

بازار بازر

بولتن تحلیلی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
شماره نهم - مهر ماه ۱۴۰۲

سیاست تجاری

منصور عسگری

ارزیابی اثرات سیاست های تجاری
بر بخش صنعت ایران



الگوی تحول ساختاری نظام توزیع

درسهایی از ترکیه و مالزی برای ایران

افسانه شفیعی



میترا رحمانی

رایزنی بازرگانی

ابزاری برای پیشبرد سیاست تجاری



تجارت بین الملل و عملکرد لجستیک

میثم فخاریان



امیرحسین مهدوی عرب

چالش ها و فرصت های جدید
سیاست تجاری ایران



شانگهای، بریکس یا اوراسیا:

اهداف تجاری در کدام همپیوندی دستیافتنی تر است؟

محمد رضا عابدین



امین مالکی

تحول محتوایی در موافقتنامه های
تجارت ترجیحی سنتی ایران



مریم خلیلی اصل



توجه به نتایج قبلی در تدوین استراتژی صنعتی جدید

سخنرانی دکتر محمد رضوی در میزگرد تخصصی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

زهرا آقاجانی

دیپلماسی تجاری

تحول در عرصه ترانزیت با اجرای سیستم تیر الکترونیک

الناز میاندوآبچی



موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
روابط عمومی و امور بین الملل
۶۶۹۲۷۲۳۶ - ۶۶۹۲۷۲۳۶
WWW.ITSRIJ.R



توجه به نتایج سیاست های قبلی در تدوین استراتژی صنعتی جدید

سخنرانی دکتر محمد رضوی در میزگرد تخصصی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی



ششمین نشست از سلسله میزگردهای تخصصی سیاست صنعتی در این موسسه، با عنوان «نقدی بر تدوین و اجرای استراتژی های توسعه صنعتی کشور: دلایل عدم توفیق و مسیر رو به جلو» با حضور دکتر محمدرضا رضوی، عضو هیات علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دکتر احمد تشکینی رییس، دکتر علی سلیم، دکتر علی دینی و مدیران و پژوهشگران و میهمانان در موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی برگزار شد.

محمدرضا رضوی، عضو هیات علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات در این نشست گفت: دست اندرکاران و سیاستگذاران کشور شامل چند گروه هستند؛ گروه نخست کسانی که به دنبال آمال و آرزوهایشان هستند و گروه دوم کسانی که به دنبال مباحث نظری هستند و گروه سوم فقط جنبه های اجرایی را مد نظر دارند و به نظریه ها توجه ندارند و حتی اعلام بی نیازی می کنند.

وی ادامه داد: سیاستگذاران دسته اول، معمولاً تفکر ایدئولوژیک و مدینه فاضله ای دارند و بر قابل دسترس بودن ابزارهای سیاستگذاری تاکید دارند و معتقدند که فقط باید در این زمینه تلاش صورت بگیرد. اینها خیلی به موانع ساختاری و نهادی توجه ندارند اما دسته دوم به دنبال شناسایی عوامل موثر، ساز و کار و رابطه علت و معلول هستند و معتقدند توسعه فقط آمال و آرزو نیست و لوازمی دارد. برخی از اقتصاددانان بر این باورند هرچه زودتر واقعیات جهان شمولی را اجرایی نکنیم از این واقعیات عقب تر خواهیم ماند. گروه سوم هم به دنبال دستیابی به نتایج فوری هستند. کینز درباره این گروه سوم می گوید: کسانی که از نظریه ها رویگردانی می کنند، ندانسته همان نظریه های منسوخ گذشته را اجرا می کنند. وی در تدوین استراتژی توسعه صنعتی بر شناخت از عوامل پیشبرنده، درک مناسب از این عوامل و بررسی مشکلاتی که در پیاده سازی سیاست های قبلی بوده است تاکید کرد و افزود: باید به این موضوع که چه حوزه هایی در چه بازه زمانی در سیاستگذاری نقش دارند، توجه شود. همچنین توجه شود که اگر اجرای یک سیاستی در گذشته نتایج مثبتی نداشته است، چرا باید اجرای دوباره آن مفید باشد و در واقع باید توضیح داد که چه اتفاقات جدیدی افتاده است که ما را به نتایج قبلی نمی رساند.

رضوی فرایند برنامه ریزی در سیاستگذاری را نیز شامل دو قطب دانست. قطبی که فرایند سیاستگذاری را به عنوان فرایند ایجاد وفاق و اجماع سازمانی می بیند و دیگری قطبی که رویکر مهندسی دارند و شاکله، نحوه کنش و واکنش و ... را در سیاستگذاری بررسی و مشخص می کند.

وی بر فرایند ایجاد وفاق و اجماع سازمانی در سیاستگذاری صنعتی تاکید کرد و افزود: این فرایند سبب رسیدن به تایید نسبی از طرف ذی نفعان می شود و از طرف دیگر این فرایند از مشروعیت لازم برخوردار است بنابراین شانس بالایی برای اجرا و پیاده سازی دارد چراکه در این فرایند سرمایه گذاران داخلی و خارجی، مسئولان اجرایی، تشکلهای بخش خصوصی، تامین کنندگان مالی و دیگر ذی نفعان حضور دارند.

عضو هیات علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات ادامه داد: اما در فرایند مهندسی نمی توان به سیاستگذاری به عنوان امری جمعی نگاه کرد تا استراتژی صنعتی را بر اساس این رویکرد نوشت. بنابراین نفع و فایده ذی نفعان امر در این فرایند در نظر گرفته نمی شود.

وی توسعه صنعتی را نیازمند توسعه بازار، فناوری و سرمایه دانست و افزود: باید نگاه سیاستگذاران کشور به استراتژی توسعه صنعتی نگاه بلند مدت باشد و باید در راستای سیاست های تثبیت اقتصادی در مسیر شکل دادن به توان رقابتی تولید گام برداشت.

رضوی اظهار کرد: همانطور که پیترو آوانز در کتاب توسعه و چپاول می گوید، امروزه سیاستگذاری صنعتی، کار ساده ای نیست. چرا که با جهانی شدن، محدودیت هایی توسط نهادهای جهانی در میزان دخالت دولت ها اعمال می شود و با گسترش فناوری های جدید، دولت ها نسبت به سیاستگذاری صنعتی آگاه تر خواهند شد و سیاستگذاران صنعتی - فناوری در راستای کسب توان رقابتی و حضور در بازارهای جهانی گام خواهند داشت.

وی بر سیاستگذاری و برنامه ریزی در سیاست های صنعتی کشور و تربیت نیروی کار آموخته توسط موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی در این زمینه تاکید کرد و گفت: برای تدوین سیاست صنعتی مناسب در کشور باید بدانیم که تدوین این سیاست ها بدون پارادایم مرتبط با حوزه های اقتصاد کلان میسر نخواهد بود و اجرای این سیاست ها نیز همانند تدوینش کار بسیار سختی است.

در تدوین استراتژی توسعه صنعتی باید به این موضوع که چه حوزه هایی در چه بازه زمانی در سیاستگذاری نقش دارند، توجه شود. همچنین توجه شود که اگر اجرای یک سیاستی در گذشته نتایج مثبتی نداشته است، چرا باید اجرای دوباره آن مفید باشد و در واقع باید توضیح داد که چه اتفاقات جدیدی افتاده است که ما را به نتایج قبلی نمی رساند





منصور عسگری (دانشیار موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)



ارزیابی اثرات سیاست های تجاری بر بخش صنعت ایران

مقدمه

در همین راستا در سال های اخیر، ضرورت تدوین یک الگوی اقتصادسنجی کلان جهت تجزیه و تحلیل آثار سیاست های مختلف اقتصادی بر بخش های صنعت، معدن و تجارت وجود داشته که موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، اقدام به تدوین یک الگوی اقتصادسنجی کلان برای ارزیابی سیاست های اقتصادی نموده است که در این مطالعه اثرات سیاست های تجاری بر اشتغال بخش های منتخب صنعتی، ارائه می گردد.

۲. سیاست های تجاری

سیاست های تجاری بیان کننده راهبرد اساسی دولت در مورد بازرگانی خارجی است. این سیاست در تنظیم جریان تجارت و همچنین تخصیص منابع در اقتصاد نقش مهمی دارد. پس از جنگ جهانی دوم و تشکیل نظام برتن وودز دولت ها نقش اساسی در تنظیم تجارت ایفا کردند، به طوریکه از طریق مکانیزم ذخایر ارزی و کنترل واردات، صادرات و تراز پرداخت ها را برقرار می نمودند. پس از این دوره سیاست جایگزینی واردات رویکرد غالب سیاست های تجاری بیشتر کشورها بود. به دنبال تغییر رویکرد سیاست های تجاری از جایگزینی واردات به توسعه صادرات، حضور دولت ها در عرصه بازرگانی خارجی محدود شد.

۲-۱. سیاست های تجاری ایران

جمهوری اسلامی ایران از جمله کشورهایی است که هنوز به عضویت سازمان جهانی تجارت در نیامده است. با این وجود طی سال های اخیر، این کشور گام های بلندی در جهت نزدیک کردن نظام تجاری خود با مقررات این سازمان که در حال حاضر به یکی از بزرگ ترین و مؤثرترین سازمان های بین المللی در زمینه سیاست گذاری تجارت جهانی تبدیل شده برداشته است. در این راستا و به منظور تعامل هوشمند با اقتصاد جهانی و نظام تجاری چندجانبه، جمهوری اسلامی ایران طی سال های اخیر اقدامات مثبت و تاثیرگذاری را در عرصه تجارت و اقتصاد کشور انجام داده که از آن جمله می توان به اقداماتی نظیر حذف موانع غیرتعرفه ای و تبدیل آن به معادل های تعرفه ای، تصویب قانون تجمیع عوارض وارداتی، حذف بیش از ۹۰ درصد مجوزهای ورود، تجدید نظر در قانون مالیات های مستقیم، کاهش نرخ مالیات بر درآمد شرکت ها، تصویب قانون جلب و حمایت از سرمایه گذاری، تصویب قانون تجارت الکترونیک، اصلاح مقررات صادرات و واردات، تسهیل تجاری و راه اندازی مرکز اطلاع رسانی بازرگانی، مکانیزه کردن امور گمرکی، تقویت بخش خصوصی، تدوین رژیم تجاری و پیگیری مذاکرات ترجیحی تجارت آزاد در سطح دو جانبه و منطقه ای نمود.

برای ارزیابی اثرات سیاست های تجاری بر اشتغال فعالیت های منتخب مطالعه کلان سنجی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، نرخ های تعرفه واردات بخش صنعت را در هر سال ۵ درصد تغییر داده و اقدام به شبیه سازی اثرات این سیاست بر اشتغال بخش صنعت به تفکیک ۴۰ فعالیت شده است.

رشد اقتصادی ناشی از صنعتی شدن با اثرات تکثری و هم افزایی که بر اقتصاد کشور ها و ساختار تولیدی آنها دارد به ارتقای سطح زندگی و توسعه فعالیت های اقتصادی منجر می شود. بخش صنعت در مقایسه با فعالیت های سنتی، امکانات سریع تری را برای پیشرفت تکنولوژی در فرآیندهای تولید فراهم می کند. در واقع رشد و توسعه بیشتر از طریق بخش هایی صورت می گیرد که با داشتن روابط با بخش های بالادستی (پیشین) و بخش های پایین دستی (پسین) موجبات رشد فعالیت های تولیدی و در نتیجه رشد اشتغال، درآمد و توسعه را فراهم می سازند. ارتباط پسین و پیشین بسیار قوی بین بخش صنعت با سایر بخش های اقتصاد از جمله کشاورزی، نفت و انرژی و ساختمان وجود دارد؛ از این رو قلمرو فعالیت بخش صنعت و اثرگذاری آن فراتر از این بخش بوده و با بکارگیری فعالیت های بخش خدمات گسترده می شود. بر این اساس، آنچه در خصوص اهمیت و نقش صنعت در رشد و توسعه اقتصاد کشورها بیان شده است؛ ایجاد بستر و زیرساخت های لازم و کافی از منظر سیاست های حوزه کلان کمک شایانی به رشد و توسعه سایر بخش ها خواهد نمود؛ به گونه ای که مطالبات و پیش نیازهای توسعه بخش صنعت از حوزه اقتصاد کلان تصریح شود و رویکردها و چارچوب های مطلوب برای حمایت از بخش صنعت به تصمیم گیران و تصمیم سازان حوزه اقتصادی منتقل شود.

به منظور ارزیابی سیاست های اقتصادی اتخاذ شده توسط دولت، تلاش های زیادی توسط اقتصاددانان صورت گرفته است. محور این تلاش ها به طور عمده در جهت تنظیم یک الگو یا مدل اقتصادی است تا در آن روابط متقابل بین متغیرهای کلان به طور سیستماتیک مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گیرند، مدل سازی، قلب تصمیم گیری دولت، صنایع و موسسات پولی و مالی است. الگوهای اقتصادی در راستای رسیدن به اهدافی از قبیل؛ فهم نحوه عملکرد اقتصاد در فضای بسته و باز، پیش بینی توسعه اقتصادی در سناریوهای مختلف، فراهم آوردن یک چارچوب مشترک برای ارتباطات اقتصادی بین کشورها، ارزیابی آثار سیاست های اقتصادی و رویدادهای خارجی است. از سوی دیگر، در سیاست گذاری اقتصادی، توجه به ارتباطات رو به گسترش بین المللی میان کشورها و بازارها از اهمیت فراوانی برخوردار است و افزایش حجم تجارت بین الملل و همگرایی اقتصادی و مالی، حرکت آزادانه سرمایه بین کشورها، حجم رو به رشد سرمایه گذاری مستقیم خارجی و گسترش شرکت های چند ملیتی و غیره، گویای افزایش ارتباطات بین المللی کشورهاست که لزوم الگوسازی اقتصاد یک کشور را در فضای باز اقتصادی آشکار می سازد.

سیاست های اقتصاد کلان از مسیرهای مختلفی بخش حقیقی و اسمی اقتصاد و بالطبع متغیرهای بخش صنعت و تجارت را متاثر می سازد. سیاست های پولی از کانال نقدینگی و اجزای آن، سیاست های ارزی از کانال نوسانات نرخ ارز و ساز و کار پوشش ریسک آن، سیاست های مالی از طریق مخارج دولت و مالیات ها و سیاست های اعتباری نیز از طریق نرخ سود، عرضه و تقاضای تسهیلات به طور مستقیم و غیرمستقیم عملکرد بخش های مختلف اقتصادی را تحت تاثیر قرار می دهند. عدم هماهنگی بین سیاست های اقتصاد کلان به گونه ای که سیاست های مالی از کانال کسری بودجه و سیاست های تامین مالی از طریق بانک های تجاری منجر به بروز تورم های دورقمی طی دهه های اخیر شده که پیامدهایی هم چون کاهش قدرت رقابت پذیری تولید، کوتاه شدن افق سرمایه گذاری، افزایش منابع مالی مورد نیاز برای سرمایه گذاری و ... را به همراه داشته است و سیاست های تثبیت ارزی منجر به تشویق واردات و کاهش انگیزه صادرات و لذا کاهش رشد صنعتی گردیده است. همچنین سیاست های محدودیت ارزی و عدم تامین منابع مالی ارزی به کاهش واردات کالاهای واسطه ای و سرمایه ای مورد نیاز صنعت و به تبع آن کاهش رشد تولیدات صنعتی و رشد ارزش افزوده بخش مذکور منجر خواهد شد.



۲- نتایج تجربی

سیاست‌های حمایتی و نرخ‌های تعرفه بالا یکی از ویژگی‌های بازر اقتصاد کشور بوده است. با تغییر تعرفه‌ها، اگر کالای وارداتی استفاده مصرفی داشته باشد به صورت مستقیم و اگر استفاده واسطه ای با سرمایه‌ای داشته باشد به صورت غیرمستقیم قیمت‌ها تغییر می‌کند. به نظر می‌رسد دلیل عمده تفاوت قیمت کالاهای وارداتی در کشور و هزینه تمام شده واردات در کشور موانع تعرفه‌ای نیست بلکه موانع غیرتعرفه‌ای واردات (مانند تعداد مجوزهای لازم برای واردات، زمان لازم برای اخذ مجوزها، رانت واردات کالاهای خاص برای گروه‌های خاص و ...) هم باید بررسی شود. بنابراین استفاده از سیاست تعرفه‌ای برای جبران افزایش نرخ ارز و کنترل قیمت کالاهای وارداتی و ایجاد شوک به بازار داخلی نتوانسته است اهداف مورد نظر را محقق سازد. بطوری‌که در سال‌هایی که شوک نرخ ارز به اقتصاد وارد شده سعی شده است با کاهش نرخ تعرفه آثار منفی آن جبران گردد. هرچند کالاهای واسطه‌ای و مواد اولیه و ماشین‌آلات از نرخ تعرفه پایین برخوردار بودند لیکن متوسط نرخ تعرفه آن‌ها نیز در مقایسه با کشورهای دیگر بالا بوده است.

۲-۱- ارزیابی سیاست‌های تجاری (با تاکید نرخ تعرفه) بر اشتغال صنعتی

برای ارزیابی اثرات سیاست‌های تجاری بر اشتغال فعالیت‌های منتخب مطالعه کلان‌سنجی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، نرخ‌های تعرفه واردات بخش صنعت را در هر سال ۵ درصد تغییر داده و اقدام به شبیه‌سازی اثرات این سیاست بر اشتغال بخش صنعت به تفکیک ۴۰ فعالیت شده است. لازم به ذکر است برآوردها با توجه به مبانی نظری و آمار و اطلاعات (۴-۱۳۹۸) (۱۳۸۱ صورت گرفته است.

جدول ۱. رتبه‌بندی اثرات سیاست‌های تجاری بر اشتغال فعالیت‌های صنعتی

شدت تاثیر	ردیف	کد	شرح	ضریب
بیشترین تاثیرات	۱	۱۳۱۱	آماده‌سازی و ریسندگی الیاف نساجی	۰/۶۱
	۲	۱۰۴۰	تولید روغن‌ها و چربی‌های گیاهی و حیوانی- بجز روغن ذرت	۰/۴۷
	۳	۲۰۱۲	تولید کودشیمیایی و ترکیبات نیتروژن	۰/۳۳
	۴	۲۰۳۰	تولید الیاف مصنوعی	۰/۳۰
	۵	۳۲۵۰	ساخت ملزومات و وسایل پزشکی و دندانپزشکی	۰/۲۹
	۶	۲۸۱۸	تولید ابزار دستی موتوردار، تولید سایر ماشین‌آلات با کاربرد عام	۰/۲۵
	۷	۲۸۱۱	تولید موتور و توربین- بجز موتورهای وسایل نقلیه هوایی، خودرو و موتورسیکلت	۰/۲۳
	۸	۲۰۲۹	تولید سایر فرآورده‌های شیمیایی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۰/۲۲
	۹	۲۸۲۳	تولید ماشین‌آلات متالوژی - ذوب فلزات	۰/۲۱
تاثیرات متوسط	۱۰	۲۷۳۱	تولید کابل‌های فیبر نوری، تولید سایر سیم‌ها و کابل‌های الکترونیکی و برقی	۰/۲۱
	۱۱	۲۲۱۱	تولید تابر و تیوب‌های لاستیکی، روکش کردن و بازسازی تایرهای لاستیکی	۰/۲۰
	۱۲	۲۸۲۶	تولید ماشین‌آلات برای تولید منسوجات و البسه و چرم	۰/۱۹
	۱۳	۲۶۷۰	تولید ابزارهای اپتیکی و تجهیزات عکاسی، تولید رسانه‌های نوری و مغناطیسی	۰/۱۸
	۱۴	۲۹۲۰	تولید بدنه (اتاق) وسایل نقلیه موتوری و ساخت تریلر و نیم تریلر	۰/۱۸
	۱۵	۱۷۰۱	تولید خمیر کاغذ، کاغذ و مقوا	۰/۱۸
	۱۶	۲۸۲۹	تولید سایر ماشین‌آلات با کاربرد خاص	۰/۱۶
	۱۷	۲۴۱۰	تولید آهن و فولاد پایه	۰/۱۳
	۱۸	۲۶۵۱	ساخت تجهیزات اندازه‌گیری، آزمون، راهبری و کنترل	۰/۱۲
	۱۹	۱۵۲۰	تولید کفش و پاپوش	۰/۱۲
	۲۰	۱۹۲۰	تولید فرآورده‌های پالایش شده نفت	۰/۱۲
	۲۱	۲۷۲۰	تولید باتری و انباره	۰/۱۲
	۲۲	۲۰۲۳	تولید صابون و شوینده‌ها، ترکیبات تمیزکننده و براق کننده، عطرها و مواد آرایشی	۰/۱۰
	۲۳	۲۰۱۳	تولید پلاستیک و لاستیک مصنوعی در شکل نخستین	۰/۱۰
	۲۴	۲۷۱۰	تولید موتور برقی، دینام و ترانسفورماتور و دستگاه‌های توزیع و کنترل برق	۰/۱۰
	۲۵	۲۷۹۰	تولید سایر تجهیزات برقی	۰/۰۸
	۲۶	۲۸۱۴	تولید باتاقان، چرخ دنده و دیفرانسیل	۰/۰۷
	۲۷	۲۹۱۰	تولید وسایل نقلیه موتوری	۰/۰۷
	۲۸	۱۰۵۰	تولید فرآورده‌های لبنی	۰/۰۶
	۲۹	۲۱۰۰	تولید داروها و فرآورده‌های دارویی شیمیایی و گیاهی	۰/۰۵
کمترین تاثیرات	۳۰	۳۰۹۱	تولید موتور سیکلت	۰/۰۵
	۳۱	۲۲۲۰	تولید فرآورده‌های پلاستیکی- به جز کفش	۰/۰۳
	۳۲	۲۰۲۲	تولید انواع رنگ و روغن جلا و پوشش‌های مشابه، جوهر چاپ و پتانه	۰/۰۳
	۳۳	۲۸۱۳	تولید سایر پمپ‌ها، کمپرسورها، شیرها و سوپاپ‌ها	۰/۰۲
	۳۴	۱۴۱۰	تولید پوشاک، به جز پوشاک از پوست خردار	۰/۰۱
	۳۵	۲۸۲۴	تولید ماشین‌آلات استخراج معدن و ساختمان	۰/۰۱
	۳۶	۲۰۱۱	تولید مواد شیمیایی اساسی	۰/۰۲
	۳۷	۱۰۶۲	تولید نشاسته و فرآورده‌های نشاسته‌ای	۰/۰۳
	۳۸	۲۹۳۰	تولید قطعات و لوازم الحاقی وسایل نقلیه موتوری	۰/۰۴
	۳۹	۲۷۴۰	تولید تجهیزات روشنایی برقی	۰/۰۶
	۴۰	۲۸۱۱	تولید ماشین‌آلات کشاورزی و جنگلداری	۰/۰۸

نتایج نشان می‌دهد اشتغال فعالیت‌های «آماده‌سازی و ریسندگی الیاف نساجی»، «تولید روغن‌ها و چربی‌های گیاهی و حیوانی»، «تولید کودشیمیایی و ترکیبات نیتروژن»، «تولید الیاف مصنوعی»، «ساخت ملزومات و وسایل پزشکی و دندانپزشکی»، «تولید ابزار دستی موتوردار، تولید سایر ماشین‌آلات با کاربرد عام»، «تولید موتور و توربین»، «تولید سایر فرآورده‌های شیمیایی» و «تولید ماشین‌آلات متالوژی» به ترتیب بیشترین تأثیرات مثبت را از افزایش نرخ‌های تعرفه می‌پذیرند، با افزایش ۱۰۰ درصد در نرخ تعرفه واردات فعالیت «آماده‌سازی و ریسندگی الیاف نساجی» میزان اشتغال در این فعالیت با فرض ثبات سایر شرایط به‌طور متوسط ۶۱ درصد افزایش خواهد یافت.

اشتغال فعالیت‌های «تولید ماشین‌آلات کشاورزی و جنگلداری»، «تولید ماشین‌آلات استخراج معدن و ساختمان»، «تولید مواد شیمیایی اساسی»، «تولید نشاسته و فرآورده‌های نشاسته‌ای»، «تولید قطعات و لوازم الحاقی وسایل نقلیه موتوری» و «تولید تجهیزات روشنایی برقی» به ترتیب بیشترین تأثیرات منفی را از افزایش نرخ‌های تعرفه می‌پذیرند، با افزایش ۱۰۰ درصد در نرخ تعرفه واردات فعالیت «آماده‌سازی و ریسندگی الیاف نساجی» میزان اشتغال در این فعالیت با فرض ثبات سایر شرایط به‌طور متوسط ۸ درصد کاهش خواهد یافت.

۳- خلاصه و جمع‌بندی

در این مطالعه با استفاده از مدل کلان‌سنجی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (نسخه ۱/۱)، با آزمون سیاست تجاری (افزایش نرخ تعرفه) به این نتیجه دست یافته شد که اشتغال فعالیت‌های «آماده‌سازی و ریسندگی الیاف نساجی»، «تولید روغن‌ها و چربی‌های گیاهی و حیوانی»، «تولید کودشیمیایی و ترکیبات نیتروژن»، «تولید الیاف مصنوعی»، «ساخت ملزومات و وسایل پزشکی و دندانپزشکی»، «تولید ابزار دستی موتوردار، تولید سایر ماشین‌آلات با کاربرد عام»، «تولید موتور و توربین»، «تولید سایر فرآورده‌های شیمیایی» و «تولید ماشین‌آلات متالوژی» به ترتیب بیشترین تأثیرات مثبت را از افزایش نرخ‌های تعرفه می‌پذیرند و اشتغال فعالیت‌های «تولید ماشین‌آلات کشاورزی و جنگلداری»، «تولید ماشین‌آلات استخراج معدن و ساختمان»، «تولید مواد شیمیایی اساسی»، «تولید نشاسته و فرآورده‌های نشاسته‌ای»، «تولید قطعات و لوازم الحاقی وسایل نقلیه موتوری» و «تولید تجهیزات روشنایی برقی» به ترتیب بیشترین تأثیرات منفی را از افزایش نرخ‌های تعرفه می‌پذیرند. نتایج نشان می‌دهد که اشتغال زیربخش‌های ساخت کارخانه‌ای، نسبت به حفاظت‌های تعرفه‌ای حساسیت دارد و پیش شرط توسعه اشتغال صنعتی، علاوه بر توسعه صادرات و خلق شغل‌های جدید، مدیریت واردات در حفاظت از شغل‌های موجود برای یک دوره مشخص زمانی است.

سیاست‌های اقتصاد کلان از مسیرهای مختلفی بخش حقیقی و اسمی اقتصاد و بالطبع متغیرهای بخش صنعت و تجارت را متأثر می‌سازد. سیاست‌های پولی از کانال نقدینگی و اجزای آن، سیاست‌های ارزی از کانال نوسانات نرخ ارز و ساز و کار پوشش ریسک آن، سیاست‌های مالی از طریق مخارج دولت و مالیات‌ها و سیاست‌های اعتباری نیز از طریق نرخ سود، عرضه و تقاضای تسهیلات به‌طور مستقیم و غیرمستقیم عملکرد بخش‌های مختلف اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهند.





الگوی تحول ساختاری نظام توزیع درس هایی از ترکیه و مالزی برای ایران

افسانه شفیع (دانشیار موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

نکات کلیدی:

نحوه حل مسأله و برخی اعمال سیاست های ناظر بر تحول در نظام توزیع ترکیه با تاکید بر درس هایی برای ایران در سه سرفصل (از حدود ده سرفصل) به شرح ذیل است:

۱_مدرنیزه کردن نظام توزیع از طریق:

- *جذب سرمایه گذاری خارجی در دو لایه عمده فروشی و خرده فروشی (مشارکت شهرداری، سرمایه گذاران خصوصی با شرکت سوئیس میگروس ابتدا در قالب تعاونی عمده فروشی و سپس تبدیل آن به فروشگاه زنجیره ای خرده فروشی)؛
- *اعمال مشوق های مالیاتی در خصوص سرمایه گذاری های مشترک خارجی؛
- *الزامات یادگیری در محتوای داخلی قراردادهای سرمایه گذاری خارجی: از طریق ایجاد امکان مشاهده رویه ها برای سایر واحدهای فعال داخلی، آموزش مدیران و کارکنان شرکت میگروس و اجباری کردن استانداردهای توزیعی آن ها برای شرکت ها تعاونی دولتی؛
- *معاف کردن آن دسته توافقات عمودی که از طریق افزایش مقیاس و یا ایجاد ساختار انحصاری واحدهای توزیعی موجب تولید و توزیع بهتر محصولات در بازار می شوند از شمول برخی محدودیت ها و ممنوعیت های قوانین ضد انحصار؛
- *صدور مجوز تأسیس فروشگاه های تخفیفی با ملاحظات آمایشی در مناطق روستایی یا حاشیه شهرها؛
- *انتقال قانونی مسئولیت پاسخگویی به هر گونه شکایت در مورد فعالیت فرانچایزها به فرانچایز گیرنده ها؛
- *تسهیل تجارت الکترونیکی B2C به عنوان زمینه ای برای تقویت شرکت هایی که انواع کالاهای دارای برند را عرضه می کنند؛
- *جذب ۳PI های خارجی با انجام آزادسازی اقتصادی و ارائه مشوق های سرمایه گذاری در این حوزه.

۲_ساماندهی واحدهای خرد سنتی:

- *اعطای مشوق نظیر افزایش ساعت کار مجاز برای پیوستن واحدهای خرد سنتی به زنجیره های خرده فروشی؛
- *اقدامات سلبی علیه واحدهای فاقد مجوز در برخی شهرها (در استانبول هر واحد توزیعی بدون مجوز، متخلف محسوب می شود و شهرداری به این سبب با کلیه دستفروشان برخورد می کند)؛

۳_فرایند کاهش آثار مدرنیزاسیون بر بخش سنتی:

- *الزام مراکز تجاری به اختصاص بخشی از فضای فروش به اصناف ورشکسته و متقاضی با قیمت اجاره ای برابر با یک چهارم قیمت های روز؛
- *تخصیص غرفه به واحدهای صنفی از طریق اتاق بازرگانان بازار (CMT)
- *الزام به استقرار فروشگاه های زنجیره ای بزرگ در خارج از مراکز شهرها؛
- *سخت تر کردن استانداردهای تأسیس سوپرمارکت ها با الزام آن ها به داشتن فضای پارکینگ خودرو؛
- *الزام عدم تجاوز سهم برچسب خصوصی فروشگاه از ۲۰ درصد کل فروش هر واحد فروشگاه؛
- *اعمال الزامات قیمتی در برابر واحدهای مدرن، مقید کردن واحدهای مدرن؛
- *محدود کردن ساعت کار واحدهای مدرن؛
- *مشوق هایی برای پیوستن واحدهای کوچک به زنجیره ها؛
- *برخورد سلبی با واحدهای فاقد مجوز توسط شهرداری

ترکیه

مقایسه وضع گذشته و موجود نظام توزیع ترکیه حاکی از تغییرات حایز اهمیت از طریق اتخاذ رویکردهای سیاستی به شرح زیر است:

- ۱_افزایش سهم واحدهای مدرن نظام توزیع از ۲۳ درصد در سال ۲۰۰۷ به ۵۰ درصد در سال ۲۰۱۸ از طریق رویکردهای سیاستی؛
- *استفاده از ظرفیت سرمایه گذاری در دولایه عمده فروشی و خرده فروشی با لحاظ محتوای داخلی و محدودیت های سلبی برای کنترل آثار تراجمی بر واحدهای خرد.
- *بهره گیری از سرمایه گذاری خارجی جهت نهادینه سازی استانداردهای مدرن توزیعی با رویکرد آموزش و یادگیری.
- *توسعه فروشگاه های تخفیفی با ملاحظات آمایشی در مناطق روستایی یا حاشیه شهرها.

- ۲_تا قبل از ۱۹۹۹ توزیع کالاهای اساسی توسط شرکت دولتی غلات ترکیه و توزیع آن از طریق فروشگاه های زنجیره ای تعاونی دولتی در چارچوب استانداردهای یک شرکت بین المللی صورت می گرفت و شرکت گوشت و شیر ترکیه به عنوان تنظیم گر و رگولاتور بازار گوشت عمل می کرد. این در حالی است که از سال ۲۰۰۰ عرضه کالاهای اساسی از طریق مشارکت بخش دولتی و خصوصی و عرضه کالاهای اساسی خریداری شده توسط دولت از طریق عقد قرارداد با واحدهای تخفیفی یا دیگر عوامل توزیعی انجام می شود. این تغییر وضعیت از طریق اتخاذ رویکرد سیاستی واگذاری ۴۸ درصدی شرکت غلات ترکیه به بخش خصوصی صورت گرفت.

- ۳_سهم پایین سرمایه گذاری خارجی در نظام توزیع تا قبل از ۱۹۹۰ و سهم ناچیز تجارت الکترونیکی در خرده فروشی تا سال ۲۰۰۷ میلادی به افزایش سهم قابل توجه سرمایه گذاران خارجی در نظام توزیع طی سه دهه گذشته و افزایش قابل توجه سهم تجارت الکترونیک از معاملات خرده فروشی تغییر یافت. این امر از طریق رویکرد سیاستی توسعه تجارت الکترونیک B2C (به عنوان زمینه ای برای بهره برداری شرکت هایی که انواعی از کالاها و برندها را عرضه می کنند) صورت گرفته است.

- ۴_فقدان قوانین جامع توزیع تا قبل از سال ۲۰۱۵ به ایجاد یک چارچوب قانونی جامع از طریق رویکرد سیاستی تدوین و تصویب قوانین «سازمان های حرفه ای اصناف و بازرگانان (۲۰۰۵)»، «تجارت سبزیجات، میوه جات و عمده فروشی (۲۰۱۲)» و «تنظیم مقررات در تجارت خرده فروشی (۲۰۱۵)» منجر شد.

- ۵_الزام قانون اساسی به دولت و در نظر گرفتن وی به عنوان مسؤول حمایت از حقوق مصرف کننده تا سال ۱۹۹۵ به افزایش اختیارات انجمن ها و نهادهای حقوق مصرف کننده تا سطح انجام اقدامات جمعی (Collective Action) از طریق همسان سازی مقررات و قوانین در این کشور با چارچوب های حقوقی اتحادیه اروپا منجر شد.

- ۶_هزینه های حمل و نقل بالای جاده ای در این کشور از طریق سیاست کاهش هزینه ها در ابتدا با رویکرد توسعه زیرساخت ها و ناوگان و در مرحله بعد با خصوصی سازی، تسهیل ورود 3PL های خارجی، توسعه شرکت های لجستیکی بزرگ و پارک های لجستیکی کاهش یافت.



مالزی

مقایسه وضع گذشته (تا ابتدای دهه ۱۹۸۰) و وضع موجود (۱۹۹۵ به بعد) ساختار نظام توزیع مالزی حاکی از تغییرات حایز اهمیت از طریق اتخاذ رویکردهای سیاستی به شرح زیر است:

۱. فقدان پلتفرم قانونی برای بسیاری از فعالیت‌ها نظیر فرانچایز، نمایندگی، تجارت الکترونیک، دستفروشی و ... (تا ابتدای دهه ۱۹۸۰) از طریق اتخاذ تدوین قوانین و مقررات مناسب برای فعالیت واحدهای توزیعی به فراخور الگوی کسب و کار آن‌ها منجر به دارای تشخص قانونی و مقرراتی بالای فعالیت‌های توزیعی از حیث هایپرمارکت، سوپرمارکت، فرانچایز، نمایندگی، خرید آسان، خرده‌فروشی آنلاین و حتی دستفروشی به جهت قوانین و مقررات شد.

۲. سنتی بودن بیش از ۹۰ درصد واحدهای توزیعی و وضعیت نه چندان پیشرفته لجستیکی (تا ابتدای دهه ۱۹۸۰) از طریق رویکردهای سیاستی زیر منجر به بروز بخش مدرن توزیعی با ۴۳ درصد سهم بازار؛ برخورد از لجستیک پایدار (حرفه‌ای) با فعالیت گسترده مراکز لجستیک و ۳PL ها و هزینه های پایین حمل و نقل و توزیع شد:

• استفاده از یک نظام توزیع سه‌لایه‌ای متشکل از خدمات پشتیبانی (مراکز لجستیکی، ۳PL ها و شیپرها)، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی.

مدرنیزاسیون لایه خدمات پشتیبانی از طریق خصوصی‌سازی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی؛

• مدرنیزاسیون لایه خرده‌فروشی عمدتاً با اتکا به سرمایه‌گذاری خارجی با حداقل آثار جانبی برای واحدهای خرد (از طریق مقید کردن تدریجی سرمایه‌گذار به استفاده از تولیدات و نیروی انسانی داخلی نظام توزیع و وضع مقررات تبعیض‌آمیز برای فعالیت واحدهای مدرن و سنتی و بازاریابی محصولات داخلی).

• تسهیل حضور نمایندگی‌های خارجی در کشور و فعالیت آن‌ها مطابق ضوابط عرفی بین‌المللی با تأکید بر الزامات ارائه خدمات پس از فروش در مورد محصولات صنعتی.

• تشویق واحدهای خرد سنتی جهت پیوستن به فرانچایزها و تبدیل شدن واحدهای خوار و بار فروشی سنتی به واحدهای خرید آسان.

۳. فقدان کسب و کارهای آنلاین (تا ابتدای دهه ۱۹۸۰) از طریق توانمندسازی و کمک به مدرن‌سازی خرده‌فروشان، تجار خرده‌پا، دستفروشان و کارآفرینان خرد و تسهیل تجارت الکترونیک در سطح کسب و کارهای کوچک و متوسط محلی با سمت و سوی تجارت الکترونیک فرامرزی منجر به بروز بیش از ۲۰ هزار کسب و کار درگیر با فروش آنلاین و روند رو به رشد بالای آن‌ها شد.

۴. تصدی‌گری دولت در امر تأمین و توزیع کالاهای اساسی و قیمت‌گذاری گسترده (تا ابتدای دهه ۱۹۸۰) از طریق سیاست تأمین و توزیع دولتی کالاهای اساسی مشتمل بر برنج، میوه، سبزی، گوشت سفید و قرمز در چارچوب «سیاست ملی مواد غذایی کشاورزی» به اتکاء بیشتر به ظرفیت‌های بخش غیردولتی در امر تصدی‌گری و تأمین و محدود شدن قیمت‌گذاری دولتی به کالاهای اساسی منجر شد.

۵. اتصال ضعیف تشکلهای مردم نهاد مربوط به حقوق مصرف‌کننده با وزارت بازرگانی از نقطه نظر مشارکت در سیاست‌گذاری (تا ابتدای دهه ۱۹۸۰) از طریق سیاست تشکیل شورای مشورتی مصرف‌کننده (متشکل از نمایندگان مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان، عرضه‌کنندگان، سازمان‌های غیردولتی و اعضای دانشگاهی) به عنوان حوزه مشاوره وزیر در امور مصرف‌کننده و انجمن رسمی صدای مصرف‌کننده سراواک برای همکاری اجرایی با سازمان‌های دولتی منجر به تقویت اتصال تشکلهای مردم نهاد مربوط به مصرف‌کننده با وزارت بازرگانی مالزی شد.

نکات کلیدی:

نحوه حل مسأله و برخی اعمال سیاست‌های ناظر بر تحول در نظام توزیع مالزی با تأکید بر درس‌هایی برای ایران در سه سرفصل (از حدود دوازده سرفصل) به شرح ذیل است:

۱_ مدرنیزه کردن نظام توزیع از طریق:

❖ **در دوره ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰:** زمینه‌سازی برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی در بخش خرده‌فروشی با بازنگری در قوانین و واگذاری واحدهای بزرگ دولتی، ایجاد مقام فدرال بازاریابی محصولات کشاورزی (فاما). (در همین دوره اولین سوپرمارکت وارد سیستم خرده‌فروشی این کشور شد.)

❖ **دهه ۱۹۸۰ تا ۱۳۹۵:** خصوصی‌سازی زیرساخت‌های لجستیکی به منظور جذب سرمایه‌گذار، ایجاد وزارتخانه تخصصی مدیریت امور بازرگانی داخلی و مصرف‌کنندگان، گسترش ورود فرانچایزهای خارجی و جابایی برخی واحدهای سنتی ذیل واحدهای مدرن؛

❖ **۱۹۹۵ تا ۲۰۱۰:** نظام‌بخشی به عملکرد سرمایه‌گذاران خارجی با تصویب اولین دستورالعمل مشارکت در عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، اعمال برخی محدودیت‌ها مقابل واحدهای مدرن به ویژه واحدهای مدرن با مالکیت خارجی، اجرای طرح یک منطقه یک صنعت (ETP) با هدف تقویت ارتباط تولیدکنندگان/تأمین‌کنندگان با خرده‌فروشان بزرگ؛

❖ **۲۰۱۰ تاکنون:** ورود دولت به مدرنیزه کردن نظام توزیع ذیل یک برنامه یکپارچه.

۲_ ساماندهی واحدهای خرد سنتی:

❖ برنامه ریزی (برای آموزش و توانمندسازی و ارائه تسهیلات فعالیت و تغییر کسب و کار) برای دست‌فروشان و تجار خرده‌پا تا بتوانند محیط اقتصادی اجتماعی مناسبی را برای دست‌فروشان و کارآفرینان کوچک و خرد فراهم کند؛

❖ اعطای تسهیلات و برگزاری دوره‌های رایگان تقویت کارآفرینان کامیون غذا؛

❖ استفاده از پتانسیل‌های فرانچایز در کسب و کارهای مختلف و افزایش درآمد جانبی مردم، دولت طرح فرانچایز خرد و ارائه تسهیلات فعالیت.

۳_ فرایند کاهش آثار مدرنیزاسیون بر بخش سنتی:

❖ منع مشارکت خارجی در واحدهای عموماً کوچک و سنتی؛

❖ درخواست تدوین پروپوزال اقتصادی اجتماعی و تبیین اثر عملکرد فروشگاه‌های بزرگ بر فعالیت‌های خرده‌فروشان محلی؛

❖ تعیین حریم صنفی برای حضور واحدهای دارای مشارکت خارجی در مناطق خاص از لحاظ فاصله تا شهرها و تعداد ساکنین؛

❖ تعیین شرایط عملیاتی خاص نظیر ساعات کار یا الزام به فروش محصولات داخلی در غرفه‌ها برای خرده‌فروشان بزرگ مقیاس فعال با مشارکت خارجی (اعمال برخی موارد استثناء برای فروشگاه‌های بزرگ مقیاس محلی که تا حدی باعث افزایش رقابت با بخش سنتی می‌شود).



تا قبل از ۱۹۹۹ توزیع کالاهای اساسی توسط شرکت دولتی غلات ترکیه و توزیع آن از طریق فروشگاه‌های زنجیره‌ای تعاونی دولتی در چارچوب استانداردهای یک شرکت بین‌المللی صورت می‌گرفت و شرکت گوشت و شیر ترکیه به عنوان تنظیم‌گر و رگولاتور بازار گوشت عمل می‌کرد. این در حالی است که از سال ۲۰۰۰ عرضه کالاهای اساسی از طریق مشارکت بخش دولتی و خصوصی و عرضه کالاهای اساسی خریداری شده توسط دولت از طریق عقد قرارداد با واحدهای تخفیفی یا دیگر عوامل توزیعی انجام می‌شود.





دیپلماسی تجاری و رایزنی بازرگانی

ابزاری موثر برای پیشبرد سیاست تجاری



میترا رحمانی (استاد یار موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

رایزن بازرگانی را می‌توان نوعی دیپلمات اقتصادی و بازرگانی یک کشور دانست که برای اجرای سیاست‌های تجاری دولت متبوع خود به کشور دیگر فرستاده می‌شود تا حلقه واسطی میان بازرگانان کشور خود با محیط اقتصادی به صورت اعم و سرمایه‌گذاران خارجی کشور دیگر به طور اخص باشند. به نظر می‌رسد بر اساس استانداردهای حاکم بر نظام بین‌الملل رایزنان بازرگانی مسئولیت برقراری ارتباط میان بخش‌های اقتصادی کشور مبدا با مقصد را بر عهده دارند.

۲. تجارب کشورهای موفق در عرصه دیپلماسی تجاری

بررسی تجارب کشورها نشان می‌دهد که استفاده از ظرفیت‌های دیپلماسی برای پیشبرد اهداف اقتصادی و تجاری امروزه نه تنها امری متداول است بلکه مهمترین اولویت کشورها در دستگاه دیپلماسی آنها به شمار می‌رود. رایزنی بازرگانی بخشی از دیپلماسی تجاری است که باعث اتصال محیط اقتصادی و تجاری کشور با جهان می‌شود. نگاه به رایزنی بازرگانی در محتوی بزرگتر دیپلماسی اقتصادی -تجاری باعث اثرگذاری بیشتر آن خواهد شد. زیرا در این نگرش شبکه‌ای رایزنی بازرگانی عملکرد بهتر، منسجم‌تر و هماهنگ با مجموعه سیاست‌های تجاری و سایر سیاست‌های اقتصادی کشور خواهد داشت. تجارب کشورها در خصوص نگرش سیستمی به دیپلماسی تجاری و رایزنی بازرگانی نکات زیر را ارائه می‌دهد:

❑ **فرانسه:** در چارچوب نگاه سیستماتیک دولت فرانسه به دیپلماسی تجاری می‌توان به یقین دریافت که رایزن بازرگانی در داخل این پکیج تنها یک فرد نیست بلکه در چارچوب نهادی طراحی شده در این کشور (بیزنس فرانس به عنوان سازمان توسعه تجارت فرانسه) یک شبکه نمایندگی در ۷۰ کشور جهان و کادر کارشناسی ۱۵۰۰ نفره در داخل و خارج فرانسه است که خدمات وسیعی را به اهالی کسب و کار ارائه می‌کند.

❑ **چین:** عبور از دولت انقلابی به دولت توسعه‌گرا و آغاز اصلاحات بعد دوره مائو زمینه لازم را برای رشد و توسعه چین در زمینه‌های مختلف و تبدیل شدن این کشور به قطب مهم در مناسبات سیاسی و اقتصادی جهان فراهم کرد. این کشور در پیشبرد اصلاحات جدید لازم را داشت و سیستم متمرکز طراحی و تصویب سیاست‌ها به این جدیت جامع عمل پوشاند. همچنین چین بعد از این دوره همواره تلاش کرده که سیاست‌های خود را همگام با شرایط جهانی تطبیق و تغییر دهد تا در جهت حداکثر کردن منافع ملی گام بردارد. همچنین تجربه چین نمونه حرکت رو به جلو در سیاست گذاری و عدم در جا زدن در شرایط بحرانی است. تداوم، جدیت و استفاده از فرصت‌های جهانی مهمترین درسی است که در مراحل پیش‌نیاز موفقیت دیپلماسی تجاری و رایزنی بازرگانی میتوان از تجربه چین گرفت.

❑ **بریتانیا:** این کشور با یک ساختار غیرمتمرکز به اهداف خود در خصوص توسعه تجارت دست می‌یابد. در این کشور وزارت امور خارجه متولی نهاد دیپلماسی تجاری است ولی بر اساس تقسیم کار صورت گرفته نهاد سرمایه‌گذاری و تجارت پادشاهی متحد به عنوان سازمان توسعه تجارت بریتانیا در ۱۰۶ کشور جهان به دنبال اهدافی چون بهبود کسب و کار بریتانیا، توسعه تجارت و جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است. سازمان توسعه تجارت این کشور به عنوان متولی رایزنی بازرگانی بسیار گسترده بوده و به صورت هماهنگ در ۱۰۶ کشور جهان به دنبال اهداف تجاری و اقتصادی بریتانیاست.

نتایج یک پژوهش نشان می‌دهد که مجموع تعداد دیپلمات‌های بازرگانی در سراسر جهان حدود ۲۰ هزار نفر برآورد شده و هزینه‌های عملیاتی مربوط به اجرای وظایف دیپلماسی بازرگانی نیز بیش از ۵/۵ میلیارد دلار در سال است.

۱. جایگاه دیپلماسی تجاری و رایزن بازرگانی در پیشبرد اهداف سیاست تجاری

تجارت قدمتی به درازی تاریخ بشری دارد و لاجرم در این مسیر تاریخی تحولات بسیاری را شاهد بوده‌است. امروزه در ادبیات اقتصادی تجارت خارجی به عنوان موتور رشد و توسعه اقتصادی کشورها شناخته می‌شود. صدرنشینی تجارت خارجی در مقوله رشد و توسعه باعث شده که نظریه پردازان، سیاست‌گذاران و دولت‌ها به این مفهوم توجه ویژه نشان دهند. لذا از آزادترین کشورها به لحاظ اقتصادی تا حمایت‌گراترین آنها همواره تلاش دارند تا با به انجام رساندن مجموعه اقداماتی که می‌توان آن را سیاست تجاری لقب داد، این موتور محرکه را قوی و پر قدرت نگه دارند.

در تعاریف مدرن، دیپلماسی تجاری زیرمجموعه‌ای از سیاست تجاری است که به معنای خدماتی است که دستگاه دیپلماسی کشور با هدف کسب دستاوردهای بازرگانی در اشکالی چون تجارت، جذب سرمایه خارجی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی با بهره‌گیری از ابزارهایی چون توسعه کسب و کار و کارآفرینی و اقدامات زمینه‌ساز در کشور میزبان از طرقی همچون ارائه اطلاعات در مورد فرصت‌های سرمایه‌گذاری و صادرات، برقراری ارتباطات با بازیگران کلیدی این حوزه و تداوم بخشیدن به شبکه‌های ارتباطی در حوزه‌های مربوطه صورت می‌گیرد.

الکساندر موسیر در مقاله خود تحت عنوان «دیپلماسی تجاری در کشورهای پیشرفته و صنعتی: کانادا، بریتانیا و آمریکا» دیپلماسی تجاری را «فعالیت‌های نمایندگی‌های دیپلماتیک یک کشور در حمایت از بخش‌های تجاری و مالی» تعریف می‌کند که اهدافی چون توسعه سرمایه‌گذاری در خارج، جذب سرمایه‌گذاری خارجی و تجارت را در بر می‌گیرد. به نظر وی یکی از مهمترین رسالت‌های دیپلماسی تجاری مذاکره و انجام سلسله اقداماتی برای برقراری و اجرای موافقت‌نامه‌های تجاری است.

اغلب کشورهای مطرح در عرصه تجارت و دارای رشد اقتصادی مطلوب، مراکز دیپلماتیک زیادی در سایر کشورها دارند که کمک بزرگی به تجارت آنها می‌کنند. همچنین این کشورها در این مراکز دیپلماتیک نیروهای انسانی ماهر دارند که به طور هدفمند و هماهنگ با سیاست‌های طراحی شده و در قالب یک برنامه اجرایی سیستماتیک در خدمت منافع تجاری و اقتصادی کشور خود هستند.

نتایج یک پژوهش نشان می‌دهد که مجموع تعداد دیپلمات‌های بازرگانی در سراسر جهان حدود ۲۰ هزار نفر برآورد شده و هزینه‌های عملیاتی مربوط به اجرای وظایف دیپلماسی بازرگانی نیز بیش از ۵/۵ میلیارد دلار در سال است. این ارقام شامل دیپلمات‌های دیگر از قبیل سفیران و کارکنان غیردیپلماتیک سازمان‌های توسعه تجارت و سازمان‌های تجاری نمی‌شود. این پژوهش همچنین نشان می‌دهد که به طور متوسط حدود ۵/۷ کارمند برای هر دفتر بازرگانی وجود دارد و کشورهای مورد نظر به طور تقریبی ۱۰۵۰۰ کارمند دائمی در زمینه دیپلماسی بازرگانی در کشورهای میزبان دارند. بنابراین انتظار می‌رود مجموع کارکنان دیپلماسی بازرگانی برای همه کشورها حدود ۲۰ هزار کارمند تمام‌وقت باشد که به انواع فعالیت‌ها و وظایف خود می‌پردازند.

این پژوهش همچنین بیان کرده‌است که دیپلماسی تجاری نقش مهمی در تجارت جهانی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، فعالیت‌های تحقیق و توسعه و ... دارد. زیرا ابزار کارآمدی است که امکان مدیریت روابط خارجی دولت را از طریق ارتباط با مقامات و جوامع خارجی و همچنین از طریق فرآیند مذاکرات و برقراری روابط فراهم می‌کند. در چارچوب دیپلماسی تجاری مشخص و معین است که دیپلمات‌های بازرگانی می‌توانند فعالیت‌های مشخص و هدفمند را در کشور میزبان به انجام رسانند. حال این دیپلمات‌ها می‌توانند عناوین مختلفی چون «رایزن بازرگانی»، «وابسته بازرگانی»، «همایند تجاری»، «همایند بازرگانی» و ... داشته باشند.



در تعاریف مدرن، دیپلماسی تجاری زیرمجموعه‌ای از سیاست تجاری است که به معنای خدماتی است که دستگاه دیپلماسی کشور با هدف کسب دستاوردهای بازرگانی در اشکالی چون تجارت، جذب سرمایه خارجی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی با بهره‌گیری از ابزارهایی چون توسعه کسب و کار و کارآفرینی و اقدامات زمینه‌ساز در کشور میزبان از طرقی همچون ارایه اطلاعات در مورد فرصت‌های سرمایه‌گذاری و صادرات، برقراری ارتباطات با بازیگران کلیدی این حوزه و تداوم بخشیدن به شبکه‌های ارتباطی در حوزه‌های مربوطه صورت می‌گیرد.

■ **آلمان:** اتاق صنایع و بازرگانی آلمان نماینده رسمی صنعت و تجارت آلمان است که در تعامل فعال با سایر نهادهای مرتبط در ۸۰ کشور جهان در حدود ۱۲۰ نمایندگی رسمی به منظور تسهیل تجارت و گسترش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی دارد.

■ **ایتالیا:** موسسه تجارت خارجی به عنوان یک نهاد دولتی نقش سازمان توسعه تجارت را برای ایتالیا دارد که ۱۱۷ نمایندگی در ۸۷ کشور جهان دارد. این نهاد خدماتی چون ارایه اطلاعات، کمک به شکل‌دهی به چشم انداز اقتصادی، ارایه پیشنهادات، یافتن شرکا، فرصت‌های کسب و کار و برگزاری نمایشگاه‌ها، کارگاه‌ها و جلسات و نیز راهنمایی هیئت‌های تجاری را به شرکت‌های ایتالیایی در این کشورها ارایه می‌دهد.

■ **ژاپن:** سازمان تجارت خارجی در سال ۱۹۵۸ با هدف توسعه صادرات ژاپن تاسیس شد و علیرغم قدمتی که دارد در سال‌های اخیر با توجه به فضای تجارت جهانی ماموریت خود در قرن بیست و یکم را توسعه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ژاپن و کمک به شرکت‌های کوچک و متوسط ژاپنی به منظور حداکثر سازی پتانسیل‌های صادراتی تعریف کرده‌است. توسعه تجارت، توسعه برند ژاپن، ارایه مشاوره به شرکت‌های ژاپنی و خارجی در زمینه کسب و کار، شریک‌یابی آنلاین برای صاحبان کسب و کار و حفاظت از حقوق مالکیت معنوی از مهمترین اهداف سازمان تجارت خارجی ژاپن است.

■ **کره جنوبی:** آژانس توسعه تجارت و سرمایه‌گذاری کره جنوبی (کترا) سازمان توسعه تجارت کره جنوبی محسوب می‌شود که به دنبال ارتقای شرکت‌های صادرکننده جدید، ایجاد بازارهای جدید، حمایت‌های زیر ساختی و ... به منظور تقویت رقابت پذیری جهانی است.

۳. دیپلماسی تجاری و رایزنی بازرگانی در ایران

بعد از پایان جنگ ایران و عراق حدود ۳۰ رایزن بازرگانی با همکاری وزارت امور خارجه و وزارت بازرگانی به کشورهای مختلف اعزام شد که تا حدودی نیز موفق عمل کردند. اما در دولت‌های بعدی و با تغییر نگرش دولت‌ها در روابط بین‌الملل تعداد رایزن‌های بازرگانی به ۱۰ و حتی کمتر کاهش یافت. مراجعه به سایت سازمان توسعه تجارت نشان می‌دهد که در حال حاضر ایران ۱۷ رایزن بازرگانی در کشورهای عراق، چین، ارمنستان، روسیه، عمان، قطر، بلاروس، افغانستان، هند، لبنان، کنیا، الجزایر، ترکیه، قزاقستان، آفریقای جنوبی، امارات متحده عربی و ازبکستان دارد.

این بررسی اجمالی نشان دهند عدم ثبات در فهرست کشورها و همین‌طور روند افزایشی برای اعزام رایزن بازرگانی و جابه‌جا شدن کشورهایی است که ایران به آنها رایزن بازرگانی اعزام کرده‌است. به نظر می‌رسد که عدم وجود خطوط مشخص دیپلماسی تجاری که منشعب از سیاست تجاری باشد باعث شده که نگاه به مقوله رایزنی بازرگانی علیرغم نقش مهم و تعیین کننده‌ای که می‌تواند به عنوان حلقه واسط تولید و تجارت کشور با جهان بیرون داشته باشد مقطعی و کوتاه مدت باشد و همواره با افت وخیز همراه باشد. به نحوی که هیچگاه در طی این سال‌ها حتی نتوانسته به رقم ۳۰ رایزن بازرگانی ابتدای کار دست یابد.

۴. تبیین دیپلماسی تجاری به عنوان ابزار موثر در سیاست تجاری

نگاهی به شرایط کلان اقتصادی و تجاری کشور ضرورت توجه خاص به برنامه‌ریزی‌های کلانی چون سیاست تجاری و صنعتی را نمایان و گوشزد می‌کند. بدون شک این دو سیاست می‌بایست در یک نگاه شبکه‌ای و به هم پیوسته طراحی، تبیین و عملیاتی گردند تا بتوانند باعث تحقق اهداف رشد و توسعه اقتصادی گردند. تجارب کشورهای موفق نشان می‌دهد که بهره‌مندی از ابزار دیپلماسی تجاری در دستیابی به این اهداف تا چه اندازه موثر و کارآمد است.

برای حرکت در مسیر دستیابی به نگاه شبکه‌ای و افزایش اثرگذاری دیپلماسی تجاری و رایزنی بازرگانی در توسعه تجارت کشور با توجه به تجارب کشورهای موفق پیشنهادات زیر ارایه می‌گردد.

■ **تبیین و تفهیم ضرورت و اولویت ارتقای جایگاه اقتصادی و تجاری کشور در جهان به عنوان گام پیشنیاز؛**

■ **طراحی و تصویب سند دیپلماسی تجاری و الزام همه نهادهای دست اندر کار تجارت به اجرای آن، لازمه نقش آفرینی و اثرگذاری فعالیت‌های رایزنی بازرگانی بر توسعه تجارت؛**

■ **ضرورت تقویت توان کارشناسی سازمان توسعه تجارت به منظور عملکرد موفق با کارکرد شبکه‌ای در اجرای دیپلماسی تجاری و اعزام رایزن بازرگانی به سایر کشورها؛**

■ **درج اهدافی چون بهبود فضای کسب و کار، ارتقای شرکت‌های تولیدی کوچک و متوسط و ... در سند دیپلماسی تجاری زمینه‌ای برای فعالیت موثر رایزنی بازرگانی و افزایش دامنه فعالیت آنها.**

■ **تلاش برای حضور رایزنان بازرگانی در کشورهای مختلف و به ویژه کشورهای همسایه با نگاه بلندمدت و تداوم این روند با پرهیز از کوتاه‌نگری و تلاش برای حفظ و ادامه حضور**

■ **افزایش تعداد رایزن‌های بازرگانی در کشورهایی که روابط تجاری و اقتصادی خوبی با آنها داریم. به عنوان مثال ترکیه ۱۲ رایزن بازرگانی در کشور عراق دارد، یعنی این کشور به لحاظ دیپلماسی تجاری حضور گسترده و پرنرنگی در کشور عراق دارد.**





تجارت بین الملل و عملکرد لجستیک



میشم فخاریان (پژوهشگر موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

رابطه بین تجارت بین الملل و عملکرد لجستیک از منظر رقابت پذیری بین الملل

به طور کلی، لجستیک متمرکز بر زنجیره های تامین جهان است و گستره وسیع فعالیت هایی را در نظر می گیرد که وابسته به انتقال فیزیکی و ذخیره مواد خام و محصولات در امتداد زنجیره تامین هستند. لجستیک در حال حاضر به عنوان شبکه ای است که از انتقال اجناس، تجارت بین مرزی و تجارت در زنجیره های تامین جهانی پشتیبانی می کند. این به دلیل آن که زنجیره تامین جهانی نیازمند جریان های محصول کارآمد، پایدار و سریع است که جریان تجارت بین الملل را هدایت می کند و بر رقابت پذیری تاثیر می گذارد.

نتیجه گیری

از چشم انداز زنجیره تامین جهانی، لجستیک مستلزم مدیریت عملیات کارآمد جریان ها از شبکه ها و خدمات ارزش افزوده به دلیل محصولات حمل و نقل مختلف است و می توان عملکرد لجستیک را با راهبرد مدیریت زنجیره تامین تقویت نمود. عملکرد لجستیک به هزینه، زمان و پیچیدگی در دستیابی به فعالیت های واردات و صادرات اشاره می کند. با این وجود، بهبودهای لجستیک به طور معنادار هزینه های لجستیک را کاهش می دهند و تجارت بین الملل را تسهیل می کنند. کارایی فعالیت های لجستیک نه تنها عامل مهمی در رقابت پذیری جهانی است، بلکه همچنین نقش مهمی در چشم اندازهای زیست محیطی و اجتماعی بازی می کند. به عبارت دیگر، عملکرد لجستیک نه تنها برای تسهیل تجارت و توسعه اقتصادی مهم است، بلکه برای کاهش اثر منفی بر محیط زیست نیز بسیار مهم تلقی می شود. از نظر عملکرد لجستیک، بهبود زیرساخت، دسترسی به بازارهای دور را تقویت می کند و تجارت منطقه ای و بین المللی را افزایش می دهد. بنابراین، با کاهش هزینه ها، اثر مثبت بر عملکرد لجستیک دارد. عملکرد لجستیک پیشرفته می تواند اثر فاصله را کم کند، و بر کشورهای وارد کننده و صادر کننده می تواند اثر مهمی بر تجارت دوجانبه آنها داشته باشد.

تجارت بین الملل یکی از عوامل کلیدی مؤثر بر رقابت پذیری بین المللی است. به همین دلیل، کشورهای متعددی بر «تسهیل تجارت» برای رشد اقتصادی از طریق افزایش تجارت بین الملل تمرکز می کنند. این به دلیل آن است که رقابت پذیری بین المللی وابسته به توانایی برای مدیریت لجستیک در محیط کسب و کار جهانی امروز است. لجستیک عنصر کلیدی تجارت بین الملل شده است، چون رقابت پذیری بین المللی بخاطر جهانی شدن افزایش می یابد و خدمات کارآمد لجستیک، جریان تجارت در زنجیره تامین جهانی و کاهش هزینه های لجستیک بین کشورها را تضمین می کند. به عبارت دیگر، جهانی شدن اهمیت خدمات لجستیک را نه تنها افزایش می دهد بلکه با توسعه شبکه های تولید و تجارت بین کشورها، باعث ایجاد قابلیت های تولید ملی می شود.

لجستیک، فرایند به حداکثر رساندن مدیریت هایی از قبیل تدارکات، انتقال اجناس، موجودی و زنجیره تامین است. امروزه لجستیک سنگ بنای اقتصاد جهانی شده است، و با تولید و مصرف به پیش می رود تا همین اواخر، خدمات لجستیک به عنوان عوامل ثانویه در نظر گرفته می شدند اما امروزه لجستیک به عنوان عامل مهمی برای توسعه پایدار در نظر گرفته می شود، زیرا وابسته به صنایع مختلف است و تحت تاثیر مستقیم و غیرمستقیم تغییرات در ساختار صنعتی قرار می گیرد.

مطالعات اخیر بر پیچیدگی روابط بین عملکرد لجستیک در حجم تجارت بین الملل تاکید می کنند و اهمیت بازدهی لجستیک نقش اساسی در تجارت بین الملل در توسعه پایدار از قبیل توسعه اجتماعی و اقتصادی و مسائل زیست محیطی بازی می کند، در واقع، نتایج مطالعات اخیر نشان می دهند که اقدامات برای تقویت رقابت پذیری ملی شامل آنهایی می شوند که وابسته به ارزیابی بازار و اقدامات برای ارتقای تجارت از قبیل موانع تعرفه ای و غیرتعرفه ای هستند.





سیاست تجاری ایران

چالش ها و فرصت های جدید



امیر حسین مهدوی عرب: (پژوهشگر موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

عضویت در سازمان هایی که در آن کشورهای دارای سریع ترین رشد اقتصادی جهان حضور دارند، بی تردید می تواند مسیر تبدیل شدن ایران را به کشوری توسعه یافته هموار کند که تأثیرات زیادی به ویژه در زمینه های ژئواکونومیک و ژئواستراتژیک دارد. حضور فعال ایران در این سازمان ها که ماهیت بین المللی دارند، تنها به معنای شکست ساختار تحریم های غرب علیه ایران که دهه هاست اعمال می شود، نیست؛ بلکه سرآغاز تحولی تاریخی و البته برگشت ناپذیر با هم افزایی و یکپارچگی سیاسی، اقتصادی و حتی نظامی و امنیتی با کشورهای بزرگ و نوظهور منطقه ای و فرامنطقه ای است که در آن می توان صدای شکسته شدن استخوان های یکجانبه گرایی غرب را به خوبی شنید. بی تردید قدرت های منطقه ای در راستای فعالیت های خود مجبور به ابتکار عمل های جدید خواهند بود تا بتوانند هر چه زودتر در برابر تمامیت خواهی و سلطه گری اقتصادی آمریکا مقابله کرده و بتوانند موقعیت خود را در منطقه بهبود بخشیده و تثبیت کنند. طبیعتاً نخستین اقدام در این مسیر احیای شکل هایی است که تاکنون به دلیل یکجانبه گرایی آمریکایی ها در حاشیه بوده اند و دومین ابتکار نیز ایجاد سازمان های جدید بر مبنای توانمندی ها و ظرفیت های آن هاست و بی تردید بریکس یکی از همین فرصت ها است. البته شایان ذکر است که پذیرش درخواست ایران برای عضویت دائم در سازمان همکاری شانگهای که حدود یک سال پیش انجام شد، شوک مثبتی در داخل کشور و میان متحدان ایران و شوکی منفی به رژیم صهیونیستی، آمریکا و برخی کشورهای منطقه که مدعی موفقیت در سیاست انزوای بین المللی ایران هستند، وارد کرد. محور غربی/عربی همچنان نگران گسترش نفوذ ایران در سطوح سیاسی، اقتصادی و امنیتی در عرصه منطقه ای و بین المللی هستند و تلاش های کشورمان برای پیوستن به سازمان بریکس با حضور روسیه، چین، هند و برزیل و آفریقای جنوبی این نگرانی ها را افزایش داده است. به باور کارشناسان، اقتصاد جهانی به سوی تغییر روشن پیش می رود و از اقتصاد تحت سلطه غرب به مدلی پیچیده تر و چندقطبی تبدیل می شود. مراکز مصرف تولید و نوآوری دیگر تنها در اقتصاد غربی تمرکز نداشته و به سوی اقتصادهای نوظهور در قاره های گوناگون به ویژه چین، روسیه، برزیل و هند و همچنین آفریقای جنوبی یا همان بریکس در حال حرکت اند.

بریکس را که امروز، ۴۱ درصد جمعیت جهان، ۳۰ درصد مساحت زمین، ۳۱٫۵ درصد میزان تولید ناخالص داخلی جهانی و ۱۶ درصد از تجارت جهانی را تشکیل داده است، نمی توان نادیده گرفت. ارتقای همکاری، رشد اقتصادی و توسعه و افزایش ارتباطات میان ملت ها سه رکن اصلی بریکس است. این ائتلاف از سال ۲۰۰۹ بیش از ۳۰ مورد همکاری را میان کشورهای خود و دیگر کشورهای هم نظر رقم زده است. با ارزش کلی بریکس که با اقتصاد آمریکا برابری می کند، این ائتلاف به صدایی برای جنوب جهانی تبدیل شده و تلاش می کند در نظم جهانی تغییر ایجاد کرده و در نهادهایی مانند سازمان ملل، سازمان بهداشت جهانی، سازمان تجارت جهانی و صندوق بین المللی پول اصلاحاتی ایجاد کند.

در این میان، رابطه بریکس با ایران به عنوان دومین کشور از نظر ذخایر انرژی های فسیلی جایگاه ژئواکونومیک ویژه ای خواهد داشت. جایگاه ژئوپلیتیک و ژئواستراتژیک ایران به عنوان تنها راه میان خلیج فارس و دریای خزر در شمال و مسیر ارتباطی میان شبه قاره هند و دریای مدیترانه این ویژگی را مستحکم تر کرده است. آشکار است تهران در این موضوع می تواند نقش تأثیرگذاری داشته باشد. میدان مغناطیسی بریکس تمام کشورهای اصلی جهان را به مدار خود خواهد کشاند و ترکیب جدید این سازمان ۸۰ درصد از تولید نفت جهان را کنترل خواهد کرد. این امر تحت تأثیر پیوستن ایران، عربستان و امارات خواهد بود. همینطور رشد تولید ناخالص داخلی این گروه ۳۰ درصد تولید ناخالص داخلی جهان خواهد بود و از ۳۰ تریلیون دلار فراتر خواهد رفت. پس از پیوستن این کشورها از ابتدای ماه ژانویه ۲۰۲۴، جمعیت کشورهای عضو بریکس پنج برابر جمعیت کشورهای گروه ۷ خواهد شد. لذا بر مسئولین نظام جمهوری اسلامی ایران فرض واجب و ضروریست که قدر فرصت های بدست آمده را دانسته و حداکثر بهره برداری را از موقعیت پیش آمده در جهت منافع ملی و میهنی بعمل آورند.

سیاست تجاری ایران در دهه های گذشته از فراز و نشیب های زیادی برخوردار بوده و در هر دوره بر اساس گفتمان دولت های وقت سبک و سیاق خاصی به خود گرفته است. آمیختگی سیاست بطور عام و تحمیل شرایط تعاملی سیاست خارجی بطور خاص با مؤلفه های تجارت خارجی موجب شده تا چالش ها بسیاری در مسیر این حوزه قرار گرفته و گفتمان جدیدی را در باب رویکرد سیاست های تجاری ایران با جامعه بین المللی بوجود آورد. تحریم های گسترده قدرت های غربی بویژه آمریکا باعث شده تا اتخاذ سیاست های مقابله ای و یافتن راهکار های جدید در عرصه اقتصاد جهانی افق جدیدی در برابر رویکرد کلی تجارت خارجی ایران مهیا سازد.

مانند بسیاری از کشورها تجارت خارجی ایران با برخورداری از شاخص های عملکردی، مانند میزان ارتباط با بازبازگشت، زمینه سازی صادرات و واردات، ائتلاف های سیاسی و اقتصادی، همگرایی های بین المللی، مشارکت در سازمان های بین المللی، برقراری موزانه تجاری، جذب سرمایه و تکنولوژی، رفع تحریم ها و معاملات و توافقات، قابل ارزیابی باشد.

با شروع فعالیت دولت سیزدهم و اتخاذ سیاست های مناسب در حوزه تعامل با کشورهای مختلف به ویژه همسایگان و دیپلماسی متوازن و توجه به توسعه همکاری های تجاری با کشورهای منطقه و دستیابی به بازارهای جدیدی از جمله بازار صادراتی کشورهای آمریکای لاتین و آفریقایی باعث رونق نسبی در حوزه تجارت خارجی شده است، براین اساس در بخش تجارت خارجی کشور در سال جاری با افزایش حجم تجارت همراه با کاهش کسری تراز تجاری غیرنفتی و تغییر ترکیب واردات با اولویت نیازهای بخش مولد اقتصاد همراه بودیم. شاهد این ادعا آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران است که بر اساس آن حجم تجارت خارجی کشور به لحاظ ارزشی در اول اسفند سال ۱۴۰۱ نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۳٫۸ درصد رشد داشته است و از ۹۰ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۰ به ۱۰۲٫۲ میلیارد دلار ۱۴۰۱ افزایش یافته است. ارزش صادرات کالاهای غیرنفتی (با احتساب گاز طبیعی) در دوره منتهی به بهمن ماه ۱۴۰۱ نسبت به مدت مشابه سال قبل حدود ۱۲ درصد و برای واردات ۱۵ درصد افزایش داشته است. در ۱۱ ماهه سال ۱۴۰۱ نسبت به مدت مشابه سال قبل از نظر ارزش، واردات کالاهای سرمایه ای ۸۵ درصد و کالاهای واسطه ای حدود ۱۶ درصد رشد داشته است این در حالی است که واردات کالاهای مصرفی در ۱۱ ماهه ۱۴۰۱ نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲۱ درصد کاهش داشته است. همچنین در ۱۱ ماهه سال ۱۴۰۱ نسبت به مدت مشابه سال قبل از نظر ارزش، صادرات محصولات پلیمری ۴۹ درصد، صنایع غذایی ۱۰ درصد، صنایع شیمیایی ۲۵ درصد، لوازم خانگی ۹ درصد، صنایع برق و الکترونیک ۴۵ درصد و تجهیزات پزشکی ۴۱ درصد رشد داشته است.

بدیهی است توسعه تجارت بین الملل، جریان تولید و فروش بنگاه های داخلی را تسهیل کرده و اشتغال زایی و توسعه تولید را رقم می زند. در توسعه تجارت رویکرد اصلی دولت استفاده از ظرفیت کشورهای منطقه و دوست با تمرکز بر افزایش صادرات محصولات پیچیده (دانش بنیان) و حذف کسری تجاری بدون نفت بوده است.

بطور کلی رویه های نوین سیاست های تجاری در کشورهای توسعه یافته حاکی از تغییر رویکرد این کشورها در حوزه بازرگانی و به تبع آن، سیاست های صنعتی آنهاست. این مسیرهای جدید، سیاست تجاری را بیش از پیش به ابزاری برای دستیابی به اهداف سیاسی و همکاری با کشورهای همسوی تبدیل می کند. نقش برخی از کشورهای در حال توسعه، به عنوان هم پیمانان منطقه ای و بین المللی کشورهای توسعه یافته، می تواند در اثرگذاری و موفقیت سیاست های تجاری جدید بسیار مهم باشد. از این رو نیاز به بررسی موقعیت سیاسی و اقتصادی ایران و امکان سنجی بهره مندی از روندهای نوین تجاری به شدت احساس می شود. کشورهایی که به لحاظ سیاسی با ایران همسو به نظر می رسند، عموماً از اقتصادهای بزرگی بهره مند نیستند و با کنار گذاشتن چین و روسیه، به سختی می توان در فهرست قدرت های بزرگ اقتصادی، هم پیمان سیاسی قابل عرضه برای ایران پیدا کرد. به همین دلیل، توسعه همکاری های تجاری با هم پیمانان فعلی کشور که عموماً اقتصادهای کوچکی دارند، چندان راه گشا نخواهد بود. بنابراین نیاز به بازنگری در سیاست خارجی کشور، بالاخص در مراودات سیاسی با کشورهای منطقه، ضروری است.

از این منظر با توجه به تغییرات سیاست های تجاری در سطح جهان و برای بهره بردن از آن، اولویت اول، حل مساله تحریم و سپس تدوین برنامه های صنعتی متناسب و ایجاد تغییرات ساختاری در سیاست خارجی امری ضروری و لازم است و با توجه به همسویی سیاسی ایران، حداقل در برخی موضوعات (مانند مقابله سیاسی با آمریکا) با چین و روسیه همچنین موقعیت مناسب ژئوپلیتیک کشور، رویه جدید سیاست های بازرگانی می تواند برای رشد تجارت با کشورهای همسو و کشورهای منطقه مفید باشد.





شانگهای، بریکس یا اوراسیا:

اهداف تجاری در کدام هم پیوندی دست یافتنی تر است؟



محمد رضا عابدین (استادیار موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

همکاری در مسایل امنیتی، فرهنگی و اقتصادی جزو برنامه های این سازمان است. هرچند برخی اقدامات برای تهیه برنامه بلندمدت تشکیل منطقه آزاد تجاری در سازمان، اولویت دادن به پروژه های مشترک در زمینه انرژی، تشکیل شورای مشترک بانکی بین کشورهای عضو و تلاش برای ایجاد تشکیلاتی بین المللی با نام «باشگاه انرژی» جزو فعالیتهای اقتصادی سازمان بوده، اما عمده اقدامات حول محورهای امنیتی و سیاسی با هدف برقرار کردن موازنه در برابر نفوذ آمریکا و ناتو در منطقه شکل گرفته است.

بریکس با عضویت کشورهای برزیل، روسیه، هند، چین و آفریقای جنوبی در ۱۶ ژوئن ۲۰۰۹ اولین اجلاس خود را برگزار کردند. بعدتر کشورهای آرژانتین، اتیوپی، امارات متحده عربی، ایران، عربستان سعودی و مصر نیز بدان پیوستند. برخی اعضای قدیم، ضرورت اصلاح در نظام مالی جهان را یادآور می شوند تا امکان برقراری یک نظام کارا، مطمئن و باثبات فراهم شود. هرچند اغلب اعضا منتقد سلطه دلار آمریکایی در نظام رایج ارزی نیستند، اما گاهی نگرانی خود نسبت به کاهش ارزش دلار را ابراز می نمایند. بریکس دارای یک ساختار مالی است که از دو بخش بانک توسعه جدید (بانک توسعه بریکس) و قرارداد اندوخته احتیاطی تشکیل شده است. بانک توسعه جدید یک بانک توسعه چندملیتی است که تمرکز اصلی آن در بخش وام، تأمین مالی طرح های زیربنایی است. قرارداد اندوخته احتیاطی، چارچوبی است که اعضای بریکس برای حفاظت از خود در برابر فشارهای نقدینگی جهانی اتخاذ کرده اند. این حفاظت در کنار سایر کارکردها شامل فشارهای ارزی هم می شود که از طرف دیگر بخش های اقتصاد جهان بر پول ملی کشورهای عضو وارد می گردد. در عین حال، اعضا یک رشته رایزنی برای ایجاد نظام پرداختی که بتواند جایگزین سامانه سوئیفت (جامعه جهانی ارتباطات مالی بین بانکی) شود را از سال ۲۰۱۵ آغاز نموده اند. یکی از اهداف، راه اندازی نظام های پرداخت مستقل و حرکت به سمت تسویه حساب با ارزهای ملی است که در دست اقدام است.

این کشورها در اجلاس ۲۰۲۳ پیرامون امکان ایجاد یک ارز مشترک یا چیزی مشابه آن بحث های را آغاز نموده اند. وزن این کشورها از نظر شاخص تولید ناخالص داخلی، نه تنها مجموعه برهمن حاکم، یعنی ایالات متحده، بلکه بر کل کشورهای گروه هفت در کنار هم برتری داشته و برخی نیز معتقدند که بریکس امکان دستیابی به سطحی از خودکفایی در تجارت بین الملل را دارد که دیگر اتحادیه های پولی مثل منطقه یورو آرزوی آن را داشتند. دلیل این مسئله تنوع جغرافیایی کشورهای عضو است که امکان تولید کالاها و خدمات متنوع تری را در اختیار می گذارد.

بررسی جزئیات همپیوندی ها نشانگر آن است که در میان این سه، اتحادیه اقتصادی اوراسیا بیش از سایرین نیل به اهداف اقتصادی تجاری را دنبال می نماید. البته بریکس نیز در زمینه پی گیری اهداف اقتصادی تلاشی می نماید، اما به دنبال آن دسته از اهدافی است که فعلا در قالب آرزو نمود یافته اند تا اینکه به اجرا رسیده باشند. در این میان سازمان شانگهای، بیش از سایرین از اهداف اقتصادی فاصله دارد. بنابراین اندکی بیشتر به ارتباط میان ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا می پردازیم. بررسی وضعیت تجارت اعضای اتحادیه اقتصادی اوراسیا و مناسبات شکل گرفته میان ایران و این اتحادیه نیز نشانگر آنست که اولاً ایران و اعضای اتحادیه نمی توانند شرکای بسیار خوبی برای یکدیگر باشند، زیرا شاخص اکمال تجاری میان دوطرف چندان محسوس نیست. ثانیاً اینکه تحریم سبب شده تا دو عضو اصلی (ایران و روسیه) علاقمندی زیادی برای توسعه تعاملات تجاری داشته باشند؛ اما همین موضوع تحریم موانعی چندی را برای گسترش روابط فیما بین به وجود آورده و هنوز معضلات گریبانگیر نقل و انتقالات مالی دو طرف می باشد.

بنابراین اولاً برای رسیدن به حد کمال پتانسیل توسعه تجارت فیما بین نیز نیاز به انجام تلاشها و اقدامات جدی طرفین کاملاً محسوس است. ثانیاً تکیه صرف ایران به این همپیوندیها به اندازه ای بیش از اندازه ظرف آنها نمی تواند راهگشای توسعه کارآمد و شمر ثمر تجارت خارجی کشور باشد.

توسعه ارتباطات بین المللی از طریق عضویت در اتحادیه های منطقه ای با انعقاد موافقتنامه دوطرفه یا اتحادیه های اقتصادی-تجاری از گامهای پیش برنده کشور در راستای گسترش تجارت خارجی محسوب می شود. اهمیت تجارت خارجی در تأثیری است که بر تولید داخلی و اشتغال نیروی کار در بخش های مختلف اقتصادی اعم از کشاورزی، معدن، صنعت و خدمات می گذارد. هنگامی که کشوری در انزوای تجاری قرار داده شده باشد و یا به طور خودخواسته در انزوا فرو رفته باشد، یک اقتصادی قابل تقسیم میان آحاد جامعه کوچک می شود. این اتفاق منجر به گسترش بیکاری، فقر و سایر معضلات اقتصادی و اجتماعی در آن کشور می شود. یکی از بهترین راههای برون رفت از وضعیت یادشده به جهت افزایش درآمد سرانه ملی، گسترش ارتباطات بین المللی ای است که به توسعه بازارهای هدف صادراتی و گسترش منابع تأمین نیازهای وارداتی کشور (تجارت خارجی) بینجامد.

در خصوص ایران، با عنایت به وجود تحریم های بین المللی علیه کشور، ضرورت پیوستن به اتحادیه های اقتصادی یا انعقاد موافقتنامه های تجاری ای که زمینه ساز پیوندهای تجاری کشور شده و به ویژه منجر به توسعه صادرات گردد، کاملاً مشهود بوده و این موضوع از آن دسته مسائلی است که به شدت و حدت از سوی مسئولین سیاسی و اقتصادی کشور دنبال می شود. به طوری که انعقاد موافقتنامه تجارت ترجیحی میان ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا با هدف توسعه تجارت ایران با کشورهای پیرامونی و همسایه در سال ۱۳۹۸ نهایی و از آبان ماه سال مزبور اجرایی شد و در ادامه مقرر شده تا برای تبدیل توافق به توافقی گسترده تر در قالب موافقتنامه تجارت آزاد طی سه سال، گامهای لازم برداشته شود و در حال حاضر مذاکرات در حال پیگیری هستند. همچنین سازمان شانگهای در تاریخ ۱۷ سپتامبر ۲۰۲۱ با عضویت ایران که از سال ۲۰۰۵ به عنوان عضو ناظر به این سازمان پیوسته بود، موافقت نمود و عضویت رسمی نیز در ۴ ژوئیه ۲۰۲۳ تصویب و اعلام شد. کمی بعدتر اعضای بریکس مقرر نمودند که ایران از ۱ ژانویه ۲۰۲۴ به همراه کشورهای آرژانتین، اتیوپی، امارات متحده عربی، عربستان سعودی و مصر به جمع این گروه اضافه شود.

اما پرسشی که اینجا مطرح می شود آنست که عضویت ایران در این سازمانها و یا انعقاد موافقتنامه با اتحادیه های مزبور، تا چه می تواند مشکل گشای معضلات بین المللی ایران باشد. این معضلات مواردی چون تحریم منتج به عدم وجود امکان مبادله برخی کالاها، مشکل بودن یا عدم امکان استفاده از بسیاری خدمات بین المللی مرتبط با تجارت مانند حمل و نقل و بیمه یا سختی در انتقال مالی معاملات بین المللی به ویژه به سبب نپیوستن به گروه ویژه اقدام مالی (اف ای تی اف) را در بر می گیرد. کشور را دچار هزینه های مادی بسیار گسترده و جبران ناپذیر نموده است. آیا اینها بهترین گزینه جایگزین ارتباط با غرب هستند یا آنکه صرفاً می توانند به عنوان تنها جانشین در بدترین شرایط باشند؟ جهت ارایه پاسخی درخور، نگاهی گذرا به ویژگیهای همپیوندیهای یادشده می اندازیم.

اتحادیه گمرکی اوراسیا یک اتحادیه گمرکی متشکل از کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا است. به کالاهایی که میان کشورهای این اتحادیه جابه جا می شوند هیچ حق گمرکی تعلق نمی گیرد و اعضای اتحادیه گمرکی یک تعرفه خارجی مشترک برای همه کالاهایی که به اتحادیه وارد می شوند اعمال می کنند. اعضای این اتحادیه شامل کشورهای ارمنستان، بلاروس، روسیه، قرقیزستان و قزاقستان می باشد. کشورهای عضو، با هدف همگرایی اقتصادی، تمام گمرکات مرزی را پس از ژوئیه ۲۰۱۱ میان خود حذف نموده و در ۱۹ نوامبر ۲۰۱۱ کشورهای عضو یک کمیسیون مشترک برای رشد تبادلات اقتصادی تاسیس کردند که نقش یک سازمان تنظیم کننده برای اتحادیه گمرکی و جامعه اقتصادی اوراسیا را بر عهده دارد. ایران در سال ۱۳۹۸ اقدام به انعقاد موافقتنامه تجارت ترجیحی با این اتحادیه نموده و در حال تلاش برای تبدیل آن به موافقتنامه تجارت آزاد است.

سازمان همکاری های شانگهای که یک سازمان اوراسیایی میان دولتی است، برای همکاری های چندجانبه توسط رهبران چین، روسیه، قزاقستان، قرقیزستان و تاجیکستان سیاسی در سال ۱۹۹۶ پایه گذاری شد. سپس کشورهای ازبکستان، هند، پاکستان و ایران نیز بدان پیوستند.





ضرورت ایجاد تحول محتوایی

در موافقتنامه های تجارت ترجیحی سنتی ایران

امین مالکی (استادیار موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

مریم خلیلی اصل (پژوهشگر موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

توضیح اجمالی:

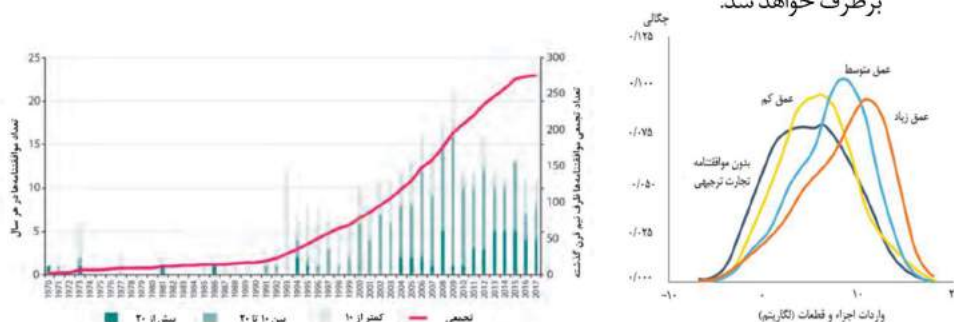
موافقتنامه های تجارت ترجیحی امروز به لحاظ حوزه های سیاستی تحت پوشش به دو دسته سطحی (سنتی) و عمیق (پیشرفته) دسته بندی می شوند. موافقتنامه های سنتی حوزه های سیاستی اندکی را پوشش می دهند و عموماً بر سیاست تجاری سنتی به شکل کاهش تعرفه تمرکز دارند اما تعداد حوزه های سیاستی تحت پوشش نوع پیشرفته آن در دو دهه اخیر افزایش قابل توجهی یافته است. تا اواخر دهه ۱۹۹۰، زمانی که تعداد این موافقتنامه ها شروع به افزایش کرد، اکثر توافقات جدید کمتر از ۱۰ حوزه سیاستی را پوشش می دادند، اما از ابتدای قرن بیست و یکم، اکثر موافقتنامه های جدید بین ۱۰ تا ۲۰ حوزه سیاستی را پوشش می دهند که در موارد مانند موافقتنامه های بین آمریکا و اتحادیه اروپا، بالغ بر ۵۲ حوزه سیاستی را پوشش داده اند.

در یک دسته بندی کلی نسل نوین موافقتنامه های تجاری، آن دسته از موافقتنامه ها که بین ۱۰ تا ۲۰ حوزه سیاستی را شامل می شوند، ابتدا موضوعات نظارتی مرتبط با تجارت، مانند یارانه ها یا موانع فنی تجارت را لحاظ می کنند و زمانی که تعداد حوزه های مشمول سیاست گذاری در موافقتنامه فراتر از ۲۰ می رود، اغلب شامل حوزه های سیاستی می شوند که مستقیماً به تجارت مرتبط نیستند و به مواردی چون نیروی کار، مهاجرت های علمی و کاری و محیط زیست نیز پرداخته شده است. گنجاندن حوزه های سیاست جدید در این موافقتنامه ها تصادفی نیست. امروز مشخص شده است که کلید حل معمای توسعه تجارت «جزء و قطعات صنعت ساخت» به عنوان یکی از پررونق تری حوزه های تجارت جهانی با رشدی بیش از ۴.۵ برابر دیگر حوزه ها، توسعه و تعمیق زنجیره های ارزش جهانی بوده که خود ناشی از توسعه و تعمیق موافقتنامه های تجارت ترجیحی دو و چندجانبه به شکل افقی (در میان کشورهای مختلف) و عمودی (درج اقلام وسیع تر و حوزه های سیاست گذاری بیشتر که دیگر ورای سیاست های تعرفه ای بوده اند و مؤلفه هایی مانند سرمایه گذاری، رقابت، فناوری، حرکت سرمایه و حقوق مالکیت معنوی را نیز در بر می گرفتند) بود. در واقع ضرورت داشت که کشورها برای عملکرد بهتر و عبور از حلقه های اول زنجیره به حلقه های میانی و بالایی، موانع تجاری را کاهش و هماهنگی سیاست ها، قوانین و استانداردهای تجاری و سرمایه گذاری را افزایش دهند و امروز موافقتنامه های تجارت ترجیحی به عنوان ابزاری کلیدی برای دستیابی به این اهداف مد نظر قرار گرفته اند.

«کروگمن» تقسیم فرآیند تولید به چند مرحله در کشورهای مختلف که در هر مرحله ارزش افزوده ای خلق می شود را به عنوان جنبه جدیدی از تجارت جهانی مدرن، «برش زنجیره ارزش» می نامد و «بالدوین» آن را بخشی از فرآیند جهانی شدن و متشکل از دو فاز «تفکیک مراحل تولید در سطح بین المللی» و «سرریزهای فرامرزی» تحلیل می کند.

عقد موافقتنامه های تجارت ترجیحی عمیق به دولت ها این امکان را داده تا اثرات جانبی مثبت تجارت جهانی در حوزه های فناوری، مهارت و تخصص را درونی کنند، به حل مشکلات هماهنگی بپردازند، تولیدکنندگان ملی را به فرآیندهای تولید جهانی و منطقه ای مرتبط کرده و ادغام در شبکه های تولید و زنجیره های ارزش جهانی را تسهیل کنند. نمودار (۱) در سمت چپ افزایش حوزه های سیاستی در موافقتنامه های تجارت ترجیحی طی نیم قرن گذشته و در سمت راست لگاریتم توزیع واردات بین کشورها برای موارد بدون موافقتنامه تجارت ترجیحی، عمق کم (کمتر از ۱۰ ماده قانونی قابل اجرا)، عمق متوسط (بین ۱۰ تا ۲۰ ماده قانونی قابل اجرا) و عمق زیاد (بیش از ۲۰ ماده قانونی لازم الاجرا) نشان می دهد.

با افزایش عمق، توزیع واردات به سمت راست انتقال پیدا می کند که بیانگر این است کشورهایی که موافقتنامه های عمیق تری امضا کرده اند، بهره بیشتری از تقسیم کار تجارت جهانی می برند. هر چه تجارت زنجیره های ارزش جهانی بیشتر باشد، کشورها توافقنامه های عمیق تری امضا می کنند؛ چون علاوه بر رفع موانع میان شرکای تجاری مستقیم، موانع میان کشورهای ثالث نیز برطرف خواهد شد.



تعداد موافقتنامه های تجاری ایران پس از انقلاب شامل ۱۰ موافقتنامه می شود که از این میان در خصوص سوریه موافقتنامه تجارت آزاد است و در خصوص مابقی ۹ کشور ازبکستان، پاکستان، تونس، کوبا، قرقیزستان، بوسنی و هرزگوین، بلاروس، ترکیه و افغانستان موافقتنامه تجارت ترجیحی است (نمودار ۲ سمت چپ).



نمودار (۲) - سابقه موافقتنامه های تجارت ترجیحی ایران و تغییرات مختصات تعرفه ای کشور در سال ۱۴۰۱

نکات کلیدی:

نتایج مطالعات تجربی بیانگر این است که همبستگی مثبت قوی بین موافقتنامه های تجارت ترجیحی و مشارکت در زنجیره ارزش جهانی وجود دارد. در واقع موافقتنامه های تجارت ترجیحی عمیق، ادغام زنجیره های ارزش جهانی را تقویت می کند و لغو آن به زنجیره های ارزش جهانی آسیب می زند. این تأثیر برای صنایع با ارزش افزوده بالاتر بیشتر است. بنابراین توافقات عمیق شرایطی برای کشورها فراهم می آورد تا در صنایع با سطح بالاتر ارزش افزوده مانند صنایع خدماتی با فعالیت های تحقیق و توسعه یا خدمات خرده فروشی ادغام شوند. امضای موافقتنامه های عمیق تأثیر مثبت و بزرگی بر تجارت زنجیره ارزش جهانی دارد. افزودن یک شرط به موافقتنامه تجارت ترجیحی، تجارت دوجانبه در قطعات و اجزاء را به میزان ۱.۵ درصد افزایش می دهد و ارزش افزوده به میزان ۰.۴ درصد دوباره صادر می شود. به عبارت دیگر امضای عمیق ترین موافقتنامه تجارت ترجیحی، تجارت در قطعات و اجزاء را دو برابر می کند و افزایش صادرات مجدد ارزش افزوده حدود ۲۲ درصد است.

نمودار (۲) - سابقه موافقتنامه های تجارت ترجیحی ایران و تغییرات مختصات تعرفه ای کشور در سال ۱۴۰۱

موافقتنامه های تجارت ترجیحی ایران تماماً از نوع موافقتنامه های سنتی بوده و تنها مولفه کاهش تعرفه دوجانبه در آن درج می شود. ساختار موافقتنامه های تجارت ترجیحی ایران تماماً از نوع سنتی به شکل کاهش تعرفه است. این ساختار دو چالش اساسی دارد. یک آنکه با کاهش دیوار تعرفه ای کشور قدرت امتیازگیری شدیداً کاهش می یابد و دوم آنکه پوشش امتیازات دریافتی از انطباق پایینی با حوزه های اصلی صادراتی کشور برخوردار بوده و به عبارت بهتر، آنجا که توان صادراتی بیشتری وجود داشته است، امتیاز دریافت نشده است. هر دوی این چالش های مهم ضروری می سازد که مساعی لازم برای ورود به موافقتنامه های مدرن در موارد آتی صورت گیرد.

در سال ۱۴۰۱ دیوار تعرفه ای کشور به دلیل افزایش نرخ پایه حقوق گمرکی از ۴۲۰۰ به نرخ نیما و با استدلال های جلوگیری از تورمزایی واردات، کاهش قابل توجهی یافت و همان طور که در نمودار (۲) در سمت راست نمایش داده شده است، برای ۱۱۳۰ ردیف تعرفه نزدیک به ۴۱ درصد و برای کل واردات نزدیک به ۲۵.۵ درصد کاهش یافته است. زمانی که جنس موافقتنامه تجارت ترجیحی از نوع سنتی و تنها ابزار مندرج در آن به شکل کاهش تعرفه باشد، این به معنای کاهش قدرت چانه زنی و کاهش امکان امتیازگیری در موافقتنامه است که در کل کارآمدی موافقتنامه را در استفاده از ظرفیت های تجاری کشور مقابل کاهش می دهد.

امروز ضرورت دارد که دستگاه های متولی عقد موافقتنامه های تجارت ترجیحی مانند معاونت حقوقی ریاست جمهوری، سازمان توسعه تجارت ایران و وزارتخانه های متولی عقد موافقتنامه با کشورهای مختلف، در موارد جدید عقد موافقتنامه از ساختار سنتی فاصله گرفته و در گام اول باهدف گذاری حوزه های سیاستی «عمق متوسط» شامل تخفیف های مالیاتی، تحقیق و توسعه، آموزش، مهارت و فناوری و نوآوری را مد نظر قرار دهد.

سخن پایانی: موافقتنامه های تجاری امروز تبدیل به پلتفرم اصلی همکاری های اقتصادی از مجرای توسعه تجارت شده اند. نکته اینجاست که در کشورهای در حال توسعه موافقتنامه های تجارت ترجیحی عمیق نقش بیشتری دارند؛ چراکه در این کشورها تجارت با موانع بیشتری مواجه بوده و نهادهای داخلی نسبت به اقتصادهای توسعه یافته ضعیف تر هستند. موافقتنامه های تجارت ترجیحی امروز یکی از مجاری اصلی جذب سرمایه گذاری و ورود به زنجیره های ارزش جهانی در صنایع دانش محور مانند الکترونیک، خودرو و داروها هستند و اکتفا کردن به یک حوزه کاهش تعرفه (وضعیت موجود)، خودتحریمی ناشی از عدم شناخت این ظرفیت ها از ناحیه ارکان مختلف تصمیم سازی است. حتی اگر این ملاحظات به پلتفرم دیگری چون مفاد مندرج در کمیسیون های همکاری واگذاری شود، به شدت قابلیت عملیاتی سازی آنها را کاهش می دهد و همراه کردن زمینه های همکاری های جدید تجاری به توسعه روابط در سایر حوزه ها، به این معنا است که امروز برای بازدهی به دیگر کشورها، حداکثر منافع ملی رعایت می شود.



دیپلماسی تجاری

بهره‌مندی از ظرفیت‌های تحول دیجیتال در عرصه ترانزیت با اجرای سیستم تیر الکترونیک

زهره آقاجانی (استادیار موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)
الناز میاندوآبی (دانشیار موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

در دهه ۲۰۰۰، همگام با آغاز تحولات دیجیتالی در جهان و از جمله در حوزه حمل‌ونقل و دیجیتالی نمودن فرآیندهای آن از جمله در ترانزیت، با توجه به منافع آن تسهیل و کاهش زمان و هزینه حمل و نقل فرامرزی مورد توجه قرار گرفت. در سال ۲۰۰۳ طرف‌های متعاقد کنوانسیون تیر، اجرای پروژه تیر الکترونیک را تحت عنوان سیستم بین‌المللی تیر الکترونیک آغاز کردند. هدف این سیستم، ایجاد یک پلتفرم تبادل داده بین تمامی ذینفعان ترانزیت اعم از گمرکات، دارندگان کارنه تیر و موسسات ضامن است. اهمیت ای تیر در ایجاد بستری امن برای تبادل داده بین سیستم‌های گمرکی مرتبط با ترانزیت بین‌المللی کالا، وسایل نقلیه و کانتینرها بر اساس مفاد کنوانسیون تیر است. در نهایت اجرای این پروژه سه مزیت مهم را برای کشورهای عضو کنوانسیون به دنبال خواهد داشت: (الف) تقویت امنیت و مدیریت ریسک در برای گمرکات و در نتیجه کاهش احتمال تقلب و قاچاق؛ (ب) کاهش هزینه‌های مدیریتی تمامی بازیگران ترانزیت در جهان و بهبود یکپارچگی در مدیریت زنجیره‌های تامین و (ج) تسریع فرآیندهای ترانزیت با اجرای سیستم پیش ثبت اطلاعات محموله (ACI) و تبادل لحظه‌ای این اطلاعات بین ذینفعان. این سیستم که تحت پروتکل سازمان جهانی گمرکات عمل می‌کند، اطلاعات لحظه‌ای در مورد محموله‌های ورودی به گمرکات را در اختیار خطوط کشتیرانی، اپراتورهای بندری و دولت‌ها قرار می‌دهد.

سیستم تیر الکترونیک از ۲۵ ماه می سال ۲۰۲۱ لازم الاجرا شده است. در حال حاضر از بین ۴۸ عضو کنوانسیون تیر که علاقمند به مشارکت در این پروژه‌اند، کشورهای آذربایجان، گرجستان، ایران، مولداوی، تاجیکستان، پاکستان، تونس، ترکیه و ازبکستان در حال اتصال سامانه‌های گمرکی خود به این سیستم هستند. ایران دومین مصرف‌کننده بزرگ کارنه تیر در جهان است. از سوی دیگر علیرغم وجود رقابتی منطقه‌ای، به دلیل حضور موثر و فعال کشورمان در کنوانسیون تیر، در بهمن ۱۳۹۹ برای سومین دوره ۲ ساله متوالی، نماینده ایران از گمرک ج.ا. به عنوان عضو شورای اجرایی کنوانسیون تیر سازمان ملل انتخاب شد. این شورا مهمترین بازوی تصمیم‌گیری کنوانسیون است.

برای تسریع در اجرای تیر الکترونیک، علاوه بر کاهش هزینه‌های ترانزیت از ایران، به لحاظ تسهیل حمل‌ونقل فرامرزی کالاهای وارداتی و صادراتی کشورهای هدف مشمول این پروژه و همگامی با حرکت جهانی شکل گرفته در این زمینه حائز اهمیت است

بررسی روند ترانزیتی کالا از کشور نشان می‌دهد که حجم ترانزیت طی دهه ۹۰ افت داشته است، تناژ ترانزیت ریلی هیچ‌گاه از مرز ۱.۶ میلیون تن عبور نکرده و ترانزیت جاده‌ای نیز پس از یک دوره روند افزایشی طی سال‌های ۱۳۹۰-۹۳ (که منجر به عبور بیش از ۱۲ میلیون تن کالا از کشور شد) در سال‌های پس از آن دیگر نتوانست به رکورد این دوره دست یابد. عمده‌ترین دلایل روند پرنوسان ترانزیت از کشور را می‌توان ناشی از ضعف‌ها و ناهماهنگی‌های داخل کشور، تأثیرگذاری مناسبات بین‌المللی و تشدید فضای رقابتی حمل‌ونقل و لجستیک در منطقه و بحران کرونا (که هزینه‌های حمل‌ونقل و ترانزیت بین‌المللی را افزایش داده و اختلالاتی در حمل‌ونقل فرامرزی، به‌خصوص در سال ۱۳۹۹ ایجاد کرد) دانست.

یکی از راهکارهای ارتقای عملکرد ترانزیتی کشور، بهره‌مندی از تحولات دیجیتالی در این حوزه است. موضوعی که در کنوانسیون تیر به عنوان مهمترین مقررات بین‌المللی مرتبط با ترانزیت جاده‌ای نیز به آن توجه ویژه‌ای شده است. هدف این کنوانسیون تسهیل حمل‌ونقل فرامرزی کالا در ترانزیت بواسطه کاستن از تشریفات گمرکی، عدم بازرسی بارهای عبوری از کشورها و جلوگیری از خسارت‌های احتمالی در جریان ترانزیت کالا مورد نظر است. کنوانسیون تیر در حال حاضر ۷۷ عضو متعاقد (از جمله اقتصادهای بزرگ جهان مانند اتحادیه اروپا، چین، روسیه و آمریکا) دارد. ایران و تمامی همسایگان - به جز عراق که در حال تدارک مقدمات پیوستن به این کنوانسیون است - در آن عضویت دارند. مهمترین ذینفعان سیستم تیر در کشورها شامل گمرکات، موسسه‌های ضامن در سلسله تضمینات سیستم تیر و دارندگان کارنه تیر می‌شوند. این سلسله تضمینات به منظور حصول اطمینان از ضایع نشدن حقوق و عوارض گمرکی در صورت ارتکاب موارد خلاف کنوانسیون ابداع شده است که توسط اتحادیه بین‌المللی حمل‌ونقل جاده‌ای (ایرو) پشتیبانی می‌شود. موسسه ضامن صادرکننده کارنه تیر در ایران، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران است که این سند را برای شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی عضو اتاق صادر می‌کند.



تداوم اجرای پروژه، فارغ از تغییرات مدیریتی در دولت: ماهیت پویای حمل و نقل بین‌المللی و فضای رقابتی ترانزیت منطقه ایجاب می‌کند که اقدامات توسعه‌ای ترانزیت و به‌خصوص اجرای سیستم تیر الکترونیک با رویکرد آینده‌نگرانه و فارغ از تغییرات مدیریتی در بدنه دولت، به طور مستمر و با کمترین وقفه پیگیری شود. این موضوع نیازمند شناخت و درک کافی سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران امر از اهمیت این پروژه و نقش آن در افزایش جذابیت ترانزیتی ایران در منطقه است.

الزامات اجرای واقعی سیستم تیر الکترونیک در ایران: در حال حاضر سیستم تیر الکترونیک به صورت آزمایشی و محدود در کشور اجرا شده است. اما پیاده‌سازی واقعی و فراگیر این سیستم، نیازمند دو پیش‌نیاز اصلی است؛ اول ایجاد وفاق مدیریتی در سطح کلیه نهادهای ذیربط (به‌خصوص نهادهای امنیتی و ارتباطاتی کشور) به دلیل اهمیت موضوع و دوم بروزرسانی نرم‌افزار مورد استفاده منطبق با آخرین ویرایش منتشر شده آن.

تعامل و همکاری فعال با کشورهای منطقه و دیگر کشورهای عضو: با توجه به قابلیت‌های ایران برای ایفای نقش فعال در اجرایی شدن تیر الکترونیک در منطقه، این مهم می‌تواند بواسطه تعامل و جلب مشارکت همسایگان علاقمند و دیگر کشورهای عضو پروژه، تحقق یابد. موضوع این همکاری‌های دوجانبه و چندجانبه، معطوف به تکمیل و بهبود زیرساخت‌ها، انتقال تجارب، رفع موانع و کمبودهای متقابل در اجرای این سیستم خواهد بود. در این ارتباط، بهره‌گیری از ظرفیت‌های دیپلماسی تجاری با رویکرد برد-برد و ایجاد وابستگی بلندمدت، بویژه با تاکید بر فعال‌سازی و ارتقا کربدورهای ترانزیتی می‌تواند راهگشا باشد.

ترغیب کشورهای غیر عضو تیر الکترونیک برای عضویت در آن: اجرای کامل تیر الکترونیک در مسیر کربدورهای ترانزیتی مهم عبوری از ایران، مستلزم عضویت تمامی کشورهای مرتبط با این کربدورها در سیستم تیر الکترونیک است. این امر نیازمند ترغیب کشورهای غیر عضو این سیستم برای عضویت در آن و بهره‌مندی از منافع ناشی از تسهیل حمل و نقل در این مسیرهاست که ایران می‌تواند نقش موثری را در این زمینه ایفا کند.

علاوه بر این ایران مشارکت فعالی را در پروژه‌های پایلوت تیر الکترونیک داشته است که از آن جمله می‌توان به مشارکت با ترکیه (۱۳۹۴)، حمل ترکیبی با اسلونی (۱۳۹۶)، آذربایجان (۱۳۹۸) و هند-چابهار-افغانستان (۱۳۹۸) اشاره نمود. همچنین پیاده‌سازی این سیستم در کربدورهای ترانزیتی تحت عنوان کربدورهای ترانزیتی دیجیتال مورد توجه قرار دارد که ایران نقش مهمی را در آنها ایفا می‌کند. ایران می‌تواند ضمن انجام اقدامات لازم برای تحقق ترانزیت بدون کاغذ در کشور، در بعد خارجی نیز با بهره‌گیری از ابزار دیپلماسی نقش محوری را در اجرای تیر الکترونیک در منطقه ایفا کند که این امر در نهایت به افزایش جذابیت ترانزیت از خاک کشور خواهد انجامید.

نکات کلیدی:

در راستای بکارگیری پتانسیل‌های سیستم تیر الکترونیک برای ارتقاء قابلیت‌های ترانزیتی کشور باید به نکات زیر توجه نمود:

نقش تیر الکترونیک در تسهیل تجارت فرامرزی بین کشورهای عضو: مطالبه وزارت صنعت، معدن و تجارت از گمرک جمهوری اسلامی (به عنوان متولی اصلی فرآیندهای گمرکی): برای تسریع در اجرای تیر الکترونیک، علاوه بر کاهش هزینه‌های ترانزیت از ایران، به لحاظ تسهیل حمل و نقل فرامرزی کالاهای وارداتی و صادراتی کشورهای هدف مشمول این پروژه و همگامی با حرکت جهانی شکل گرفته در این زمینه حائز اهمیت است. از سوی دیگر اجرای کامل این پروژه در تمامی حلقه‌های کربدورهای عبوری از ایران، به تسهیل تجارت فرامرزی بین کشورمان و شرکای تجاری عمده خواهد انجامید. در نهایت نباید از نظر دور داشت که رقابت پذیری مسیرهای ترانزیت عبوری از ایران، در کنار چالش‌های مدیریتی و نرم‌افزاری، از مسائل سخت‌افزاری نظیر فرسودگی ناوگان حمل و نقل جاده‌ای نیز تاثیر می‌پذیرد که این امر نیازمند توجه وزارتخانه متبوع به عنوان متولی تامین ناوگان حمل بار در کشور است.

نشریه دیجیتالی «بازار نا بازار» شامل تازه‌ترین دیدگاه‌ها و گزارش‌های تحلیلی پژوهشگران و کارشناسان موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در موضوعات تخصصی و روز کشور است و لزوما دیدگاه رسمی و سازمانی این موسسه به حساب نمی‌آید.

شناسنامه نشریه

مدیر مسئول: دکتر احمد تشکینی

سر دبیر: دکتر قاسم خرمی

تامین محتوای: فائزه کیائی

گرافیکست و صفحه‌آرا: ماهورا موسوی

عکاس: امیر محسن باسحا

