

موقعیت نفوذ تجاری ایران در بازار افغانستان و عراق

محمدرضا عابدین مقانکی، عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

دنیای اقتصاد

پژوهشکده مطالعات اقتصادی و توان رقابتی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی طی تحقیقات خود به بررسی نفوذ تجاری ایران در کشورهای منطقه چشم انداز شامل کشورهای جنوب غربی آسیا پرداخته است.

براساس یافته های این پژوهش، سهم ایران در بازار اغلب کشورهای منطقه بسیار اندک و بالطبع توان بالفعل ژئواکونومیک ایران در منطقه جنوب غربی آسیا ضعیف است. بررسی موقعیت ایران در ۲۲ کشور منطقه سند چشم انداز، نشانگر آنست که جمهوری اسلامی ایران، در بازار کشورهای افغانستان و عراق دارای بهترین موقعیت و نفوذ تجاری می باشد و توانسته به عنوان سومین کشور تامین کننده نیاز وارداتی این دو کشور، حضور خوبی را در این بازارها بدست آورد. همچنین در بازار کشور ارمنستان، جایگاه چهارم و در بازار تاجیکستان و ترکمنستان در رتبه پنجم تامین کنندگان نیازهای وارداتی این کشورها قرار گرفته است. اما در بازار سایر کشورهای منطقه در جایگاه های پایین تری قرار دارد و موقعیت اش از رتبه سیزدهم در بازار عمان تا مقام هشتاد و هشتم در بازار بحرین متغیر بوده است. به طور دقیق تر وضعیت نفوذ ایران تنها در کشورهای افغانستان، عراق، ارمنستان، تاجیکستان و ترکمنستان مناسب است (این پنج کشور ۵,۴ درصد از کل واردات کشورهای مورد بررسی را از آن خود نموده اند) و در سایر کشورهای منطقه سند چشم انداز (هفده کشور) که ۹۴,۶ درصد کل واردات کشورهای منطقه را از آن خود نموده اند، فاقد جایگاه مناسب است.

از آنجاکه ارتقای نفوذ تجاری ایران در بازار کشورهای همجوار از اهداف سیاست تجاری و در چارچوب سیاست های اقتصاد مقاومتی است و برپایه اهداف سند چشم انداز ایران در سال ۱۴۰۴ می بایست به قدرت اول منطقه ای تبدیل شود. در جهت نیل به چنین هدفی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی اقدام به رتبه بندی بهترین کشورها برای توسعه روابط تجاری ایران با آنها نموده است. در این رتبه بندی متغیرهای اقتصادی در کنار متغیرهای سیاسی مورد توجه قرار گرفته است. این متغیرها عبارتند از: چهار شاخص اقتصادی شامل فرصت های بازار (نرخ رشد آتی GDP، سهم از بازار (نفوذ تجاری)، اندازه اقتصاد (سهم از اقتصاد جهانی) و اندازه تجارت (سهم از تجارت جهانی) و سه شاخص سیاسی (شاخص حکمرانی، شاخص نوع روابط سیاسی کشورهای منتخب با

ایران و شاخص نگاه افکار عمومی کشورهای منتخب به ایران). براساس نتایج بدست آمده مبتنی بر اولویت‌بندی تجاری کشورهای منطقه با دیدگاه توسعه روابط تجاری، پنج کشور نخست جهت توسعه سریعتر روابط تجاری شامل عراق، ترکمنستان، پاکستان، ازبکستان، افغانستان می‌باشند. کشورهای تاجیکستان، ترکیه، عربستان، قزاقستان، یمن، قرقیزستان، امارات، ارمنستان، سوریه، لبنان، گرجستان، آذربایجان، عمان، قطر، اردن، بحرین و کویت. در رتبه های بعدی قرار دارند.

این نکته را نیز باید مد نظر داشت که برقراری روابط تجاری در منطقه از ویژگیهای خاصی برخوردار است که می‌بایست در توسعه روابط مورد توجه قرار گیرند:

- اول آنکه در منطقه چشم‌انداز در اغلب اقتصادها دولت بازیگر مسلط محسوب می‌شود و به طور مستقیم یا غیرمستقیم، اقتصاد را کنترل می‌کند. همین امر باعث شده تا سیاست بر فضای اقتصادی حاکم گردد و مناسبات اقتصادی در سایه نوع تعاملات سیاسی دولت‌ها قرار گیرد.

- دوم آنکه نفوذ تجاری کشورهای منطقه چشم‌انداز در بازار یکدیگر به شدت از نوع مناسبات سیاسی آنان تأثیر می‌پذیرد. از همین روست که نفوذ تجاری ایران در کشورهایی که با آنها مناسبات سیاسی نزدیکی دارد، در قیاس با سایرین بسیار متفاوت است. همانگونه که به خوبی مستحضرید، می‌توان مدعی شد که نقش سیاست خارجی در توسعه نفوذ تجاری کشور در منطقه کلیدی است.

براساس نتایج این مطالعه، سیاست خارجی از دو مسیر می‌تواند گسترش نفوذ تجاری کشور در منطقه را تسهیل نماید.

نخستین گزینه، ایجاد نوعی تغییر استراتژیک در مسیر قدرت‌یابی منطقه‌ای ایران است. روشن است که ایران در دهه‌های اخیر مسیر ژئوپلتیک قدرت‌یابی را برگزیده و در این چارچوب نفوذ در سرزمین‌ها و ساختارهای سیاسی کشورهای منطقه را اولویت بخشیده است. از همین روست که اکنون ایران، مهمترین بازیگر در عرصه ژئوپلتیک منطقه است.

از دیگر سو، قدرت‌یابی ژئوپلتیکی ایران به بهای محدود شدن برخی بازارهای منطقه و حاشیه‌نشینی کشور در ژئواکونومی منطقه بروز و ظهور یافته است، زیرا دولت‌هایی که با ایران دچار تعارض شده‌اند، بازار خود را به روی فضای اقتصادی ایران بسته‌اند. رفتار اخیر دولت عربستان نمونه چنین رویکردی است. بنابراین مادامی که ایران مسیر قدرت‌یابی ژئوپلتیکی را تداوم بخشد، رشد نفوذ تجاری این کشور در منطقه با موانع ساختاری روبرو خواهد بود.

به نظر می‌رسد، مسیر قدرت‌یابی ژئواکونومیک به معنای اولویت‌بخشی به فتح بازارها، نفوذ در ساختارهای اقتصادی و مالی کشورهای منطقه سند چشم‌انداز را به عنوان راهبرد بدیل در سیاست منطقه‌ای ایران باشد و تغییر در مسیر قدرت‌یابی کشور از ژئوپلتیک به ژئواکونومیک بیشتر به تأمین منافع ملی کمک خواهد کرد.

اما ممکن است به دلایلی تغییر دادن مسیر قدرت‌یابی ایران از رویکرد ژئوپلتیک به ژئواکونومی، در شرایط کنونی امکان‌پذیر نباشد. در چنین شرایطی، مسیر دومی که سیاست خارجی می‌تواند بدان واسطه در گسترش حداقلی نفوذ تجاری کشور مؤثر واقع گردد، آن است که دیپلماسی اقتصادی بر گسترش نفوذ ژئواکونومیک در بازار کشورهایی قرار گیرد که از مناسبات نزدیک یا عادی با ایران برخوردارند. به دیگر سخن، خطوط نفوذ تجاری کشور به موازات خطوط نفوذ ژئوپلتیک کشیده شود و ایران از نفوذی که در ساختارهای سیاسی این کشورها برخوردار است برای گسترش نفوذ شرکت‌های ایرانی در بازار این کشورها بهره‌گیرد.

بنابراین پیمایش‌ها می‌شود در فاز نخست توسعه روابط با کشورهای دارای اولویت شامل عراق، ترکمنستان، پاکستان، ازبکستان و افغانستان مدنظر قرار گیرد. سپس در گام‌های آتی روابط با کشورهای دیگر گسترش یابد.

به منظور تحقق این هدف در گام بعدی، پژوهشکده مطالعات اقتصادی و توان رقابتی، ظرفیت‌های مناسب صادراتی ایران به این کشورها و کالاهای برتر برای صادرات بدانها را مشخص نموده است. نتایج نشان می‌دهد ایران در صادرات کالاهای صنعتی در بازارهای زیر دارای بیشترین ظرفیت و پتانسیل صادراتی می‌باشد:

❑ افغانستان: انواع خنک‌کننده؛ ماشین‌آلات سورتینگ؛ تراکتورها؛ ماشین‌های ظرفشویی و یخچال خانگی

❑ عراق: میله‌ها از آهن یا از فولادهای غیرممزوج؛ وسائط نقلیه؛ برنج؛ انواع خنک‌کننده؛ تراکتور؛ ظرفشویی و روشویی؛ ماشین‌های ظرفشویی و یخچال خانگی

❑ پاکستان: ماشین‌های رختشویی خانگی؛ موتور سیکلت؛ دستگاه ضبط صوت یا پخش ویدئو؛ ماشین‌های ظرفشویی و یخچال فریزر

ترکمستان: اسکلت فلزی و اجزاء و قطعات آن؛ میله ها از آهن یا از فولادهای غیرممزوج؛ لوله‌ها؛ وسایط نقلیه موتوری حمل‌ونقل عمومی؛ کفش؛ شیشه فلوت؛ لوازم بهداشتی و یخچال خانگی

ازبکستان: اجزاء و قطعات و متفرقات وسایط نقلیه موتوری؛ الوار؛ شیشه فلوت؛ وسایط نقلیه؛ یخچال خانگی و ماشین های ظرفشویی

درنهایت نتایج این مطالعه نشان می دهد برای نفوذ و ماندگاری در بازارهای منطقه لازم است اقدامات سیاستی زیر صورت گیرد:

تثبیت سیاستهای تجاری به منظور فراهم نمودن امکان برنامه‌ریزی بلندمدت برای سرمایه‌گذاران و بازرگانان

ایجاد زیرساخت های تولید صادرات گرا

تدوین استراتژی مناسب برای توسعه روابط سیاسی-اقتصادی با کشورهای پیرامون

تدوین سند دیپلماسی اقتصادی و تبیین شفاف راهبردهای پیشبرد منافع تجاری ایران در بازار هدف با همکاری وزارت امور خارجه،

بهبود زیرساختهای سخت افزاری و نرم افزاری لازم برای توسعه بازرگانی با کشورها،

برخورداری از استراتژی توسعه برند ملی.