

در دیدار روز سه‌شنبه ۲۶فروردین ۱۴۰۴ رهبر حکیم انقلاب اسلامی با مسئولان قوای سه‌گانه، نقشه‌ای راهبردی برای رسیدن به اقتصاد مقاومتی و توسعه پایدار کشور ترسیم شد. این نقشه راه، شامل ۱۰ محور کلیدی است، از کنترل نقدینگی و اصلاح الگوی مصرف انرژی تا رفع موانع سرمایه‌گذاری و گسترش روابط اقتصادی با همسایگان. این راهبردها نه تنها برای عبور از چالش‌های اقتصادی فعلی ضروری‌اند، بلکه زمینه‌ساز تحقق شعار سال ۱۴۰۴ یعنی «سرمایه‌گذاری برای تولید» نیز خواهند بود. در سلسله گزارش‌های پیش‌رو، هر یک از این محورها به‌طور جداگانه بررسی و تحلیل خواهند شد. این هشتمین گزارش، بر یکی از بنیادی‌ترین این محورها یعنی تأمین امنیت سرمایه‌گذاری تمرکز دارد.

گزارش یک

سعید فرح‌بخش



سلسله گزارش‌های نقشه راه اقتصاد پویا- ۸

بازارهای بکر و فرصت‌های طلایی همسایگان

ایران با دیپلماسی اقتصادی هوشمند، روابط تجاری با همسایگان و قطب‌های آسیا و آفریقا را گسترش می‌دهد

جهان در گرداب تحولات پیاپی، چهره‌ای تازه به خود گرفته است، اما ایران با بهره‌گیری از موقعیت ژئوپلیتیک ممتاز خود، فرصتی بی‌نظیر برای نقش آفرینی در تجارت منطقه‌ای پیش‌رو دارد. قرارگیری در قلب غرب آسیا، همسایگی با ۱۵ کشور و دسترسی به آب‌های آزاد، کشورمان را به شاهراه اتصال آسیا، اروپا و آفریقا تبدیل کرده‌است. تحریم‌های اقتصادی غرب در سال‌های اخیر، تهران را به سمت تقویت دیپلماسی اقتصادی با همسایگان و پیوند با قطب‌های نوظهور آسیایی و آفریقایی سوق داده‌است. از رشد میادلات تجاری تا ترکیه، عراق و افغانستان گرفته تا امضای توافق‌های همکاری بلندمدت با چین و هند، نشانه‌های روشنی از تغییر رویکرد اقتصادی کشور به چشم می‌خورد. بر

کشورمان با موقعیت جغرافیایی راهبردی خود، از شمال به دریای خزر، از جنوب به خلیج فارس و دریای عمان و از شرق و غرب به بازارهای پرجمعیت آسیای مرکزی، شبه‌قاره هند و غرب آسیا متصل است. این موقعیت، ایران را به گذرگاهی حیاتی برای تجارت جهانی تبدیل کرده است. به گفته کارشناسان، ایران می‌تواند با توسعه زیرساخت‌های ترانزیتی مانند بندر چابهار، نقش کلیدی در کریدورهای شمال- جنوب و شرق- غرب ایفا کند. در سال ۱۴۰۲، با تمرکز بر دیپلماسی اقتصادی، بیشترین میزان تجارت غیرنفتی ایران با کشورهای همسایه با امارات متحده عربی به میزان ۲۹ میلیارد و ۱۸۲ میلیون دلار، ترکیه ۱۹ میلیارد و ۳۶۳ میلیون دلار، عراق ۱۲ میلیارد و ۵۰۸ میلیون دلار، پاکستان ۳ میلیارد و ۱۲۹ میلیون دلار و افغانستان ۲ میلیارد و ۴۷۹ میلیون دلار بوده است.

تحریم‌های تحمیلی این درک منطقی را ایجاد کرد که ایران به جای نگاه به غرب، به همسایگان خود توجه کند. دولت سیزدهم با شعار «دیپلماسی همسایگی»، برنامه‌ای منسجم برای افزایش تجارت با ۱۵ کشور همسایه طراحی کرد. هدفگذاری توسعه تجارت با همسایگان نشان‌دهنده عزم جدی ایران برای بهره‌برداری از این ظرفیت است. عراق به‌عنوان دومین مقصد صادراتی ایران، بازاری استراتژیک برای کالاهای ایرانی است. از محصولات پتروشیمی تا مواد غذایی، ایران توانسته است سهم خود را در بازار عراق افزایش دهد. در ترکیه، بخش خصوصی ایران با سرمایه‌گذاری در حوزه‌های نساجی و انرژی، روابط تجاری را تعمیق بخشیده است. همچنین بندر چابهار به‌عنوان دروازه ورود هند به آسیای مرکزی، همکاری‌های سه‌جانبه ایران،

هند و افغانستان را تقویت کرده است. اما چالش‌هایی نیز وجود دارد. زیرساخت‌های ضعیف حمل‌ونقل، موانع گمرکی و رقابت با کشورهای دیگر از جمله موانع توسعه تجارت با همسایگان است. به گفته تحلیلگران، سرمایه‌گذاری در راه‌آهن و بنادر، همراه با رفع موانع بوروکراتیک، می‌تواند این موانع را برطرف کند.

■ **قدرت‌های نوظهور و فرصت‌های بزرگ**

آسیا با حضور قدرت‌های اقتصادی مانند چین، هند و کشورهای آسمان، یکی از اولویت‌های دیپلماسی اقتصادی کشورمان است. چین به عنوان بزرگ‌ترین شریک تجاری ایران، در سال ۱۴۰۲ بیش از ۱۲ میلیارد دلار تجارت با ایران داشت. توافقنامه ۲۵ ساله ایران و چین، زمینه‌ساز سرمایه‌گذاری‌های کلان در حوزه‌های انرژی، زیرساخت و فناوری بوده است. هند نیز با تمرکز بر بندر چابهار، به‌دنبال گسترش نفوذ خود در منطقه است. پروژه‌های مشترک ایران و هند، از جمله توسعه فضا، دوم چابهار، نه تنها اقتصاد ایران را تقویت می‌کند، بلکه جایگاه هند را در رقابت با چین ارتقا می‌دهد. کشورهای آسمان با بازار ۶۵۰ میلیون نفری، فرصت دیگری برای صادرات محصولات ایرانی به‌ویژه در حوزه کشاورزی و پتروشیمی فراهم کرده‌اند. پیوستن ایران به سازمان همکاری شانگهای، گام بلندی در جهت یکپارچگی اقتصادی با آسیا بود. این سازمان با پوشش ۶۰ درصد جمعیت جهان، بستری برای همکاری‌های چندجانبه در حوزه‌های تجارت، انرژی و حمل‌ونقل فراهم کرده است.

■ **آفریقا؛ قاره فرصت‌ها**

آفریقا با جمعیت ۱/۴ میلیارد نفری و منابع طبیعی غنی، بازاری بکر برای ایران است. در سال‌های اخیر، ایران با تمرکز بر

کشورهای شمال و شرق آفریقا، صادرات خود را افزایش داده است. محصولات پتروشیمی، فولاد و خدمات فنی- مهندسی ایران در این قاره طرفداران زیادی دارد. توافقنامه‌های تجارت ترجیحی با آفریقای جنوبی و کتیا، موانع تعرفه‌ای را کاهش داده و راه را برای افزایش صادرات غیرنفتی هموار کرده است. به گفته کارشناسان، آفریقا می‌تواند تا سال ۱۴۱۰ به یکی از پنج مقصد اصلی صادراتی ایران تبدیل شود. با این حال، رقابت با چین و ترکیه در این قاره، نیازمند استراتژی‌های هوشمندانه‌تر است.

■ **چالش‌ها و راهکارها**

با وجود پیشرفت‌ها، موانعی مانند ناترازی انرژی، کمبود زیرساخت‌های ترانزیتی و تحریم‌های مالی، توسعه روابط اقتصادی ایران را کند کرده است. برای مثال، قطعی برق در تابستان ۱۴۰۲، تولید و صادرات را تحت تأثیر قرار داد. راهکارهای پیشنهادی شامل سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر، توسعه بنادر و راه‌آهن و استفاده از ارزهای ملی در تجارت با همسایگان است. همچنین تقویت بخش خصوصی و ایجاد اتاق‌های بازرگانی مشترک با کشورهای هدف می‌تواند به تسریع همکاری‌ها کمک کند.

■ **چشم‌انداز آینده**

ایران با تکیه بر دیپلماسی اقتصادی، در مسیر تبدیل شدن به هاب تجاری منطقه قرار دارد. تقویت روابط با همسایگان، پیوستن به سازمان‌های بین‌المللی و تمرکز بر بازارهای نوظهور، اقتصاد ایران را در برابر تحریم‌ها مقاوم‌تر می‌کند. اما موفقیت این راهبرد، نیازمند هماهنگی بین دستگاه‌های دولتی، سرمایه‌گذاری هدفمند و رفع موانع زیرساختی است.

با توجه به تحریم‌ها، چگونه ایران می‌تواند روابط اقتصادی خود را با همسایگان و قطب‌های نوظهور آسیا و آفریقا توسعه دهد؟

تحریم‌ها محدودیت‌هایی ایجاد کرده‌اند، اما این مانع توسعه نیست. موقعیت ژئوپلیتیک ایران بی‌نظیر است. قرارگیری در چهارراه شرق و غرب، دسترسی به آب‌های آزاد و مرز مشترک با ۱۵ کشور، ظرفیت عظیمی برای گسترش تجارت فراهم می‌کند. کشورهای منطقه به ویژه پس از کرونا، به دنبال شرکای مطمئن و متنوع برای تجارت خود هستند. ایران می‌تواند با توسعه زیرساخت‌های ترانزیتی، تسهیل تجارت مرزی و انعقاد پیمان‌های پولی گام‌های مؤثری برای افزایش همکاری‌های اقتصادی بردارد. ضمن اینکه توجه به بازارهای رو به رشد آفریقا می‌تواند چشم‌انداز جدیدی برای صادرات غیرنفتی ایران باز کند.

آیا ایران در این مسیر موفق بوده یا بیشتر در حد شعار باقی مانده است؟

ایران در برخی حوزه‌ها موفقیت‌هایی داشته اما نمی‌توان گفت به نقطه مطلوب رسیدیم. صادرات غیرنفتی به کشورهای همسایه در سال ۱۴۰۳ رشد ۱۲ درصدی داشته است و به ۲۸ میلیارد دلار رسیده، اما هنوز سهم ایران از تجارت منطقه‌ای پایین‌تر از ظرفیت بالقوه است. در زمینه همکاری با چین و هند پیشرفت‌های ملموسی دیده شده است مانند امضای سند همکاری ۲۵ ساله با چین و افزایش صادرات پتروشیمی به هند. با این حال، هنوز موانعی مانند ضعف در دیپلماسی اقتصادی منطقه‌ای، مشکلات بانکی و لجستیکی و عدم حضور گسترده بخش خصوصی وجود دارد که سرعت پیشرفت را کند کرده‌اند.

به نظر شما مهم‌ترین موانع در این مسیر چیست؟

چالش‌ها چندبعدی هستند. اول، مشکلات بانکی؛ نبود ارتباطات مالی منسجم با کشورهای هدف، انتقال پول را دشوار می‌کند. دوم، زیرساخت‌های حمل‌ونقل؛ توسعه کافی خطوط ریلی، بنادر و گمرکات باعث افزایش هزینه‌های تجارت شده است. سوم، مشکلات ساختاری داخلی؛ بوروکراسی پیچیده، مقررات دست و پاگیر و نوسانات سیاستگذاری اقتصادی، انگیزه سرمایه‌گذاران را کاهش داده است.

چهارم، ضعف در دیپلماسی اقتصادی حرفه‌ای؛ برخی کشورهای منطقه به شدت فعال عمل کرده‌اند، اما ایران نیازمند چابک‌سازی بیشتر در دستگاه دیپلماسی اقتصادی خود است.

چه راهکارهایی برای غلبه بر این چالش‌ها پیشنهاد می‌دهید؟

چند اقدام کلیدی لازم است:

- تدوین و اجرای توافق‌های پولی دوجانبه با شرکای اقتصادی مثل استفاده از پول ملی در تبادلات.

- سرمایه‌گذاری سنگین‌روی زیرساخت‌های لجستیکی به‌ویژه تکمیل کریدور شمال- جنوب و توسعه بندر چابهار.

- اصلاح ساختارهای بوروکراتیک؛ ایجاد پنجره واحد تجارت خارجی و تسهیل فرایندها.

- افزایش نقش بخش خصوصی در تعاملات خارجی و کاهش تصدی‌گری دولت.

- فعال‌تر شدن دیپلماسی اقتصادی با محوریت رایزنی‌های تخصصی اقتصادی در سفارتخانه‌ها.

این اقدامات می‌تواند بستری را برای جهش صادرات و جذب سرمایه خارجی فراهم کند.

عضویت ایران در سازمان‌هایی مانند شانگهای و بریکس چه تأثیری می‌تواند داشته باشد؟

بسیار تعیین‌کننده است. عضویت در سازمان همکاری شانگهای، دسترسی به بازار عظیم اوراسیا را تسهیل می‌کند. همچنین عضویت در بریکس، ایران را به شبکه اقتصادی کشورهای نوظهور مانند چین، هند، روسیه، برزیل و آفریقای جنوبی متصل می‌کند.

گفت‌وگو

گفت‌وگوی «جوان» با اسماعیل حسینی کارشناس اقتصادی درباره چشم‌انداز دیپلماسی اقتصادی ایران در مواجهه با تحریم‌ها و رقابت‌های منطقه‌ای

دیپلماسی اقتصادی در تجارت منطقه‌ای را بخش خصوصی باید اداره کند

اقتصاد جهانی در شرایطی که دستخوش تحولات شتابان است و ایران همچنان با محدودیت‌های تحمیلی دست و پنجه نرم می‌کند، نگاه به بازارهای همسایه و قطب‌های نوظهور آسیا و آفریقا به عنوان راهبردی حیاتی در سیاست اقتصادی کشور مطرح شده است. اما این مسیر، تنها فرصت نیست؛ موانع و چالش‌های جدی پیش‌روی ایران قرار دارد. در گفت‌وگو با اسماعیل حسینی، کارشناس اقتصادی ابعاد مختلف این راهبر و مسیر پیش‌رو را بررسی کرده‌ایم.

این سازمان‌ها سازوکارهای مالی جداگانه از دلار طراحی کرده‌اند که می‌تواند به ایران کمک کند تا فشار تحریم‌ها را دور بزند. اگر ایران هوشمندانه عمل کند، می‌تواند از این بسترها برای گسترش تجارت و جذب سرمایه‌گذاری بهره‌برد.

قاره آفریقا چه فرصت‌هایی برای ایران دارد؟

آفریقا قاره فرصت‌هاست. رشد سریع اقتصادی، جوان بودن جمعیت و نیاز شدید به زیرساخت‌ها، این قاره را به بازار هدف بزرگی تبدیل کرده است. ایران می‌تواند با ارائه خدمات فنی و مهندسی، صادرات محصولات صنعتی و مشارکت در پروژه‌های انرژی و کشاورزی، جای پای خود را در آفریقا محکم کند. کشورهای مانند نیجریه، آفریقای جنوبی، کنیا و مصر، اهداف مناسبی برای توسعه همکاری‌های اقتصادی هستند. حضور در آفریقا علاوه بر سود اقتصادی، ابعاد سیاسی و ژئوپلیتیکی هم دارد.



توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل، تقویت دیپلماسی اقتصادی و انعقاد پیمان‌های پولی دوجانبه، راهبردهای کلیدی برای عبور از موانع فعلی هستند. کشورهای همسایه و بازارهای نوظهور آسیا و آفریقا فرصت‌های بی‌نظیری برای رشد تجارت ایران فراهم کرده‌اند

نقش بخش خصوصی در این روند چگونه باید باشد؟

بخش خصوصی باید محور اصلی توسعه روابط اقتصادی خارجی باشد. دولت باید صرفاً نقش تسهیل‌گر داشته باشد، نه بازگر اصلی. شوقی شرکت‌های صادراتی، حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط، کاهش هزینه‌های مالیاتی و گمرکی و تسهیل صدور ضمانتنامه‌های صادراتی باید در دستور کار قرار گیرد. بخش خصوصی می‌تواند با انعقاد قراردادهای مشترک با شرکتهای خارجی، تأسیس شعب تجاری در کشورهای هدف و مشارکت در پروژه‌های بزرگ، حضور مؤثرتری در بازارهای منطقه‌ای داشته باشد.

تحولات اخیر جهانی مثل جنگ اوکراین یا تغییرات در زنجیره تأمین جهانی چه تأثیری بر فرصت‌های ایران گذاشته است؟

تحولات جهانی فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای ایران ایجاد کرده است:

- بحران انرژی اروپا، نیاز به منابع انرژی جدید را افزایش داده است و ایران می‌تواند به عنوان تأمین‌کننده گاز طبیعی ایفای نقش کند. - اختلال در زنجیره‌های تأمین باعث شده است کشورها به دنبال تأمین‌کنندگان نزدیک‌تر و مطمئن‌تر باشند. ایران می‌تواند این خلأ را برای همسایگان پر کند.

-افزایش اهمیت مسیرهای ترانزیتی غیرغربی، ارزش کریدور شمال- جنوب را بیشتر کرده است و ایران می‌تواند از این مزیت برای توسعه درآمدهای ترانزیتی بهره‌برد.

■ **نتیجه‌گیری**

ایران با برخورداری از موقعیت جغرافیایی ممتاز، ظرفیت بالایی برای تبدیل شدن به یک هاب تجاری منطقه‌ای دارد، اما تحقق این هدف مستلزم عبور از چالش‌های بانکی و ساختاری و ساختاری داخلی است. حضور فعال در سازمان‌های منطقه‌ای، توسعه روابط با کشورهای آفریقا و آسیا و تقویت نقش بخش خصوصی، کلید موفقیت در این مسیر خواهد بود. آینده اقتصاد ایران می‌تواند در گرو دیپلماسی اقتصادی هوشمند و واقع‌بینانه‌ای باشد که فرصت‌ها را شناسایی کند و موانع را یکی پس از دیگری از پیش‌رو بردارد.

گزارش ۲

حسام کمالی

فرصت‌های جدید صادراتی در عصر فناوری

صادرات دیجیتال، فرصتی مهجور برای تحقق رشد اقتصادی

فرصت‌های جدید صادراتی در عصر فناوری

در عصر اقتصاد دیجیتال، کشورهای برنده‌اند که سریع‌تر از دیگران از مزه‌های جغرافیایی عبور و محصولات و خدمات خود را به جهان صادر کنند. امروز دیگر صادرات تنها به کالاهای سنتی محدود نیست؛ خدمات فناوری، محتوا، پلتفرم‌های نرم‌افزاری و محصولات دیجیتال هم سهم قابل توجهی از تجارت جهانی را به خود اختصاص داده‌اند. در شرایطی که دنیا با سرعت بی‌سابقه‌ای به سوی اقتصاد هوشمند حرکت می‌کند، ایران با دارا بودن جمعیت جوان، نیروی کار تحصیلکرده و زیرساخت‌های به حال توسعه، فرصتی تاریخی برای ورود قدرتمند به این بازار جدید دارد. اما فرصت به تنها یی کافی نیست. تحقق این هدف بزرگ، نیازمند تغییر رویکرد در سیاست‌های صادراتی، بهبود زیرساخت‌ها، حمایت از نوآوری و توسعه همکاری‌های بین‌المللی است.

اقتصاد دیجیتال پدیده‌ای است که مرزهای سنتی تجارت را درنورده و بازیگران جدیدی را وارد عرصه رقابت کرده‌است. بر اساس گزارش سازمان تجارت جهانی (WTO)، تجارت دیجیتال در سال ۲۰۲۴ نزدیک به ۲۲ درصد کل صادرات جهانی را به خود اختصاص داده و این سهم در حال افزایش است. از خدمات فناوری اطلاعات گرفته تا آموزش‌های آنلاین، از محصولات نرم‌افزاری تا بازی‌ها و ویدئویی، امروزه صادرات دیجیتال میلیاردها دلار ارزش ایجاد می‌کند. در این میان،

کشورهایی که سریع‌تر زیرساخت‌های فناوریانه خود را تقویت کرده‌اند، توانسته‌اند جایگاه‌های ممتازی در بازار جهانی کسب کنند. این نیز با دارا بودن مزیت‌های طبیعی مانند جمعیت جوان، تنوع علمی و فنی و موقعیت ژئوپلیتیکی خاص می‌تواند بخشی از این بازار بزرگ را به خود اختصاص دهد.

■ **وضعیت فعلی ایران در اقتصاد دیجیتال**

ایران طی سال‌های اخیر شاهد رشد قابل توجهی در بخش

فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بوده است. افزایش ضریب نفوذ اینترنت، توسعه شبکه‌های داخلی پرداخت الکترونیکی، رشد استارت‌آپ‌ها و گسترش تجارت الکترونیک، زمینه‌ساز پیشرفت‌هایی در این حوزه شده‌اند. برخی برآوردها نشان می‌دهد ارزش اقتصاد دیجیتال ایران در سال ۱۴۰۳ به بیش از ۱۰ میلیارد دلار رسیده که نسبت به سال ۱۳۹۹ رشد چشمگیری داشته است. در عین حال، صادرات خدمات فناوریانه به کشورهای همسایه و برخی کشورهای آسیایی نیز روند رو به رشدی داشته است. با این حال، موانع داخلی و خارجی همچنان اجازه نداده‌اند این ظرفیت‌ها به شکوفایی کامل برسند.

■ **نقش بخش خصوصی و دولتی در بازار دیجیتال**

موفقیت در اقتصاد دیجیتال بدون هم‌افزایی دولت و بخش خصوصی امکان‌پذیر نیست. دولت باید نقش تسهیل‌کننده و مشوق را ایفا کند، در حالی که شرکت‌های خصوصی هم باید با نوآوری، کیفیت بالا و شناخت دقیق بازارهای هدف، خود را به بازیگران جهانی تبدیل کنند. برخی اقدامات پیشنهادی شامل اصلاح قوانین مالیاتی، تسهیل روند مجوزدهی به کسب‌وکارهای فناوری، فراهم کردن دسترسی آزاد به بازارهای جهانی و آموزش نیروی انسانی متخصص است.

■ **ایران در اقتصاد دیجیتال جهانی**

با توجه به روندهای جهانی و ظرفیت‌های داخلی، اگر سیاست‌های حمایتی هوشمندانه اتخاذ شود و موانع موجود برطرف گردد، ایران می‌تواند طی پنج سال آینده سهم قابل توجهی از صادرات دیجیتال منطقه را به خود اختصاص دهد. توسعه اقتصاد دیجیتال نه تنها باعث افزایش درآمدهای غیرنفتی می‌شود، بلکه می‌تواند به رشد اشتغال، ارتقای فناوری داخلی و افزایش بهره‌وری اقتصادی کشور نیز منجر شود. در عصر جدید، برنده کسی است که بتواند داده‌ها، خدمات و محصولات دیجیتال خود را فراتر از مرزها ببرد. از آنجا که اینترنت پرسرعت یکی از الزامات اساسی برای



وب، بازاریابی دیجیتال و تحلیل داده‌ها باید در اولویت قرار گیرد. این امر نه تنها به ارتقای سطح مهارت‌های نیروی کار داخلی کمک می‌کند، بلکه باعث افزایش توانایی کشور در ایجاد محصولات و خدمات دیجیتال با کیفیت جهانی می‌شود. برخی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی در ایران به تازگی دوره‌های آموزشی تخصصی در حوزه فناوری‌های نوین ارائه می‌دهند، اما برای ایجاد انقلابی در این بخش نیاز به گسترش این آموزش‌ها و همراستایی آنها با نیازهای بازار جهانی است. همکاری بیشتر با دانشگاه‌ها و شرکتهای بین‌المللی امرای انتقال دانش و مهارت‌های روز دنیا می‌تواند به‌ویژه در تقویت مهارت‌های کارآفرینی دیجیتال مؤثر باشد.

■ **استراتژی جهانی ایران برای صادرات دیجیتال**

برای اینکه ایران در بازار دیجیتال جهانی به موفقیت دست یابد، باید استراتژی‌های مؤثری برای بازاریابی دیجیتال و توسعه برندینگ جهانی طراحی کند. یکی از چالش‌های بزرگ ایران، عدم شناخته‌شدگی برندها و محصولات دیجیتال در