



بررسی پتانسیل صادراتی دوجانبه ایران در تجارت با کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی

دکتر محمد علی عبدالوند*

دکتر محمد علی ضیغمی**

چکیده

از محورهای مهم جهت برنامه‌ریزی به ویژه در توسعه صادرات به کشورهای در حال توسعه، آگاهی از ظرفیت های دوجانبه کشورها در تولید و صدور کالا است. هدف اصلی این مقاله بررسی و شناسایی پتانسیل صادرات غیر نفتی دوجانبه ایران در تجارت با کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی می باشد که محاسبات و تحلیل ها بر حسب کل بخش تجارت غیر نفتی کشورها و بخشهای ۲۱ گانه طبق بندی نظام هماهنگ می باشد. این مطالعه با استفاده از داده های پس نگر^۱ (صادرات و واردات) شامل ایران و ۲۳ کشور واقع در آسیای جنوب غربی انجام گردید. روش تجزیه و تحلیل بر مبنای شاخص پتانسیل صادراتی دوجانبه می باشد. نتایج نشان می دهد ایران در صادرات غیر نفتی به کشورهای منطقه دارای فرصت های صادراتی زیادی به ویژه در بخشهای فلزات اساسی و مصنوعات آنها، فرآورده های معدنی، فرآورده های شیمیایی، مواد پلاستیکی و اشیاء ساخته شده از آن، مواد نسجی و مصنوعات ساخته شده از آن و فرآورده های صنایع غذایی و نوشابه ها می باشد. معهدا، ایران می تواند با تقویت مناسبات منطقه ای از جمله گسترش تجارت درون منطقه ای با کشورهای مذکور بخصوص با امارات متحده عربی، عربستان سعودی، ترکیه، مصر، عراق، پاکستان، قزاقستان کویت، اردن و عمان فرصت مناسبی برای جمهوری اسلامی ایران محسوب گردد.

واژگان کلیدی:

پتانسیل صادراتی، آسیای جنوب غربی، طبقه بندی نظام هماهنگ، تجارت، ایران.

* استادیار، عضو هیات علمی تمام وقت دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

تهران - بزرگراه اشرافی اصفهانی - به سمت حصارک - دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

** دانش آموخته دکتری مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی بین المللی)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران (mzeyghami@yahoo.com)

تهران - بزرگراه اشرافی اصفهانی - به سمت حصارک - دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

نویسنده مسئول یا طرف مکاتبه: دکتر محمدعلی عبدالوند

مقدمه

یکی از محورهای مهم جهت برنامه ریزی به ویژه در توسعه صادرات به کشورهای در حال توسعه، آگاهی از ظرفیت های کشور در تولید و صدور کالا به بازارهای منطقه است.

در رابطه با مفهوم پتانسیل صادراتی بایستی اشاره کرد که یک کشور ممکن است در تولید یک محصول از پتانسیل تولیدی برخوردار باشد بطوریکه آن محصول را در مقایسه با سایر کشورها ارزانتر تولید کند ولی این امر ممکن است موفقیت کشور مذکور را در صادرات تضمین نکند. به عبارت دیگر، ممکن است کشور فوق علیرغم دارا بودن پتانسیل در تولید کالا تنها به دلیل عدم کارایی نسبی در بازار رسانی کالا و مراحل چون بسته بندی، کیفیت، استانداردهای عرضه، مهارت در ایجاد معاملات، تغییر در رجحان های مصرف کنندگان تغییر شرایط بازار و حتی عوامل سیاسی، نتواند در جریان مبادلات خارجی، کالاهای صادراتی خود را در یک قیمت قابل رقابت در مقایسه رقبا عرضه نماید. برخورداری کشور از پتانسیل تولیدی برای یک کشور اگرچه شرط لازم است ولی شرط کافی در نشان دادن پتانسیل صادراتی نمی باشد. زیرا گرفتن سهم عمده در بازار جهانی آن کالا مستلزم این است که کشور فوق با فرض یکسان بودن سایر شرایط، نسبت به دیگر کشورهای رقیب، کالای خود را بدون محدودیت تقاضا عرضه نماید. بدین ترتیب می توان گفت، در تعیین پتانسیل صادراتی هر کشور عوامل مختلفی نقش دارند که می توان آنها را در سه زمینه تولید، صدور (یا عرضه) و تقاضای جهانی تقسیم بندی نمود. همانطوریکه قبلاً اشاره شد نظریات تجارت بین الملل اغلب به تعیین پتانسیل تولیدی پرداخته اند بطوریکه عامل تولیدی نیروی کار و سرمایه، منابع طبیعی، تغییر و تحول تکنولوژی، تحقیق و توسعه، صرفه های ناشی از مقیاس را مد نظر قرار داده اند.

به جهت اینکه تجارت خارجی و مبادله کالاها میان کشورها تحت شرایط مکانی متفاوت مفهوم پیدا می کند و محصول پس از تولید به سایر کشورها (کشورهای مقصد) جهت مصرف عرضه می شود، در این ارتباط عوامل

متعددی بر پتانسیل صادراتی هر کشور تأثیر می گذارند (به طوری که برخی از این عوامل حتی پتانسیل کشورها در مرحله تولید را متأثر می کند). عواملی نظیر کشش عرضه تولیدی، هزینه های حمل و نقل، بسته بندی، بیمه، بازاریابی، تبلیغات و اطلاع رسانی از جمله مهمترین عوامل فوق می باشد که بر پتانسیل صادراتی موثرند. در واقع عوامل فوق تشکیل دهنده ظرفیت و پتانسیل صادراتی یک کالا در یک کشور به حساب می آید که در مرحله اولیه سیکل تولید حاصل می گردد. از آنجا که عرضه کالا برای پاسخگویی به تقاضا صورت می گیرد، لذا از طرف تقاضای صادراتی نیز عوامل مختلفی امکان یا عدم جمله می توان به رشد تقاضا به جهت تغییر سلیقه مصرف کنندگان خارجی، دخالت دولت کشورهای وارد کننده، کشش قیمتی و درآمدی و متقاطع تقاضا برای صادرات به بازارهای بین المللی اشاره نمود. در مجموع وجود پتانسیل هر کشور در عرضه کالا به بازارهای صادراتی عمدتاً از ناحیه نیروی کار، سرمایه، منابع طبیعی و تکنولوژی است که شرط لازم برای حضور موفق در بازارهای جهانی هستند ولی شرط کافی محسوب نمی شوند.

بدیهی است بازارهای گسترده و متنوع برای محصولات صادراتی هر کشور می تواند یکی از مولفه های مهم و مؤثر برای حضور پایدار و مستمر در آن بازارها به شمار روند. با عنایت به اینکه فاصله جغرافیایی و وجود اشتراکات فرهنگی از عوامل مؤثر در بازاریابی و توسعه فعالیت بنگاهها در سطح بازارهای بین المللی است، حفظ جایگاه و موقعیت محصولات در این بازارها، از اهمیت ویژه ای برخوردار است. (ضیغمی)

خوشبختانه در طی سالهای اخیر، فعالیت و مشارکت فعال در عرصه همکاری های منطقه ای به ویژه با کشورهای همسایه شامل کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی در سرلوحه برنامه پنجم توسعه اقتصادی قرار گرفته است. اقتصاد ایران براساس فواصل جغرافیایی و مشترکات فرهنگی، اجتماعی و زبانی با کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی از یک بازار طبیعی وسیع صادرات غیر نفتی

راستا، ارزیابی و تحلیل پتانسیل صادراتی دوجانبه ایران با کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی است که از اهداف این مقاله می باشد. ادامه مقاله حاضر در چارچوب مفاهیم پتانسیل صادراتی به صورت زیر سازماندهی شده است. در بخش دوم با استفاده از آمار صادرات ایران در تجارت با کشورهای مورد مطالعه، عملکرد صادراتی ایران در منطقه مورد بررسی ارائه می گردد. بخش دوم مقاله به روش شناسی تخمین پتانسیل صادراتی دوجانبه^۲ (IXP) که توسط آنکتاد^۳ معرفی شده است و همچنین نحوه سنجش پتانسیل صادراتی دوجانبه ایران پرداخته می شود. در بخش سوم با در نظر گرفتن تخمین های بعمل آمده از پتانسیل صادراتی دوجانبه ایران با کشورهای مورد مطالعه، به معرفی گروههای هدف صادراتی ایران در تجارت با کشورهای مورد مطالعه و همچنین بازارهای عمده صادراتی ایران در منطقه آسیای جنوب غربی سنجیده می شود و سرانجام بخش سوم به نتیجه گیری اختصاص دارد.

بررسی عملکرد صادراتی ایران

بررسی ها نشان می دهد روابط تجاری ایران از دهه ۷۰ شمسی به بعد با کشورهای مورد مطالعه افزایش یافته است. ارزش صادرات غیرنفتی ایران به کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی از ۸۶۴/۵ میلیون دلار در سال ۱۳۷۱ با فراز و نشیب هایی به بالاترین میزان صادرات به ارزش ۷۵۶۵/۷ میلیون دلار در سال ۱۳۸۵ افزایش یافته که بطور متوسط سالانه ۱۳/۴ درصد افزایش یافته است. در واقع در طی ۱۵ سال اخیر ارزش صادرات غیرنفتی به کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی بیش از ۸/۵ برابر گردیده است. در صورتیکه ارزش صادرات غیر نفتی به جهان سالانه ۹ درصد افزایش یافته و در طول دوره مذکور بیش از ۶ برابر شده است. با توجه به رشد بالای صادرات غیرنفتی به کشورهای مورد مطالعه، سهم این بازار از کالاهای صادرات غیرنفتی کشور در سال ۱۳۷۱، ۳۲/۳ درصد بوده که با افت و خیزهایی در سال ۱۳۸۴ به ۵۸/۳ درصد و در سال ۱۳۸۵ به ۴۶/۹ درصد افزایش یافته

برخوردار است. این منطقه که بخشی از جنوب غرب قاره پهنای آسیا است و در محدوده خشک الی نیمه خشک واقع شده در برگیرنده ۲۵ کشور از پنج حوزه ژئوپلیتیکی آسیای مرکزی، قفقاز، خلیج فارس و خاورمیانه و پاکستان و افغانستان به وسعتی حدود ۱۲ میلیون کیلومتر مربع است. (حسن پور، ۱۳۸۷، ۲۴-۲۵)

کشورهای واقع در این ناحیه عبارت است از:

۱- ایران، ۲- قزاقستان، ۳- عربستان، ۴- پاکستان، ۵- ترکیه، ۶- افغانستان، ۷- یمن، ۸- ترکمنستان، ۹- ازبکستان، ۱۰- عراق، ۱۱- عمان، ۱۲- قرقیزستان، ۱۳- سوریه، ۱۴- تاجیکستان، ۱۵- اردن، ۱۶- آذربایجان، ۱۷- امارات متحده عربی، ۱۸- گرجستان، ۱۹- ارمنستان، ۲۰- فلسطین، ۲۱- کویت، ۲۲- قطر، ۲۳- لبنان، ۲۴- بحرین ۲۵- مصر

این کشورها مجموعاً ۹/۵ درصد از کل وسعت ۱۳۳/۸ میلیون کیلومتر مربع جهان را تشکیل می دهند. در این بین قزاقستان با وسعتی حدود ۲/۷ میلیون کیلومتر مربع وسیع ترین و بحرین با ۷۱۰ کیلومتر مربع کوچکترین کشور مستقل در این ناحیه به شمار می روند. جمهوری اسلامی ایران با ۱/۶ میلیون کیلومتر مربع سومین کشور بعد از قزاقستان و عربستان از لحاظ وسعت می باشد. از این میان به غیر از کشورهای گرجستان^۱ و ارمنستان، ۲۳ کشور واقع در این ناحیه، مسلمان و عضو سازمان کنفرانس اسلامی می باشند. جمعیت کشورهای واقع در این ناحیه بالغ بر ۵۸۰ میلیون نفر می باشد که تقریباً ۹ درصد از کل جمعیت جهان را تشکیل می دهد. ارزش تولید ناخالص داخلی منطقه در سال ۲۰۰۶ معادل با ۱۸۷۵/۳ میلیارد دلار بوده است که سهمی حدود ۳/۹ درصد از اقتصاد جهانی را تشکیل داده است. (Worldbank, 20-24)

ج.ا. ایران به منظور گسترش و تعمیق برنامه های مناسب توسعه صادرات و تحقق اهداف کوتاه و بلندمدت حسب سند چشم انداز در افق ۱۴۰۴، آگاهی از پتانسیل صادراتی دوجانبه نخستین گام در جهت شناخت توانایی ها و ظرفیت های موجود صادراتی ایران در تجارت با کشورهای منطقه می باشد. نکته حائز اهمیت در این

2. Identifying Export Potential

3. UNCTAD

۱. البته ۹ درصد از جمعیت گرجستان مسلمان می باشند.

در دو سال گذشته عراق و افغانستان بازارهای مناسبی برای محصولات ایرانی بوده‌اند.

است. در مجموع می‌توان اذعان داشت که حدود نیمی از صادرات غیرنفتی کشور توسط فعالین این بازار جذب گردید. اما نکته قابل توجه این است عرضه کالاهای ایرانی تنها محدود به چند کشور واقع در آسیای جنوب غربی است. به عنوان مثال ۱۹/۱ درصد از کل صادرات غیر نفتی کشور در طی سالهای ۱۳۸۵-۱۳۸۱، به امارات متحده عربی صادر گردید. در حالیکه سهم سایر کشورهای مورد مطالعه در صادرات غیر نفتی کشور حداکثر یک و سوم سهم مذکور می باشد. (ضیغمی، ۲۷)

جدول (۱) سهم و جایگاه هر یک از کشورهای مورد مطالعه را در صادرات غیر نفتی کشور در طی سه مقطع زمانی پنج‌ساله ۱۳۷۵-۱۳۷۱، ۱۳۸۰-۱۳۷۶ و ۱۳۸۵-۱۳۸۱ ارائه می‌نماید.

براساس این جدول، عمده ترین بازارهای صادرات غیر نفتی کشور در طی سالهای ۱۳۷۵-۱۳۷۱، امارات متحده عربی^۱ (۳۴۵)، ترکیه (۲۶۰)، آذربایجان (۱۳۰)، کویت (۵۷) و ترکمنستان (۵۷) بوده که بعد از گذشت بیش از یک دهه یعنی در طی سالهای ۱۳۸۵-۱۳۸۱، عمده ترین بازارهای صادراتی به امارات متحده عربی (۱۶۸۸)، عراق (۶۸۷)، افغانستان (۲۹۱)، آذربایجان (۲۷۵) و کویت (۲۲۲) اختصاص یافته است. بدین ترتیب پنج کشور مذکور ۳۵/۸ درصد از کل صادرات غیرنفتی کشور را به خود اختصاص داده‌اند که به عنوان عمده‌ترین بازارهای جذب‌کننده محصولات غیرنفتی ایران محسوب می شوند. در صورتیکه سهم سایر کشورها از کل صادرات غیر نفتی کمتر از ۳ درصد بوده است.

البته طی چند سال اخیر امارات متحده عربی به عنوان بارانداز تجارت ایران با کشورهای اروپایی، آمریکا، ژاپن و ... مطرح شده و مبادلات ایران با امارات متحده عربی گسترش و در مقابل، مبادلات با اتحادیه اروپا و برخی کشورهای دیگر کاهش داشته است. در واقع، کشورهای عربی همجوار، کشورهای مستقل مشترک‌المنافع (CIS)^۲، افغانستان و سایر بازارهای خاورمیانه در مبادلات تجاری کشور جایگاه جدیدی پیدا کرده، بطوریکه

۱. ارقام متوسط ارزش صادرات غیر نفتی بر حسب میلیون دلار را نشان می‌دهد.

2. Commonwealth of Independent States (CIS)

جدول (۱) وضعیت شرکای تجاری ایران در ناحیه آسیای جنوب غربی						
متوسط ارزش صادرات غیر نفتی ایران به						کشور
1381-1385		1376-1380		1371-1375		
سهام (درصد)	رتبه	ارزش (میلیون دلار)	ارزش (میلیون دلار)	رتبه	ارزش (میلیون دلار)	
19.1	1	1687.9	497.2	1	345.4	امارات متحده عربی
7.8	2	686.9	74.9	23	0.0	عراق
3.3	3	291.2	24.6	11	22.4	افغانستان
3.1	4	275.1	199.1	3	130.0	آذربایجان
2.5	5	222.3	60.2	4	57.3	کویت
2.4	6	211.8	57.8	12	20.9	عربستان سعودی
2.2	7	195.1	52.2	7	34.9	پاکستان
2.0	8	172.9	131.1	2	260.4	ترکیه
1.4	9	123.9	43.1	8	28.9	ارمنستان
1.3	10	117.9	106.5	5	57.1	ترکمنستان
1.3	11	114.0	31.6	16	11.8	جمهوری عربی سوریه
1.0	12	89.6	29.1	17	9.1	تاجیکستان
0.8	13	70.8	74.1	6	44.6	ازبکستان
0.6	14	52.6	30.7	10	25.8	قزاقستان
0.6	15	49.2	26.9	13	20.4	قطر
0.5	16	46.0	9.4	15	17.2	بحرین
0.4	17	36.4	12.0	19	4.0	گرجستان
0.4	18	32.2	18.9	9	25.8	لبنان
0.4	19	31.6	17.7	14	19.6	قرقیزستان
0.3	20	30.0	7.9	21	1.8	مصر
0.3	21	23.0	4.1	18	6.0	عمان
0.1	22	10.3	3.7	20	3.4	اردن
0.1	23	9.7	5.2	22	1.4	یمن

ماخذ: یافته های تحقیق (اطلاعات خام جدول برگرفته از بانک اطلاعات تجارت غیر نفتی خدمات ماشینی گمرک ج.ا.ایران سالهای (۱۳۸۵-۱۳۷۱))

صورت می‌گیرد. در این روش فقط میزان پتانسیل تجاری میان کشورها در سطح بخشی و نه صرفاً کالایی را برآورد می‌کنند. (حسن پور، ۱۳۸۷، ۳۶)

مدل جاذبه مذکور عموماً "برآوردهای نسبتاً مناسبی از پتانسیل تجاری در سطح بخشی با استفاده از جریانهای تجاری دوجانبه بالفعل و تحقق یافته ارائه می‌کند. به بیان دیگر یک ابزار تجربی مناسب در حوزه تجارت بین الملل برای برآورد پتانسیل تجاری است با این شرط که جریانهای تجاری میان کشورها به صورت دوجانبه به وقوع پیوسته باشد. ولی در زمینه نشان دادن امکان تجارت و میزان تجارت بالقوه میان کشورها بصورت دوجانبه بخصوص در مواردی که کشورهای مورد بررسی در ابتدا هیچ گونه تجارتی نداشته و یا سطح همکاری در سطح نازلی قرار دارد مدل جاذبه (از لحاظ ماهیت مدل) در برآورد پتانسیل تجاری میان کشورها ناتوان است.

(Helmerts & Pasteels, 2006, 10-12)

در مواردی که هدف تجزیه و تحلیل امکان و برآورد پتانسیل تجاری دوجانبه میان آندسته از کشورهایی که در ابتدا هیچ گونه رابطه تجاری با یکدیگر ندارند (نظیر کشورهای مورد مطالعه) از شاخص‌ها و روشهای مختلفی استفاده می‌شود که به صورت معادلات ریاضی، آنها در قالب فرمول‌های بسیار ساده، میزان و امکان تجارت میان کشورها را آشکار می‌کند. (ITC, 2004, 10)

در روش مذکور میزان تجارت بین کشورها بطور بالقوه در سطح کالایی و بخشی آشکار می‌شود. در این روش شاخصها با استفاده از طبقه‌بندیهای کالایی و برحسب ارزشهای مستقیم صادرات و واردات زوج کشورها و با استفاده از داده‌های بعد از تجارت قابل محاسبه می‌باشند. (Spivak and Weinblatt, 1996, 3)

در این روش‌ها، ابتدا بایستی ساختار صادرات و واردات میان دو کشور را بر حسب گروههای مختلف کالایی مشخص نمود. به این ترتیب که ارزش واردات گروه کالایی یک کشور را بر حسب طبقه‌بندی مختلف کالایی و بازار مشخص در نظر گرفته، سپس در مقابل آن، ارزش صادرات کشور طرف تجاری را از همان گروه کالایی مشخص می‌کنیم، بدین صورت برای هر کشور یک بردار صادرات یا واردات به وجود می‌آید و معهداً با استفاده از روشها و شاخص‌های معمول، به اندازه‌گیری و برآورد

روش شناسی تحقیق

مروری بر مطالعات تجربی تعیین پتانسیل تجاری دوجانبه نشان می‌دهد میزان پتانسیل تجاری کشورها متأثر از تعدادی عوامل میباشد که برخی از آنها با توجه به منابع اطلاعاتی و آماری قابل دسترس، قابل اندازه‌گیری است و برخی دیگر از غیر قابل اندازه‌گیری میباشد. به منظور بررسی پتانسیل تجاری با تکیه بر عرضه عوامل تولیدی لازم است ابتدا ظرفیت و شدت دسترسی به عوامل تولید کالای صادراتی شناسایی شود که مطالعه مذکور در چاقوب مدل هکشر-اولین^۱ قابل بررسی است. در این ارتباط محاسبه پتانسیل تجاری با تکیه بر میزان ظرفیت عوامل تولیدی به چند دلیل مشکل می‌باشد. عمده‌ترین آن عدم دسترسی به اطلاعات به روز و قابل اعتماد آنها بصورت جزئی و در سطح کالایی در زمینه تولید کالا، منابع و امکانات تولیدی کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه می‌باشد. بدین ترتیب تجزیه و تحلیل پتانسیل تجاری با توجه به ظرفیت و کارایی عوامل و تاثیر آن بر میزان پتانسیل تجاری که متکی بر قیمت‌های نسبی قبل از تجارت میباشد همواره با محدودیت‌هایی است. (حسن پور، ۱۹-۲۰)

با توجه به محدودیت‌های موجود بسیاری از اقتصاددانان و محققان مطرح در حوزه تجارت بین الملل تلاش کرده‌اند تحلیل پتانسیل تجاری را با استفاده از شاخص‌های متکی به داده‌های بعد از تجارت^۲ و به روش تحلیل عملکردی تجاری برآورد نمایند. (ITC, 2005, 12-18) روش‌های مورد استفاده برای تعیین پتانسیل تجاری، عمدتاً متکی بر دو روش می‌باشد: روش متکی بر مطالعات اقتصادسنجی و روش مقایسه ساختار تجاری با استفاده از شاخصهای ساده ریاضی می‌باشد. این روشها صرفنظر از اینکه امکان تجارت به صورت دو یا چند جانبه کشورها را نشان میدهند میزان پتانسیل تجاری میان کشورها را به صورت دوجانبه آشکار می‌کند. روش تعیین پتانسیل تجاری بر مبنای مطالعات اقتصادسنجی از طریق تخمین مدل جاذبه و با استفاده از عواملی که می‌توانند تعیین کننده آن باشد

1. Hackschr and ohlin

2. EX-POST

$POTNET_{ij}$ = ارزش پتانسیل صادراتی استفاده تحقق نیافته ایران (i) با توجه به ظرفیت وارداتی بازار j
 X_{ij} = ارزش صادرات ایران (i) به کشور j
 POT_{ij} = ارزش پتانسیل صادراتی ایران (i) در تجارت با کشور j

از طرفی درصد پتانسیل صادراتی تحقق یافته را به صورت رابطه زیر محاسبه و در تحلیلها بکار می رود.

$$SPOT_{ij} = \frac{X_{ij}}{POT_{ij}} * 100$$

در این رابطه $SPOT_{ij}$ کارایی صادراتی ایران در تجارت با کشور j می باشد که هر اندازه شاخص مذکور به عدد ۱۰۰ نزدیکتر باشد نشان دهنده کارایی صادراتی بالا کشور i در تجارت با کشور j است. شاخص مذکور ایران را به لحاظ عملکرد تجاری آن در تجارت با سایر کشورها و در تعیین موقعیت تجاری آنها در یک مقطع زمانی با یکدیگر مقایسه می نماید.

همانطور که ملاحظه می شود تخمین پتانسیل صادراتی دوجانبه، حداکثر پتانسیل صادراتی دوجانبه را در خوشبینانه ترین حالت نشان می دهد. در این پژوهش برای بدست آوردن نرخ رشد سالانه پتانسیل صادراتی و همچنین تخمین پتانسیل صادراتی در سال ۲۰۱۰ از معادله روند و به روش حداقل مربعات معمولی^۳ زیر استفاده می گردد.

$$LIXP = \alpha + \beta T$$

در این رابطه T متغیر زمان و LIXP لگاریتم ارزش پتانسیل صادراتی می باشد^۴. با عنایت به اینکه یکی دیگر از تخمین های پتانسیل صادراتی دوجانبه ایران در

پتانسیل تجاری جهت تجزیه و تحلیل امکان تجارت پرداخته می شود.

در این پژوهش جهت تخمین پتانسیل صادراتی ایران با کشورهای مورد مطالعه با استفاده از روشهای معمول در مطالعات تجربی استفاده می گردد. (Mukherji, 2005, 15-16) جهت تخمین پتانسیل صادراتی دوجانبه ایران با هر یک از کشورهای مورد مطالعه از رابطه زیر استفاده می گردد:

$$IXP_{ij}^k = MIN (X_{iw}^k, M_{jw}^k)$$

ایران = i=1

j=1,2,3,...,23

بدین ترتیب که ابتدا ارزش صادرات و واردات 24 کشور مورد بررسی به جهان بر حسب سیستم هماهنگ شده توصیف و کدگذاری کالا (HS) از بانک نرم افزاری آنکتاد^۲ استخراج می گردد و سپس ارقام صادرات و واردات کشورها بصورت دو جانبه و مشترک استخراج و حداقل آن به عنوان حداکثر پتانسیل تعیین می گردد. سپس با استفاده از رابطه ذیر پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با هر یک از کشورها تجمیع و بصورت خلاصه جدول ارایه می گردد.

$$POT_{ij} = \sum_{k=1}^m IX_{ij}^k$$

سپس با در نظر گرفتن تجارت بالفعل بین ایران با هر یک از کشورها، ارزش پتانسیل صادراتی تحقق نیافته به تفکیک کشورها از طریق معادلات ریاضی زیر تعیین می گردد :

$$POTNET_{ij} = POT_{ij} - X_{ij}$$

۱. سیستم هماهنگ شده (HS=Harmonized System) یک نمائکلتور کالایی بین المللی است که به وسیله بیش از ۲۰۰ کشور و اتحادیه اقتصادی به عنوان پایه و اساس برای تعرفه های گمرکی و جمع آوری آمارهای مرتبط با آن برده می شود.

۲. بانک نرم افزاری فوق تحت عنوان PC/TAS می باشد که در وب سایت www.intracen.org

قابل دسترس می باشد

3. Least-squares growth rate

۴. برای اطلاعات بیشتر به وب سایت بانک جهانی (www.worldbank.org) تحت عنوان Five

methods of aggregation are used in World Development Indicators مراجعه گردد

نمی‌باشند و تابع خطاها و حذف‌ها در جریان تدوین، قاچاق و گزارش نکردن معاملات هستند. عدم وجود استانداردهای گزارش دهی در برخی از این دسته از کشورها می‌تواند مشکلات ناشی از عدم قابلیت مقایسه داده‌ها را بدتر کند. در حال حاضر آمار تجارت کشورهای نظیر عراق و افغانستان توسط آنکتاد بطور مستقیم گزارش نمی‌شود بلکه از طریق سرجمع صادرات و واردات کشورهای گزارش دهنده گزارش می‌شود. با توجه به نقایص ذکر شده، آمار تجاری، نمی‌تواند تنها منبع برای ارزیابی پتانسیل صادراتی دوجانبه ایران در تجارت با کشورهای مورد مطالعه باشد مضافاً اینکه روش مذکور تنها متغیر نشان دهنده ویژگیهای عرضه و تقاضا نمی‌باشد. علیرغم این واقعیت، تاکنون کاربردهای تجربی متعددی از این شاخص وجود داشته است^۱، بنظر می‌رسد شاخص تخمین پتانسیل صادراتی دوجانبه هنوز به عنوان یک شاخص که مورد قبول واقع شود زیاد است. با عنایت به محدودیت‌ها و مشکلات مذکور استفاده از داده‌های تجاری در ارزیابی پتانسیل صادراتی کشورها اگرچه بهترین راه حل نمی‌باشد ولی یک راه حل با توجه به منابع آماری و اطلاعاتی موجود و قابل دسترس برای تخمین پتانسیل کشورهای در حال توسعه می‌باشد. (Helmerts & Pasteels, 2006, 24)

تخمین و تحلیل نتایج

در این بخش به تخمین و تحلیل پتانسیل صادراتی دوجانبه ایران با مجموع کشورها بر حسب کل بخش غیر نفتی و نیز به تفکیک بخشهای عمده طبق طبقه بندی HS ارائه شده است. ضمن اینکه نتایج به تفکیک کشورهای مورد مطالعه نیز نشان داده شده است.

پتانسیل صادراتی دوجانبه بر حسب کل کشورهای منطقه
جدول (۲)، وضعیت پتانسیل صادراتی ایران را در تجارت با مجموع کشورهای مورد مطالعه ارائه می‌نماید. براساس این جدول، چشم انداز صادرات غیر نفتی ایران به واقع در آسیای جنوب غربی در سالهای آتی روشن و قابل توجه است. براساس جدول (۲)، ارزش پتانسیل صادراتی

تجارت با کل کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی می‌باشد لذا در این بخش، از روش زیر استفاده می‌گردد.

$$ISREP_{ir}^k = MIN(X_{iw}^k \cdot \sum_{j=1}^n (M_j^k - M_{jw}^k))$$

در این رابطه Z مشتمل بر سر جمع واردات کشورهای مورد مطالعه است که ارزش واردات ایران (i) از آن کسر می‌گردد.

در ادامه اشاره می‌شود جهت اندازه‌گیری پتانسیل صادراتی بر اساس آمارهای پس از تجارت و از داده‌های مقطعی سالهای ۲۰۰۶-۱۹۹۷ استفاده شده است. همچنین برای بررسی و تعیین پتانسیل صادراتی، ابتدا محاسبات مربوطه در سطح کدهای ۶ رقمی سیستم هماهنگ شده توصیف و کدگذاری کالا (HS) انجام گرفته و سپس پتانسیل کل و بر حسب هریک از کشورها تجمیع می‌گردد.

همانطوریکه در فصول گذشته اشاره گردیده است در تخمین پتانسیل صادراتی از داده‌های پس‌نگر یا داده‌های تجارت (اعم از صادرات و واردات) بالفعل و تحقق یافته ایران و کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی استفاده شده است. در واقع برآوردها الهام گرفته از داده‌های تجاری قابل مشاهده می‌باشد. از محدودیت‌های تحقیق این است که تخمین پتانسیل صادراتی به روش عملکردی میتواند متاثر از عواملی نظیر مداخلات دولت‌های کشورهای صادر کننده و واردکننده و اطلاعات ناقص بازار و تغییر ناگهانی درآمدهای دولت‌های طرفهای تجاری (مانند کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس) کمی تورش دار گردد. از آنجائیکه بخش اعظمی از تقاضای وارداتی برخی از این دسته از کشورها همانند عراق، عربستان، کویت، بحرین، قطر و حتی ایران منبعث از درآمدهای نفتی می‌باشد لذا استفاده از آمار واردات تحقق یافته در تعیین پتانسیل تجاری می‌تواند محدودیت‌هایی در ارائه چشم‌اندازها و دورنما حتی تا پنج سال آیند را با مشکل مواجه نماید. ضمن اینکه آمار تجاری کشور برخی از این دسته از کشورها مانند عراق، افغانستان، امارات متحده عربی، الزاماً و کاملاً در بردارنده تمام معاملات تجاری تحقق یافته

۱. برای اطلاعات بیشتر به وب سایت مرکز تجارت بین الملل مراجعه گردد: www.intracen.org

یافته از رقم ۶۵ درصد در سال ۱۹۹۷ به ۷۶ درصد در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است.

چنانچه روند روبه رشد پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای مورد بررسی ادامه یابد پیش بینی می شود درخوشبینانه ترین حالت پتانسیل صادراتی ایران به رقم ۲۸,۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ افزایش یابد و پوشش کالایی نیز به رقم ۳۱۳۹ قلم کالا در سال ۲۰۱۰ بالغ گردد. همانطوریکه می دانید به جهت نامساعد بودن فضای کسب کار در ایران و برخی از کشورهای مورد مطالعه عملاً رقم مذکور غیر قابل تحقق می باشد.

با عنایت به روند صادرات ایران به کشورهای مورد مطالعه در طی سالهای ۲۰۰۶-۱۹۹۷، در خوشبینانه ترین حالت، چنانچه تنها ۴۷,۲ درصد از پتانسیل صادراتی ایران در سال ۲۰۱۰ تحقق یابد در آنصورت ارزش پتانسیل صادراتی قابل تحقق کشور در تجارت با کشورهای منطقه در انتهای سال مورد بررسی (۲۰۱۰)، بالغ بر ۱۳,۵ میلیارد دلار و با پوشش کالایی ۲۶۷۴ قلم کالا خواهد بود که بیش از ۲,۱ برابر رقم فعلی (۶,۶ میلیارد دلار) خواهد بود.

ایران در تجارت با کشورهای مورد مطالعه البته بر مبنای وضعیت موجود مبادلات بین دو کشور و همچنین فضای کسب و کار فعلی، حدود ۱۰ میلیارد دلار و شامل تعداد ۲۱۴۱ قلم کالا می باشد که از این مقدار تنها ۶,۵ میلیارد دلار آن که دربرگیرنده تعداد ۱۶۲۸ قلم کالا (۷۶ درصد) می باشد تحقق یافته است. به عبارت دیگر، ۶۵,۷ درصد از پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای مورد بررسی در سال ۲۰۰۶ تحقق یافته است. اگرچه درصد پتانسیل تحقق یافته ایران در طی سالهای مورد مطالعه همواره با افت و خیزهایی همراه بوده است.

در طی سالهای ۲۰۰۶-۱۹۹۷، روند پتانسیل صادراتی ایران سالانه ۲۲,۵ درصد افزایش یافته که گویای بهبود امکان توسعه صادرات غیر نفتی و افزایش تجارت مکملی ایران در تجارت با کشورهای مورد مطالعه است. ارزش پتانسیل صادراتی دوجانبه ایران در سال ۱۹۹۷، ۱,۷ میلیارد دلار بوده که در طول سالهای مورد مطالعه از یک روند روبه رشد مستمر و باثبات برخوردار بوده که در سال ۲۰۰۶ به بیشترین مقدار خود در طول دوره رسیده است. ضمن اینکه در طول دوره مذکور، تعداد کالاهای قابل صدور ایران به کشورهای مورد مطالعه از رقم ۱۱۶۸ به بیشترین رقم خود در سال ۲۰۰۶ یعنی به ۲۱۴۱ قلم کالا با نرخ رشد سالانه ۷,۸ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر ارزش صادرات ایران به کشورهای مورد مطالعه از رقم ۹۳۴,۸ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷ با نرخ رشد سالانه ۲۲ درصد به ۶۵۵۵,۴ میلیون دلار در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است. البته روند صادرات ایران به کشورهای مورد بررسی بطور مستمر افزایشی بوده که در سال ۲۰۰۶ به بیشترین رقم خود در طول دوره افزایش داشته است. مضافاً اینکه تعداد کالاهای صادراتی ایران در سال ۱۹۹۷ به ۷۵۹ قلم کالا رسید که در طی یک دهه رقم مذکور با نرخ رشد سالانه ۹,۵ درصدی به بالاترین رقم خود در طول دوره در سال ۲۰۰۶ به ۱۶۲۸ قلم کالا رسیده است. بدین ترتیب آنچه مشهود است در سال ۱۹۹۷، تنها ۵۳,۹ درصد از پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با مجموع کشورهای مورد بررسی تحقق یافته که با افت و خیزهایی به ۶۵,۷ درصد در سال ۲۰۰۶ افزایش داشته است. ضمن اینکه درصد پوشش کالایی تحقق

جدول (۳) وضعیت پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی											
وضعیت	ارقام بر حسب میلیون دلار										
	چشم انداز صادرات غیر نفتی در خوشبینانه ترین حالت در سال ۲۰۱۰	۲۰۰۶	۲۰۰۵	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱	۲۰۰۰	۱۹۹۹	۱۹۹۸	۱۹۹۷
پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای منطقه	متوسط	24362	9332.1	8745.4	6354.2	6271.5	3252.2	2409.2	2097.4	2046.6	1734.7
	نرخ رشد سالانه	2913	2141.0	2122.0	2001.0	1964.0	1932.0	1383.0	1369.0	1302.0	1220.0
صادرات ایران به کشورهای منطقه	متوسط	25	6555.4	5068.2	3090.9	2789.0	2148.0	1721.3	1407.6	988.6	934.8
	نرخ رشد سالانه	10	1628.0	1628.0	1592.0	1439.0	1370.0	1301.0	908.0	844.0	759.0
درصد پتانسیل صادراتی تحقق یافته / قابل تحقق	متوسط	50.1	65.7	54.3	35.3	43.9	34.2	52.9	58.4	48.3	53.9
	نرخ رشد سالانه	74.1	76.0	76.7	79.6	73.3	70.9	94.1	66.3	69.2	65.0
ارزش پتانسیل صادراتی تحقق نیافته	متوسط	24361.7	3423.1	4264.0	5654.6	3565.2	4123.5	1530.9	968.0	1057.9	799.9
	نرخ رشد سالانه	100.0	34.3	45.7	64.7	56.1	65.8	47.1	46.2	51.7	46.1
ارزش صادرات مورد انتظار در خوشبینانه ترین حالت		12205.2									
مأخذ: اطلاعات خام این جدول برگرفته از بانک نرم افزاری مرکز تجارت بین الملل (PC/TAS) (2008.ITC)											
*شامل تعداد کدهای کالایی شش رقمی بر مبنای نظام هماهنگ HS											

۲۱ گانه HS ایران در صادرات فلزات اساسی و مصنوعات آنها در مقایسه با سایر بخشهای صادراتی دارای بیشترین پتانسیل صادراتی بوده است بطوریکه ۲۰٫۹ درصد از کل پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای منطقه به این بخش اختصاص دارد.

در حالیکه ارزش پتانسیل صادراتی ایران در بخش پیش گفته در سال ۱۹۹۷، ۲۰۵ میلیون دلار بوده که با نرخ رشد ۲۹ درصدی به بالاترین رقم خود در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است. در میان ۴ بخش پیش گفته، بیشترین رشد پتانسیل صادراتی به صادرات فرآورده های معدنی اختصاص دارد که ارزش پتانسیل آن در سال ۱۹۹۷، ۱۴۶٫۹ میلیون دلار بوده که با نرخ رشد سالانه ۳۲ درصدی به ۱۸۱۹٫۶ میلیون دلار در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است.

در میان ۴ بخش پیش گفته، بیشترین پتانسیل صادراتی تحقق یافته به فرآورده های نباتی اختصاص دارد که در سال ۲۰۰۶، ۱۰۰ درصد از ارزش پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای منطقه تحقق یافته است. رقم فوق بر حسب بخشهای فلزات اساسی و مصنوعات آنها، فرآورده های معدنی و فرآورده های صنایع شیمیایی به ترتیب ۵۷، و ۴۶ درصد می باشد.

چنانچه پتانسیل صادراتی ایران در ۴ بخش مورد مطالعه بر حسب نرخهای رشد سالانه پیش گفته به روش هندسی افزایش یابند، در آنصورت ارزش پتانسیل صادراتی ایران در گروه کالایی فلزات اساسی و مصنوعات آنها، فرآورده های معدنی و فرآورده های صنایع شیمیایی و فرآورده های نباتی به ترتیب ۵۸۴۲٫۴، ۳۰۳، ۲۴۷۳٫۲ و ۱۶۵۹٫۳ میلیون دلار افزایش خواهد یافت. با عنایت به اینکه امکان تحقق ارزش مذکور امکان پذیر نمی باشد لذا با توجه به متوسط درصد قابل تحقق در طول سالهای ۲۰۰۶-۱۹۹۷، در خوشبینانه ترین حالت ارزش صادرات ایران در سال ۲۰۱۰ در بخشهای فلزات اساسی و مصنوعات آنها، فرآورده های معدنی و فرآورده های صنایع شیمیایی و فرآورده های نباتی به ترتیب ۲۶۲۴٫۵، ۹۰، ۹ و ۱۲۲۵٫۹ میلیون دلار قابل پیش بینی است. به نظر می رسد در سال ۲۰۱۰، ۴۸٫۹ درصد از کل پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای منطقه به ۴ بخش پیش گفته اختصاص خواهد

جدول (۳) فهرست عمده پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای منطقه به تفکیک بخشهای ۲۱ گانه (براساس سرفصلهای طبقه بندی HS) را نشان می دهد. این بخشهای صادراتی بر مبنای ارزش پتانسیل صادراتی ایران در سال ۲۰۰۶ تعیین گردیده اند. ضمن ارائه پتانسیل صادراتی تحقق یافته ایران در سال ۲۰۰۶ و همچنین درصد پتانسیل صادراتی قابل تحقق در سال ۲۰۱۰، دورنمایی از صادرات ایران به کشورهای منطقه به تفکیک بخشهای ۲۱ گانه HS ارائه می نماید. در جدول مذکور ارقام مربوط به نرخ رشد سالانه به روش هندسی محاسبه گردیده است و همچنین درصد قابل تحقق از طریق متوسط درصد پتانسیل تحقق یافته در طی سالهای ۲۰۰۶-۱۹۹۷ محاسبه و در تخمین صادرات مورد انتظار در سالهای آتی لحاظ گردیده است.

نتایج بدست آمده نشان میدهد عمده ترین گروههای هدف ایران در صادرات با کشورهای منطقه شامل ۴ گروه کالایی فلزات اساسی و مصنوعات آنها، فرآورده های معدنی، فرآورده های شیمیایی و فرآورده های نباتی می باشند. براساس نتایج تحقیق در خوشبینانه ترین حالت ارزش صادرات مورد انتظار ایران در سال ۲۰۱۰ در هر یک از بخشهای فلزات اساسی و مصنوعات آنها، فرآورده های معدنی و فرآورده های صنایع شیمیایی و فرآورده های نباتی از مرز یک میلیارد دلار فراتر خواهد رفت.

براساس جدول (۳)، در خوشبینانه ترین حالت، اولین گروههای هدف (با ارزش بیش از ۱۰۰۰ میلیون دلار) شامل ۴ گروه کالایی فلزات اساسی و مصنوعات آنها (۱، ۲۰۸۴، ۱ میلیون دلار)^۱، فرآورده های معدنی (۱۸۱۹٫۶ میلیون دلار)، فرآورده های شیمیایی (۱۱۵۵٫۲ میلیون دلار) و فرآورده های نباتی (۱۰۳۷٫۸ میلیون دلار) می باشند. بخش های مذکور در سال ۲۰۰۶، ۱۰ درصد از کل پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای مورد مطالعه (۹۹۷۸٫۶ میلیون دلار) را به خود اختصاص داده اند. البته در میان بخشهای

۱. ارقام داخل پرانتز ارزش پتانسیل صادراتی می باشد.

خوشبینانه‌ترین حالت ارزش صادرات ایران در سال ۲۰۱۰ در گروه کالایی مواد پلاستیکی و اشیاء ساخته شده از آن، مواد نسجی و مصنوعات ساخته شده از آن و فراورده‌های صنایع غذایی و نوشابه‌ها به ترتیب ۱۳۵۵،۳، ۷۷۹،۱ و ۵۸۶،۶ میلیون دلار قابل پیش بینی است. به نظر می‌رسد در سال ۲۰۱۰، ۲۰ درصد از کل پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای منطقه به سه بخش پیش گفته اختصاص خواهد داشت.

یکی از نکات بسیار مهم در زمینه دورنما و افق‌های صادرات غیر نفتی مستمر ایران به کشورهای منطقه آسیای جنوب غربی، ترکیب پتانسیل‌های صادراتی کشور به این بازارها می‌باشد که بسیار حائز اهمیت است. همانطوریکه اشاره گردیده است بخش اعظمی از پتانسیل‌های صادراتی قابل تحقق کشور تا سال ۲۰۱۰ شامل مواد خام کشاورزی، مواد غذایی و مواد اولیه صنعتی نظیر فلزات اساسی و صنایع شیمیایی که عمدتاً فرآورده‌های پتروشیمی می‌باشد. اقلام مذکور از نظر فنی پیشرفته نیستند بلکه مواد اولیه‌ای می‌باشند که فقط معدودی از مراحل اولیه پردازش را به خود اختصاص داده‌اند. با این حال بسیاری از این اقلام صادر می‌شوند و رقم آنها تا سال ۲۰۱۰ به سرعت در حال افزایش خواهد بود که می‌توان یک دوره طلایی برای صادرات ایران متصور شد.

از سوی دیگر نتایج مورد بررسی نشان می‌دهد تا سال ۲۰۱۰، ایران تنها در تجارت با ۴ کشور از ۲۱ کشور مورد بررسی، امکان افزایش پتانسیل صادراتی از مرز ۱ میلیارد دلار را خواهد داشت. کشورهای مذکور شامل امارات متحده عربی، افغانستان، ترکیه، عراق می‌باشند و از این حیث رتبه‌های اول تا چهارم را در میان ۲۱ کشور مورد بررسی به خود اختصاص داده‌اند.

داشت. در واقع به جهت تنوع صادرات ایران به کشورهای منطقه سهم بخشهای مذکور در صادرات کاهش را نشان می‌دهد. جدول (۳)

دومین گروههای هدف (گروههای کالائی با ارزش کمتر از ۱۰۰۰ میلیون دلار و بیشتر از ۵۰۰ میلیون دلار) شامل ۳ گروه کالایی مواد پلاستیکی و اشیاء ساخته شده از آن (۸۵۵،۹ میلیون دلار)، مواد نسجی و مصنوعات ساخته شده از آن (۶۰۳،۸ میلیون دلار) و فراورده‌های صنایع غذایی و نوشابه‌ها (۷،۵۰۰ میلیون دلار) می‌باشند. بخشهای مذکور در سال ۲۰۰۶، ۶ درصد از کل پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای مورد مطالعه (۹۹۷۸،۶ میلیون دلار) را به خود اختصاص داده‌اند که از این حیث رتبه‌های پنجم تا هفتم را به خود اختصاص داده‌اند.

در میان ۳ بخش فوق، بیشترین رشد پتانسیل صادراتی به صادرات مواد پلاستیکی و مصنوعات آن مربوط می‌شود که ارزش پتانسیل آن در سال ۱۹۹۷، ۱۰۱،۹ میلیون دلار بوده که با نرخ رشد سالانه ۲۷ درصدی به ۸۵۵،۹ میلیون دلار در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است. نرخ رشد سالانه برای سایر بخشها ۱۴ و ۱۲ درصد می‌باشد. از سویی دیگر بیشترین پتانسیل صادراتی تحقق یافته به فراورده‌های صنایع غذایی و نوشابه اختصاص دارد که در سال ۲۰۰۶، ۸۶ درصد از ارزش پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای منطقه تحقق یافته است. رقم فوق بر حسب بخشهای مواد نسجی و مصنوعات ساخته شده و مواد پلاستیکی و مصنوعات آن به ترتیب ۷۹ و ۵۴ درصد می‌باشد.

چنانچه پتانسیل صادراتی ایران در ۳ بخش مورد مطالعه مذکور بر حسب نرخهای رشد سالانه پیش گفته به روش هندسی افزایش یابند، در آنصورت ارزش پتانسیل صادراتی ایران در گروه کالایی مواد پلاستیکی و اشیاء ساخته شده از آن، مواد نسجی و مصنوعات ساخته شده از آن و فراورده‌های صنایع غذایی و نوشابه‌ها در سال ۲۰۱۰ به ترتیب ۲۲۰۳،۶، ۱۰۲۲،۶، ۷۸۳،۹ میلیون دلار افزایش خواهد یافت. با عنایت به اینکه امکان تحقق ارزش‌های مذکور امکان پذیر نمی‌باشد لذا با توجه به متوسط درصد قابل تحقق در طول سالهای ۱۹۹۷-۲۰۰۶، در

جدول (۸) پتانسیل صادراتی ایران در صادرات با کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی به تفکیک بخشهای ۲۱ گانه														
ارزش صادرات قابل تحقق (هزار دلار)	2009	2010	در صد قابل تحقق	ارزش پتانسیل صادراتی انتظاری بر مبنای خوشبینانه ترین حالت (هزار دلار)		پتانسیل صادراتی تحقق یافته		پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای منطقه				شماره قسمت	قسمت (HS)	
				2009	2010	مجموع (میلیون دلار (۲۰۰۶))	تحقق یافته (میلیون دلار (۲۰۰۶))	رتبه منطقه	رتبه کشور	هزار دلار (۲۰۰۶)	هزار دلار (۱۹۹۷)			
2624518	2028304	5842414	45	4515188	57	1186512	29	1	2084137	204964	15	فلزات معمولی و مصنوعات آنها		
2642864	1998117	5569314	47	4210636	52	941034	32	2	1819642	146859	5	فرآورده‌های معدنی		
1248913	1032472	2473233	50	2044614	46	525869	21	3	1155181	208337	6	فرآورده‌های صنایع شیمیایی		
1225910	1090188	1659343	74	1475636	100	1037220	12	4	1037787	360990	2	فرآورده‌های نباتی		
دومین گروه کالایی هدف														
1355282	1069911	2203605	62	1739609	54	463539	27	5	855866	101922	7	مواد پلاستیکی و کائوچو و اشیا ساخته شده از آن		
779078	682932	1022646	76	896442	79	479134	14	6	603828	184538	11	مواد نسجی و مصنوعات ساخته شده از این مواد		
586554	524368	783850	75	700747	86	430914	12	7	500663	182599	4	فرآورده‌های صنایع غذایی و نوشابه‌ها و توتون و تنباکو		

ماخذ: یافته‌های تحقیق

تعیین بازارهای هدف صادراتی

جدول (۴)، فهرستی از کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی را که ایران در تجارت با آنها دارای بیشترین پتانسیل صادراتی است ارائه می‌نماید. براساس این جدول، ایران در تجارت با اغلب کشورهای مورد مطالعه دارای پتانسیل صادراتی بیش از ۱ میلیارد دلار می‌باشد، ولی به جهت موانع و مشکلات بطور متوسط تنها ۱۳،۲ درصد از پتانسیل صادراتی کشور در سال ۲۰۰۶ تحقق یافته است. براساس این جدول، بازارهای هدف کالاهای صادراتی ایران در منطقه مورد بررسی بر اساس میزان پتانسیل صادراتی در سال ۲۰۰۶ مشتمل بر ۱۰ کشور می‌باشند که بر مبنای ارزش پتانسیل صادراتی دوجانبه ایران در سال ۲۰۰۶ طبقه بندی شده اند.

جدول فوق علاوه بر ارائه پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای منطقه و میزان تحقق پتانسیل مذکور، برآورد پتانسیل صادراتی برای سال ۲۰۱۰ و همچنین ارزش صادرات قابل تحقق بر مبنای متوسط درصد پتانسیل قابل تحقق در سالهای مورد مطالعه برای سال ۲۰۱۰ محاسبه و ارائه شده است.

در میان بازارهای هدف مورد بررسی تعداد ۵ کشور از ۲۱ کشور، ایران دارای پتانسیل صادراتی بیش از ۳ میلیارد دلار می‌باشد. در این میان ایران در تجارت با کشورهای امارات متحده عربی، عربستان سعودی، ترکیه، مصر، عراق به ترتیب دارای ۵۷۹۸، ، و ۳۰۲۴ میلیون دلار پتانسیل صادراتی می‌باشد و از این حیث رتبه های اول تا پنجم را در میان ۲۱ کشور مورد بررسی به خود اختصاص داده اند. در میان کشورهای مورد بررسی، پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با عراق بیشترین رشد را در طی یک دهه اخیر داشته است و مضافاً اینکه نرخ رشد سالانه برای عراق بیش از ۲ برابر سایر کشورهای مورد بررسی بوده است. ارزش پتانسیل صادراتی در سال ۱۹۹۷ از رقم ۶۰ میلیون دلار با نرخ رشد سالانه ۶۰،۶ درصد به رقم ۳۰۲۴ میلیون دلار در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است. نرخ رشد سالانه برای کشور ترکیه، عربستان سعودی، مصر و امارات متحده عربی به ترتیب ۳۱، ، ۲۲،۵ و ۲۱،۸ درصد بوده است. اگرچه در طی یک دهه اخیر، پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای مورد بررسی افزایش یافته است ولی

کمتر از ۱۰ درصد از پتانسیل صادراتی پیش گفته البته به استثناء عراق و امارات متحده عربی، تحقق یافته است. کمترین پتانسیل صادراتی تحقق یافته ایران در تجارت با مصر (۲،۴ درصد)^۱، عربستان سعودی (۷،۲ درصد) و ترکیه (۷،۵ درصد) می‌باشد. در سال ۲۰۰۶، ۶۰ درصد از پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با عراق و ۳۰،۱ درصد در تجارت با امارات متحده عربی تحقق یافته است. در واقع ایران در تجارت با عراق، امارات متحده عربی و افغانستان در مقایسه با سایر کشورهای دارای بیشترین درصد پتانسیل صادراتی قابل تحقق می‌باشند. جدول (۴) چنانچه در خوشبینانه ترین حالت پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با هر یک از کشورهای مورد مطالعه، با نرخ رشد ثابت افزایش یابد آنگاه پتانسیل صادراتی ایران در طی سالهای ۲۰۱۰-۲۰۰۶ در تجارت با عراق از ۳۰۲۴ به ۲۰۱۳۸ میلیون دلار، امارات متحده عربی از ۵۷۹۸ به ۱۲۷۴۱ میلیون دلار، ترکیه از ۴۲۵۲ به ۱۲۵۳۱ میلیون دلار، عربستان سعودی از ۴۹۷۰ به ۱۱۷۴۸ میلیون دلار در مقایسه با سایر کشورهای بیشترین تغییرات را تجربه خواهد کرد. البته با توجه به روند پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با مصر، میزان پتانسیل صادراتی از ۳۳۰۹ به ۷۴۴۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ افزایش خواهد یافت که این تغییرات در مقایسه با سایر کشورها کمتر می‌باشد. از آنجا که امکان تحقق پتانسیل صادراتی پیش گفته بر حسب هر یک از کشورهای مورد مطالعه در سال ۲۰۱۰ دور از ذهن می‌باشد با عنایت به روند گذشته پتانسیل صادراتی تحقق یافته، متوسط پتانسیل صادراتی تحقق یافته ایران در تجارت با هر یک از کشورهای مورد بررسی کمتر از ۵۰ درصد می‌باشد. درصد مذکور برای کشورهای عراق، امارات متحده عربی، ترکیه، عربستان سعودی و مصر به ترتیب ۴۹، ۲۵، ، و ۲ درصد می‌باشد. بدین ترتیب در خوشبینانه ترین حالت انتظار می‌رود پتانسیل صادراتی قابل تحقق ایران در تجارت با کشورهای عراق به ۹۹۱۵ میلیون دلار، امارات متحده عربی ۳۲۳۹ میلیون دلار، ترکیه ۱۲۴۲ میلیون دلار، عربستان سعودی ۷۴۴ میلیون دلار و در نهایت برای مصر به ۱۴۹ میلیون دلار بالغ گردد. آنچه مشهود است، صادرات ایران به کشورهای

۱. ارقام داخل پرانتز درصد پتانسیل صادراتی تحقق یافته در سال ۲۰۰۶ می‌باشد

۷۳۰۸ میلیون دلار، اردن از ۲۳۳۹ به ۶۱۵۱ میلیون دلار، کویت از ۲۵۴۶ به ۵۹۴۵ میلیون دلار، عمان از ۲۲۴۴ به ۵۷۳۲ میلیون دلار بیشترین تغییرات را تجربه خواهد کرد. در واقع در صورت استمرار روند پتانسیل صادراتی ایران، در خوشبینانه ترین حالت، پتانسیل صادراتی ایران در ۵ بازار هدف پیش گفته از مرز ۵ میلیارد دلار خواهد گذشت. با توجه به اینکه امکان تحقق پتانسیل صادراتی پیش گفته بر حسب هر یک از کشورهای مورد مطالعه در سال ۲۰۱۰ بسیار محتمل است و با عنایت به روند گذشته پتانسیل صادراتی تحقق یافته، متوسط پتانسیل صادراتی تحقق یافته ایران در تجارت با هر یک از کشورهای مورد بررسی کمتر از ۱۳ درصد می باشد. درصد مذکور برای کشورهای پاکستان، کویت، قزاقستان، اردن و عمان به ترتیب ۱۲، ۱ و ۱ درصد می باشد. بدین ترتیب در خوشبینانه ترین حالت انتظار می رود پتانسیل صادراتی قابل تحقق ایران در تجارت با هر یک از کشورهای مورد بررسی از مرز ۱ میلیارد دلار فراتر نرود. برآورد های مذکور نشان می دهد پتانسیل صادراتی قابل تحقق ایران در تجارت با پاکستان ۸۴۱ میلیون دلار، کویت ۶۸۱ میلیون دلار و قزاقستان ۶۶۹ میلیون دلار خواهد بود، ولی ارقام فوق برای کشور عمان و اردن به ترتیب ۶۳ و ۴۹ میلیون دلار پیش بینی می شود.

مصر و عربستان از مرز ۱ میلیارد دلار عبور نخواهد کرد. ولی در تجارت با عراق، امارات متحده عربی و ترکیه چشم انداز خوبی را می توان ترسیم نمود.

در میان بازارهای هدف مورد بررسی تعداد ۵ کشور دیگر از ۲۱ کشور، ایران دارای پتانسیل صادراتی بین ۲۷۶۹ تا ۲۲۴۴ میلیون دلار می باشد. در این میان ایران در تجارت با کشورهای پاکستان، قزاقستان، کویت، اردن و عمان دارای پتانسیل صادراتی به ترتیب ۲۷۶۹، ۲۲۴۴ و ۲۲۴۴ میلیون دلار می باشد و از این حیث رتبه های ششم تا دهم را در میان ۲۳ کشور مورد بررسی به خود اختصاص داده اند. در میان کشورهای مورد بررسی، پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با قزاقستان بیشترین رشد را در طی یک دهه اخیر داشته است و مضافاً اینکه نرخ رشد سالانه برای این کشور بیش از ۲ برابر سایر کشورهای مورد بررسی بوده است. ارزش پتانسیل صادراتی در سال ۱۹۹۷ از رقم ۲ میلیون دلار با نرخ رشد سالانه ۶۰ درصد به رقم ۲۶۴۴ میلیون دلار در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است. نرخ رشد سالانه برای کشور پاکستان اردن، عمان و کویت به ترتیب ۲۷، ۳، ۴ و ۲۳، ۶ درصد بوده است. اگرچه در طی یک دهه اخیر، پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای مورد بررسی افزایش یافته است، ولی کمتر از ۱۲ درصد از پتانسیل صادراتی پیش گفته تحقق یافته است. کمترین پتانسیل صادراتی تحقق یافته ایران در تجارت با اردن (۰،۵ درصد)^۱، قزاقستان (۲،۶ درصد) و عمان (۲،۶ درصد) می باشد. در سال ۲۰۰۶، ۷۰ درصد از پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کویت و ۱۰،۴ درصد در تجارت با پاکستان تحقق یافته است. در واقع ایران در تجارت با کویت و پاکستان در مقایسه با سایر کشورهای مورد بررسی اخیر دارای بیشترین درصد پتانسیل صادراتی قابل تحقق می باشند.

چنانچه در خوشبینانه ترین حالت پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با هر یک از کشورهای مورد مطالعه، با نرخ رشد ثابت پیش گفته افزایش یابد آنگاه پتانسیل صادراتی ایران در طی سالهای ۲۰۱۰-۲۰۰۶ و در تجارت با قزاقستان از ۲۶۴۴ به ۱۷۳۳۰ میلیون دلار، پاکستان از ۲۷۶۹ به

۱. ارقام داخل پرانتز درصد پتانسیل صادراتی تحقق یافته در سال ۲۰۰۶ می باشد

جدول (۴) پتانسیل صادراتی ایران در صادرات کالا با طرفهای تجاری

ارزش صادرات قابل تحقق (میلیون دلار)	درصد قابل تحقق	ارزش پتانسیل صادراتی بر مبنای خوشبینانه ترین حالت (میلیون دلار)	پتانسیل صادراتی تحقق یافته		پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کشورهای منطقه				شرکای تجاری
			میلیون دلار (۲۰۰۶)	درصد (درصد)	رتبه (رتبه)	میلیون دلار (۲۰۰۶)	میلیون دلار (۱۹۹۷)	امارات متحده عربی	
2010		2010							
3239	25	12741	1745	30.1	21.8	1	5798	1025	امارات متحده عربی
744	6	11748	360	7.2	24.0	2	4970	839	عربستان سعودی
1242	10	12531	317	7.5	31.0	3	4252	780	ترکیه
149	2	7448	80	2.4	22.5	4	3309	489	مصر
9915	49	20138	1801	59.6	60.6	5	3024	60	عراق
841	12	7308	288	10.4	27.5	6	2769	312	پاکستان
669	4	17330	69	2.6	60.0	7	2644	2	قزاقستان
681	11	5945	298	11.7	23.6	8	2546	406	کویت
49	1	6151	11	0.5	27.3	9	2339	254	اردن
63	1	5732	59	2.6	26.4	10	2244	241	عمان

ماخذ: یافته های تحقیق

نتیجه گیری

شده از آن، مواد نسجی و مصنوعات ساخته شده از آن و فرآورده های صنایع غذایی و نوشابه ها با کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی می تواند فرصت مناسبی برای جمهوری اسلامی ایران محسوب گردد.

جمهوری اسلامی ایران، به لحاظ جغرافیایی دارای مرز آبی و خاکی مشترک با اغلب کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی است و برخورداری این منطقه از موقعیت ژئواکونومیک (شامل برخورداری از نفت، گاز و بطور کلی انرژی، بازار و تجارت، خطوط مواصلات بین المللی) و نیز ژئوکالچرال (منطقه فرهنگی) باعث شده در طی چند سال اخیر شاهد افزایش صادرات غیر نفتی به این بازارها باشیم. بطوریکه ۶۶ درصد از پتانسیل صادراتی کشور در تجارت با کشورهای منطقه تحقق یافته است. در کنار مزیت های مذکور، سرمایه گذاری های کلان انجام شده در طول سالهای اخیر در زمینه ایجاد تاسیسات و تجهیزات دریایی و بندری، شبکه های فرودگاهی، توسعه خطوط راه آهن و شبکه های مواصلاتی با برخی کشورهای مورد مطالعه، منجر به آن شد ایران از پتانسیل بسیار خوبی برای توسعه همکاریهای تجاری با کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی برخوردار گردد.

موقعیت جغرافیایی ایران در منطقه مذکور، اهمیت ویژه ای به این کشور به لحاظ صدور کالا به کشورهای منطقه بخشیده است. ایران با بهره گیری از این مزیت، می تواند منافع بسیاری را به دست آورد و جایگاه اقتصادی خود را در سطوح منطقه ای و جهانی ارتقا بخشد. این مهم مستلزم درک واقعیات، بهره گیری از فرصت ها و کسب آمادگی های لازم برای رقابت با رقبای منطقه ای و بین المللی است.

با عنایت به مزیت های طبیعی مذکور، ارتقاء جایگاه صادرات غیر نفتی کشور در این بازارها، از اهمیت ویژه ای برخوردار است و می توان چشم انداز خوبی از رشد پر شتاب صادرات غیر نفتی به منطقه متصور شد. تعامل منطقه ای با کشورهای منطقه بخصوص با کشورهای امارات متحده عربی، عربستان سعودی، ترکیه، مصر، عراق، پاکستان، قزاقستان، کویت، اردن و عمان که ایران دارای بیشترین پتانسیل صادراتی است و از بازار روبه رشدی نیز برخوردارند می تواند فرصت مناسبی برای توسعه صادرات غیر نفتی کشور به حساب آید. همکاری منطقه ای در بخش بازرگانی خارجی به ویژه در بخشهای تولید فلزات اساسی و مصنوعات آنها، فرآورده های معدنی، فرآورده های شیمیایی، مواد پلاستیکی و اشیاء ساخته

منابع و مأخذ:

۱. حسن پور، یوسف (۱۳۸۷)، « شناسایی پتانسیل های ارتقاء روابط تجاری ایران با کشورهای اسلامی»، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، تهران، ۲۰-۱، ۲۱۹.
۲. (۱۳۸۷)، « تخمین و تحلیل تجارت مکملی ایران با کشورهای واقع در آسیای جنوب غربی»، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، تهران، ۲۴-۱، ۲۵.
۳. خدمات گمرک ج.ا.ایران (۱۳۸۵)، سری زمانی آمار صادرات و واردات ایران سال های ۱۳۷۱-۱۳۸۵
۴. ضیغمی، محمد علی، « بررسی اثرات ایجاد موافقتنامه تجارت ترجیحی با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) بر توسعه تجارت خارجی و شناسایی پتانسیل های موجود»، نیمسال دوم ۱۳۸۶-۱۳۸۷، بازاریابی بین المللی، دانشگاه آزاد اسلامی، ۳۵-۳۰.
5. Helmers, Christian & Pasteels, Jean-Michel(2006) , Assessing Bilateral Trade Potential at the Commodity Level: An Operational Approach, ITC Working Paper November 2006, 10-12
6. ITC(2004), Economic Cooperation Organization Expanding Intra-Regional , November 2004,(Project No. RAS/97/761)
7. ITC(2005), TradeSim (third version), a gravity model for the calculation of trade potentials for developing countries and economies in transition, Explanatory notes ,Market Analysis Section, May 2005,12-18
8. Mukherji, Indra Nath(2005), The Bangkok Agreement: A Negative List Approach to Trade Liberalization in Asia and the Pacific, ASIA –PACIFIC Trade and Investment Review, United Nations ,ESCAP, New York ,Vol.1, No.2, 15-16
9. Spivak, Arnon and Weinblatt(1996), The Potential For Trade Between Israel, The Palestinians and Jordan, The World Economy, vol12, No1, January 1996,3
10. worldbank(2007), World Development Indicators ,www.worldbank.org