



شناسه	تاریخ تهیه گزارش	رویه اجرائی	عنوان موضوع
۱۴۰۳/۰۴/۳۰	تاریخ تهیه گزارش	رویه اجرائی	عنوان موضوع
			عنوان موضوع
			شرح موضوع
			ایرادات و مشکلات مطروحه
			جمع بندی جلسات کارگروه تخصصی (کارشناسی) به تاریخ های



انتخاب کنیم و کشور ششم روسیه انتخاب شود که قرار شد شاخصی برایش تعیین کنیم که به چه دلیل می‌خواهیم چنین پیشنهادی بدهیم، چه برای پیگیری دعوت تیم‌ها و چه حضور در آن کشورها. بحثی که مطرح شد این بود که اگر چند کشور را انتخاب کنیم ممکن است در ترتیب یا اولویت کالاها تغییر ایجاد شود و یا برعکس اگر کالایی را دقیقاً انتخاب کنیم ممکن است اولویت کشورهایش عوض شود قرار شد به یک مدلی برسیم که کشور-کالا بسته شود و به کشور کالای مشخص برسیم.

### جناب آقای ایروانی، سرپرست اقتصادی سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان:

عنوان طرح شناسایی مزیت‌های عمده صادراتی و رشد آفرین استان، تعیین بازارهای هدف، کالاهای مزیت‌دار و تدوین راهبردها و نقشه‌های توسعه صادرات استان است، پنج گام اصلی دارد که تاکنون دو گام اول آن برداشته شده است، این فازها به ترتیب عبارتند از: ۱- شناسایی کالاهای مزیت دار صادراتی استان. ۲- تعیین بازارهای هدف هر کدام از کالاهای مزیت دار منتخب. ۳- تهیه برنامه عملیاتی و تعیین نقش دستگاهها، تشکل‌ها و بنگاههای متولی و ذی مدخل. ۴- شناسایی تجار و بنگاههای پیشرو در تعیین نقاط قوت، ضعف و چالش‌های آنها. ۵- ایجاد سازوکار مناسب برای ترویج مستمر کالاهای مزیت دار در بازارهای هدف.

### جناب آقای امینی، رئیس محترم انجمن صادرکنندگان استان:

بر روی این پروژه حدوداً ۶ ماه کار شده با حداقل ۱۰ نفر در ۲۰ جلسه ۳ ساعته. اگر شاخص‌ها جامعیت کامل را دارد و وزن دهی هم منطقی انجام شده فایل اکسلش هست و همگی با اعداد و ارقام. درمورد کشورها نزدیک ۲۰۰ کشور داریم نزدیک ۶ شاخص که شاخص‌ها اگر تایید باشد بحث نداریم و وزن دهی هم شده روشش کیفی بوده با حضور هیئت نمایندگان، مدیران کل، وزارت خارجه و... آنچه تهیه شده کار تحقیقاتی است که هنوز هم تمام نشده، علم بازاریابی میگوید بر اساس نیاز بازار باید تولید کنید وقتی بحث را از کالا کنار بگذاریم و بگوییم من یک سری کشور دارم که الان به آنها صادرات دارم (که باید حفظ شود)، ۵ الی ۱۰ کشور جدید را هم انتخاب کرده‌ام بنا به چند دلیل مهم، (مثلاً روسیه را به این دلیل که رابطه سیاسی دارد برقرار می‌شود شده بازار هدف) و می‌گوییم تولید کننده بر اساس این بازار هدف باید محصولاتتان را تولید کنید. اما وقتی حساسیت روی کالا باشد چون افراد درگیر هستند روی آن حساسیت هست و دامنه‌اش هم شاید ۹۰ هزار کالا باشد اما کشورها ۲۰۰ عدد است و قابل فهم‌تر است، از بحث روی کالا به نتیجه نمی‌رسیم و تمرکز روی کشورها بهتر است.

### جناب آقای ابراهیم شهیر، نایب رئیس محترم کمیسیون توسعه صادرات و مدیریت واردات اتاق:

آخرین مباحثی که در حوزه کشورها مطرح شد یک سری فاکتور در انتخاب و اولویت بندی کشورها بود که عبارتند از: متوسط سهم در واردات کشور، متوسط سهم در واردات استان، متوسط سهم از صادرات استان، متوسط سهم در واردات کشور، اولویت برقراری روابط سیاسی، سهم هر کشور از کل واردات ۶۰ کالا در دنیا، شاخص مرکزی تجارت جهانی (کشوری که شاهره ارتباطات جهانی با آن بیشتر برقرار است) و معکوس فاصله یا شاخص نزدیکی. مثلاً در مورد شاخص مرکزیت تجارت جهانی کشور امارات محصول در آن کشور قابلیت توزیع بیشتری دارد و بواسطه حضور اکثر کشورهای دنیا در آن کشور برای انتخاب و خرید و تبادلات کالاها این شاخص در آن کشور امتیاز بالایی دارد. بالاترین وزن شاخص مربوط به متوسط سهم از صادرات استان است و بعد برقراری روابط سیاسی بعد شاخص مرکزی تجارت جهانی و معکوس



فاصله است و مجموع آنها ضریبش یک می‌شود. در این جدول کشورهای پنجگانه به ترتیب اول امارات ۲- عراق ۳- چین ۴- ترکیه و ۵- پاکستان. با هر مدلی که ضریب را محاسبه کردیم به این ۵ کشور رسیدیم کشور ششم افغانستان است و بعد به ترتیب اولویت هند، عمان، عربستان سعودی، قطر، کویت، آذربایجان، ارمنستان، لبنان، سوریه، آلمان و ۱۷- روسیه ۱۸- اندونزی ۱۹- آمریکا به این دلیل که درست است روابط سیاسی با آمریکا منفی است اما به خاطر شاخص مرکزیت تجارت جهانی و حجم صادرات و وارداتی که در آن هست در این رتبه قرار گرفته است. در این رده‌بندی امتیاز کشور چین با ترکیه تفاوت یک واحد اختلاف دارد ولی بین سایر کشورها اختلاف در حد دهم و صدم است، عدد نهایی که در شاخص اولویت بندی به دست آمده نرمالایز شده شاخص‌های مذکور است و عدد آخر رنکینگ به ما می‌دهد و به نوعی غیر قابل تفسیر است و اگر گپی چه زیاد چه کم بین اعداد کشورهاست ناشی از امتیاز شاخص‌های دربرگیرنده است، محدود کردن کشورها به دلیل متمرکز کردن فعالیت‌ها برای ارتباطات است چون منابع و امکانات محدود است و ما می‌دانیم همه کشورها پتانسیل صادراتی دارند ممکن است یک محصول در اصفهان داشته باشیم که اتفاقاً به آن کشور با اولویت ۲۸۰ صادر شود ما جلوی صادرات هیچ محصولی به هیچ کشوری را نمی‌گیریم.

#### جناب آقای لعلی، رئیس محترم حوزه ریاست سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان:

بر اساس شاخص‌ها روسیه در اولویت ۱۷ قرار گرفته است اما نظر استاندار و اتاق این بوده که روسیه هم جز کشورهای منتخب باشد هر کشوری می‌تواند توسط استان انتخاب شود ولی مهم این است که الان این رنکینگ در استان حاصل شده که جدول آن را ملاحظه می‌فرمایید برای هر کشوری کالاهایی هست و کالاهای هم اولویت‌بندی دارد.

جناب آقای سیفی، کارشناس امور اقتصادی نمایندگی وزارت امور خارجه در استان:

در مورد شاخص برقراری روابط سیاسی اینکه کشورهای ردیف بالا همگی یک عدد را دارند به خاطر این است که از بین حدود ۲۰۰ کشور این‌ها از لحاظ روابط سیاسی در بالاترین سطح قرار گرفتند و گرنه در کشورهای پایین‌تر مثلاً کشور ۶۰ یا هفتادم این عدد هم پایین‌تر آمده است، به کشورها بین ۱ تا ۱۰ بر اساس نوع روابطی که با آنها داریم امتیاز داده شده است از این تعداد مثلاً ۱۰ یا ۲۰ کشور در یک گروه قرار می‌گیرند و اینکه مشابه هم هستند به این خاطر است که در گروه‌بندی اولیه قرار گرفته اند.

#### جناب آقای گل احمد، عضو محترم بخش خصوصی شورا:

مثلاً ما در کشورهای همسایه آذربایجان و گرجستان را داریم یک بازرگان به زعم خودش فکر می‌کند آذربایجان گزینه خوبی برای سرمایه‌گذاری است اما این شاخص می‌گوید مثلاً ما به لحاظ سیاسی با این کشور مشکل داریم و فردا ممکن است هر لحظه حساب‌هایمان مسدود شود یا راه‌ها بسته شود و بهتر است اولویت کشور گرجستان باشد و این امتیاز به خاطر این بوده که صادر کنندگان گمراه نشوند و کشورهای دارای ریسک مشخص شوند کشور روسیه بر اساس نگاه اتاق و تعداد تیم‌های تجاری که به استان و کشور آمدند به عنوان کشور ششم انتخاب شده است. در شورای بین‌الملل اتاق مقرر شد برای این شش کشور تا شش ماه آینده برای هر کشور هیئت تجاری بگذاریم و افراد معین آن تعیین شود و دفتر در آن کشورها برای مشاوره و سایر خدمات به اعضای اتاق داشته باشیم.



**سرکار خانم امینی، رئیس محترم کمیسیون توسعه صادرات و مدیریت واردات اتاق:**

تعداد شرکا، شدت تجارت، روابط غیر مستقیم تجاری و موقعیت مرکزی شرکا نقش موثری در رشد اقتصادی کشورها دارند. رویکردهای جدید، برخلاف روش های مرسوم، روابط تجاری غیر مستقیم (کشورهای واسطه در تجارت) در تعاملات بین المللی را شناسایی، اندازی گیری و مد نظر قرار می دهد. در رابطه با شاخص مرکزیت جهانی باید گفت در گذشته شاخص های مشخص مثل واردات، صادرات، درجه باز بودن و ... اما با کارکرد محدودی برای تعیین اهمیت کشورها در اقتصاد بین الملل مورد استفاده قرار می گرفت. امروزه تعداد شرکاء، شدت تجارت، روابط غیر مستقیم تجاری، و موقعیت مرکزی هر شریک، نقش موثری در افزایش رشد اقتصادی کشورها بواسطه حضور در بازارهای جهانی دارند. رویکردهای جدید مثل نظریه مرکزیت برخلاف روش های مرسوم سنتی و قدیمی، روابط تجاری غیر مستقیم (کشورهای واسطه در تجارت) در تعاملات بین المللی را شناسایی و اندازه گیری و مورد توجه قرار می دهند. شاخصهای مرکزیت در شبکه تجارت جهانی، ضمن اثر گذاری بیشتر، توضیح دهندگی بهتری بر چرایی رشد اقتصادی از ناحیه حضور در عرصه اقتصاد بین الملل در مقایسه با شاخص های قدیمی تر از قبیل درجه باز بودن تجارت نشان می دهد. برای درک نقش کشورها در شبکه تجارت بین الملل از شاخص های مختلفی می توان استفاده کرد که یکی از مهمترین آنها مرکزیت آنها در شبکه جهانی است. مرکزیت یک شاخص مهم برای ارزیابی موقعیت کشورها و تعیین اهمیت آنهاست. به طور خاص مرکزیت شبکه تعیین می کند که کدام کشورها، موقعیت مهمتری در شبکه جهانی برای توسعه روابط دارند. به طور دقیق تر منظور از مرکزیت این است که کدام کشور بیشترین ارتباط تجاری را با سایر کشورها (بی واسطه و با واسطه دیگر کشورها) دارد. ممکن است یک کشور به تنهایی خود دارای اهمیت نباشد، ولی ارتباط با سایر کشورهای با اهمیت و قوی نقش آنرا در شبکه افزایش می دهد، که این بطور دقیق مفهوم مرکزیت است.

بر طبق مذاکرات جلسه کارشناسی و جلسات و بررسی های انجام شده توسط تیم مجری " پروژه شناسایی مزیت های عمده صادراتی و رشد آفرین استان " که در جلسه شورا ارائه شد بر اساس شاخص های تعیین کننده امتیازات به ترتیب کشورهای امارات، عراق، چین، ترکیه و پاکستان و کشور ششم روسیه بعنوان کشورهای هدف صادراتی استان برای ادامه در فازهای بعدی پروژه توسعه صادرات استان انتخاب گردیدند تا در صحن شورا مورد تصویب قرار گیرد و همچنین بطور موازی در کارگروه توسعه صادرات استان و شورای برنامه ریزی نیز این کشورها تصویب شوند.

پیشنهادات

لیست کشورهای هدف صادراتی استان بصورت رتبه بندی شده

فهرست مستندات و مدارک پشتوانه