

قانونی و چندین و چند معضل دیگر که همگی بر تولید داخلی تأثیر منفی دارند، از دلایل عدم بلوغ صادرات غیرنفتی کشور به شمار می‌روند. البته ذکر مشکلات به معنای آن نیست که بخواهیم کم‌کاری‌هایمان را به گردن مشکلات موجود بی‌اندازیم، چرا که قطعاً با بکارگیری مدیریت درست، می‌توان بر مشکلات فائق آمد. به عنوان مثال، امروز ما با مشکل بزرگی به نام تحریم‌های بین‌المللی روبرو شده‌ایم که این امر، تأثیر زیادی بر توسعه اقتصادی و تجاری کشورمان دارد. اما اگر مدیریت صحیح و هوشمندانه‌ای داشته باشیم، این مشکل را به یک فرصت بین‌المللی تبدیل خواهیم کرد. کشورهای آفریقایی، جزو شرکای جدید تجاری ایران هستند که بسیاری از آنها، با مشکلات زیادی در حوزه تأمین مواد غذایی روبرو می‌باشند، در حالی که صنایع غذایی امروز ما رشد خارق‌العاده‌ای را پس از جنگ تحمیلی تجربه کرده‌اند. به طور قطع، اگر زیرساخت‌های توسعه صادرات کشور بهبود یابند و موانع صادراتی کاهش پیدا کنند، می‌توانیم با رایزنی‌های مناسب، بخش عمده‌ای از نیاز این بازار یک میلیارد نفری را تأمین نماییم. در حال حاضر، اماراتی‌ها با درک این موقعیت، نقش ترانزیت کالاهای ایرانی را به کشورهای آفریقایی بر عهده گرفته‌اند و به راحتی، ثروتی را که تولید کنندگان ما باید به دست بیاورند به جیب خود می‌زنند. این وظیفه مسئولان کشور است که با معرفی پتانسیل‌ها، حمایت‌های لازم و البته فراهم آوردن بسترها، زمینه صادرات مستقیم ایران را به این کشورها فراهم آورند.

مثالی دیگر در حوزه خدمات فنی و مهندسی است. نیجریه که در چند سال گذشته رشد اقتصادی مناسبی را تجربه کرده است، از کشورهایی به شمار می‌رود که منابع عظیمی در نفت و گاز دارند. ایران می‌تواند با سرمایه‌گذاری بیشتر روی خدمات فنی و مهندسی، صادرات خود را در این زمینه افزایش دهد و از این طریق، منابع ارزی سرشاری را برای کشور به ارمغان آورد. البته برخی کارشناسان، رویکرد ایران به سمت کشورهای آفریقایی را در سال‌های اخیر مناسب نمی‌دانند که به نوبه خود دلایل معقولی هم ارائه می‌کنند. اما باید بدانیم که اگر امروز کشورهای آفریقایی اقتصاد توسعه یافته‌ای ندارند، به دلیل ضعف مدیریت اجرایی آنها است و نه کم‌ثروتیشان. به طور قطع، اگر مراودات ما با این کشورها بر مبنای کسب ثروت صورت پذیرند، آن موقع است که ما برنده بازی به حساب می‌آییم.

اعداد چه می‌گویند؟

صادرات کالاهای غیرنفتی کشورمان به قاره آفریقا در پایان سال گذشته معادل ۳۳۰ میلیون دلار بوده که این رقم، تنها ۱/۵۵ درصد کل صادرات کشور را به خود

اختصاص داده است. واردات ایران از این کشورها هم در سال گذشته معادل ۲۴۲ میلیون دلار بوده که این رقم، معادل ۰/۴۴ درصد کل واردات کشور است. ارقام فوق که نشان از برتری رابطه مبادله ایران با کشورهای این قاره دارد، یک نکته را گوشزد می‌کنند و آن این است که قطعاً با افزایش سرمایه‌گذاری‌ها و تولید بازار محور و در نهایت، اتخاذ سیاست‌های توسعه طلبانه در تجارت بین‌الملل، می‌توان تجارت، ثروت و قدرت بیشتری را از این قاره به دست آورد.

تحولات ۳۱ ساله بازرگانی ایران

استراتژی تغییر

به یاد داشته باشیم که هیچ چیز و هیچ کس کامل نیست. نه تنها ما که قدرت‌های جهان هم از این امر مستثنی نیستند. اما یقین بدانیم که با تمرین و ممارست و پشتکار شکست ناپذیر، اهداف ملی - همچون ابرقدرت اقتصادی و سیاسی در منطقه بودن - دست یافتنی خواهند بود. پتانسیل‌هایی که ما در اختیار داریم، در دنیا کم‌نظیرند. اگر بخواهیم، قدرت‌های منطقه که هیچ، قدرت‌های جهانی را هم انگشت به دهان خواهیم ساخت. ■

تحول در چهره شرکای تجاری و صور صادراتی ایران، تغییرات مهمی در بازرگانی ۳ دهه اخیر ایران می‌باشند.

تا امروز - به هر قیمتی که بوده - توانسته‌ایم کالاهای مورد نیازمان را وارد کنیم، اما به دلیل محدودیت قدرت خرید مصرف‌کننده و هزینه بالایی که بر تولید تحمیل می‌شود، تولید کنندگان ایرانی تا حدود زیادی توان خود را در خلق محصولات با ارزش افزوده بالا از دست داده‌اند و همین عامل باعث شده که ما در عرصه بین‌الملل، بیشتر وارد کننده باشیم تا صادر کننده.



با نگاهی به چهره بازرگانی بین‌الملل کشور در ۳۱ سال گذشته، تغییر و تحولات زیادی را در ترکیب طرف‌های تجاری ایران مشاهده می‌کنیم. تا دهه‌های قبل، آلمان (و به تبع آن، آلمان غربی سابق)، چه از نظر صادرات و چه واردات، بزرگترین شریک تجاری ایران بوده است. از آغاز تحریم‌های بین‌المللی، چهره شرکای تجاری ایران با تغییرات زیادی مواجه شده است، به گونه‌ای

که در دهه جاری، امارات و البته در یکی دو سال اخیر چین، بزرگترین شرکای تجاری ایران بوده‌اند. علاوه بر کالاهای صادراتی و وارداتی که روابط تجاری میان ایران و امارات را تقویت کرده، دور زدن تحریم‌ها از سوی مسئولان، عامل مهم دیگری در افزایش مراودات سال‌های اخیر ایران و امارات بوده است.

هزینه‌های تحریم

کشورمان برای آن که بتواند همچنان در عرصه تجارت و اقتصاد بین‌الملل حضور پُرنفوذی داشته باشد، سعی کرده با بهره‌گیری از ابزار صادرات و واردات مجدد از طریق امارات، تا حدودی تبعات تحریم‌ها را در بُعد کالا خنثی نماید. اما علاوه بر هزینه‌هایی که تحریم‌ها به کشورمان تحمیل کرده‌اند، خود دور زدن تحریم‌ها از این راه، هزینه‌های زیادی را برای ما به بار آورده است. در این میان، به دلیل افزایش قیمت کالاهای وارداتی، علاوه بر آن که به صورت مستقیم تورم داخل کشور شلخت یافته، به صورت غیرمستقیم، قدرت مانور تولید کنندگان داخلی برای تولید محصولات با ارزش افزوده بالا هم محدود شده است. به بیانی دیگر، اگر چه

این که تحریم‌های بین‌المللی تأثیر زیادی بر تجارت جهانی ایران - به خصوص در بُعد واردات کالا - نداشته‌اند قبول، اما به نظر ما باید برای سنجش موفقیت کشور در بازرگانی بین‌الملل، تمام ابعاد مورد بررسی قرار گیرند. باید توجه‌مان را نسبت به مشکلاتی که برای تجار و بازرگانان بخش خصوصی کشور فراهم شده‌اند بیشتر کنیم. تصمیم امروز غرب - بر خلاف گذشته که شلخت تحریم‌ها را کنترل می‌کرد - بر مبنای مدیریت تحریم‌ها علیه ایران استوار شده است و این به معنای پرداخت امتیازهای بیشتر به کشورهای است که مراودات خود را با ایران قطع می‌کنند. این مسأله که ما با وقوع تحریم‌ها توانسته‌ایم در بسیاری از شاخص‌ها به بلوغ و خودکفایی برسیم، مقوله‌ای بس ارزشمند است، اما باید ببینیم این پیشرفت‌ها در قیاس با پیشرفت‌های جهانی چگونه بوده است. آیا دور بودن از اقتصاد جهانی به ما لطمه‌ای وارد نکرده است؟ باید قبول کنیم که دوری دراز مدت ما از بازارهای جهانی، به پتانسیل رقابتی کشور ضربه زده و حتی توان چانه زنی بین‌المللی ما را کاهش داده است. ما باید با کشورهای مرادده کنیم که دنیا به حرفشان احترام می‌گذارد. امروز، کشوری چون ترکیه برنامه دستیابی

به صادرات یکصد میلیارد دلاری را برای خود در نظر گرفته که قطعاً با پشتکاری که در این سال‌ها از خود نشان داده، به این مهم دست می‌یابد. سؤال آن است که وضعیت ما در آن موقع به چه ترتیب خواهد بود؟ آیا هدف بزرگتری نسبت به آنها برای خود در نظر گرفته‌ایم یا به همین روال کنونی بسنده کرده‌ایم؟ آیا خود را از هم‌اکنون آماده چنین رقابتی کرده‌ایم؟

برای پاسخ به این سؤال‌ها باید عملکردمان را ارزیابی کنیم. ارزیابی عملکردمان هم چیزی نیست جز آن که ببینیم انتخاب شرکای جدید تجاری، وضعیت ما را در منطقه و جهان چقدر تغییر داده است؟ وضعمان را بهتر کرده یا باعث تنزل شده است؟ باید ببینیم سهم ما از بازارهای شرکای جدید چقدر است و سهم آنها از اقتصاد جهان به چه میزان. باید به این پرسش پاسخ دهیم که آیا شرکای جدیدمان، قدرت تصمیم‌سازی را در عرصه بین‌الملل دارند و یا مطیع ابرقدرت‌ها هستند؟ اگر چنین کرده‌ایم و برای آینده برنامه ریزی اصولی - نه رؤیا پردازی - انجام داده‌ایم، آن وقت است که می‌توانیم امید به پیروزی را در روزهای آتی داشته باشیم، و گرنه خوابمان از سهم خواهی تجاری بین‌الملل از همین الان خوش!

سندلی خالی اروپا

در حال حاضر، کشورهای اروپایی که بخش اعظمی از اقتصاد جهان را مدیریت می‌کنند و نقش زیادی در تصمیم‌سازی‌های جهانی دارند، تجارت پُرنرنگی با ایران ندارند. مطالعه بازگانی سال گذشته کشور نشان می‌دهد که تنها ۱۴/۸۲ درصد از کل صادرات غیرنفتی کشورمان با کشورهای اروپایی رقم خورده است. این مسأله در حالی اتفاق افتاده که ۳ دهه قبل، به جز ژاپن و بعضاً یکی دو کشور صاحب اقتصاد حاشیه خلیج فارس، کشورهای اروپایی نقش زیادی

در تجارت ایران ایفا می‌کردند و همواره سهمی بیش از ۵۰ درصد صادرات و واردات کشور به آنها اختصاص داشته است. بر اساس گزارش وزارت بازرگانی، در سه ماهه اول سال ۸۹ به غیر از ترکیه، تنها کشور بلژیک - آن هم با سهم اندک ۲/۸ درصدی از کل صادرات غیرنفتی کشور - جزو ۱۰ شریک برتر تجاری ایران بوده است.



تصویر تمام رخ شرکا

در سال‌های اخیر، پس از امارات، کشورهای عراق، چین، هند، کره جنوبی، افغانستان و ترکیه مهمترین شرکای تجاری ایران و محصولات نظیر میعانات گازی، گازهای نفتی و هیدروکربن‌های گازی مایع شده، عمده اقلام صادراتی غیرنفتی کشور به شمار می‌روند.

صورت کالاهای صادراتی ایران هم در این سال‌ها از تغییر و تحولاتی در حوزه تجارت کشور حکایت دارد. تا سال‌های میانی دهه ۷۰ عمده محصولات صادراتی غیرنفتی ایران، کالاهای سنتی و کشاورزی بوده‌اند. اما به مرور زمان و با پا گرفتن بخش صنعتی در کشور، سهم صادرات این محصولات در بازگانی ایران افزایش یافته است. تداوم این افزایش به گونه‌ای است که رسماً از سال

۷۶ صادرات محصولات صنعتی، سهم بیشتری را به نسبت صادرات محصولات کشاورزی به خود اختصاص داده است. صادرات محصولات صنعتی کشور در سال ۷۶ معادل یک میلیارد و ۵۷۹ میلیون دلار بوده و در طرف مقابل، ارزش محصولات کشاورزی صادر شده در آن برهه زمانی، معادل یک میلیارد و ۲۵۰ میلیون دلار بوده است. البته لازم به ذکر است حجم کالاهای معدنی - که همواره سهم کمتری از صادرات بخش‌های کشاورزی و صنعتی داشته‌اند - در سال ۷۶ دارای ارزشی برابر با ۴۵/۱ میلیون دلار (معادل ۱/۶ درصد کل صادرات غیرنفتی کشور) بوده‌اند.

اتخاذ سیاست‌های تشویقی برای رشد صادرات غیرنفتی در آن مقطع و توجه بیشتر به طرح‌ها و پروژه‌های صنعتی کشور، مهمترین دلایل رشد صادرات محصولات صنعتی و پیشی گرفتن آن از بخش کشاورزی بوده‌اند. بر اساس گزارش وزارت بازرگانی، در پایان سال ۸۷ صادرات محصولات صنعتی کشور معادل ۱۴ میلیارد و ۴۰۱ میلیون دلار بوده است که این رقم، ۷۹/۴ درصد از کل ارزش صادراتی کالاهای غیرنفتی کشور را در بر داشته است. در مقابل، صادرات کالاهای سنتی و کشاورزی کشور، معادل ۲ میلیارد و ۷۴۹ میلیون دلار بوده که این رقم، معادل ۱۵/۱ درصد کل صادرات غیرنفتی ایران در آن مقطع است. گفتنی است صادرات کالاهای معدنی کشور هم از ارزشی ۹۹۶ میلیون دلاری - معادل ۵/۵ درصد کل صادرات غیرنفتی - برخوردار بوده است.

واردات

مطالعه کالاهای وارداتی ۳۱ سال گذشته کشور نشان می‌دهد که کالاهای واسطه‌ای، بیشترین سهم را در سبد واردات کشورمان در اختیار داشته‌اند. واردات کالاهای سرمایه‌ای هم - که از مهمترین ابزار رشد و توسعه اقتصادی محسوب می‌شوند - پس از واردات کالاهای واسطه‌ای، بیشترین سهم را از واردات به خود اختصاص داده است. در عموم سال‌های مورد بررسی، واردات کالاهای مصرفی، همواره رقم کمتری نسبت به واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای داشته و تنها در خلال سال‌های ۵۸ تا ۶۱ - که به دلیل جنگ تحمیلی، بنگاه‌های تولیدی کشور وضعیت چندان مساعدی نداشتند - کالاهای مصرفی، سهم بیشتری از واردات را در قیاس با کالاهای سرمایه‌ای در اختیار گرفتند که البته با توجه به موقعیت آن مقطع اقتصادی کشور، چندان هم غیرمنطقی نیست.

با این اوصاف، به عقیده ما در مقطع کنونی، علاوه بر توسعه محصولات صادراتی به بازارهای جهانی، نیازمند بررسی کارشناسانه از اوضاع و احوال مراوداتمان با شرکای جدید هستیم تا بتوانیم آینده تمام‌نمایی از وضعیت آتی کشور ترسیم کنیم. ■

میلیون دلار

سی و یک سال مروده

سال	صادرات غیرنفتی				سال	واردات			
	۵۷	۶۷	۷۷	۸۷		۵۷	۶۷	۷۷	۸۷
شریک اول	آلمان غربی	امارات	امارات	امارات	شریک اول	آلمان غربی	آلمان غربی	امارات	
ارزش	۷۵	۲۸۹	۵۱۰	۲,۲۴۶	ارزش	۲,۱۴۶	۱,۴۷۲	۱۳,۳۶۸	
شریک دوم	شوروی	امارات	آلمان	عراق	شریک دوم	ژاپن	ژاپن	آلمان	
ارزش	۷۴	۱۴۶	۴۱۰	۲,۲۴۱	ارزش	۱,۷۵۷	۸۳۶	۵,۲۵۰	
شریک سوم	ژاپن	ایتالیا	ایتالیا	چین	شریک سوم	انگلستان	انگلستان	چین	
ارزش	۵۰	۱۰۷	۲۰۲	۱,۸۱۵	ارزش	۸۴۲	۵۵۶	۴,۹۰۸	
شریک چهارم	کویت	انگلستان	ترکیه	هند	شریک چهارم	ایتالیا	ترکیه	سوئیس	
ارزش	۲۹	۹۹	۱۵۹	۱,۰۸۸	ارزش	۵۹۶	۴۲۵	۳,۵۱۵	
شریک پنجم	ایتالیا	سوئیس	هند	کره جنوبی	شریک پنجم	فرانسه	ایتالیا	کره جنوبی	
ارزش	۲۵	۷۸	۱۴۴	۷۹۹	ارزش	۵۰۸	۴۱۷	۳,۰۴۲	