

تحریم‌ها و جهت‌گیری صادرات ایران: اقتصاد سیاسی دوران گذر در روابط بین‌الملل

محسن شریعتی‌نیا*

محمدرضا عابدین‌مقانی**

m.shariatinia@gmail.com

* استادیار مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

** کارشناس ارشد علوم اقتصادی و عضو هیئت علمی مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

m.abedin@itsr.ir

تاریخ تصویب: ۹۳/۲/۳

تاریخ دریافت: ۹۲/۱۰/۷

فصلنامه روابط خارجی، سال ششم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۳، صص ۳۱-۷.

چکیده

در دهه‌های گذشته کشورهای توسعه‌یافته مهم‌ترین بازارهای صادراتی ایران بوده‌اند، اما در سال‌های اخیر کشورهای در حال توسعه به مهم‌ترین مقاصد کالاهای صادراتی این کشور تبدیل شده‌اند. بنابراین می‌توان مدعی چرخشی استراتژیک در جهت‌گیری صادراتی ایران شد. واکاوی دلایل چرخش در جهت‌گیری صادراتی ایران مسئله‌ای مهم است. هدف مطالعه حاضر، بررسی تأثیر روندهای بین‌المللی بر جهت‌گیری صادراتی ایران با تأکید بر صادرات غیرنفتی است. به عبارت دیگر، پرسش اساسی این مقاله آن است که چه عواملی زمینه‌های تغییر در جهت‌گیری صادراتی ایران را فراهم کرده‌اند؟ فرضیه‌ای که در پاسخ به این پرسش ارائه شده عبارت از این است که روند انتقال قدرت در اقتصاد سیاسی بین‌الملل و تشدید تحریم‌های غرب علیه ایران، عوامل کلیدی ایجاد تغییر در جهت‌گیری صادراتی ایران بوده‌اند. نویسندگان با تحلیل داده‌های صادرات ایران در دو دهه اخیر استدلال کرده‌اند که در جهت‌گیری صادراتی ایران چرخش رخ داده است. آنان در تبیین دلایل تغییر در جهت‌گیری صادراتی ایران، خیزش قدرت‌های جدید در اقتصاد سیاسی بین‌الملل و تخاصم تشدیدشونده میان ایران و غرب که به شکل تحریم‌های بین‌المللی متجلی شده است را به‌عنوان دو عامل اصلی در شکل‌دهی به چرخش مورد بحث قرار داده‌اند. در نهایت از نظر آنان تغییر جهت‌گیری صادراتی ایران احتمالاً برگشت‌پذیر نیست و تأثیرات مهمی بر موقعیت ژئوپلیتیک و ژئوآکونومیک کشور خواهد گذاشت.

واژه‌های کلیدی: ایران، انتقال قدرت، تحریم، صادرات، چرخش

مقدمه

اقتصاد سیاسی بین‌الملل در سال‌های اخیر تحولات مهمی به خود دیده است. یکی از مهم‌ترین تحولاتی که البته هنوز در ابتدای راه قرار دارد، خیزش بخش مهمی از کشورهای در حال توسعه و نقش‌آفرینی روزافزون آنان در تجارت، اقتصاد و سیاست بین‌الملل است. طیف وسیعی از کشورهای در حال توسعه طی سال‌های پس از جنگ سرد از حاشیه به متن اقتصاد و تجارت جهانی آمده‌اند و این عرصه را دچار دگرگونی کرده‌اند. از این روند در متون نظری اقتصاد سیاسی بین‌الملل با عنوان روند انتقال قدرت^۱ یاد می‌شود. افزون بر این مناسبات ایران با جهان توسعه‌یافته در سال‌های اخیر بیش از هر زمانی در تاریخ معاصر این کشور دچار تنگنا شده است. این دو روند بر حیات سیاسی و اقتصادی ایران تأثیرات چندگانه‌ای بر جای گذاشته‌اند. یکی از حوزه‌های تأثیرگذاری این روندها که دغدغه پژوهش حاضر است، تحول در بازارهای صادراتی ایران است. بازارهای صادراتی یک کشور نماد بخش مهمی از تعاملات بین‌المللی آن است و تغییر در آنها می‌تواند تغییرات گسترده‌ای در سایر حوزه‌های اقتصاد سیاسی را به همراه آورد. از همین رو پرسش کلیدی این مقاله این است که چه عواملی زمینه‌های تغییر در جهت‌گیری صادراتی ایران را فراهم آورده‌اند؟ فرضیه‌ای که در پاسخ به این پرسش ارائه شده این است که روند انتقال قدرت در اقتصاد سیاسی بین‌الملل و تشدید تحریم‌های غرب علیه ایران، عوامل کلیدی ایجاد تغییر در جهت‌گیری صادراتی ایران بوده‌اند.

برای تبیین موضوع، مقاله به دو گفتار تقسیم شده است. در گفتار نخست، منطق دگرگونی در اقتصاد و تجارت بین‌الملل مورد بحث قرار گرفته است. این گفتار، موضوع را از دو جنبه مهم کاهش قابلیت‌های اقتصادی و تجاری جهان

توسعه یافته و قدرت یابی کشورهای در حال توسعه در اقتصاد جهانی مورد بحث قرار داده است. گفتار دوم مقاله به بررسی تأثیر روند انتقال قدرت و ثروت در جهان بر صادرات ایران پرداخته شده است. در این گفتار در راستای آزمون فرضیه، ابتدا روند تغییر در جغرافیای ثروت بررسی شده، سپس روند تغییر در جایگاه جهان توسعه یافته و در حال توسعه در صادرات غیرنفتی ایران طی دو دهه اخیر و تأثیرات تحریم ها و مناسبات خصمانه با غرب بر تعاملات اقتصادی کشور مورد بحث قرار گرفته است. در نهایت نیز جمع بندی بحث ارائه شده است.

۱. چارچوب مفهومی: کشورهای در حال توسعه در اقتصاد جهان

برخورداری از اقتصاد بزرگ و پیشرفته در مقیاس جهانی را می توان شرط لازم برای تبدیل شدن یک کشور یا مجموعه ای از کشورها به بازیگران تأثیرگذار در اقتصاد و سیاست بین الملل دانست. این ویژگی در اغلب نظریاتی که معطوف به بحث قدرت است، به عنوان ویژگی ای پراهمیت در نظر گرفته شده است. برخورداری از اقتصاد بزرگ و پیشرفته به این دلیل یک ویژگی اساسی است که زمینه های تولید و انباشت ثروت در مقیاسی گسترده را پدید می آورد؛ ثروتی که در مواقع لازم قابل ترجمه به قدرت و در نهایت ارتقاء موقعیت در صحنه بین المللی است. تاریخ اقتصاد سیاسی بین الملل به روشنی حاکی از آن است که همواره میان قدرت بزرگ بودن و به ویژه هژمونی یک کشور یا مجموعه ای از کشورها و تسلط آنان بر بخش های پیشرو اقتصاد جهانی هماهنگی مستحکمی وجود داشته است. این هماهنگی را به صورت یک طرح کلی در قالب شکل شماره (۱) می توان نشان داد:

شکل شماره (۱)، رابطه متقابل هژمونی و قابلیت های اقتصادی



منبع: (تلیس، ۱۳۸۳).

از طرفی دقت در سیر تحول اقتصاد سیاسی بین الملل در چند سده اخیر نیز حاکی از آن است که قدرت های برتر در هر دوره ای، بر بخش های پیشرو اقتصاد آن روزگار تسلط داشته اند. البته از این میان معدودی از این قدرت ها یعنی بریتانیا و

ایالات متحده امریکا توانسته‌اند به موقعیت هژمونیک در اقتصاد و سیاست جهانی دست یابند. در واقع، مراکز ثقل ثروت جهان در ادوار مختلف تاریخی، به‌طور هم‌زمان بر پیشرفته‌ترین بخش اقتصاد آن روز جهان نیز مسلط بوده‌اند. ایالات متحده گویاترین و آخرین این نمونه‌هاست؛ قدرت عظیم این کشور در اصل بر اقتصادی پیشرفته استوار شده است. به بیان دیگر از هنگامی که مرکز ثقل ثروت به آتلانتیک منتقل شد، مرکز ثقل قدرت نیز به غرب رفت و برخی از این کشورها قابلیت‌های هژمونیک کسب کردند. اما با تغییراتی که در سالیان اخیر در اقتصاد و تجارت جهانی رخ داده، تغییر مرکز ثقل ثروت و به تبع آن قدرت، از آتلانتیک به دنیای درحال توسعه یکی از روندهای کلیدی اقتصاد سیاسی بین‌الملل در شرایط کنونی است. دو روند کلان در این تغییر مؤثر بوده‌اند. یکی روند کاهش قدرت اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته و دیگری خیزش کشورهای درحال توسعه. در ادامه این دو روند را مورد بحث قرار خواهیم داد.

تغییر مرکز ثقل قدرت و ثروت از آتلانتیک به پاسیفیک، یکی از بحث‌های جدی محافل فکری و نظریه‌پردازی در سال‌های اخیر است. بسیاری از متفکران سیاست و اقتصاد بین‌الملل معتقدند کاهش توان اقتصادی قدرت‌های توسعه‌یافته آغاز شده است. شواهد و آمار و ارقام موجود نیز بر کاهش جایگاه ایالات متحده و به‌طورکلی دنیای توسعه‌یافته در اقتصاد و تجارت جهانی صحنه می‌گذارند. در واقع در حوزه اقتصاد و به‌عنوان پایه قدرت یک کشور و مهم‌ترین مؤلفه آن، موقعیت ایالات متحده در اقتصاد جهانی در سالیان اخیر آشکارا رو به کاهش بوده است. جدول شماره (۱) کاهش سهم قدرت‌های غربی در تولید جهانی را نشان می‌دهد. در حوزه صنعت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مزیت‌های قدرت کشورها نیز ایالات متحده جایگاه بلامنازع خود را تا حدی از دست داده است. از آنجاکه در عصر اطلاعات، فناوری و دانش به‌سرعت پخش و تکثیر می‌شوند، برتری ایالات متحده در این عرصه‌ها در چند سال گذشته به چالش کشیده شده است.

جدول شماره (۱). درصد سهم قدرت‌ها از تولید جهانی ۲۰۱۳-۱۹۹۰

کشور/سال	۱۹۹۰	۲۰۰۰	۲۰۰۶	۲۰۰۸	۲۰۱۳	تغییرات
ایالات متحده امریکا	۲۶	۳۱	۲۸	۲۳	۲۱	-۳۲%
چین	۲	۴	۶	۷	۹	+۱۴۴%
ژاپن	۱۴	۱۵	۹	۸	۷	-۵۵%
آلمان	۷	۶	۶	۶	۵	-۱۱%
انگلیس	۵	۵	۵	۵	۴	-۹%
فرانسه	۶	۴	۵	۵	۴	+۶%
روسیه	۲	۱	۲	۳	۵	+۴۵۵%

Source: (Pape, 2009).

این روند را بسیاری انتقال مرکز ثقل قدرت و ثروت از غرب به شرق نامیده‌اند و به‌ویژه نیروی کار ارزان در آسیا و سیاست‌گذاری خردمندانه برخی دولت‌های این منطقه را در این رشد مؤثر دانسته‌اند.

در پی این روند، سهم کشورهای توسعه‌یافته از تجارت جهانی در سال‌های اخیر به سرعت رو به کاهش گذارده است. سهم ایالات متحده از تجارت جهانی در دوره زمانی ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۶ از ۱۳/۹ درصد به ۹/۵ درصد کاهش یافته است. کاهش سهم ژاپن از این میزان نیز بیشتر بوده، به طوری که از ۸/۶ درصد در سال ۱۹۹۶ بیش از مجموع سهم پنج کشور در حال توسعه در آن مقطع - به ۵/۴ درصد در سال ۲۰۰۶ یعنی کمتر از سهم چین، کاهش یافته است. صادرات کالایی کشورهای در حال توسعه در سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ نیز دو برابر سریع‌تر از میانگین رشد این صادرات در کشورهای صنعتی رشد داشته است، گرچه از سرعت آن در سال ۲۰۰۹ اندکی کاسته شده است (Dadush & Shimelse, 2009).

البته ذکر این موارد به این معنی نیست که کشورهای توسعه‌یافته به تدریج از متن به حاشیه اقتصاد و تجارت جهانی خواهند رفت. دقت در تاریخ اقتصاد سیاسی بین‌الملل حکایت از آن دارد که کشورهای توسعه‌یافته امروزی بارها به بحران‌های اقتصادی دچار شده و توانسته‌اند به تدریج اقتصاد خود را بازسازی کرده و نقش خویش در اقتصاد و تجارت جهانی را بازیابند. در واقع خیزش برخی از کشورهای در حال توسعه به این معناست که تجارت بین‌الملل از وضعیت نامتوازن گذشته احتمالاً به سوی نوعی از توازن میان نقش و جایگاه کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته سوق خواهد یافت (Carnegie Endowment, 2010).

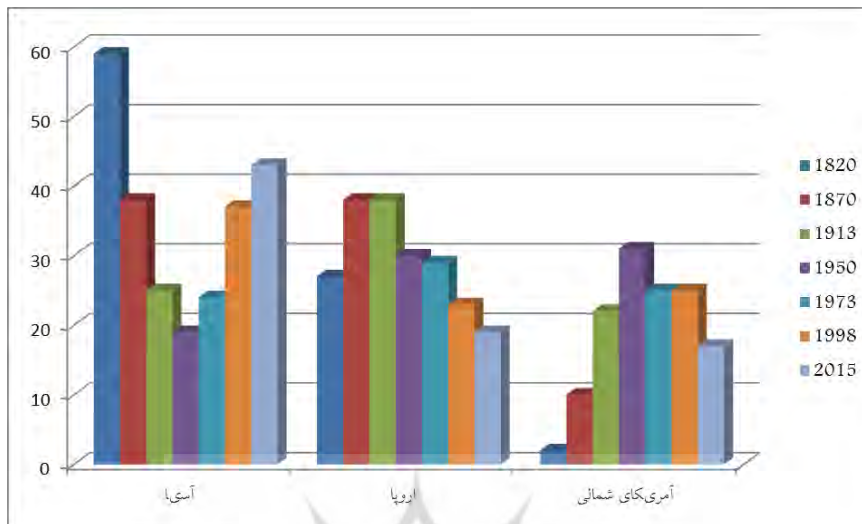
روند دیگری که به موازات کاهش قابلیت‌های اقتصادی و تجاری ایالات متحده و مجموعه کشورهای توسعه‌یافته در حوزه اقتصادی شکل گرفته و پس از بحران مالی اخیر بر سرعت آن افزوده شده، قدرت‌یابی سایر بازیگران است. این بازیگران در جهان در حال توسعه قرار دارند و از این رو اگر این روند را خیزش بخشی از کشورهای در حال توسعه بنامیم، سخنی به‌گرافه نگفته‌ایم. وزن کشورهای در حال توسعه در تجارت جهانی در دهه‌های گذشته، به‌ویژه از پایان جنگ سرد به این سو روزافزون بوده است؛ امری که بیش از هر جایی در چین و به‌طور کلی آسیا بروز و ظهور یافته است. افزون بر این، افزایش قیمت نفت و افزایش صادرات از خاورمیانه و شمال آفریقا، شرق اروپا و آسیای مرکزی نیز در این روند مؤثر بوده است. سهم کشورهای در حال توسعه از تجارت جهانی از ۱۹/۵ درصد در سال ۱۹۹۶ به ۳۰ درصد در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است. این ارقام حکایت از افزایش ۵۰ درصدی سهم کشورهای در حال توسعه در بازار جهانی دارد. سهم پنج اقتصاد بزرگ در حال توسعه یعنی چین، هند، روسیه، برزیل و اندونزی از بازار جهانی در این مدت نزدیک به ۲ برابر شده و از ۷/۶ درصد به ۱۳/۴ درصد رسیده است. همان‌گونه که اشاره شد سهم چین در این دگرگونی چشمگیر است؛ به‌گونه‌ای که سهم آن از صادرات جهانی از ۲/۷ درصد به ۷/۶ درصد رسیده و در واقع در طول یک دهه حدوداً ۳ برابر شده است. با افزایش سریع قیمت نفت در این دهه، سهم کشورهای نفت‌خیز در صادرات جهانی نیز به‌گونه‌ای چشمگیر افزایش یافته است. سهم کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا در این دوره از ۱/۴ درصد به ۴/۵ درصد از تجارت جهانی افزایش یافته است. همچنین به موازات روند تعمیق سازوکارهای اقتصاد بازار در کشورهای اروپای شرقی و آسیای مرکزی، سهم آنان در تجارت جهانی نیز آشکارا افزایش یافته است (Patterson, 2009).

به موازات ارتقای جایگاه کشورهای در حال توسعه در تجارت جهانی، این کشورها به بازاری روبه‌گسترش برای سایرین و به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته نیز تبدیل شده‌اند. در واقع رشد روزافزون این کشورها، زمینه‌های افزایش ارزش در دسترس آنان را فراهم کرده و طبقه متوسط عظیمی ایجاد کرده که مشتاق بهبود کیفیت زندگی خویش با بهره‌گیری از کالاهای باکیفیت است. طبیعی است که این

تحولات، بازار این کشورها را بسیار گسترده‌تر و پویاتر از گذشته ساخته است. شاهد این مدعا آن است که صادرات اتحادیه اروپا به چین به‌عنوان بزرگ‌ترین کشور در حال توسعه در طول سال‌های ۲۰۰۶-۱۹۹۶ چهار برابر و صادرات آن به کشورهای زیر صحرای افریقا، اروپای شرقی و آسیای مرکزی بیش از سه برابر شده است. همچنین رقم صادرات ایالات متحده به کشورهای در حال توسعه از ۳۱ درصد از کل صادرات این کشور در سال ۱۹۹۶ به ۳۹ درصد در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است. این درحالی است که در همین دوران حجم مبادلات تجاری کشورهای صنعتی با یکدیگر یا ثابت مانده و یا کاهش یافته است. در سال‌های اخیر (۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹) رشد واردات کالایی کشورهای در حال توسعه نیز چهار برابر بیش از کشورهای توسعه‌یافته بوده و حتی بحران مالی بر آنان تأثیرات کمتری داشته است (European Commission, 2010).

قدرت‌یابی کشورهای در حال توسعه بیش از هر منطقه‌ای در آسیا و به‌ویژه در روند توسعه چین و هند بروز و ظهور یافته است. از همین روست که این مباحث عمدتاً با عنوان «خیزش آسیا» ارائه می‌شود. البته در سال‌های اخیر خارج از جغرافیای آسیا نیز بازیگرانی مانند برزیل به سرعت رو به توسعه و پیشرفت بوده‌اند و گام‌های مهمی در مسیر قدرت‌یابی برداشته‌اند، اما از آنجا که بخش عمده بازیگران روبه‌پیشرفت در آسیا قرار گرفته‌اند، تحولات این منطقه نقش تعیین‌کننده‌ای در آینده تجارت جهانی و خیزش کشورهای در حال توسعه ایفاء می‌کند (National Intelligence Council, 2008). نمودار زیر سهم آسیا در تولید ناخالص جهانی در مقایسه با سایر کانون‌های ثروت و قدرت در ادوار مختلف را نشان می‌دهد.

نمودار شماره (۱). درصد سهم قاره‌های جهان از تولید ناخالص جهانی طی دو قرن اخیر (۱۸۲۰-۲۰۱۵)



Source: (Green, 2001).

همان‌گونه که نمودار شماره (۱) نشان می‌دهد، آسیا در چند سال آینده حدود نیمی از تولید ناخالص جهان را ایجاد خواهد کرد. رشد سریع آسیا در مؤلفه‌های مختلف اقتصادی و تجاری، انتقال مرکز ثقل ثروت بین‌المللی به این قاره را به امری محتمل تبدیل کرده است. در میان کشورهای این قاره، چین و هند از قابلیت‌های بسیار بیشتر از سایرین برخوردارند. در حال حاضر قابلیت‌های عظیم این دو کشور در مؤلفه‌های سنتی قدرت همچون سرزمین، جمعیت، موقعیت ژئوپلیتیک و منابع، با قابلیت‌های «دولت توسعه‌گرا» همراه شده و به توسعه سریع این کشورها منجر شده است. اگر روند توسعه این دو کشور در سال‌های آتی تداوم یابد، آنان خواهند توانست اساساً استانداردهای ثروت و قدرت را متحول کنند و نظم بین‌المللی را به سوی مسیرهای کاملاً جدیدی سوق دهند.

با وقوع بحران اقتصادی اخیر، رشد کشورهای در حال توسعه در اقتصاد جهانی سرعت بیشتری یافته و بسیاری از مؤسسات معتبر معتقدند این رشد فزاینده از پیش‌بینی‌های آنان بوده است. به‌عنوان مثال **گلدمن ساچ** تأکید کرده است که پیش‌بینی‌های این نهاد به واقعیت نزدیک‌تر شده‌اند زیرا کشورهای موسوم به بریکس بهتر از کشورهای توسعه‌یافته بحران مالی را مدیریت کرده و پیامدهای آن

را رفع کرده‌اند. به‌طور تاریخی کشورهایی که در حوزه توسعه موفقیت‌های قابل توجهی کسب کرده‌اند و به تدریج رهبری تجارت جهانی را به دست گرفته‌اند، توانسته‌اند اقتصاد خود را از اقتصادی تک‌محصولی و مبتنی بر صادرات مواد خام به اقتصادی متنوع و مبتنی بر صادرات صنعتی تغییر جهت دهند. این تغییر عمدتاً با اتخاذ استراتژی رشد اقتصادی صادرات محور رخ داده است.

در تداوم این الگوی تاریخی، وضعیت فعلی اقتصاد کشورهای در حال توسعه در حال تغییر از اقتصادی ساده به اقتصادی متنوع و صادرات محور است و به تدریج این کشورها از قابلیت‌های بیشتری در به دست گرفتن رهبری تجارت جهانی برخوردار می‌شوند؛ از این رو به روشنی می‌توان دریافت که اقتصاد سیاسی بین‌الملل وارد دورانی ویژه شده است، دورانی که در متون نظری از آن به عنوان «دوران انتقال قدرت» نام برده‌اند. با دقت در فضای فکری موجود در حوزه اقتصاد سیاسی بین‌الملل می‌توان گفت که اجماعی نسبی میان نظریه پردازان بر سر وقوع تغییری بنیادین^۱ در این حوزه وجود دارد. بنا بر یک روایت در پانصد سال گذشته، سه تغییر کلان یا ساختاری قدرت در سیاست بین‌الملل رخ داده است که دگرگونی‌های اساسی در توزیع قدرت ایجاد کرده و زیست بین‌المللی را در هر سه حوزه سیاست، اقتصاد و فرهنگ دوباره معماری کرده است. نخستین تغییر، ظهور دنیای غربی بود که در قرن یازدهم میلادی آغاز شد و در قرن هجدهم به اوج خود رسید. جهان غربی مدرنیته را با همه ویژگی‌هایش خلق کرد. دومین تغییر، در اواخر قرن نوزدهم و با برآمدن امریکا رخ داد. امریکا در مدت کوتاهی پس از صنعتی شدن، به قدرتمندترین کشور از زمان امپراطوری رم تبدیل شد. در اغلب ادوار قرن گذشته، امریکا این موقعیت را تداوم بخشید. اکنون سومین تغییر تکنیک یعنی ظهور قدرت‌های دیگر در حال رخ دادن است (Zakaria, 2008).

اما اختلافات و تفاوت‌هایی بر سر توصیف قدرت و آینده نظم بین‌المللی وجود دارد. برخی معتقدند ما به عصر «پسا امریکا» وارد شده‌ایم؛ عصری که مهم‌ترین ویژگی آن، نه افول امریکا، بلکه ظهور سایر بازیگران است. از منظر این

1. Tectonic Shift

گروه، متأثر از فرایند جهانی‌شدن، اغلب کشورهای جهان در دهه‌های اخیر رشد بسیار سریعی را در حوزه اقتصاد تجربه کرده‌اند و همین امر باعث شده قدرت از تمرکز شدید خارج شود. آنان تأکید دارند که ظهور سایرین به‌معنای زوال امریکا نیست.

در حوزه اقتصادی قطعاً انتقال قدرت در جریان است. افزون بر این و مهم‌تر آنکه وابستگی سایر اقتصادها به اقتصاد امریکا در حال کاهش است (Fukuyama, 2008). فارغ از مناظراتی که بر سر توصیف این دگرگونی و پیامدهای آن وجود دارد یک نکته روشن است و بر سر آن اجماع وجود دارد و آن اینکه توزیع قدرت در اقتصاد جهانی به‌سرعت در حال تغییر است؛ تغییری که بر همه بازیگران و ازجمله ایران تأثیرات استراتژیکی بر جای گذاشته و خواهد گذاشت. یکی از مهم‌ترین جلوه‌های تأثیرگذاری روند انتقال قدرت بر موقعیت بازیگری چون ایران در سال‌های اخیر در حوزه مناسبات تجارت خارجی این کشور قابل مشاهده بوده که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

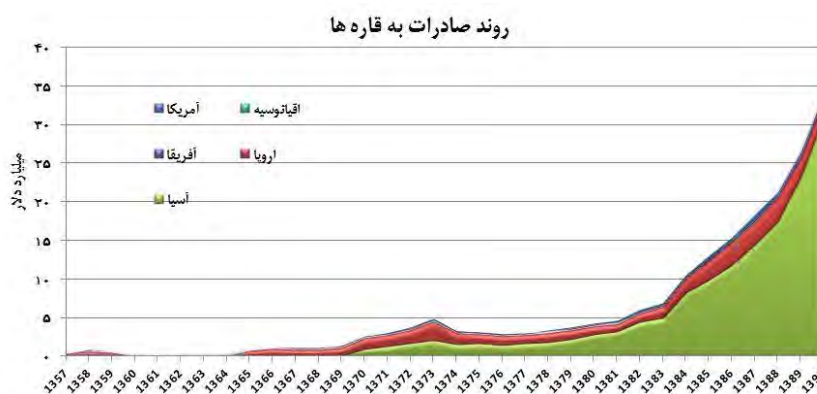
۲. تأثیر دوران انتقال بر جهت‌گیری صادراتی ایران

به گواهی تاریخ، ایران همواره از موقعیت ژئواکونومیک و ژئوپلیتیک ویژه‌ای برخوردار بوده است. این موقعیت ویژه، تهدیدات و فرصت‌های هم‌زمانی را برای این کشور دربر داشته است و به همین دلیل در پاره‌ای از ادوار تاریخی که تدبیر حاکمان قابل‌توجه بوده، این کشور به یکی از قطب‌های قدرت و ثروت در جهان تبدیل شده است. در زمان‌هایی نیز که هرج‌ومرج و بی‌کفایتی تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران، کشور را فرا می‌گرفته، این موقعیت ژئواکونومیک به‌عنوان نقطه آسیب‌پذیری ایران عمل می‌کرده و ایران از این رهگذر ضربات مهمی را در طول تاریخ خود متحمل شده است. از همین روست که در متون تاریخی و تحلیلی که درباره موقعیت ایران در پهنه جهانی نوشته شده است، از این کشور به‌عنوان «چهارراه حوادث» نام برده‌اند. این تعبیر، به‌خوبی گویای تأثیرگذاری روندها، حوادث و وقایع محیط بیرونی بر ایران در طول تاریخ بوده است. این موقعیت حساس و تأثیرپذیر ایران، در دهه‌های اخیر نیز تداوم یافته است.

به بیان دیگر، در دهه‌های اخیر نیز ایران به شدت از تحولات بیرونی در اشکال سیاسی و اقتصادی آن تأثیرپذیر بوده است. شاهد این مدعا، از یکسو انقلاب مشروطه است که از نخستین انقلاب‌های تجدیدخواه در کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید و مقارن با انقلاب میجی در ژاپن رخ داده است. از سوی دیگر، ایران از کشورهایی است که پیش از بسیاری از کشورهای در حال توسعه، روند صنعتی شدن را آغاز کرد، لیکن این روند با دشواری‌ها و مسائل متعددی روبه‌رو بوده و نتایج چندان امیدوارکننده‌ای به بار نیاورده است؛ بنابراین می‌توان گفت که ایران کشوری است که تأثیر تحولات محیط بیرونی را به سرعت جذب می‌کند. روند کنونی انتقال قدرت و خیزش قدرت‌های در حال توسعه نیز به سرعت بر ایران تأثیر گذاشته است؛ به گونه‌ای که در اندک زمانی، شرکای تجاری و روابط تجاری این کشور، متأثر از این روند کلان، متحول شده است.

در سطح کلان، همان‌گونه که نمودار شماره (۲) نشان می‌دهد، همگام با سرعت گرفتن روند انتقال قدرت در نظام بین‌الملل، شرکای تجاری ایران نیز تغییر کرده‌اند. به بیان بهتر، جایگاه قاره‌های مختلف در صادرات و واردات ایران به شدت تغییر کرده است؛ به گونه‌ای که قاره آسیا، به عنوان قاره‌ای که مهم‌ترین کشورهای در حال توسعه با اقتصادهای شکوفا را در خود جای داده، به سرعت جایگزین قاره اروپا، به عنوان شریک سنتی تجارت ایران شده است؛ به طوری که بازارهای آسیایی در یک دهه اخیر، به مهم‌ترین مقاصد جذب صادرات ایران که عمدتاً نفت و محصولات پتروشیمی بوده، تبدیل شده‌اند. در وضعیت فعلی و بر مبنای آمارهای سال ۱۳۹۰، بخش عمده‌ای از محصولات ایران به سمت بازارهای آسیایی رهسپار شده است.

نمودار شماره (۲). سهم قاره‌های مختلف در جذب صادرات ایران (۱۳۵۷-۱۳۹۰)

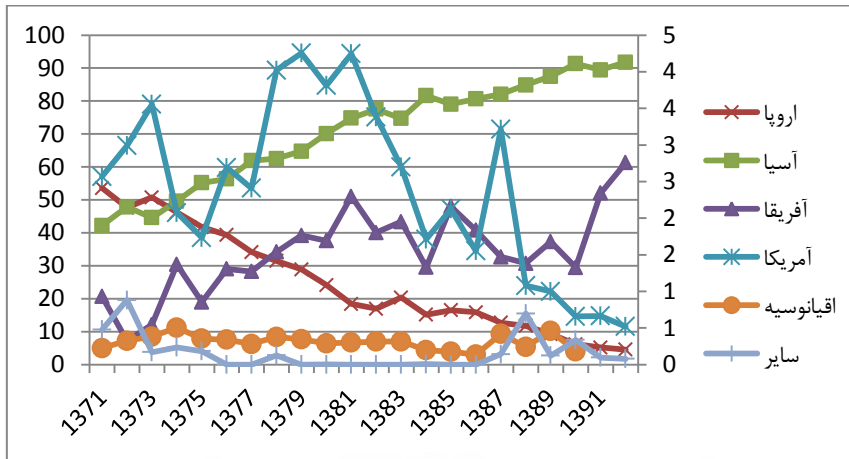


منبع: (وزارت صنعت، معدن و تجارت، ۱۳۹۱).

بنابراین با تکیه بر نمودار بالا می‌توان مدعی شد که تجارت خارجی ایران به‌ویژه طی دهه اخیر، تغییری استراتژیک به خود دیده است.

هنگامی که آمار صادرات غیرنفتی کشور را با دقتی بیشتر و از ابتدای دهه هفتاد مورد بررسی قرار می‌دهیم، ملاحظه می‌شود که ارزش دلاری صادرات غیرنفتی ایران طی سال‌های ۱۳۷۱ تا ۱۳۹۰، روندی افزایشی داشته است. البته جایگاه پنج قاره جهان در جذب صادرات ایران طی دوره مزبور ثابت نبوده و تغییر کرده است. بیش از نیمی از صادرات ۲/۷ میلیارد دلاری ایران در سال نخست مورد بررسی ۱۳۷۱- توسط کشورهای اروپایی جذب شده است. دومین قاره مهم برای ارسال کالاهای صادراتی ایران در این سال، قاره آسیا بوده که بیش از ۴۰ درصد از کل صادرات کشور، به آن ارسال شده است. قاره‌های آمریکا، آفریقا و اقیانوسیه، به ترتیب ۲/۵۵۷، ۰/۹۳، ۰/۲۲ درصد از صادرات ایران را جذب کرده‌اند. ۰/۴۸ درصد صادرات باقی‌مانده نیز به مقاصد ارسال شده که از سوی گمرک، نامشخص اعلام شده است. در مجموع، ۹۵/۷۹ درصد از کل صادرات ایران به اروپا و آسیا، صادر شده است (نمودار شماره ۳).

نمودار شماره (۳). روند تغییر سهم قاره‌های جهان در جذب صادرات غیرنفتی ایران



منبع: (وزارت صنعت، معدن و تجارت، ۱۳۹۱).
توضیح: اروپا و آسیا با ارقام ستون چپ و آفریقا، آمریکا، اقیانوسیه و سایرین با ارقام ستون راست خوانده شوند.

اروپا طی دوره ۱۳۹۲-۱۳۹۲، تنها در دو سال ۱۳۷۱ و ۱۳۷۳، صدرنشین قاره‌های جهان در جذب کالاهای صادراتی ایران بوده است. اما در سال ۱۳۷۲ و از سال ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۰ مقام دوم را در میان قاره‌های دریافت‌کننده کالاهای صادراتی ایران دارا بوده و به‌مرور سهم کشورهای این قاره از صادرات غیرنفتی ایران کاهش یافته و قاره آسیا جایگزین آن شده است. به‌عبارت دیگر، به‌مرور و با افزایش سهم قاره آسیا به ۹۱/۸ درصد از مجموع صادرات ۳۱/۳ میلیارد دلاری کشور در سال ۱۳۹۲، سهم اروپا از صادرات غیرنفتی ایران به زیر ۵ درصد، کاهش می‌یابد. درحالی‌که سهم قاره آسیا به بالاترین حد خود طی تمام دوران تجارت خارجی ایران افزایش یافته و معادل ۳/۴ درصد از صادرات کشور به مناطق دیگر جهان (به‌جز آسیا و اروپا) ارسال شده است (نمودار شماره ۳).

ایران، ۲/۷ میلیارد دلار کالاهای غیرنفتی خود در سال ۱۳۷۱ را به ۱۱۵ کشور جهان صادر کرده که حدود دوسوم (۶۳/۶ درصد) از آن را به پنج کشور اروپایی و آسیایی ارسال نموده است. آلمان، ترکیه، امارات متحده عربی، ایتالیا و سوئیس به‌ترتیب با قرار گرفتن در رتبه‌های اول تا پنجم مقاصد صادراتی ایران، ۲۶/۱، ۱۲/۴، ۱۱/۷، ۷/۷ و ۵/۶ درصد از کل صادرات غیرنفتی ایران در این سال را به خود

اختصاص داده‌اند. در سال ۱۳۸۰، در مجموع ۴۰/۴ درصد از صادرات ایران مربوط به امارات متحده عربی، آلمان، آذربایجان، ژاپن و ایتالیا بوده است. این کشورها که به ترتیب مهم‌ترین بازارهای هدف صادرات ایران بوده‌اند، ۱۵/۳، ۷/۴، ۵/۷ و ۴/۶ درصد از صادرات غیرنفتی ایران در این سال را دریافت کرده‌اند (جدول شماره ۲). در سال ۱۳۹۰، کشورهای چین، عراق، امارات متحده عربی، هند و افغانستان که همگی در قاره آسیا قرار دارند، مهم‌ترین کشورهای جذب‌کننده صادرات ایران بوده و به ترتیب ۱۶/۴، ۱۵/۳، ۱۳/۳، ۸/۱ و ۶/۷ درصد از کل صادرات ایران در سال ۱۳۹۰ را به خود اختصاص داده‌اند. در این سال، هرچند کالاهای صادراتی ایران به ۱۵۷ مقصد ارسال شده، اما پنج کشور یادشده در مجموع ۵۹/۹ درصد از صادرات ۳۳/۸ میلیارد دلاری ایران را جذب کرده‌اند. در سال ۱۳۹۲ نیز مهم‌ترین مقاصد صادراتی ایران، تکرار همان مقاصد صادراتی کشور در سال ۱۳۹۰ بوده است.

جدول شماره (۲). خلاصه آمار مهم‌ترین کشورهای جهان در جذب صادرات غیرنفتی ایران

رتبه	سهم تراکمی (درصد)	سهم (درصد)	صادرات (میلیون دلار)	قاره	کشور	سال
۱	۲۶/۱	۲۶/۱	۷۰۱/۵	اروپا	آلمان	۱۳۷۱
۲	۳۸/۵	۱۲/۴	۳۳۲/۳	آسیا	ترکیه	۱۳۷۱
۳	۵۰/۲	۱۱/۷	۳۱۲/۵	آسیا	امارات متحده عربی	۱۳۷۱
۴	۵۷/۹	۷/۷	۲۰۸	اروپا	ایتالیا	۱۳۷۱
۵	۶۳/۶	۵/۶	۱۵۱	اروپا	سوئیس	۱۳۷۱
-	-	۳۶/۶	۲۶۸۶	-	جمع	۱۳۷۱
۱	۱۵/۳	۱۵/۳	۶۴۱/۲	آسیا	امارات متحده عربی	۱۳۸۰
۲	۲۲/۷	۷/۴	۳۱۲/۵	اروپا	آلمان	۱۳۸۰
۳	۳۰/۱	۷/۴	۳۱۱/۷	آسیا	آذربایجان	۱۳۸۰
۴	۳۵/۸	۵/۷	۲۳۸/۶	آسیا	ژاپن	۱۳۸۰
۵	۴۰/۴	۴/۶	۱۹۱/۵	اروپا	ایتالیا	۱۳۸۰
-	-	۴۰/۴	۴۱۹۹/۱	-	جمع	۱۳۸۰
۱	۱۶/۴	۱۶/۴	۵۵۵۴/۴	آسیا	چین	۱۳۹۰
۲	۳۱/۸	۱۵/۳	۵۱۷۹/۲	آسیا	عراق	۱۳۹۰
۳	۴۵/۱	۱۳/۳	۴۵۰۹	آسیا	امارات متحده عربی	۱۳۹۰
۴	۵۳/۲	۸/۱	۲۷۵۳/۹	آسیا	هند	۱۳۹۰
۵	۵۹/۹	۶/۷	۲۲۵۸/۸	آسیا	افغانستان	۱۳۹۰
-	-	۵۹/۹	۳۳۸۰۵/۲	-	جمع	۱۳۹۰
۱	۲۳/۷	۲۳/۷	۷۴۲۲/۵	آسیا	چین	۱۳۹۲

۲	۴۲/۷	۱۹	۵۹۴۹/۰	آسیا	عراق	۱۳۹۲
۳	۵۴/۱	۱۱/۴	۳۵۵۹/۳	آسیا	امارات متحده عربی	۱۳۹۲
۴	۶۱/۸	۷/۷	۲۴۱۷/۹	آسیا	هند	۱۳۹۲
۵	۶۹/۵	۷/۷	۲۴۱۶/۹	آسیا	افغانستان	۱۳۹۲
-	-	۶۹/۵	۳۱۳۳۲/۵	-	جمع	۱۳۹۲

منبع: (محاسبات پژوهش با استفاده از آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران).
کشورهای چین، عراق، امارات متحده عربی، هند و افغانستان که همگی در قاره آسیا واقع‌اند، به ترتیب ۲۳/۷، ۱۹/۰، ۱۱/۴، ۷/۷ و ۷/۷ درصد از کل صادرات ایران در این سال را از آن خود نموده‌اند. هرچند کالاهای صادراتی ایران در این سال به ۱۵۶ مقصد ارسال شده، اما پنج کشور یادشده در مجموع ۶۹/۵ درصد از صادرات ۳۱/۳ میلیارد دلاری ایران را جذب کرده‌اند. چنان‌که ملاحظه می‌شود، روند صادرات غیرنفتی ایران به کشورهای جهان طی دوره ۱۳۷۱ تا ۱۳۹۲ دو ویژگی عمده داشته است. نخست آنکه، اگرچه در سال نخست بررسی (۱۳۷۱)، کشورهای اروپایی چون آلمان، ایتالیا و سوئیس جزو پنج مقصد اصلی صادرات غیرنفتی ایران بوده‌اند ولی در سال پایانی بررسی (۱۳۹۲) کشورهای آسیایی چین، عراق، امارات متحده عربی، هند و افغانستان این جایگاه را از آن خود کرده‌اند. دوم آنکه، تمرکز صادراتی ایران طی این مدت، بیشتر شده و صادرات این کشور به سوی تعداد بازارهای کمتری در جهان سوق یافته است که این امر مطمئناً به‌مرور مشکلات پیش‌روی صادرات را بیش از پیش به نمایش خواهد گذاشت (جدول شماره ۲).

در این قسمت، مهم‌ترین کشورهای هر قاره در صادرات غیرنفتی ایران و سهم آنها در کل صادرات ایران به قاره موردنظر مورد بررسی قرار می‌گیرد تا مشخص شود در هر قاره مهم‌ترین کشورهای جذب‌کننده صادرات غیرنفتی ایران در هر سال چه کشورهایی بوده‌اند. در سال ۱۳۷۱، از قاره اروپا پنج کشور آلمان، ایتالیا، سوئیس، فرانسه و فدراسیون روسیه به ترتیب با ۴۸/۷، ۱۴/۵، ۱۰/۵، ۵/۶ و ۵/۲ درصد از صادرات ایران به قاره اروپا مهم‌ترین بازارهای هدف اروپایی برای صادرات ایران محسوب می‌شدند. این کشورها در مجموع ۸۴/۵ درصد از صادرات ایران به این قاره را تشکیل داده‌اند. کشورهای ترکیه، امارات متحده عربی، چین، ژاپن و کویت پنج کشور آسیایی هستند که با جذب ۲۹/۴، ۲۷/۶، ۱۲/۱، ۶/۸ و ۴/۲ درصد از صادرات ایران به قاره آسیا، در مجموع ۸۰/۲ درصد از صادرات ایران به

این قاره را داشته‌اند. کشورهای افریقای جنوبی، جمهوری‌های عربی لیبی، تونس، مصر و سنگال به ترتیب معادل ۳۰/۲، ۲۱/۱، ۱۴/۶، ۱۱/۴ و ۸/۹ درصد و در مجموع ۸۶/۲ درصد از صادرات ایران به قاره افریقا در سال ۱۳۷۱ را دریافت کرده‌اند. ۸۵/۴ درصد از صادرات ایران به قاره اقیانوسیه به استرالیا و بقیه نیز (۱۴/۶ درصد) به نیوزیلند صادر شده است. بیش از دوسوم، ۶۸/۷ درصد از صادرات ایران به قاره امریکا (کانادا) صادر شده است. کشورهای ایالات متحده امریکا، ونزویلا، مکزیک و شیلی نیز به ترتیب ۱۹/۵، ۴/۷، ۳/۶ و ۱/۵ درصد از صادرات سال ۱۳۷۱ ایران به این قاره را به خود اختصاص داده‌اند که در مجموع ۹۸ درصد از صادرات ایران به قاره امریکا را شامل می‌شده است (جدول شماره ۳).

جدول شماره (۳). خلاصه آمار مهم‌ترین کشورهای هر قاره در صادرات ایران به قاره‌های جهان

سال	قاره	کشور	سهم کشور در قاره	سهم تراکمی در قاره	رتبه در قاره
۱۳۷۱	اروپا	آلمان	۴۸,۷	۴۸,۷	۱
۱۳۷۱	اروپا	ایتالیا	۱۴,۵	۶۳,۲	۲
۱۳۷۱	اروپا	سوئیس	۱۰,۵	۷۳,۷	۳
۱۳۷۱	اروپا	فرانسه	۵,۶	۷۹,۳	۴
۱۳۷۱	اروپا	فدراسیون روسیه	۵,۲	۸۴,۵	۵
۱۳۷۱	آسیا	ترکیه	۲۹,۴	۲۹,۴	۱
۱۳۷۱	آسیا	امارات متحده عربی	۲۷,۶	۵۷	۲
۱۳۷۱	آسیا	چین	۱۲,۱	۶۹,۲	۳
۱۳۷۱	آسیا	ژاپن	۶,۸	۷۶	۴
۱۳۷۱	آسیا	کویت	۴,۲	۸۰,۲	۵
۱۳۷۱	افریقا	افریقای جنوبی	۳۰,۲	۳۰,۲	۱
۱۳۷۱	افریقا	جماهير عربی لیبی	۲۱,۱	۵۱,۳	۲
۱۳۷۱	افریقا	تونس	۱۴,۶	۶۵,۹	۳
۱۳۷۱	افریقا	مصر	۱۱,۴	۷۷,۳	۴
۱۳۷۱	افریقا	سنگال	۸,۹	۸۶,۲	۵
۱۳۷۱	اقیانوسیه	استرالیا	۸۵,۴	۸۵,۴	۱
۱۳۷۱	اقیانوسیه	نیوزیلند	۱۴,۶	۱۰۰	۲
۱۳۷۱	امریکا	کانادا	۶۸,۷	۶۸,۷	۱
۱۳۷۱	امریکا	ایالات متحده امریکا	۱۹,۵	۸۸,۲	۲
۱۳۷۱	امریکا	ونزویلا	۴,۷	۹۲,۹	۳
۱۳۷۱	امریکا	مکزیک	۳,۶	۹۶,۵	۴
۱۳۷۱	امریکا	شیلی	۱,۵	۹۸	۵

۱	۱۹,۹	۱۹,۹	آلمان	اروپا	۱۳۹۰
۲	۳۷,۷	۱۷,۸	فدراسیون روسیه	اروپا	۱۳۹۰
۳	۵۱,۳	۱۳,۶	بلژیک	اروپا	۱۳۹۰
۴	۶۳,۳	۱۲	ایتالیا	اروپا	۱۳۹۰
۵	۷۳,۵	۱۰,۲	هلند	اروپا	۱۳۹۰
۱	۱۸	۱۸	چین	آسیا	۱۳۹۰
۲	۳۴,۸	۱۶,۸	عراق	آسیا	۱۳۹۰
۳	۴۹,۴	۱۴,۶	امارات متحده عربی	آسیا	۱۳۹۰
۴	۵۸,۳	۸,۹	هند	آسیا	۱۳۹۰
۵	۶۵,۶	۷,۳	افغانستان	آسیا	۱۳۹۰
۱	۲۱,۷	۲۱,۷	سودان	افریقا	۱۳۹۰
۲	۳۲,۲	۱۰,۵	جیبوتی	افریقا	۱۳۹۰
۳	۴۲,۷	۱۰,۴	کنیا	افریقا	۱۳۹۰
۴	۵۱,۹	۹,۲	افریقای جنوبی	افریقا	۱۳۹۰
۵	۵۸,۶	۶,۸	جمهوری متحده تانزانیا	افریقا	۱۳۹۰
۱	۹۴,۷	۹۴,۷	استرالیا	اقیانوسیه	۱۳۹۰
۲	۹۹,۹	۵,۲	نیوزیلند	اقیانوسیه	۱۳۹۰
۳	۱۰۰	۰,۱	فیجی	اقیانوسیه	۱۳۹۰
۱	۳۷,۴	۳۷,۴	ونزوئلا	امریکا	۱۳۹۰
۲	۶۰,۷	۲۳,۳	مکزیک	امریکا	۱۳۹۰
۳	۸۲,۵	۲۱,۹	کانادا	امریکا	۱۳۹۰
۴	۹۰,۵	۸	برزیل	امریکا	۱۳۹۰
۵	۹۶	۵,۴	آرژانتین	امریکا	۱۳۹۰
۱	۲۳,۶	۲۳,۶	آلمان	اروپا	۱۳۹۲
۲	۴۵,۹	۲۲,۳	فدراسیون روسیه	اروپا	۱۳۹۲
۳	۶۰,۰	۱۴,۱	ایتالیا	اروپا	۱۳۹۲
۴	۶۸,۱	۸,۱	اسپانیا	اروپا	۱۳۹۲
۵	۷۵,۹	۷,۸	انگلستان	اروپا	۱۳۹۲
۱	۲۵,۹	۲۵,۹	چین	آسیا	۱۳۹۲
۲	۴۶,۵	۲۰,۷	عراق	آسیا	۱۳۹۲
۳	۵۸,۹	۱۲,۴	امارات متحده عربی	آسیا	۱۳۹۲
۴	۶۷,۳	۸,۴	هند	آسیا	۱۳۹۲
۵	۷۵,۷	۸,۴	افغانستان	آسیا	۱۳۹۲
۱	۶۸,۶	۶۸,۶	مصر	افریقا	۱۳۹۲
۲	۷۶,۱	۷,۵	جمهوری متحده تانزانیا	افریقا	۱۳۹۲
۳	۸۲,۵	۶,۳	سودان	افریقا	۱۳۹۲
۴	۸۷,۰	۴,۵	افریقای جنوبی	افریقا	۱۳۹۲

۵	۹۰,۰	۳,۰	کنیا	افریقا	۱۳۹۲
۱	۹۴,۴	۹۴,۴	استرالیا	اقیانوسیه	۱۳۹۲
۲	۱۰۰,۰	۵,۶	نیوزیلند	اقیانوسیه	۱۳۹۲
۱	۷۴,۲	۷۴,۲	ونزوئلا	امریکا	۱۳۹۲
۲	۸۶,۸	۱۲,۶	مکزیک	امریکا	۱۳۹۲
۳	۹۳,۴	۶,۷	کانادا	امریکا	۱۳۹۲
۴	۹۸,۲	۴,۸	برزیل	امریکا	۱۳۹۲
۵	۹۸,۷	۰,۵	سورینام	امریکا	۱۳۹۲

منبع: (محاسبات پژوهش با استفاده از آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران).

در سال ۱۳۹۰ نیز آلمان مهم‌ترین مقصد صادراتی ایران در قاره اروپا بوده است. این کشور ۱۹/۹ درصد، فدراسیون روسیه، ۱۷/۸ درصد، بلژیک ۱۳/۶ درصد، ایتالیا ۱۲/۰ درصد و هلند ۱۰/۲ درصد از کل صادرات ایران به قاره اروپا در سال ۱۳۹۰ را دریافت کرده‌اند. به عبارت دیگر این پنج کشور در کنار یکدیگر مقصد ۷۳/۵ درصد از صادرات اروپایی ایران در سال ۱۳۹۰ بوده‌اند. از میان کشورهای آسیایی پنج کشور چین، عراق، امارات متحده عربی، هند و افغانستان به ترتیب ۱۸/۰، ۱۶/۸، ۱۴/۶، ۸/۹ و ۷/۳ درصد و در مجموع حدود دوسوم (۶۵/۶ درصد) از کل صادرات ایران به کشورهای آسیایی را از آن خویش نموده‌اند. در این سال، سودان با جذب ۲۱/۷ درصد از صادرات ایران به قاره آفریقا، مهم‌ترین بازار هدف صادراتی ایران به این قاره کم‌اهمیت در صادرات غیرنفتی ایران بوده است. سودان در کنار کشورهای جیبوتی، کنیا، افریقای جنوبی و جمهوری متحده تانزانیا به ترتیب با سهمی معادل ۱۰/۵، ۱۰/۴، ۹/۲ و ۶/۸ درصد و در مجموع ۵۸/۶ درصد از کل صادرات افریقایی ایران را دارا بوده‌اند. سهم استرالیا از صادرات ایران به قاره اقیانوسیه در سال ۱۳۹۰ به ۹۴/۷ درصد رسیده است. این افزایش سهم از کاهش سهم دو کشور دیگر این قاره یعنی نیوزیلند و فیجی روی داده و در واقع سهم دو کشور مزبور به ترتیب به ۵/۲ و ۰/۱ درصد تنزل یافته است. ترکیب کشوری در صدور کالاهای ایران به قاره امریکا که سهمی بسیار اندک از صادرات ایران را به خود اختصاص داده، محسوس بوده است. براساس آمار منتشرشده از سوی گمرک، ونزوئلا بیش از یک‌سوم (۳۷/۴ درصد) از صادرات ایران به این قاره را از آن خویش نموده است. هنگامی که آمار صادرات ایران به کشورهای مکزیکی (۲۳/۳ درصد)، کانادا (۲۱/۹ درصد)، برزیل

(۸/۰ درصد) و آرژانتین (۵/۴) درصد را به سهم ونزوئلا می‌افزاییم، سهم این پنج کشور از کل صادرات ایران به قاره امریکا در سال ۱۳۹۰ معادل ۹۶/۰ درصد می‌شود (جدول شماره ۳).

در سال ۱۳۹۲ همچون اغلب سال‌های دیگر، کشور آلمان با سهمی ۲۳/۶ درصدی از صادرات کشور به قاره اروپا، مقصد اصلی صادرات ایران به این قاره بوده است. فدراسیون روسیه با ۲۲/۳، ایتالیا با ۱۴/۱، اسپانیا با ۸/۱ و انگلستان با ۷/۸ درصد از کل صادرات ایران به قاره اروپا دیگر مقاصد مهم صادراتی کشور به این قاره را تشکیل می‌داده‌اند که در مجموع ۷۵/۹ درصد از صادرات اروپایی ایران در این سال را داشته‌اند. در میان کشورهای آسیایی پنج کشور چین، عراق، امارات متحده عربی، هند و افغانستان به ترتیب ۲۵/۹، ۲۰/۷، ۱۲/۴، ۸/۴ و ۸/۴ درصد و در مجموع نیز سه چهارم (۷۵/۷ درصد) از کل صادرات ایران به کشورهای آسیایی را از آن خود کرده‌اند. در این سال، مصر با جذب ۶۸/۶ درصد از صادرات ایران به قاره افریقا، مهم‌ترین بازار هدف صادراتی ایران به این قاره (کم‌اهمیت در صادرات غیرنفتی ایران) بوده است. کشورهای تانزانیا، سودان، افریقای جنوبی و کنیا به ترتیب با سهمی معادل ۷/۵، ۶/۳، ۴/۵ و ۳/۰ درصد و در مجموع ۹۰/۰ درصد از کل صادرات افریقایی ایران را از آن خود کرده‌اند. سهم استرالیا از صادرات ایران به قاره اقیانوسیه در این سال بالغ بر ۹۴/۴ درصد بوده و بقیه صادرات ایران به این قاره (۵/۶ درصد) به کشور نیوزیلند فروخته شده است. براساس آمار منتشر شده از سوی گمرک، ونزوئلا حدود سه چهارم (۷۴/۲ درصد) از صادرات ایران به این قاره را دارا بوده است. مکزیک با ۱۲/۶، کانادا با ۶/۷، برزیل با ۴/۸ و سورینام با ۰/۵ درصد از صادرات ایران به قاره امریکا در مقام‌های بعدی مهم‌ترین مقاصد امریکایی ایران قرار می‌گیرند که در مجموع نیز ۹۸/۷ درصد از کل صادرات کشور به این قاره را از آن خویش نموده‌اند (جدول شماره ۳).

عامل دیگری که تأثیرگذاری روند کلان انتقال قدرت بر مناسبات اقتصادی و تجاری ایران را مضاعف کرده، تحریم‌ها و مناسبات خصمانه کشورهای غربی با ایران است. از مقطع وقوع انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷، به تدریج غرب از بازیگر اصلی در اقتصاد و تجارت ایران، به بازیگری حاشیه‌ای تبدیل شد. در مرحله

نخست این روند، ایالات متحده با قطع روابط با ایران، به مناسبات سیاسی و اقتصادی با این کشور پایان داد و با این تغییر، ایالات متحده که در دوره پهلوی دوم، بنیان صنعتی ایران را شکل داده بود و مهم‌ترین شریک تجاری این کشور محسوب می‌شد، به‌نوعی از صحنه اقتصاد و تجارت ایران کنار رفت. افزون بر این، مناسبات اقتصادی و تجاری ایران با اروپای غربی و نیز ژاپن در دوران پس از انقلاب اسلامی، با شیئی ملایم‌تر، با زوال و کاهش روبه‌رو بوده است.

در دوران پس از انقلاب اسلامی، بسیاری از پروژه‌های کلان صنعتی کشور که توسط کشورها و شرکت‌های غربی در ایران ایجاد شده بود و در مراحل اجرایی شدن قرار داشت، رو به تعطیلی نهاد و به‌تدریج مناسبات این کشورها با ایران به مناسبات تجاری کاهش یافت و نقش آنها در سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های صنعتی و اقتصادی ایران به‌ویژه صنعت نفت و نیز همکاری‌های اقتصادی رو به زوال رفت.

این روند با تشدید تحریم‌ها علیه ایران در سال‌های اخیر، روند نزولی جدی‌تری به خود گرفته است؛ به این معنا که اگر در دو دهه اول انقلاب، کشورهای اروپایی و در رأس آنها، کشورهایی چون آلمان، شرکای مهم تجاری ایران محسوب می‌شدند و دست‌کم در حوزه تجارت، روابطی با این کشورها وجود داشت، اما متأثر از تحریم‌هایی که در سال‌های اخیر، به‌ویژه در دو سال آخر دولت دهم علیه ایران اعمال شده است، این کشورها، روابط تجاری خود را به‌ویژه به‌دلیل تحریم‌های مالی امریکا و تحریم‌هایی که اتحادیه اروپا علیه ایران وضع کرده، به‌شدت کاهش داده‌اند.

بنابراین می‌توان گفت که جهان توسعه‌یافته در سه دهه اخیر و به‌ویژه در سال‌های اخیر، از فهرست مناسبات اقتصادی و تجاری خارجی ایران حذف شده و به‌تناسب تشدید مناسبات خصمانه سیاسی و تشدید تحریم‌های اقتصادی، تجارت این کشورها با ایران، روند معکوسی پیموده است؛ بدان معنا که هرچه تحریم‌ها شدت و گسترش بیشتری یافته، مناسبات اقتصادی و تجاری جهان توسعه‌یافته با ایران کمتر و کمتر شده است؛ تا جایی که صادرات نفت به‌عنوان تنها حلقه وصل ایران با کشورهای صنعتی اروپا در پی تحریم‌های امریکا و اروپا گسسته شده است.



به بیان بهتر، ایران از محدود کشورهایی است که غرب در دوران پس از جنگ جهانی دوم، چنین تحریم‌های شدید و همه‌جانبه‌ای را علیه آن اعمال کرده است. از آنجا که در سیاست‌گذاری استراتژیک و کلان غرب، حوزه‌های اقتصاد و سیاست از یکدیگر جدا نیستند، طبیعتاً این تحریم‌ها که اساساً با هدف فلج کردن اقتصاد ایران بنیان گذاشته شده‌اند، در ایجاد تغییری استراتژیک در روابط تجاری و اقتصادی ایران موثر بوده‌اند.

اگر به تاریخ اقتصادی و تجاری ایران دقت کنیم، از دوران صفویه به این سو، که مقارن با ظهور غرب به‌عنوان مهم‌ترین تمدن پیشروی بشری و کانون ثروت و قدرت نیز در جهان بوده است، ایران و بسیاری از کشورهای درحال توسعه در چند سده اخیر، در تعاملات تجاری خود همواره با غرب، به‌عنوان تنها گزینه روبه‌رو بوده‌اند؛ زیرا در سایر مناطق جهان، اساساً کشورهایی که بتوانند نیازهای توسعه‌ای بازیگرانی چون ایران را تأمین کنند، وجود نداشته‌اند. اما اکنون مناسبات و روابط تجاری ایران با یک تغییر استراتژیک روبه‌رو شده و آن، جایگزینی جهان درحال توسعه به‌جای کشورهای توسعه‌یافته در مناسبات اقتصادی و تجاری این کشور است.

همان‌گونه که اشاره شد، سیاست غرب در برابر ایران در دوران پس از انقلاب اسلامی، همواره مبتنی بر محدودسازی^۱ این کشور بوده که تحریم‌ها، مهم‌ترین ابزار و نماد این سیاست به‌شمار می‌آیند. از دیگر سو، ایران نیز در این دوران، با تأکید بر خودکفایی و تلاش برای گسست مناسبات مبتنی بر وابستگی به جهان غرب، همواره به دنبال یافتن روزهایی برای جایگزینی غرب در روابط اقتصادی و تجاری بوده است. در دهه اول و دوم انقلاب، به دلیل آنکه غرب از موقعیتی مسلط در اقتصاد جهانی برخوردار بود، این تلاش‌ها چندان راه به جایی نبرد. اما جهان‌سوم‌گرایی، همچنان در سه دهه گذشته، در دستورکار سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران قرار داشته و از اواسط دهه ۱۹۹۰ و با شدت یافتن روند خیزش قدرت‌های جدید در اقتصاد جهانی، روزهایی پیش روی ایران، اندکی گسترش یافت و از همین مقطع، می‌توان گفت که روند تغییر در شرکای اقتصادی و تجاری ایران آغاز شد. بنابراین می‌توان گفت تمایل

1. Containment Policy

غرب برای محدود کردن ایران و تمایل ایران برای گسست مناسبات گذشته با غرب، به‌نوعی تأثیرات مکملی بر یکدیگر گذاشتند و در نهایت منجر به دوری گسترش‌یابنده ایران و غرب از یکدیگر در حوزه‌های اقتصاد و تجارت شده‌اند.

نتیجه‌گیری

با توجه به مباحث ذکر شده می‌توان گفت که چرخشی استراتژیک در جهت‌گیری صادراتی ایران در حال وقوع است، چرخشی که متأثر از دو روند کلان و پایدار است: ۱. روند تشدیدشونده انتقال قدرت از کشورهای توسعه‌یافته به کشورهای درحال توسعه؛ و ۲. تخاصم ایران و مجموعه غرب. اگرچه بیش از دو دهه است که هر دو روند یادشده آغاز شده‌اند، اما در سال‌های اخیر سرعت بیشتری یافته‌اند. پس از بحران مالی ۲۰۰۸ از یک سو جایگاه جهان درحال توسعه در اقتصاد جهانی به شدت ارتقاء یافته و از دیگر سو تحریم‌ها علیه ایران به‌گونه‌ای بی‌سابقه تشدید شده است. نتیجه این دو روند، سوق داده شدن بیش از حد ایران به سوی کشورهای درحال توسعه و به‌ویژه چین است و همین امر باعث شده تا تجارت خارجی ایران پس از چند قرن دچار چرخشی استراتژیک شود.

البته در مورد مانایی و تداوم این چرخش در شرایط کنونی نمی‌توان اظهارنظر قاطعی کرد. به باور نویسندگان، اگر تحریم‌های غرب استمرار یافته و تشدید شود، چرخش تجاری ایران به سوی جهان درحال توسعه تشدید خواهد شد. از دیگر سو در صورتی که ایران بتواند با مجموعه غرب به تفاهمی حداقلی بر سر برنامه هسته‌ای دست یابد، ممکن است از سرعت چرخش روابط تجاری ایران به سوی جهان درحال توسعه اندکی کاسته شود. البته بعید است که در آینده‌ای قابل‌پیش‌بینی، وضعیت گذشته احیا شده و غرب دوباره به مهم‌ترین شریک تجاری ایران تبدیل شود. به‌عبارت دیگر، دوران جدیدی در تجارت خارجی ایران آغاز شده است، دورانی که جهت‌گیری صادراتی ایران به سوی جهان درحال توسعه در حال تغییر است.



منابع

الف - فارسی

- تلیس، ا. ۱۳۸۳. *سنجش قدرت ملی در عصر فراصنعتی*، تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات بین‌المللی تهران.
- عابدین مقانکی، محمدرضا و همکاران. ۱۳۹۲. *بررسی توان مقاومت واردات صنعتی ایران نسبت به افزایش هزینه‌های واردات از مبادی عمده*، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- گمرک جمهوری اسلامی ایران، *آمار تجارت خارجی ایران طی سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۷۱*. وزارت صنعت، معدن و تجارت. ۱۳۹۱. *برنامه راهبردی صنعت، معدن و تجارت*، تهران: وزارت صنعت، معدن و تجارت.
- وبسایت آنتکاد و بانک جهانی به نشانی: <http://wits.worldbank.org/wits/>

ب - انگلیسی

- Atkins, R. 2010. **China Confirmed as World's Top Exporter**, Retrieved 12 14, 2010, from Financial Times: <http://www.ft.com>.
- Bayoumi, T. 2011. **Changing Patterns of Global Trade**, Washington D.C.: International Monetary Fund.
- Carnegie Endowment. 2010. **The World Order in 2050**, Washington D.C.: Carnegie Endowment.
- Chari, C. 2008. **War, Peace and Hegemony in a Globalized World**, London: Rutledge.
- Dadush, U., & Shimelse. 2009. **The Transformation of World Trade**, Washington d. C.: Carnegie Endowment for International Peace.
- European Commission**. 2010. Retrieved 12 19, 2010, from Bilateral Trade: <http://ec.europa.eu/trade>.
- Fukuyama, F. (2008). Is America Ready for Post American World? The American Interest.



- Goldman sach. 2008. **The Expanding Middle: the Exploding World Middle Class and Falling Global Inequality**, London: Goldman Sach.
- Goldman Sachs. 2008. **India Rising Growth Potential**, London.
- Green, M. 2001. "Strategic Asia 2001-1002", **Strategic Asia**.
- Gs Global Economic Website. 2007. **The N-11: More Than an Acronym**, London: Goldman Sachs.
- Hass, R. N. 2008. "The Age of Nonpolarity: What Will Follow U.S.Dominance", **Foreign Affairs**.
- Ikenberry, J. J. 2006. **After Victory**, Chicago: Stanford University press.
- India External Affairs Ministry. 2012. **Iran-India Relations**, New Delhi: India External Affairs Ministry.
- Jenkins, G. H. 2012. **Occasional Allies, Enduring Rivals: Turkey's Relations With Iran. Stokholm: China-Eurasia Forum**.
- Khana, P. 2010. **How to Run the World**. Washington D.C.: Palgrave.
- Lemke, D., & Lemke, D. 2003. "Power Transition Theory and the Rise of China", **International Interactions**.
- Mahbubani, K. 2008. **The New Asian Hemisphere**, Singapour: Public Affairs.
- Mohan, R. 2010. "Rising India: Partnerin Shaping the Global Commons?", **The Washington Quarterly**.
- National Intelligence Council. 2008. **Global Trends 2025: A Transformed World**, Washington DC: National Intelligence Council.
- Onis, J. 2008. "Brazil Big Moment", **Foreign Affairs**, Vo.. 87, No. 6.
- Patterson, D. 2009. **The New Global Trading Order**, Cambridge: Cambridge University Press.
- World Economic Forum. 2009. **China and the World: Scenarios to 2025**, Geneva: World Economic Forum.
- Zakaria, F. 2008. "The Future of American Power", **Foreign Affairs**, Vol. 89, No. 6.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی