

دیدگاه

موضوع: متنوع سازی سبد صادراتی پایین دست پتروشیمی با رویکرد فضای محصولی	شماره: ۸۲۲
--	------------

تاریخ: ۱۳۹۶/۱۲/۰۷	
-------------------	--

توضیح اجمالی:

بخش عمده‌ای از الگوی تجارت خارجی ایران بر مبنای مزیت نسبی طبیعی و متکی به نفت و گاز می باشد. اگر چه طی چند سال اخیر مزیت نسبی ایران با توسعه صنایع پایین دست نفت و گاز نظیر پتروشیمی اندکی پیچیده تر شده، اما سرمایه گذاری ها منجر به تکمیل زنجیره ارزش صنایع پتروشیمی و تولید محصولات متنوع در پایین دست نشده است. یکی از مشکلات را می توان در منطق انتخاب پروژه های سرمایه گذاری در پایین دست جستجو کرد؛ طی سال های اخیر عموماً دو مسیر برای سرمایه گذاری دنبال می شده است: **مسیر اول** براساس منطق بازار و چگونگی عرضه و تقاضا شکل گرفته بدین ترتیب که فعالان اقتصادی و صنعتی براساس اطلاعات دریافتی از بازار و پس از اطمینان نسبت به توجیه پذیری طرح های پایین دست، اقدام به سرمایه گذاری می کنند. این طرح ها عموماً برای بازار داخل تعریف می شوند و فرایند دریافت اطلاعات بازار تا آغاز طرح با تاخیر قابل توجهی (بوژه در شرایط ناروشن سرمایه گذاری جاری) روبرو است. در **مسیر دوم** (که عموماً توسط نهادهای توسعه ای دولتی و در جهت جبران تاخیر فرایند مسیر اول دنبال می شود) منطق علم شیمی غالب است. بدین معنی که متخصصین با اتکا به دانش تخصصی مربوطه مشخص می کنند که بر پایه خوراک در دسترس، امکان تولید چه محصولات پایین دستی وجود دارد. برای نشان دادن ابعاد توجیه پذیری بعضی از آنها مشاورین اقتصادی و مالی باید ورود پیدا کنند. بالتبع در قبال لیست چند صد یا چند هزار محصول پراکنده، ضروری است زمان قابل توجهی صرف بررسی های توجیه پذیری شود تا در انتها ۲۰-۱۰ طرح انتخاب شود. اما علاوه بر دو مسیر فوق، امروزه رویکرد جدید فضای محصولی به عنوان **مسیر سوم** امکان انجام سرمایه گذاری های متعدد و متنوعی را فراهم کرده که در آن مشکل تاخیر یا انتخاب پروژه ها صرفاً بر پایه منطق علم شیمی وجود ندارد. رویکرد فضای محصولی که اخیراً توسط اقتصاددانان دانشگاه ام آی تی و هاروارد فرموله شده است، به شناسایی کالاهایی می پردازد که صادرات آنها نه تنها محرک رشد اقتصادی بالا برای کشور صادرکننده بلکه از جایگاه مناسبی از لحاظ سرعت مبادلات در سطح بین المللی برخوردار است. مبنا و اساس انتخاب بخش ها و کالاهای اولویت دار برای توسعه صادرات با رویکرد فضای محصولی، وجود مزیت نسبی و همچنین مهارت و دانش انباشت شده در تولید و صادرات محصول موردنظر می باشد. طی چند سال اخیر این رویکرد مبنای تصمیم گیری کشورهای در حال توسعه متعددی مانند برزیل، مراکش و جمهوری آذربایجان در جهت متنوع سازی صنایع قرار گرفته است. زنجیره تولید صنایع پتروشیمی کشور (کدهای آیسیک ۲۴ و ۲۵) در سال ۱۳۹۳ حدود ۵/۲۵ درصد از کل ارزش افزوده صنایع کارخانه ای و طی دوره ۹۵-۱۳۹۰ به طور متوسط سالیانه بین ۱۰ تا ۱۴ میلیارد دلار از صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است. اما همچون صنایع بالادست، صادرات در صنایع پایین دست پتروشیمی، محدود به چند محصول می باشد بطوری که بیش از ۸۸ درصد ارزش صادرات در این صنایع مربوط به حداکثر ۵ قلم محصول است.

یکی از دلایل عدم توفیق در ایجاد تنوع صادراتی و راه یافتن محصولات جدید به سبد صادراتی کشور، انتخاب نامناسب زمینه های توسعه تولید و صادرات بدلیل عدم توجه کافی به قابلیت ها و توانمندی های مرتبط با مهارت و دانش موجود کشور می باشد. بررسی سبد صادراتی پنج رشته فعالیت مهم پایین دستی پتروشیمی شامل رنگ و رزین (کد آیسیک ۲۴۲۲)، محصولات پلاستیکی (۲۵۲۰)، محصولات بهداشتی و آرایشی (۲۴۲۴)، محصولات لاستیک رویی و تویی (۲۵۱۱) و محصولات لاستیکی (۲۵۱۹) حاکی است از طیف گسترده محصولات مشتمل بر ۱۷۵ قلم کالا، تمرکز صادراتی ایران تنها بر ۲۰ درصد از این محصولات است. اگرچه این کالاها بیش از ۹۰ درصد از کل ارزش صادراتی رشته فعالیت های مورد نظر را به خود اختصاص داده اند اما از لحاظ شاخص پیچیدگی، در سطح پایین تر از متوسط پیچیدگی محصولات این صنایع در جهان قرار دارند. به عبارت دیگر این محصولات از ارزش افزوده پایینی برخوردار بوده و لذا اثرگذاری کمی بر رشد اقتصادی کشور دارند.

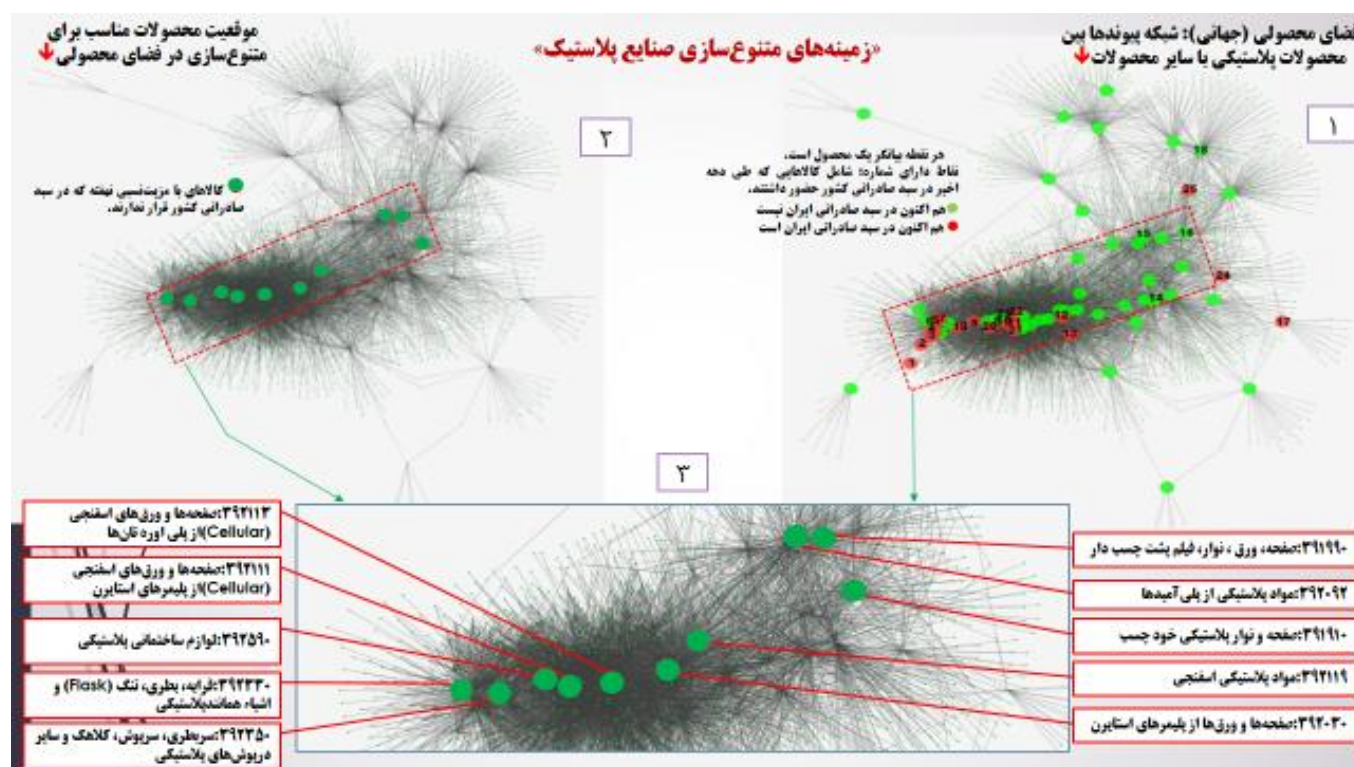
نکات کلیدی

برخی نکات خاص در رویکرد فضای محصولی مد نظر قرار می گیرد، از جمله اینکه در فرایند توسعه صنایع، شبکه ای از دانش و مهارت بین یک صنعت با دیگر صنایع شکل می گیرد. در این شرایط کشوری که بیشترین پیوندهای بین بخشی را برای هر صنعت خاص خود ایجاد کند از احتمال موفقیت بیشتری در توسعه و رشد آن صنعت و متنوع سازی محصولات مربوطه برخوردار خواهد بود. انتخاب محصولات بایستی از بین آنهایی صورت پذیرد که تولیدشان با مهارت و دانش موجود هر کشور، قرابت و نزدیکی بیشتری دارند. اما شدت این نزدیکی ها و پیوندها از کجا به دست می آید؟

ترسیم فضای محصولی پایین دست پتروشیمی (حسب کدهای HS شش رقمی) نشان می دهد یکی از بخش های مناسب برای دستیابی به رشد بالای اقتصادی، تنوع محصولات رشته فعالیت تولید محصولات پلاستیکی (کد آیسیک ۲۵۲۰) می باشد. در شکل زیر پیوندهای بین محصولات پلاستیکی و سایر صنایع بصورت خطوط متعدد در قالب فضای محصولی نمایش داده شده است. هر نقطه نشان دهنده یک محصول است و نقاط درشت تر محصولات پلاستیکی را نشان می دهد. هر چه محصولات صادراتی یک کشور با تعدد بیشتر و در توده متراکم تر قرار داشته باشد، آن کشور هم دارای موفقیت نسبی کنونی است و هم پتانسیل بیشتری برای تنوع بخشی به صادرات خود در آینده دارد. اگرچه تصویر نشان می دهد که در فضای محصولی ترسیم شده (تصویر ۱)، محصولات فعلی صادراتی ایران به خوبی در منطقه متراکم قرار دارند (نقاط دارای شماره)، با این وجود برخی از محصولات در این فضای متراکم هنوز در سبد صادراتی ایران قرار نگرفته اند (نقاط بدون شماره). از طریق رویکرد فضای محصولی با توجه به دانش و مهارت های موجود و همچنین میزان اثرگذاری بر افزایش درآمدهای ارزی کشور، محصولات مناسب برای متنوع سازی انتخاب و نشان داده شده است (نقاط سبز در تصویر ۲). جایگاه

دیدگاه

محصولات در فضای محصولی در تصویر ۳ بزرگنمایی شده و محصولات کلیدی منتخب در کادرهای کناری معرفی شده‌اند.



کالاهای مناسب برای سرمایه‌گذاری و متنوع‌سازی در صنایع پلاستیک بر حسب شاخص‌های فضای محصولی (شامل شاخص‌های نزدیکی، تراکم و میزان پیچیدگی) شناسایی شده و محصولات به ترتیب اولویت متنوع‌سازی بر حسب نام محصول و متوسط تقاضای بازار جهانی در جدول زیر ارائه شده است.

ردیف	کالا	متوسط واردات جهانی (۱۵-۲۰۱۴) میلیارد دلار
۱	صفحه، ورق، نوار، فیلم پشت چسب دار، شیرنگ، جمپورول چسب خورده و... (کد ۳۹۱۹۹۰)	۱۴
۲	صفحه‌ها و ورق‌ها از مواد پلاستیکی پلی‌آمید (کد ۳۹۲۰۹۲)	۰٫۸
۳	صفحه‌ها و ورق‌ها از پلیمرهای استایرن (کد ۳۹۲۰۳۰)	۲٫۱
۴	صفحه‌ها و ورق‌های اسفنجی (Cellular) از پلیمرهای استایرن (کد ۳۹۲۱۱۱)	۱٫۲
۵	صفحه‌ها و ورق‌های اسفنجی (Cellular) از پلی‌اوره‌تان‌ها (کد ۳۹۲۱۱۳)	۳٫۸
۶	قراچه، بطری، تنگ (Flask) و اشیاء همانند پلاستیکی (کد ۳۹۲۳۴۰)	۸٫۴
۷	سربطری، سربوش، کلاهک و سایر درپوش‌های پلاستیکی (کد ۳۹۲۳۵۰)	۸
۸	صفحه و نوار پلاستیکی خود چسب با پنه‌ای کمتر از ۲۰ سانتیمتر (کد ۳۹۱۹۱۰)	۶٫۵
۹	لوازم ساختمانی پلاستیکی (کد ۳۹۲۵۹۰)	۴٫۹
۱۰	مواد پلاستیکی اسفنجی (کد ۳۹۲۱۱۹)	۳٫۳
	جمع	۵۳

همانگونه که مشاهده می‌شود روش فضای محصولی می‌تواند برای تشخیص اولویت‌های سرمایه‌گذاری ابزار مناسبی ارائه کند. این روش با غلبه بر کاستی‌های دو روش ذکر شده، براساس آمار و اطلاعات بین‌المللی، شبکه‌های دانشی و مهارتی ایجاد شده در کشور، میزان ارزش افزوده و اثرگذاری بر رشد اقتصادی، افزایش درآمدهای ارزی و دیگر معیارها که در این خلاصه نمی‌توان به آنها پرداخت، مسیر مناسبی را برای تنوع بخشی به تولیدات کشور عرضه می‌کند. مؤسسه مطالعات بررسی‌های گسترده‌ای را در این زمینه شروع کرده که امید است نتایج آن هرچه زودتر در اختیار مسئولین و دیگر ذینفعان قرار گیرد.