

# آشنایی با بازار ایتالیا

آشنایی  
با  
بازارهای  
جهانی

# ۲۵

## فرصت‌های توسعه روابط اقتصادی ایران و ایتالیا

● تهیه و تنظیم: رضا پاکدامن

### ۱- وضعیت عمومی اقتصادی

است. طبق گزارش مؤسسه مرکزی آمار ایتالیا (یسات) طی دوره یازده ماه (ژانویه - نوامبر) ۱۹۹۸، بخش‌های صنایع چوب، فرآورده‌های نفتی، فلزات، ماشین‌آلات مکانیکی و صنایع غذایی با بیشترین افزایش تولید و در مقابل بخش‌های صنایع پوست و کفش و محصولات الکترونیکی با کاهش تولید مواجه بوده‌اند.

در مجموع طی این دوره میانگین تولیدات صنعتی ایتالیا نسبت به دوره مشابه سال ۱۹۹۷، ۲/۱ درصد افزایش داشته است.<sup>۲</sup>

### ۲- جهانگردی

در کشور ما با توجه به برخورداری از زمینه‌های بسیار مساعد برای جلب جهانگرد و کسب درآمدهای سرشار ارزی، بخش جهانگردی و گردشگری می‌تواند یکی از بخش‌های بسیار فعال اقتصاد محسوب گردد. لیکن در حال حاضر با توجه به عدم توجه به این بخش به عنوان یک بخش صنعتی و نیازمند به ابزارهای لازم برای این چنین بخشی، به صورتی بسیار ابتدایی و بدون مدیریت کارآمد اداره و یا به تعبیر صحیح به حیات ادامه می‌دهد،

کشور ایتالیا از لحاظ اقتصادی از وضعیت یکپارچه‌ای برخوردار نیست. مناطق شمالی این کشور به دلیل صنعتی بودن از وضعیت اقتصادی بهتری برخوردار هستند. در مقابل مناطق جنوبی آن که عمدتاً به کشاورزی اختصاص یافته است، توان اقتصادی پایین‌تری را داراست.

طبق تخمین بانک جهانی، در سال ۱۹۹۴ تولید ناخالص ملی ایتالیا (GNP) براساس متوسط قیمت‌های ۹۴-۱۹۹۲، ۱۱۰۱۲۵۸ میلیون دلار، معادل سرانه ۱۹۸۴۰ دلار بود.

طی دوره ۹۵-۱۹۹۴ تخمین زده شده است که تولید ناخالص ملی سرانه ایتالیا به‌طور متوسط سالانه با نرخ ۱/۸ درصد رشد داشته است. طی همین دوره جمعیت این کشور با نرخ متوسط ۰/۱ درصد افزایش داشته است.

طی دوره ۹۳-۱۹۸۵ تولید ناخالص داخلی (GDP) ایتالیا متوسط سالانه ۲/۲ درصد افزایش یافته است.

طی سال ۱۹۹۴ تولید ناخالص داخلی واقعی ۲/۲ درصد، طی سال ۱۹۹۵، ۳ درصد و طی سال ۱۹۹۶، ۰/۸ درصد افزایش داشته است.<sup>۱</sup>

کشور ایتالیا یکی از تولیدکنندگان بزرگ محصولات صنعتی

1- Europa World Yearbook, 1997.

۲- ابرار اقتصادی، ۲۷/۱/۷۷.

## ۳- معدن

یکی از سرمایه‌های بزرگ اقتصادی ایران، معادن متعدد و غنی موجود در آن است که می‌تواند با بهره‌برداری صحیح، توان صادراتی کشور را به میزان قابل توجهی افزایش دهد.

متأسفانه در حال حاضر بهره‌برداری غیرعلمی و فنی از معادن کشور، لطمه شدیدی به این سرمایه‌های تجدیدنپذیر وارد می‌سازد. این وضعیت خصوصاً در مورد معادن سنگ‌های تزئینی صادق است.

به منظور صنعتی کردن بخش معدن کشور و استفاده از فن‌آوری روز به بهره‌برداری از معادن و همچنین امکان بازاریابی قوی در بازارهای جهانی، لازم است که با کشورهای صاحب تجربه در این صنعت مشارکت نزدیک صورت داد.

یکی از کشورهایی که در این زمینه می‌تواند طرف تجاری خوبی برای کشور ما محسوب گردد، کشور ایتالیا است. این کشور در زمینه صنعت معدن از جایگاه مهمی در جهان برخوردار است. برای نمونه ایتالیا طی سال ۱۹۹۳ با تولید ۷/۵ میلیون تن سنگ تزئینی با اختصاص ۲۲/۱ درصد از کل تولید جهانی، عمده‌ترین تولیدکننده این محصول در جهان محسوب گردیده است.<sup>۳</sup>

طی سال ۱۹۹۳، کشور ایتالیا در زمینه صادرات سنگ‌های آهکی خام (با ۴۵/۲ درصد از کل صادرات جهان)، سنگ‌های کار شده آهکی و سیلیسی (با ۴۵/۸ درصد از کل صادرات جهان) رتبه اول در جهان را به خود اختصاص داده بود.<sup>۴</sup>

کشور ایتالیا همچنین به عنوان یکی از مصرف‌کنندگان مهم سنگ‌های تزئینی در جهان محسوب می‌گردد. این کشور طی سال ۱۹۹۳ با واردات سنگ‌های آهکی خام به ۱۵/۴ درصد از کل واردات جهانی و واردات سنگ‌های سیلیسی خام به نسبت ۲۴/۴ درصد از کل واردات جهانی رتبه نخست در جهان را به خود اختصاص داده بود.

این موضوع معلول صنعت پیشرفته این کشور در زمینه

- ۱- اخبار اقتصاد، ۷۶/۱۲/۲۱.
- ۲- رضا پاکدامن، «اولویت‌ها در روابط تجاری ایران و اتحادیه اروپایی»، ابرار اقتصادی، ۷۷/۷/۲۰.
- ۳- جمشید فهیمی‌فر، بازار جهانی سنگ‌های تزئینی و سهم صادراتی ایران، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۶، ص ۹۰.
- ۴- همان، ص ۹۵.

به طوری که وضعیت بخش جهانگردی و گردشگری در کشور ما، حتی جویگوی نیاز گردشگران داخلی نیز نمی‌باشد. در صورتی که در حال حاضر، صنعت جهانگردی بخش مهمی از اقتصاد بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را تشکیل می‌دهد.

برای نمونه، طبق آمار سازمان جهانی توریسم (WTO) طی سال ۱۹۹۷، کشور آمریکا ۷۵ میلیارد دلار، ایتالیا ۲۸ میلیارد دلار، اسپانیا ۲۷/۵ میلیارد دلار، فرانسه ۱۹ میلیارد دلار، چین ۱۲/۲ میلیارد دلار، ترکیه ۷ میلیارد دلار درآمد حاصل از جلب جهانگرد خارجی داشته‌اند.<sup>۱</sup>

کشور ما برای احیای صنعت جهانگردی لازم است با کشورهای موفق در این زمینه مشارکت جدی داشته باشد. زیرا باید باور داشت که این شاخه از صنعت پیچیده‌تر و ظریف‌تر از بسیاری از صنایع دیگر بوده و نیاز به متخصص دارد. یکی از کشورهایی که می‌تواند در این زمینه برای کشور ما مفید واقع گردد، ایتالیا است.

ویژگی‌های کشور مزبور، این امکان را فراهم ساخته است که در زمینه‌های مشترک جلب جهانگرد همکاری اقتصادی صورت گیرد.

یکی از ویژگی‌های کشور ایتالیا، وجود آثار باستانی زیاد که بخش اعظمی از جهانگردان را به خود جلب می‌کند. احیاء و مدیریت صحیح بهره‌برداری از آثار باستانی بسیار غنی موجود در کشور ما می‌تواند موضوع همکاری‌های شرکت‌های تخصصی دو کشور قرار گیرد.

ویژگی دوم این کشور، موقعیت مذهبی آن در جهان مسیحیت است که همین موضوع موجب جلب دهها هزار زائر مسیحی به این کشور گردیده است. مراکز مذهبی کشور ما نیز می‌توانند در زمینه نحوه جلب زائر خارجی و پذیرایی از آنها، از کشور ایتالیا الگو برداری کنند.

وجود مناظر طبیعی مشابه در ایران و ایتالیا، زمینه مناسب دیگری برای همکاری دو کشور جلب این گروه از جهانگردان را فراهم ساخته است، از جمله موارد همکاری دو کشور می‌تواند سرمایه‌گذاری ایتالیا در صنعت جهانگردی ایران و آموزش کادر متخصص مورد نیاز این صنعت باشد.<sup>۲</sup>

رییس اتحادیه صادرکنندگان پوست و سالامبور در حال حاضر سالانه ۲۰۰ تا ۲۵۰ میلیون دلار سالامبور توسط کشور ما صادر می‌گردد که این کالا، سومین محصول صادراتی غیرنفتی کشور از لحاظ ارزش محسوب می‌گردد و می‌تواند جایگاه بالاتری را به دست آورد.

یکی از طرف‌های اصلی تجاری کشور ما در این زمینه، ایتالیا محسوب می‌گردد که برای صادرات به کشور مزبور، حسب اظهار صادرکنندگان ایرانی، موانعی اجرایی وجود دارد که لازم است توسط طرفین مرتفع گردد.<sup>۳</sup>

## ۵- خودروسازی

در کشور ما با توجه به جمعیت زیاد آن که در سرزمین وسیع پراکنده هستند و اکثریت آن را صاحبان درآمدهای متوسط و پایین‌تر تشکیل می‌دهند، همچنین کمبود بسیار محسوس شبکه‌های حمل و نقل عمومی هوایی، جاده‌ای و راه‌آهن، لازم است صنعت خودروسازی به منظور تأمین نیاز داخلی از موقعیت مهمی از دو جنبه اقتصادی و اجتماعی برخوردار گردد.

اگرچه طی چند دهه گذشته، کشور ما حضور انواع مختلفی از شرکت‌های خارجی اتومبیل‌سازی را تجربه کرده است، لکن هیچ‌یک در حال حاضر قادر به جوابگویی به نیازهای داخلی نیستند.

بسیاری از مدل‌های خارجی اتومبیل عرضه شده در ایران نه تنها با شرایط شهرهای پرتراфик ایران از لحاظ دوام، بلکه با قدرت خرید اکثریت اقشار جامعه که به این وسیله حمل و نقل نیازمند هستند، نیز از تناسب مطلوبی برخوردار نیستند. لذا لازم است سیاست‌گذاری کلان در رابطه با صنعت خودروسازی در کشور با توجه به الگوی مصرف و قدرت خرید مردم طراحی گردد.

یکی از این سیاست‌گذاری‌ها می‌تواند تولید «اتومبیل‌های کوچک اقتصادی» به جای انواع مختلف اتومبیل‌های ظریف و پرهزینه باشد. کشور ایتالیا به دلیل قدرت خرید کمتر مردم آن نسبت به کشورهای اروپای شمالی، از چند دهه قبل سیاست تولید

فن‌آوری سنگ‌های خام است که بر این اساس ایتالیا با وارد کردن این نوع اقلام و فن‌آوری آنها را صادر می‌کند.

در مجموع صنعت معدن ایتالیا با توجه به بهره‌مندی از فن‌آوری پیشرفته و موفقیت حضور در بازارهای جهانی می‌تواند در دو مرحله تولید و فروش صنعت معدن کشور ما مشارکت داشته باشد.

## ۶- کشاورزی و دام

کشور ما علی‌رغم برخورداری از ظرفیت‌های بسیار بالا در بخش‌های کشاورزی و دامپروری، متأسفانه به علت دوری و بیگانگی این بخش‌ها از صنعت، در حال حاضر در وضعیتی قرار دارد که نه تنها قادر به صادرات پایدار محصولات کشاورزی و دامی نیست، بلکه تولیدات داخلی تکافوی مصرف جمعیت کشور را نیز نمی‌دهد. به منظور احیای بخش کشاورزی کشور، لازم است که با کشورهای توسعه‌یافته در زمینه صنایع کشاورزی و دامی مشارکت گسترده صورت گیرد.

ایتالیا یکی از کشورهایی است که با برخورداری از شرایط اقلیمی مناسب، موفق به پیشرفت در این صنایع بوده است.

صنایع کشاورزی این کشور در حال حاضر به بازارهای خارجی توجه دارند. برای نمونه شهریورماه ۱۳۷۶ همایش همکاری کشاورزی مکانیزه ایتالیا - عرب در کشور امارات با همکاری فدراسیون تولیدکنندگان ماشین‌های کشاورزی ایتالیا برگزار گردید.<sup>۱</sup> طی سال جاری نیز مذاکراتی بین مسئولان جمهوری اسلامی ایران و ایتالیا برای همکاری در بخش کشاورزی صورت گرفته است.

حاصل این مذاکرات، موافقتنامه منعقد بین معاون وزیر کشاورزی و رییس سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی ایران و رییس مؤسسه تحقیقات میوه وابسته به وزارت کشاورزی ایتالیا در تیرماه ۱۳۷۷ در زمینه همکاری تحقیقاتی دو کشور در زمینه اصلاح میوه‌جات و روش‌های باغبانی بود.<sup>۲</sup>

لیکن به نظر می‌رسد سرمایه‌گذاری مشترک دو کشور در زمینه تولید محصولات کشاورزی، آثار مثبت سریع‌تری برای تقویت ارکان بخش کشاورزی ایران می‌تواند به دنبال داشته باشد.

همچنین در زمینه توسعه صنایع دامی، کشور ما از ظرفیت‌های صادراتی بسیار بالایی برخوردار است. بنا به اظهار

۱- بولتن روزانه بازرگانی، ۷۶/۶/۱۹.

۲- بولتن روزانه بازرگانی، ۷۷/۴/۲۲.

۳- جهان اقتصاد، ۷۷/۵/۲۸.

برای متنوع‌سازی و توسعه صادرات ایران به ایتالیا، همچنین جایگزین‌سازی محصولات ایتالیایی با بعضی از محصولات وارداتی از سایر کشورها وجود دارد.

## ۷- همکاری در چارچوب پیمان‌های منطقه‌ای

دو کشور ایران و ایتالیا، به موازات همکاری‌های دوجانبه اقتصادی، می‌توانند در چارچوب پیمان‌های منطقه‌ای که در آنها حضور دارند، نیز مشارکت داشته باشند.

ایتالیا یکی از اعضای مهم اتحادیه اروپایی محسوب می‌شود. اتفاقاً سنگ بنای اتحادیه مزبور با امضای معاهده‌ای مشهور به «معاهده رم» در سال ۱۹۵۷ مبنی بر تشکیل جامعه اقتصادی اروپا (EEC) گذاشته شد. از طرف دیگر کشور ایران نیز یکی از بنیان‌گذاران اکو و دارای نقش مهم در فعالیت‌های این سازمان می‌باشد.

زمینه‌های مختلفی برای همکاری‌های اقتصادی اتحادیه اروپایی و اکو که به ترتیب اولین و دومین پیمان‌های منطقه‌ای بزرگ جهان محسوب می‌شوند، وجود دارد که این دو کشور می‌توانند به عنوان حلقه‌های ارتباطی برای تحکیم و گسترش همکاری‌های دو پیمان مزبور عمل کنند.

مضافاً اینکه موقعیت جغرافیایی دو کشور، نقش مهمی برای آنها به منظور توسعه روابط تجاری اتحادیه اروپایی و اکو به وجود آورده است.

همجواری ایران با منطقه مهم اقتصادی آسیای مرکزی، همچنین موقعیت ایتالیا به عنوان پل ورود به بازار بزرگ ۳۵۶ میلیون نفری کشورهای اتحادیه اروپایی می‌تواند عامل مهمی برای توسعه روابط تجاری بین دو کشور تلقی گردد.

به منظور برقراری ارتباط بین این دو نهاد منطقه‌ای، در حال حاضر اقدامات اولیه صورت گرفته است، از جمله در اجلاس شورای وزیران اکو (۱۳۷۲) مقرر گردید که اسناد و اطلاعات لازم مربوط به اهداف و برنامه‌های آینده اکو برای اتحادیه اروپایی ارسال گردد تا پس از بررسی توسط اتحادیه مزبور، چارچوب همکاری‌ها مشخص گردد.

اتومبیل‌های اقتصادی را دنبال کرده است. کارخانجات فیات مستقر در شهر تورینو با چند هزار صنایع وابسته به آن دارای قدمت طولانی در این زمینه هستند.

کشور ما می‌تواند در زمینه تولید این نوع اتومبیل‌های اقتصادی با شرکت‌هایی همچون فیات مشارکت کند. طرف ایتالیایی نیز با توجه به رکود جهانی حاکم بر بازار خودروسازی، طبعاً تمایل زیادی در این زمینه نشان خواهد داد.<sup>۱</sup>

## ۶- تجارت خارجی

ایتالیا به عنوان یک کشور صنعتی در عرصه بازارهای جهانی (اعم از واردات و صادرات) حضور فعالی دارد. طبق گزارش اداره مبادلات بازرگانی ایتالیا، طی هفت ماه اول سال ۱۹۹۷، ارزش صادرات ایتالیا حدود ۱۲۰ میلیارد دلار و ارزش واردات آن حدود ۱۰۸ میلیارد دلار بوده است. طی دوره مشابه سال ۱۹۹۶، صادرات این کشور حدود ۱۱۷ میلیارد دلار و واردات آن حدود ۱۰۵ میلیارد دلار بوده است.

طی دوره هفت‌ماه اول سال ۱۹۹۷، مازاد تجاری ایتالیا با کشورهای خارج از اتحادیه اروپایی حدود ۸/۸ میلیارد دلار به نفع ایتالیا با کشورهای عضو این اتحادیه حدود ۱/۷ میلیارد دلار به ضرر این کشور بود.<sup>۲</sup>

کشور ایتالیا دارای سابقه طولانی روابط تجاری با جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. طبق آخرین آمار موجود، این کشور طی سال ۱۳۷۶ بالغ بر ۷۹۵ میلیون دلار کالا به ایران صادر کرده است که عمده‌ترین کالای وارداتی به ایران، توربین‌های گازی به ارزش بالغ بر ۳۴/۴ میلیون دلار و در رتبه بعدی دستگاه‌های تلفن به ارزش بالغ بر ۳۲/۹ میلیون دلار بوده است.

طی سال ۱۳۷۶ ایتالیا رتبه چهارم در فهرست عمده‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به ایران را به خود اختصاص داده است. کشور ما نیز طی سال ۱۳۷۶ بالغ بر ۲۷۵/۵ میلیون دلار کالا به ایتالیا صادر کرده است که فرش با ارزش ۹۴ میلیون دلار، عمده‌ترین کالای صادراتی ایران را تشکیل داده است. ایتالیا طی سال مزبور رتبه سوم در فهرست عمده‌ترین کشورهای واردکننده کالا به ایران را به خود اختصاص داده است.<sup>۳</sup>

اگرچه کشور ایتالیا در حال حاضر جایگاه خوبی در تجارت خارجی ایران دارد، لیکن به نظر می‌رسد فرصت‌های بیشتری

۱- پاکدامن، پیشین، ص ۲.

۲- بولتن روزانه بازرگانی، ۷۶/۷/۱۲.

۳- گمرک ایران، سالنامه آمار بازرگانی خارجی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۶ (واردات - صادرات)

وجود داشته باشد. مردم ایتالیا که به تعبیری با روحیات مردم حوزه دریای مدیترانه بیش از روحیات مردم اروپای شمالی مانوس هستند، در این زمینه مشترکات فرهنگی زیادی با کشور ما دارا هستند. ارتباطات تاریخی تمدن‌های روم و ایران، موجب گردیده است که مردم ایتالیا در مورد ایران کاملاً بی‌اطلاع نباشند. نظر به اینکه کشور ایتالیا به عنوان مرکز مذهبی اکثر مسیحیان جهان محسوب می‌گردد، اعتقادات مذهبی و معنوی مردم این کشور بیش از سایر کشورهای اروپای غربی است.

### ج - شاخص‌های سیاسی

عملکرد و سیاست خارجی دولت‌ها عامل تعیین‌کننده در برقراری روابط تجاری بین کشورها است. کشور ایتالیا طی چند دهه گذشته علی‌رغم تغییر پیاپی دولت‌ها در این کشور، از سیاست خارجی معتدلی پیروی کرده است.

شاید مشخصه‌های فرهنگی مردم این کشور تأثیر بسزایی در رویکرد خارجی دولت‌های مختلف این کشور داشته است. سیاست خارجی دولت ایتالیا در قبال کشور ما نیز تقریباً از مواضع معتدلی پیروی کرده است و اگرچه طی سال گذشته تحت تأثیر اقدامات بعضی از کشورهای اروپایی علیه کشور ما، دولت ایتالیا ناگزیر گردید در چارچوب تعهداتش در قبال اتحادیه اروپایی و اتحادیه اروپای غربی سطح روابط دیپلماتیک خود را با کشور ما کاهش دهد. لیکن همواره برای برقراری مجدد روابط در سطح عالی آماده بود، اولین دولت عضو اتحادیه اروپایی بود که در این رابطه اقدام کرد.

در مجموع، با توجه به نوسانات شدید در سیاست خارجی برخی از کشورهای اروپای شمالی در قبال جمهوری اسلامی ایران به نظر می‌رسد سیاست خارجی دولت ایتالیا در قبال کشور ما از استحکام بیشتری برخوردار باشد، و لذا با ارزیابی شاخص‌های فوق به نظر می‌رسد که ایتالیا بتواند به عنوان یک طرف اصلی تجاری برای کشور ما محسوب گردد.

مناقض آن، طی سال ۱۳۷۳ هیأتی از سوی دبیرخانه اکو برای مذاکره با مسؤولان اتحادیه اروپایی به بلژیک اعزام گردید. لیکن صرف‌نظر از این مذاکرات و تماس‌ها، به نظر نمی‌رسد اقدام اساسی برای توسعه همکاری تجاری بین این نهاد مهم بین‌المللی صورت گرفته باشد. در این چنین شرایطی، لازم است مقامات کشورهای ایران و ایتالیا ابتکار عملی برای تحرک بخشیدن به روند مذاکرات اتحادیه اروپایی و اکو صورت دهند.<sup>۱</sup>

### □ جمع‌بندی

انتخاب کشورهایی به عنوان طرف‌های اصلی تجاری به منظور برقراری روابط تجاری مستمر و گسترده، یکی از موضوعات مهمی است که خصوصاً در کشورهای دارای اقتصاد بیرون‌گرا، توسط دولت‌ها در تنظیم روابط خارجی به آن توجه می‌گردد. در این بررسی و گزینش، غالباً شاخص‌های مختلفی مورد توجه قرار می‌گیرد که این شاخص‌ها را می‌توان به سه گروه اصلی ذیل طبقه‌بندی کرد:

### الف - شاخص‌های اقتصادی

شاخص‌های اقتصادی از اصلی‌ترین و اساسی‌ترین شاخص‌ها در تعیین طرف تجاری محسوب می‌گردد. کشور ایتالیا به عنوان یک کشور صنعتی از توان اقتصادی و فنی خوبی برخوردار است. طی چند دهه گذشته با توجه به سطح پایین تورم دستمزد در این کشور نسبت به کشورهای اروپای شمالی و آمریکای شمالی، بسیاری از صنایع خارجی به این کشور جلب شده‌اند.

صنایع متنوع فعال در ایتالیا نه تنها قادر به تأمین بسیاری از نیازهای وارداتی کشور ما با جایگزینی بعضی دیگر از کشورهای غربی هستند، بلکه این صنایع خود، بازارهای بالقوه صادراتی نیز برای برخی مواد اولیه و خام کشور ما به وجود آوردند.

مضافاً اینکه جمعیت زیاد این کشور با توجه به الگوی مصرف آن، بازار بالقوه بزرگی برای بسیاری از کالاهای مصرفی صادراتی ایران محسوب می‌گردند. محصولات ایرانی می‌توانند با بسیاری از محصولات مصرفی کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا در بازار ایتالیا رقابت کنند.

### ب - شاخص‌های فرهنگی

به منظور برقراری روابط تجاری مستمر و گسترده بین ملت‌های دو کشور، لازم است زمینه‌های مساعد فرهنگی نیز

۱- رضا پاکدامن، سازمان همکاری‌های اقتصادی (اکو)، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۴، ص ۵۴.