



دیدگاه

شماره: ۷۰۶

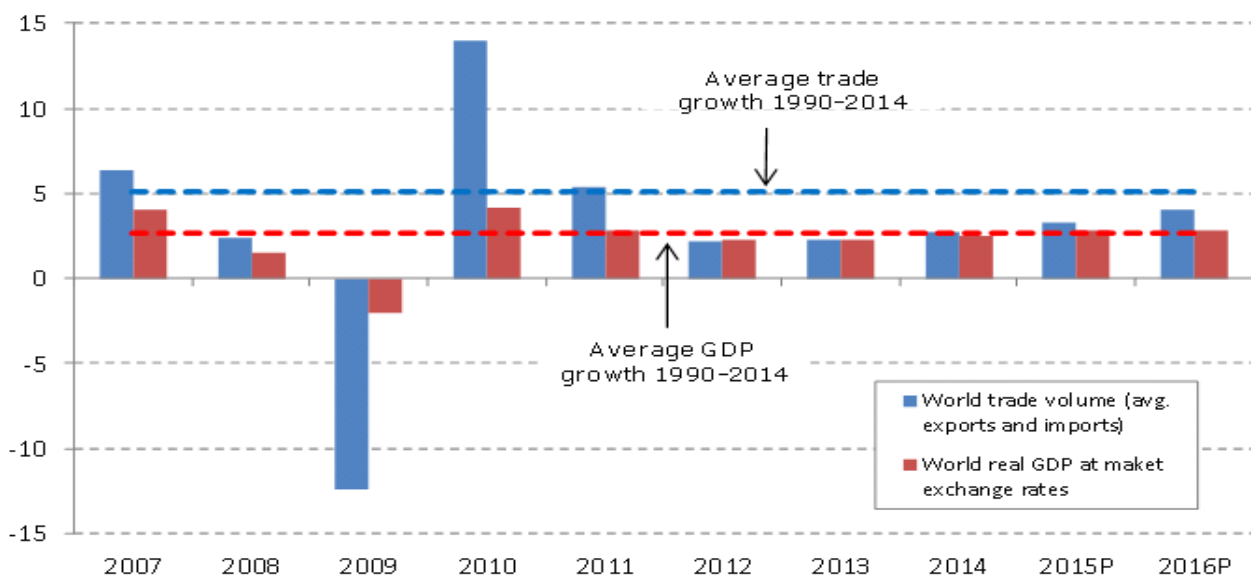
تاریخ: ۱۳۹۴/۰۲/۰۲

موضوع: ارتقای رتبه ایران از نظر صادرات جهانی کالا

توضیح اجمالی:

در تاریخ ۱۴ آوریل ۲۰۱۵ سازمان جهانی تجارت ضمن اعلام رشد اندک حجم تجارت جهانی که کمتر از پیش‌بینی‌های قبلی بوده و در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ به ترتیب برابر ۲.۸ و ۳.۳ درصد خواهد بود، آمار و ارقام تجاری سال ۲۰۱۴ کشورهای جهان را در سامانه بانک آماری خود قرار داد. بر این اساس در سه سال گذشته (۲۰۱۲-۲۰۱۴) رشد تجارت جهانی نسبت به رشد تولید ناخالص جهانی تفاوت زیادی نداشته است، درحالی‌که در چند دهه گذشته همیشه این تجارت بوده که با رشد بیشتر خود به تولید تحرک می‌داده است. طبق این آمار، در سال ۲۰۱۴ ارزش صادرات کالایی ایران با ۸ درصد افزایش نسبت به سال ماقبل به ۸۹ میلیارد دلار (نفتی + غیرنفتی) رسیده و از نظر کشوری رتبه ۳۹ را پس از عراق کسب کرده است. این در حالی است که در سال ۲۰۱۳ ایران با ۸۲ میلیارد دلار صادرات در رتبه ۴۵ قرار داشت. در صورتی‌که اتحادیه اروپای ۲۸ عضو را به عنوان یک کشور در نظریه‌گیری، این اتحادیه اولین صادرکننده و واردکننده جهان خواهد شد و رتبه ایران هم به بیست و نهمین صادرکننده جهان ارتقا یافته و مجدداً نامش در فهرست ۳۰ کشور عمده صادرکننده جهان دیده می‌شود. در چنین حالتی (حذف تجارت درون گروهی اتحادیه اروپا و تنها در نظر گرفتن صادرات خارجی آن)، صادرکنندگان عمده منطقه همچون روسیه، امارات، عربستان، هند و ترکیه به ترتیب رتبه‌های ۷، ۱۱، ۱۲، ۱۳ و ۲۱ را در صادرات کالایی جهان کسب می‌کنند. ارزش صادرات و واردات جهانی کالا به ترتیب برابر ۱۸۹۳۵ و ۱۹۰۲۴ میلیارد دلار هر یک تنها یک درصد در سال ۲۰۱۴ رشد داشته‌اند. صادرات کالایی خاورمیانه بدلیل کاهش شدید قیمت نفت خام ۴ درصد کاهش ارزش داشته است. اما خاورمیانه از نظر صادرات خدمات سال گذشته پررشدترین منطقه جهان بوده است. البته سهم ایران از ارزش صادرات جهانی کالا تنها برابر ۰/۶ درصد بوده که هنوز به نسبت توانمندی‌های بالقوه کشور، بسیار پایین است. ضمناً واردات ایران در سال ۲۰۱۴ برابر ۵۲ میلیارد دلار بوده که تراز تجاری مثبتی بدست می‌دهد.

در نمودار زیر درصد رشد حجم تجارت کالایی و تولید ناخالص واقعی جهان در سال‌های ۲۰۱۶-۲۰۰۷ دیده می‌شود. متوسط نرخ رشد حجم تجارت در فاصله سال‌های ۲۰۱۴-۱۹۹۰ برابر ۵ درصد و نرخ رشد تولید ناخالص داخلی جهان حدود نصف آن بوده است.



دیدگاه

نکات کلیدی:

۱- در سال گذشته با توجه به شدت گرفتن تحریم ها و کاهش نزدیک به ۵۰ درصدی قیمت نفت خام در نیمه دوم سال میلادی گذشته، حفظ تراز مثبت تجاری و افزایش صادرات قابل تقدیر است. این امر عمدتاً در نتیجه افزایش صادرات محصولات پتروشیمی، میعانات گازی و دیگر کالاهای غیرنفتی صورت پذیرفته است. متوسط ارزش واحد کالاهای صادراتی نیز افزایش داشته که در این امر بی تأثیر نبوده است. بهبود روابط بین الملل در این برهه زمانی و یا حداقل پیش بینی آن، نباید جدیت کشور را در توجه به صادرات غیر نفتی و تنوع بخشی آن سست کند. بویژه آنکه تأثیرات کاهش قیمت نفت و درآمد های ناشی از آن را با یک تأخیر زمانی در نیمه اول سال جاری باید انتظار داشت.

۲- توجه به تجارت خدمات در تکمیل جهش صادراتی نباید فراموش شود. صادرات خدمات در سال گذشته در خاورمیانه با ۶ درصد، و در آسیا با ۵ درصد رشد و در دیگر مناطق با کاهش رشد یا رشد منفی (کشورهای CIS) روبرو بوده است. امارات و عربستان بیشترین سهم را از تجارت خدمات منطقه خاورمیانه دارند. کشور ترکیه نیز ۵۰ میلیارد دلار صادرات خدمات داشته که بیش از نیمی از آن مربوط به خدمات گردشگری می باشد.

۳- اقتصاددانان سازمان جهانی تجارت، یکی از عوامل رکود تقاضا در بازارهای جهانی را اشباع عرضه زنجیره های تولید و کاهش ارزش تولیدات آن می دانند. ایران به عنوان بازاری بکر با توانمندی های بالقوه بالای تقاضا در زمینه های مختلف، طرح نو خود را در تعامل های اقتصادی و تجاری با جهان می باید با هوشمندی و ارزش گذاری درخور دراندازد. به عبارت دیگر از آنجا که بازار ایران می تواند مغری برای تولیدکنندگان اروپایی و آمریکایی و... از رکود باشد، می توان درخواست های جدی تری برای انتقال فناوری به هنگام سرمایه گذاری های مشترک خارجی، دقت در عدم ورود خطوط تولید از حیز رقابت افتاده حتی به قیمت ارزان، استفاده از مجاری توزیع بین المللی کالاها، استفاده از اعتبارات بین المللی با شرایط بهتر، و... در مقابل بازگشایی های بازار و واردات داشت. ضمناً با توجه به تلاش اروپا برای کاهش وابستگی شدید به انرژی وارداتی از روسیه، بدلیل مسائل اوکراین، ایران در تأمین انرژی این قاره با توجه به سرمایه گذاری های قبلاً ایجاد شده خطوط انتقال گاز به ترکیه می تواند نقش بهتری بازی کند.