



دیدگاه

شماره: ۶۸۲

تاریخ: ۱۳۹۳/۷/۵

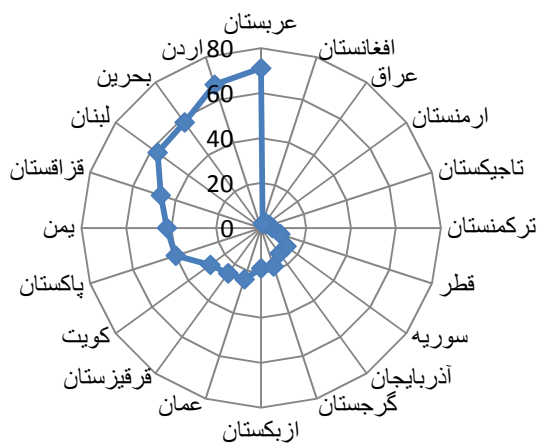
موضوع: وضعیت توان ژئواکونومیک ایران در منطقه سند چشم‌انداز و راهکارهایی برای بهبود آن

تهیه و تنظیم: محمد رضا عابدین مقانکی و دکتر محسن شریعتی‌نیا

توضیح اجمالی:

اصلاح و بهبود سیاست تجاری کشور به یکی از دغدغه‌های کلیدی سیاستگذاران اقتصادی ایران تبدیل شده است. یکی از ضرورت‌های اصلاح سیاست تجاری، بررسی وضعیت موجود در حوزه‌های مختلف است. یکی از این حوزه‌ها که از اهمیت کلیدی برخوردار است، میزان نفوذ تجاری ایران در بازارهای همجوار است. نوشتار حاضر میزان نفوذ ایران در بازارهای منطقه جنوب غربی آسیا را با تکیه بر آخرین آمارهای موجود مورد بررسی قرار داده و راهکارهایی برای ارتقای حضور و نفوذ ایران در این بازارها ارائه کرده است.

آنچنان‌که آمار و اطلاعات نشان می‌دهد، سهم ایران در بازار اغلب کشورهای منطقه سند چشم‌انداز بسیار اندک و بالطبع توان بالفعل ژئواکونومیک ایران در منطقه ضعیف است.



رتبه ایران در بازار کشورهای منطقه (منبع: محاسبه براساس آمار ویتس)

بررسی موقعیت ایران در ۲۰ کشور منطقه، نشانگر آنست که این کشور، بهترین موقعیت و نفوذ تجاری را در بازار کشور افغانستان دارد و توانسته پس از پاکستان، به‌عنوان دومین کشور تامین‌کننده نیاز وارداتی این کشور حضور خوبی را در این بازار به دست آورد. همچنین در بازار کشورهای ارمنستان و عراق در جایگاه سوم، در بازار تاجیکستان در رتبه چهارم، در بازار ترکمنستان، در رتبه پنجم و در بازار قطر در جایگاه نهم تامین‌کنندگان نیازهای وارداتی این کشورها قرار گرفته است. اما در بازار سایر کشورهای منطقه در جایگاه‌های پایین‌تری قرار گرفته و موقعیت‌اش از رتبه چهاردهم در بازار سوریه و آذربایجان تا مقام هفتادویکم در بازار عربستان متغیر بوده و درواقع از نفوذ تجاری ضعیفی در اغلب ۲۲ کشور منطقه برخوردار بوده و تنها ۱.۷ درصد از واردات کالایی این کشورها را تامین می‌نماید.

به‌عبارت دیگر، وضعیت نفوذ ایران فقط در کشورهای واقع در ربع اول نمودار دایره‌ای فوق مناسب است؛ این پنج کشور ۹ درصد از کل واردات سال ۲۰۱۲ کشورهای مورد بررسی را از آن خود نموده‌اند. اما ایران در سایر کشورهای واقع در ربع‌های دوم تا چهارم نمودار (پانزده کشور) که ۹۱ درصد کل واردات سال ۲۰۱۲ کشورهای منطقه را از آن خود نموده‌اند، فاقد جایگاهی مناسب است. اما کشورهای چین، آمریکا، امارات، روسیه و آلمان مهمترین مبادی وارداتی برای بازارهای منطقه سند چشم‌انداز به حساب می‌آیند و در مجموع، قریب به ۳۷ درصد از کل واردات کشورهای منطقه را تامین می‌نمایند.

دیدگاه

نکات کلیدی:

ایران می‌تواند به‌منظور بهبود جایگاه رقابتی خویش در نفوذ تجاری بر بازار منطقه، اقدامات چندی را به‌انجام برساند. برای نیل به این هدف، لازم است:

۱. اقدام به اولویت‌بندی تجاری کشورهای منطقه با دیدگاه توسعه روابط تجاری شود. ترجیح بر آن است که این اولویت‌بندی با توجه به نیاز و اندازه بازار تقاضای کشورهای منطقه و توان ایران برای پاسخگویی به آنها صورت پذیرد. به‌عبارت دیگر، مشخص شود ایران توان تامین کدام نیازهای وارداتی کشورهای منطقه را دارد؛ سپس تعیین گردد که میزان تامین‌کنندگی ایران در واردات کدام کالاها بیشتر است و در نهایت مشخص شود که ایران می‌تواند در هر بازار تا چه حدی نفوذ نماید. این مرحله اولویت کالاهای مناسب برای تجارت را مشخص می‌نماید.

۲. سپس لازم است مشخص شود که زیرساخت‌های توسعه روابط تجاری ایران به لحاظ سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با کدام یک از این کشورها قابل برقراری است. بدین شکل می‌توان اولویت کشورها را بهتر ارزیابی نموده و برای توسعه روابط تجاری ایران با کشورهای مزبور، تصمیمات بهتری اتخاذ نمود. این مرحله، اولویت کشورهای مناسب برای تجارت را مشخص می‌نماید.

۳. پس از تعیین اولویت کالایی و کشوری، می‌بایست رویه تجارت ایران تبیین و مشخص گردد. رویه تجاری باید به شکلی تبیین گردد که اولاً نفوذ ایران در بازارها و کالاهای دارای اولویت بهبود یابد؛ ثانیاً بر پایه بهبود رقابت‌پذیری ایران در این بازارها، جایگاه ایران نه‌تنها تنزل نیابد، بلکه رشدی مستمر و پایدار را تجربه نماید. زیرا بروز نوسان در تجارت ایران با هر کشوری، از جمله کشورهای منطقه، اعتماد شرکای تجاری را از بین برده و امکان استمرار نفوذ ایران در بازارهای مزبور را نامطمئن می‌نماید. به‌عبارت دیگر باید از تجارب اقدامات ناموفق ایران در مناطق مختلفی چون آسیای میانه و قفقاز در گذشته درس گرفت؛ ثالثاً براساس اولویت کالاها و کشورها، دستور کار مشخصی برای اجلاس‌های مشترک و تعاملات با وزارت امور خارجه تدوین شده و تا حصول نتیجه تجاری، بر پیشرفت آنها نظارت شود.

تأیید رئیس گروه مشاوران:

تأیید رئیس موسسه: