

Challenges of Iranian non-oil Exports; with Emphasis on the Markets of Neighborhood Countries

Aziz Ahmadzadeh^{*}, Hamid Naseri^{}**

Ali Sarkhosh-Sara^{*}**

Abstract

An important factor in achieving sustainable economic growth and development is the promotion of exports, which is the most important goal in foreign trade policies. This study aims to analyze the current situation in order to increase the share of exported items in the neighboring countries' markets. To this end, in addition to doing a document-based review of previous studies, semi-structured interviews were conducted to collect field data. The data were then analyzed using the qualitative content analysis method and bottom-up coding using MaxQDA. The results of the study showed that the country's export problems originate from the style of economic governance and the turbulent political relations with rich countries and also from the sanctions imposed on the country. In addition, the inefficient structure of the country's bureaucracy and the lack of a powerful centralized superordinate authority to facilitate the country's production and export have been the most important sources of continuing harm in this area. Therefore, in addition to the need to develop and implement a long-term, coherent macro-strategy for production and export as a superordinate document dominating other laws, it is necessary to have a unique and powerful sovereign authority in the country

^{*} Assistant Prof, Insurance Research Center, Tehran, Iran (Corresponding Author), ahmadzadeh@irc.ac.ir

^{**} M.Sc. in Economics from University of Shiraz, Economic Researcher, Hamidnaseri1990@gmail.com

^{***} Ph.D in Economic, Lecturer of University of Kurdistan and Head of Risk Department of Omid

Entrepreneurship Fund, Tehran, Iran, Alisarkhosh1988@gmail.com

Date received: 11/06/2022, Date of acceptance: 10/12/2022



which has undisputed power to remove obstacles and ensure the fulfillment of export goals.

Keywords: Export challenges, Quantitative content analysis method, Semi structured interviews

JEL Classification: F14, F51, C83.



چالش‌های صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر بازار کشورهای همسایه

عزیز احمدزاده*

حمید ناصری**، علی سرخوش سرا***

چکیده

یک عامل مهم در دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی پایدار، ارتقای صادرات است که مهم‌ترین هدف از سیاست‌گذاری در بخش تجارت خارجی را نیز تشکیل می‌دهد. هدف این پژوهش تحلیل وضع موجود در راستای افزایش سهم اقلام صادراتی ایران در بازارهای کشورهای همسایه است. برای این منظور، ضمن مرور اسنادی مطالعات پیشین، از مصاحبه نیمه ساختاریافته برای گردآوری داده‌های میدانی استفاده شده است. سپس داده‌ها با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی و کدگذاری پایین به بالا با استفاده از مکس کیودی‌ای تحلیل شدند. نتایج مطالعه نشان داد که مشکلات صادرات کشور، از سبک حکمرانی اقتصادی و روابط متلاطم سیاسی با کشورهای ثروتمند، و تحریم‌های تحمیل شده به کشور سرچشمه می‌گیرد. به‌علاوه، ساختار ناکارا بوروکراسی کشور و فقدان یک متولی بالادستی متمرکز و قدرتمند برای تسهیل تولید و صادرات کشور، مهم‌ترین منشأ تداوم آسیب‌ها در این زمینه بوده است. لذا در کنار لزوم تدوین و اجرای یک استراتژی کلان بلندمدت و منسجم تولیدی و صادراتی به‌عنوان سند بالادستی و مقدم بر سایر قوانین، لازم است یک متولی واحد و قدرتمند حاکمیتی در کشور وجود داشته باشد که بتواند موانع را برطرف نماید و از تحقق اهداف صادراتی اطمینان حاصل نماید.

* استادیار اقتصاد، پژوهشکده بیمه، تهران، ایران (نویسنده مسئول)، ahmadzadeh@irc.ac.ir

** کارشناس ارشد اقتصاد، دانشگاه شیراز، پژوهش‌گر اقتصادی، Hamidnaseri1990@gmail.com

*** دکتری اقتصاد، مدرس همکار دانشگاه کردستان، رئیس دایره ریسک صندوق کارآفرینی امید، تهران، ایران،

Alisarkhosh1988@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۲۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۱۹



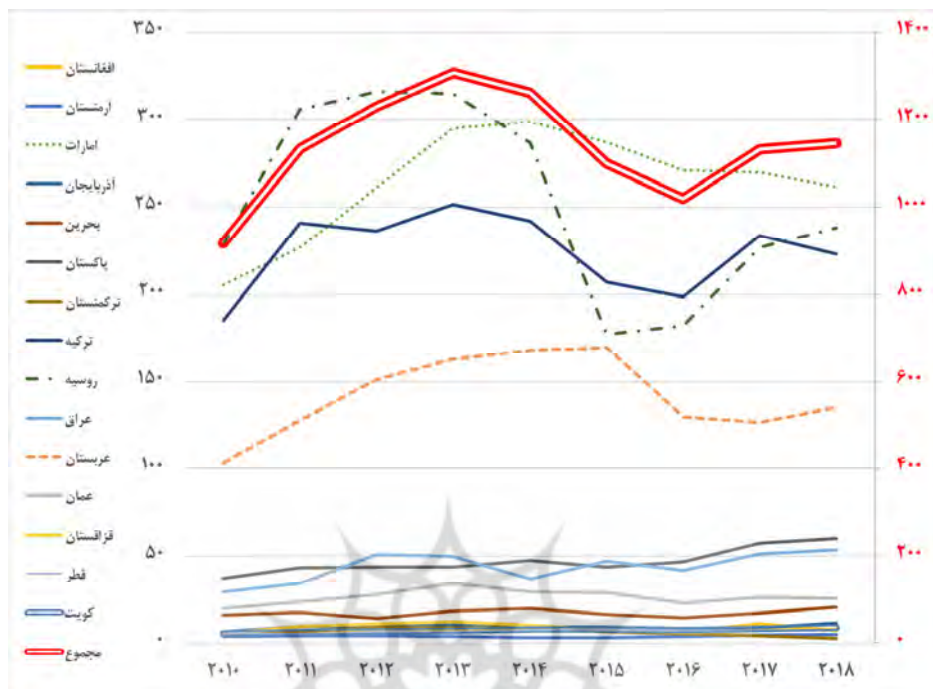
کلیدواژه‌ها: چالش‌های صادرات، روش تحلیل محتوای کیفی، مصاحبه نیمه ساختاریافته.

طبقه‌بندی JEL: C83، F51، F14

۱. مقدمه

تأثیر تجارت و خصوصاً خالص تراز تجاری بر توسعه اقتصادی، همواره در کانون مباحث اقتصادی بوده است. در نیمه اول قرن بیستم، راهبرد جایگزینی واردات به‌عنوان نقشه‌راهی جهت مثبت شدن تراز تجاری مدنظر قرار گرفت، اما با توجه به کاستی‌های این راهبرد (از جمله اتکای آن به بازار محدود داخلی و افت بهره‌وری به خاطر وابسته شدن بنگاه‌ها به حمایت‌های فضای غیررقابتی)، در نیمه دوم قرن بیستم این راهبرد جای خود را به راهبرد توسعه صادرات داد. راهبردی که برون‌گرا بوده و باعث رشد اقتصادهای نوظهوری چون بره‌های جنوب شرق آسیا شد و کارایی آن در عمل به اثبات رسید. براین مبنای، اگرچه در دوران پس از جنگ تحمیلی راهبرد توسعه صادرات در صدر برنامه‌های توسعه کشور قرار گرفت، اما نهادینه شدن تفکر جایگزینی واردات در ذهن مدیران اقتصادی کشور، در کنار عادت به درآمدهای نفتی و اولویت داشتن دیدگاه ایدئولوژیک بر منافع اقتصادی در روابط بین‌الملل باعث شد که در عمل موفقیت موردانتظار از این راهبرد در ایران حاصل نشود. پس از تشدید تقابل ایران و آمریکا در دولت آقای احمدی‌نژاد و روند تشدید شونده تحریم‌های آمریکا، فرصت‌های موجود برای توسعه صادرات ایران روزبه‌روز محدودتر شده و سبب افزایش تمرکز اقلام و مقاصد صادراتی ایران شد که به‌نوبه خود، تحریم‌پذیری صادرات کشور را افزایش می‌دهد. لذا با توجه به ادبیات مدل جاذبه در تجارت بین‌الملل، تمرکز بر صادرات به همسایگان، می‌تواند به‌عنوان مفهومی برای توسعه صادرات کشور مدنظر قرار گیرد.

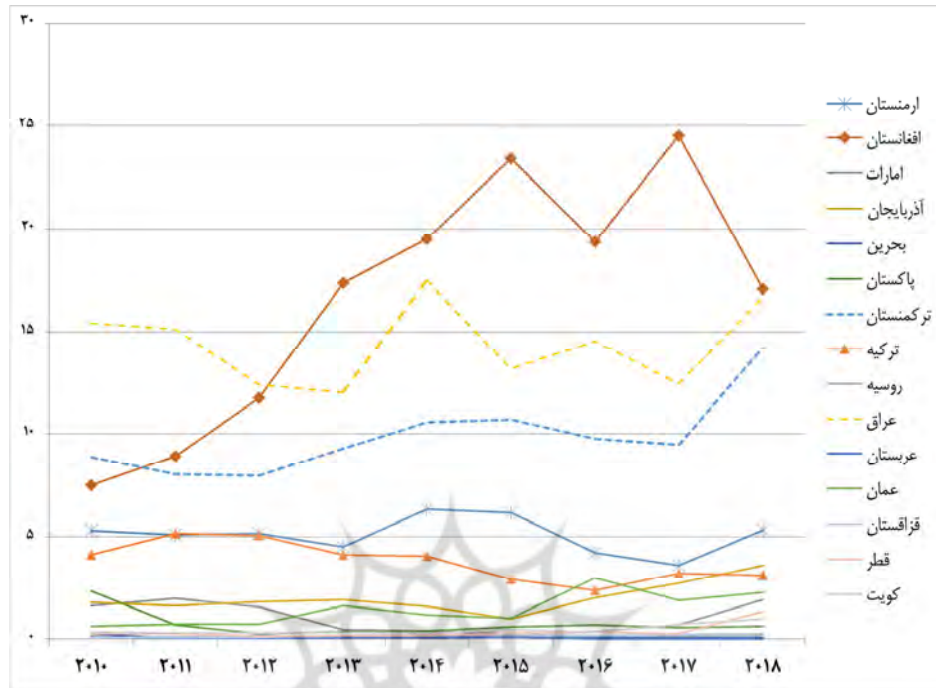
چالش‌های صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر بازار ... (عزیز احمدزاده و دیگران) ۴۳



شکل ۱. کل واردات کشورهای همسایه (میلیارد دلار)
 توجه: محور سمت راست، مربوط به مجموع واردات می‌باشد
 که با رنگ قرمز از سایر نمودارها منفک شده است.

منبع: <http://www.intracen.org>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۲. سهم ایران از واردات هر یک از کشورهای همسایه (درصد)

منبع: <http://www.intracen.org>

ایران با داشتن مرز خاکی یا آبی با ۱۵ کشور، دومین کشور دنیا از نظر تعداد همسایگان است. مجموع این ۱۵ کشور، با جمعیتی بالغ بر ۶۰۰ میلیون نفر، دارای بازاری وارداتی به میزان ۱۱۴۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ بوده‌اند که سهم ایران از این بازار کمتر از یک و نیم درصد (۱.۴۶ درصد معادل ۱۶.۷ میلیارد دلار) بوده است. جالب آنکه ایران حداقل در پنج کشور مهم همسایه^۱، در پنج سال منتهی به ۲۰۱۸ جزو بیست صادرکننده اول به آن کشورها نبوده است.^۲ طبق شکل ۱، کشورهای امارات، روسیه، ترکیه و عربستان، بزرگ‌ترین واردکننده‌های همسایه در دهه اخیر بوده‌اند که به‌تنهایی بیش از ۷۵ درصد واردات همسایگان ایران را به خود اختصاص داده‌اند. در مقابل، طبق شکل ۲ سهم ایران از واردات کشورهای مذکور بسیار ناچیز است. به‌نحوی که میانگین حسابی^۳ سهم ایران از واردات این چهار کشور، (به‌جز سال ۲۰۱۱) همواره کمتر از ۱.۵ درصد بوده است. در سال ۲۰۱۸، بیشترین سهم ایران از واردات کشورهای همسایه، مربوط به کشورهای افغانستان (۱۷.۰۷٪)^۴، ترکمنستان (۱۴.۲۷٪) و ارمنستان (۵.۵۵٪)

چالش‌های صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر بازار ... (عزیز احمدزاده و دیگران) ۴۵

بوده است.^۵ حال آنکه مجموع واردات کشورهای مذکور، حدود ۶۸.۷۵ میلیارد دلار (در سال ۲۰۱۸) بوده است که رقم کوچکی محسوب می‌شود و نشان‌دهنده کوچک بودن اقتصاد و تجارت کشورهای مذکور است. از این رو مشاهده می‌شود که ایران نتوانسته سهم مناسبی از بازارهای بزرگ صادراتی کشورهای همسایه خود به دست بیاورد و عملاً فرصت‌های موجود، جهت صادرات به بازارهای بزرگ کشورهای همسایه را از دست داده است. ایران تنها توانسته است در آن دسته از کشورهای همسایه (عراق و افغانستان) که به دلیل درگیر بودن در جنگ‌های فرساینده مجبور هستند همه نوع نیاز خود را از طریق واردات تأمین کنند به موفقیت نسبی در حوزه صادرات دست یابد و یا کشورهایی که به دلیل محصور بودن در خشکی (ارمنستان و افغانستان) محدودیت بیشتری برای انتخاب شرکای تجاری داشته‌اند.

با توجه به آنچه بیان شد، این سؤال پیش می‌آید که مشکلات و موانع افزایش صادرات به بازار کشورهای همسایه چه بوده است؟ به‌عنوان سؤال فرعی، راهکارهای اجرایی افزایش صادرات به همسایگان نیز مدنظر خواهد بود. در راستای یافتن پاسخ این سؤالات، در این مطالعه سعی شده است با استفاده از روش میدانی مهم‌ترین چالش‌ها و راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی ایران به کشورهای همسایه مورد ارزیابی و تحلیل قرار گیرد. لذا ادامه این مطالعه به این ترتیب سازمان‌دهی شده است: ابتدا ادبیات موضوع مرور شده و سپس در بخش سوم به روش پژوهش پرداخته شده است. در بخش چهارم نتایج پژوهش گزارش شده و در نهایت، بخش آخر به بحث و جمع‌بندی و پیشنهادهای سیاستی اختصاص یافته است.

۲. ادبیات نظری و تجربی

یکی از ویژگی‌های اصلی اقتصاد جهانی رقابت روزافزون کشورها برای یافتن بازارهای جدید بوده و برخلاف استراتژی جایگزینی واردات، طرفداران استراتژی توسعه صادرات معتقدند که کشورهای در حال توسعه تا آنجا که امکان دارد باید درآمد صادراتی خود را افزایش داده و از محل آن اقدام به سرمایه‌گذاری و مصرف نمایند. مدل‌های تجارت بین‌الملل تأکید بر تأثیرگذاری متغیرهای جغرافیایی و جمعیتی بر میزان تجارت دوجانبه بین کشورها دارد. یکی از نظریه‌های شناخته‌شده حوزه تجارت، مدل جاذبه است که رابطه همسایگی و اندازه اقتصاد دو کشور را به‌عنوان عاملی معنی‌دار در تعیین سطح تجارت دو کشور معرفی می‌کند. تین‌برگن (Tinbergen) در سال ۱۹۶۲ برای نخستین بار مدل جاذبه را برای توضیح جریان‌های تجاری دوجانبه به کار برد. این مدل برگرفته از قانون جاذبه نیوتن است. در مدل جاذبه استفاده شده در

اقتصاد، نقش و وضعیت اقتصادی دو منطقه و فاصله جغرافیایی آن‌ها بررسی می‌شود. در ساده‌ترین حالت وقتی که هیچ مانع و تشویقی وجود ندارد، جریان‌های تجاری دوجانبه به صورت تابعی مستقیم از تولید ناخالص داخلی و تابعی معکوس از فاصله جغرافیایی بین دو کشور در نظر گرفته می‌شود. در بعضی از مطالعات از مدل جاذبه تعمیم‌یافته (Generalized Gravity Model) استفاده می‌شود که دربرگیرنده متغیرهایی مانند جمعیت کشورها و مجموعه‌ای از متغیرهای محدودکننده و تسهیل‌کننده تجارت بین دو کشور مانند نفوذ اینترنت در دو کشور، روابط سیاسی و ... است (علیزاده و گلخندان، ۱۳۹۴). هزینه‌های تجاری بخشی از علل ایجابی مدل جاذبه را توضیح می‌دهند. فینک و همکاران (Fink et al) (۲۰۰۵)، تأیید می‌کنند که اثر هزینه‌های ارتباطی بر الگوی تجارت کشورها معنی‌دار و تأثیر این هزینه‌ها بر تجارت کالاهای ناهمگن بسیار بیشتر از تجارت کالاهای همگن است. ایچن‌گرن و اروین (Eichengreen and Irwin) (۱۹۹۸) دریافتند که الگوهای بازرگانی تاریخی نقش مهمی در تعیین الگوهای تجاری فعلی بازی می‌کنند و در نتیجه باید در راه‌اندازی شبکه‌های تجاری، میزان هزینه‌های ورود در نظر گرفته شوند. راوچ (Rauch) (۱۹۹۹) نیز نشان می‌دهد ارتباطات تاریخی مانند روابط استعماری یا یک زبان مشترک در توضیح الگوهای تجاری مهم است. طبق ادبیات نهادی، بخشی از هزینه‌های تجاری از تفاوت‌های محدودیت‌های غیررسمی مانند قوانین اجتماعی مشترک (نورث (North)، ۱۹۹۰) به وجود می‌آیند. تأثیر منفی (مثبت) تفاوت (شباهت) فرهنگ‌ها در تجارت در مطالعات گذشته مانند اگر و لاسمن (Egger and Lassmann) (۲۰۱۵) ثابت شده است. همچنین راوچ و ترینداد (Rauch and Trindade) (۲۰۰۲) از لحاظ تجربی تأثیر نقش اشتراکات قومی در کاهش هزینه‌های اطلاعات و در نتیجه افزایش تجارت بین‌المللی را تأیید می‌کنند. کریستن و فرانکوئیس (Christen and Francois) (۲۰۱۰) نیز اشاره کردند که در هر دوی تجارت خدمات و کالاها، هزینه‌های حمل‌ونقل و هماهنگی بر معاملات بین کشورها اثرگذار است.

نتایج مطالعات یوسفی (Yousefi) (۲۰۱۸) و ماتیس و همکاران (Mattes et al) (۲۰۱۲)، و بین و همکاران (Binh et al) (۲۰۱۱) بر اساس مدل‌های جاذبه نشان می‌دهد که با افزایش تولید ناخالص داخلی و افزایش جمعیت و در نتیجه افزایش حجم اقتصاد کشورها، میزان تجارت آن‌ها افزایش می‌یابد. با افزایش تولید ناخالص داخلی و جمعیت یک کشور، قدرت بازار داخلی برای جذب محصولات خارجی افزایش یافته که در نهایت باعث افزایش واردات کشور می‌شود (کوریه‌هارا و فوکوشیما (Kurihara & Fukushima)، ۲۰۱۳). نتایج مطالعات باربرو و رودریگز

کرسپو (Rodriguez-Crespo Barbero & (۲۰۱۸) و کاپورال و همکاران (Caporale et al) (۲۰۱۵) نشان‌دهنده اثر منفی فاصله جغرافیایی بر تجارت بین کشورها است. همچنین نتایج مطالعه سرخوش سرا و همکاران (۱۳۹۹) نشان داد که فاصله جغرافیایی اثر منفی و نفوذ اینترنت اثر مثبت و معنادار بر تجارت دوجانبه ایران و شرکای تجاری آن دارد. بنابراین، بهبود عوامل لجستیکی با ایجاد ارتباط سریع، امکان انتخاب بهینه برای واردکننده و صادرکننده را فراهم می‌کند. البته فینسترا و همکاران (Feenstra et al) (۲۰۰۱) نشان دادند گرچه می‌توان معادله جاذبه را برای کالاهای همگن و متمایز به دست آورد ولی تئوری‌های بنیادی متفاوتی که برای این معادله وجود دارد، منجر به تخمین‌ها و مقادیر پارامترهای کلیدی متفاوتی می‌شود. سولوگا و ویترز (Sologa & Winters) (۱۹۹۹) با استفاده از یک الگوی جاذبه تعمیم یافته به مطالعه توافقات ترجیحی جدیدی که از اوایل دهه ۹۰ آغاز شده می‌پردازند. ایشان علاوه بر استفاده از متغیرهای اصلی مدل جاذبه، از متغیرهای مجازی مجاورت، مشابهت‌های فرهنگی و همگرایی که برای حجم جریان‌های تجاری داخل همگرایی و خارج همگرایی استفاده کردند. نتایج نشان داد که هیچ شواهد معنی‌داری مبنی بر اینکه موج جدید منطقه‌گرایی، تجارت داخلی بلوک را به‌طور محسوس افزایش داده باشد، وجود ندارد.

از طرفی چنگ و وال (Cheng & Wall) (۱۹۹۹) به مسئله کنترل ناهمگنی در الگوهای جاذبه پرداخته و مطرح می‌کنند که برآورد الگوی جاذبه در روش‌های معمول، نتایج اریب‌دار را حاصل می‌کنند. زیرا در چنین برآوردهایی، تعدادی متغیرهای حذف شده وجود دارند یا عملاً در نظر گرفته نمی‌شوند. به عبارت دیگر با توجه به آن که تجارت بین‌الملل پیچیدگی‌های خاصی دارد، می‌توان دریافت که شرایط کنونی جهان نسبت به گذشته متفاوت است و با گسترش فناوری اطلاعات، نقش متغیرهای مدل جاذبه نسبت به گذشته کم رنگ شده است. به عنوان مثال نزدیکی جغرافیایی مانند گذشته عامل بسیار مهمی در تجارت تلقی نمی‌شود.

مدل‌های پیش‌بینی نشان داده‌اند که با دریافت سیگنال‌های قوی از یک کشور (مانند افزایش تقاضای بازار)، همسایگان این کشور تمایل بیشتری به حضور در این بازار و فروش اولیه صادراتی دارند. با توجه به قدرت این سیگنال‌ها و قدرت و شفافیت آن و البته فروش اولیه، صادرکنندگان جدید با رشد صادرات مواجه می‌شوند. دیگر کشورها که از اطلاعات بازار کشور مذکور اطلاع چندانی ندارند به اطلاعات و پاسخ‌های کشورهای همسایه این کشور اعتماد می‌کنند و با توجه به عملکرد و پاسخ‌های صادراتی این کشورها فعالیت خود را پیش می‌برند. تصمیم‌گیری و نحوه یادگیری و عملکرد شرکت‌ها در بازارهای جدید نیز به تعداد همسایگان

آن کشور، قدرت سیگنال‌های دریافتی و دانش قبلی شرکت در رابطه با بازار صادراتی جدید بستگی دارد. قدرت سیگنال دریافتی از کشور همسایه احتمال ورود و فروش در بازار را تعیین می‌کند و اگر شرکت‌های بیشتری در بازار آن کشور وجود داشته باشند اطلاعات بیشتری را در رابطه با تصمیمات صادرکنندگان در ورود به بازار فاش می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد که سطح معاملات و حضور در بازارهای خارجی برای صادرکنندگان چینی در دوره ۲۰۰۶-۲۰۰۰ تا حد زیادی از این فرآیند تبعیت می‌کند (فرناندس و تنگ (Fernandes & Tang)، ۲۰۱۴). طبق مطالعه وو (Waugh) (۲۰۱۰)؛ کشورهای فقیر دارای موانع تجاری بیشتری نسبت به کشورهای ثروتمند هستند. هورنوک و کورن (Hornok & Koren)، ۲۰۱۵، با استفاده از معادله گرانس برای حجم تجارت دوجانبه، نشان دادند که چگونه موانع اداری در فرآیند تجارت اثر می‌گذارد. آن‌ها هزینه‌های اداری را با بررسی انجام کسب‌وکارهای بانک جهانی از سال ۲۰۰۶ الی ۲۰۱۲ برای کشور اسپانیا شناسایی کردند، و نشان دادند که با کاهش ۹ درصدی تعرفه‌ها، هزینه‌های حمل‌ونقل کاهش یافته و حجم تجارت به میزان ۳۱ درصد افزایش می‌یابد.

با توجه به آنچه گفته شد، ادبیات نظری قوی در خصوص تجارت با همسایگان وجود دارد که قرار گرفتن آن‌ها در اولویت راهبرد صادراتی را توجیه می‌کند. برای کشورهای درحال توسعه که آمادگی ورود ناگهانی به تجارت آزاد را ندارند، منطقه‌گرایی می‌تواند مؤثرترین راه برای گشودن تدریجی اقتصادهای ملی این قبیل کشورها و ادغام آن‌ها در اقتصاد جهانی باشد. در چنین شرایطی، اقتصاد منطقه‌ای از طریق حذف موانع تعرفه‌ای و سایر موانع گمرکی موجود با همسایگان و نیز دسترسی واحدهای تولید به بازارهای وسیع‌تر امکان‌پذیر می‌گردد و موانع انتقال سرمایه و فناوری در محدوده منطقه برداشته می‌شود و در مجموع، افق‌های گسترده‌تری در برابر شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی گشوده می‌شود (لطفعلی پور و همکاران، ۱۳۹۰). محمودی (۱۳۹۳) با استفاده از یک مدل استاندارد تعادل عمومی نشان می‌دهد که اصلاحات سیاست‌های تجاری اعضای اکو موجب افزایش صادرات و واردات، تولید، کاهش قیمت‌های واردات و افزایش مطلوبیت و رفاه در این کشورها خواهد شد. طیبی و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای با استفاده از مدل جاذبه و با در نظر گرفتن متغیرهای ساختار اقتصادی، سطوح روابط سیاسی و مراودات فرهنگی، دین، خط و زبان، شاخص توسعه انسانی و فاصله جغرافیایی بین ایران و دوازده شریک تجاری نشان می‌دهند که یکپارچگی اقتصادی می‌تواند حجم جریان‌های تجاری دوجانبه بین کشورهای موردبررسی را افزایش دهد. کیایی و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای به ارائه راهبرد تعاملات تجاری بین ایران و عراق، مبتنی بر شناسایی بخش‌های

کلیدی مزیت دار اقتصاد ایران پرداخته‌اند. نتایج مدل‌سازی نشان داده است که هفت بخش از اقتصاد ۹۶ بخشی ایران همان بخش‌های کلیدی مزیت دار است که شامل: «ساخت آهن و فولاد پایه»، «ساخت چرم و محصولات وابسته»، «ساخت لوازم‌خانگی»، «ساخت، تعمیر و نصب سایر مصنوعات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر و بازیافت»، «ساخت ماشین‌آلات چندمنظوره»، «ساخت چوب و محصولات چوبی و چوب‌پنبه‌ای»، «ساخت انواع محصولات غذایی و آشامیدنی‌ها» می‌باشند.

اما بحث دیگر، ارتقای صادرات است که هم به‌صورت عام و هم برای صادرات به همسایگان حائز اهمیت است. بازار بالقوه صادراتی هر محصول، دارای اندازه مشخصی است؛ لذا هرچه اقلام صادراتی یک کشور بیشتر باشند، بازار بالقوه صادراتی آن نیز بزرگ‌تر خواهد بود. تجارب کشورهای تایوان و کره جنوبی در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۱۹۷۰، مالزی، تایلند و سنگاپور در دهه ۱۹۷۰، چین در دهه ۱۹۸۰ و هند در دهه ۱۹۹۰، مدارک مستدلی هستند که نشان می‌دهد، تنوع صادراتی و صادرات می‌تواند نقش بسیار مهمی در حمایت از رشد اقتصادی، ظهور بخش‌های مدرن تولیدی، افزایش اشتغال و کاهش فقر داشته باشد (ساش و وارنر (Sachs and Warner)، ۱۹۹۵). در یک رقابت بین‌المللی پیشرفته، یک کشور نمی‌تواند به فعالیت‌های صنعتی خاصی وابسته باشد و باید طیف وسیع‌تری از فعالیت‌ها را مدنظر داشته باشد. تنوع‌بخشی صادراتی را می‌توان به دو طیف تنوع‌بخشی افقی و عمودی تفکیک کرد. طیف اول، بر تولید محصولات جدید متمرکز بوده و طیف دوم بر سرمایه‌گذاری‌های ارزش‌افزوده در فعالیت‌های پایین‌دستی متمرکز است که باعث ایجاد تنوع عمودی در صادرات و رشد اقتصادی می‌شود (کینجی و مینگتسو (Kenji and Mengistu)، ۲۰۰۹) به لحاظ نظری روش‌های بسیاری وجود دارد که از طریق آن‌ها تنوع صادرات بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد. وابستگی به صادرات منابع طبیعی به‌ویژه به‌صورت تک‌محصولی، کل اقتصاد را در معرض تهدید در اثر شوک و نوسانات قیمت محصول صادراتی قرار می‌دهد. در مقابل، با متنوع‌سازی صادرات، ریسک سبد کالایی صادراتی نسبت به تغییرات قیمت‌های جهانی و نوسانات رشد اقتصادی کشورها و بخش‌های اقتصادی خریدار محصولات صادراتی، کاهش می‌یابد. (ساش و وارنر، ۱۹۹۷). تنوع صادراتی می‌تواند با کاهش وابستگی به تعداد محدودی از کالاها رشد اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد (هرزر و لمن (Herzer and Lehmann)، ۲۰۰۶).

در خصوص ادبیات تجربی داخلی، مطالعه‌ای که به‌صورت اختصاصی بر چالش‌ها و آسیب‌های صادرات به همسایگان پرداخته باشد مشاهده نشد. برخی از مطالعات قبلی بر

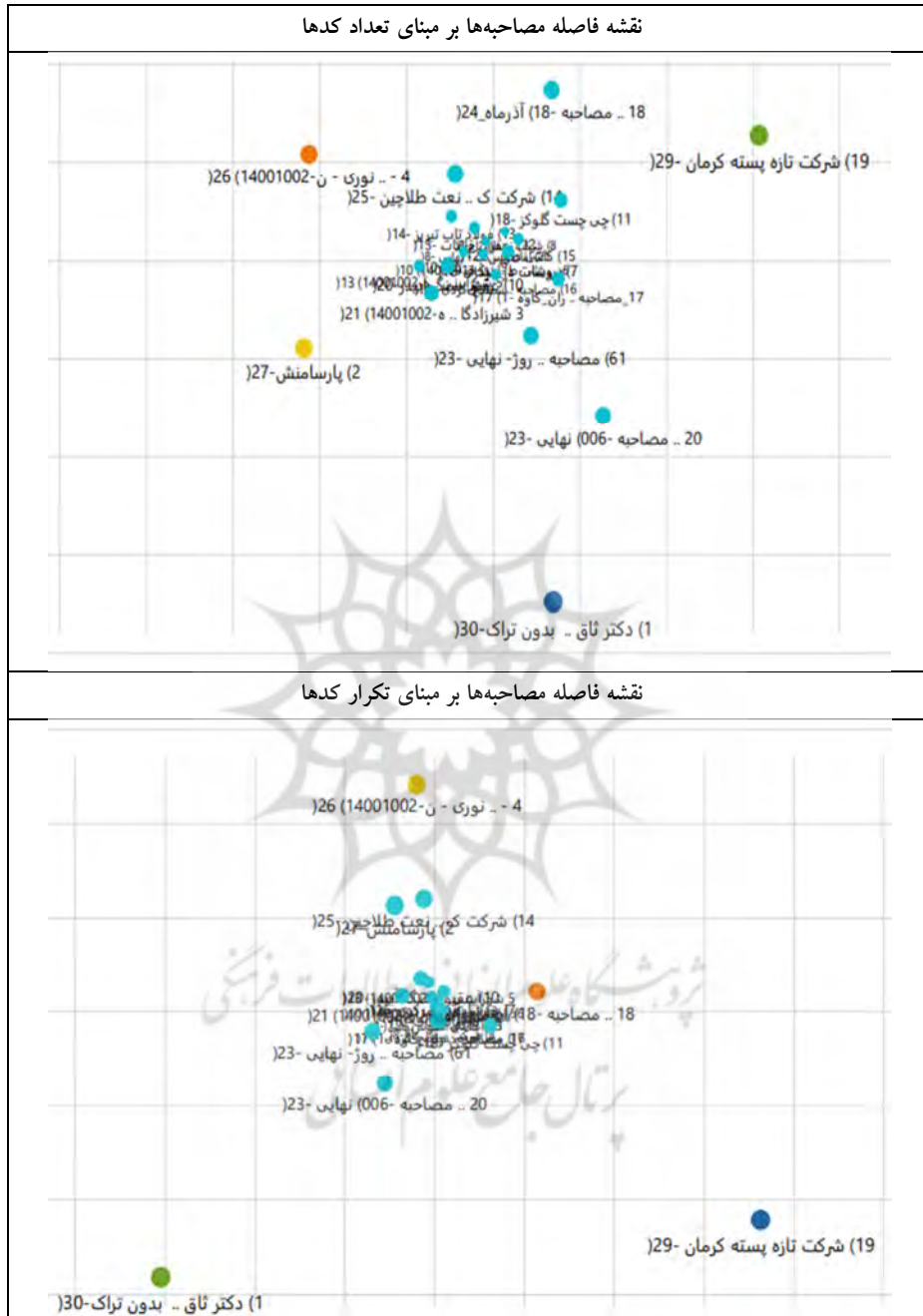
احصای پتانسیل‌های صادراتی ایران به کشورهای مختلف از طریق تطبیق ترکیب صادرات ایران و آن کشورها پرداخته‌اند. برخی دیگر به صورت اختصاصی بر صادرات دسته‌ای از محصولات کشور (مانند محصولات پایین دست پتروشیمی، محصولات کشاورزی، مواد معدنی، خدمات فنی-مهندسی، خدمات با فناوری بالا و ...)، مقاصد صادراتی بالقوه و بالفعل و ارائه راهبرد مناسب صادراتی آن‌ها پرداخته‌اند. همچنین برخی دیگر، بر روند صادرات اقلام مختلف تمرکز کرده و اقلام ناپدید شده و ظهور یافته را طی دوره‌ای چندساله مشخص کرده‌اند و سعی در بیان علل آن‌ها و ارائه تحلیل‌های سیاستی مبتنی بر آن داشته‌اند. برخی دیگر نیز بر مقاصد عمده صادراتی و تعداد رو به کاهش آن‌ها در سال‌های اخیر متمرکز شده‌اند. و در آخر، دسته‌ای دیگر از مطالعات، به تأثیر تحریم‌ها بر تجارت و صادرات و کانال‌های اثرگذاری آن پرداخته‌اند. بر مبنای مطالعات پیشین، تنوع صادراتی ایران از ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰ به طرز چشمگیری افزایش یافته است که عمدتاً ناشی از تنوع‌بخشی عمودی در حوزه محصولات پتروشیمی و با پایه نفتی یا گازی بوده است (هرچند که با پتانسیل آن کماکان فاصله چشمگیر داشته است)؛ اما پس از آن، تنوع صادراتی رو به افول بوده که عمدتاً ناشی از تشدید تحریم‌ها بوده است. امارات، عراق و چین، عمده‌ترین مقاصد صادراتی کشور بوده‌اند که منطبق بر مدل جاذبه است. (ضیایی بیگدلی ۱۳۹۸)، ثاقب (۱۳۹۳)، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۷)، حسن‌پور و همکاران (۱۳۸۸)، یعقوبی (۱۳۹۱)).

۳. روش‌شناسی پژوهش

با توجه به ماهیت سؤالات پژوهش، از روش پژوهش کیفی برای یافتن پاسخ سؤالات استفاده شده است. چراکه با توجه به ظرف زمانی و مکانی تحقیق، پاسخ به سؤالات تحقیق مستلزم به دست آوردن اطلاعات عمقی از افرادی است که تجربه عملی تجارت با همسایگان را داشته یا در این زمینه مسئولیت مستقیم داشته‌اند. برای گردآوری اطلاعات، از روش میدانی و ابزار مصاحبه استفاده شده است؛ چراکه جلب اعتماد جامعه هدف در دستیابی به اطلاعات عمقی و تفصیلی، اهمیت دارد. جامعه هدف شامل خبرگان مستقر در نهادهای کشوری متولی امر صادرات (عموماً سازمان توسعه تجارت و صندوق ضمانت صادرات ایران) و همچنین خبرگان امر صادرات (ترجیحاً عضو اتاق‌های بازرگانی مشترک یا استانی) بوده‌اند. با توجه به ماهیت پژوهش، نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای و به نحوی هدف‌گذاری شده بود که برای هر دسته از کشورهای همسایه، به اشباع نظری منجر شود. با توجه به عدم تمایل اکثر اتاق‌های بازرگانی

مشترک و اعضای آن‌ها نسبت به مصاحبه، بانک اطلاعاتی صادرکنندگان مشتری صندوق ضمانت صادرات ایران به‌عنوان جایگزین انتخاب شد و از بین آن‌ها، صادرکنندگانی که صادرات به همسایگان نداشتند حذف شد. بر این مبنا، نمونه‌گیری طبق طرح اولیه مطالعه میدانی به نحوی انجام پذیرفت که از گروه‌های مختلف صنایع صادراتی در آن وجود داشته باشد. در ادامه، با توجه به مقصد صادراتی هرکدام از صنایع، در خصوص شمول صادرات به همه همسایگان بررسی صورت گرفت. اگرچه تعداد زیادی از مصاحبه‌شوندگان تمایل به مصاحبه نداشتند و دلایل مختلفی را برای آن بیان کردند اما در مجموع، پس از انجام ۲۲ مصاحبه، اشیاع نظری حاصل شد. بدین معنا که روند دریافت مفاهیم جدید، در مصاحبه‌های آخر متوقف شده و عموماً موارد تکراری یا مصادیقی از موارد قبلی ذکر می‌شد (شکل ۳). در چارچوب رعایت استانداردهای اخلاق در پژوهش، تمامی مصاحبه‌های انجام‌شده با اطلاع و اجازه قبلی مصاحبه‌شوندگان ضبط شده و پس از پیاده‌سازی، وارد نرم‌افزار تحلیل محتوا شده است.

برای طراحی مطالعه میدانی، از روش مصاحبه نیمه‌باز (نیمه ساختاریافته) استفاده شد. به این ترتیب که نتایج حاصل از بخش‌های قبلی تحقیق شامل تنگناها و مشکلات شناسایی شده و راهکارهای پیشنهادی، مبنای طرح سؤالات ساختاریافته‌ای از خبرگان قرار گرفت. لذا برای اطمینان از تشریح کافی مشکلات و یادآوری ضمنی برخی مشکلات جهت اظهار نظر تکمیلی مصاحبه‌شوندگان ۹ دسته از مشکلات مطرح شده و از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد تا بر مبنای تجربه خود به میزان مشکل‌ساز بودن هرکدام از آن موارد امتیاز (صفر تا صد) بدهند. در ادامه نیز پرسش‌های بازی مطرح شد تا مشکلات از قلم افتاده در مطالعه میدانی از منظر خبرگان را احصا نموده و همچنین راهکارهای قابل ارائه توسط ایشان را گردآوری نماید.

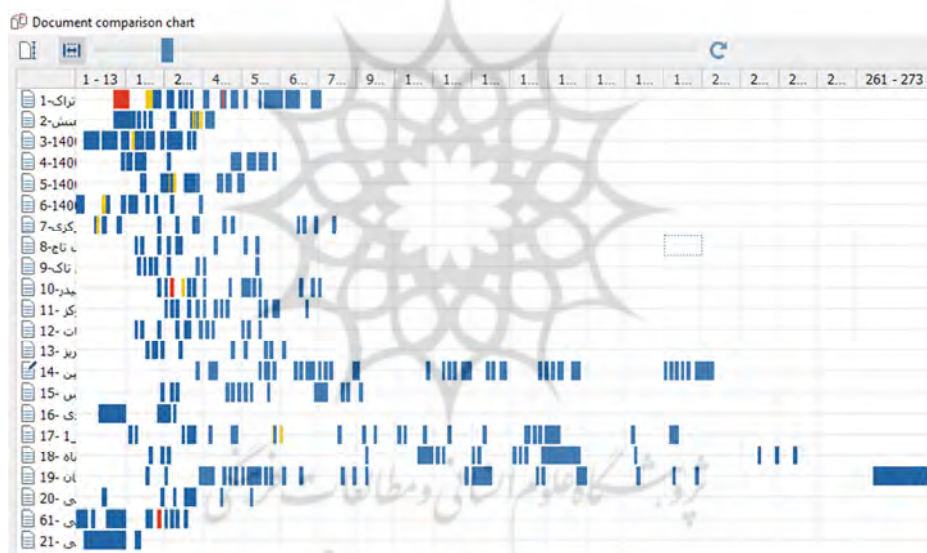


شکل ۳. نقشه فاصله مصاحبه‌ها و متمرکز شدن مصاحبه‌ها

ماخذ: یافته‌های پژوهش

چالش‌های صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر بازار ... (عزیز احمدزاده و دیگران) ۵۳

به‌منظور دستیابی به کفایت مصاحبه‌ها، سعی شد در انتخاب مصاحبه‌شوندگان، از نظر رشته فعالیت، استان محل فعالیت^۷، و حتی حوزه مسئولیت در خصوص مسئولین، حتی‌المقدور تنوع مصاحبه‌شوندگان افزایش یابد تا امکان دستیابی به حداکثر کدهای ممکن در راستای حصول اشباع نظری حاصل شود. طبق شکل ۳، خروجی نقشه مصاحبه‌ها (Document map) برگرفته از خروجی نرم افزار، متمرکز شدن مصاحبه‌ها و فاصله اندک مصاحبه‌های پانزدهم به بعد را نشان می‌دهد. به جز مصاحبه ۱۹ که ضمانت‌های صادراتی برای وی نکول شده و دچار مشکل شده بود، سایر مصاحبه‌های دور از مرکز، مربوط به مسئولین صادراتی بودند که نگاهی متفاوت و مکمل به موضوع داشتند. در کنار آن، روند مصاحبه‌ها طبق شکل ۴ نشان داد که در عمل، پس از مصاحبه نوزدهم، کد جدیدی اضافه نشده و کدهای قبلی تکرار شده‌اند که نشانه دستیابی به اشباع نظری است.



شکل ۴. کدهای شناسایی شده در مصاحبه‌های انجام شده

بر مبنای خروجی چارت مقایسه اسناد در MAXQDA

- شماره کدها در ستون‌ها و مصاحبه‌ها در سطر این شکل سازماندهی شده‌اند. طبق شکل، پس از مصاحبه نوزدهم، کدهای جدیدی به طرح اضافه نشد و عموماً مصادیقی از کدهای قبلی تکرار شدند. بنابراین، پس از مصاحبه ۲۲ بر حصول اشباع نظری توافق گردید و مصاحبه‌ها متوقف شد.

ماخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به ماهیت مصاحبه‌های انجام شده و هدف مطالعه میدانی، از روش پایین به بالا برای تحلیل محتوای کیفی مصاحبه‌ها استفاده شده است. بدین معنا که پس از گوش دادن به مصاحبه‌ها، فایل پیاده‌سازی شده آن‌ها در محیط word، وارد نرم‌افزار MaxQda شده و با کدگذاری مفاهیم با رویکرد استقرایی، نسبت به دسته‌بندی کدها اقدام شده است. در ادامه، علاوه بر توصیف و طبقه‌بندی اطلاعات، روابط بین پدیده‌ها و نحوه ارتباط آنها با هم نیز تحلیل شده است. تحلیل محتوای انجام شده، از نظر دوره زمانی، مقطعی بوده از نظر روش، کمی بوده و از نظر سطح تحلیل، هم توصیفی و هم استنباطی بوده است.

۴. یافته‌های پژوهش

در خصوص تحلیل محتوای پرسشنامه‌ها، نتیجه تحلیل امتیازدهی به موانع اصلی اعلامی مصاحبه نشان می‌دهد، تحریم با میانگین امتیاز ۷۱.۷ از ۱۰۰، بیشترین میزان مشکلات را از دید صادرکنندگان به دنبال داشته است. پس از تحریم، مسائل سیاسی و تعاملات خارجی کشور (با میانگین امتیاز ۶۸.۳) دارای بیشترین امتیاز بوده است. بدین معنا که تعاملات سیاسی با دنیا، در بسیاری موارد متناقض با منافع ملی بوده است.^۸ پس از تعاملات بین‌المللی، بیشترین میزان آسیب‌پذیری صادرات، از کانال سیاست‌های دولت ارزیابی شده است (با میانگین امتیاز ۶۵.۸). پس از آن‌ها، وجود رقبای خارجی قدرتمند و برخوردار از حمایت‌های دولتی (که صادرکنندگان ایرانی از نظیر این حمایت‌ها بی‌بهره‌اند)، مشکلات مربوط به تأمین مالی و سپس مشکلات مربوط به زیرساختارها (به ترتیب با میانگین امتیازهای ۵۲.۵ و ۵۰ و ۴۷.۶) در اولویت‌های بعدی قرار گرفته‌اند که هیچ‌کدام از آن‌ها بدون اهتمام حاکمیت قابل رفع نیستند. سایر مسائل دارای اهمیت کمتری بوده‌اند.

جدول ۱. انواع کدهای به‌دست‌آمده از تحلیل محتوای کیفی

موضوعات مطروحه	طبقه‌بندی کدهای به‌دست‌آمده
آسیب‌های صادرات کشور	آسیب‌های مقیدکننده در محیط بین‌الملل
	آسیب‌های محیط کسب‌وکار داخلی
	آسیب‌های درون بنگاهی
آسیب‌های صادرات به همسایگان	عراق و افغانستان و پاکستان
	ترکیه

موضوعات مطروحه	طبقه‌بندی کدهای به‌دست‌آمده
مشکلات صادرات کالایی	کشورهای شوروی سابق
	کشورهای عربی
	مشتقات نفتی
	صنایع غیرفلزی
	صنایع غذایی
	محصولات کشاورزی
	خدمات فنی مهندسی
	محصولات پیچیده

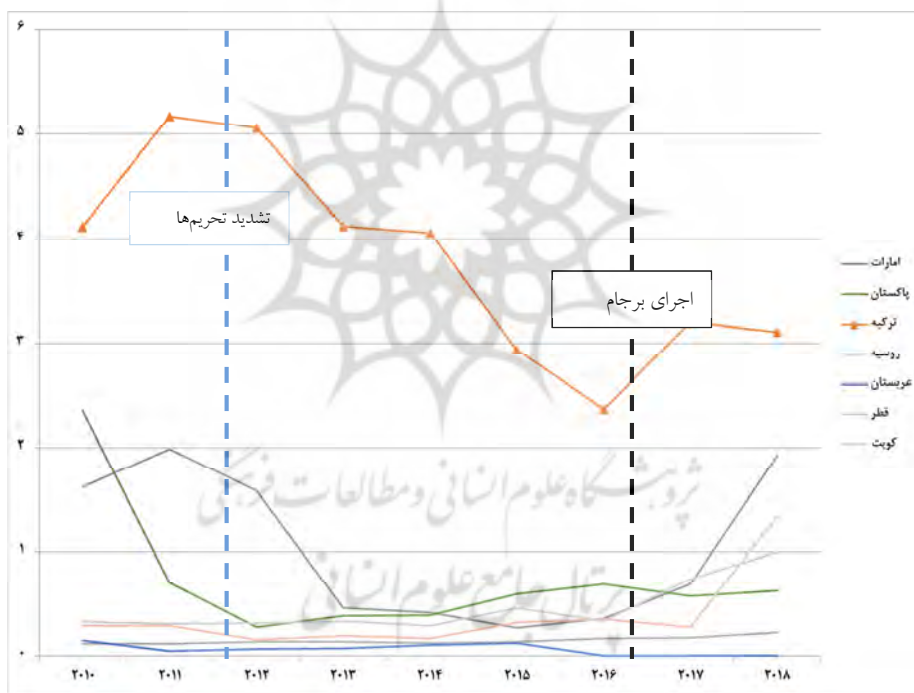
منبع: یافته‌های پژوهش

برای تحلیل دقیق‌تر پاسخ‌های تشریحی سؤالات، از تحلیل محتوای کدگذاری‌ها از رویکرد پایین به بالا استفاده شد. بر این مبنا، کدهای احصا شده از مصاحبه‌ها به شرح دسته‌بندی جدول ۱ به دست آمد. البته در تشریح نتایج، ابتدا مشکلات سطح کلان تحلیل شده و در ادامه به لایه‌های میانی و سپس لایه‌های پایین (کف بازار) پرداخته می‌شود.^۹ همچنین ابتدا آسیب‌هایی که ماهیت عام دارند تحلیل شده و سپس به آسیب‌های خاصی که به مقاصد یا کالاهای خاصی اختصاص دارند پرداخته می‌شود.

۱.۴ تحلیل کدهای مربوط به «آسیب‌های مقیدکننده در محیط بین‌الملل»

بر مبنای تحلیل کدهای استخراج شده، بسیاری از صادرکنندگان مشکلات ناشی از تحریم را به شدت محدودکننده و مختل‌کننده و به‌عنوان اصلی‌ترین مانع توسعه صادرات ارزیابی کرده‌اند.^{۱۰} طبق مصاحبه‌ها، تحریم در بازارهای توسعه‌یافته^{۱۱} (کویت، قطر، امارات، روسیه و ترکیه) سبب ناممکن یا محدود شدن فروش کالای ایرانی شده است (شکل ۵). در این شکل با حذف بازارهای کمتر توسعه‌یافته^{۱۲} از شکل ۲ و اضافه کردن دو مقطع تشدید تحریم‌ها (خصوصاً تحریم نفتی، بیمه‌ای و بانک مرکزی) و اجرای برجام بازترسیم شده است که مویذ نتایج مستخرج از مصاحبه‌ها است. بسیاری از مشتریان در بازارهای توسعه‌یافته، از ترس تبعات تحریم، تمایلی به خرید محصولات ایرانی ندارند. همچنین امکان پرداخت ارز صادراتی بابت کالاهای از مبدأ ایران، در برخی از این کشورها وجود ندارد. چراکه تحریم‌ها انتقال آن از طریق

نظام بانکی را ناممکن می‌سازد و پرداخت نقدی نیز برای سقف بیش از ده هزار دلار جرم (پول شویی) محسوب می‌شود. همچنین محرومیت از روابط بانکی بین‌المللی مؤثر، امکان استفاده از اعتبار اسنادی به‌عنوان اصلی‌ترین ابزار تجارت بین‌الملل را منتفی می‌سازد. این امر به‌تنهایی، ریسک بالایی را به صادرکنندگان ایرانی وارد کرده و فروش اعتباری را به دلیل عدم اطمینان از پرداخت ارز صادراتی در موعد تعیین‌شده، نامطمئن و فاقد ضمانت می‌کند. لذا صادرکنندگان ایرانی برای جبران عدم جذابیت ناشی از فقدان فروش اعتباری، مجبور به ارائه تخفیف‌های سنگین می‌شوند که رابطه مبادله تجارت را به زیان ایران تغییر می‌دهد. در کنار آن، نظام بانکی کشورها از قبول ضمانت‌نامه‌های ایرانی استنکاف می‌نمایند که این امر خصوصاً در صادرات خدمات فنی - مهندسی، سبب محرومیت صادرکنندگان از حضور در بازارهای توسعه‌یافته می‌شود.



شکل ۵. تاثیر تشدید تحریم‌ها و اجرای برجام بر سهم ایران از واردات بازارهای توسعه یافته همسایه^{۱۳}

منبع: <http://www.intracen.org>

چالش‌های صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر بازار ... (عزیز احمدزاده و دیگران) ۵۷

فقدان روابط بانکی، از یک‌طرف صادرات را به کشورهای محدود کرده است که دارای ارتباط از طریق صرافی هستند و از طرف دیگر، انتقال پول از طریق صرافی، هم هزینه مستقیم به‌مراتب بالاتری (نسبت به نظام بانکی) دارد، هم دارای ریسک بالایی بوده و صرافی‌ها خصوصاً برای ارقام بالا قابل اعتماد نیستند.^{۱۴}

فقدان روابط بانکی مؤثر، امکان بهره‌مندی از ابزارهای جهانی تأمین مالی صادراتی از قبیل یوزانس (Usance)، فاینانس (Finance) و ری‌فاینانس (Refinance) را متوقف ساخته و با توجه به وابستگی بالای تولید (و صادرات کشور) به واردات انواع کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای، ظرفیت تولید صادراتی کشور را از طریق تنگنای مالی، به شدت محدود کرده است. در این زمینه می‌توان به مشکلات تجارت با روسیه بدلیل عدم تخصیص خط اعتباری برای بعضی از استان‌ها مانند خراسان رضوی اشاره نمود. نظر به اینکه ارتقای رقابت‌پذیری محصولات در بسیاری موارد وابسته به ارتقای فناوری تولید از طریق واردات ماشین‌آلات روزآمد است، تحریم‌های بانکی دارای اثراتی بلندمدت بر ساختار تولید و صادرات بوده و عامل حذف تدریجی ایران از بسیاری از بازارهای صادراتی محصولات صنعتی است.

تحریم بخش حمل‌ونقل ایران نیز سرعت دسترسی به بازارهای خارجی را کند کرده و ریسک و هزینه آن را افزایش داده است. موارد متعددی از فقدان کشتی یا وسیله حمل مناسب برای بازاررسانی مستمر محصولات ایرانی به بازارهای خارجی، یا ممانعت سایر کشورها از ورود محصولات یا کامیون‌های ایرانی توسط مصاحبه‌شوندگان ابراز شده است.

مجموع این تبعات تحریم‌ها سبب کاهش مقیاس صادراتی ایران برای بسیاری از محصولات شده و صادرات را از مفهوم توسعه‌یافته آن، به صادرات سنتی تنزل داده است. در کنار آن، کاهش درآمدهای نفتی و انتقال مشکلات تأمین ارز کشور بر دوش صادرکنندگان و نوسانات شدید و غیرقابل پیش‌بینی نرخ ارز، مشکلاتی بسیار فراتر از صادرات را بر دوش صادرکنندگان نهاده است. درنهایت، کارشکنی‌های متعدد ذینفعان داخلی تحریم شرایط را برای تسهیل شرایط ناشی از تحریم دشوار کرده است.

عدم عضویت در نهادهای بین‌المللی حامی تجارت مانند سازمان جهانی تجارت (World Trade Organization-WTO)، یکی دیگر از اصلی‌ترین آسیب‌های صادرات کشور ارزیابی شده است. این امر سبب ناتوانی از صادرات رقابت‌پذیر به کشورهای عضو نهادهای مذکور می‌شود. چراکه آنها برای واردات از کشورهای غیرعضو، الزامات خاصی ندارند و عموماً تعرفه بالاتری وضع می‌کنند که سبب ضعف ایران نسبت به سایر رقبای آن بازارها می‌شود. به همین

ترتیب، در صورتی که یک فرصت صادراتی در فضای بین‌المللی نیز فراهم شود (مانند تیره‌شدن روابط روسیه و ترکیه به دلیل ساقط کردن جنگنده روسی در سوریه و تحریم محصولات ترکیه‌ای توسط روسیه یا تحریم قطر توسط عربستان و متحدانش)، اگرچه ایران به راحتی امکان ورود به بازار این کشورها را داشته است، اما به دلیل عدم برخورداری محصولات ایرانی از استانداردهای محصول و فرآیند تولید طبق چارچوب‌های توافق شده در نهادهای بین‌المللی تجارت، و همچنین تعرفه بالاتر واردات از ایران، ورود محصولات ایرانی به این بازارها ماندگار نبوده و پس از مدت کوتاهی مغلوب سایر رقبا شده است.

ریسک کشوری بالای ایران نیز از طریق اتخاذ رویه محتاطانه مشتریان خارجی، مزید بر علت شده و سبب عملکرد ضعیف صادراتی نسبت به پتانسیل‌های موجود می‌شود. این ناتوانی از صادرات متناسب با ظرفیت تولید، سبب کاهش انگیزه متولیان تولید برای سرمایه‌گذاری در توسعه ظرفیت و کیفیت تولید و ارتقای تکنولوژی می‌شود. این چرخه، در ترکیب با تمایل کشورها به خوداتکایی و تنوع‌بخشی تولید (خصوصاً در محصولات استراتژیک) و همچنین رکودهای جهانی مانند رکود ۲۰۰۸ و رکود ناشی از پاندمی کرونا، اصلی‌ترین مشکلات و آسیب‌های صادرات ایران بوده است.

روابط غیرحسنة با همسایگان، یکی دیگر از آسیب‌های جدی صادرات ایران ارزیابی شده است. فدا کردن اقتصاد کشور برای اهداف سیاسی در قالب نگاه از بالا به همسایگان و اتخاذ مواضع ایدئولوژیک و به دور از منافع ملی در قبال مسائل همسایگان سبب دور شدن آنان از ایران و خشتی شدن مزایای ناشی از اشتراکات با همسایگان شده است.^{۱۵} بی‌توجهی به دیپلماسی اقتصادی و تجاری، فقدان قراردادهای منطقه‌ای و توافقات تعرفه ترجیحی و پیمان‌های پولی مؤثر و کارگشا، سبب شده است تا بسیاری از پتانسیل‌های تجارت با همسایگان بلااستفاده بماند. این عوامل منجر به تمرکز بالای مقاصد صادراتی شده و مانع از ایجاد صادرات فراگیر به تمام همسایگان شده است. برعکس ایران، کشور ترکیه از دیپلماسی اقتصادی قوی برخوردار است و از تمامی ابزارهای خود برای بازارگشایی استفاده می‌کند و تقریباً هیچ کشوری را در تجارت جا نمی‌گذارد. همچنین اتخاذ یک‌باره قوانین و مقررات تجاری از طرف کشورهای همسایه مانند عراق و عدم رایزنی به‌موقع از طرف ایران باعث مشکل برای صادرکنندگان ایرانی در گذشته شده است.

یک عامل دیگر، شباهت بالای تولیدات کشور با تولیدات کشورهای همسایه ارزیابی شده است. بدین معنا که ایران و همسایگان خود، به‌جای آنکه از نظر اقلام تولیدی مکمل هم باشند،

چالش‌های صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر بازار ... (عزیز احمدزاده و دیگران) ۵۹

مشابه هم هستند و آنچه ایران می‌تواند تولید کند، اغلب این کشورها خود نیز قادر به تولید آن هستند و در اقلامی که آن‌ها نیازهای بالای وارداتی دارند (انواع محصولات پیچیده) ایران نیز فاقد توانمندی تولید بوده و خود واردکننده است (اکمال تجاری (Complementarity Trade Index) پایین).

بدنامی برند ساخت ایران یکی دیگر از آسیب‌های اساسی صادرات کشور شناخته شده است که ماندگاری صادرات ایران را با مشکل مواجه کرده است. اگرچه در برخی محصولات سستی کالای ایرانی دارای کیفیت خوبی هستند اما در مجموع، محصول ایرانی (خصوصاً محصولات صنعتی) به عنوان محصول فاقد کیفیت شناخته می‌شود. این امر از ناتوانی صادرکنندگان قدرتمند برای برنامه‌ریزی استراتژیک برای صادرات و تولید با کیفیت برای صادرات (به دلیل مشکلات داخلی که متعاقباً به آن خواهیم پرداخت) و ورود افراد غیرحرفه‌ای به صادرات محصولات ایرانی به منظور بهره‌مندی از فرصت‌های زودگذر (ناشی از شوک ارزی یا پیک نیاز همسایگان و مانند آن) از طریق صدور محصولات بی کیفیت ناشی شده است. عدم رعایت روابط تجاری حرفه‌ای توسط صادرکنندگان قبلی و عدم نظارت موثر بر کیفیت محصولات صادراتی از ایران و دارندگان کارت‌های بازرگانی، از دیگر دلایل بدنامی برند ساخت ایران بوده است.

۲.۴ تحلیل کدهای مربوط به «آسیب‌های محیط کسب و کار داخلی»

پس از آسیب‌های بین‌المللی صادرات، آسیب‌های محیط کسب و کار داخلی بیشترین فراگیری را در اظهارات مصاحبه‌شوندگان داشته است. بسیاری از صادرکنندگان، دولت (به معنای موسع آن شامل هر سه قوه و سایر ارکان حاکمیتی) را به عنوان عامل اصلی مشکلات تولید و صادرات اعلام کرده‌اند.^{۱۶} بدنه متورم دستگاه‌های حاکمیتی و افت شدید توان کارشناسی آن‌ها، فقدان بهره‌وری و اثربخشی عملکرد دستگاه‌ها در قیاس با تعداد کارکنان و بودجه آن‌ها، فقدان تجربه و آشنایی لازم مسئولین با مشکلات، ناآگاهی آنها از الزامات تعامل جهانی و اهمیت تولید و تجارت و ناآگاهی از تبعات مخرب تصمیمات خود بر تولید و صادرات و اساساً دغدغه‌مند نبودن آنها نسبت به رفع مشکلات اقتصادی و تولیدی از جمله دلایل عنوان شده در این زمینه بوده است. در این راستا، بی‌برنامگی صادرات نیز آسیبی جدی است که در قالب کدهای متعددی ابراز شده است. از دید صادرکنندگان، علیرغم قرار داشتن کشور در جنگ اقتصادی تمام عیار و لزوم اولویت دادن به تولید و صادرات، حاکمیت فاقد یک مدل استراتژیک برای

تولید و صادرات بوده و در سیاست‌گذاری‌های مرتبط با صادرات انسجام کافی ندارد. همچنین عنوان شده است که سازوکارهای مناسبی برای استفاده از ظرفیت‌های صادراتی (قابلیت‌های تولید مازاد بر نیاز محصولات با ارزش در کشور) وجود ندارد و لازم است که دولت با هدایت و نظارت بر امر صادرات (به‌جای رقابت با بخش خصوصی)، با تمرکز بر پایداری صادرات موجود و حرکت به سمت توسعه تولید و صادرات محصولات پیچیده و اولویت دادن به آن‌ها در حمایت‌های خود و همچنین آموزش برای صادرات، نسبت به حکمرانی صحیح و پشتیبانی مؤثر از بخش خصوصی در زمینه صادرات اقدام نماید. طبعاً چنین امری شامل توسعه حمایت‌های اثربخش از تولید و صادرات و رفع مشکلات آن‌ها و ارتقای توانمندی‌های آنان نیز خواهد بود. لذا با توجه به شدت مشکلات داخلی، وجود یک متولی واحد قدرتمند فرادستگاهی مسئولیت‌پذیر و دارای قدرت قضایی برای صادرات^{۱۷}، که بتواند مانع مزاحمت حاکمیت و مسئولین برای تولید و صادرات شود و مزاحمت‌ها را ملغی نماید، را به‌عنوان حلقه مفقوده ثبات و توسعه صادرات کشور بیان کرده‌اند.^{۱۸}

با این توضیحات از مشکلات اصلی صادرات ایران به کشورهای همسایه می‌توان به وضع ممنوعیت‌ها، عوارض صادراتی، کاهش ظرفیت تولید صنایع و تمرکز آن‌ها بر بازار داخلی و افزایش قیمت تمام‌شده کالاهای ایرانی در چند سال اخیر اشاره کرد، که تمام این موانع از محیط کسب‌وکار داخلی ناشی می‌شود. بی‌ثباتی اقتصادی از دیگر کدهای اصلی مورد اشاره بوده است. بی‌ثباتی متغیرهای کلان از جمله نرخ ارز، نرخ تورم، نرخ سود بازارهای مالی، در کنار بی‌ثباتی تأمین مواد اولیه و ناپایداری دسترسی به بازار رسمی ارزهای مختلف، سبب می‌شود که بنگاه‌ها نتوانند برای تولید و صادرات برنامه‌ریزی مدت‌دار انجام دهند. سیاست‌ها و مقررات دولتی نیز که عموماً فاقد پشتوانه علمی و تجربی بوده و به‌صورت ناگهانی و غیرقابل پیش‌بینی تغییر می‌کنند، به‌عنوان بزرگ‌ترین منشأ بی‌ثباتی اقتصاد ابراز شده است. با توجه به زمان‌بر بودن ایجاد امکانات تولیدی و صادراتی، این بی‌ثباتی، سبب بی‌میلی تشکیل سرمایه‌های مولد شده و با افزایش دادن ریسک کارآفرینی و تولید (در کنار فقدان حمایت مؤثر برای تولید)، منابع را به سمت فعالیت‌های سوداگرانه هدایت می‌کند.^{۱۹}

علاوه بر آنچه گفته شد، ساختار نظام بیمه (اجتماعی) و مالیات کشور که متمرکز بر شمول تولیدکنندگان و معافیت واسطه‌گران بوده و باعث می‌شود که تولید در مقابل واسطه‌گری به‌صرفه نباشد، از دیگر تبعات انحراف قیمت‌ها بیان شده است. موارد دیگری نظیر تخصیص ارز دولتی به برخی نهاده‌های تولید و تصمیمات متعاقب آن اعم از محدودیت یا

عدم محدودیت صادرات محصولات مبتنی بر آن نهاده‌ها، از مصادیق انحراف قیمت‌ها است. همچنین اعطای یارانه به نهاده‌های تولید و خصوصاً انرژی، از دیگر مصادیق مذکور است که هزینه استفاده از فناوری‌های آلاینده و پرمصرف قدیمی را کمتر کرده و انگیزه ارتقای فناوری تولید (و لذا ارتقای بهره‌وری و کیفیت تولید و رقابت‌پذیری محصول) را کاهش می‌دهد.^{۲۰} برخی از مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند که سود ناشی از یارانه نهاده‌ها، مانع از حرکت بنگاه‌های کشور به سمت محصولات با ارزش افزوده بیشتر نیز شده است. لذا تنوع پایین محصولات صادراتی کشور به عنوان یکی دیگر از آسیب‌های ناشی از محیط کسب و کار داخلی شناخته شده است که اولاً تحریم‌پذیری صادرات کشور را تشدید می‌کند و ثانیاً، محصولات محدود، سهم محدودی هم از نیازهای وارداتی کشورها دارند و بدون تنوع صادراتی، امکان افزایش صادرات بسیار محدود می‌شود.

یک آسیب دیگر در راستای متنوع‌سازی عمودی صادرات و حرکت به سمت محصولات پیچیده‌تر، مشکلات شدید بازار کالاهای واسطه‌ای و خصوصاً بورس‌های کالایی عنوان شده است. مشکلاتی مانند محدودیت ورود شرکت‌های پایین‌دستی به این بازارها و عدم تناسب ظرفیت تولید و مجوز خرید آن‌ها در کنار عدم الزام بنگاه‌های بالادستی به فروش تمام محصولات خود در بورس کالا و تشکیل بازارهای موازی برای انواع محصولات واسطه‌ای، در کنار مشکلات قیمت‌گذاری در بورس کالا، نمونه‌ای از مشکلات این بازارها است که توسعه صنایع پایین‌دستی را مختل می‌کند. شرکت‌های بالادستی و متولیان بورس کالا، بازارهای واسطه‌ای را نه به‌عنوان بخشی از سازوکار اقتصاد بازاری بلکه به‌عنوان مجرای برای توزیع رانت حاصل از نهاده‌های یارانه‌ای (اعم از خوراک پتروشیمی، ارز ۴۲۰۰ تومانی تخصیص‌یافته به کالاهای واسطه‌ای، محصولات نفتی و ...) می‌بینند.^{۲۱}

یکی از مهم‌ترین مشکلاتی که تقریباً تمام مصاحبه‌شوندگان از آن شکایت داشتند، تعهدات ارزی صادرات بود. با بروز شوک‌های ارزی ناشی از اختلال در صادرات نفتی به خاطر تحریم، دولت و بانک مرکزی به‌منظور تعادل بخشی به بازار ارز، صادرکنندگان را ملزم به بازگرداندن عواید ارزی ناشی از صادرات نمودند. اگرچه این تصمیم به‌خودی‌خود بد نیست، اما شیوه شتاب‌زده اجرای آن و بی‌توجهی به ظرافت‌های صادرات و تفاوت نرخ‌های ارز دولتی، نیمایی و آزاد، به‌شدت سبب ضربه خوردن صادرات از این مجرا شده است.^{۲۲} این مقررات باعث شده است که برخی صادرکنندگان کاملاً از صادرات صرف‌نظر نمایند، برخی دیگر صادرات خود را به میزانی از ارز که امکان بازگشت آن را دارند محدود نمایند. برخی دیگر نیز به صادرات ریالی

روی آورند و لذا از معافیت مالیاتی (مالیات بر ارزش افزوده) ناشی از صادرات که در قانون به عنوان تشویق به صادرات تصریح شده است، محروم شوند. همچنین، صادرات ریالی، به دلیل تورم بالای کشور و بی ثباتی نرخ‌ها، سبب عقب‌گرد به سمت صادرات سستی شده و امکان انعقاد قراردادهای مدت‌دار صادراتی مبتنی بر ریال را منتفی می‌نماید. برخی صادرکنندگانی که محصول آن‌ها مبتنی بر سفارش بوده و زمانی چندماهه تا آماده شدن سفارش نیاز دارند، اظهار داشته‌اند که به دلیل نوسان قیمت نهاده‌ها، امکان ارائه قیمت تمام‌شده به مشتری در هنگام دریافت سفارش را ندارند و همین امر سبب رویگردانی بسیاری از مشتریان خارجی آن‌ها شده است. برخی دیگر از تجمیع تعرفه‌ها در تعهدات ارزی شکایت کرده و تعهد ارزی را بیش از میزان خالص ارز دریافتی توسط صادرکننده اعلام کرده‌اند. در کنار آن، هزینه مبادله ناشی از انتقال ارز به داخل، به عنوان عاملی کاهنده نسبت به تداوم صادرات اظهار شده است. این عوامل، سبب حذف صادرکنندگان معتبر و ورود صادرکنندگان غیررسمی و غیرحرفه‌ای برای صدور محصولات بی کیفیت (بنجل فروشی) نیز شده است که سبب وارد آمدن لطمات بلندمدت به برند صادرات ایرانی شده و تداوم بازار رسانی و کیفیت آن را از نگاه مشتریان خارجی زیر سؤال می‌برد.

مشکلات تأمین مالی و کمبود سرمایه در گردش، از دیگر آسیب‌های جدی تولید و صادرات کشور بوده است. تورم و رشد نرخ ارز، تبدیل شدن خریدهای اعتباری نهاده‌ها به پیش‌خرید در بازار کالاهای واسطه‌ای کشور، فاصله طولانی تحویل کالا تا دریافت پول آن و زمان‌بر بودن فرآیند عودت مالیات بر ارزش افزوده، از مواردی است که سرمایه در گردش موردنیاز بنگاه‌های صادراتی را به شدت بالا برده است. وثیقه‌محور بودن نظام تسهیلات‌دهی کشور و ناتوانی فعالان اقتصادی از دریافت تسهیلات متناسب با سابقه و اعتبار و سودآوری بنگاه خود، بعضاً سبب محدودیت شدید دسترسی به منابع مالی شده است که این امر برنامه‌ریزی توسعه بلندمدت بنگاه‌های تولیدی و صادراتی را خدشه‌دار می‌کند. در کنار آن، بالا بودن نرخ بهره بانکی و حذف یارانه سود تسهیلات صادراتی نیز سبب هزینه بالای تأمین مالی صادرات ایرانی در قیاس با رقبا شده است.

مورد دیگری که خصوصاً توسط صادرکنندگان محصولات کشاورزی و مواد غذایی عنوان شده است، فقدان سندیکا و تشکل‌های پشتیبانی و هماهنگ‌کننده تولید و صادرات است. آن‌ها ابراز می‌دارند که در کشورهای دیگر (رقبای صادراتی ما) تشکل‌هایی غیردولتی وجود دارند که حافظ منافع مشترک بنگاه‌های آن رشته فعالیت‌ها بوده و از طرق مختلف اعم از مذاکره با

دولت، کمک به تنظیم بازار محصولات نهایی از طریق هدایت بازار نهاده‌های دامی، اتخاذ تصمیمات جمعی و سرمایه‌گذاری مشترک در اموری مانند کنترل بیماری‌های واگیر^{۲۳}، بازاررسانی، قیمت‌گذاری و استانداردسازی کیفیت و بسته‌بندی، قدرت رقابت محصولات آن کشور در بازارهای صادراتی را ارتقا داده و مانع از رقابت مخرب اعضا در بازارهای صادراتی می‌شوند.^{۲۴} فقدان چنین تشکلهایی قدرتمند (برای مثال در صنعت طیور) سبب شده است که اولاً نهاده‌های یارانه‌ای وارداتی به دست تولیدکنندگان واقعی نرسد و ضمن بهره‌مندی عده‌ای معهود از رانت مربوطه، هزینه تمام‌شده محصول نیز افزایش یابد. زیان این اقدام زمانی بیشتر می‌شود که با افزایش قیمت بازاری، دولت به‌جای خشکاندن ریشه مسئله، اقدام به ممنوعیت کامل صادرات این محصول به‌صورت عام می‌کند که این ممنوعیت، بنگاه‌های بی‌بهره از نهاده یارانه‌ای را نیز در برمی‌گیرد. این ممنوعیت‌ها سبب هدر رفت هزینه صادرکننده برای ایجاد زیرساختارهای صادراتی در کشورهای مقصد و همچنین از دست رفتن بازارهای خارجی خواهد شد. در نتیجه این شرایط، علیرغم آنکه ظرفیت تولید این اقلام در کشور بیش از نیاز داخل است، اما به دلیل آنکه هم بازار نهاده‌ها و هم بازار محصول در اختیار دولت و رانت جویان بوده و به‌جای حمایت برنامه‌ریزی‌شده از تولید، امکان سودآوری تولید را به حداقل ممکن می‌رساند، لذا نه تنها توان صادراتی افت می‌کند، بلکه در موارد متعدد نیاز داخل نیز از طریق واردات بی‌رویه تأمین می‌شود که مجدداً تأثیر مخرب بر سودآوری تولید داخلی دارد.

نارسایی خدمات دولتی به صادرات، یکی دیگر از آسیب‌های محیطی مورد تأکید بوده است. بسیاری از صادرکنندگان معتقد بودند که دولت کمکی به صادرات نکرده است. برخی نیز از بوروکراسی زیاد بهره‌مندی از حمایت‌های دولتی شاکی بوده‌اند. از نحوه پرداخت جوایز صادراتی (اعم از بوروکراسی آن و زمان طولانی پرداخت آن) و درنهایت، قطع این جوایز به‌عنوان تنها حمایت مستقیم از صادرات^{۲۵}، و محافظه‌کاری صندوق ضمانت صادرات در ارائه خدمات و همچنین بی‌دقتی در کارشناسی ارزش و وثایق و مشکلات ناشی از آن هنگام تصرف وثایق گله‌مندی وجود داشته است. همچنین عدم وجود کارگزار صندوق ضمانت صادرات ایران در برخی از استان‌های مرزی از مشکلات مربوطه در این زمینه است. فقدان بهره‌مندی از استمهال تسویه تعهدات صندوق در مقایسه با بانک‌ها، دیگر آسیب مهم حمایت‌های صندوق عنوان شده است. همچنین ضعف زیرساختارهای صادراتی به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین نواقص حمایت‌های دولت عنوان شده است.^{۲۶} عدم نظارت مؤثر بر صلاحیت دارندگان کارت‌های بازرگانی و فعالیت‌های آن‌ها، از دیگر آسیب‌های این حوزه بوده است. از دید

مصاحبه‌شوندگان، کارت‌های بازرگانی بی‌ضابطه، به ابزاری برای فرار مالیاتی، مغلوب شدن صادرات رسمی در مقابل صادرات غیررسمی و خراب شدن بازارهای صادراتی ایران به دلیل صدور محصولات بی‌کیفیت توسط آن‌ها تبدیل شده است.

آسیب دیگر مربوط به مشکلات گمرکی است. با توجه به مقررات صادراتی (اعم از شناسایی اقلام ممنوعه صادراتی، ارزش صادراتی برای ایفای تعهد ارزی، آزمایش‌های تأییدی گمرک و ...) عبور اقلام صادراتی از مرز مستلزم ارزیابی، بازرسی و تأیید گمرک است. در برخی موارد خصوصاً در مورد محصولات جدید، گمرک تجهیزات لازم برای ارزیابی اقلام را ندارد. یا پاسخ‌دهی گمرک برای آزمایش نمونه‌ها طولانی شده و سبب معطلی در مرز می‌شود. همچنین عدم فعالیت ۲۴ ساعته گمرک در بعضی از مرزها مانند مرزهای ایران با ترکیه از مشکلات دیگر موجود در این زمینه است. در مواردی نیز نبود گمرکات تخصصی و اشتباه تشخیصی گمرک سبب هزینه‌تراشی بی‌مورد برای صادرکنندگان می‌شود. بی‌توجهی به الزامات نگهداری و حمل محصول هنگام نمونه‌برداری و ضربه زدن به محصولات آسیب‌پذیر یا بسته‌بندی آن‌ها (اعم از پسته، تخم‌مرغ و ...) از سایر مشکلات اظهارشده در حوزه گمرک بوده است؛ خصوصاً آنکه بیمه‌ها نیز به استناد رعایت نکردن اصل حسن نیت توسط بیمه‌گذار یا کوتاهی در مواظبت از بار تجارتي، از جبران خسارات وارده استنکاف می‌نمایند.

آسیب مهم دیگر، ضعف خدمات بازرگانی است. با توجه به خرده مالکی بودن صنعت حمل‌ونقل و فقدان شرکت‌های بزرگ و معتبر حمل‌ونقل، امکان انعقاد قراردادهای حمل مدت‌دار بسیار اندک است و ضعف خدمات حمل‌ونقل و بی‌ثباتی هزینه حمل یک مشکل فراگیر برای صادرکنندگان ایرانی است. فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل و هزینه بالا و پرنوسان نگهداری کامیون‌ها، باریک و غیراستاندارد بودن برخی جاده‌های منتهی به مرزها (خصوصاً مرزهای عراق)، از جمله مواردی است که منجر به بالا بودن هزینه حمل می‌شود. همچنین عدم حمل یکسره کالاهای صادراتی جمهوری اسلامی ایران به مقاصد موردنظر در بعضی از کشورها مانند عراق و نبود زیرساخت‌های بندری و گمرکی از جمله اسکله صادراتی مواد معدنی در بعضی از بنادر جنوبی از جمله مشکلات دیگر موجود در این زمینه است.

۳.۴ تحلیل کدهای مربوط به «آسیب‌های درون بنگاهی»

برخی از آسیب‌های این بخش، ناشی از واکنش طبیعی بنگاه‌ها به شرایط محیط فعالیت آن‌ها بوده است. وابستگی صادرات به انرژی و کار ارزان به دلیل فرسودگی صنایع، به‌صرفه نبودن

نوسازی با توجه به نرخ بهره بالا و انرژی ارزان قیمت (مثال‌هایی از تبعات انحرافات قیمتی) و تحریم ماشین‌آلات برای نوسازی خطوط تولید، از آن جمله است. بخشی دیگر از آسیب‌های درون بنگاهی به مسائل مدیریتی بنگاه‌ها برمی‌گردد؛ از جمله این آسیب‌ها، قدرت رقابت‌پذیری پایین محصولات بنگاه‌ها می‌باشد؛ که ناشی از نبود نیروی کار ماهر، فعالیت در شرایط غیررقابتی، عدم آشنایی به مقررات صادرات و قوانین بازارهای هدف و همچنین ضعف در تدوین قراردادهای صادراتی و نبود برنامه بلندمدت صادراتی می‌باشد. در کنار آن، بروز رفتارهای غیرحرفه‌ای صادراتی توسط واحدها (خصوصاً واحدهای تولیدی) از قبیل ورود غیرحرفه‌ای به بازارهای صادراتی و نداشتن تبلیغات حرفه‌ای و نماینده فروش مناسب، سبب ناموفق شدن آن‌ها در بازارهای صادراتی و خراب شدن اعتماد به کالای ایرانی می‌شود؛ حال آنکه موارد متعددی از این آسیب‌ها از طریق اتحادیه یا تشکل‌های صادراتی در رشته فعالیت مربوطه قابل‌رفع است، اما اغلب صنایع فاقد تشکل‌هایی در این زمینه هستند.

۴.۴ تحلیل کدهای «آسیب‌شناسی صادرات به همسایگان»

پس از احصای آسیب‌های عام صادرات کشور از محتوای مصاحبه‌های صورت گرفته، اکنون به‌طور دقیق‌تری می‌توان به آسیب‌های مختص صادرات به مقاصد صادراتی کشورهای همسایه متمرکز شد.

به دلیل بسته بودن سوئیفت و تحریم بانکی، انتقال ارز از ترکیه به ایران، مستلزم جریمه‌ای ۶ درصدی است که بایستی در آن کشور توسط صادرکنندگان ایرانی پرداخت شود.^{۲۷} یکی دیگر از مشکلات اساسی صادرکنندگان به ترکیه، بی‌توجهی به منافع ملی در امضای موافقت-نامه‌های تجاری با آن کشور عنوان شده است.^{۲۸} همچنین در این زمینه می‌توان به نبود مناسبات بین‌بانکی با منطقه اقلیم کردستان عراق جهت برگشت ارز حاصل از صادرات اشاره کرد.

در خصوص کشورهای حوزه شوروی سابق، تحریم‌های کالایی و وجود رقابت قوی در بازار آن کشورها، یکی از آسیب‌های عمده صادرات ایران به این مقاصد بوده است. در برخی از جمهوری‌های مذکور، خریداران خارجی به دلایل مالیاتی تمایل به شفافیت نداشته و صادرات سستی را ترجیح می‌دهند. این امر ثبت نشدن صادرات به آن کشورها و برخی آسیب‌های دیگر مانند مشکل در انتقال ارز را به دنبال دارد. در خصوص روسیه، استانداردهای بالای کیفی آن کشور در خصوص واردات، در ترکیب با ناآشنایی تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایرانی به آن استانداردها (که از عدم عضویت در اتحادیه‌های جهانی تجارت مانند WTO نشاءت می‌گیرد)

باعث شده است که امکان صادرات زیاد به روسیه منتفی شود. در مورد کشورهای عربی نیز مجدداً تحریم‌ها و روابط سیاسی نامناسب با آن کشورها^{۲۹}، بزرگ‌ترین مانع صادرات ایران بوده است. با توجه به درآمد بالای کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس، استاندارد کیفی محصولات آن کشورها عموماً بالا بوده و خصوصاً در حوزه صنعتی، واحدهای ایرانی قادر به تأمین این الزامات نبوده‌اند. طبعاً نفتی بودن آن کشورها و نداشتن اکیال تجاری ایران با آن‌ها (همانند سایر همسایگان به جز افغانستان و پاکستان و عراق) نیز از دیگر آسیب‌های توسعه صادرات به آن کشورها بوده است.

با توجه به ساختار غیرپیچیده غالب محصولات صادراتی ایرانی و عقب‌ماندگی عراق و افغانستان از توسعه به دلیل جنگ‌های فرسایشی چنددهه اخیر، این دو کشور مقاصد اصلی محصولات صادراتی ایرانی را تشکیل می‌دهند. در کنار آن‌ها، پاکستان نیز به دلیل غیرنفتی بودن و سطح اقتصادی پایین‌تر نسبت به سایر همسایگان ایران و همچنین مشابهت آسیب‌های آن با دو کشور یادشده، در این دسته تحلیل می‌شود. آسیب‌های شناسایی شده در خصوص صادرات به این سه کشور، در وهله اول به نگاه امنیتی به این مرزها و تردد از آن‌ها برمی‌گردد. این آسیب باعث شده است که زیرساختارهای تجاری توسعه نیابند و صادرات به صورت سنتی و در قالب پیله‌وری تداوم یابد. نیروهای مرزبانی نسبت به تردد کالاها سخت‌گیری می‌کنند و حتی کالاهایی که توسط گمرک بازرسی و تأیید شده‌اند و نیازی به بازرسی مجدد ندارند نیز توسط آن‌ها بازرسی می‌شود. در جریان این سخت‌گیری‌ها عموماً به مواظبت از کالای تجاری اهمیتی داده نمی‌شود و سبک بازرسی و برخورد نیروهای مرزبانی خود به عاملی برای تخریب و افت کیفیت یا تخریب بسته‌بندی محصولات صادراتی (قبل از ورود به مقصد) تبدیل می‌شود. ممنوعیت ورود کامیون‌های ایرانی به عراق (برخلاف کامیون‌های ترکیه) و مجبور شدن به انتقال بار به کامیون‌های عراقی در مرز، به عامل دیگری در راستای کندی صادرات، تخریب کالاهای ظریف و فاسدشدنی و افزایش هزینه صادرات تبدیل شده است که آن‌ها را نسبت به رقبای ترک در موضع ضعف قرار می‌دهد.

در خصوص مصادیق فقدان زیرساختارهای صادراتی می‌توان به غیراستاندارد بودن و باریک بودن جاده‌های مواصلاتی به بازارچه‌های مرزی خصوصاً مرزهای با کردستان عراق اشاره کرد^{۳۰}. صعب‌العبور و برف‌گیر بودن جاده‌های مذکور باعث می‌شود که در زمستان عملاً این مرزها بسته شوند و سختی‌های تحمیل شده به رانندگان، در قالب امتناع آنان از بارگیری به

چالش‌های صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر بازار ... (عزیز احمدزاده و دیگران) ۶۷

سمت مرز یا درخواست کرایه حمل بالا، منجر به تضعیف بازاررسانی و رقابت‌پذیری محصولات ایرانی در مقایسه با رقبا می‌شود.

در خصوص بازارچه‌های مرزی نیز مشکلات زیرساختاری اساسی^{۳۱} وجود دارد. بی‌قانونی، مشکلات متعدد و قیدوبندهای دست و پاگیر، فقدان امنیت کافی، وجود مافیای و انحصارات منحل آزادی بازار در بازارچه‌های مرزی، در کنار عدم همکاری مسئولین با صادرکنندگان، از دیگر آسیب‌های جدی موجود است که توسط صادرکنندگان مطرح شده است. در کنار آن، باز و بسته شدن مرزها بدون اطلاع قبلی، اغلب سبب سرگردانی صادرکنندگان، زایل شدن محصولات صادراتی، تحمل زیان و از دست رفتن سهم بازاری صادرکنندگان می‌شود. همچنین عدم تخصیص کمک‌های فنی و اعتباری برای ایجاد و تکمیل و رسمی کردن بعضی از بازارچه‌های مرزی مانند شیخ صله، شوشمی، تپله کوه و سومار در استان کرمانشاه از مشکلات دیگر موجود در این زمینه است. از دیگر آسیب‌های مطرح شده در بازار این کشورها (با تأکید بر بازار عراق)، وجود رقبای قوی ترکیه‌ای^{۳۲} است که از حمایت همه‌جانبه دولت خود برخوردارند. محصولات ایرانی کیفیتی بالاتر از انتظار در کشورهای مذکور دارند و در مقابل، قیمت تمام‌شده بالاتری نیز دارند که در این بازارها سبب بروز ضعف قیمتی در مقابل رقبا می‌شود. مجموع این آسیب‌ها در کنار پریسک بودن صادرات به این کشورها^{۳۳} و ناتوانی از ایفای تعهدات ارزی در فروش‌های ریالی به آن کشورها باعث شده است که صادرات به این مقاصد در سطحی سستی باقی بماند.

نتایج این قسمت، تایید کننده نتایج برخی مطالعات قبلی از جمله فینسترا و همکاران (۲۰۰۱)، سولوگا و ویترز (۱۹۹۹) و چنگ و وال (۱۹۹۹) مبنی بر متفاوت بودن اثرگذاری متغیرهای مدل جاذبه در شرایط مختلف است؛ خصوصاً موید استدلال‌های ایشان در خصوص این است که عموم مدل‌های جاذبه، برخی متغیرهای مهم لحاظ نمی‌شوند. این متغیرها در خصوص ایران، شامل فراهم نبودن بسترها و شرایط اولیه مانند آزادی تجارت و مبادلات مالی بین‌المللی (که با تحریم سلب شده است)، حمل و نقل مناسب، ساختار کارا برای تولید محصولات رقابت‌پذیر است که باعث می‌شود متغیرهای مدل جاذبه مانند فاصله جغرافیایی اندک و جمعیت بالا، اثرگذاری مثبت لازم را نداشته باشند.

۵.۴ تحلیل کدهای «آسیب مربوط به صادرات مختص گروه‌های کالایی»

با توجه به آسیب‌های عظیم تولید و صادرات در ایران که قبلاً بیان شد، تعداد اقلام صادراتی کشور اولاً پایین بوده و تنوع آن رو به کاهش است و ثانیاً، اقلام عمده صادراتی، عموماً محدود به اقلام غیرپیچیده‌ای است که دارای منشأ کشاورزی یا منابع طبیعی هستند. بنابراین، آسیب‌های شناسایی شده مختص اقلام صادراتی نیز بر مبنای همین دسته‌بندی‌ها بوده‌است.^{۳۴} در مواردی (مانند صنایع کاشی و سرامیک) نیز صادرکنندگان مربوطه مشکلی مختص آن صنعت را ذکر نکرده‌اند.

در محصولات کشاورزی، با توجه به قضیه تار عنکبوتی و تبعیت سطح زیر کشت هر محصول از قیمت سال قبل آن، برنامه‌ریزی منسجم و متمرکز برای سطح زیر کشت بسیاری از محصولات کشاورزی نیاز است که فقدان آن، سبب ناپایداری تولید، متغیر بودن قیمت‌ها در بازار داخلی، اتلاف منابع و نااطمینانی به تداوم عرضه محصولات کشاورزی ایرانی در بازارهای صادراتی می‌شود که مانع اصلی در ارتقای سهم بازاری این اقلام است. با مداخله دیرنگام دولت برای کنترل تبعات این مسئله از طریق تنظیم بازار، عموماً صادرات اقلام کشاورزی که افزایش قیمت یافته‌اند به‌طور کامل ممنوع می‌شود که در قالب از دست رفتن سهم بازاری محصولات ایرانی و جایگزین شدن رقبا، تبعات مخرب بلندمدتی بر صادرات کشور برجای می‌گذارد.^{۳۵} بی‌توجهی به استانداردهای بین‌المللی استفاده از کود و سم در تولیدات کشاورزی، سبب مرجوع شدن محصولات ایرانی در بازارهای توسعه‌یافته‌ای مانند کشورهای عربی و روسیه می‌شود که رفع آن مستلزم تدوین، ابلاغ و اطمینان از رعایت استانداردهای مربوطه در داخل کشور است.

در خصوص صادرات خشکبار، نسبت بالای ارزش به وزن، و اینکه خریداران آن عموماً فروشگاه‌هایی زنجیره‌ای هستند که خریدهای خود را به‌صورت اعتباری انجام می‌دهند، محدودیت در فروش اعتباری صادرکنندگان ایرانی، تأثیر مخرب‌تری بر رقابت‌پذیری این محصول گذاشته است. آسیب دیگر، ظهور خشکبار و خصوصاً پسته آمریکایی است که به رقیبی قدرتمند تبدیل شده و در بازارهای عربی در حال جایگزین شدن محصول ایرانی است. در خصوص زعفران نیز این مشکل اظهار شده است و ترویج کشت این محصول در افغانستان به‌منظور جایگزینی با کشت مواد مخدر را سبب تبدیل شدن افغانستان به رقیبی نوظهور در صادرات این محصول اعلام کرده‌اند.

صنایع غذایی به‌عنوان حلقه بعد فرآوری محصولات کشاورزی، دارای مشکلاتی مشترک با اقلام کشاورزی هستند. علاوه بر نوسانات قیمت و دسترسی به مواد اولیه، در برخی موارد، این ممنوعیت صادراتی ناشی از تنظیم بازار، به محصولات صنایع غذایی نیز تعمیم یافته و از این طریق صادرات آن‌ها را نیز مختل می‌نماید. کیفیت پایین مواد اولیه به‌عنوان آسیب دیگر این صنعت شناسایی شده و لزوم توجه به کیفیت از مزرعه، به‌عنوان یک ضرورت برای این صنعت بیان شده است. لذا برخی تولیدکنندگان، درخواست حمایت دولت از کشاورزی قراردادی (مبتنی بر سفارش محصول توسط کارخانه‌های مواد غذایی) را مطرح کرده‌اند تا بتوانند از این طریق هم از استمرار دسترسی به مواد اولیه و کیفیت آن اطمینان حاصل نمایند. مشکلات مربوط به تعمیر/تعویض ماشین‌آلات و کمبود ماشین‌آلات بسته‌بندی، در کنار فقدان کانتینرهای یخچالی و محرومیت از بازارهای خوب به خاطر تحریم کشتیرانی، از دیگر آسیب‌ها و مشکلات این صنعت است که توسعه صادرات و کسب سهم بازاری در بازارهای جدید یا ارتقای آن در بازارهای موجود را با محدودیت جدی مواجه کرده است.

در خصوص سنگ ساختمانی، سهولت دسترسی و کیفیت و تنوع، مهم‌ترین عامل در موفقیت صادراتی عنوان شده است. لذا علی‌رغم برخورداری سنگ ایرانی از کیفیت و تنوع بالا، سخت شدن دسترسی به سنگ ایرانی به خاطر تحریم‌ها، اصلی‌ترین مانع صادرات آن است. لذا به دلیل وجود رقابتی قوی برای سنگ ایرانی، لوکس بودن محصول و جانشین‌های متنوع و رقابتی (شامل انواع مصالح ساختمانی مصنوعی و صنعتی) در سطح جهانی، بازار این محصول رو به افول بوده و فرصت‌های صادراتی موجود در صورت عدم بهره‌برداری، از بین خواهند رفت. نسبت پایین ارزش به وزن برای این اقلام (و سایر صنایع غیرفلزی)، باعث شده است که هزینه حمل سهم بیشتری از قیمت تمام شده برای صادرکننده داشته باشد و لذا بی‌ثباتی هزینه حمل تأثیر مخرب‌تری بر رقابت‌پذیری آن در بازارهای صادراتی به‌جای می‌گذارد.

صادرکنندگان محصولات پایه نفتی^{۳۶}، کمبود خوراک و نوسانات شدید قیمت آن را از مهم‌ترین محدودکننده‌های توسعه تولید و صادرات اعلام کرده‌اند که از انحرافات بورس کالا و ورود غیراصولی صنایع بالادستی به بازار محصولات پایین‌دستی ناشی می‌شود و باعث افت کیفیت و تخریب برند ساخت ایران شده و به قیمت از بین رفتن برند صادراتی ایرانی و حذف سود صادرکنندگان پایین‌دستی تمام می‌شود. مشکل دیگر، محدود شدن میزان صادرات تولیدکنندگان پایین‌دستی به میزان خرید مواد اولیه توسط ایشان است (فاکتور منشأ) که صادرات بیشتر از آن را امکان‌ناپذیر می‌کند. در مقابل، افت سرمایه‌گذاری و ظرفیت تولید یکی

از آسیب‌های صنایع بالادستی عنوان شده است که تداوم تولید بلندمدت را با مشکل مواجه می‌کند.

در خصوص خدمات فنی مهندسی، مهم‌ترین آسیب‌های شناسایی شده شامل مشکل نپذیرفتن ضمانت‌نامه‌های بانکی ایرانی به خاطر قطع روابط بانکی، مشکلات تأمین مالی و ضعف پیمانکاران پشتیبان داخلی عنوان شده است. نپذیرفتن ضمانت‌نامه ایرانی، شرکت در مناقصه‌های خارجی و تأمین الزامات آن را بسیار دشوار می‌کند. طولانی بودن دوره ساخت پروژه‌های فنی - مهندسی و دولتی بودن کارفرمای آن‌ها (پرداخت منابع از محل بودجه و پس از طی مراحل بوروکراتیک زمان‌بر)، نیاز به سرمایه در گردش بالایی را ایجاد می‌کند؛ لذا سهولت تأمین مالی نقشی تعیین‌کننده در رقابت‌پذیری شرکت‌های خدمات فنی مهندسی دارد و به تبع آن، مشکلات تأمین مالی در ایران، برای این صنعت به مراتب مخرب‌تر است. آسیب دیگر این حوزه، ضعف پیمانکاران و پشتیبانان داخلی است. قبول پروژه‌های خارجی بزرگ و تحویل به موقع آن، مستلزم برون‌سپاری تأمین قطعات یا اجزای آن به پیمانکاران داخلی است. فقدان تجربه پیمانکاران داخلی در همکاری‌های بین‌المللی، باعث ضعف آن‌ها در تأمین نیازهای مربوطه طبق کیفیت و استانداردهای جهانی شده و بر کلیت عملکرد صادرکنندگان خدمات فنی - مهندسی تأثیر منفی می‌گذارد و هزینه ایفای تعهدات را بالا می‌برد. نظر به اینکه مصالح ساختمانی نیز از جمله اقلام انرژی‌بری برخوردار از انرژی یارانه‌ای هستند، ممنوعیت صادرات آن‌ها به منظور تنظیم بازار، سبب به هم ریختن محاسبات مالی پروژه‌های خارجی می‌شود که سودآوری پروژه را نتیجه داده بود^{۳۷}. لذا این نااطمینانی بر این صنعت نیز اثرات مخربی دارد.

۵. نتیجه‌گیری

هدف مطالعه حاضر، آسیب‌شناسی وضع موجود صادرات به همسایگان در راستای افزایش سهم اقلام صادراتی موجود از بازارهای کشورهای همسایه است. زیرا توسعه صادرات یکی از مهم‌ترین پیشران‌های رشد و توسعه صادرات بوده و کالاهای صادراتی موجود، در دسترس‌ترین اقلام برای توسعه صادرات، و کشورهای همسایه نیز در دسترس‌ترین بازارها بدین منظور هستند.

برای این منظور، ابتدا از روش مطالعه اسنادی برای بررسی مطالعات و تجارب قبلی استفاده شده و سپس با ارایه آماری اینفوگرافیک از داده‌های رسمی صادرات، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته برای گردآوری اطلاعات تجربی صادرکنندگان و مسئولین مرتبط استفاده شده

است. در نهایت، با تحلیل محتوای کیفی داده‌های به دست آمده با استفاده از نرم‌افزار مکس کیو دی‌ای و روش کدگذاری پایین‌به بالا، نسبت به شناسایی آسیب‌ها اقدام شده است.

بر مبنای نتیجه مصاحبه‌های میدانی با مسئولین و صادرکنندگان کشور، می‌توان گفت بخش بسیار عظیمی از مشکلات صادرات کشور، از سبک حکمرانی اقتصادی و روابط متلاطم سیاسی با کشورهای ثروتمند و تحریم‌ها سرچشمه می‌گیرد. در واقع، نگاه ایدئولوژیک به روابط بین‌المللی ایران و غلبه آن بر منافع ملی ایران در قالب جذب سرمایه‌گذاری برای توسعه تولید و همچنین توسعه صادرات، عامل اصلی مشکلات صادراتی کشور بوده است. در کنار آن، ساختار ناکارا بوروکراسی کشور و فقدان یک متولی متمرکز و قدرتمند برای تسهیل تولید و صادرات کشور، مهم‌ترین آسیب و مشکل در این زمینه بوده است. اگرچه کمیسیون ماده ۱ به‌عنوان نهادی برای هماهنگ‌سازی تمامی دستگاه‌های مرتبط با تجارت کشور، به‌صورت مستمر تشکیل جلسه داده و مسائل را بررسی می‌کند، اما قدرت اجرایی این نهاد، در حد توجیه و هماهنگ‌سازی بین اعضا بوده و هیچ قدرت بالاتری نسبت به هیچ‌کدام از دستگاه‌ها ندارد. همچنین، بسیاری از آسیب‌ها و مشکلات صادراتی کشور از قبیل مزاحمت‌های نیروهای مرزبانی، فقدان زیرساخت‌های مرزی و سیستم حمل‌ونقل کشور، قابل طرح و پیگیری در آن کمیسیون نبوده و متولیان مربوطه عضو آن نیستند و تعهدی هم در قبال صادرات احساس نمی‌کنند. واقعیت آن است که مشکلات عام تولید و صادرات کشور به حدی پررنگ و تأثیرگذار است که در مصاحبه‌های صورت گرفته، بیش از ۹۵٪ از آسیب‌ها را به خود اختصاص داده و تنها درصد اندکی از آسیب‌ها مختص مقاصد یا اقلام صادراتی بوده‌اند.

به‌طور معمول هدف از آسیب‌شناسی صادرات، ریشه‌یابی مشکلات به‌منظور رفع آن‌ها بوده و لذا رفع مشکلات مشاهده‌شده به‌صورت ریشه‌ای، اصلی‌ترین راهکار قلمداد می‌شود. باین‌حال، در این پژوهش در خصوص راهکارهای پیشنهادی برای توسعه صادرات نیز به‌طور مستقیم سؤال شد تا بتوان پیشنهادهای تکمیلی را نیز مدنظر قرار داد. بر این مبنای راهکارهای اجرایی افزایش سهم بازاری اقلام صادراتی به کشورهای همسایه را می‌توان به ترتیب اهمیت به شرح زیر ارائه کرد:

- در وهله اول، تدوین و اولویت اجرای یک استراتژی کلان و بلندمدت تولیدی و صادراتی به‌عنوان سند بالادستی و مقدم بر سایر قوانین ضروری به نظر می‌رسد. این استراتژی می‌تواند خود شامل سیاست‌های کلی توسعه صنعتی، سیاست‌های کلی صادرات، سیاست‌های کلی توسعه دیپلماسی تجاری و اقتصادی (مشمول بر رفع

تحریم‌ها، بهبود روابط با اقتصادهای ثروتمند و خصوصاً همسایگان، و پیوستن به سازمان جهانی تجارت و سایر پیمان‌های منطقه‌ای تجاری، قرار گرفتن در زنجیره ارزش شرکت‌های چندملیتی و سایر اقدامات منطبق بر منافع ملی) و ارتقای کارایی بازارهای محصولات واسطه‌ای در راستای تسهیل تولید اقلام پیچیده و با ارزش افزوده بالا در داخل کشور و همچنین بازتنظیم قوانین و مقررات مالیاتی و اصلاح نظام قیمت‌ها، توسعه زیرساخت‌های تولیدی و صادراتی، نهادسازی در راستای توسعه تولید و صادرات از جمله ایجاد آژانس‌های توسعه صادرات (EPA) و تقویت اتحادیه‌ها و سندیکاهای تولیدی و صادراتی باشد. مهم‌تر آنکه، تدوین استراتژی کلان، تا الزام‌آور شدن و ابلاغ آن به‌عنوان سند بالادستی مقدم بر تمام قوانین (به‌عنوان قانون مادر)، فاصله زیادی دارد و اهتمام جدی مسئولین ارشد کشور را نیاز دارد. درنهایت، بسیار حیاتی است که چنین اهداف بالادستی اقتصادی، مغلوب اهداف سیاسی و ایدئولوژیک نشده و با درک اهمیت ارتقای قدرت اقتصادی برای تداوم قدرت سیاسی، اهداف سیاسی بدون هرگونه تضاد با اهداف اقتصادی پیگیری شوند. تبعات سهمگین تحریم بر تولید و صادرات که طبق نتایج این پژوهش به‌عنوان بزرگ‌ترین آسیب صادرات مطرح شده است، اهمیت این موضوع را به‌خوبی نشان می‌دهد.

- بی‌دغدغه بودن، فقدان تخصص و تجربه مسئولین و عدم حمایت مؤثر در کنار مزاحمت‌های مداوم حاکمیت برای تولیدکنندگان، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین مشکلات (و با کد خودتحریمی) بیان شده است که خود ریشه اکثر آسیب‌های محیط کسب‌وکار داخلی و تضعیف بنگاه‌ها بوده است. لذا راهکار دوم برای تقویت تولید و صادرات، ارتقای چابکی حاکمیت، از طریق طراحی یک نظام کارا پرداخت مبتنی بر خدمات ارائه‌شده به تولید و صادرات است تا بتوان زمینه بروز هرگونه فساد اداری مختل‌کننده را از بین برده و خدمات عمومی موردنیاز تولید و تجارت کشور را تأمین نمود. به نظر می‌رسد پیاده‌سازی صحیح نظام بودجه‌ریزی عملیاتی اقدامی مهم در این زمینه باشد و لذا بایستی موانع اجرای ناقص آن (از جمله مقاومت مدیران دستگاه‌ها) رفع شود و تداوم خدمت مسئولین مشروط به رضایتمندی افراد و واحدهای خدمات‌گیرنده شود. طبعاً یک نظام بازخورد مؤثر در این زمینه می‌تواند کمک‌کننده باشد.

- در خصوص صادرات به همسایگان، پس از تنش در روابط سیاسی، نگاه امنیتی به مرز و تردد و استان‌های مرزی، منشأ بیشترین آسیب‌ها بوده است. متأسفانه بسیاری از این

چالش‌های صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر بازار ... (عزیز احمدزاده و دیگران) ۷۳

مشکلات، در اختیار بخش‌هایی از حاکمیت است که در قوه مجریه نیستند. بنابراین، توسعه صادرات به همسایگان مستلزم این است که سایر اجزای حاکمیت به‌جز قوه مجریه نیز خود را متعهد به خدمت‌رسانی به صادرات یا ممنوعیت اختلال در آن بنمایند. این امر نیز بایستی از طریق بازتعریف اهداف و وظایف آن‌ها در راستای هماهنگی بیشتر با پیگیری منافع ملی اقتصادی و اولویت داشتن آن به سایر اهداف حاکمیت مقدور است که بایستی توسط مسئولین ارشد و فراقوه‌ای کشور ابلاغ شود.

- ثبات متغیرهای کلان اقتصادی (حجم پول، تورم، نرخ بهره، نرخ ارز) و مقررات مؤثر بر تولید و تجارت، در کنار رفع انحصارات غیرمنطقی و نظارت مؤثر بر بازار کالاهای واسطه‌ای برای رفع این انحصارات، همراه با اصلاح نظام قیمت‌ها با تمرکز بر انگیزش هدایت تولید به سمت محصولات پیچیده و با ارزش‌افزوده بالاتر (تنوع عمودی)، از دیگر راهکارها و پیش‌نیازهای توسعه صادرات به همسایگان محسوب می‌شود.

توسعه صادرات مستلزم آن است که ارتقای تولید و صادرات، در اولویت اول حاکمیت قرار گیرد تا بهبود روابط با همسایگان و کشورهای ثروتمند محقق شود و تحریم‌ها به‌عنوان بزرگ‌ترین موانع تولید و صادرات برداشته شوند. پس‌از آن، لازم است یک متولی واحد و قدرتمند حاکمیتی برای تولید و صادرات در کشور وجود داشته باشد که بتواند از تحقق اهداف صادراتی اطمینان حاصل نماید و موانع را برطرف نماید.

پی‌نوشت‌ها

۱. شامل روسیه، پاکستان، عربستان، قزاقستان و بحرین.
۲. <http://www.intracen.org>
۳. میانگین هندسی این سهم‌ها به مراتب کمتر و در حدود ۰.۲ درصد بوده است.
۴. نظر به اینکه عراق در ده سال گذشته همواره جزء دو کشور اول مقصد صادراتی ایران بوده و در سال ۲۰۱۸ نیز، تغییر خاصی در روابط تجاری و جریان صادرات به عراق رخ نداده است، لذا علیرغم گزارش نشدن صادرات، ممکن است کماکان دومین مقصد صادراتی کشور باشد. تمام متولیان صادراتی نیز بر قرار داشتن عراق در زمره دو کشور اول مقصد صادراتی ایران تأکید داشتند.
۵. در سال ۲۰۱۹ نیز روسیه، ترکیه، امارات و عربستان به ترتیب با ۲۴۳، ۲۰۰، ۱۸۱ و ۱۴۴ میلیارد دلار واردات، بیشترین میزان واردات در بین کشورهای همسایه ایران را به خود اختصاص داده‌اند که قریب به

- ۸۰ درصد از کل واردات کشورهای هدف را شامل می‌شود. در این میان، سهم ایران از تامین کالاهای وارداتی کشورهای مذکور، به ترتیب معادل ۰.۲۲ و ۳.۱۱ و ۱.۹۳ و صفر درصد بوده است.
۶. یک سیگنال مثبت درباره تقاضا و عملکرد صادراتی همسایگان و تأثیرپذیری مثبت از این تجربه، احتمال ورود و فروش اولیه شرکت در بازار را بالا می‌برد.
۷. در خصوص مقیاس تولید، متاسفانه شرکت‌های بزرگ پاسخگو نبودند.
۸. لازم به ذکر است که برخی از پاسخ دهندگان، این گزینه را دارای همپوشانی با تحریم دانسته و نمره مجزایی نداده‌اند و برخی دیگر نیز وارد سایر جنبه‌های مناسبات بین‌المللی ایران از جمله بی‌توجهی به دیپلماسی اقتصادی و تجاری، فقدان عضویت در توافقنامه‌های تجاری و پولی و اقتصادی کارگشا و فدا کردن اقتصاد کشور برای اهداف سیاسی را در تشریح این بند و تأکید بر فراتر بودن آن نسبت به تحریم‌ها بیان کرده‌اند.
۹. چراکه مشکلات کلان سبب بروز مشکلات عدیده در سطح خرد می‌شوند.
۱۰. البته شدت این مشکلات، بسته به محصول و مقصد صادراتی متفاوت است. برای مثال، صادرکنندگان به عراق و افغانستان، مشکل چندانی با تحریم نداشتند، چرا که اقتصاد آن کشورها توسعه نیافته و دارای اتصالات اندک با اقتصاد جهانی بوده و لذا امکان پیاده‌سازی تمام تحریم‌ها علیه ایران را فراهم نمی‌کند. همچنین از نظر محصول، محصولاتی مانند خشکبار یا پارافین که در بازار جهانی دارای برتری کیفیت بوده‌اند و همچنین محصولاتی که دارای سطح پیچیدگی پایین بوده‌اند، تحریم را کمتر مقیدکننده یافته‌اند.
۱۱. منظور از بازارهای توسعه یافته کشورهایی است که اکثر مبادلات مالی مربوط به فعالیت‌های اقتصادی آنها از طریق نظام بانکی تحت نظارت کارآی بانک مرکزی انجام می‌گیرد و سایر ساختارهای مالی از جمله نظام مالیاتی و نظام مبارزه با پولشویی آنها، هزینه مبادلات غیربانکی را بالا برده است. البته انتخاب کشورها در این دو طبقه، بر مبنای گفته‌های مصاحبه‌شوندگان و به صورت سرانگشتی صورت گرفته است.
۱۲. منظور از بازارهای کمتر توسعه یافته،
۱۳. شایان ذکر است که در خصوص پاکستان، بخش عمده‌ای از کاهش سهم ایران، به کاهش صدور فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی مربوط می‌شود. طبعاً خروج از برجام در ۲۰۱۸ نیز اثری مشابه ۲۰۱۱ و بلکه شدیدتر بر اقتصاد ایران برجای گذاشته است که به دلیل عدم دسترسی و نامعتبر بودن آمارهای آن دوره، پایش آن مقدور نشد.
۱۴. راهکارهای معدود دیگری مانند انتقال چمدانی ارز نیز وجود دارد، اما آنها نیز هزینه‌ها و ریسک‌های به مراتب بیشتری دارند.

چالش‌های صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر بازار ... (عزیز احمدزاده و دیگران) ۷۵

۱۵. چالش‌گازی با ترکمنستان و موضع‌گیری ساده‌انگارانه در مشاجره ارمنستان و آذربایجان، از جمله مصادیق مورد اشاره مصاحبه شونده‌گان بوده است که باعث بروز مشکلات متعدد در صادرات به همسایگان شده است.

۱۶. در محتوای مصاحبه‌ها، گله‌مندی از سیاست‌های دولت بسیار بالا بوده و از آن با الفاظ تندی مانند خودتحریمی یا دولت (به معنای وسیع آن) به عنوان سرمنشاء مشکلات یاد شده است.

۱۷. در بسیاری از کشورها، آژانس‌های جذب سرمایه‌گذاری خارجی و توسعه صادرات، علاوه بر تمامی اقدامات مربوطه، دارای قدرت قضایی برای برخورد با هر عامل مختل‌کننده جذب سرمایه‌گذاری یا تسهیل صادرات هستند و همانند دادستان قادر به اقامه دعوی علیه هر مختل‌کننده صادراتی هستند. این امر اغلب به عنوان ombudsman یاد می‌شود که در حوزه‌های اقتصادی می‌تواند همزمان به عنوان دادستان و وکیل صادرکننده یا سرمایه‌گذار عمل کرده و تارفع مشکلات و اختلالات مربوطه، قضیه را پیگیری می‌کند.

۱۸. بیان مثال‌های متعددی از سیاست‌های نادرست دولت از اقدامات مالیاتی زیانبار گرفته تا تبعات سنگین اولویت تنظیم بازار بر صادرات و اتخاذ تصمیمات خلق‌الساعه، متعارض، گمراه‌کننده و مخل تولید، در کنار رقابت مخرب دولت با بخش خصوصی در تولید و صادرات، کدهایی است که به عنوان مصادیقی از این بی‌برنامگی برای صادرات و فقدان متولی واحد قدرتمند توسط صادرکنندگان بیان شده است. اغلب با مطرح شدن بحث تحریم، از چنین اقداماتی به خودتحریمی یاد می‌کرده و عنوان می‌کردند که ما در موارد متعددی که قادر به دور زدن تحریم‌ها شده‌ایم، در دام چنین خودتحریمی‌هایی گرفتار شده و زیان دیده‌ایم.

۱۹. برآیند این امر، تشدید اقتصاد رانتی، قدرت‌گیری گروه‌های مخل تولید، مسلط شدن دیدگاه کوتاه‌مدت‌نگر و فرصت‌طلبانه نسبت در مقابل دیدگاه مولد بلندمدت، انحرافات شدید نظام قیمت‌ها و تشدید تبعیض علیه تولید است.

۲۰. این امر به حدی پررنگ است که از دید برخی از مصاحبه‌شونده‌گان، صادرات بسیاری از محصولات ایرانی، به دلیل تاراج منابع طبیعی کشور در قالب آب رایگان کشاورزی و تخصیص یارانه‌های انرژی مقدور بوده و بدون آن، صادرات بسیاری از محصولات کشاورزی و مصالح ساختمانی به همسایگان به شکل کنونی، فاقد هرگونه سودآوری می‌بود.

۲۱. طبعا این تداوم اختلال بازار کالاهای واسطه‌ای، ضربات اساسی بر ساختار تولید کشور وارد ساخته و بخش خصوصی را در مقابل شرکت‌های بزرگ خصوصی و دولتی و رانت‌جویان مقتدر و بانفوذ مغلوب می‌سازد که تبعات آن به صورت خام‌فروشی و دل‌سرد شدن بخش خصوصی از تولید و صادرات بروز می‌یابد.

۲۲. صادرکنندگان معتقد بودند که دولت با علم به دشواری‌های زیاد انتقال ارز به کشور، عملاً سبب می‌شود که صادرکنندگان در فرآیند انتقال ارز از طریق غیربانکی، مرتکب جرایم پولشویی در خارج از کشور شده

و متحمل ریسک محکومیت‌های این جرم شوند. همچنین ورود اسکناس ارزی نیز از طریق مرزها قاچاق بوده و در داخل نیز صادرکننده به عنوان قاچاقچی ارزش قلمداد می‌شود.

۲۳. از طریق جبران زیان بنگاه‌هایی که نسبت به معدوم سازی اقدام می‌کنند از محل منابع تمام بنگاه‌ها

۲۴. نمونه‌ای از این اقدامات، کاهش هماهنگ قیمت تخم مرغ صادراتی ترکیه به عراق، به منظور پیشگیری از ورود رقبای ایرانی به بازار مذکور بوده است که هزینه این کاهش قیمت، توسط تمام بنگاه‌های ترکیه‌ای عضو آن اتحادیه تامین می‌شود.

۲۵. ظاهراً در بسته حمایت از صادرات، شیوه‌های حمایتی دیگری مانند پرداخت یارانه سود تسهیلات صادراتی جایگزین جوایز صادراتی شده است اما در عمل، چون بودجه تخصیص یافته به این حمایت‌ها به شدت کاهش یافته است، عموماً چنین برداشت می‌شود که حمایت‌ها قطع شده است.

۲۶. افزایش چندبرابری صادرات به افغانستان طی یک دهه اخیر، به تبع توسعه جاده‌های ارتباطی با آن کشور، به عنوان مصداقی از تاثیر زیرساخت‌ها در رشد صادرات بیان شده و از مغفول ماندن چنین اقداماتی شکایت وجود داشت.

۲۷. ظاهراً این جریمه از ابتدا وجود داشته اما در دوره‌ای طولانی، ایرانیان از آن معاف شده‌اند و اخیراً مجدداً اعمال شده است و بار هزینه‌ای زیادی برای صادرکنندگان به دنبال داشته است.

۲۸. به دلیل رقابت‌پذیری بالاتر محصولات ترکیه نسبت به ایران و همچنین قرار داشتن اقتصاد در اولویت اول حاکمیت آن کشور در دو دهه اخیر، عملاً محصولات صادراتی ایران به ترکیه محدود و عموماً شامل محصولات کشاورزی بوده است که از ارزان بودن آب و نهاده‌ها در ایران نشأت می‌گیرد. بنابراین، صادرات پایین به ترکیه، یکی از دلایل شناسایی آسیب‌های اندک صادرات به آن کشور بوده است.

۲۹. از جمله به توافق برای صادرات به عربستان اشاره شد که با یک تنش سیاسی به طور کامل متفی شده و ابتر مانده بود.

۳۰. برخی جاده‌های مرزی حتی فاقد شانه خاکی مناسب هستند و در صورت توقف یک کامیون به دلیل نقص فنی، بلافاصله ترافیک سنگین ایجاد می‌شود.

۳۱. تجهیزات انتقال محموله‌ها در مقیاس بزرگ (از قبیل جرثقیل‌های بزرگ و مکفی)، تجهیزات اسکن محموله‌ها و کارشناسان میدانی در حوزه صادرات، به منظور تسریع ارزیابی گمرکی محصولات صادراتی، برای بسیاری از محصولات در مرزها حضور ندارند؛ ارگان‌های خدمات رسانی در بازارچه‌ها، ۲۴ ساعته نیستند. مجموع این عوامل علاوه بر مشکلات مستقیم، سبب تشکیل صف‌های طولانی کامیون‌ها برای ورود به بازارچه‌ها و تخلیه بار صادراتی می‌شوند.

۳۲. ترک‌ها حتی برای رفع موانع عراقی صادرات، استراتژی‌های زیرکانه‌ای دارند و به طرق مختلف مسئولین عراقی را برای رفع مشکلات خود بر می‌انگیزانند (که استفاده از انواع ابزارهای تشویقی مانند دعوت به مراکز مذهبی یا سیاحتی یا درمانی ترکیه متناسب با ذائقه مسئولین مربوطه تا حمایت‌های سیاسی و مالی

چالش‌های صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر بازار ... (عزیز احمدزاده و دیگران) ۷۷

و .. را در بر می‌گیرد) حال آنکه ایرانی‌ها نه تنها چنین مواردی را مدنظر ندارند، بلکه کنسولگری ایران حمایتی از تجار ایرانی نمی‌کند و مراکز داوری تجاری بسیار منفعل است که عموماً ریسک‌ها و زیان‌های چشمگیری برای تجار ایرانی به دنبال دارد.

۳۳. هر سه کشور در رتبه بندی ریسک کشوری مراکز رتبه‌بندی جهانی، دارای کم‌ترین درجه ریسک کشوری هستند و تجارت با آنها پرریسک قلمداد می‌شود.

۳۴. یعنی شدت مشکلات تولیدی در داخل کشور، تولید رقابت‌پذیر آن برای صادرات را متفنی کرده و در سید اقلام صادراتی کشور حضور ندارند. ضمن آنکه انحصارات و حمایت‌های مخرب از برخی محصولات صنعتی نیز تشدیدکننده رقابت‌ناپذیری آنها در بازارهای بین‌المللی بوده است.

۳۵. راهکار بهتر، اطمینان دولت از تخصیص مکفی سطح زیر کشت به اقلام ضروری و سپس مدیریت تأثیر نوسانات بازده محصول بر عرضه و قیمت، از طریق استفاده از ابزارهای مشتقه در بورس‌های کالای جهانی است.

۳۶. نظیر انواع پارافین و روانکارها (روغن موتور، گیربکس، واسکازین، گریس و ...)

۳۷. در یک مورد، صادرکننده ایرانی به دلیل ممنوع شدن صادرات سیمان مجبور می‌شود سیمان مورد نیاز خود را با سه برابر قیمت ایران از مصر تأمین نماید.

کتاب‌نامه

ثاقب، ح. ۱۳۹۳. شناسایی فرصت‌های صادراتی و سرمایه‌گذاری در ایران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی. تهران.

حسن پور، یوسف، نوروزی، بیتا، ثاقب، حسن، معین تقوری، محبی، حمیدرضا، کاکوش، مجید، "بررسی و ارائه راهکارهای مناسب جهت تقویت صادرات کالاها و خدمات بخش معادن و صنایع معدنی کشور و افزایش دسترسی تولیدکنندگان ذیربط به بازارهای خارجی"، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۸.

سرخوش سرا، علی، اسماعیل پور، ناسو، نصرالهی، خدیجه، حقیقت، جعفر. (۱۳۹۹). تحلیل تأثیر نفوذ اینترنت بر تجارت کالاها و خدمات ایران با شرکای تجاری: رویکرد رگرسیون فازی، پژوهش‌های اقتصادی ایران (۸۲)، ۲۵-۲۱۶، ۱۷۳.

ضیائی‌بیگدلی، ص. (۱۳۹۸). سند نقشه راه توسعه صادرات کشور ۱۴۰۴-۱۳۹۹. موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی. تهران.

طیپی، سید کمیل، برزانی، محمد واعظ اکبری دهباغی، سیمین. (۱۳۸۸). گسترش جریانهای تجاری و تأثیر آن بر همگرایی درآمدی میان ایران و کشورهای خاورمیانه. پژوهشنامه اقتصادی، (۳۲)، ۹-۱۱۹، ۱۴۵.

علیزاده، محمد و گلخندان، ابوالقاسم (۱۳۹۴)، سنجش تأثیر اینترنت بر تجارت خدمات. فصلنامه سیاست‌گذاری پیشرفت اقتصادی، دوره ۳، شماره ۱، ۱۵۷-۱۸۱.

کیایی حسن، قائمی مهدی، هاشمی فرید محمد هادی. ارائه راهبرد تعاملات تجاری ایران و عراق بر مبنای تحلیل اهمیت - عملکرد. فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی ۱۳۹۹؛ ۲۸ (۹۶): ۳۳۰-۲۸۵

محمودی عبدالله. تأثیرات همگرایی اقتصادی کشورهای عضو اکو در یک مدل تعادل عمومی استاندارد مدل (GTAP)، فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی ۱۳۹۳؛ ۲۲ (۷۰): ۳۰-۵.

یعقوبی، پریسا، "شناسایی بازارهای صادراتی صنایع با فناوری بالا"، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۱.

- Arip, M. A., Yee, L. S., & Abdul Karim, B. (2010). Export diversification and economic growth in Malaysia- available at: <https://mpr.aub.uni-muenchen.de/20588/> (at 11/11/2022).
- Arkolakis, Costas, Costinot, Arnaud, Rodriguez-Clare, Andres, 2012. New Trade Models, Same Old Gains. *Am. Econ. Rev.* Vol. 102. American Economic Association, pp. 94-130 (February)
- Barbero, J., & Rodriguez-Crespo, E. (2018). The effect of broadband on European Union trade: A regional spatial approach. *The World Economy*, 41(11), 2895-2913.
- Binh, D. T. T., Duong, N. V., & Cuong, H. M. (2011). Applying Gravity model to analyze trade activities of Vietnam. In *Forum for Research in Empirical International Trade Working Paper*
- Caporale, G. M., Sova, A and Sova, R. (2015). Trade flows and trade specialisation: The case of China. *China Economic Review*, (34), 261- 273.
- Chetty, Raj, 2009. Sufficient statistics for welfare analysis: a bridge between structural and reduced-form methods. *Ann. Rev. Econ.* 1 (1), 451-488
- Christen, E., & Francois, J. (2010). Modes of delivery in services. *CEPR Discussion Paper*, No. 7912.
- Egger, P. H. and A. Lassmann (2015). The causal impact of common native language on international trade: Evidence from a spatial regression discontinuity design. *The Economic Journal*, 125(584): 699-745.
- Eichengreen, B., Irwin, D., (1998). The role of history in bilateral trade flows. In: Frankel, J. (Ed.), the *Regionalization of the World Economy*. University of Chicago Press, Chicago, pp. 33-62.
- Cheng, I.H. & Wall, H.J. (2000). *NAFTA The changing pattern of state Export* Federal Reserve Bank of st.Louis
- Feenstra, Robert C., Markusen, James R. and Andrew K. Rose (2001) "using the gravity equation to differentiate among alternative theories of trade," *Canadian journal of Economics*, 430-447.
- Fernandes, A. P., & Tang, H. (2014). Learning to export from neighbors. *Journal of International Economics*, 94(1), 67-84.
- Fink, C., Mattoo, A., & Neagu, I. C. (2005). Assessing the impact of communication costs on international trade. *Journal of International Economics*, 67(2), 428-445

- Harberger, Arnold C., 1964. The Measurement of Waste. Am. Econ. Rev. 54 (3). American Economic Association, pp. 58–76
- Herzer, D., & Lehmann, N. (2006). What does export diversification do for a growth? An econometric analysis. Applied Economic Letters, 38(15), 1825-1838.
- Hornok, C., & Koren, M. (2015). Administrative barriers to trade. Journal of International Economics, 96, S110-S122.
- Jetter, M., & Ramirez Hassan, A. (2015). Want export diversification? Educate the kids first. *Economic Inquiry*, 53(4), 1765-1782.
- Kenji, Y., & Mengistu, A. A. (2009). The Impacts of Vertical and Horizontal Export Diversification on Growth: An Empirical Study on Factors Explaining the Gap between Sub-Sahara Africa and East Asia's Performances. *Ritsumeikan International Affairs*, 17– 41.
- Kurihara, Y., & Fukushima, A. (2013). Impact of the prevailing internet on international trade in Asia. *Journal of Sustainable Development Studies*, 3(1), 1-13.
- Mattes, A., Meinen, P., & Pavel, F. (2012). Goods follow bytes: The impact of ICT on EU trade. Discussion Papers of DIW Berlin from DIW Berlin, German Institute for Economic Research, No 1182, 1-25.
- North, D. C. (1990). Institutions, institutional change and economic performance, Cambridge university press.
- Dunning, T. (2005). Resource dependence, economic performance, and political stability. *Journal of conflict resolution*, 49(4), 451-482.
- Rauch, J., (1999). Networks versus markets in international trade. *Journal of International Economics*. 48, 7 –35.
- Rauch, J.E., and V. Trindade (2002). Ethnic Chinese Networks in International Trade. *The Review of Economics and Statistics*, 84 (1): 116–130.
- Sachs, J. and Warner, A. 1997. Natural resource abundance and economic growth, updated version of 1995 NBER working paper, 5398. Center for International Development and Harvard Institute for International Development, November
- Soloaga, I., & Winters, A. (1999). Regionalism in the Nineties: What Effect on Trade? The World Bank. Policy Research Working Paper, 2156.
- Tinbergen, J. (1962). Shaping the world economy: suggestions for an international economic policy.
- Waugh, M. E. (2010). International trade and income differences. *American Economic Review*, 100(5), 2093-2124.
- Yousefi, A. (2018). Estimating the effect of the internet on international trade in services. *Journal of Business Theory and Practice*, 6(1), 65.