

خبر کوتاه

عادل آذر:

۵۵ درصد بودجه عمرانی حیف و میل می‌شود

عادل آذر، رئیس سابق دیوان محاسبات کشور و رئیس اسبق مرکز آمار ایران در گفت‌وگو با تسنیم به‌نگته‌مهمی در خصوص چالش‌های اصلاح‌ساختار بودجه پرداخته است. وی می‌گوید: «براساس نتیجه تحقیق خدمت شما عرض کنم. در بخش بودجه عمومی ما واقعاً ریخت‌وپاش به تمام معنا داریم. فعالیت‌های موازی، دوباره کاری‌ها، ریخت‌وپاش‌ها، واقعاً اینکه گاهی اوقات مطرح می‌شود حیف‌ومیل هست در بودجه ما». وی ادامه می‌دهد: «براساس نتایج تحقیقات دیوان محاسبات ۴۵ درصد بودجه عمرانی تبدیل به خروجی می‌شود و مابقی ریخت‌وپاش است!» آن‌طور که عادل آذر گفته است: «دومرحله تحقیق را انجام دادم در قالب یک سری کار تحقیقاتی دانشگاهی در بحث تملک دارایی‌های سرمایه‌ای بحث بودجه عمرانی ما محاسبات یک‌بار به مقیاس سال ۸۵ و چون عدد هائیکه است یک‌بار هم به مقیاس سال ۹۵ با یک فاصله ۱۰ ساله انجام شد و نشان می‌داد بودجه عمرانی که ما مصرف می‌کنیم ۴۵ درصد آن تبدیل به خروجی می‌شود. ۵۵ درصد آن ریخت‌وپاش است یعنی حیف می‌شود واقعاً میل نیست حیف می‌شود، یعنی هر ۱۰۰ تومان پولی که شما می‌دهید ۴۵ تومان منجر به راه و جاده و آسفالت و راه‌آهن و... می‌شود، چون حوزه عمران است و بیشتر پول‌ها در این جاده و راه و آب و لوله‌کشی است ۵۵ تومان آن حیف می‌شود، یعنی یعنی ناکارآمدی. سودمدریبت، ریخت‌وپاش، چیزهایی که در قالب تورم در قالب تعدیل می‌گیرند، یعنی موارد اینچنینی است. یک دلیل عمده‌اش اوراق مالی اسلامی است، این مصیبتی در حوزه عمرانی ماست.»

افزایش ۸۶ درصدی قیمت زمین در تهران

مطابق آمار منتشرشده ازسوی مرکز آمار ایران متوسط قیمت فروش هر مترمربع زمین یا زمین ساختمانی مسکونی کلنگی معامله‌شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران ۳۴ میلیون و ۷۹۳ هزار تومان با میانگین مساحت ۲۱۰ مترمربع بوده است. این قیمت درمقایسه باپهره ۹۹ و تا تابستان سال گذشته به ترتیب ۳۶٫۴ و ۸۶٫۵ درصد افزایش یافته است. به گزارش تسنیم حداکثر قیمت فروش یک مترمربع زمین یا زمین مسکونی کلنگی ۱۵۵ میلیون و حداقل آن حدود پنج میلیون تومان در شهر تهران بوده است. مطابق گزارش‌های منتشرشده ازسوی مرکز آمار ایران تابستان سال گذشته حداکثر قیمت فروش یک مترمربع زمین یا زمین مسکونی کلنگی در تهران ۷۲٫۵ میلیون تومان بود. به‌عبارت دیگر از تابستان ۹۸ تا تابستان ۹۹ قیمت زمین کلنگی ۱۱۳٫۸ درصد در شهر تهران افزایش یافته است. متوسط قیمت فروش هر مترمربع زیربنای مسکونی معامله‌شده از طریق بنگاه‌های املاک شهر تهران ۲۴ میلیون و ۱۴۶ هزار تومان با میانگین مساحت ۸۸ مترمربع و متوسط عمر بنای ۱۲ سال بوده که نسبت به بهار امسال و تابستان سال گذشته به ترتیب ۲۸٫۲ و ۷۶٫۴ درصد افزایش داشته است. حداقل و حداکثر قیمت یک مترمربع زیربنای مسکونی به ترتیب سه میلیون و ۵۲۰ هزار و حدود ۱۳۰ میلیون تومان بوده است. تابستان سال گذشته حداقل و حداکثر قیمت هر مترمربع زیربنای مسکونی دو میلیون و ۶۳ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان بود. حداکثر قیمت هر مترمربع زمین مسکونی در تابستان امسال نسبت به تابستان سال گذشته ۱۰۴٫۷ درصد افزایش یافته است. همچنین متوسط مبلغ اجاره ماهانه به علاوه سه درصد ودیعه پرداختی برای اجاره یک مترمربع زیربنای مسکونی در شهر تهران ۶۴۹۱۱۱ ریال با میانگین مساحت ۷۹ مترمربع و متوسط عمر بنای ۱۴ سال بوده که نسبت به فصل قبل ۱۵٫۲ درصد و نسبت به فصل مشابه سال قبل ۴۷٫۴ درصد افزایش یافته است.

استان‌های محروم

در اولویت آخر تسهیلات رونق تولید

جدیدترین آمار منتشرشده ازسوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که در هفت‌ماه امسال استان‌های سیستان و بلوچستان، کرمانشاه و کهگیلویه و بویراحمد با وجود داشتن یک، سه و ۱۴ ثبت‌نام در بخش تسهیلات رونق تولید هیچ مبلغی دریافت نکردند و استان ایلام نیز کمترین تسهیلات رونق تولید، معادل ۷۰ میلیون تومان را به خود اختصاص داده است. به گزارش ایسنا، براساس این آمار در هفت‌ماه اول امسال بیش از ۵۱۴۸ میلیارد تومان تسهیلات برای تأمین مالی بنگاه‌های تولیدی کوچک، متوسط و طرح‌های نیمه‌تمام با پیشرفت بالای ۶۰ درصد، در راستای اقتصاد مقاومتی به ۱۹۰۷ واحد و بیش از ۳۷۹۱ میلیارد تومان تسهیلات برنامه تولید و اشتغال (تیسره ۱۸) به ۶۸۱ واحد در استان‌های مختلف پرداخت شده است. در این مدت ۱۹۶ مورد ثبت‌نام برای استفاده از تسهیلات رونق تولید انجام‌شده که ۴۶۷۷ مورد برای دریافت بیش از ۱۷ هزار و ۲۳۸ میلیارد تومان تسهیلات به بانک‌ها معرفی شدند و در نهایت ۱۹۰۷ فقره تسهیلات به ارزش بیش از ۵۱۴۸ میلیارد تومان پرداخت شده است، یعنی حدود ۲۳ درصد از کل ثبت‌نام کنندگان موفق به دریافت این تسهیلات شدند.

همچنین در هفت‌ماه اول امسال ۲۲۷۰ مورد ثبت‌نام برای استفاده از تسهیلات برنامه تولید و اشتغال انجام‌شده که ۱۱۹۲ مورد برای دریافت تسهیلات ۸۹۵۸ میلیارد تومانی به بانک معرفی شده‌اند. در نهایت ۶۸۱ مورد پرداخت تسهیلات به ارزش ۳۷۹۱ میلیارد تومان صورت گرفته است، یعنی حدود ۳۰ درصد از کل ثبت‌نام کنندگان موفق به دریافت این تسهیلات شدند. در این میان بیشترین پرداختی تسهیلات رونق تولید مربوط به استان‌های البرز با مبلغ بیش از ۱۲۴۶ میلیارد تومان، سمنان با مبلغ ۷۳۴ میلیارد تومان و گلستان با مبلغ نزدیک به ۴۷۵ میلیارد تومان بوده است. بیشترین تسهیلات تولید و اشتغال نیز به اصفهان، خراسان رضوی و قم پرداخت شده؛ به‌طوری که مبلغ پرداختی به این استان‌ها به ترتیب ۳۹۴ میلیارد تومان، ۳۴۵ میلیارد تومان و ۲۹۹ میلیارد تومان بوده است. البته در هفت‌ماه اول امسال استان‌های سیستان و بلوچستان، کرمانشاه و کهگیلویه و بویراحمد با وجود داشتن یک، سه و ۱۴ ثبت‌نام در بخش تسهیلات رونق تولید، هیچ مبلغی دریافت نکردند. استان ایلام نیز کمترین تسهیلات رونق تولید، معادل ۷۰ میلیون تومان را به خود اختصاص داده است. در زمینه تسهیلات تولید و اشتغال هم در هفت‌ماه اول امسال استان‌های گیلان، هرمزگان و کهگیلویه و بویراحمد با دریافت ۱۸، ۲۲، و ۲۴ میلیارد تومان کمترین تسهیلات تولید و اشتغال را در هفت‌ماه اول امسال دریافت کرده‌اند. لازم به یادآوری است که تسهیلات تیسره ۱۸ قانون بودجه به‌پهره ۱۴ درصد پرداخت می‌شود که متقاضیان می‌توانند با ثبت‌نام در سامانه بهین‌یاب از این ظرفیت در راستای تأمین سرمایه در گردش، نوسازی و بازسازی یا تکمیل واحدهای تولیدی بالای ۶۰ درصد پیشرفت فیزیکی استفاده کنند.

اقتصاد

چهارشنبه ۱۲ آذر ۱۳۹۹ شماره ۳۱۹۷



بر خلاف رویکرد کشورهای موفق، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط جایی در نقشه تجاری ایران ندارند

شرکت‌های کوچک فراموش شده‌های اقتصاد ایران

جای خالی کسب‌وکارهای کوچک ایران در نقشه تجاری

برخلاف فرآیندی که در کشورهای مختلف رخ داده، بررسی‌ها نشان می‌دهد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ایران سهم شایسته‌ای در تجارت خارجی و عمدتاً صادرات ندارند، به‌طوری‌که طبق آمارهای گمرک ایران و سازمان توسعه تجارت، از حدود ۴۱ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی کشور، حدود ۱۱ درصد مربوط به میعانات گازی، ۳۲ درصد مربوط به بخش پتروشیمی، ۳/۵ درصد مربوط به مواد خام معدنی، ۸/۵ درصد مربوط به بخش کشاورزی و ۴۵ درصد مربوط به بخش صنعت است. با در نظر گرفتن این نکته که صادرات محصولات پتروشیمی، معدنی و مشتقات آنها و همچنین بخش عمده صادرات صنعتی اعم از فلزات و... مربوط به صنایع بزرگ بوده و ردیابی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در آنها کمتر دیده می‌شود، می‌توان نتیجه گرفت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران نقش زیادی در صادرات غیرنفتی ندارند و عمدتاً مشغول تأمین نیازهای داخلی هستند. نگاه‌ی به ارزش کالاهای صادراتی کشور نیز موبد همین نکته است، چرا که ارزش کالاهای صادرات غیرنفتی ایران در حال حاضر درحالی‌به‌ازای هر تن ۲۸۰ تا ۳۰۰ دلار است که ارزش کالاهای وارداتی کشور به‌طور متوسط به‌ازای هر تن ۱۰۵۰ دلار است، بدین معنی که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در زنجیره ارزش نقش چندانی ندارند و عمده صادرات غیرنفتی کشور توسط صنایع بزرگ و بخش‌های استخراجی و... به‌صورت اقلام با ارزش افزوده پایین صادر می‌شود. بر این اساس، دستیابی به اهداف یک اقتصاد پویا بدون دستیابی به توسعه با بازارها و توسعه بازارهای صادراتی برای شرکت‌های تولیدی امکان‌پذیر نیست. رقابتی شدن شرکت‌های تولیدی (چه از نظر کاهش هزینه‌های تولید و چه از نظر افزایش کیفیت محصولات و خدمات) شرط بقای آنها در دنیای رقابتی و پرتلاطم امروز است و رقابتی شدن بر بنیان حضور در بازارهای بین‌المللی بنا می‌شود. برای آنکه توسعه صادرات و افزایش عملکرد صادراتی از یک واز شیک مدیریتی به یک راهکار عملیاتی برای شرکت‌ها تبدیل شود، لازم است طرح‌های علمی و اجرایی مشخصی برای این منظور پیشنهاد و اجرا شود. شهرک‌های صنعتی در ایران (یا همان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط) با ایجاد یک بستر مناسب تولیدی طی سال‌های گذشته توسعه یافته‌اند، ولی بیشتر این توسعه جنبه زیرساختی داشته است. سنگین بودن هزینه‌های ورود به بازارهای بین‌المللی، وجود موانع متعدد داخلی (مانند عدم تجربه مدیران در فعالیت‌های صادراتی و...) و خارجی متعدد (مانند عدم تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط، تحریم‌ها و ممنوعیت‌های صادراتی و...) و فقدان نیروی انسانی متخصص در حوزه‌های تجارت بین‌المللی، عدم رغبت مدیران به ورود به بازارهای خارجی و... باعث کاهش توان رقابتی بنگاه‌های کوچک و متوسط ایرانی شده است. از طرف دیگر به دلیل عدم وجود موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد با کشورهای همسایه، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تولیدی فعال در شهرک‌های صنعتی کشور در نزدیکی بنادر و مرزهای گمرکی تجمع نشده‌اند، به گونه‌ای که اکثر شهرک‌های صنعتی فعال کشور ایران، در حاشیه کلان‌شهرها شکل گرفته‌اند و به تأمین نیازهای اساسی جمعیت داخل کشور مشغول هستند. دغدغه توسعه صادرات کسب‌وکارهای کوچک و متوسط برای کشورهایی مانند ایران که از درآمدهای نفتی یا درآمدهای وابسته به سایر منابع طبیعی برخوردار هستند، بسیار مورد اهمیت است، زیرا در صورت تمرکز بر صادرات منابع طبیعی (مانند نفت و گاز)، تا کارآمدی‌های گسترده‌ای در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جامعه به‌وجود می‌آید. تجربیات کشورهای نفتی و وابسته به درآمد حاصل از صادرات منابع طبیعی نشان می‌دهد که استفاده بدون برنامه از این درآمدها نه تنها موجب بروز بحماری هلدنی در اقتصاد می‌شود، بلکه باعث تشدید فعالیت‌های رانت‌جویانه و آسیب‌پذیری در برابر شوک‌های اقتصادی ناشی از نوسان درآمدهای نفتی یا سایر درآمدهای وابسته به نفت و در نهایت موجب کاهش رشد اقتصادی، رفاه اجتماعی و ایجاد بیکاری گسترده خواهد شد. پس در نتیجه ابزارهای دیپلماسی اقتصادی بیش از پیش در توسعه صادرات کسب‌وکارهای کوچک و متوسط حائز اهمیت است.

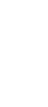
اوج‌گیری صادرات کسب‌وکارهای کوچک در جهان

شرکت‌های صادراتی سریع‌تر از شرکت‌های غیرصادراتی رشد می‌کنند. اغلب سود اقتصادی شان از سود صنعت فراتر می‌رود و حقوق‌های بالاتری نسبت به میانگین بازار به کارکنان پرداخت می‌کنند و در نتیجه در مقابل تلاطمات بازارها مقاومت بیشتری دارند. طی چندسال اخیر، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تولیدی نقش مهمی در رشد اقتصاد جهانی داشته‌اند. طبق نظرسنجی‌ها و آمارهای وزارت بازرگانی آمریکا (۲۰۱۷) کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ستون فقرات اقتصاد آمریکا می‌سازند، به‌طوری‌که ۹۶ درصد شرکت‌های صادراتی ایالات متحده همین کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هستند که سالانه ارزش کالای صادراتی آنها به بیش از ۷۹۸ میلیارد دلار می‌رسد، از این ۹۳/۵ درصد از کل شرکت‌های واردکننده کالا در آمریکا نیز کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هستند که سالانه رقمی حدود ۸۲۶ میلیارد دلار واردات انجام می‌دهند. در کشور چین می‌توان بیش از ۹۰ درصد شرکت‌ها را در گروه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط قرار داد که بیش از ۸۰ درصد جمعیت شاغل چین را تشکیل می‌دهد و نصف مالیات دولت چین از این دسته از صنایع به‌دست می‌آید. طی سال‌های اخیر بیش از ۲۹ میلیون کسب‌وکار کوچک و متوسط تولیدی در چین ایجاد شده است که ۶۰ درصد از تولید صنعتی چین را به خود اختصاص داده‌اند. در اتحادیه اروپا، ۹۶/۸ درصد از جمعیت شرکت‌های تجاری (حدود ۲۲ میلیون شرکت) کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند که نقش اساسی در رشد و ثبات اقتصادی آن منطقه ایفا می‌کنند. در منطقه خلیج فارس کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در بیشتر از ۹۰ درصد فعالیت‌های تجاری حضور فعالی دارند. علاوه بر این، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بیش از ۸۰ درصد نیروی کار و ۶۰ درصد تولید ناخالص داخلی کشورهای منطقه خلیج فارس را به خودشان اختصاص داده‌اند. بروهین مبنای دولت عربستان سعودی به‌دنبال راه‌حلی برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تاسال ۲۰۳۰ میلادی است. هدف اصلی برنامه توسعه اقتصادی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در عربستان سعودی، افزایش رقابت‌پذیری این صنایع و نیز افزایش سهم آنها در تولید ناخالص ملی ۱۲ از حدود ۲۰ درصد فعلی به بیش از ۶۰ درصد تا سال ۲۰۳۰ است؛ علاوه بر این دولت عربستان سعودی می‌خواهد سهم بخش خصوصی در اقتصاد این کشور را از ۴۰ درصد به ۶۵ درصد و سهم صادرات غیرنفتی از کل صادرات را از ۱۶ درصد به ۵۰ درصد افزایش دهد.

فرصت همسایگان برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک

استفاده از ابزارهای دیپلماسی اقتصادی در توسعه صادرات محصولات تولیدشده توسط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از این نظر مورد اهمیت است که این دسته از صنایع، از منابع و امکانات لازم برای حضور فعال در بازارهای خارجی محروم بوده و نیازمند چتر حمایتی دولتی هستند، درحالی‌که اکثر صنایع بزرگ و چندملیتی منابع و امکانات لازم

13:57



برای مقابله با روندهای مخرب را دارا بوده و حضور فعالی در عرصه بین‌المللی دارند.

با استناد به داده‌های گمرک جمهوری اسلامی ایران، صادرات غیرنفتی ایران در سال ۱۳۹۸ کمی بیشتر از ۱ میلیارد دلار بوده که سهم عمده آن را مشتقات نفتی، محصولات پتروشیمی و فرآورده‌های فولادی تشکیل می‌دهد و به ترتیب کشورهای چین با ۹ میلیارد و ۵۲۰ میلیون دلار، عراق با ۸ میلیارد و ۹۹۲ میلیون دلار، ترکیه با ۵ میلیارد و ۴۶ میلیون دلار، امارات ۴ میلیارد و ۵۰۱ میلیون دلار و افغانستان ۲ میلیارد و ۳۶۱ میلیون دلار در سال ۱۳۹۸ اصلی‌ترین مقاصد صادرات غیرنفتی کشور هستند که در مجموع بیش از ۷۳ درصد از صادرات غیرنفتی کشور ایران به این پنج کشور انجام می‌شود، باتوجه به سهم بالای صادرات محصولات پتروشیمی، معدنی و مشتقات آنها می‌توان متوجه شد که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران نقش زیادی در صادرات غیرنفتی ندارند و عمدتاً مشغول تأمین نیازهای داخلی هستند. عدم حضور شرکت‌های تولیدی فعال در شهرک‌های صنعتی در صادرات غیرنفتی موجب کاهش ارزش افزوده کالاهای صادراتی شده است، به گونه‌ای‌که ارزش کالاهای صادراتی غیرنفتی به‌ازای هر تن ۲۸۰ تا ۳۰۰ دلار ولی ارزش کالاهای وارداتی کشور به‌طور متوسط به‌ازای هر تن ۱۰۵۰ دلار است. برای پرشدن این فاصله که موجب منفی شدن تراز تجارت خارجی کشور نیز شده است، می‌توان از سیاست‌های حمایتی از توسعه صادرات کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مانند تعریف کردن مگا پروژه‌های صادراتی با کشورهای همسایه بهره برد.

راهکار

به‌طور کلی برای توسعه صادرات کسب‌وکارهای کوچک و متوسط راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:

- استفاده از ابزارهای دیپلماسی اقتصادی در ایجاد موافقت‌نامه تجاری با کشورهای همسایه
- ۲- تسهیل و کمک به تأسیس شرکت‌های مادر تخصصی مدیریت صادرات (EMC) با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
- ۳- ایجاد شهرک‌های صنعتی مشترک با کشورهای همسایه؛ به‌عنوان مثال شهرک صنعتی مشترک ایران و عراق
- ۴- ایجاد و توسعه زیرساخت‌های لازم برای توسعه شهرک‌های صنعتی در مناطق مرزی کشور، به‌ویژه مناطق جنوبی کرانه خلیج فارس و دریای عمان با هدف توسعه صادرات محصولات به بازارهای هدف منطقه و جهان
- ۵- جذب سرمایه‌گذاری خارجی برای توسعه شهرک‌های صنعتی کشور

پی‌نوشت

- 1- OECD
- 2- Gross Domestic Products (GDP)

منبع

آمار و اطلاعات وب‌سایت‌های رسمی سازمان توسعه تجارت (tpo.ir) و **گمرک جمهوری اسلامی ایران** (trica.gov.ir) و **وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی** (mcls.gov.ir)

- 1- Rudolf R. Sinkovics, Yusuf Kurt, Noemi Sinkovics (2018). The effect of matching on perceived export barriers and performance in an era of globalization discontents: Empirical evidence from UK SMEs. International Business Review https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.03.007
- 2- Alvin Tan, Paul Brewer, Peter Liesch (2017). Rigidity in SME export commencement decisions. International Business Review, http://dx.doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.05.002
- 3- Johanson, J. , & Vahlne, J. -E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. Journal of International Business Studies, 40(9), 1411–1431. http://dx.doi.org/10.1057/jibs.2009.24.
- 4- OECD (2018). Trade in goods and services (indicator). Paris: OECD Publishinghttp://dx.doi.org/10.1787/0fe445d9-en.
- 5- Export. Gov (2012, 2014). A timeline of the national export initiative's first two years.

یادداشت

بخش عمده تجارت کسب‌وهای جهان به صورت منطقه‌ای و با همسایگان صورت می‌گیرد. عوامل مختلفی نظیر

سهولت دسترسی، تشابهات فرهنگی و اجتماعی و شناخت بیشتر بازار موجب شده است تا کشورها، اولویت ویژه‌ای برای مبادله با همسایگان خود داشته باشند تا علاوه بر بهره‌مندی مالی، به‌علت درهم‌تنیدگی اقتصادی دو کشور، ضامن تداوم امنیت و دفع خطرات احتمالی از سوی همسایگان خود شوند. تجارت منطقه‌ای علاوه بر آثار مثبتی که بر اقتصاد تمام کشورها می‌گذارد امتیاز ویژه‌ای برای ایران به همراه دارد. گستردگی مرزهای آبی و خاکی و همسایگی ۱۵۵ کشور این فرصت را برای ایران به‌وجود می‌آورد که علاوه بر توسعه تجارت با همسایگان که موجب کاهش اثر تحریم می‌شود به سهولت امکان دور زدن تحریم‌های ظالمانه را نیز داشته باشد. کم‌اینکه توسعه روابط تجاری منطقه‌ای و به‌عبارتی درهم‌تنیدگی اقتصادی با کشورهای هم‌جوار در میان مدت عملاً کشور را در برابر تحریم بیمه خواهد



محمود زارعی

کارشناس اقتصاد مقاومتی

دلارهای صادراتی «بو» می‌دهد

کرد. به‌رغم تمام مزیت‌های اقتصاد منطقه‌ای، سهم ایران از واردات ۱۱۰۰ میلیارد دلاری کشورهای مجاور تنها ۲/۲ است. در سال ۲۰۱۹ پانزده کشور عراق، ترکیه، ارمنستان، آذربایجان، روسیه، قزاقستان، ترکمنستان، افغانستان، پاکستان، عمان، امارات متحده، عربستان، قطر، بحرین و کویت ۱۱۰۰ میلیارد دلار واردات داشته‌اند که سهم کالای ایرانی از این عدد حدود ۲۴ میلیارد و ۳۰۹ میلیون دلار بوده است. به‌جز افغانستان که بخشی از صادرات ایران شامل کالاهای ترانزیتی می‌شود، ایران در هیچ کدام از کشورهای همسایه جایگاه نخست میندا وارداتی را ندارد. بین این کشورها ایران تقریباً هیچ تبادل اقتصادی با عربستان ندارد و عراق با واردات ۹ میلیارد دلار کالا از ایران اولین شریک تجاری ما در منطقه در سال ۲۰۱۹ بوده است. بعد از عراق، امارات متحده عربی با واردات ۵/۹۷ میلیارد دلار دومین مقصد کالاهای ایران بوده است.

ولی واقعیت این است که کشورهای منطقه و همسایه ما بهترین ظرفیت صادراتی ما به‌شمار می‌روند و چشم‌پوشی از این فرصت به معنای موقعیت‌مادر صادرات به اروپا نخواهد بود. درحالی‌که سهم ما از بازار وارداتی کشورهای افغانستان، عراق و ترکمنستان به ترتیب ۴/۳۳، ۷/۱۸ و ۷/۱۳ درصد است. این عدد برای کشورهای اروپایی در هفت ماهه اخیر سال جاری ۱/۵ درصد بوده و جالب اینکه حجم دلاری صادرات ایران به مجموع ۳۷ کشور اروپایی کمتر از یک‌سوم حجم صادرات ایران به افغانستان و پاکستان است. گرچه هر تلاشی برای توسعه بازارهای مصرف کالای ایرانی مفید است اما بهتر است به‌جای تلاش برای بهبود مبادلات اقتصادی با غرب این تلاش در اولویت اول صرف توسعه روابط تجاری با کشورهای همسایه شود. به بیانی دیگر دلیلی برای یا فشاری ویژه‌ای برای صادرات به کشورهای اروپایی وجود ندارد. ارزی که حاصل از صادرات به عراق، افغانستان و ترکمنستان است تفاوتی با از حاصل از تجارت با کشورهای اروپایی ندارد و این منهای مزایای صادرات به کشورهای همسایه است.

متأسفانه به‌رغم ارتباطات گسترده سیاسی، نظامی و امنیتی ایران با کشور سوریه در سال ۱۹/۲۰ تنها ۱۶۲ میلیون دلار صادرات به این کشور داشته‌ایم و تنها ۲/۷ درصد از کل واردات این کشور را از آن خود کرده‌ایم. در کنار فشاری که آمریکا برای کاهش روابط تجاری با ایران، به کشورهای منطقه می‌آورد مسئولان اجرایی کشور تلاش شایسته‌ای برای حفظ بازارهای سنتی ایران در منطقه و رونق تجارت انجام‌نده‌اند. این بی‌توجهی به دیپلماسی اقتصادی در منطقه‌رामी‌توان به‌وضوح در تعداد و سطوح سیاسی هیات‌های اعزامی ایران دید.

به‌رغم تمام مزایای مبادلات اقتصادی منطقه‌ای در داخل کشور برخی تلاش دارند اهمیت صادرات به اروپا را برای مردم به‌صورت غیرواقعی نشان دهند و وانمود کنند که تبادلات اقتصادی با اروپا مهم‌تر از تبادلات اقتصادی با کشورهای همسایه است.