

افزایش پیچیدگی اقتصادی ایران با تعدد شرکای تجاری؛

حرکت به سمت رشد پایدار اقتصادی با تعدد شرکای تجاری

شکی نیست که یکی از ابزارهای قدرت برای هر اقتصادی را می توان افزایش صادرات آن کشور دانست. افزایش صادرات نه تنها در حوزه اقتصاد و مواردی چون افزایش درآمدهای ارزی یا مثبت شدن تراز تجاری و... دارای اهمیت است، بلکه در حوزه مسائل فرا اقتصادی از جمله ارتقای شان و جایگاه آن کشور در میان سایر کشورها و ورود فرهنگ و سبک زندگی کشور صادرکننده به جامعه وارد کننده آن محصول

از اهمیت بالایی برخوردار است. به نحوی که امروزه جایگاه سیاسی عمده قدرت های دنیا نشأت گرفته از قدرت اقتصادی این کشورها بوده و صادرات یکی از ابزارهای مهم و نشان دهنده اقتدار این کشورهاست. به نحوی که از مثبت بودن (یا بهبود) تراز تجاری به عنوان یکی از ابزارهای اقتدار هر کشوری یاد می شود. اگرچه دهه ۸۰ برای اقتصاد ایران در حوزه افزایش صادرات غیرنفتی دهه درخشانی به شمار می رفت و اقتصاد ایران توانست از صادرات حدود ۴ میلیارد دلاری در اوایل این دهه در اواخر این دهه به ارقامی بالغ بر ۵۰ میلیارد دلار نزدیک شود، اما به واسطه برخی مشکلات ایجاد شده در

اقتصاد ایران پس از تحریم های ابتدایی دهه ۹۰ و البته نگاه منفعلانه دولت های یازدهم و دوازدهم در حوزه دیپلماسی اقتصادی این روند نه تنها متوقف که با کاهشی شدید مواجه شد؛ کاهشی که حتی با استدلال طیف مشاوران دولت های یازدهم و دوازدهم مبنی بر جهش نرخ ارز منجر به افزایش صادرات خواهد شد نیز راه به جایی نبرد و به رغم افزایش بیش از ۷ برابری نرخ ارز طی دولت گذشته، صادرات غیرنفتی در ایران روندی نزولی را طی کرد. با این حال طی یک سال گذشته و بدون وجود عواملی چون اخذ تصمیم جدیدی درباره FATF، توافق برجام، جهش نرخ ارز و... که همواره از پیش شرط های دولت گذشته برای تحرک یا موفقیت در حوزه اقتصاد بود صادرات غیرنفتی ایران با جهش قابل توجهی مواجه شده است؛ جهشی که می توان دلیل اصلی آن را در تغییر نگاه و رویکرد دولت حاضر نسبت به برخی مسائل دانست.

■ دکتر میثم مهرپور
پژوهشگر اقتصاد ایران



لزوم تعدد شرکای تجاری

یکی از الزامات افزایش امنیت صادراتی و تداوم رشد صادراتی در اقتصاد وجود شرکای تجاری متعدد است. موضوعی که باعث می شود قدرت چانه زنی کشورها برای صادرات افزایش یافته و تحریم های اقتصادی علیه آنها عملاً ناکارا شود. متأسفانه یکی از مشکلات اقتصاد ایران در این حوزه را می توان نبود تنوع در شرکای تجاری دانست. برای مثال، پنج کشور چین، امارات، ترکیه، هند و آلمان چیزی حدود ۷۰ درصد بازار وارداتی ایران را به خود اختصاص داده اند. براساس آمار سازمان گمرک ایران، در سال ۱۳۹۸، میان شرکای آسیایی ایران، چین با ۹ میلیارد و ۴۶ میلیون و ۴۹ هزار و ۵۷۳ دلار و عراق با ۸ میلیارد و ۹۹۱ میلیون و ۵۸۵ هزار و ۹۱۰ دلار، همچنین امارات متحد عربی با ۴ میلیارد و ۵۰۱ میلیون و ۴۴۹ هزار و ۸۴۱ دلار به ترتیب بزرگترین مقاصد صادرات کالاهای تجاری ایران بودند. همین اعداد نشان می دهد چیزی حدود ۲۲ میلیارد دلار از صادرات غیرنفتی ما در سال ۹۸ فقط به سه کشور چین، عراق

و امارات بود که این رقم با توجه به مجموع صادرات غیرنفتی ما به نوعی یک تهدید برای صادرات ایران محسوب می شود. این در حالی است که به لحاظ منطق اقتصادی باید تعداد کشورهای واردکننده کالا از ایران یا صادرکننده کالا به ایران افزایش یافته و بخش قابل توجهی از تجارت ایران محدود به چند کشور نشود. رهبر معظم انقلاب در سخنرانی اول فروردین ۱۳۹۶، به تشریح این موضوع پرداختند: «یکی از الزامات، صادرات است که مسئولان دولتی باید فعال بشوند. گزارشی به دست من رسید از مسئولان دولتی که متأسفانه عمده صادرات کشور ما، بلکه عمده معاملات تجاری ما از صادرات و واردات، با پنج یا شش کشور است؛ خب این خطا است، این خلاف اقتصاد مقاومتی است. ما در بندهای اقتصاد مقاومتی روی این هم تکیه کرده ایم. یکی از سیاست های اقتصاد مقاومتی همین است؛ گسترش صادرات و گسترش طرف های صادراتی ما. اینکه ما به پنج کشور یا شش کشور اکتفا نکنیم و خودمان را محدود نکنیم

ویژه نامه
صادرات

ایران

مهر ۱۴۰۱