایان یافت باز درپی کسب و کار خود روی زمین منتشر شوید و از کرم و فضل خدا روزی طلبید...»

۲. روایات معصومین

الف) پیامبر اسلام (ص)

۱. دست به کار تجارت شوید که باعث جلب روزی می‌شود.
۲. برکت و خیر ده جز است که نه دهم آن در تجارت و داد و ستد است....» (وسائل الشیعه ج ۱۲ (ص) ۳).
۳. «ای جمع قریش ثروتمند بودن شما را از دادوستد مانع نباشید، زیرا روزی بیست بخش است که نوزده بخش آنرا تجارت و بخش آخر را صنعت تشکیل می‌دهد (کنز العمال ج ۴ (ص) ۱۲۸، حدیث ۹۸۷۴).
۴. تجارت کنید تا خداوند از فضل خود شما را بی‌نیاز سازد.

ب) حضرت علی (ع)

۱. به تجارت پردازید که مایه بی‌نیازی از اموال دیگران می‌باشد. (من لا یحضره الفقیه ج ۳ (ص) ۱۲۰ حدیث ۷).
۲. «... من به شما توصیه می‌کنم که بازرگانی پیشه کنید خداوند به شما برکت خواهد داد.

ج) امام جعفر صادق (ع)

۱. دست از تجارت بر ندارید که ترک تجارت عقل را از میان می‌برد. (وسائل الشیعه ج ۱۲ (ص) ۵ حدیث تهدیب ج ۷ (ص) ۲ حدیث ۱).
۲. «ترک تجارت عمل شیطان است، مگر نمی‌دانی که رسول خدا (ص) تجارت می‌کرد. (خطاب به عمر بن مسلم).

۳. اگر رباخواری حلال بود مردم ترک تجارت می‌کردند.

۴. تجارت رشد عقل (اجتماعی) را زیاد گرداند. (وسائل الشیعه ج ۱۲ (ص) ۴ حدیث ۹).

جامعه اسلامی جامعه‌ای است مستقل و بدور از نفوذ و تسلط بیگانگان. بنابراین در ارتباط با تجارت مسلمانان با جوامع غیراسلامی این اصل باید رعایت گردد. پربیش، سینگر، لوئیس، میردال، در مطالعات خود در زمینه تجارت بین‌الملل به این نتیجه رسیده‌اند که حتی اگر کشورهای پیشرفته قصد استثمار کشورهای فقیر را نداشته باشند، وضعیت بازرگانی بین‌المللی به نفع کشورهای پیشرفته تمام می‌شود و امروزه باید به این مسئله توجه داشت و در معامله و داد و ستد با کشورهای پیشرفته و استثماری جانب احتیاط را رعایت نمود. منع داد و ستد با اجانبی که باعث وابستگی سیاسی و اقتصادی کشورهای مسلمان گردد، در متون اسلامی مورد تأکید قرار گرفته است که در زیر به چند مورد آن اکتفا می‌کنیم.

۱. **قاعده لاضرر:** یکی از اصول مسلم فقهی است و به موجب آن هر معامله‌ای یا فعالیت اقتصادی که به زیان جامعه باشد و یا برای جامعه یا فرد بطور مستقیم یا غیرمستقیم ضرر داشته باشد، حرام است.

۲. مجمع‌المسائل، مسأله ۱۱: «بر تجار و بازرگانان مسلمان واجب است - به وجوب کفائی - که از رخنه کردن بیگانگان داخلی و خارجی در امور تجارت و صنایع و موسسات بازرگانی با همکاری و مشورت یکدیگر و تاسیس شرکتهای مشابه، جلوگیری نمایند، و نگذارند فرق ضاله و بیگانه زمامدار امور اقتصادی مسلمین شوند و بهر وسیله‌ای که ممکن است ایادی آنها را قطع نمایند.»

۳. امام خمینی: توضیح‌المسائل، مسأله ۲۸۳۱

«و اگر در روابط تجاری با اجانب خوف آنست که به بازار مسلمین صدمه اقتصادی وارد بشود و موجب اسارت تجاری و اقتصادی شود، واجب است قطع اینگونه روابط و حرام است این نحو تجارت»

۴- امام خمینی، توضیح‌المسائل مسأله ۲۸۳۲

«اگر عقد رابطه چه تجاری و چه سیاسی بین یکی از دول اسلامی و اجانب، مخالف مصلحت اسلام و مسلمانان باشد، جایز نیست اینگونه رابطه و اگر دولتی اقدام به آن نمود، بر سایر دول اسلامی واجب است آنرا الزام کنند به قطع رابطه به هرگونه که ممکن است.»

۵- امام خمینی، توضیح‌المسائل، مسأله ۲۸۳۴

«روابط تجاری و سیاسی با بعضی دول که آلت دست دول بزرگ جائر هستند از قبیل دولت اسرائیل جائز نیست.»

۴. بازار مشترک اسلامی و تجارت با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)

نظریه مزیت نسبی ریکاردو مطرح می‌کند که در صحنه تجارت بین‌المللی، کشور به تولید و صادرات کالایی خواهد پرداخت که دارای هزینه کمتری در تولید آن کالا باشد. با اندکی دقت در مسائل تجارت بین‌الملل می‌توان دریافت که اثر عواملی چون رقابت کشورهای رقیب در تجارت، محدودیت‌های وارداتی اعمال شده توسط کشورهای وارد کننده کالا و ... در این نظریه در نظر گرفته نشده است. همچنین صادرات کشورهای در حال توسعه اغلب مواد اولیه و محصولات کشاورزی است و بدلیل اینکه این کالاها از کشش تقاضای پایینی برخوردارند و برای این کالاها جانشینی ظهور کرده و پیشرفت تکنولوژی باعث کاهش مصرف این کالاها گردیده است، عملاً رشد این کالاها بصورت کاهش است. علاوه بر این مشکلات عرضه زیاد محصولات اولیه، از کشورهای صادر کننده و رقابت شدید در بین این کشورها باعث شده است که رابطه مبادله به نفع کشورهای پیشرفته و شرکتهای چندملیتی باشد.

جهت متفیع شدن در تجارت بین‌الملل، نیاز به روابط جدیدی بود که کشورهای در حال توسعه به فکر ایجاد و گسترش آن افتادند. همبستگی اقتصادی و منطقه‌ای و گسترش روابط تجاری جنوب-جنوب از بارزترین این افکار می‌باشد. موقعیتی که بطور کلی برای ایران و تمامی کشورهای

مسلمان امیدوارکننده است، این است که روابط اقتصادی بیشتری با کشورهای کم توسعه یافته و روابط کمتری با کشورهای پیشرفته داشته باشند، از آنجا که روابط اقتصادی زیاد با کشورهای پیشرفته بطور بالقوه برای توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی ایران و سایر کشورهای مسلمان سود چندانی ندارد و شاید زیان‌آور نیز باشد، برای رسیدن به توسعه پایدار تنها وسیله ممکن تلاشهای اقتصادی زیاد، با کشورهای غیرصنعتی پیشرفته است. اما سئوالی که مطرح است، این است که این عمل چگونه امکان وقوع می‌یابد. نظر به اینکه ایران کشوری است که دارای موقعیت خاص استراتژیک بوده و دارای منابع عظیم نفتی است و موقعیت ویژه سیاسی، فرهنگی و اجتماعی را بدست آورده است، بنابراین می‌توان پاسخ به این سئوال را حضور فعال ایران در بازارهای ملل اسلامی ذکر کرد و این کار را می‌توان در تشکیل «بازار مشترک اسلامی» و تجارت با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی عملی ساخت. مختصری راجع به ویژگیها و اهداف این بازار و وضعیت تجارت کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در زیر ارائه می‌دهیم.

بازار مشترک اسلامی دو ویژگی کلی خواهد داشت:

۱. تمام موانع تجاری بین کشورهای (مسلمان) عضو از بین می‌رود و یک مجموعه مشترکی از موانع تجاری با بقیه دنیا (کشورهای غیرمسلمان و غیرعضو) پذیرفته می‌شود.
۲. نیروی کار و سرمایه برای مهاجرت و انتقال در بین کشورهای عضو آزاد می‌باشند. این بازار سه هدف اساسی را دنبال خواهد نمود.
 - الف) ترکیب کردن قدرت کشورهای اسلامی منفرد، به طوری که آنها بتوانند از موقعیت‌های دادوستدی خود بطور موثرتری بهره‌برداری نمایند و براساس نظریه مزیت نسبی اقدام به تولید و صادرات کالاهایی نمایند که نسبت به بقیه اعضا دارای برتری نسبی هستند.
 - ب) قادر کردن اعضا برای تجارت بین خودشان، بدون داشتن محدودیتهایی که معمولاً در تجارت با کشورهای صنعتی شده مواجه می‌شوند.
 - ح) بهبود روابط اجتماعی و فرهنگی بین کشورهای مختلف اسلامی، برای تقویت و توسعه بیشتر فرهنگ اسلامی.

اما در زمینه بازار مشترک اسلامی به دو اصطلاح نیز باید توجه داشت ۱. ایجاد تجارت (Trade creation) و انحراف تجاری (Trade Diversion). ایجاد تجارت اشاره به موقعیتی دارد که در آن موانع در بین اعضا رفع می‌گردد و به موجب آن تولید از کشورهای عضو با هزینه بالا به کشورهای عضو با هزینه‌های کمتر انتقال می‌یابد. کشور عضوی که قادر به تولید کالای بخصوصی در هزینه پایین‌تری است، کالاها برای بازارهای سایر کشورهای عضو که در آنها هزینه تولید بالاتر است، فراهم خواهد آورد. انحراف تجاری نیز اشاره به موقعیتی دارد که در آن اعضا از مصرف کالاهای با

هزینه پایین کشورهای غیرعضو به سمت مصرف کالاهای با هزینه بالا کشورهای عضو انتقال یابند. اما ذکر این نکته ضروری است که بدلیل بزرگتر شدن بازار و مقیاسهای اقتصادی بالقوه، صنایع حمایت شده کشورهای عضو احتمالاً به صنایع با هزینه کم تبدیل خواهند شد.

اگر هدف یک کشور مسلمان رسیدن به هر معیار از استقلال اقتصادی در مقابله با وابستگی به ملتهای پیشرفته و صنعتی شده باشد، بازار مشترک اسلامی و تجارت با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی به آن کمک خواهد کرد که در این جهت حرکت کند. با ایجاد بازار مشترک اسلامی، کشورهای مسلمان قدرت دادوستدی (چانه‌زنی) بیشتری در معامله با شرکتهای چندملیتی خواهند داشت. سود بلندمدت ناشی از ایجاد تجارت این است که حجم تجارت کشورهای عضو افزایش یافته و وابستگی کمتری به کشورهای صنعتی شده پیشرفته پیدا می‌کنند. با اینکه ایران امروزه حتی بدون یک بازار مشترک اسلامی، بدلیل داشتن نفت خام قدرت چانه‌زنی در معامله با کشورهای صنعتی پیشرفته را دارد، ولی با تشکیل این بازار به اهداف یاد شده در تشکیل بازار دسترسی پیدا خواهد کرد. با توجه به اینکه هدف اصلی این مقاله بررسی راههای توسعه صادرات با در نظر گرفتن معیارهای اسلامی است، نحوه تشکیل بازارهای مشترک اسلامی مقوله دیگری است که خارج از حوصله این مقاله است.

سازمان کنفرانس اسلامی ۵۸ کشور عضو دارد که حدود ۲۱ درصد جمعیت و ۲۳ درصد از اراضی جهان را در اختیار دارند و مهمترین منابع انرژی نفت و گاز محسوب می‌گردند. این کشورها کمتر از ده درصد از واردات و صادرات جهان را به خود اختصاص داده‌اند و میزان مبادلات این کشورها با هم سهم کوچکی از مبادلات را تشکیل می‌دهد. این سازمان در حال حاضر گسترده‌ترین سازمان همکاریهای بین‌المللی در خارج از سازمان‌های وابسته به سازمان ملل متحد به شمار می‌رود. حجم کل تجارت خارجی این کشورها معادل ۷۰۶/۳ میلیارد دلار در سال است که ۵۰/۴ درصد آن را صادرات و مابقی را واردات تشکیل می‌دهد. سهم ایران در این تجارت معادل ۳۰/۹ میلیارد دلار است. به عبارت دیگر کل تجارت خارجی کشورهای عضو این سازمان تنها ۴ درصد تجارت جهانی است. حجم صادرات غیرنفتی ایران با کشورهای عضو سازمان در سال ۱۳۷۵ تنها ۱۱۳ میلیون دلار معادل ۳۶/۵ درصد کل صادرات غیرنفتی ایران به جهان بوده است که حکایت از ضعف ارتباط تجاری این کشورها با هم دارد.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

اولین ارتباط تجاری بین ایران و کشورهای اروپایی مانند پرتغال و انگلستان در دوران سلطنت شاه اسماعیل صفوی برقرار شده است. ایران سرزمین مستعدی برای تجارت اروپاییان می‌گردد به گونه‌ای که بعضی تجار که به ایران سفر می‌کرده‌اند ایران را سرزمین مناسبی برای دادوستد قلمداد می‌کنند. از سال ۱۸۰۰م به بعد ایران با تجارت خارجی خویش وارد صحنه رقابت بین‌المللی می‌گردد و فراز و نشیب‌های فراوانی را طی می‌کند. ظهور نفت در اقتصاد ایران نوع صادرات را بکلی عوض می‌کند و جای صادرات غیرنفتی را می‌گیرد. از سال ۱۲۹۲ به بعد که نفت صادر می‌گردد، صادرات غیرنفتی به دست فراموشی سپرده می‌شود و فقط هنگامی از آن یاد می‌شود که درآمدهای ارزی بدست آمده از نفت کفاف هزینه‌های جامعه را نمی‌نماید.

برای تحقق و توسعه صادرات (غیرنفتی) سه مرحله را باید در نظر داشت. تولید، صدور و تقاضای خارجیان. لازمه تحقق صادرات فراهم نمودن زمینه‌های تولید و صدور است. با مراجعه به آیات قرآن کریم و احادیث نبوی و روایات معصومین می‌توان دریافت که اسلام همیشه تأکید خاصی روی کار و تولید دارد، بگونه‌ای که پیامبر اسلام کشیدن زحمت تولید برای جامعه و اهل و عیال را همانند مجاهدت در راه خدا می‌داند و کسب روزی حلال را بر زن و مرد مسلمان واجب می‌داند. تولید در جامعه اسلامی مانند سایر فریضه‌ها یک فریضه شرعی تلقی می‌گردد و درآمدهایی که از راه تولید بدست می‌آید بر درآمدهایی که از طریق مصرف و استهلاك بدست می‌آید، مقدم می‌شمارد. همچنین در اسلام تولیداتی در اولویت قرار می‌گیرند که نیازهای ضروری انسانها را تأمین نموده، در بقا و تداوم عظمت اسلامی نقش بیشتری داشته، دارای منافع عامتر بوده و در استقلال و ثبات سیاسی و قوت نظام الهی موثر باشد. علاوه بر تولید در تمام فعالیتهای دیگر مانند مبادلات بین‌المللی و روابط تجاری و فرهنگی نیز این نکات باید مورد توجه قرار گیرد.

پیامبر عظیم‌الشان اسلام (ص) با خارج ساختن انحصار از دست عده‌ای خاص زمینه‌های لازم برای تجارت و صادرات کالاها و واردات آنها را فراهم می‌آورد و توصیه‌های فراوانی به تجارت می‌نماید. در سوره نحل آیه ۱۴ و سوره فاطر آیه ۱۲ اشاره به فراهم بودن زمینه‌های تجارت می‌گردد و به استفاده از دریا برای تجارت اشاره می‌شود. از مفهوم این آیات می‌توان فهمید که زمینه‌های لازم برای جلب کالا و امکانات و جذب آنها وجود دارد. براساس نتایج این مطالعه، در ۱۰ آیه از سوره‌های قرآن کریم بصورت مستقیم اشاره به فراهم بودن زمینه‌های تجارت و صادرات کالاها و تجویز تجارت شده است. سخنانی از پیامبر اسلام (ص) و حضرت علی (ع) و امام جعفر صادق (ع) نیز در تجویز تجارت و اهمیت آن آورده شده است که حاکی از جایگاه ویژه تجارت در اسلام است. مسئله داد و ستد با

اجانب و بیگانگان نیز تا حدی جایز شمرده شده است که به وضعیت اقتصادی و سیاسی مسلمین ضربه‌ای وارد نشود. در غیر اینصورت تجارت حرام دانسته شده است.

برای اینکه در صحنه تجارت بین‌الملل کشورهای در حال توسعه نیز منتفع شوند، نیاز به همبستگی اقتصادی و منطقه‌ای و گسترش روابط تجاری بین این کشورها است. ایجاد همکاری منطقه‌ای جنوب-جنوب نمونه بارز این مدعا است. از آنجا که روابط اقتصادی زیاد با کشورهای پیشرفته بطور بالقوه برای توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی ایران و سایر کشورهای مسلمان زیان‌آور می‌باشد و همچنین با مراجعه به آیات و روایات معصومین مشاهده می‌گردد که زمینه‌های لازم برای تولید و صدور کالا فراهم می‌باشد، یکی از راههای ممکن برای رسیدن به توسعه پایدار تلاشهای اقتصادی و برقراری روابط با کشورهای توسعه نیافته است. برای رسیدن به این هدف (توسعه پایدار) تشکیل و تقویت بازار مشترک اسلامی پیشنهاد گردیده است. ایجاد این بازار در کوتاه‌مدت منوط به بررسی دقیق امکانات تولید و مبادله کالا با کالا بین کشورهای اسلامی و در بلندمدت در گرو موفقیت در همکاری‌های منطقه‌ای و میزان توسعه صنعت در کشورهای اسلامی خواهد بود. در این راستا می‌توان به بررسی زمینه‌های تجاری کشور با کشورهای عضو سازمان، تقویت بانک توسعه اسلامی و ایجاد هماهنگی در خط مشی‌های اقتصادی و بازرگانی کشورهای عضو اشاره کرد.

منابع و مأخذ

۱. حقیقت، عبدالرفیع، «آغاز روابط ایران با کشورهای اروپایی» مجله اطلاعات سیاسی اقتصادی، سال پنجم، شماره سوم (شماره مسلسل ۴۰)، ص ۲۶-۲۳، دی، ۱۳۶۹.
۲. عیسوی، چارلز، «تاریخ اقتصادی ایران (عصر قاجار، ۱۳۳۲-۱۲۱ ه. ق)» ترجمه دکتر یعقوب آژند، تهران، نشر گستره، ۱۳۶۹ (چاپ دوم).
۳. برای مطالعه بیشتر به منبع زیر مراجعه فرمایید.
- باری‌یر، ح، «اقتصاد ایران (۱۳۴۹-۱۲۷۹)» تهران: مرکز تحقیقات تخصصی حسابداری و حسابرسی، ۱۳۶۳.
۴. برای مطالعه بیشتر به منبع زیر مراجعه نمایید.
- اکبری، محمدرضا، رشد اقتصادی و تجارت خارجی در ایران، مجله اطلاعات سیاسی-اقتصادی، سال هفتم شماره ۷ و ۸ (۶۸-۶۷ مسلسل)، فروردین و اردیبهشت ۱۳۷۲.
۵. وسائل، جلد ۱۲ حدیث یک باب ۲۳، ص ۲۴.
۶. برای مطالعه بیشتر به منبع زیر مراجعه فرمایید.
- بیات، اسداله، نظام اقتصادی اسلام» تهران: مولف، ۱۳۶۹.
۷. تسخیری، محمدعلی، «درسهایی از اقتصاد اسلامی» تهران: مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۶۸.
۸. بنا رضوی، مهدی، «طرح تحلیلی اقتصاد اسلامی» مشهد: بنیاد پژوهشهای اسلامی استان قدس رضوی، ۱۳۶۷.
۹. حریری، یوسف، «اسلام و نظام اقتصادی»، تهران: انتشارات امیری، ۱۳۶۲.
۱۰. خوشنویس، جعفر، «خطوط کلی اقتصاد در قرآن و روایات» ترجمه مهدی انصاری، اصفهان: کتابخانه عمومی امام (ع)، ۱۳۶۴.
۱۱. دهش‌ور، مسعود و همکاران، «طرح و مبانی اقتصاد در قرآن»، تهران: میهن، ۱۳۶۶.
۱۲. وزارت بازرگانی، «آداب تجارت و احکام معامله در اسلام» تهران، ۱۳۶۱.
۱۳. جمالزاده، محمدعلی، «گنج شایگان یا اوضاع اقتصادی ایران» برلین: انتشارات اداره کاوه، ۱۳۳۵.
۱۴. نادری، ابوالقاسم، «مزیت نسبی و توسعه صادرات ایران» ماهنامه بررسیهای بازرگانی، سال ششم شماره‌های ۶۸ و ۶۹ دی و بهمن ۱۳۷۱.
۱۵. موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، «مقررات صادرات و واردات (سال ۱۳۷۵)»، تهران: وزارت بازرگانی، ۱۳۷۵.

۱۶. بورکی، جاوید، «اقتصاد جهان اسلام، زمانی برای تصمیم‌گیری» ترجمه قدرت‌الله معمارزاده گزیده مسائل اقتصادی، اجتماعی، شماره ۴۹.

۱۷. صدرزاده، ضیال‌الدین، «صادرات ایران (مشکلات و راههای توسعه و بهبود آن)»، تهران: ۱۳۴۶.

18. Issawi, Charles, 1983, "Iranian Trade, 1800-1914", Iranian Studies, vol. XVI, Nos. 3-4, pp. 229-241.

19. Boase Abdul Wahhab (1985), "The Economic System in Islam: A model for allmen", The Islamic Quarterly. VOL. XXIX, No. 3pp. 129-147.

20. Syed Farid Alatas (1987), "An Islamic Common Market and Economic Development", Islamic Culture, vol. lxi, no. 1, pp. 28-38.

21. ANANI phman (1986), Gulf Relation With West: An Historical Survey", Islamic culture, vol. lx, no. 4, pp. 53-83 (part I) and vol. lxi, No. 1 (1987), pp. 39-58 (part II).

22. T. B. IRVING (1986), "Relation Between latin America and The Islamic World", Islamic culture, vol. lx, No, 3, pp. 21-34.