دکتر علیرضا شیرمحمدی- مشاور توسعه صادرات

بر اساس چشم انداز جمهوری اسلامی ایران در 1404 ایران جایگاه نخست در منطقه را در حوزه های اقتصادی و علم و فن آوری دارا خواهد بود. در تحلیل چشم انداز فوق می توان ادعا نمود که احتمالا کشورمان خواهد توانست در بخش علم و فن آوری به اهداف پیش بینی شده دست یابد اما در حوزه اقتصادی این موضوع با چالش های فراوانی رو به رو است.

با فاصله موجود در خصوص شاخص های اقتصادی با کشورهای پیشرو در منطقه در تولید ناخالص داخلی که نزدیک به 300 میلیارد دلار برآورد می شود با فرض محال اگر رشد کشورهای منطقه را صفر در نظر بگیریم، سالانه باید بتوانیم حداقل 40 میلیارد دلار به تولید ناخالص داخلی خود بیافزاییم تا بتوانیم در 7 سال آینده یعنی در سال 1404 رتبه اول منطقه در حوزه اقتصادی را نیز از آن خود نماییم.

بخش عمده ای از رشد تولید ناخالص داخلی ما در کشور منوط به دیپلماسی اقتصادی و استراتژی جامع در روابط با نزدیک ترین بازارها از جمله همسایگان است که می تواند نقش بازارهای بزرگی را برای صادرات محصولات و خدمات از ایران ایفاء نمایند.

همسایگان ما یکی از جذاب ترین بازارهای دنیا را تشکیل می دهند و حجم واردات 15 کشور همسایه ایران به بیش از 1100 میلیارد دلار درسال بالغ می گردد و چنانچه سوریه و هند را به این بازارها اضافه نماییم، حجم بازار به بیش از 1700 میلیارد دلار افزایش می یابد، ولی متاسفانه شرکت های ایرانی از این بازار بزرگ سهم قابل توجهی (کمتر از یک و نیم درصد) در اختیار ندارند. این در حالی است که رقبای ما در تلاش هستند تا با شگردهای متفاوت و استفاده از غفلت بخش خصوصی و دولتی ما، فرصت های بزرگ منطقه ما را تبدیل به ثروت و نهایتا اشتغال برای بنگاه های کشورهای متبوع خود نمایند. در حالی که بسیاری از محصولات و خدمات در کشور ما می توانند جایگاه مستحکمی در بازارهای همسایه داشته باشند.

به جرات می توان گفت در طول یک دهه گذشته علیرغم وجود فرصت های فراوان، چالش دیپلماسی اقتصادی راهبردی با همسایگان باعث از دست رفتن فرصت هایی شده است که می توانست ایران را به جایگاه مناسب در سال 1404 نزدیک نماید.

**در بررسی های انجام شده مهمترین دلایل عدم شکل گیری دیپلماسی اقتصادی راهبردی با همسایگان علیرغم تلاش های وزارت امور خارجه، نگاه محوری سازمان های توسعه ای از جمله سازمان توسعه تجارت و نیز سازمان سرمایه گذاری در ایران به اروپا و همچنین چالش الگوی مناسب برای توسعه روابط با همسایگان است که باعث شده این فرصت های گرانبها تبدیل به تهدیدات فراوانی شود که به مرور شاهد نتایج نامطلوب و گاها خطرناک این نگاه خواهیم بود.**

در طول 10 سال گذشته کشوری مانند ترکیه که یکی از رقبای اصلی ایران در چشم انداز 1404 در نظر گرفته شده ، توانسته با استفاده از غفلت مدیران دولتی بیش از 60 میلیارد فقط به همسایه شمال شرقی ایران خدمات فنی و مهندسی و بیش از 30 میلیارد دلار کالا صادر نماید.

همین کشور در 10 سال گذشته بیش از 40 میلیارد دلار کالا به فدراسیون روسیه صادر نموده است و اکنون پروژه های بسیار زیادی در فدراسیون روسیه توسط شرکت های ترک در حال انجام است، بدیهی است این ارقام در کشورهایی مانند عراق، افغانستان و عمان نیز از وضعیت بدتری برخوردار است.

کشورهای پیشرو در دنیا توانسته اند از طریق ارتباط با همسایگان منافع اقتصادی فراوانی را به دست آورند، طبیعی است که فاصله نزدیک با همسایگان و اشتراکات فرهنگی و سیاسی می تواند تاثیر بسزایی در توسعه روابط داشته باشد.

به عنوان مثالی دیگر، میزان واردات کشورهای آس آن در سال 2016 نزدیک به 1100 میلیارد دلار بوده و صادرات کشور مالزی به این 11 کشور بالغ بر 60 میلیارد دلار بوده است، این در حالی است که سازمان توسعه تجارت خارجی مالزی حدودا دارای 200 نفر پرسنل بوده و با 10 دفتر منطقه ای در کشورهای مختلف به منظور توسعه بازار شرکت های مالزیایی و تنها با در اختیار داشتن بودجه ای معادل 174 میلیارد تومان در سال بیش از 195 میلیارد تومان صادرات کالا و خدمات دارد که از این رقم 60 میلیارد دلار آن مربوط به صادرات به همسایگان است.

توسعه صادرات، نیازمند تمرکز بر توانمندیهای داخل و نگاهی برون گرا و توجه جدی به بازارهای هدف و قرارگیری در ساختار آن بازارها همراه با الزاماتی از جنس فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و فنی است.