

امکانات توسعه صادرات به شیخ نشینهای خلیج فارس

(قسمت چهارم)

گزارشی که آخرین قسمت آن از نظر میگذرد ، گزارش گروه تحقیق اقتصاد بین الملل مرکز مطالعات عالی بین المللی است که در نیمه دوم سال ۱۳۴۷ کار تحقیق آن آغاز گردید و در نیمه اول سال ۱۳۴۹ نتیجه تحقیق آن آماده انتشار شد . قسمتهای اول ، دوم و سوم این گزارش به ترتیب در شماره های اول ، سوم و پنجم این نشریه منتشر شده است و آخرین قسمت آن که مشتمل بر خلاصه گزارش و اظهار نظر این گروه است در این شماره منعکس گردیده است .

در تدوین گزارش صرفنظر از تحقیقاتیکه این گروه در زمینه اقتصاد صنعتی کشور بمنظور شناخت مکانیسم جریان عرضه و تقاضای محصولات این بخش ونیز تحول آتی آن جهت تعیین قدرت تولید واحدهای صنعتی کشور در زمان انجام داده است ازداده های آماری سازمانهای آماری بین المللی بویژه سازمانهای آماری سازمان ملل متحد در سالهای ۶۸ - ۱۹۶۱ و اطلاعات آماری واحدهای آماری داخلی در سالهای ۴۷ - ۱۳۴۱ بمنظور تعیین ظرفیت جذب بازارهای داخلی و قدرت جذب بازارهای شیخ نشینهای خلیج فارس استفاده شده است . آمارهائیکه در سالهای بعد منتشر گردید بوضوح نشان داد که بسیاری از نتایج پیش بینیهای این گروه به حقیقت نزدیک گردیده است .

سرپرست تحقیق دکتر اسداله نصراصفهانی

محققان محمود نیلفروشان شهشهانی

محمد منشی زاده تهرانی

خلاصه و اظهار نظر

۱- شیخ نشینهای خلیج فارس به ترتیب از غرب بشرق عبارتند از: کویت، قطر، ابوظبی، شارجه، عمان، ام القوین، راس الخیمه، مخیره، مسقط عمان که وسعت آنها معادل ۲۷ هزار کیلومتر مربع است. جمعیت این شیخ نشینها، در سال ۱۹۶۸ معادل ۱۵۰۰۰۰۰ نفر تخمین زده شده است.

۲- جمعیت این شیخ نشینها، پس از کشف نفت و استخراج آن بعلت مهاجرت گروههای ایرانی، هندی، پاکستانی و گروههای وسیعی از مردم کشورهای عربی همجوار بسرعت افزایش یافت و از حدود ۳۰۰۰۰۰ نفر در سال ۱۹۳۰ بحدود ۱۵۰۰۰۰۰ نفر در سال ۱۹۶۸ بالغ گردید.

۳- جمعیت این شیخ نشینها جمعیتی است جوان.

۴- زبان رسمی مردم این شیخ نشینها عربی است و زبان انگلیسی بعنوان زبان دوم در کلیه مدارس تدریس گردیده و زبان انگلیسی بعنوان زبان دیپلماتیک در روابط خارجی این شیخ نشینها با کشورهای غیر عربی زبان پذیرفته شده است.

۵- تا قبل از کشف نفت اقتصاد بسته و وابسته بدریا بود، لیکن از سال ۱۹۳۰ که عامل نفت در اقتصاد این شیخ نشینها نمایان گردید بتدریج اقتصاد آنها بسمت اقتصادهای باز تحول یافت و حکام این شیخ نشینها با اجرای برنامه‌هایی جهت افزایش واردات بمنظور تامین نیازهای مردم این مناطق و اجرای برنامه‌های عمرانی اقدام نمودند و از درآمد سرشار نفت هم بعنوان پشتوانه‌ئی مطمئن جهت تامین منابع ارزی واردات استفاده کردند.

۶- فعالیتهای کشاورزی در این شیخ نشینها بعلت مساعد نبودن عوامل

طبیعی بسیار محدود است بطوریکه تقریباً تمام مواد غذایی و محصولات کشاورزی مورد نیاز مردم این مناطق از خارج وارد میگردد.

۷- فعالیت اصلی مردم این شیخ نشینها در بخش نفت و تجارت خارجی متمرکز گردیده است. صرفنظر از فعالیتهائیکه در زمینه صنعت نفت و صنایع وابسته بدان در این مناطق صورت میگیرد فعالیتهائی هم در زمینه صنایع دریائی در این شیخ نشینها بچشم میخورد.

۸- در این شیخ نشینها غیر از نفت، منابع طبیعی دیگری وجود ندارد. بعلاوه ناکفائی فعالیتهای صنعتی در این مناطق و نامساعد بودن شرایط اقلیمی، تولیدات صنعتی و محصولات کشاورزی در این شیخ نشینها در سطح بسیار نازلی قرار گرفته بطوریکه مردم این مناطق بمنظور تامین نیازهای مصرفی خود بشدت بازارهای خارجی وابسته اند و از این نظر برای کلیه تولید کنندگان جهان وضعی مقبول و ایده آل دارند.

۹- بازار این شیخ نشینها، بازار است بالقوه مناسب و مساعد جهت جذب کالاهای سنتی و صنعتی ایران.

۱- هر چند با توجه به عدم تعادل موجود بین جریان عرضه و تقاضای گوشت در داخل کشور و کمبود نسبی مواد لبنی پيش بینی امکان صدور انواع فراورده های داسی بدین شیخ نشینها در آینده نزدیک بعید بنظر میرسد لیکن از آنجائیکه این شیخ نشینها بطور طبیعی در بازار اقتصادی ایران قرار گرفته و فاقد امکاناتی مساعد جهت پرورش دام میباشد میتوانند بالقوه جذب کننده انواع فراورده های داسی صادراتی ایران باشند

۱۱- کیفیت انواع صیفی جات، سبزیجات، میوه جات، غلات، حبوبات صادراتی ایران بشیخ نشینهای خلیج فارس در حد بسیار نازلی قرار گرفته است. با

توجه باینکه مردم این شیخ نشینها - بویژه کویته ها - باتکاء درآمد‌های سرشار خود همواره طالب مواد غذایی با کیفیت عالی بوده‌اند ، اگر به کیفیت مواد غذایی صادراتی ایران بدین شیخ نشینها توجه نگردد ، بسته بندی آنها مورد تجدید نظر قرار نگیرد و روشهای حمل بهبود نپذیرد بسیار بعید بنظر میرسد که درسالهای آتی صادرکنندگان مواد غذایی بتوانند موقعیت فعلی خود را در بازارهای رو بگسترش این شیخ نشینها حفظ نمایند .

۱۲- باتوجه بقیمت تمام شده روغنهای نباتی هیدروژنه در داخل کشور و با در نظر گرفتن سیاست صادراتی دولت در مورد روغنهای نباتی هیدروژنه و نیز توجه به سطح قیمت‌های جهانی این کالا و در نظر گرفتن قیمت آن در بازارهای خلیج ، بهسولت مشخص میگردد که واحدهای تولید کننده روغنهای نباتی هیدروژنه کشور نباید به بازارهای داخلی اکتفاء نمایند و همواره باید بدین نکته توجه نمایند که بازارهای داخلی معمولاً عامل محدود کننده‌ای است که اگر بایرون نگری توأم نگردد هیچگاه موجبات افزایش سریع حجم تولید را برای رسیدن به مقیاسهای جهانی فراهم نخواهد ساخت . باتوجه بدین امر صاحبان صنایع روغن نباتی هیدروژنه کشور باید باکاستن از خاشیه سود خود فعالانه در بازار اشباع نشده و رو بگسترش این شیخ نشینها وارد گردند .

۱۳- همزمان با توسعه سریع ظرفیت تولیدی واحدهای بیسکویت ، آبنبات و شکلات سازی در ایران بازارهای داخلی این محصولات بحد اشباع خود نزدیک گردید و صاحبان این صنایع که باحداشباع بازارهای داخلی مواجه شدند ، اقداماتی در جهت بازار یابی در شیخ نشینهای خلیج فارس بعمل آوردند و فعالانه در این بازارها وارد شدند . با توجه بامکانات تولیدی واحدهای بیسکویت ، آبنبات و شکلات سازی کشور و نیز با توجه به قیمت تمام شده این محصولات در داخل کشور و

در نظر گرفتن حجم واردات بیسکویت و آبنبات و شکلات این شیخ نشینها از جهان و ایران میتوان پیش بینی نمود که اگر واحدهای داخلی به کیفیت محصول توجه کنند و از قیمت های صادراتی این محصولات بکاهند و مهمتر از همه به بسته بندی این محصولات توجه نمایند و بتوانند به روند صعودی صادرات خود بدین شیخ نشینها ادامه دهند.

۱۴- بعلت بالا بودن هزینه انواع کنسروها ، کمپوتها ، مرباها و آب میوهها در ایران که خود متأثر از ظرفیت محدود واحدهای تولیدی این کالاها و نیز بالا بودن قیمت خرید مواد اولیه آنها است ، صاحبان این واحدها نتوانسته اند بعرضه موفقیت آمیز محصولات خود در بازارهای خلیج فارس بپردازند. باتوجه بدین مسائل و در نظر گرفتن اختلاف بسیار قیمت های فروش این کالاها در بازارها داخل و خارج و نیز در نظر گرفتن ظرفیت اشباع نشده بازارهای داخلی ، تمایل صاحبان این صنایع بصدور این محصولات ببازارهای خلیج مشكوك بنظر رسیده و توفیق آنها در آن بازارها محتمل بنظر نمیرسد.

۱۵- باتوجه به مطلوب نبودن کیفیت توتون سیگارتهای ایرانی ، جالب نبودن بسته بندی و مهمتر از همه بالا بودن قیمت صادراتی این سیگارتهای درمقایسه با سیگارتهای خارجی متداول در بازارهای خلیج ، بنظر نمیرسد که توفیقی بیش از آنچه حاصل است در اجرای سیاست صدور سیگارتهای ایرانی بدین بازارها تحصیل گردد.

۱۶- باتوجه به ناکفائی تولید داخلی انواع داروهای درمائی و رنگهای شیمیائی نسبت به تقاضای روز افزون آنها و با در نظر گرفتن برنامه آنی و آتی واحد های تولیدی این کالاها و نیز توجه به تفاوت معنی دار قیمت تمام شده این محصولات در ایران و قیمت های صادراتی محصولات مشابه خارجی در بازارهای شیخ نشینهای

خلیج فارس ، بنظر نمیرسد که تولید کنندگان داخلی این کالاها بتوانند مستقیماً در آینده‌ای نزدیک فعالانه بدین بازارها راه یابند ، مضافاً اینکه در بازار این کالاها حساسیت مصرف کنندگان نسبت بکشور سازنده کالاها ، عامل تعیین کننده تقاضا است .

۱۷- گلاب ایران در شیخ نشینهای خلیج فارس بازار مطلوبی داشته که بدان توجه نشده است . این بازار با اندک توجهی به نحوه عرضه گلاب ایران میتواند به اختیار صادر کنندگان ایرانی این کالا درآید .

۱۸- شیخ نشینهای خلیج فارس باید کانونی جهت جذب انواع محصولات بهداشتی ایران گردد . زیرا ظرفیت تولیدی واحدهای سازنده این محصولات در حدی فراتر از ظرفیت جذب فعلی و آتی بازارهای داخلی قرار گرفته و قیمت تمام شده آنها در حدیست که امکانات بالقوه مساعدی جهت ورود صاحبان این صنایع بیابازار رقابت پذیر خلیج فارس فراهم ساخته است .

۱۹- تولید کنندگان پودرهای رختشوئی در ایران باید بازارهای شیخ نشینهای خلیج فارس را تصاحب نمایند ، زیرا صرفنظر از عوامل دوگانه امکانات تولیدی و قیمت تمام شده آنها که هر دو موید قدرت رقابت محصولات آنها در بازارهای خلیج است ، این واحدها از مزایای نزدیکی راه برخوردارند . این عاملیست که با توجه به نسبت وزن و حجم این کالاها ، بر قدرت رقابت آنها در بازارهای خلیج میافزاید و از حدود قدرت رقابت محصولات خارجی میکاهد .

۲۰- ظرفیت بازار شیخ نشینهای خلیج فارس در مورد جذب مصنوعات چرمی با توجه به جمعیت آنها بسیار محدود است با توجه بدین عامل و در نظر گرفتن کیفیت مصنوعات چرمی ایران ، امکانات توفیق در تحصیل بخشی از این بازار بسیار بعید بنظر میرسد .

۲۱- ظرفیت تولیدی واحدهای سازنده لوله‌های آمبیانتی، چدنی و گالوانیزه در ایران در حدی فزونیتر از ظرفیت جذب بازارهای داخلی است، این عامل به‌مراه مزیت حاصل از مطلوب بودن قیمت تمام شده این کالاها در کارخانجات داخلی و نیز مزایای حاصل از نزدیکی راه کانونهای تولید در ایران و مراکز مصرف در شیخ نشینهای خلیج فارس موجبات صدور موفقیت آمیز این کالاها را به بازارهای خلیج فراهم ساخته است. با توجه بدین عوامل مساعد و طبیعی است که علل گرایشهای آتی صادرات این کالاها را باید معلول عواملی از جمله ضریب فعالیت صاحبان این صنایع در بازارهای خلیج فارس دانست.

۲۲- تولید کنندگان سنگهای ساختمانی و آجرهای ماشینی در ایران بالقوه قادرند بازار سنگهای ساختمانی و آجرهای ماشینی در شیخ نشینهای خلیج فارس را با انحصار خود در آورند. برای نیل بدین هدف باید از حاشیه سود آبی خود بکاهند، به کیفیت عرضه محصولات خویش بیافزایند و مهمتر از همه در نحوه بسته‌بندی این سنگها بمنظور سالم رسیدن آنها به مراکز مصرف در شیخ نشینهای خلیج فارس تجدید نظر نمایند.

۲۳- تفاوت فاحش موجود بین سطح قیمتهای داخلی و خارجی سیمان و نیز بازار اشباع نشده داخلی موجب گردیده که صاحبان این صنایع نفع آبی را به سود آبی ترجیح دهند و از تحرك خود در بازارهای خلیج بکاهند و به وضع انحصاری خود در بازارهای فروش توزیع شده در گروه خود در سطح ملی اکتفاء نمایند و خود را از هرگونه التزام به رقابت و تحرك در بازارهای خلیج بدور دارند. رفتار صاحبان این صنایع بدینگونه در درازمدت برای خود آنان و نیز برای اقتصاد ملی خالی از خلل نیست. کشورهای همجوار از این عدم تحرك بیدرنگ بهره‌گرفتند و طبیعی‌ترین بازار صادراتی ایران را تصاحب نمودند. تداوم رفتار صاحبان این صنایع بگونه گذشته به از دست رفتن کامل این بازارها میانجامد. صاحبان صنایع سیمان

کشور با عطف توجه بمزایای یک بازار فروش خارجی و در نظر گرفتن برنامه‌های توسعه و تأسیس خود باید به بازار داخلی اکتفاء نموده و بطرح سیاست صادراتی بپردازند و در این طریق باید بازارهای خلیج بعنوان بازارهای گسترده در شعاع اقتصادی مراکز عمده تولید سیمان در ایران بنگرند

۲۴- ظرفیت تولیدی صنایع چوب کشور سشتمل بر واحدهای فیبر، سه لائی نئوبان و فورمیکا در حدیست که اسکانات صدور این محصولات را فراهم آورده است. قیمت تمام شده این محصولات بعلت وفور عوامل تولید آن در داخل کشور در سطحی است که اسکان رقابت با محصولات مشابه خارجی را در بازارهای خلیج برای صاحبان صنایع چوب مهیا ساخته است. از این نظر است که اگر صاحبان این صنایع با اقداماتی در زمینه معرفی محصولات خود در بازارهای خلیج فارس بپردازند سهولت قادرند از ظرفیت اشباع نشده این بازار بهره گیرند و بخشی از تقاضا را تأمین نمایند.

۲۵- تنها دلیلی که در مقام علل عدم صدور مبلمان ایران ب بازارهای خلیج میتوان اقامه نمود اینستکه تولیدکنندگان مبیل و وسائل مشابه در ایران اصولاً توجهی بدین بازار نداشته اند، در صورتیکه با اقداماتی بمنظور معرفی این محصولات میتوانند به بهترین نحوی از فرصتهای موجود در بازارهای غنی و رو بتوسعه خلیج استفاده نمایند.

۲۶- محدود بودن ظرفیت تولیدی صنایع نساجی در داخل کشور، بالا بودن قیمت تمام شده منسوجات نخی، ابریشمی، کتفی و بویژه پشمی واحدهای تولیدی کشور نسبت بقیمتهای صادراتی محصولات مشابه خارجی در کیفیت های یکسان، پائین بودن کیفیت منسوجات ایرانی نسبت بانواع مشابه خارجی و مهمتر از همه وجود بازار اشباع نشده داخلی که متأثر از نیروهای حمایتی گردیده موجب شده

است که امکانات صدور انواع منسوجات داخلی بازارهای خلیج تردید آمیز نماید.

۲۷- تولید کنندگان منسوجات کشفای ایران با اقداماتی که برای بهبود کیفیت محصول خود بعمل آورده اند، با گذشتن از حاشیه سود و بعثت رقابت شدید در بازارهای داخلی که خود متاثر از اشباع نسبی ظرفیت جذب بازارهای داخلی است، توانسته اند بعرضه موفقیت آمیز محصولات خود بازارهای شیخ نشینهای خلیج فارس بپردازند. با توجه باهنگ رشد تولید مصنوعات کشفای در ایران و امکانات بالقوه مساعدی که در جهت صدور این مصنوعات فراهم گردیده بهسولت میتوان پیش بینی نمود که صادرات کشفای ایران بازارهای خلیج در سالهای آتی هم در مسیری صعودی ادامه یابد.

۲۸- توجه صاحبان صنایع کفش ماشینی ایران بازارهای داخلی مانع از آن گردیده که این واحدها بازارهای خلیج توجه نمایند. در صورتیکه تفاوت قیمت تمام شده این کفشها و قیمتهای مشابه خارجی در حدیست که صاحبان صنایع کفش ماشینی ایران با اندک توجهی به اسر بازاریابی در خلیج قادرند بخشی از تقاضای مردم این شیخ نشینها را بپوشانند.

۲۹- در گروه صنایع اتومبیل سازی باید به امکانات توسعه صادرات اتوبوس در بازارهای خلیج اندیشید زیرا سهم مزد در قیمت تمام شده اتوبوس در گروه این صنایع بالا بوده و تفاوت سطح دستمزد در ایران و سایر کشورهای صادر کننده اتوبوس بشیخ نشینهای خلیج فارس در حدیست که امکانات بالقوه مساعدی در جهت صادرات انواع اتوبوسهای شهری و بیابانی ایرانی بدین بازارها فراهم آورده است.

۳- وجود بازار انحصاری و حمایت شده داخلی که تقاضایش برای بسیاری از کالاهای تولیدی داخلی زوبگسترش بوده و هنوز یحد اشباع خود نزدیک نشده.

بالا بودن قیمت تمام شده محصولات داخلی بعلت وجود عواملی متأثر از نوبنیاد بودن بنیانهای صنعتی کشور، پائین بودن کارائی سرمایه کار و مدیریت، ضعف تکنیک‌های مورد استفاده و بالاخره دامپینگ صادراتی کشورهای خارجی در بازارهای جنوب، عواملیست که مانع از توسعه صادرات ایران بشیخ نشینهای خلیج فارس گردیده است. بازار داخلی با همه وسعت خود بالنفسه عامل محدود کننده ظرفیت تولیدی صنایع داخلی است و محدودیت ظرفیت تولیدی این صنایع از مهمترین عوامل بالا بودن قیمت تمام شده محصولات داخلی در مقام قیاس با محصولات مشابه خارجی است. از این نظر اگر سیاست صنعتی کشور با برون نگری همراه نگردد و اهدافش بمرزهای داخلی محدود گردد، خواه ناخواه امکانات صادراتی صنایع داخلی تضعیف میگردد مضافاً اینکه بازارهای خارجی بهترین آزمایشگاههای کالا های صنعتی میباشدند که ضریب موفقیت کالاهای داخلی در آن بازارها مسلماً میتواند مبین درجه موفقیت سیاست صنعتی کشور باشد. با اعتقاد بدین اصل است که ما مصرانه پیشنهاد میکنیم که سیاست صنعتی و حمایتی کشور زیر اساس احیای صنایع صادراتی بنیان گذارده گردد و مسلماً در آن صورت توفیق ما در بازارهای خارجی مشهودتر خواهد گردید آن زمان مسلماً صاحبان صنایع داخلی قادرند سهم بیشتری از تقاضای رو با افزایش مردم شیخ نشینهای خلیج فارس را تأمین نمایند.

۳۱- صرفنظر از سیاست صادراتی کشور، بنظر ما در تعیین خط مشی سیاست اقتصادی ایران در برابر شیخ نشینهای خلیج فارس در مفهوم وسیع آن باید بمواردی چند بشرح زیر دقیقاً توجه نمود.

۳۲- باید امکانات جلب سرمایه‌های فراوان توده‌های کم شماره و پر ثروت مردم شیخ نشینهای خلیج فارس مطالعه گردد. این گروه با توجه به محیط دوستی و حسن همجواری موجود بین ایران و شیخ نشینهای خلیج فارس و یا اطمینان به ثبات داخلی ایران مایلند که از فرصتهای سرمایه گذاری در ایران بهره گیرند.

- ۳۳- بخش خدمات ایران در بازارهای جنوب باید از حالت رکود و سکون فعلی خارج گردد ، تحرك پذيرد و تحول يابد . اين بخش بايد مسئوليتهاي بيشتري در اين بازارها بعهده گيرد و از فرصتهای مناسب موجود بدرستی بهره مند گردد .
- ۳۴- جاذبه های توریسم ایران و موقعیتهای توریستی کشور باید بتوده مردم شیخ نشینهای خلیج فارس شناسانده شود و امکاناتی در جهت تسهیل مسافرت مردم این مناطق به ایران فراهم گردد .
- ۳۵- ناوگان تجارتي ایران در آبهای جنوب بمنظور تسريع جریان حمل و نقل کالا بين ایران و شیخ نشینهای خلیج فارس و تأمین امنیت نقل و انتقال کالا در این منطقه باید تقویت گردد .