



ظرفیت‌های فراموش شده کشور

## این گوی و این میدان

ما که از پتانسیل‌های بکری در صادرات بهره می‌بریم، چرا در بازارهای منطقه‌ای و جهانی حرفی برای گفتن نداریم؟

یکی از مهمترین نقاط ضعف اقتصاد کشورمان طی سال‌های گذشته، عدم بهره‌مندی از حجم مطلوب صادرات غیرنفتی است. یکی از اشتباهاتی که در این زمینه مرتکب شده‌ایم، آن است که الگوی مناسبی برای رشد و توسعه اقتصادی کشور و همچنین حضور در بازارهای جهانی ارایه نداده‌ایم. به همین دلیل در یادگیری دانش نوین در عرصه تجارت بین‌الملل عقب مانده‌ایم.

اگر می‌خواهیم در بازرگانی جهانی حرفی برای گفتن داشته باشیم، باید در درجه اول مهارت‌های نوین ارتباط با جوامع مدرن را یاد بگیریم. دنیای امروز، رفتارهای عادت‌ی را قبول ندارد. به همین دلیل، جوامع با نوآوری‌هایی که از خود نشان می‌دهند، مدام در پی دستیابی به سهم بیشتر از اقتصاد جهانی هستند، در حالی که ما چنین نگرشی را در تجارت بین‌الملل خود نداریم. ما هنوز به همان صادرات سنتی اصرار می‌ورزیم و خلاقیتی در زمینه محصولات جدید و متناسب با نیاز روز بازار از خود نشان نمی‌دهیم، وگر نه الان صادرات غیرنفتی کشورمان خیلی بیشتر از این ارقام می‌شد. مشکل ما آن است که خود را در قبال صادرات محصولات غیرنفتی متعهد نمی‌دانیم. ما در اتخاذ تصمیمات بجا و درست در اقتصاد بین‌الملل، ضعف تدبیر داریم. صادرات محصولات پتروشیمی کشور در سال

گذشته، معادل ۷ میلیارد و ۴۰۹ میلیون دلار بوده که به لحاظ ارزش، نسبت به سال قبل از آن با تنزل ۲/۲۴ درصدی مواجه شده است. متأسفانه علیرغم آن که در صنعت نفت مزیت مطلق داریم، اما در صادرات محصولات پتروشیمی، قوی عمل نمی‌کنیم. در پایان سال گذشته، سهم صادرات محصولات پتروشیمی از صادرات غیرنفتی کشور تنها ۲۸/۹۴ درصد بوده است. خام فروشی، سابقه‌ای بس طولانی در اقتصاد کشور ما دارد و علیرغم حرف‌ها و بحث‌های فراوان برای رهایی از این وضعیت، هنوز از عادت "نفت خوری" دست نکشیده‌ایم و هیچ خلاقیتی برای رهایی از درآمدهای نفتی نشان نداده‌ایم.

سازمان تجارت جهانی (WTO)، ارزش صادرات کشورمان را در پایان سال گذشته معادل ۷۰/۱ میلیارد دلار اعلام کرده و از این حیث، رتبه ۳۹ جهانی را از آن خود کرده‌ایم که بخش عمده‌ای از آن، مدیون درآمدهای نفتی و گازی کشور است، نه صادرات غیرنفتی. در حال حاضر، اگر چه در قیاس با بسیاری از رقبای منطقه‌ای، رتبه بالاتری را در اختیار داریم، اما نگاهمان باید به "از ما بهتران" باشد. باید کشورهای قدرتمند و نوظهور امروزی را الگوی خود بدانیم؛ کشورهایی که از هیچ، همه چیز ساخته‌اند و ثروت‌هایی پایدار را برای نسل‌هایشان تدارک دیده‌اند.

در این سر فصل همچنین می‌خوانید:

۲۴ استراتژی تغییر

۲۶ مرادات ناقابل

۲۷ کرسی ایران

۲۸ ایران در همبستگی جهانی

۲۹ تجارت سیاسی

۳۰ زخم کهنه

### تفکر بازار محور نداریم

برای صادرات جهان پسند، باید سلیقه جهانی داشت. در واقع، عدم درک این موضوع از مهمترین دلایل کندی صادرات کشور در قیاس با دیگر رقبایمان است. ما همواره فکرمان به منابع معطوف بوده، در حالی که برای اسم و رسم داشتن در تجارت جهانی، باید نگاهمان به نیازهای بازار باشد. از طرفی، در تفکر منبع محور هم کوتاهی کرده‌ایم که اگر غیر از این بود، امروز کشورهایی نظیر قطر، حق ما را در برداشت از ذخایر پارس جنوبی ضایع نمی‌کردند. علاوه بر این، باید حواسمان را نسبت به نوآوری‌هایی که رقبا انجام می‌دهند جمع کنیم تا از این طریق، محصولی با کیفیت‌تر از رقبا به بازار عرضه نماییم و به اصطلاح روی دستشان بلند شویم.

### اقتصاد در غل و زنجیر

به غیر از عوامل بیرونی اینچنینی، ما مشکلاتی هم در اقتصاد داخل داریم که دست و پایمان را در تجارت با کشورهای جهانی بسته‌اند. نظام‌های مالیاتی و بانکی - که فکر تولید را از ذهن تولید کنندگان بخش خصوصی پاک کرده‌اند - مشکلات ارزی، معضلات تأمین مالی که نقدینگی را برای تولید کنندگان به شدت گران و پُرهزینه کرده، مشکلات

### صادرات قاره پیمای ایران (۱۳۸۸)

میلیون دلار/درصد

مقصد	ارزش	سهم از کل
آسیا	۱۷,۴۷۳	۸۲/۱۳
اروپا	۳,۱۵۳	۱۴/۸۲
آفریقا	۳۳۰	۱/۵۵
آمریکا	۲۷۰	۱/۲۷
اقیانوسیه	۴۸	۰/۲۳

یادداشت: آمار بدون احتساب مبيعات گازی می‌باشد.  
استخراج: واحد تحقیقات ماهنامه از گمرک

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

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

## تحولات ۳۱ ساله بازرگانی ایران

# استراتژی تغییر

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

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



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

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

**هزینه‌های تحریم**

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

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

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

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

## اعداد چه می‌گویند؟

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