

راهبردهای برای رفع موانع ورود فعالان بخش خصوصی به بازارهای منطقه‌ای

زهرا مشفق^۱

چکیده

بررسی شرایط حاکم بر فضای اقتصادی کشور و پایش محیط کسب‌وکار حاکی است که دغدغه‌های متعددی برای فعالان بخش خصوصی به‌ویژه در حوزه تجارت خارجی وجود دارد که مانعی برای تعاملات آن‌ها در بازارهای بین‌المللی است. مسلماً بدون برطرف کردن موانع موجود در سطح داخلی و خارجی نه‌تنها نمی‌توان انتظار تقویت حضور فعالان بخش خصوصی در بازارهای جهانی و منطقه‌ای را داشت، بلکه حتی به از دست رفتن بازارهای صادراتی جدید و فرصت‌های موجود در آن نیز منجر خواهد شد. در این گزارش تلاش شده است تا با نگاه به عملکرد دیپلماسی تجاری کشور و شناسایی موانع موجود در دو سطح کلان و خرد، راهکارهای پیشنهادی در این خصوص به‌منظور بهره‌برداری سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران حوزه تجارت خارجی ارائه شود. ایجاد ساختار دیپلماسی تجاری، تربیت و توانمندسازی دیپلمات‌های تجاری، بازنگری در نقش اتاق‌های بازرگانی در روابط بین‌الملل، بازتعریف و سامان‌دهی فرایندهای گمرکی، ظرفیت‌سنجی کالاهای صادراتی، تسهیل حضور بنگاه‌های ایرانی و ایجاد بانک جامع اطلاعات تجاری و اقتصادی از مهم‌ترین راهکارهای پیشنهادی در راستای برطرف کردن موانع موجود و ترغیب فعالان اقتصادی بخش خصوصی برای حضور در بازارهای منطقه‌ای است.

واژگان کلیدی: بخش خصوصی، بازارهای منطقه‌ای، دیپلماسی تجاری.

مقدمه

تبدیل شدن به شرکت‌های بزرگ و ورود به بازارهای منطقه‌ای و جهانی نیز برخوردارند. در اقتصاد هرچه زمینیه برای حضور بین‌المللی بخش خصوصی بیشتر فراهم شود، رشد اقتصادی، توسعه و اشتغال‌زایی عملی‌تر خواهد بود. به‌رغم اهمیت جایگاه بخش خصوصی در اقتصاد، همواره یکی از چالش‌های اصلی اقتصاد ایران جایگاه ضعیف بخش خصوصی در کلیت اقتصاد و عمل نکردن دقیق و کارشناسی به سیاست‌های ابلاغی اصل

به‌طورکلی، بخش خصوصی همواره و در بیشتر کشورها، نقش مهمی در توسعه فعالیت‌های اقتصادی دارد؛ زیرا این بخش نه‌تنها یکی از متولیان ایجاد اشتغال به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته است، بلکه نقشی مؤثر در بهبود توزیع درآمد در جوامع کم‌توسعه‌یافته نیز دارد. از سوی دیگر، بنگاه‌های اقتصادی در بخش خصوصی افزون‌بر تأمین نیروی انسانی متخصص برای شرکت‌های بزرگ، از ظرفیت

باید اهتمام جدی داشت و با برنامه‌ریزی و اخذ تصمیم‌های هوشمندانه برای همکاری‌های اقتصادی و تجاری بلندمدت با کشورهای منطقه به دنبال گسترش و کشف بازارهای جدید بود.

نظر به اهمیت تحقق شعار سال ۱۴۰۳ یعنی «جهش تولید با مشارکت مردم» و لزوم حضور بخش خصوصی واقعی و فضا سازی برای حضور این بخش در اقتصاد به‌ویژه در حوزه تجارت بین‌الملل، در این گزارش تلاش شده است تا نخست بر اساس آمار و اطلاعات در دسترس، تصویری از عملکرد دیپلماسی تجاری کشور ارائه شود. سپس موانع و چالش‌های موجود در مسیر فعالان بخش خصوصی در حوزه تجارت خارجی مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته و در نهایت نیز بر اساس وضعیت موجود، توصیه‌های سیاستی برای سیاست‌گذاران به‌منظور تقویت حضور فعالان بخش خصوصی در راستای دسترسی و ورود به بازارهای منطقه‌ای و جهانی ارائه شده است.

به‌استثنای امارات متحده عربی، مجموع حجم تجارت ایران با دیگر کشورهای حاشیه خلیج فارس بسیار اندک و در سال ۱۴۰۲، معادل ۲/۷ میلیارد دلار بود که از این مقدار، ۸۴ درصد آن مربوط به تجارت با عمان بود.

۱- تصویری از عملکرد دیپلماسی تجاری کشور
دسترسی به بازارهای جهانی و منطقه‌ای تولید و تجارت و افزایش سهم از آن‌ها یکی از مهم‌ترین

۴۴ است. این در حالی است که یکی از مشخصه‌های اصلی دیپلماسی اقتصادی هر کشور این است که بخش‌های خصوصی برای تأثیرگذاری بر مذاکره با هدف باقی ماندن در بازار رقابتی جهانی یا منطقه‌ای در فرایند سیاست‌گذاری مشارکت می‌کنند، اما در ادوار پیشین دولت‌ها نتوانسته‌اند فضای مناسبی برای تقویت و رشد این بخش به‌ویژه در حوزه دیپلماسی تجاری ایجاد کنند. نکته شایان توجه‌تر اینکه، بر اساس آمار اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران، سهم محیط همسایگی ایران در اقتصاد جهانی حدود ۵ درصد و این سهم در ۷۰ سال اخیر چندان تغییر نکرده است.

اعداد و ارقام یادشده حاکی است که کارآمدی دیپلماسی تجاری در کشور متناسب با ظرفیت‌های ایران نیست و نیازمند بازتعریف دیپلماسی تجاری با تأکید بر حضور بخش خصوصی است. وجود مشکلات متعدد مانند تحریم‌های اقتصادی، نوسانات نرخ ارز، ریسک‌های بالای اقتصادی و سیاسی، ساختار نامناسب اقتصادی و... سبب شده است تا حضور بخش خصوصی را در فضای تجارت خارجی با خسارت‌های سنگینی همراه کند. طبیعی است که بدون برطرف موانع داخلی، تصرف بازارهای منطقه‌ای و جهانی امکان‌پذیر نخواهد بود؛ البته باید تقویت تولیدات صادرات‌گرا برای متنوع ساختن مقاصد صادراتی و تقویت حضور فعالان بخش خصوصی در بازارهای جهانی به‌عنوان یکی از ابعاد سیاست‌گذاری مورد توجه قرار گیرد، اما نسبت به دیپلماسی تجاری و افزایش تعاملات بین‌المللی نیز

اسلامی ایران، به لحاظ ارزش، تجارت خارجی کشور در سال 1402 در مقایسه با سال 1401 رشد داشت و از 114 به 117 میلیارد دلار افزایش یافت، اما همچنان تراز تجاری غیرنفتی نه تنها منفی بود، بلکه کسری تراز تجاری افزایش یافت و از 6 میلیارد دلار در سال 1401، به 16 میلیارد دلار در سال 1402 رسید. بر اساس آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران، صادرات غیرنفتی و واردات کشور در سال 1402، به ترتیب 50/1 و 66/8 میلیارد دلار بود. بیشترین کسری تجاری نیز مربوط به امارات، معادل 14 میلیارد دلار بود.

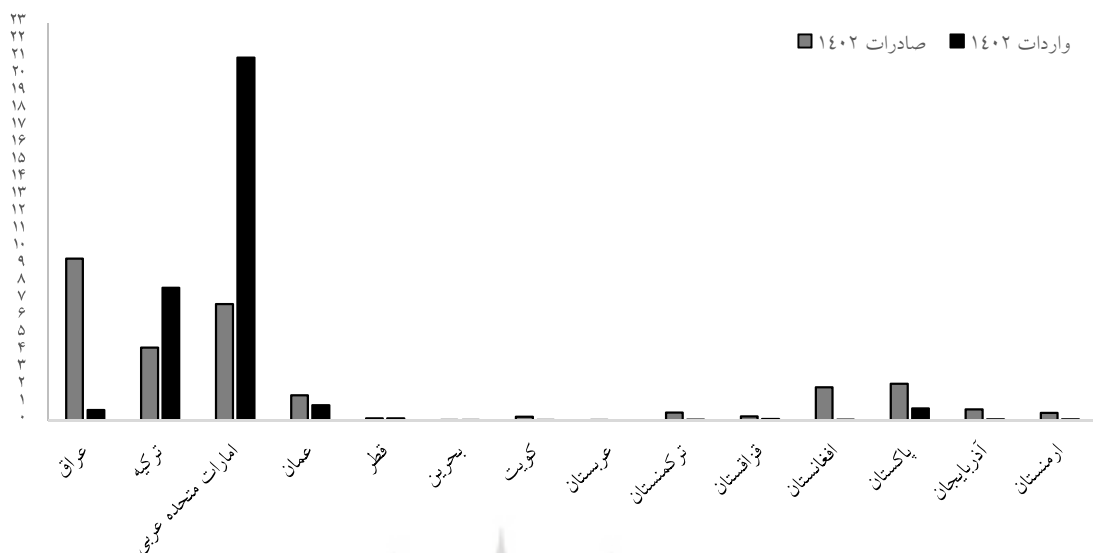
برای ارائه تصویر روشن تر از وضعیت تجارت ایران با کشورهای منطقه، تجارت خارجی ایران با 14 کشور همسایه شامل عراق، ترکیه، افغانستان، پاکستان، آذربایجان، ارمنستان، قزاقستان، ترکمنستان، امارات متحده عربی، قطر، عربستان، عمان، بحرین و کویت مورد بررسی قرار گرفته است. نمودارهای شماره 1 و 2، به ترتیب ارزش و سهم کشورهای منتخب را در تجارت ایران (صادرات و واردات) نشان می دهند.

در کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس عمدتاً بازیگران محدود و مشخصی در حوزه تجارت حضور دارند و این گونه نیست که سرمایه گذاران خصوصی ایرانی بتوانند به راحتی با آنها مشارکت و کسب و کار مورد نظر خود را راه اندازی کنند.

الزاماتی است که باید در اتخاذ دیپلماسی اقتصادی در اولویت قرار گیرد. بررسی آمارهای جهانی نشان می دهد در حالی که در سال 2017، سهم ایران از کل تجارت جهانی 4/0 درصد بود، ظرف پنج سال اخیر (سالهای 2017 تا 2022) این سهم بیش از 30 درصد افت داشته است. این روند زمانی معنادارتر می شود که بدانیم که ارزش مجموع صادرات و واردات جهانی در این دوره 40 درصد رشد داشته است و کشورهای تراز منطقه ای نیز عملکرد بهتری داشته اند. در همین دوره، سهم ترکیه از 1/10 به 1/31 درصد رسیده است. شایان توجه است که بر اساس آمار منتشر شده سازمان تجارت جهانی، سهم ایران از تجارت جهانی در سال 2022 در مقایسه با سال 2019 که معادل 4/0 درصد بوده، به شدت افت داشته است. بر مبنای این آمار، سهم ایران در صادرات جهانی حتی با لحاظ صادرات نفت و گاز نیز بسیار ناچیز بوده است. این آمارها مبین این است که وجود برخی چالش ها در ساختار صادراتی ایران سبب شده است تا ارتباط مناسبی میان راهبردهای صادراتی برای دستیابی به هدف صادرات بیشتر وجود نداشته باشد. نگاهی به عملکرد حوزه تجارت خارجی در

سالهای 1402-1400، حاکی از افت تراز تجاری در این سال هاست. در حالی که در سال 1400، میزان صادرات غیرنفتی و واردات کشور به ترتیب 4/4 و 52/9 میلیارد دلار و در نتیجه، کسری تراز تجاری نیز منفی 4/5 میلیارد دلار بود، در سال 1402 کسری تراز تجاری غیرنفتی کشور به بیش از منفی 16 میلیارد دلار رسید. بر اساس آخرین آمار گمرک جمهوری

نمودار ۱- ارزش تجارت ایران با برخی کشورهای منتخب منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای (میلیارد دلار)



مأخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران.

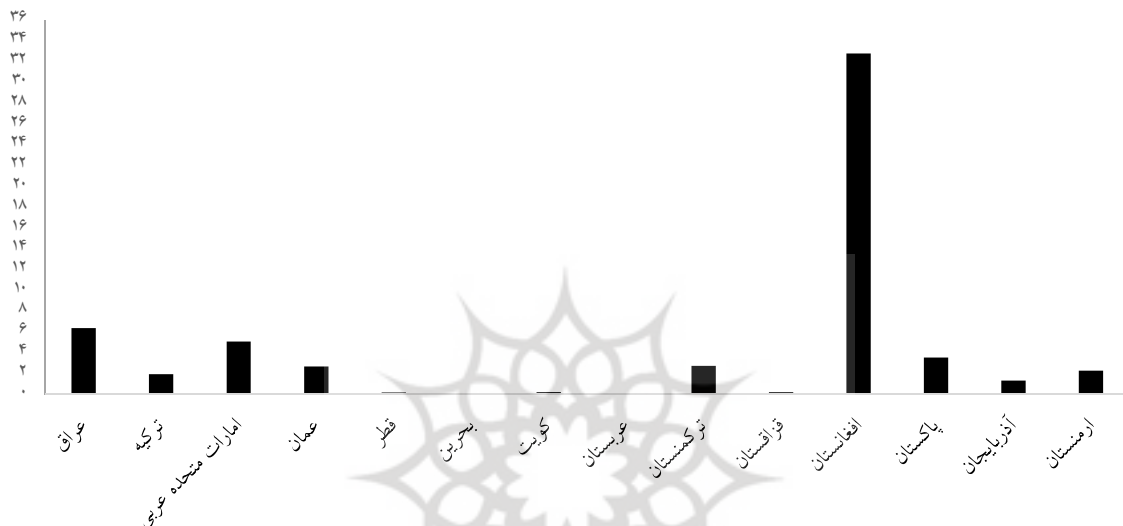
بر اساس آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۴۰۲، اصلی‌ترین شرکای صادراتی ایران، چین، عراق، امارات متحده عربی، ترکیه و هند بودند. در میان مقاصد اصلی صادرات، چین با واردات بیش از ۲۸ درصد از کل صادرات ایران، بیشترین میزان تجارت و پس از چین، همسایه غربی ایران یعنی عراق بیش از ۱۸ درصد سهم داشت. در سال ۱۴۰۲ پس از چین، بیشترین حجم صادرات کشور به ارزش ۹ میلیارد و ۳۵۱ میلیون دلار به عراق بود. پس از عراق، امارات متحده عربی با ۶ میلیارد و ۷۱۵ میلیون دلار، ترکیه با ۴ میلیارد و ۲۱۱ میلیون دلار و هند با ۲ میلیارد و ۱۹۷ میلیون دلار، اصلی‌ترین مقاصد صادراتی کشور بودند. در میان کشورهای همسایه، صادرات ایران در سال ۱۴۰۲ به کشورهای عراق، ترکیه، قطر، عربستان، ترکمنستان و ارمنستان به ترتیب ۹ درصد، ۴۴ درصد، ۴۲ درصد، ۹۷ درصد، ۲ درصد و ۱۱ درصد کاهش داشت. در مقابل، صادرات ایران به کشورهای عمان،

امارات متحده عربی، بحرین، کویت، افغانستان، قزاقستان، پاکستان و آذربایجان رشد داشت که از میان این کشورها، صادرات به کویت و عمان با رشد ۶۳ و ۳۰ درصدی، بیشترین میزان رشد را تجربه کرد. به استثنای امارات متحده عربی، مجموع حجم تجارت ایران با دیگر کشورهای حاشیه خلیج فارس بسیار اندک و در سال ۱۴۰۲، معادل ۲/۷ میلیارد دلار بود که از این مقدار، ۸۴ درصد آن مربوط به تجارت با عمان بود؛ البته در خصوص مناسبات اقتصادی ایران با عمان ناگفته نماند که به رغم روابط پایدار سیاسی میان دو کشور، روابط تجاری میان دو کشور مطلوب نیست. در واقع، نبود نگاه راهبردی و بلندمدت در دیپلماسی اقتصادی با کشورهای همسایه از جمله عمان سبب شده است تا هریک از مسئولان وقت تنها نگاه کوتاه‌مدت در بازه‌ای که مسئولیت دارند، داشته باشند و در نتیجه، بسیاری از ظرفیت‌ها و فرصت‌ها به راحتی از بین برود.

می‌شود. همچنین، بیش از ۵۰ درصد از کل ارزش تجارت ایران در سال ۱۴۰۲ (صادرات و واردات)، با ۱۴ کشور همسایه صورت گرفت که امارات، عراق و ترکیه در مجموع، ۴۲ درصد آن را به خود اختصاص دادند.

بر اساس آخرین آمار و اطلاعات گمرک جمهوری اسلامی ایران، ۵۵ درصد از ارزش کالاهای صادراتی به ۱۴ کشور همسایه صادر می‌شود که از این ۵۵ درصد، به ترتیب ۱۸ و ۱۳ درصد آن به عراق و امارات متحده عربی صادر

نمودار ۲- سهم ایران از کل تجارت کشورهای همسایه در سال ۲۰۲۳ (درصد)



مأخذ: ITC-Trade.

نامطلوب تجارت خارجی کشور دارند، اما اهمیت عوامل داخلی مانند قوانین و سیاست‌های ناکارآمد دوجندان است. در بخش بعد، برخی از مهم‌ترین چالش‌های موجود برای ورود فعالان اقتصادی بخش خصوصی به بازار کشورهای منطقه مورد بررسی قرار گرفته است.

۲- عمده مشکلات بخش خصوصی در حوزه

دیپلماسی تجاری

باتوجه به آنچه بیان شد، در ادامه به عمده‌ترین مشکلات و چالش‌های فعالان اقتصادی کشور در تجارت خارجی به‌ویژه در بازار کشورهای منطقه در دو سطح خرد و کلان پرداخته شده است.

نکته شایان توجه اینکه، سهم کشورهای همسایه در تجارت ایران، بیش از ۵۰ درصد است، اما بر اساس آمار سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۲۳، سهم ایران در تجارت این کشورها به‌طور متوسط ۱۴ درصد بود؛ به‌گونه‌ای که سهم ایران در تجارت کشورهای عراق، امارات متحده عربی، ترکیه به ترتیب ۶/۳ درصد، ۵/۰ درصد و ۱/۹ درصد بود.

در مجموع، در نگاه نخست شاید این‌گونه به نظر برسد که کسری تراز تجاری و پایین بودن سهم ایران از بازارهای منطقه‌ای ناشی از محدودیت‌های تحریمی و البته شوک‌های بیرونی باشد، اما تحلیل دقیق‌تر ساختار اقتصادی کشور حاکی است که تحریم و محدودیت‌های بین‌المللی نقش مهمی در روند

۱-۲- چالش‌های خرد فعالان بخش خصوصی

- عدم کارایی ساختار رایزنی بازرگانی: عموماً دولت‌های جهان تمرکز اصلی خود را بر بازارهای عمده صادراتی قرار می‌دهند تا بتوانند بیشترین سهم را نصیب خود کنند. یکی از ابزارهای اجرای این سیاست تجاری نیز استقرار رایزن بازرگانی در شهرهای مهم بازار هدف است. برای مثال، بازار ۴۰ میلیارد دلاری عراق مستلزم استقرار تعداد زیادی رایزن بازرگانی در بغداد، بصره، کربلا و اقلیم کردستان عراق است که این موضوع محقق نشده است و تنها یک نفر به‌عنوان رایزن در این کشور حضور دارد. در مقابل، دولت ترکیه با استقرار ۶۰ رایزن بازرگانی، حمایت‌های نامحدودی از ساختار تجارت خارجی خود در عراق انجام می‌دهد.

- نبود شناخت نسبت به بازارهای صادراتی دارای ظرفیت: یکی از چالش‌های اصلی در تعاملات فعالان بخش خصوصی در حوزه تجارت خارجی، عدم شناخت از بازار و تجار کشورهاست. برای مثال، در کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس عمدتاً بازیگران محدود و مشخصی در حوزه تجارت حضور دارند و این‌گونه نیست که سرمایه‌گذاران خصوصی ایرانی بتوانند به‌راحتی با آن‌ها مشارکت و کسب‌وکار مورد نظر خود را راه‌اندازی کنند. برای مثال، در بسیاری از مناقصات قطر، اولویت با افراد محلی این کشور است. این موضوع شرایط را برای حضور سرمایه‌گذاران ایرانی سخت می‌کند. از سوی دیگر، قطر به سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی خارجی اقامت دائم نمی‌دهد و در بیشتر فعالیت‌های

سرمایه‌گذاری، اجازه مالکیت بالای ۵۰ درصد به خارجیان داده نمی‌شود.

- ضعف در مسئله بازاریابی و تبلیغات: ضعف در بازاریابی و تبلیغات نیز از دیگر ضعف‌های ساختار دیپلماسی تجاری ایران است. در بخش بازاریابی، شرکت‌های ایرانی اقدام جدی برای شناخت ظرفیت‌های بازار کشورهای هدف، نیازهای آینده، طراحی تبلیغات اثرگذار و استفاده از مشاوران بومی انجام ندادند که نتیجه منطقی آن، حضور کم‌رنگ شرکت‌های ایرانی در بازارهای منطقه‌ای است؛ البته گفتنی است از آنجاکه در بسیاری از کشورهای همسایه از جمله عراق، شرکت‌های ایرانی به‌صورت مستقیم حضور ندارند، تمایلی نیز برای پرداخت هزینه تبلیغات ندارند.

- محدودیت‌ها در انتقالات مالی: از جمله چالش‌های دیگر در مناسبات اقتصادی ایران با برخی از کشورهای همسایه بحث محدودیت‌های مرتبط با نقل و انتقال مالی است. برای مثال، در کشورهایی مانند امارات یا ترکیه در عرض یک ساعت امکان انتقال پول (البته نه در حجم کلان) وجود دارد، اما در قطر این کار بسیار سخت است و از طریق صرافی به‌راحتی امکان انتقال پول وجود ندارد. ایرانی‌ها در قطر به‌منظور انتقال مبالغ بالای ده هزار ریال قطر باید مدارک لازم در خصوص اینکه کالا از چه مبدایی آمده و قرار است به چه مقصدی منتقل شود و... داشته باشند.

- نبود مراکز تجاری ایران در بازارهای منطقه‌ای: یکی از چالش‌ها در روابط اقتصادی ایران با کشورهای همسایه، نبود مراکز تجاری ایرانی برای

توجه‌پذیری تولید را کاهش داده و به دنبال آن، ریسک سرمایه‌گذاری در تولید نیز افزایش یافته است. به‌طور مشخص، تداوم این وضعیت منجر به تمایل به واردات بیشتر و در نتیجه، شکل‌گیری فرهنگ دلالی و واسطه‌گری در اقتصاد می‌شود و انگیزه برای بهره‌مندی از رانت دولتی را افزایش می‌دهد.

پیش‌بینی ناپذیری اقتصاد برای فعالان اقتصادی: یکی از موضوعات و مؤلفه‌های بسیار حائز اهمیت برای فعالان اقتصادی، ضرورت ثبات اقتصادی به‌ویژه برای تحقق شعار «جهش تولید با مشارکت مردم» است. اقتصاد ایران دست‌کم در بیش از یک دهه گذشته به دلیل بروز انواع شوک‌های اقتصادی با مسئله پیش‌بینی ناپذیری و نااطمینانی مواجه بوده است. این مسئله باعث شده است تا محیط کسب‌وکار با انواع ریسک‌ها و چالش‌ها مواجه شود که ریشه بسیاری از آن‌ها به مؤلفه پیش‌بینی ناپذیری اقتصاد برمی‌گردد. در سال‌های اخیر پیش‌بینی ناپذیر بودن و تغییرات مداوم قیمت مواد اولیه و محصولات و بی‌ثباتی در سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار از عمده‌ترین موانع در مسیر تولید و تجارت فعالان بخش خصوصی بوده است. زمانی که فعالان اقتصادی نتوانند چشم‌انداز و افق روشنی را برای فضای کسب‌وکار خود متصور باشند، نه تنها خسارت سنگینی برای تولید به همراه دارد، بلکه امکان برنامه‌ریزی برای حضور در بازارهای خارجی و توسعه صادرات نیز وجود نخواهد داشت.

هم‌راستا نبودن اقدامات سیاست‌گذار با منافع صادرات: فقدان راهبرد مشخص و باثبات در زمینه

ارائه خدمات به تجار و بازرگانان ایرانی است. اگر پایگاه‌هایی در بازارهای منطقه‌ای ایجاد شود و همه شرکت‌های ایرانی به آن پایگاه‌ها وصل شوند، می‌توان انتظار شکل‌گیری کسب‌وکارهای ایرانی را در این بازارها داشت؛ البته یکی از ملاحظات مهم در این خصوص، حمایت از فعالیت‌های اقتصادی در ایران است. در حال حاضر برای تجار و شرکت‌های ایرانی هیچ تسهیلگری به‌منظور تجارت در این کشورها وجود ندارد. در صورتی که بدیهی است که گسترش مناسبات تجاری با حمایت دولت‌ها از درگاه بخش خصوصی محقق خواهد شد.

۲-۲- چالش‌های کلان فعالان بخش خصوصی

نگاهی به سیاست‌های کلان و مقررات‌گذاری‌های دولت و نظام حکمرانی در عرصه تجارت خارجی نشان می‌دهد که برخی از این سیاست‌ها و مقررات، خود به مانعی برای توسعه تجارت خارجی و ورود فعالان بخش خصوصی به بازارهای منطقه‌ای تبدیل شده است که در ادامه، به برخی از مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود.

واردات محور بودن سیاست‌های تجاری دولت: سیاست‌گذاران در ایران شعار آزادسازی تجاری را می‌دهند، اما در عمل به دنبال مدیریت واردات و ارتقای صادرات هستند. به‌طور کلی، ثبت ناترازی‌های تجاری منفی بالا در اقتصاد نشان می‌دهد که اقتصاد ایران بیش از آنکه به صادرات منتج شود، متکی به واردات است. به‌عبارت‌دیگر، تفاوت نرخ ارز دولتی و آزاد موجب افزایش قیمت تمام‌شده کالاهای داخلی نسبت به کالاهای وارداتی شده و در نتیجه،

کسب کرده است. یکی از اصلی‌ترین چالش‌ها در نظام گمرکی کشور، تعداد گمرک‌ها، مقررات و استثنائات است. عدم نیازسنجی در ایجاد و توسعه گمرک‌های اجرایی افزون‌بر بار مالی، امکان بروز تخلفات را افزایش داده است. افزایش مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، بازارچه‌های مرزی و دیگر استثنائات تجاری نیز افزون‌بر افزایش تعداد گمرک‌های اجرایی، به تعدد رویه‌های گمرکی منجر شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد به صورت میانگین در هر روز کاری یک بخش‌نامه یا دستورالعمل گمرکی صادر می‌شود. تعدد رویه‌ها، بخش‌نامه‌ها و استثنائات گمرکی نه تنها به ایجاد پیچیدگی در اجرای فرایندهای گمرکی منجر می‌شود، بلکه احتمال بروز خطاهای سهوی یا عمدی را افزایش می‌دهد (محمدی‌فر، ۱۴۰۳). افزون‌براین، تعدد سامانه‌های تخصصی و الزام به ورود چندباره اطلاعات در سامانه‌های مختلف، زمان و هزینه‌های مرتبط با تشریفات گمرکی را افزایش می‌دهد. چالش‌های مرتبط با لجستیک، زیرساخت‌های حمل‌ونقل، کمبود ناوگان مناسب و... نیز مزید بر علت شده است تا عملکرد نظام گمرکی کشور چندان مناسب ارزیابی نشود و خود مانعی برای ورود فعالان بخش خصوصی به بازارهای منطقه‌ای باشد.

- ضعف در سیاست‌گذاری در حوزه حمایت و تشویق صادرکننده: یکی از محورهای اصلی حمایت از صادرکننده بخش خصوصی، تأمین مالی است که باید گسترش پوشش اعتبارات صادراتی یا اولویت‌بندی صحیح و تخصیص بهینه منابع مورد توجه قرار گیرد.

صادرات کالاها موجب ریسک بالای فعالان اقتصادی صادرکننده می‌شود که نتیجه آن، از دست دادن بازارهای آن‌ها خواهد بود. برای مثال، ممکن است صادرکننده‌ای برای صدور محصولات خود با خریداران در کشور هدف قرارداد یک یا دوساله منعقد کند، اما صدور بخش‌نامه‌های لحظه‌ای و ممنوعیت صادرات در محصولات موجب از دست رفتن بازار و اعتماد خریداران به صادرکنندگان ایرانی می‌شود. برای مثال، وقتی قیمت گوجه یا پیاز در کشور افزایش می‌یابد، واکنش ستاد تنظیم بازار به این اتفاق صدور بخش‌نامه ممنوعیت صادراتی در این کالاهاست. در این شرایط تاجرانی هستند که در خارج از کشور برای تأمین این کالاها قرارداد بسته‌اند یا حتی بار آن‌ها برای ترخیص در گمرک است که با صدور این بخش‌نامه، از اجرای تعهد خود بازمی‌مانند.

- وجود چالش‌های متعدد در فرایندهای گمرکی: همان‌طور که می‌دانیم، سازمان گمرک در کشور نقش محوری و هماهنگ‌کننده را در مبادی ورودی و خروجی دارد، اما بررسی شاخص‌های بین‌المللی مرتبط با گمرک نشان می‌دهد که ایران با چالش‌های متعددی در این حوزه مواجه است. برای مثال، در گزارش بانک جهانی با عنوان تجارت لجستیک در اقتصاد جهانی (۲۰۲۳)^۱، ایران در زیرشاخص عملکرد گمرکی از میان ۱۴۰ کشور، رتبه ۱۱۰ را کسب کرده است. در امتیاز این شاخص نیز که میان ۱ تا ۵ تعریف شده و نمره بالاتر نشان‌دهنده وضعیت بهتر در عملکرد گمرکی است، ایران امتیاز ۲/۴ را

1. Connecting to Compete Trade Logistics in the Global Economy (2023).

تصمیم‌گیری‌های مربوط به دیپلماسی تجاری و روابط بین‌الملل و ایجاد امکان همکاری بخش خصوصی واقعی با شرکت‌های خارجی به‌ویژه شرکت‌های چندملیتی به تقویت رشد اقتصاد داخلی و درنهایت، ایجاد امنیت اقتصادی منجر می‌شود.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد راهکارها

به‌طور کلی، تجار و فعالان بخش خصوصی نقش مهمی در بهبود تصویر و عملکرد بخش تجاری کشور و افزایش اعتبار آن دارند؛ همان‌طور که دولت‌ها با وضع قوانین پایدار و پابرجا، ایجاد وضعیت قابل پیش‌بینی برای شرکت‌های خارجی، عقد قراردادهای و انجام دادن تعهدات خود، جایگاه کشور را به تدریج بهبود می‌بخشند. نگاهی به عملکرد دیپلماسی تجاری کشور نشان می‌دهد که چالش‌های متعددی در مسیر فعالان بخش خصوصی برای ورود به بازارهای منطقه‌ای وجود دارد. در یک دهه اخیر تنش‌های سیاسی حاکم بر منطقه و اختلافات سیاسی حاکم بر روابط ایران با برخی از کشورهای همسایه مزید بر علت شده و ورود فعالان بخش خصوصی به بازارهای منطقه‌ای را تحت تأثیر قرار داده است، اما سیاست‌های داخلی دولت‌ها نیز طوری بوده که نتوانسته است مشکلات پیش روی تجار و بازرگانان را به‌خوبی برطرف کند. چالش‌هایی مانند «مشکلات ساختاری»، «حمل‌ونقل نامناسب و مشکلات لجستیکی»، «مسائل گمرکی»، «تعدد و تغییر قوانین در برخی کشورها»، «فقدان محیط مناسب کسب‌وکار در کشور»، «مشکل مراودات بانکی با دیگر کشورها» و «پیش‌بینی‌ناپذیری شرایط اقتصاد کلان»

به‌رغم این موضوع، فقدان ثبات در تأمین مالی منابع، یکی از چالش‌ها در قوانین مربوط به مشوق‌ها و جواز صادراتی و معافیت‌های مالیاتی است. به‌رغم اینکه دولت در سال گذشته دستورالعمل مشوق‌های صادرات غیرنفتی کشور از محل منابع اختصاص‌یافته در قانون بودجه سال 1402 را تصویب کرده، اما مسلم است که صرف برخی حمایت‌های کوتاه‌مدت شامل اعطای معافیت کالاهای وارداتی مرتبط با اقلام صادراتی، صندوق‌های صادراتی، مالیات و عوارض صادرات برخی از اقلام، پوشش بیمه تجاری و... نمی‌تواند مشکلات ساختاری در حوزه صادرات را حل کند و لازم است که اجرای سیاست‌های تجاری مدون در دستور کار دولت قرار گیرد.

۳- ملاحظات امنیت اقتصادی

امروزه هم‌زمان با روندهای جهانی، یکی از مهم‌ترین مصادیق قدرت کشورها، قدرت اقتصادی و برقراری امنیت اقتصادی است و کشوری که به توان اقتصادی خود بها ندهد، هم در محیط داخلی و هم در محیط خارجی شکننده خواهد بود. در این راستا، دیپلماسی تجاری از برجسته‌ترین ابزارهای سیاست خارجی کشورها برای کسب منافع ملی و تقویت امنیت ملی است که در آن منافع اقتصادی، تجاری و سیاسی نسبت به یکدیگر هم افزایش دارند و یکدیگر را تقویت می‌کنند. باید توجه داشت که دیپلماسی تجاری دیپلماسی چندگانه‌ای است که نظام تجاری، سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال فناوری را در برمی‌گیرد. تقویت نقش بخش خصوصی واقعی در

- **تربیت و توانمندسازی دیپلمات‌های تجاری:** در کشوری مانند ایران که آشنایی و تسلط به زبان‌های خارجی معضل جدی شمرده می‌شود، تربیت و توانمندسازی دیپلمات‌های خارجی موضوعی زمان‌بر خواهد بود، اما باید توجه داشت که از اصلی‌ترین ویژگی‌های دیپلمات خارجی، آشنایی با اصول بازرگانی خارجی، اقتصاد سیاسی بین‌المللی، مالیه بین‌الملل، مقررات تجارت کالا، خدمات و مالکیت فکری، سازمان‌های اقتصادی بین‌المللی، حقوق تجارت بین‌الملل، شیوه تهیه گزارش درباره کشور محل مأموریت خود، ملاقات با مسئولان دولتی و خصوصی کشور مأموریت خود و نیز رصد تحولات و اتفاقات کشور محل مأموریت خود به لحاظ اقتصادی و سیاسی و... است که باید برای تربیت دیپلمات‌های تجاری مدنظر قرار گیرد.

- **بازتعریف و سامان‌دهی فرایندهای گمرکی:** به نظر می‌رسد که حل چالش‌های گمرکی در گام نخست نیازمند بازتعریف برخی فرایندهای اجرایی و البته متناسب با سیاست‌های کلی خارجی و تجاری کشور است. فرایند این اصلاح باید به گونه‌ای باشد که با تسهیل رویه‌ها، زمان و هزینه‌های جزئی و کلی در رویه‌های ترخیص، صادرات، واردات و... کاهش یابد. همچنین، در راستای کارآمدسازی نظام گمرکی کشور، ایجاد گمرک‌ها با رویه‌های تخصصی و استقرار گمرک‌ها با در نظر گرفتن طرح توجیهی نیز توصیه می‌شود.

- **بازنگری در نقش اتاق‌های بازرگانی در روابط بین‌الملل:** در ارتباط میان اتاق‌های بازرگانی به‌عنوان نماینده بخش خصوصی با دولت‌ها در کشورهای

از جمله موانعی هستند که فعالان اقتصادی در حوزه تجارت با کشورهای منطقه با آن‌ها روبه‌رو هستند. چالش‌های یادشده سبب شده است تا فعالان اقتصادی بین‌المللی نیز علاقه جدی برای سرمایه‌گذاری و حتی حضور پایدار در بازار ایران نداشته باشند و در نتیجه، ایران برای رایزنی با کشورهایی که به‌طور بالقوه می‌توانستند شریک راهبردی باشند، متحد چندان قابل اتکایی از جنس فعالان اقتصادی بخش خصوصی در درون این کشورها نداشته باشد. در این راستا، به‌نظر می‌رسد که برطرف کردن این موانع نیازمند آن است که راهبرد مشخص مبتنی بر برنامه‌ریزی در دیپلماسی اقتصادی و تجاری در دستور کار متولیان تجارت کشور قرار گیرد. در ادامه، راهکارهای پیشنهادی در این حوزه ارائه شده است.

- **ایجاد ساختار دیپلماسی تجاری:** تدوین دیپلماسی تجاری در گام نخست برای اجرای برنامه‌ها و دسترسی به اهداف نیاز به ساختار دارد. در بسیاری از کشورها معمولاً رقابت زیادی برای طراحی و کنترل دیپلماسی تجاری میان وزارت امور خارجه و وزارتخانه‌های اقتصادی درمی‌گیرد، اما هر وزارتخانه‌ای که این مهم را عهده‌دار می‌شود باید از ظرفیتی برخوردار باشد که بتواند دیگر ارگان‌های تصمیم‌گیرنده را با خود همراه کند. همچنین، توانایی ایجاد اجماع ملی در خصوص موضوعات مربوط به فعالان اقتصادی را داشته باشد و توافق‌های بین‌المللی را تبدیل به دستور کار ملی کند. بنابراین، به‌نظر می‌رسد شاید بهتر باشد که نهاد مسئول دیپلماسی تجاری نهادی بین‌وزارتی باشد.

ایرانی در بازار کشورهای منطقه نه تنها بخش مهمی از مسیر تقویت صادرات ایران را هموار می‌کند، بلکه در کشورهایی مانند عراق حضور پیمان‌کاران ایرانی در بخش‌هایی مانند ایجاد و توسعه شبکه گازرسانی و برق‌رسانی شهری، از پیامدهای امنیتی عدم به‌کارگیری نیروهای متخصص خواهد کاست.

– ایجاد بانک جامع اطلاعات تجاری و اقتصادی: با توجه به اینکه بازرگانان و تجار ایران و دیگر کشورها ظرفیت‌های اقتصادی و تجاری یکدیگر را نمی‌شناسند یا شناخت حداقلی دارند، به نظر می‌رسد ایجاد بانک جامع اطلاعات تجاری از شرکت‌ها به زبان‌های متعدد از جمله زبان کشورهایی که با آن‌ها تعاملات و مناسبات تجاری وجود دارد، به صاحبان کسب‌وکار در شناخت کافی از بنگاه‌های خارجی کمک می‌کند.

منابع

- محمدی‌فر، حسام (۱۴۰۳). تحلیل و بررسی چالش‌های حوزه گمرک جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات اقتصادی (گروه بازرگانی)، شماره مسلسل: ۱۹۶۹۵.
- Connecting to Compete (2023). Trade Logistics in an Uncertain Global Economy - The Logistics Performance Index and its Indicators (Inglês), World Bank, 2023.
- <https://www.intracen.org/>
- <https://www.irica.ir/>

مختلف اشکال گوناگونی وجود دارد. یکی از اشکال رایج این است که بخش خصوصی در پیشانی دیپلماسی اقتصادی قرار بگیرد. به این معنا که در سفرهایی که مقامات کشورها انجام می‌دهند، هیئتی از بخش خصوصی را با خود به سفرها می‌برند که می‌تواند برای برندینگ کشورها کلیدی باشد. حتی یک گام فراتر این است که دیپلمات‌ها یا سفرای مجرب کشورها از بخش خصوصی انتخاب می‌شوند. این مسئله تصویر متفاوتی از کشورها در جهان ایجاد می‌کند؛ ضمن اینکه کارآمدی تجارت و روابط اقتصادی میان کشورها را نیز ارتقا می‌دهد.

– ظرفیت‌سنجی کالاهای صادراتی: باید ظرفیت‌سنجی کالاهای صادراتی برای تجارت با کشورها به‌ویژه کشورهای همسایه در اولویت سیاست‌گذاری تجاری قرار گیرد که تاکنون مورد توجه وزارت صمت به‌عنوان نهاد متولی قرار نگرفته است. وزارت صمت باید با شناخت بازار کشورها مشخص کند که هر کشور در چه گروه کالایی ظرفیت صادراتی دارد و به کارخانه‌ها ابلاغ کند و از دادن مجوز برای احداث کارخانه‌هایی که محصول آن ظرفیتی برای صادرات کشور ندارد، خودداری شود.

– تسهیل حضور بنگاه‌های ایرانی: یکی از مواردی که باید در ایجاد شبکه تجاری در بازار کشورها مدنظر قرار گیرد، حضور فیزیکی شرکت‌های ایرانی در آن کشور است. در واقع، شرکت‌های بازرگانی ایران باید به‌صورت فیزیکی وارد بازار کشورها شوند و انبار و مرکز پخش داشته باشند تا بتوانند به‌طور دقیق نیازهای مشتری را مورد ارزیابی قرار دهند. حضور بنگاه‌های