

عبور از کمیت محوری

بازتعریف «استراتژی بازار» برای صادرات پتروشیمی ضروری است



دکتر منصور
معظمی

کارشناس ارشد انرژی

شود. این رویکرد، علاوه بر افزایش انعطاف پذیری در تجارت خارجی، امکان چانه زنی بهتر، مدیریت ریسک و بهینه سازی منابع ارزی را نیز فراهم می کند. بازار آفریقا اما شرایط متفاوت تری دارد و می تواند از زاویه ای متفاوت مورد توجه قرار گیرد. حضور در این بازار لزوماً نباید صرفاً از مسیر صادرات مستقیم تعریف شود؛ بلکه می توان آن را از طریق سرمایه گذاری مشترک، مشارکت در پروژه های تولیدی، ایجاد واحدهای مشترک پتروشیمی و حتی انتقال دانش فنی دنبال کرد. برخی کشورهای آفریقایی، بویژه در جنوب این قاره، دارای مزیت های نسبی در دسترسی به بازارهای منطقه ای، نیروی انسانی و منابع اولیه هستند. سرمایه گذاری مشترک در چنین کشورهایی می تواند زمینه ساز حضور پایدار، کم ریسک تر و بلندمدت ایران در بازار آفریقا باشد؛ حضوری که نه تنها به فروش محصول، بلکه به تثبیت برند و نفوذ اقتصادی ایران منجر شود. تحقق این رویکرد، نیازمند طراحی دقیق، دیپلماسی اقتصادی فعال و هماهنگی میان نهادهای سیاست گذار و بخش خصوصی است. از منظر ساختار تولید، صادرات پتروشیمی ایران در سال های اخیر عمدتاً کمیت محور بوده است. این موضوع الزاماً به معنای پایین بودن کیفیت محصولات نیست، بلکه نشان دهنده ترکیب سبک تولید و صادرات کشور است. بخش قابل توجهی از تولید

حضور صنعت پتروشیمی ایران در بازارهای صادراتی جدید، بویژه بازارهایی مانند آفریقا و آمریکای لاتین، بیش از آنکه یک تصمیم صرفاً تجاری یا واکنشی کوتاه مدت به محدودیت های بین المللی باشد، نیازمند نگاهی راهبردی، چندبعدی و مبتنی بر منافع بلندمدت اقتصادی کشور است. حضور در بازارهای جهانی، صرفاً به معنای ارسال کالا، ثبت آمار صادرات یا گسترش جغرافیای مقاصد نیست؛ بلکه زمانی می تواند یک مزیت راهبردی و پایدار تلقی شود که هم از منظر اقتصادی توجیه پذیر باشد، هم پایداری داشته باشد و هم به ارتقای جایگاه ایران در زنجیره ارزش جهانی منجر شود.

واقعیت آن است که صنعت پتروشیمی ایران طی دهه های گذشته، حضوری تثبیت شده، مستمر و قابل اتکا در بازار آسیا داشته و بخش عمده صادرات پتروشیمی کشور نیز به همین بازار اختصاص یافته است. بازار آسیا به دلایلی همچون نزدیکی جغرافیایی، هزینه های کمتر حمل و نقل، شناخت متقابل تولیدکننده و مصرف کننده، شباهت های استاندارد و دسترسی آسان تر به زیرساخت های لجستیکی، همچنان اقتصادی ترین و کم ریسک ترین مقصد صادراتی برای محصولات پتروشیمی ایران به شمار می رود. علاوه بر این، رشد سریع صنایع پایین دستی در کشورهای آسیایی، تقاضای پایدار و رو به افزایش برای مواد اولیه پتروشیمی ایجاد کرده که این خود یک مزیت راهبردی برای ایران محسوب می شود.

در مقابل، حضور ایران در بازار آمریکای لاتین، هرچند در برخی مقاطع و برای برخی محصولات خاص محقق شده، اما این حضور نه فراگیر بوده و نه به سهمی پایدار، مستمر و قابل اتکا منجر شده است. فاصله جغرافیایی زیاد، هزینه های بالای حمل و نقل دریایی، محدودیت های بیمه ای و بانکی، نبود خطوط منظم لجستیکی و پیچیدگی های نقل و انتقال مالی، موجب شده است صادرات به آمریکای لاتین در مقایسه با بازارهای نزدیک تر، بازده اقتصادی کمتری داشته باشد. از این منظر، اصل «حضور در بازارهای دوردست» بدون محاسبه دقیق نسبت هزینه و فایده، نه تنها مزیت محسوب نمی شود، بلکه در برخی موارد می تواند منجر به استهلاک منابع، کاهش سودآوری و حتی تضعیف توان رقابتی صنعت شود. در برخی مقاطع، صادرات محصولات پتروشیمی ایران به کشورهایمانند برزیل، با واردات کالاهای اساسی و استراتژیک مورد نیاز کشور همراه بوده است. اگرچه این فرآیند در ظاهر نوعی تبادل کالا را رقم زده، اما از منظر اقتصادی نمی توان آن را به طور دقیق تجارت پایایی کارآمد دانست. بررسی های کارشناسی نشان می دهد این شیوه مبادله، در مقیاس کلان اقتصادی الزاماً به نفع کشور نیست؛ چراکه تخفیف های قیمتی ناگزیر، هزینه های سنگین حمل و نقل و محدودیت های مالی، موجب می شود سود حاصل از این معاملات بیشتر در سطح بنگاه باقی بماند و اثرگذاری معناداری بر منافع ملی و تراز تجاری کشور نداشته باشد.

از همین رو، به نظر می رسد راهبرد منطقی تر آن باشد که محصولات پتروشیمی ایران در بازارهایی با بازده بالاتر، ریسک کمتر و حاشیه سود مناسب تر مانند بازار آسیا و کشورهای همسایه به فروش برسد و سپس از محل ارز حاصل از صادرات، کالاهای استراتژیک مورد نیاز کشور از آمریکای لاتین یا سایر مناطق تأمین



به نظر می رسد
راهبرد منطقی تر
آن باشد که
محصولات
پتروشیمی
ایران در
بازارهایی با
بازده بالاتر،
ریسک کمتر
و حاشیه سود
مناسب تر
مانند بازار آسیا
و کشورهای
همسایه به
فروش برسد و
سپس از محل
ارز حاصل
از صادرات،
کالاهای
استراتژیک مورد
نیاز کشور از
آمریکای لاتین
یا سایر مناطق
تأمین شود.
این رویکرد،
علاوه بر افزایش
انعطاف پذیری
در تجارت
خارجی، امکان
چانه زنی بهتر،
مدیریت ریسک
و بهینه سازی
منابع ارزی را نیز
فراهم می کند

ایران

۶۰

