



Type of Article: Research

Extracting the strategic issues of Iran's foreign trade using the fuzzy Delphi method

Mohammad Karimi¹, Yasir Zulqader², Majid Sahragard³

Received: 2023/09/16

PP: 175-204

Accepted: 2023/07/05

Abstract

The primary requirement for proper management of the country's foreign trade is a deep and systematic understanding of its important and priority issues. The lack of a system of strategic issues has undermined effective policymaking in foreign trade and leads to numerous analyses and interpretations and, of course, the lack of vigorous understanding in the context of the super challenges of this field. Thus, the current research was compiled to specify the strategic issues of foreign trade in the country. For this purpose, at first, the important issues of this field were identified by in-depth document study and unstructured interviews, and then using a questionnaire designed using the Delphi technique, the data obtained from 9 experts in this field were analyzed. The results of the research show that there are 21 important issues in the mentioned field, of which 18 issues were chosen as strategic issues. These issues include Weak economic diplomacy, unfavorable currency policy and high fluctuations in exchange rates, Low diversity and high concentration in the import destinations of the country, instability in laws and regulations, high volume of capital outflow, low diversity and high concentration in export goods, the vulnerability of foreign trade against increasing sanctions, low variety, and high concentration in non-oil export destinations, the multiplicity of decision centers and lack of a single custodian institution, crude sales, Long time for customs formalities, logistics and transit problems, lack of proper and continuous marketing, the low value and share of non-oil exports, low level of foreign direct investment, low quality of export products, the weak role of foreign investments in the country in the transfer of technology to the country and non-targeted tariffs.

Key Words: Export and import, inflow and outflow of capital, economic diplomacy, fuzzy Delphi method.

Reference: Karimi, M., Zulqader, Y., & Sahragard, M. (2023). Extracting the strategic issues of Iran's foreign trade using the fuzzy Delphi method. *Quarterly journal of strategic management attitude*, 3(3), 175-204.

¹ Master's degree in Economics, University of Tehran, Tehran. mohammadkarimi95@ut.ac.ir

² Graduated from Master of Economics, University of Tehran, Tehran (corresponding author) y.zolqadr74@gmail.com

³ PhD in Strategic Management, National Defense University. Tehran. Iran.sahragard14@chmail.ir



نوع مقاله: پژوهشی

استخراج مسائل راهبردی تجارت خارجی ایران با استفاده از روش دلفی فازی

محمد کریمی^۱، یاسر ذوالقدر^{۲*}، مجید صحراگرد^۳

پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲۵

صص: ۱۷۵-۲۰۴

دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۴

چکیده

لازمه اصلی مدیریت صحیح تجارت خارجی کشور، فهم عمیق و نظام‌مند از مسائل مهم و اولویت‌دار آن است. عدم‌شناسایی مسائل راهبردی، سیاست‌گذاری اثربخش در تجارت خارجی را خدشه‌دار کرده و تحلیل و تفسیرهای متعدد و البته عدم‌تفاهم‌های جدی را در زمینه ابرچالش‌های این حوزه به دنبال دارد. بر این اساس، مقاله کنونی با هدف شناسایی مسائل راهبردی تجارت خارجی کشور، تدوین شده است. بدین منظور، در ابتدا با مطالعه اسنادی عمیق و مصاحبه ساختارنیافته، مسائل مهم این حوزه شناسایی و سپس با استفاده از پرسش‌نامه طراحی‌شده به روش تکنیک دلفی، داده‌های اخذشده از ۹ نفر از خبرگان این حوزه تحلیل شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد در حوزه یادشده، ۲۱ مسئله مهم وجود دارد که ۱۸ مسئله به‌عنوان مسئله راهبردی انتخاب شد. این مسائل عبارت‌اند از: دیپلماسی اقتصادی ضعیف، سیاست ارزی نامطلوب و نوسانات بالای نرخ ارز، تنوع پایین و تمرکز بالا در مقاصد واردات کشور، بی‌ثباتی در قوانین و مقررات، بالا بودن حجم خروج سرمایه، تنوع پایین و تمرکز بالا در کالاهای صادراتی، آسیب‌پذیری تجارت خارجی در برابر تحریم‌های فزاینده، تنوع پایین و تمرکز بالا در مقاصد صادرات غیر نفتی، تعدد مراکز تصمیم‌گیری و فقدان نهاد متولی واحد، خام‌فروشی، طولانی بودن زمان انجام تشریفات گمرکی، مشکلات لجستیکی و ترانزیتی، عدم بازاریابی مناسب و مستمر، میزان پایین ارزش و سهم صادرات غیرنفتی، پایین بودن میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، کیفیت پایین محصولات صادراتی، نقش کم‌رنگ سرمایه‌گذاری‌های خارجی در انتقال فناوری به داخل و تعرفه‌گذاری‌های غیرهدفمند.

کلیدواژه‌ها: صادرات و واردات، ورود و خروج سرمایه، دیپلماسی اقتصادی، روش دلفی فازی.

استناددهی (APA): کریمی، محمد، ذوالقدر، یاسر، و صحراگرد، مجید (۱۴۰۲). استخراج مسائل راهبردی تجارت خارجی ایران با استفاده از روش دلفی فازی. *فصلنامه نگرش مدیریت راهبردی*، ۳(۳)، ۱۷۵-۲۰۴.

^۱ دانش آموخته کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه تهران، تهران. mohammadkarimi95@ut.ac.ir

^۲ دانش آموخته کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه تهران، تهران (نویسنده مسئول). y.zolqadr74@gmail.com

^۳ دکتری مدیریت راهبردی، دانشگاه عالی دفاع ملی. تهران. ایران. sahragard14@chmail.ir



۱- مقدمه

تجارت خارجی که مهمترین بستر تعامل اقتصادی کشور با دیگر کشورهاست، نیازمند طراحی هوشمندانه است. کشورها باید عملکرد تجارت خارجی خود را تحلیل کرده و راهبردهای تجاری خود را برای عملکرد بهتر توسعه بدهند. ایران دارای موقعیت راهبردی و مزیت‌های ژئوپلیتیکی است. کشور ایران از لحاظ جغرافیایی در منطقه‌ای قرار دارد که محل اتصال ۳ قاره آسیا، اروپا و آفریقا است. از طرفی کریدور شرق به غرب و از سوی کریدور شمال به جنوب است و در چهارراه جهان واقع شده است و همچنین کوتاه‌ترین کریدور هوایی میان قاره‌ای را داراست و به آب‌های آزاد بین‌المللی متصل است. ایران دومین کشور جهان از نظر شمار همسایه‌هاست و با ۱۵ کشور مرز آبی و خاکی دارد. بنابراین به راحتی می‌تواند از مسیرهای مختلف برای حمل‌ونقل و انتقال کالاها استفاده کند. از طرفی حجم عظیمی از ذخایر هیدروکربوری، معدنی، انسانی و ... در کشور موجود است که همه و همه می‌توانند در خدمت رونق تجارت خارجی کشور قرار گیرند، اما متأسفانه براساس داده‌های مرکز بین‌المللی تجارت، ایران از این ظرفیت‌ها برای رونق تجارت خارجی خود چندان بهره نبرده و تجارت خارجی کشور با مسائل گوناگونی درگیر است.

پرواضح است برای دستیابی به اهداف راهبردی سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و دیدن ایران در جایگاه اول اقتصادی غرب آسیا، رونق تجارت خارجی کشور از اهمیت دوچندانی برخوردار است. همچنین واضح است که اولین گام در دستیابی به توسعه تجارت خارجی کشور و استفاده بهینه، کارآمد، بهره‌ورانه و اثربخش از منابع موجود، شناسایی مسائل راهبردی موجود در این بخش است. شناسایی مسائل راهبردی، یکی از ارکان موفقیت در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی است. مهمترین دستاورد احصاء مسائل راهبردی کشور در حوزه تجارت خارجی، تولید علم نافع است. علم نافع، عبارت است از آن علمی که به کار کشور بیاید و برای حل مشکلات کشور مفید باشد. سیاست‌گذاری مطلوب، نظام‌مند عمل کردن، جلوگیری از پراکنده‌کاری، سطحی‌نگری، تکروری و بلندپروازی‌های غیرواقع‌بینانه در مقابله با مسائل، از دیگر مزایای احصاء مسائل راهبردی در این حوزه است. در مقابل فقدان شناسایی مسائل راهبردی در حوزه تجارت خارجی سبب عدم شناخت صحیح از مسائل موجود شده و درنهایت به استمرار و پیچیدگی روزافزون



مسائل، هدررفت منابع این حوزه و درنهایت عقب‌ماندگی اقتصادی کشور منجر خواهد شد.

با توجه به اهمیت شناسایی مسائل راهبردی در حوزه تجارت خارجی، هدف اصلی از مقاله کنونی، شناسایی مسائل راهبردی تجارت خارجی ایران است. پرسش اصلی پژوهش این است که «مسائل راهبردی تجارت خارجی ایران کدام‌اند؟». برای پاسخ به این پرسش در ابتدا با مطالعه اسنادی عمیق و مصاحبه ساختاریافته، مسائل مهم حوزه تجارت خارجی شناسایی و سپس با استفاده از تکنیک دلفی فازی، مسائل راهبردی احصاء شده است.

۲. مبانی نظری

۲-۱. مفهوم‌شناسی نظام مسائل راهبردی

یکی از نقاط اصلی آغاز هر علمی را می‌توان «مسائل» دانست. انسان‌ها در زندگی، مسائل مختلفی دارند. کسی که مسئله‌شناس نیست، نمی‌تواند بفهمد که کدام موضوع برای مردمانی که او در میان آنها زندگی می‌کند، ضروری و کدام یک غیر ضروری است. البته از آثار و نتایج می‌تواند تشخیص مفید از غیرمفید بدهد، اما کشف ضرورت و اولویت در دسترس او نیست. اگر کسی یک رشته علمی را از حیث مسائل آن شناخت، می‌تواند اولویت‌بندی کند که کدام محتوا برای مسائل امروز او باید بررسی شود و کدام یک نباید بررسی شود (طباطبایی و فریدنی، ۱۳۹۶: ۵).

به نظر می‌رسد برای حفظ «استقلال علمی» و «تحول در رشته‌های علوم انسانی»، بهترین مبدأ، مسائل و پرسش‌ها هر رشته است، نه مفاهیم و نظریات آن؛ بلکه مبدأ بهتر، مسائل بومی آن رشته در میان مردم هر سرزمین است؛ زیرا با شناخت مفاهیم و نظریات موجود و حرکت براساس آنها در واقع در چارچوب ازپیش‌تعیین‌شده‌ای در رشته و حوزه مورد بحث حرکت خواهیم کرد؛ درحالی‌که خود این مفاهیم و نظریات هم در پاسخ به یک مسئله یا مجموعه مسائلی به‌وجود آمده است. در مقابل، پرداختن به مسائل، مزایای بسیاری دارد که ازجمله مهمترین آنها، محدودنشدن در چارچوب‌های ازپیش‌تعیین‌شده است. این ابتکار عمل هم می‌تواند در «تشخیص مسائل» و هم در «حل مسائل» به پژوهشگر کمک شایانی کند (طباطبایی و فریدنی، ۱۳۹۶: ۶). مسئله راهبردی از دو واژه «مسئله» و «راهبردی» شکل گرفته که برای تعریف و تشریح



مفهومی این عبارت، بایستی این دو واژه را تحلیل کرد. بایستی اشاره کرد که منظور از «راهبردی» در این پژوهش «اولویت‌دار و مهم» است و مسائل راهبردی در واقع همان مسائل مهم و اولویت‌دار هستند.

برای مسئله، تعاریف مختلفی ارائه شده است. محسن کشاورز و علیرضا علیخان‌زاده (۱۳۹۹)، مسئله را چنین تعریف می‌کنند: مسئله عبارت است از فاصله بین وضعیت موجود با وضعیت مطلوب یا موردنظر در یک سیستم (کشاورز و علیخان‌زاده، ۱۳۹۹: ۵). روبرتون (۲۰۰۱) معتقد است که: وقتی بین آنچه در حال حاضر و آنچه به‌عنوان وضعیت مطلوب است، فاصله وجود دارد و چگونگی رفع این شکاف و نحوه رسیدن به هدف هم چندان روشن نیست، مسئله شکل گرفته است (روبرت، ۲۰۰۱: ۳). سعید خراطها (۱۳۹۳)، مسائل اقتصادی را چنین تعریف می‌کند: مسائل اقتصادی به آن دسته از مسائل حوزه اقتصاد گفته می‌شود که شرایط نامساعدی را برای زندگی اجتماعی افراد به‌وجود می‌آورند و حیات اقتصادی و اجتماعی را به‌خطر می‌اندازد (خراطها، ۱۳۹۳: ۱). در واقع مسئله آن چیزی است که مانع از کارکرد صحیح یک بخش در دستیابی به وضعیت موردانتظار در آن بخش می‌شود.

بر اساس تعاریف ارائه‌شده از مسئله و راهبردی‌بودن، می‌توان مسائل راهبردی تجارت خارجی را این‌گونه تعریف کرد: مسائل راهبردی تجارت خارجی، مجموعه‌ای از مسائل مهم و اولویت‌دار تجارت خارجی‌اند که مانع از کارکرد صحیح این بخش در دستیابی به وضعیت موردانتظار می‌شوند.

۲-۲. تجارت خارجی

تجارت، بازرگانی یا دادوستد، واگذاری مالکیت کالا و خدمات از کسی یا نهادی (فروشنده) به دیگری در برابر دریافت چیزی از خریدار است. تجارت، دو بخش تجارت داخلی و تجارت خارجی را دربرمی‌گیرد. در روال امروزی به دادوستد کالاها یا خدمات بین کشورها، تجارت بین‌الملل گفته می‌شود.

۲-۲-۱. اهمیت تجارت بین‌الملل

تجارت بین‌المللی به‌معنای تبادل کالاها، خدمات، سرمایه و اطلاعات بین کشورها و اقلیم هاست. این فرایند تجاری به دنبال تبادل انواع کالاها و خدمات از یک کشور به دیگری به‌منظور برآورده کردن نیازها و مصالح مختلف اقتصادی و اجتماعی است.



تجارت بین‌المللی به‌عنوان یکی از عوامل اصلی اقتصاد جهانی شناخته می‌شود و نقش مهمی در توسعه و رشد اقتصادی کشورها ایفا می‌کند.

بیشتر اقتصاددانان معتقدند که تجارت، موتور رشد و توسعه در جوامع امروزی است. آنان ادعا می‌کنند که تجارت بین‌الملل، امکان بهره‌گیری از توانمندی‌های اقتصادی بالقوه را با توجه به مزیت‌های نسبی^۱ موجود و قابل‌خلق، به‌وجود می‌آورد و علائم روشنی را برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های اقتصادی رقابت‌پذیر در عرصه جهانی، پدیدار می‌کند. همچنین تجارت بین‌الملل، نرخ رشد اقتصاد را از طریق دسترسی به بازارهای خارجی، فناوری و منابع تحت‌تأثیر قرار می‌دهد (طیبی و همکاران، ۱۳۸۷: ۴). در مطالعات تجربی (فدر، ۱۹۸۲ و ادواردز، ۱۹۹۸) استدلال شده است که انتقال بین‌المللی فناوری به جریان بازرگانی ارتباط دارد. هر چه بخش‌های بیشتری از اقتصاد در معرض رقابت بین‌المللی قرار گیرند، میزان برخورداری از فناوری برتر و فشار برای اتخاذ و تطبیق فناوری به‌منظور حفظ قدرت رقابتی، بیشتر می‌شود. تجارت خارجی سبب تغییر دادن تخصیص منابع از بخش‌ها و صنایع با بهره‌وری پایین به صنایع با بهره‌وری بالا شده و منابع را به سوی فعالیت‌هایی که بیشترین کارایی را دارند، هدایت می‌کند. با گسترش تجارت خارجی، تشکیلات تجاری و نیز اقتصاد، به کشف‌های جدید در مدیریت اقتصادی، بهبود فناوری و شیوه‌های بهتر تولید تشویق می‌شوند؛ بنابراین فرصت‌هایی که در گذشته، از آنها چشم‌پوشی می‌شد، به منابع اصلی برای رشد اقتصادی تبدیل می‌شوند. به‌علاوه گسترش تجارت خارجی، به صنعت گران داخلی منابع نهاده متعددی با هزینه کمتر ارائه می‌دهد که آنان را در تولید محصولات نهایی توانمند می‌کند که نه‌تنها در بازارهای داخلی، بلکه در بازارهای بین‌المللی نیز قدرت رقابت‌پذیری بیشتری داشته باشند. این چنین تبعات تجارت بین‌الملل به‌منزله ارتقای بهره‌وری عوامل تولید و افزایش رشد اقتصادی خواهد بود (طیبی و همکاران، ۱۳۸۷: ۴).

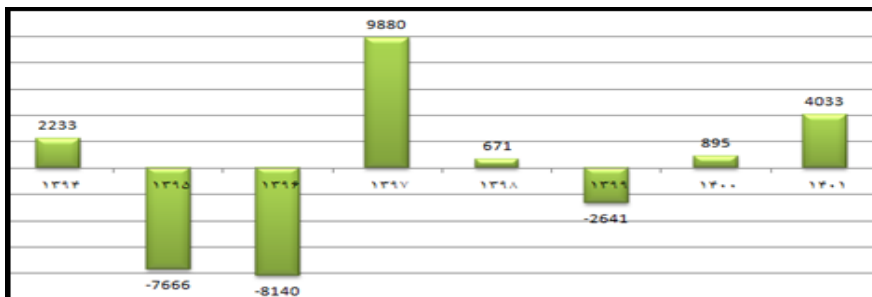
^۱ به‌طور کلی اگر کشوری در تولید کالایی مزیت نسبی داشته باشد، یعنی هزینه فرصت تولید آن کالا برای کشور موردنظر، از هزینه فرصت تولید همان کالا برای کشور دیگر کمتر است.

۲-۲-۲. نگاهی به وضعیت تجارت خارجی در ایران (تراز پرداخت‌ها)

برای دستیابی به یک شمای کلان از وضعیت تجارت خارجی کشور، کافی است آمار و ارقام تراز پرداخت‌های کشور را بررسی کنیم. تراز پرداخت‌ها یک مفهوم اساسی در اقتصاد بین‌الملل است که به ما امکان می‌دهد جریان‌های مالی بین کشورها را ردیابی کنیم. تراز پرداخت‌ها نشان‌دهنده تمام معاملات اقتصادی یک کشور با سایر نقاط جهان، از جمله تجارت کالا و خدمات و همچنین تراکنش‌های مالی مانند سرمایه‌گذاری و وام است.

بر اساس تعاریف صندوق بین‌المللی پول، تراز پرداخت‌ها یک خلاصه گزارش آماری است که مبادلات خارجی یک اقتصاد را در دوره زمانی، مشخص می‌کند و شامل حساب کالا و خدمات، حساب درآمد، حساب مالی یا نقل و انتقالات جاری و حساب سرمایه می‌شود. در گزارش تراز پرداخت‌های بانک مرکزی، تراز پرداخت‌ها برآیند حساب جاری، حساب سرمایه و اشتباهات و از قلم افتادگی است (گزارش معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران، ۱۴۰۲: ۵).

نمودار ۱، تراز پرداخت‌های کشور برای فاصله زمانی ۱۴۰۱-۱۳۹۴ نشان می‌دهد. همان‌طور که نمودار نشان می‌دهد در سال ۱۴۰۱ موازنه کل پرداخت‌های کشور، با مازاد حدود ۴ میلیارد دلاری مواجه شده است. این مازاد در حالی رخ داده که برای دومین سال پیاپی، تراز پرداخت‌ها با مازاد همراه بوده است، به طوری که طی دو سال پیش از آن (سال ۱۳۹۹)، موازنه پرداخت‌های کشور، کسری ۲.۶ میلیارد دلاری را تجربه کرده است. گفتنی است طی ۷ سال منتهی به سال ۱۴۰۱، موازنه تراز پرداخت‌ها در سال ۱۳۹۶ بیشترین کسری (۸.۱ میلیارد دلار) و در سال ۱۳۹۷ بیشترین مازاد (حدود ۹.۹ میلیارد دلار) را تجربه کرده است.



نمودار ۱. تراز پرداخت‌های کشور برای فاصله زمانی ۱۴۰۱-۱۳۹۴ (منبع: داده‌های بانک مرکزی)

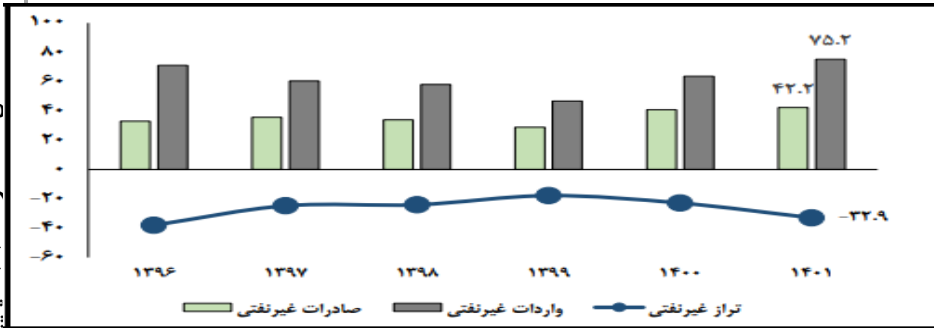


۲-۲-۳. اجزای تراز پرداخت‌ها

حساب جاری و حساب سرمایه، دو جزء اصلی و مهم تراز پرداخت‌ها هستند که حساب جاری شامل حساب کالا، خدمات، درآمد و انتقالات جاری است. در گزارشات بانک مرکزی، معمولاً دو حساب سرمایه و مالی توأمان ارائه می‌شوند که حساب سرمایه تراز پرداخت‌ها عمدتاً شامل انتقالات سرمایه‌ای (بخشش بدهی‌ها یا انتقالات مهاجران) و حساب مالی شامل مبادلات انجام‌شده در سرفصل‌های سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، سرمایه‌گذاری در سید مالی، سایر سرمایه‌گذاری‌ها و تغییرات دارایی‌های ذخیره است. در ادامه برای تبیین وضع موجود، اشاراتی کوتاه به آمار و ارقام اجزای تراز پرداخت‌های کشور در سالیان اخیر خواهیم داشت.

۲-۲-۳-۱. تراز کالایی غیرنفتی

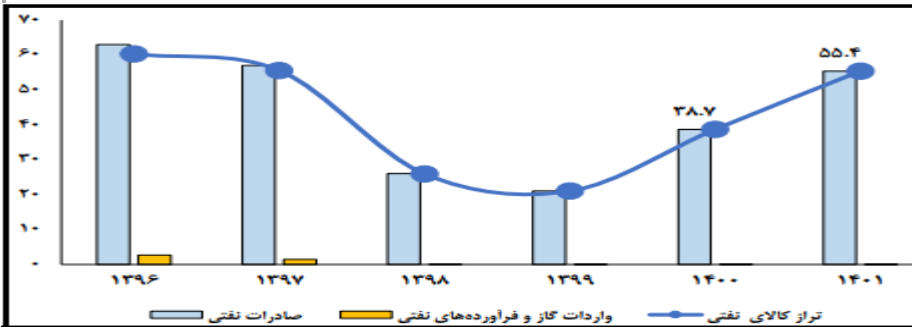
حساب کالا از دو بخش کالاهای نفتی و کالاهای غیرنفتی تشکیل می‌شود. نمودار ۲، تراز کالاهای غیرنفتی را برای سال‌های ۱۴۰۰-۱۳۹۶ نشان می‌دهد. همان‌طور که در نمودار مشاهده می‌شود، تراز کالاهای غیرنفتی ایران همواره با کسری چشمگیری همراه بوده و در پایان سال ۱۴۰۱ به حدود منفی ۳۳ میلیارد دلار رسیده است. مطابق آمار و ارقام وب‌گاه گمرک ایران، طی این سال حدود ۷۶ درصد کل میزان صادرات غیرنفتی ایران به ۵ کشور صورت گرفته است که به‌ترتیب میزان سهم، کشورهای «چین»، «عراق»، «ترکیه»، «امارات متحده عربی» و «هند» را شامل می‌شوند. همچنین ۸۰ درصد صادرات کشور در سال ۱۴۰۱ مربوط به دو صنعت شیمیایی و فرآورده‌های نفتی و معادن و فلزات بوده و ۵۰ درصد از کل صادرات غیرنفتی کشور، از مناطق اقتصادی ویژه پارس، رجایی، مرزهای بازرگان و خسروی صورت گرفته است. همچنین طی این سال حدود ۷۶ درصد کل میزان واردات ایران از ۵ کشور صورت گرفته است که به‌ترتیب میزان سهم، کشورهای «امارت متحده عربی»، «چین»، «ترکیه»، «هند» و «آلمان» را شامل می‌شوند و ۳۰ کالای وارداتی اصلی کشور عمدتاً از صنایع غذایی، وسایل نقلیه و تجهیزات الکترونیکی بوده و ۷۰ درصد واردات کشور از مناطق ویژه اقتصادی شهید رجایی، بندر امام خمینی و بوشهر، فرودگاه امام خمینی و گمرک تهران انجام شده است (وب‌گاه گمرک ایران).



نمودار ۲. تراز کالاهای غیرنفتی (میلیارد دلار) منبع: بانک مرکزی

۲-۲-۳. تراز کالاهای نفتی

تراز کالاهای نفتی ایران به دلیل واردات ناچیز اقلام نفتی و در مقابل صادرات بالای نفت و گاز، همواره مثبت بوده است. نمودار ۳، تراز کالای نفتی را برای دوره ۱۳۹۶-۱۴۰۱ نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، این شاخص با وجود نوسانات، طی سالیان اخیر همواره مثبت بوده است.



نمودار ۳. تراز کالاهای نفتی (میلیارد دلار) منبع: بانک مرکزی

۲-۲-۳. حساب خدمات

حساب خدمات حاصل تفاوت واردات از صادرات خدمات است که طی دهه اخیر به دلیل بالاتر بودن واردات از صادرات، حساب خدمات کشور، همواره منفی و با کسری مواجه بوده است. جدول ۱، کسری-مازاد حساب خدمات را برای دوره ۱۳۹۶-۱۴۰۰ نشان می‌دهد. همان‌طور که نمودار نشان می‌دهد، طی دوره مورد بررسی حساب خدمات همواره دچار کسری بوده و در سال ۱۴۰۱ به حدود منفی ۶.۷ میلیارد دلار رسیده است.

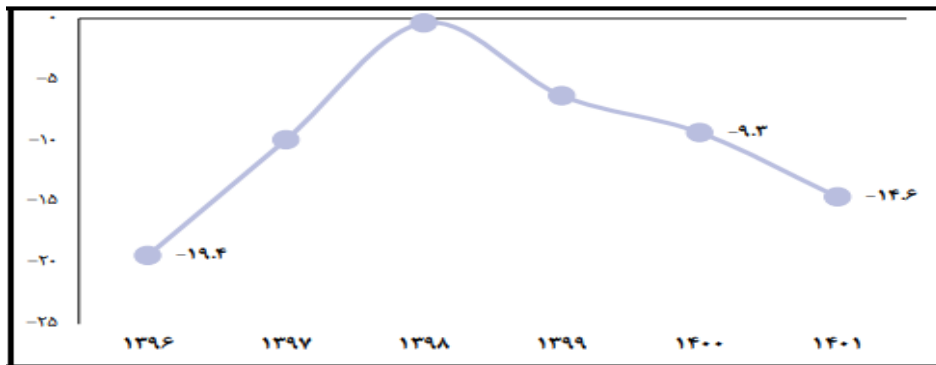
جدول ۱. حساب خدمات - میلیارد دلار

سال	خالص حساب خدمات (میلیون دلار)
۱۳۹۵	-۵.۸
۱۳۹۶	-۸.۸
۱۳۹۷	-۶.۳
۱۳۹۸	-۴.۵
۱۳۹۹	-۴.۰
۱۴۰۰	-۵.۴
۱۴۰۱	-۶.۷

منبع: بانک مرکزی

۲-۲-۳-۴. حساب سرمایه

حساب سرمایه تراز پرداختها عمدتاً شامل انتقالات سرمایه‌ای (بخشش بدهی‌ها یا انتقالات مهاجران) و حساب مالی شامل مبادلات انجام‌شده در سرفصل‌های سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، سرمایه‌گذاری در سید مالی، سایر سرمایه‌گذاری‌ها و تغییرات دارایی‌های ذخیره است. خالص حساب سرمایه در تراز پرداختها ناظر بر برآیند دو حساب سرمایه و مالی است. نمودار ۴، خالص حساب سرمایه را برای دوره ۱۴۰۰-۱۳۹۶ نشان می‌دهد. همان‌طور که نمودار نشان می‌دهد طی دوره مورد بررسی تراز حساب سرمایه همواره منفی بوده و در پایان سال ۱۴۰۱ به حدود منفی ۱۴.۶ میلیارد دلار رسیده است.



نمودار ۴. خالص حساب سرمایه - میلیارد دلار منبع: بانک مرکزی



۲-۳. پیشینه پژوهش

مطالعات فراوانی درباره مسائل و چالش تجارت خارجی وجود دارد، اما در ابعاد مختلف در این باره مطالعه کرده‌اند و خلاء پژوهش‌های کلان در این حوزه احساس می‌شود. در ادامه به برخی از پژوهش‌های این حوزه اشاره می‌شود. حسینی و همکاران (۱۴۰۲)، در مقاله‌ای با عنوان «بررسی و آسیب‌شناسی عوامل مؤثر بر عدم موفقیت تجارت خارجی ایران در حوزه کشورهای مشترک‌المنافع CIS» به آسیب‌شناسی علل عدم موفقیت ایران در تجارت خارجی در حوزه کشورهای مشترک‌المنافع CIS با استفاده از تحلیل‌های رگرسیونی پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که بین مؤلفه‌های حقوقی و قانونی، مالی و بانکی، حمل‌ونقل، گمرکی، حمایت‌های دولت، سیاسی و فرهنگی، اقتصاد داخلی، فنی و تولیدی و اطلاع‌رسانی، با عدم موفقیت تجارت خارجی ایران در حوزه کشورهای CIS ارتباط مستقیم و قوی از نظر آماری وجود داشته است. معاونت ریاست جمهوری (۱۴۰۰)، در گزارشی با عنوان «سند تحول دولت مردمی»، میزان پایین سرانه و ارزش صادرات غیرنفتی، روند کاهشی اثرگذاری ایران در اقتصاد بین‌الملل و آسیب‌پذیری اقتصاد ایران در برابر تحریم‌های فزاینده را به‌عنوان سه چالش حوزه تجارت خارجی کشور عنوان می‌کند. همچنین از کم‌توجهی به دیپلماسی اقتصادی به‌عنوان یکی از چالش‌های مهم سیاست خارجی یاد می‌کند. مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۹) در گزارشی با عنوان «آسیب‌شناسی صادرات غیرنفتی در ایران» به آسیب‌شناسی صادرات غیرنفتی ایران برای یک دوره ۱۷ ساله می‌پردازد و چنین نتیجه می‌گیرد که با وجود تلاش دولت‌ها برای افزایش صدور کالاهای صنعتی به بازارهای جهانی، آمارهای ارائه‌شده درباره تجارت خارجی ایران نشان‌دهنده آن است که هنوز بخش عمده‌ای از صادرات غیرنفتی ایران تحت‌تأثیر نفت قرار دارد و میعان‌ات گازی و محصولات پتروشیمی در صدر فهرست کالاهای غیرنفتی ایران قرار دارند. کالاهای معروف ایران در بازارهای جهانی نیز سال‌هاست که تغییری نکرده و همچنان پسته، زعفران و فرش ایرانی، معروف‌ترین کالاهای صادراتی کشور تلقی می‌شوند. با وجود این، بسیاری از کارشناسان معتقدند ایران ظرفیت صادرات کالاهای غیرنفتی فراوانی را در خود دارد و با سرمایه‌گذاری و توجه می‌توان ویژند (برند)های فراوانی را برای کشور در بازارهای جهانی ساخت. روند تغییرات بازار هدف نیز حاکی از آن است که به لحاظ تعداد کشورهایی که



کالا از ایران وارد کرده‌اند، تغییر محسوسی ایجاد نشده است، اما روند کلی آن نزولی است و نشان از آن است که بازار بخشی از کشورها را در این دوره زمانی از دست داده‌ایم. بررسی حجم صادرات به هر یک از کشورهای طرف تجارت با ایران نشان داد که شمار اندکی از کشورها، سهم بالایی در صادرات ما دارند و تعداد بسیار زیادی از آنها دارای سهمی اندک هستند. مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۹) در گزارشی دیگر با عنوان «درباره جهش تولید: چالش‌ها و راه‌کارهای توسعه صادرات غیرنفتی» چنین نتیجه می‌گیرد که: صادرات غیرنفتی دارای مشکلات متعددی است که برخی از آنها شامل موانع پیمان‌سپاری ارزی، نوسانات بالای نرخ ارز، نبود نظام ارزی مشخص، افزایش هزینه تولید، عدم بازاریابی مناسب و مستمر، ضعف دستگاه دیپلماسی اقتصادی و ... است. اسماعیلی (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان «بررسی و تحلیل کارکرد مناطق آزاد در ایران و تبعات افزایش تعداد آنها»، به این نتیجه می‌رسد که مناطق آزاد کشور با هدف جذب سرمایه خارجی، تبدیل شدن به سکوی پرتاب تولید و صادرات و بهبود وضعیت اشتغال ایجاد شده‌اند. اما بررسی‌ها نشان می‌دهد که نه تنها به این اهداف خود نرسیده‌اند، بلکه به دلیل توان پایین در جذب سرمایه خارجی و افزایش صادرات، به کانال واردات کالاهای مصرفی به کشور و مبدأ بیش از ۹۰ درصد کالاهای قاچاق کشور تبدیل شده‌اند. مزینی (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان «محاسبه حجم کالای قاچاق وارداتی به کشور: پیشنهاد یک چارچوب عملیاتی»، با استفاده از یک روش محاسباتی ترکیبی (اعم از روش مصرف ظاهری، درصد کشفیات و ...) به برآورد حجم قاچاق ورودی به کشور پرداخته است. نتایج پژوهش وی حاکی از آن است که در مجموع عددی در حدود ۲۱/۹۷ میلیارد دلار برای قاچاق و شبه‌قاچاق به دست می‌آید که ۴۲ درصد از واردات رسمی کشور بوده و بسیار قابل توجه است. آقایی و همکاران (۱۳۹۷)، در مطالعه‌ای به بررسی تحریم‌های اقتصادی و تجاری ایران و کشورهای عمده شریک تجاری در چارچوب الگوی جاذبه تعمیم‌یافته برای دوره زمانی ۱۳۷۵ تا ۱۳۹۴ پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تحریم‌های ضعیف، تأثیر منفی کمتری بر ارزش صادرات و واردات ایران طی دوره مورد بررسی داشته است. تحریم‌های شدید، تأثیر منفی چشمگیری بر صادرات و واردات کالاهای تجاری ایران داشته است. کاتزمن (۲۰۱۲) در گزارشی به تحلیل تأثیر تحریم اقتصادی بر بخش نفت و سرمایه‌گذاری در ایران پرداخته



و نشان داده است که تحریم سه دهه گذشته، تأثیر بالایی بر تولید و سرمایه‌گذاری به ویژه در بخش نفت در ایران گذاشته است. مونز و همکاران (۲۰۱۳)، در تحقیقی به بررسی دیپلماسی اقتصادی و اثرش بر جریان‌های اقتصادی بین‌المللی پرداختند. در این راستا، ۲۹ مطالعه تجربی درباره تجارت و سرمایه‌گذاری و دیپلماسی اقتصادی (سفارتخانه‌ها، کنسولگری‌ها، دفاتر توسعه سرمایه‌گذاری و صادرات، بازرگانی و بازرسی‌های دولتی)، با استفاده از روش متا آنالیز، تحلیل شد. نتایج نشان داد که معناداری ضریب دیپلماسی اقتصادی، زمانی بیشتر مشهود است که در مطالعات از سفارتخانه‌ها به‌عنوان یک متغیر توضیحی استفاده شده است، در مقایسه با مطالعاتی که به‌عنوان کنسولگری و دفاتر دولتی استفاده شده است. همچنین رابطه مستقیمی بین دیپلماسی اقتصادی و تجارت و سرمایه‌گذاری وجود دارد. کوهکن و رحیمی‌نژاد (۱۳۹۸)، در مقاله‌ای به بررسی دیپلماسی اقتصادی ایران در آسیای مرکزی برای دوره ۱۳۹۶-۱۳۸۴ با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد دولت‌های جمهوری اسلامی ایران از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۶، رویکرد و دیدگاه قطبی داشته‌اند که این مهم به داشتن نگرش مقطعی و عدم استفاده مطلوب از ظرفیت‌های دیپلماسی اقتصادی منجر شده است.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، پژوهش‌های این حوزه در ابعاد مختلف تجارت خارجی صورت گرفته و خلاء پژوهش‌های کلان در این حوزه احساس می‌شود. همچنین پژوهشی که مسائل این حوزه را اولویت‌بندی کند، شناسایی نشد. بنابراین دیدگاه کلان و نظام‌مند به بخش تجارت خارجی کشور و اولویت‌بندی مسائل این حوزه به‌ترتیب اهمیت، از تفاوت‌های پژوهش کنونی با پژوهش‌های گذشته است.

۳. روش‌شناسی

پژوهش کنونی برحسب نتیجه، کاربردی و برحسب هدف، اکتشافی است. برای شناسایی مسائل راهبردی تجارت خارجی، در این پژوهش چهار گام طی شده است: در گام اول، مطالعه اسنادی عمیق در ارتباط با مسائل حوزه تجارت خارجی کشور صورت پذیرفت و فهرستی از مسائل شناسایی شد. این اسناد شامل کتب، مقالات، اسناد بالادستی، تحلیل خبر و گزارشات راهبردی سازمان‌های مرتبط می‌باشند. در گام دوم، فهرست مسائل احصاء شده در گام اول، برای شناخت تکمیلی مسائل حوزه تجارت خارجی کشور در



اختیار خبرگان قرار گرفت تا مسائل جدید به آن اضافه شود. در گام سوم، فهرست نهایی مسائل احصاء شده (تجمیع نتایج گام اول و دوم) برای اهمیت‌سنجی در قالب پرسش‌نامه دلفی در اختیار خبرگان قرار گرفت تا نظرات خود را اعمال کنند. در گام چهارم، داده‌های پرسش‌نامه‌ها به‌وسیله تکنیک دلفی فازی تحلیل شد و در نهایت پس از غربالگری و تأیید، فهرست مسائل راهبردی حوزه تجارت خارجی ارائه شد. در ادامه به بررسی روش دلفی فازی می‌پردازیم.

الگوریتم کلی روش دلفی فازی به صورت شکل ۱ است.



نمودار ۵. مراحل اجرای روش دلفی منبع: میرسپاسی، ۱۳۸۹

یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های تکنیک دلفی فازی نسبت به تکنیک دلفی سنتی، برای غربال شاخص‌ها، آن است که می‌توان از یک مرحله برای تلخیص و غربال متغیرها استفاده کرد. الگوریتم اجرای تکنیک دلفی فازی شامل گام‌های زیر است (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۳).

شناسایی طیف مناسب برای فازی‌سازی عبارات کلامی؛

تجمیع فازی مقادیر فازی‌شده؛

فازی‌زدایی مقادیر؛

انتخاب شدت آستانه و غربال معیارها؛



در الگوریتم اجرای تکنیک دلفی فازی برای غربالگری، نخست باید طیف فازی مناسبی را برای فازی سازی عبارات کلامی پاسخ دهندگان توسعه داد. متغیرهایی که ارزش آنها را لغات یا جملات زبان طبیعی یا زبان های مصنوعی تشکیل می دهند، متغیر زبانی نامیده می شوند (قلی پور و محمدزاده، ۱۳۹۳: ۶۸). در این پژوهش از طیف لیکرت پنج درجه استفاده شده که اعداد فازی مثلثی متناظر با آن در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. اعداد فازی مثلثی معادل طیف لیکرت پنج درجه

خیلی مهم	مهم	متوسط	کم اهمیت	خیلی کم اهمیت
(۰/۷۵، ۱، ۱)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۲۵، ۰/۵، ۰/۷۵)	(۰، ۰/۲۵، ۰/۵)	(۰، ۰، ۰/۲۵)

منبع: حبیبی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۳

همچنین در این پژوهش از روش میانگین فازی برای تجمیع دیدگاه خبرگان استفاده شده است. اگر دیدگاه هر کارشناس به صورت عدد فازی مثلثی (L, m, u) نمایش داده شود، میانگین n عدد فازی مثلثی به صورت رابطه ۱ محاسبه خواهد شد (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۳).

$$F_{AVE} = \frac{\sum L}{n}, \frac{\sum m}{n}, \frac{\sum u}{n} \quad \text{رابطه (۱)}$$

پس از تجمیع فازی دیدگاه خبرگان باید به فازی زدایی مقادیر به دست آمده پرداخت. روش های مختلفی برای فازی زدایی وجود دارد. در این پژوهش از رابطه ۲ و ۳ برای فازی زدایی استفاده خواهد شد.

$$F = (l, m, n) \quad \text{رابطه (۲)}$$

$$X = \frac{l + m + u}{3} \quad \text{رابطه (۳)}$$

پس از انتخاب روش مناسب و فازی زدایی مقادیر، برای غربالگری مؤلفه ها باید یک آستانه تحمل در نظر گرفت. آستانه تحمل را معمولاً ۰/۷ در نظر می گیرند (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۴). در واقع اگر مقدار فازی زدایی شده نظرات خبرگان در ارتباط با یک مسئله از ۰/۷ (حد آستانه) کمتر نباشد، آن مسئله به عنوان مسئله راهبردی انتخاب می شود.

جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران ارشد، استادان و خبرگان حوزه تجارت خارجی است. به طور کلی سازوکار دقیقی برای شناسایی تعداد افراد یا تعداد گروه نخبگی در هر مطالعه دلفی وجود ندارد. توصیه معمول این است که ترکیبی از افراد با تخصص های





متعدد استفاده شود و گروه های نامتجانس بهتر از گروهی متجانس است. هوگارت (۱۹۷۸) معتقد است ۶ تا ۱۲ عضو برای تکنیک دلفی ایده آل است و از دیدگاه کلیتون (۱۹۹۷) اگر از ترکیبی از خبرگان با تخصص های گوناگون استفاده شود، بین ۵ تا ۱۰ عضو، کافی است. سامرویل (۲۰۰۸) معتقد است در برخی از تحقیقات دلفی، کمتر از ۱۰ عضو در نظر گرفته می شود. در این مطالعه از دیدگاه ۹ نفر از خبرگان استفاده شده است. همچنین روش نمونه گیری تحقیق کنونی به صورت ترکیبی از روش غیرتصادفی (هدفمند) و تکنیک گلوله برفی است. خبرگان گروه دلفی در این پژوهش از استاد (مرتبۀ علمی استاد) اقتصاد دانشگاه شهید چمران اهواز، عضو هیئت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران، عضو هیئت علمی مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، هیئت علمی اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس تهران، استاد دانشگاه امام حسین، هیئت علمی اقتصاد دانشگاه خوارزمی، استاد اقتصاد دانشگاه شهید چمران اهواز، دانشیار دانشگاه آیت الله عظمی بروجردی و هیئت علمی اقتصاد دانشگاه تهران جنوب تشکیل شده است. تخصص اجرایی و سوابق پژوهشی مرتبط، از ملاک های انتخاب این افراد بوده است.

در این پژوهش برای بررسی روایی پرسش نامه از روش اعتبار محتوا استفاده شده است. بدین صورت که پرسش نامه به تعدادی از صاحب نظران داده شده و از آنها درباره پرسش ها و ارزیابی مسئله پژوهش نظرخواهی شده که به اتفاق پرسش نامه را تأیید نمودند. همچنین برای بررسی پایایی پرسش نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است و با توجه به اینکه مقدار ضریب آلفای کرونباخ بیشتر از مقدار $0/7$ بوده (مقدار $0/828$)، پایایی پرسش نامه نیز تأیید شده است.

۴. تحلیل داده ها و یافته ها

روش این پژوهش، کمی و کیفی بوده و از ابزار دلفی فازی برای تحلیل اطلاعات استفاده شده و محاسبات با استفاده از نرم افزار اکسل انجام شده است. برای این منظور در ابتدا برای شناسایی مسائل، مطالعه اسنادی عمیق انجام شده است. در ادامه برای شناسایی مسائل جدید، با خبرگان مصاحبه شد. نتیجه کلی این فرایندها، شناسایی ۲۱ مسئله مهم حوزه تجارت خارجی بود. درنهایت، برای اولویت بندی و غربالگری مسائل احصاء شده از روش دلفی فازی استفاده شد که نتایج آن در جدول ۳ ارائه شده است.



جدول ۳. نتایج محاسبات دلفی فازی تجارت خارجی (سطح آستانه ۷ درصد)

ردیف	مسئله	وضعیت	میانگین قطعی	میانگین فازی		
۱	ارزش افزوده پایین صادرات غیرنفتی و خام‌فروشی	تأیید	۰.۷۷۱	۰.۹۳۸	۰.۸۱۳	۰.۵۶۳
۲	میزان پایین ارزش و سهم صادرات غیرنفتی در کشور	تأیید	۰.۷۱۹	۰.۹۰۶	۰.۷۵۰	۰.۵۰۰
۳	تنوع پایین و تمرکز بالا در کالاهای صادراتی	تأیید	۰.۸۲۳	۰.۹۶۹	۰.۸۷۵	۰.۶۲۵
۴	دیپلماسی خارجی ضعیف	تأیید	۰.۸۹۶	۱.۰۰۰	۰.۹۶۹	۰.۷۱۹
۵	حجم بالای قاچاق وارداتی	رد	۰.۶۶۷	۰.۸۷۵	۰.۶۸۸	۰.۴۳۸
۶	آسیب‌پذیری تجارت خارجی در برابر تحریم‌های فزاینده	تأیید	۰.۸۱۳	۰.۹۳۸	۰.۸۷۵	۰.۶۲۵
۷	تنوع پایین و تمرکز بالا در مقاصد صادرات غیرنفتی	تأیید	۰.۸۰۲	۰.۹۶۹	۰.۸۴۴	۰.۵۹۴
۸	تنوع پایین و تمرکز بالا در مقاصد واردات کشور	تأیید	۰.۸۵۴	۱.۰۰۰	۰.۹۰۶	۰.۶۵۶
۹	کیفیت پایین محصولات صادراتی کشور	تأیید	۰.۷۰۸	۰.۹۳۸	۰.۷۱۹	۰.۴۶۹
۱۰	بی‌ثباتی در قوانین و مقررات در حوزه تجارت خارجی	تأیید	۰.۸۵۴	۱.۰۰۰	۰.۹۰۶	۰.۶۵۶
۱۱	تعدد مراکز تصمیم‌گیری و فقدان نهاد متولی واحد	تأیید	۰.۷۸۱	۰.۹۶۹	۰.۸۱۳	۰.۵۶۳
۱۲	پایین بودن میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشور	تأیید	۰.۷۰۸	۰.۹۳۸	۰.۷۱۹	۰.۴۶۹
۱۳	بالا بودن حجم خروج سرمایه از کشور	تأیید	۰.۸۳۳	۱.۰۰۰	۰.۸۷۵	۰.۶۲۵
۱۴	نقش کم‌رنگ FDI در کشور در انتقال فناوری به داخل	تأیید	۰.۷۰۸	۰.۸۷۵	۰.۷۵۰	۰.۵۰۰
۱۵	تعرفه‌گذاری‌های غیرهدفمند	تأیید	۰.۷۰۸	۰.۹۳۸	۰.۷۱۹	۰.۴۶۹
۱۶	ارزش‌گذاری دستوری صادرات	رد	۰.۶۹۸	۰.۹۰۶	۰.۷۱۹	۰.۴۶۹
۱۷	مشکلات لجستیکی و ترانزیتی در حوزه تجارت خارجی	تأیید	۰.۷۵۰	۰.۹۳۸	۰.۷۸۱	۰.۵۳۱
۱۸	ناکارایی مناطق آزاد تجاری، صنعتی و ویژه اقتصادی	رد	۰.۶۹۸	۰.۹۰۶	۰.۷۱۹	۰.۴۶۹
۱۹	نبود نظام ارزی مشخص و نوسانات بالای نرخ ارز در کشور	تأیید	۰.۸۷۵	۱.۰۰۰	۰.۹۳۸	۰.۶۸۸
۲۰	عدم بازاریابی مناسب و مستمر در حوزه صادرات	تأیید	۰.۷۵۰	۰.۹۳۸	۰.۷۸۱	۰.۵۳۱
۲۱	طولانی بودن زمان انجام تشریفات گمرکی کالا	تأیید	۰.۷۷۱	۰.۹۳۸	۰.۸۱۳	۰.۵۶۳

منبع: محاسبات پژوهشگر

همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، اگر سطح آستانه قبول یا رد را ۰.۷ در نظر بگیریم، ۱۸ مسئله از ۲۱ مسئله شناسایی شده به‌عنوان مسئله راهبردی انتخاب می‌شوند که ترتیب اولویت آنها به صورت جدول ۴ است.

جدول ۴. مسائل حوزه تجارت خارجی به ترتیب اهمیت منبع: محاسبات پژوهشگر

ردیف	مسئله	میانگین قطعی
۱	دیپلماسی خارجی ضعیف	۰.۸۹۶
۲	نبود نظام ارزی مشخص و نوسانات بالای نرخ ارز در کشور	۰.۸۷۵
۳	تنوع پایین و تمرکز بالا در مقاصد واردات کشور	۰.۸۵۴
۴	بی‌ثباتی در قوانین و مقررات در حوزه تجارت خارجی	۰.۸۵۴
۵	بالا بودن حجم خروج سرمایه از کشور	۰.۸۳۳
۶	تنوع پایین و تمرکز بالا در کالاهای صادراتی	۰.۸۲۳
۷	آسیب‌پذیری تجارت خارجی در برابر تحریم‌های فزاینده	۰.۸۱۳
۸	تنوع پایین و تمرکز بالا در مقاصد صادرات غیرنفتی	۰.۸۰۲
۹	نبود نهاد متولی واحد در بحث تجارت خارجی و تعدد مراکز تصمیم‌گیری	۰.۷۸۱
۱۰	ارزش افزوده پایین صادرات غیرنفتی و خام‌فروشی	۰.۷۷۱
۱۱	طولانی‌بودن زمان انجام تشریفات گمرکی کالا	۰.۷۷۱
۱۲	مشکلات لجستیکی و ترانزیتی در حوزه تجارت خارجی	۰.۷۵۰
۱۳	عدم بازاریابی مناسب و مستمر در حوزه صادرات	۰.۷۵۰
۱۴	میزان پایین ارزش و سهم صادرات غیرنفتی در کشور	۰.۷۱۹
۱۵	پایین بودن میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشور	۰.۷۰۸
۱۶	کیفیت پایین محصولات صادراتی کشور	۰.۷۰۸
۱۷	نقش کم‌رنگ FDI در کشور در انتقال فناوری به داخل	۰.۷۰۸
۱۸	تعارف‌گذاری‌های غیرهدفمند	۰.۷۰۸
۱۹	ارزش‌گذاری دستوری صادرات	۰.۶۹۸
۲۰	ناکارایی مناطق آزاد تجاری، صنعتی و ویژه اقتصادی	۰.۶۹۸
۲۱	حجم بالای قاچاق وارداتی	۰.۶۶۷

دیپلماسی اقتصادی ضعیف

اصطلاح دیپلماسی اقتصادی، اصطلاح جدیدی است که سابقه استفاده از آن به دهه ۱۹۵۰ بازمی‌گردد. با وجود این، فقط در یک دهه اخیر است که بسیار مورد توجه قرار گرفته است (برجیک و مون، ۲۰۱۸: ۳). در واقع دیپلماسی اقتصادی، به مفهوم اولویت‌یافتن موضوعات اقتصادی در سیاست خارجی است. دیپلماسی فعال اقتصادی، تسهیلگر صادرات و واردات و جذب سرمایه‌گذار مستقیم خارجی است. با وجود اهمیت دیپلماسی فعال اقتصادی و تأکیدات فراوان در اسناد بالادستی مختلف برای به‌کارگیری دیپلماسی اقتصادی قوی، متأسفانه دولت‌ها نتوانسته‌اند با به‌کارگیری دیپلماسی مناسب،



از ظرفیت‌های مطلق و نسبی که ایران در بخش‌های مختلف اقتصادی (جایگاه ژئوپلیتیکی، ژئواکونومیکی و ...) داراست، استفاده کنند.

سیاست ارزی نامطلوب و نوسانات بالای نرخ ارز در کشور

یکی از متغیرهای مهم تأثیرگذار در حوزه تجارت خارجی، نرخ ارز است. به عقیده صاحب‌نظران، طی سالیان اخیر نوسانات ارزی و سرکوب نرخ ارز تشدید شده است. سرکوب نرخ ارز، قدرت رقابت‌پذیری تجارت خارجی را کاهش می‌دهد و در نهایت به افزایش واردات، کاهش صادرات و تضعیف تولید و اشتغال داخلی منجر می‌شود. از طرف دیگر، نوسانات بالای نرخ ارز، خطر فعالیت اقتصادی و سرمایه‌گذاری در داخل کشور را بالا برده و مانع از ورود سرمایه‌گذار خارجی به کشور و افزایش تولید و صادرات می‌شود.

تنوع پایین و تمرکز بالا در مقاصد واردات کشور

یکی از مسائل حوزه تجارت خارجی در طی سالیان گذشته، محدودبودن شرکای تجاری ایران در زمینه واردات بوده است (تنوع پایین). همچنین، شمار اندکی از این کشورها، سهم بالایی در میزان صادرات به ایران دارند (تمرکز بالا). این مسئله سبب وابستگی در واردات می‌شود و در صورتی که روابط تجاری با هر کدام از این کشورها به‌دلایلی از بین برود، به‌دلیل نبود کشورهای جایگزین، بازار داخلی این محصولات بلافاصله دچار ناپایداری می‌شود. به‌علاوه مسئله عدم تنوع و تمرکز بالا در مقاصد وارداتی سبب می‌شود آسیب‌پذیری کشور در مقابل تحریم‌ها بیشتر شود. جدول ۵، سهم مقاصد عمده وارداتی ایران را برای دوره ۱۴۰۰-۱۳۹۷ نشان می‌دهد. مطابق اطلاعات جدول، طی پنج سال اخیر، قسمت اعظم واردات کشور از پنج کشور (امارت، چین، ترکیه، هند و آلمان) انجام شده است که نشانگر تنوع پایین و تمرکز بالا در مقاصد وارداتی کشور است.

جدول ۵. سهم مقاصد عمده وارداتی (سهم در ارزش کل واردات) - ۱۴۰۱-۱۳۹۷

سهم مقاصد عمده وارداتی (سهم در ارزش کل واردات)					
۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰	۱۴۰۱	کشور
۲۴/۱۲	۲۵/۵۷	۲۵/۳۱	۲۴/۰۴	۲۶/۲۶	چین
۵/۷۶	۴/۸۰	۴/۷۶	۳/۶۳	۳/۳۷	آلمان
۱۵/۳۳	۲۰/۳۶	۲۵/۰۸	۳۱/۱۹	۳۰/۷۶	امارات
۶/۱۱	۱۱/۴۱	۱۱/۳۱	۹/۹۹	۱۰/۲۱	ترکیه
۶/۳۹	۸/۳۷	۵/۵۰	-	۴/۸۸	هند
-	-	-	۳/۱۴	-	روسیه



بی‌ثباتی در قوانین و مقررات در حوزه تجارت خارجی

با وجود تأکید اسناد بالادستی مختلف بر حمایت همه‌جانبه از تجارت خارجی با تسهیل و ثبات‌سازی قوانین، مقررات و سیاست‌ها، متأسفانه با عدم‌پیش‌بینی‌پذیری سیاست‌ها، قوانین و مقررات در این حوزه مواجهیم. بی‌ثباتی قوانین و مقررات در کشور ما به‌ویژه در سالیان اخیر افزایش یافته و موجب بروز مشکلات و چالش‌های متعددی برای فعالان تجاری و اقتصادی کشور شده است. برای نمونه، در برخی مواقع صادرکننده در شرایط سخت تحریم با ماه‌ها مذاکره و پشت سر گذاشتن تمام چالش‌ها، اقدام به عقد قرارداد برای صادرات کالا می‌کند، اما در کمال تعجب می‌بینیم که با یک نامه چندخطی، صادرات آن کالا ممنوع می‌شود و تمام زحمات صادرکنندگان به هدر می‌رود. این موضوع موجب ازدست‌رفتن بازارهای صادراتی نیز خواهد شد.

بالا بودن حجم خروج سرمایه از کشور

هر چند محاسبه دقیق آمار و ارقام خروج سرمایه از کشور امکان‌پذیر نیست، اما همه کارشناسان بر این باورند که سرمایه با حجم عظیم و با سرعت بالا طی سالیان اخیر از کشور خارج شده است. برهم‌زدن تعادل تراز پرداخت‌ها و افزایش نرخ ارز، کاهش رشد اقتصادی، افزایش بیکاری، کاهش امنیت و رفاه کشور و ... از جمله مواردی هستند که فرار سرمایه بر آنها مؤثر است.

تنوع پایین و تمرکز بالا در کالاهای صادراتی (صادرات غیرنفتی)

یکی از مسائل اقتصادی کشورهای در حال توسعه، تک‌محصولی بودن اقتصاد آنهاست. به این ترتیب که بخش عمده‌ای از درآمدهای ارزی این کشورها، منحصراً از طریق صدور یک یا چند کالای محدود به‌دست می‌آید. بدیهی است هر گونه نوسان غیرعادی در قیمت این کالا یا کالاهای محدود به‌وجود آید که منبع اصلی این کشورها را تشکیل می‌دهند، اثرات پُردامنه‌ای در کل اقتصاد این کشورها بر جای خواهد گذاشت. متأسفانه در ایران با وجود مزیت‌های بالقوه و بالفعل در حوزه تجارت خارجی، با مسئله تنوع پایین و تمرکز بالا در کالاهای صادراتی بخش غیرنفتی مواجهیم. این امر بیانگر این است که ۱. صادرات غیرنفتی ایران از تنوع زیادی برخوردار نیست (از نظر نوع کالاها) و ۲. در میان کالاهای صادراتی غیرنفتی، شمار اندکی از کالاها (مواد پتروشیمی و معدنی)، سهم بسیار زیادی از ترکیب کالاهای صادراتی را به خود اختصاص داده‌اند که

این به معنای تمرکز است. عدم تنوع و تمرکز بالا در کالاهای صادراتی، یک تهدید تلقی شده و سبب آسیب پذیری بیشتر تجارت خارجی کشور در شرایط تحریمی می شود. جدول ۶، ترکیب صادرات غیرنفتی کشور را برای دوره های اخیر نشان می دهد. بر مبنای اطلاعات جدول یادشده، بیشترین سهم مربوط به بخش پتروشیمی و میعانات گازی و کمترین سهم مربوط به فرش و صنایع دستی است.

جدول ۶. مقایسه ارزشی صادرات غیرنفتی به تفکیک بخش های عمده

سهم ارزشی بخش های عمده کالایی از صادرات غیرنفتی			
۱۴۰۰	۱۴۰۱	۷ ماهه اول سال ۱۴۰۲	صادرات غیرنفتی
%۵۲	%۵۷/۲	%۵۲	پتروشیمی و پایه نفتی
%۲۷	%۲۲/۷	%۲۶	معدن و صنایع معدنی
%۹/۵	%۱۲/۹	%۱۵	صنعت
%۱۱	%۶/۷	%۷	کشاورزی
%/۰۴	%/۰۲	-	فرش و صنایع دستی

منبع: گزارشات سال ۱۴۰۰-۱۴۰۲ سازمان توسعه تجارت ایران

آسیب پذیری تجارت خارجی در برابر تحریم های فزاینده

در حال حاضر تحریم ها یکی از مهمترین چالش های ما در بخش تجارت خارجی کشور است و ساختار تجارت خارجی کشور به گونه ای است که آسیب های زیادی از تحریم های بین المللی به آن وارد شده است که از جمله آنها می توان به کاهش سرمایه در گردش، افزایش هزینه نقل و انتقالات، افزایش خطر فعالیت تجار، بلوکه شدن پول های صادراتی، ناتوانی در تأمین ارز برای واردات کالاها و ... اشاره کرد. در واقع تحریم ها موجب شده اند که ما کالاها را با قیمت بالا بخریم و به قیمت پایین بفروشیم. برای نمونه بخش مهمی از فرایندهای فروش و استخراج نفت تحت تأثیر تحریم قرار گرفته است و ما مجبوریم نفت خود را با تخفیف خیلی زیاد بفروشیم و از طرفی بازگرداندن پول نفت های فروش رفته نیز سخت شده است یا در صنعت گاز با وجود اینکه ایران بیشترین مخازن گازی جهان را داراست و می توانستیم به یکی از بزرگترین صادرکنندگان گاز جهان تبدیل شویم، اما به علت عدم سرمایه گذاری (سرمایه گذار خارجی)، نه تنها این امر محقق نشد، بلکه در تأمین گاز داخل نیز با مشکل مواجه شدیم.

تنوع پایین و تمرکز بالا در مقاصد صادرات غیرنفتی



این مسئله، به این موضوع اشاره دارد که ۱. شمار کشورهایی که ایران، کالاهای غیرنفتی به آنها صادر می‌کند، از تنوع کمی از لحاظ تعداد برخوردار است و ۲. از میان این تعداد اندک، تعداد محدودی، سهم بالایی را از رقم صادرات ایران به خود اختصاص داده‌اند. تمرکز صادراتی بالا و عدم تنوع در مقاصد صادراتی، باعث وابستگی صادرات شده و در صورتی که یکی از شرکای عمده طرف صادرات به دلایلی واردات خود از ایران را قطع کند، نوسانات ارزی زیادی به کشور تحمیل می‌شود. از طرف دیگر این مسئله سبب آسیب‌پذیری بیشتر تجارت خارجی کشور در مقابل تحریم‌ها شده است. جدول ۷، بر مبنای آمار و اطلاعات گمرک جمهوری اسلامی ایران تهیه شده است. همان‌طور که اطلاعات جدول نشان می‌دهد، طی پنج سال اخیر، تقریباً هفتادوپنچ درصد میزان صادرات غیرنفتی کشور ایران به پنج تا شش کشور صورت گرفته است که گواه تنوع پایین و تمرکز بالا در مقاصد صادرات غیرنفتی است.

جدول ۷. مقاصد عمده صادرات غیرنفتی (سهم در ارزش کل صادرات غیرنفتی) ۱۴۰۱-۱۳۹۷

مقاصد عمده صادرات غیرنفتی (سهم در ارزش کل صادرات غیرنفتی)					
کشور	۱۴۰۱	۱۴۰۰	۱۳۹۹	۱۳۹۸	۱۳۹۷
چین	۲۷/۲۱	۳۰/۱۳	۲۶/۰۲	۲۳/۰۸	۲۰/۷۹
عراق	۱۸/۹۹	۱۸/۳۷	۲۱/۳۲	۲۱/۷۹	۲۰/۱۳
امارات	۱۱/۴۶	۹/۳۳	۱۳/۱۰	۱۰/۵۴	۱۳/۴۳
ترکیه	۱۴/۱۱	۱۲/۵۶	۷/۲۷	۱۲/۲۰	-
هند	۳/۳۹	-	-	-	۵/۷۶
افغانستان	-	۳/۷۹	۶/۵۹	۵/۷۳	۶/۶۰

منبع: آمار و ارقام سالیانه گمرک جمهوری اسلامی ایران

نبود نهاد متولی واحد در بحث تجارت خارجی و تعدد مراکز تصمیم‌گیری

با وجود گره‌زدن همیشگی مسائل و مشکلات تجارت خارجی توسط دولت‌ها به عوامل بیرونی مانند تحریم، بسیاری از این موانع جنبه داخلی دارد و به مشکلات ایران در حوزه‌های تقنینی، نظارتی یا اجرایی برمی‌گردد. یکی از این مسائل که به مانعی در مسیر توسعه تجارت خارجی تبدیل شده است، فقدان نهاد متولی واحد یا به تعبیری دیگر، تعدد نهادهای تصمیم‌گیر در این حوزه است. وجود سازمان‌ها و نهادهایی نظیر سازمان توسعه تجارت، سازمان استاندارد، اتاق‌های بازرگانی، انجمن‌های صادراتی، بانک



توسعه صادرات، صندوق ضمانت صادرات ایران و ... که عمدتاً موضوع واحدی را دنبال می‌کنند، سبب گنبد شدن تجارت خارجی شده و بعضاً خود، با نقض غرض، به مانعی در راه توسعه صادرات بدل شده‌اند.

ارزش افزوده پایین صادرات و خام‌فروشی

با وجود تأکید اسناد بالادستی مختلف به صادرات کالاها و خدمات به تناسب ارزش افزوده و پرهیز از خام‌فروشی، بخش زیادی از صادرات کشور (نفتی و غیرنفتی) به شکل مواد خام، نیمه‌خام و فرآوری نشده صورت می‌گیرد. این در حالی است که می‌توان در داخل کشور با تکمیل زنجیره تولید، این مواد خام را به شکل فرآوری شده یا محصول نهایی درآورد و سپس آنها را صادر کرد. این موضوع سبب بالا رفتن اشتغال، ارزش افزوده، رشد اقتصادی و ... در بخش مربوط می‌شود. حال آنکه خام‌فروشی به معنای خروج منابع، آن هم بدون ایجاد ارزش افزوده برای اقتصاد است. فارغ از آمار و ارقام صادرات نفتی، آمار و ارقام صادرات غیرنفتی حاکی از خام‌فروشی در صادرات غیرنفتی است. مطابق اطلاعات جدول ۶، در سال ۱۴۰۱ حدود ۷۹/۹ درصد و در هفت ماهه منتهی به سال ۱۴۰۲ حدود ۷۸ درصد کل ارزش واردات کشور به مواد پتروشیمی و معدنی اختصاص یافته که عمدتاً مواد خام و نیمه‌خام می‌باشند.

طولانی‌بودن زمان انجام تشریفات گمرکی کالا

امروزه وجود مسائلی چون انبوه اسناد موردنیاز برای تجارت و زمان‌بر بودن معاملات و ... هزینه زیادی را بر تجار تحمیل می‌کند. ترخیص کالا و خدمات در گمرک‌های کشور، نیازمند زمان زیادی است. نمود این ادعا را می‌توان در رسوب و فساد برخی کالاها در بنادر و گمرکات ملاحظه کرد. تبعات منفی این مشکل به صورت مستقیم متوجه بخش تولید و بازرگانی کشور است که با افزایش زمان ترخیص، هزینه‌های آنها نیز افزایش می‌یابد.

مشکلات لجستیکی و ترانزیتی در حوزه تجارت خارجی

ایران دارای موقعیت راهبردی و مزیت‌های ژئوپلیتیکی است. کشور ایران از لحاظ جغرافیایی در نقطه اتصال ۳ قاره آسیا، اروپا و آفریقا قرار دارد. از طرفی کریدور شرق به غرب و از سوی کریدور شمال به جنوب است و در چهارراه جهان واقع شده است. ایران، کوتاه‌ترین کریدور هوایی میان قاره‌ای را داراست و به آب‌های آزاد بین‌المللی متصل



است. همچنین ایران دومین کشور جهان از نظر تعداد همسایه‌هاست و با ۱۵ کشور مرز آبی و خاکی دارد. بنابراین به راحتی می‌تواند از مسیرهای مختلف برای حمل‌ونقل و انتقال کالاها استفاده کند، اما براساس آمار و ارقام مختلف، ایران از این مزیت خدادادی چندان استفاده مطلوب نکرده است، به طوری که بسیاری از کشورها بدون داشتن مزیت‌های ایران، تا چندین برابر کشور ما از حوزه حمل‌ونقل، درآمدزایی می‌کنند. یکی از دلایل مهم این امر، مشکلات لجستیکی و ترانزیتی در حوزه تجارت خارجی است که پیش‌شرط شکل‌گیری دیپلماسی اقتصادی موفق و کارآمد در منطقه است.

عدم بازاریابی مناسب و مستمر در حوزه صادرات

در دنیای تجارت به همان اندازه که تولید اهمیت دارد، بازاریابی محصول هم مهم است. هر کشوری که بخواهد کالایی را به فروش برساند، به افرادی نیاز دارد تا در کشورهای مختلف ضمن سنجیدن وضعیت بازار آنها، رقبای موجود در بازار، انجام هماهنگی‌ها و مذاکرات لازم، فروش محصول آن کشور را انجام دهند. در واقع رایزن بازرگانی در آخر خط تولید داخلی، وظیفه بازاریابی و فروش محصولات را بر عهده دارد که اگر توجه جدی به آن نشود، در واقع زحمات تولیدکننده داخلی به ثمر نمی‌نشیند. خبرگزاری صداوسیما، مقایسه جالبی در این زمینه انجام داده و می‌نویسد: در حالی که ۳ هزار نفر رایزن بازرگانی از سوی کشور آمریکا در عراق در حال فعالیت هستند، جمهوری اسلامی ایران در مجموع در کل دنیا دو هزار کادر دیپلماتیک دارد که از این تعداد، ۴ درصد تحصیلات اقتصادی دارند. بنابراین آمریکا فقط نیروی اقتصادی‌اش در عراق، از تمام نیروی دیپلماتیک ما بیشتر است. ضمن اینکه با توجه به اینکه فقط ۴ درصد از ۲ هزار نفر نیروی دیپلماتیک، تحصیلات اقتصادی دارند، یعنی اینکه حدود ۸۰ تا ۱۰۰ نفر در بدنه وزارت خارجه هستند که تحصیلات اقتصادی دارند (خبرگزاری صداوسیما: ۱۴۰۰). این مطلب مؤید ضعف در حوزه بازاریابی تجاری است.

میزان پایین ارزش و سهم صادرات غیرنفتی در کشور

اقتصاد ایران، اقتصادی با ظرفیت‌های متنوع و مزیت‌های نسبی فراوان در بخش‌های مختلف صادراتی است، اما قیاس ظرفیت‌ها با حجم صادرات غیرنفتی حاکی از آن است که ارزش صادرات غیرنفتی در ایران بسیار پایین است و ما از این مزیت‌ها و ظرفیت‌ها استفاده درستی نکرده‌ایم. از طرفی، مقایسه آمار صادرات ایران با کشورهای منطقه



حاکمی از این است که سهم ایران از تجارت بین‌المللی در مقایسه با کشورهای منطقه (عربستان، ترکیه، امارات و ...) پایین است. در واقع اقتصاد ایران، اقتصادی نیست که بر مبنای صادرات شکل گرفته باشد. شاخصی که می‌تواند این موضوع را به تصویر بکشد، «نسبت صادرات کالاها و خدمات به تولید ناخالص داخلی» است که توسط بانک جهانی محاسبه می‌شود. در سال ۲۰۲۰ میلادی، این شاخص برای ایران حدود ۲۲.۸ درصد، برای مالزی حدود ۶۱.۴ درصد، برای تونس حدود ۴۵.۷ درصد، برای گرجستان، کشوری که نه نفت دارد و نه صنعتی خاص ۳۷.۳ درصد، جمهوری آذربایجان ۳۵.۷ درصد؛ قزاقستان ۳۰.۲ درصد؛ ترکیه ۲۸.۷ درصد؛ کنگو ۲۸.۶ درصد؛ بوركینافاسو ۲۷.۶ درصد و ازبکستان ۲۴.۳ برآورد شده است که نشانگر جایگاه نامناسب ایران در این شاخص است (منبع آمار و ارقام: وب‌گاه بانک جهانی).

پایین بودن میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشور

این مسئله به این واقعیت اشاره دارد که حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی کشور ایران در قیاس با ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل آن (موقعیت مناسب ژئوپلیتیکی و استراتژیکی، وفور نیروی انسانی ماهر و تحصیل کرده، نرخ پایین نهاده‌های تولید، میزان بالای ذخایر معدنی و ...) ناچیز بوده و متأسفانه عملکرد مناسبی در این زمینه نداشته‌ایم. جدول ۸ که برگرفته از گزارشات سالانه «آنکتاد» است، سهم و رتبه ایران را از حجم عظیم جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جهان برای دوره ۲۰۲۱-۲۰۱۸ نشان می‌دهد. اطلاعات این جدول، بیانگر سهم پایین و رتبه نامناسب ایران در جذب سرمایه‌گذار مستقیم خارجی است.

جدول ۸. بررسی سهم و رتبه ایران در سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی ۲۰۲۱-۲۰۱۸

ردیف	سال	سهم ایران از جریان (FDI) جهان	رتبه ایران از جریان (FDI) جهان
۱	۲۰۲۱	۰/۰۹	۸۰
۲	۲۰۲۰	۰/۱۳	۷۲
۳	۲۰۱۹	۰/۰۹	۷۸
۴	۲۰۱۸	۰/۳	۵۵

مأخذ: گزارش‌های سرمایه‌گذاری جهانی آنکتاد

کیفیت پایین محصولات صادراتی کشور

تولید محصول باکیفیت، رمز توسعه پایدار و تضمین‌کننده بازار فروش و چراغ‌راه جهش تولید و اشتغال‌زایی است. بنابراین می‌بایست بخش‌های مختلف تولیدی به مقوله کیفیت به‌منظور دسترسی به بازارهای جهانی و قبضه بازارهای داخلی بیش‌ازپیش توجه کنند. تولید محصول با کیفیت پایین، موجب از دست رفتن مشتریان و اعتبار عنوان تجاری می‌شود و این موضوع آفت تولید است، حال آنکه کارشناسان یکی از مسائل حوزه صادرات غیرنفتی را پایین بودن کیفیت کالاهای صادراتی می‌دانند که سبب کاهش قدرت رقابت‌پذیری محصولات داخلی شده است.

نقش کمرنگ FDI در انتقال فناوری به داخل

سرمایه‌گذاری خارجی، به‌طور کلی به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم انجام می‌شود. کارشناسان معتقدند که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) به دلایلی مانند فرآر نبودن، انتقال فناوری به داخل و ... بر سرمایه‌گذاری غیرمستقیم خارجی ارجح است. با وجود تأکید اسناد بالادستی مختلف به انتقال فناوری به داخل با ورود سرمایه‌گذار مستقیم خارجی، آمار و ارقام سالیان اخیر اقتصاد ایران در حوزه جذب سرمایه‌گذاری خارجی حاکی از آن است که میزان جذب سرمایه‌گذار مستقیم خارجی در ایران اندک بوده و این میزان اندک نیز عمدتاً وارد بخش منابع طبیعی و معدن و به‌طور خاص نفت خام شده (منبع‌محور بوده) و نیز غالباً به شکل ترتیبات قراردادی بوده است و نه مشخصاً در قالب FDI. درحقیقت افق کوتاه‌مدت سرمایه‌گذاری در ایران، مانع از حضور سرمایه‌گذار خارجی در بخش‌های تولیدی و با فناوری پیشرفته شده و سرریز فناوری اتفاق نیفتاده است.

تعرفه‌گذاری‌های غیره‌د فمند

افزایش و کاهش نرخ تعرفه می‌تواند یک اقدام حمایت‌گرایانه یا تنبیهانه برای امر صادرات و واردات در کشور باشد، بازار داخلی را تنظیم کند و منابع را به‌طور کارآمد تخصیص دهد. متأسفانه براساس نظر کارشناسان، تعرفه‌بندی در امر صادرات و واردات ایران چندان کارا نیست که نمود آن را می‌توان در صادرات میزان بالای آب مجازی در بخش کشاورزی ایران (کشوری که در منطقه خشک و نیمه‌خشک قرار دارد) یا واردات کالاهایی که مشابه داخل دارند، ملاحظه کرد.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

الف. نتیجه‌گیری

این پژوهش در پاسخ به این پرسش اصلی تهیه شد که «مسائل راهبردی تجارت خارجی ایران کدام‌اند؟». این پژوهش به روش دلفی فازی با مشارکت ۹ نفر از افراد خبره انجام شد. در این راستا، هجده مسئله راهبردی شناسایی و براساس اهمیت اولویت‌بندی شدند که هدف اصلی این پژوهش بود. این مسائل عبارت‌اند از: ۱. دیپلماسی اقتصادی ضعیف؛ ۲. سیاست ارزی نامطلوب و نوسانات بالای نرخ ارز؛ ۳. تنوع پایین و تمرکز بالا در مقاصد واردات کشور؛ ۴. بی‌ثباتی در قوانین و مقررات حوزه تجارت خارجی؛ ۵. بالا بودن حجم خروج سرمایه از کشور؛ ۶. تنوع پایین و تمرکز بالا در کالاهای صادراتی کشور؛ ۷. آسیب‌پذیری تجارت خارجی در برابر تحریم‌های فزاینده؛ ۸. تنوع پایین و تمرکز بالا در مقاصد صادرات غیرنفتی کشور؛ ۹. تعدد مراکز تصمیم‌گیری و فقدان نهاد متولی واحد در حوزه تجارت خارجی؛ ۱۰. ارزش افزوده پایین کالاهای صادراتی و خام‌فروشی؛ ۱۱. طولانی‌بودن زمان انجام تشریفات گمرکی؛ ۱۲. مشکلات لجستیکی و ترانزیتی؛ ۱۳. عدم‌بازاریابی مناسب و مستمر؛ ۱۴. میزان پایین ارزش و سهم صادرات غیرنفتی؛ ۱۵. پایین‌بودن میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی؛ ۱۶. کیفیت پایین محصولات صادراتی؛ ۱۷. نقش کم‌رنگ سرمایه‌گذاری‌های خارجی در کشور در انتقال فناوری به داخل و ۱۸. تعرفه‌گذاری‌های غیرهدفمند.

ب. پیشنهادها

همان‌طور که در قسمت مقدمه انجام پژوهش نیز تبیین شد، احصای مسائل راهبردی حوزه تجارت خارجی باعث می‌شود ۱. دغدغه‌مندان و پژوهشگرانی که قصد توسعه و بهبود این حوزه را دارند، به صورت شفاف و روشن مسائل این بخش را بشناسند؛ ۲. با در دست داشتن یک بانک اطلاعاتی مطمئن از مسائل در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های مربوط به این بخش از پراکنده‌کاری، سطحی‌نگری، تکروری و بلندپروازی‌های غیرواقع‌بینانه کاسته شده و برنامه‌ریزی‌های توسعه این بخش مبتنی بر واقعیت‌های موجود صورت پذیرد. از همین رو پیشنهاد می‌شود:



۱. سیاست‌گذاران و مسئولان اجرایی بخش اقتصاد در انجام برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های مربوط به حوزه تجارت خارجی، مسائل شناسایی شده در این پژوهش را مورد توجه قرار دهند؛

۲. با توجه به آنکه برخی مسائل، در ابتدای راه، ممکن است با تمهیداتی ساده و کم‌هزینه حل شود، اما زمانی که به بحران انجامیدند، حل آنها دشوار و با هزینه بسیار خواهد بود؛ به سیاست‌گذاران و مسئولان اجرایی بخش اقتصاد توصیه می‌شود به مسائل اولویت‌دار احصاء شده در این پژوهش اهتمام جدی داشته باشند.

فهرست منابع

الف. منابع فارسی

- احمدی، اکبر، مه‌آبادی، مریم، و پناهی، سامان (۱۳۹۹). آسیب‌شناسی صادرات غیرنفتی در ایران، بررسی روند صادرات غیرنفتی. تهران: دفتر مطالعات راهبردی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

- آقای، مجید، رضاقلی‌زاده، مهدیه، و محمدرضایی، مجید (۱۳۹۷). بررسی تأثیر تحریم‌های اقتصادی و تجاری بر روابط تجاری ایران و کشورهای شریک عمده تجاری. مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی (مطالعات راهبردی جهانی‌شدن)، ۸(۲۸)، ۶۸-۴۹.

- پناهی، سامان، نجفی علمی، محمدمهدی، و عزیزنژاد، صمد (۱۳۹۹). درباره جهش تولید. چالش‌ها و راه‌کارهای توسعه صادرات غیرنفتی. تهران: دفتر مطالعات راهبردی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

- حبیبی، آرش، ایزدیار، صدیقه، و سرافرازی، اعظم (۱۳۹۳). تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی. رشت: کتیبه گیل.

- حسن‌پور، یوسف، و حاجی میرزایی، سیدمحمدعلی (۱۳۸۷). بررسی امکان توسعه صادرات ایران به کشورهای مستقل مشترک‌المنافع. پژوهش‌نامه بازرگانی، ۱۲(۴۸)، ۱۹۰-۱۶۵.

- خراطها، سعید (۱۳۹۳). بررسی مقایسه‌ای مسائل اجتماعی ایران و تاجیکستان. برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۵(۱۹)، ۲۹۰-۲۵۵.

- رجبی‌نژاد، مهسا (۱۴۰۲). تراز پرداخت‌ها سال ۱۴۰۱. تهران: معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی.

- سند تحول دولت مردمی مصوب ۱۴۰۰/۱۲/۰۸ معاونت ریاست جمهوری.



- سیدطباطبایی، سیدمهدی، و فریدونی، سینا (۱۳۹۶). الگوی استخراج نظام مسائل آموزش و پرورش کشور مبتنی بر بیانات حضرت امام خامنه‌ای حفظه‌الله‌تعالی. فصلنامه پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، ۲۵(۳۴)، ۱۳۱-۹۵.

- طیبی، سیدکمیل، عمادزاده، مصطفی، و شیخ‌بهای، آریتا (۱۳۸۷). تأثیر تجارت خارجی و سرمایه‌انسانی بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی. مجله تحقیقات اقتصادی، ۴۳(۴).

- کشاورز، محسن، و علیخان‌زاده، علیرضا (۱۳۹۹). طراحی نظام مسائل اقتصاد ایران مبتنی بر تحلیل تفسیری ساختاری بیانیه گام دوم. مطالعات راهبردی بسیج، ۲۳(۸۹)، ۲۰۰-۱۶۹.

- کوهکن، علیرضا، و رحیمی‌نژاد، محمدعلی (۱۳۹۹). دیپلماسی اقتصادی ایران در آسیای میانه ۱۳۹۶-۱۳۸۴. <https://civilica.com/doc/1231238>.

- محمدزاده، لقمان، و قلی‌پور، محمد (۱۳۹۳). منطق فازی برای دانشجویان مدیریت. تهران: آتی‌نگر.

- مزینی، امیرحسین (۱۳۹۷). محاسبه حجم کالای قاچاق وارداتی به کشور: پیشنهاد یک چارچوب عملیاتی. فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی. ۶(۲۳)، ۶۱-۹۶.

- مقدم، فرشته (۱۴۰۰). بررسی وضعیت دیپلماسی اقتصادی ایران در منطقه. برگرفته از سایت <https://www.iribnews.ir/00Du6r>

- مهدیاراسماعیلی، محمدرضا (۱۳۹۸). بررسی و تحلیل کارکرد مناطق آزاد در ایران و تبعات افزایش تعداد آنها. مرکز پژوهشی آرا.

- میرسپاسی، ناصر، طلوعی اشلقی، عباس، معمارزاده طهران، غلامرضا، و پیدایی، میرمهرداد (۱۳۸۹). طراحی مدل تعالی منابع انسانی در سازمان‌های دولتی ایران با استفاده از تکنیک دلفی فازی. آینده‌پژوهی مدیریت (پژوهش‌های مدیریت)، ۲۱(۸۷)، ۲۳-۱.

- نسبتی، علی نیکو (۱۴۰۰). مجموعه مطالعات دیپلماسی اقتصادی. اهمیت، رویکردها و ابزارها. تهران: دفتر مطالعات راهبردی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

ب. منابع انگلیسی

- Bergeijk, Peter A.G. Van. Moons. Selwyn J.V (2018). Introduction to the Research Handbook on Economic Diplomacy, in: Peter a.G. Van Bergeijk and Selwyn J.V. Moons (eds), Research Handbook on Economic Diplomacy, Edward Elgar Publishing Limited.

- Clayton, M. J (1997). Delphi: A technique to harness expert opinion for critical decision-making tasks in education. Educational Psychology, 17(4), 373-384.



- Edwards, s(1998). "Openness, Productivity and Growth: What Do We Really Know?", the Economic Journal, 108: 447,383-398.
- Hugarth, R.M(1978). A note on aggregating opinions. Organizational Behavior and Human Performance, 21, 46-40.
- Moons, S.J.V. & van Bergeijk, P.A.G(2013). "A meta-analysis of economic diplomacy and its effect on international economic flows," ISS Working Papers - General Series 50074, International Institute of Social Studies of Erasmus University Rotterdam (ISS), The Hague.
- Katzman, K(2012). Iran sanctions. Congressional Research Service, 7- 5700, www.crs.gov, RS20871.
- Robertson, Ian,s(2001). Problem Solving, Hove, England, Psychology Press.
- Somerville, Jerry A(2008). Effective Use of the Delphi Process in Research:Its Characteristics,andStren,and Limitations.

ج. وبگاهها

<https://www.worldbank.org/en/home>
<https://www.cbi.ir/>
<https://tpo.ir/>
<https://www.irica.ir/>
<https://unctad.org/>