

Iran's Export Gap in the Uzbek Market: Identifying Trade Opportunities and Presenting an Export Development Model

 <https://doi.org/10.22034/bs.2025.2055640.3082>

Maryam Khosravi Asl, Ph.D. Student of business, Department of Management, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. 

Masoumeh Hoseinzadeh Shahri*, Associate Professor, Department of Management, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. 

Manijeh Haghighinasab, Professor, Department of Management, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran 

Received: 11 Mar 2025

Revised: 1 June 2025

Accepted: 30 June 2025

Uzbekistan/ Simple Trade Potential/ Revealed Comparative Advantage/ Trade Openness Index/ Trade Complementarity Index/ Export Development Model

Given the significance of the Uzbek market as a key export target for Iran, this study examines unused export capacities and proposes a model for export development to this country. The research aims to identify products with competitive advantages in Iran and provide strategies to leverage existing export capacities. In the quantitative section, using indicators such as trade complementarity and simple trade potential, Iran's export capabilities to Uzbekistan were assessed. The results showed that among the examined products, oils derived from petroleum and bitumen have the highest export potential, yet Iran has utilized only 5% of this market capacity. To exploit the remaining 95% unused capacity and focus on exporting higher value-added products, a qualitative approach was employed using thematic analysis and expert interviews to design an export development model. This model includes six main themes: enhancing industrial capabilities, establishing strategic trade relations, effective marketing and promotion, export facilitation and support, developing scientific and technological collaborations, and developing sustainable agricultural partnerships. The findings of this research can significantly assist policymakers and economic actors in formulating export development strategies and utilizing the potential of the Uzbek market.

Data Availability

The data used or generated in this research are presented in the text of the article.

Conflicts of interest

The authors of this paper declared no conflict of interest regarding the authorship or publication of this article.

* Corresponding Author: mhshahri@alzahra.ac.ir

 <https://doi.org/10.22034/bs.2025.2055640.3082>

مقاله پژوهشی

شکاف صادراتی ایران در بازار ازبکستان: شناسایی فرصت‌های تجاری و ارائه یک مدل توسعه صادرات

دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۲۱ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۳/۱۱ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۰۹

 مریم خسروی اصل^۱

 معصومه حسین‌زاده‌شهری^۲ (نویسنده مسئول)

 منیژه حقیقی‌نسب^۳

چکیده

نموده است. به جهت استفاده از ۹۵ درصد ظرفیت صادراتی استفاده نشده و تمرکز بر صادرات محصولات با ارزش افزوده بالاتر، در بخش کیفی با بهره‌گیری از روش تحلیل تم و طی مصاحبه با خبرگان یک مدل توسعه صادرات طراحی شد که شامل شش تم اصلی ارتقا توانمندی‌های صنعتی، برقراری روابط تجاری استراتژیک، بازاریابی و ترویج مؤثر، تسهیلات و حمایت‌های صادراتی، توسعه همکاری‌های علمی و فناوری و توسعه همکاری‌های کشاورزی پایدار می‌باشد. یافته‌های این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران و فعالان اقتصادی در جهت تدوین استراتژی‌های توسعه صادرات و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بالقوه بازار ازبکستان کمک شایانی نماید.

با توجه به اهمیت بازار ازبکستان به عنوان یکی از بازارهای هدف صادراتی ایران، این پژوهش به بررسی ظرفیت‌های صادراتی استفاده نشده و ارائه یک مدل توسعه صادرات به این کشور می‌پردازد. هدف از این پژوهش، شناسایی کالاهای دارای مزیت رقابتی ایران و ارائه راه‌کارهایی برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های صادراتی موجود است. در بخش کمی با استفاده از شاخص‌هایی از قبیل اکمال تجاری و پتانسیل ساده تجاری، توانمندی صادراتی ایران به ازبکستان مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که در بین کالاهای مورد بررسی، روغن‌های حاصل از مواد نفتی و قیری بیشترین توانمندی صادراتی را دارند، اما ایران تنها از پنج درصد ظرفیت صادراتی بازار ازبکستان استفاده

طبقه‌بندی JEL: F14، F23، M39

ازبکستان / پتانسیل ساده تجاری / مزیت نسبی آشکار شده / شاخص بازبودن تجاری / شاخص اکمال تجاری / مدل توسعه صادرات

m.khosraviasl@alzahra.ac.ir

mhshahri@alzahra.ac.ir

mhaghghinasab@alzahra.ac.ir

۱. دانشجوی دکتری بازرگانی، گروه مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

۲. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

۳. استادگروه مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

۱. مقدمه: طرح مسئله

صادرات یکی از ارکان اساسی اقتصاد هر کشور به شمار می‌رود، چرا که سهم قابل توجهی در تولید ناخالص داخلی ایفا می‌نماید. این فعالیت اقتصادی، که از قدیمی‌ترین اشکال مبادله اقتصادی محسوب می‌شود، به طور گسترده میان کشورهای با محدودیت‌های تجاری کمتری مانند تعرفه‌ها یا یارانه‌ها مواجه می‌باشند، انجام می‌پذیرد. دولت‌ها معمولاً بر ترویج صادرات تأکید دارند، زیرا این فرایند می‌تواند ارزش خارجی مورد نیاز را تأمین و به کاهش کسری تجاری کمک نماید، همچنین می‌تواند بازارهای جدیدی برای شرکت‌های داخلی ایجاد نموده یا بازارهای موجود را گسترش دهد. علاوه بر این، صادرات نقش مهمی در ایجاد فرصت‌های شغلی ایفا می‌کند و از این طریق به ارتقای سطح زندگی شهروندان کمک می‌نماید (بودو و همکاران، ۲۰۲۱).

یکی از مهم‌ترین موضوعات در صادرات، ارتقای صادرات غیرنفتی، با تمرکز ویژه بر کالاهای دارای مزیت صادراتی و تلاش جهت رقابت‌پذیر نمودن کالاهای دارای مزیت کمتر با اتخاذ استراتژی‌های مناسب و طراحی مدل‌ها و الگوهای مناسب صادراتی است.

در مقالات مختلف به موضوعاتی، از جمله پتانسیل و عوامل موثر بر صادرات محصولات کشاورزی ایران (شیبانی نوقابی و همکاران، ۱۴۰۰)، اثر مداخلات سیاستی بر روی کارایی و پتانسیل صادرات دو محصول پسته و زعفران (اقبال صفت و همکاران، ۲۰۲۴)، شناسایی راهکارهای ظرفیت‌سازی صادرات محصولات کشاورزی ایران به بازار روسیه (ادیم و همکاران، ۱۳۹۸)، پتانسیل صادراتی بخش غلات منطقه‌ای روسیه (موقامتگالیف و همکاران، ۲۰۲۰)، توسعه پتانسیل صادرات منطقه پاولودار قزاقستان (کریمبرگنوا و همکاران، ۲۰۱۹)، عوامل موثر بر پتانسیل صادرات و شکل‌گیری آن در شرایط یکپارچه‌سازی (لاوریف، ۲۰۱۶) و پتانسیل صادرات در مناطق روستایی

(لوکیانو و همکاران، ۲۰۲۱) اشاره شده است. اما در هیچ یک به ارائه یک مدل جهت توسعه صادرات برای کالاهای با مزیت نسبی کمتر، اشاره‌ای نشده است. در این پژوهش هدف آن است که این شکاف را با تمرکز بر بازار ازبکستان به عنوان یکی از بازارهای هدف صادراتی ایران پر نمود.

از علل اهمیت توجه به این کشور می‌توان به مواردی همچون سطح بالای تعاملات اقتصادی و سیاسی، دیدارهای روسای جمهور، روند رو به رشد اقتصاد این کشور و ... اشاره نمود. عمده‌ترین محصولات صادراتی ازبکستان به جهان عبارتند از طلا، پنبه، مس و گازهای نفتی و عمده‌ترین محصولات وارداتی این کشور از جهان اتومبیل‌های موتوری، قطعات و لوازم جانبی تراکتور، دارو و روغن‌های نفتی می‌باشد.

صادرات و واردات ازبکستان به جهان در سال ۲۰۲۳ به ترتیب ۲۱ و ۳۷ میلیارد دلار بوده است. بیشترین صادرات ازبکستان در سال مذکور به ترتیب به کشورهای روسیه، چین و قزاقستان و بیشترین میزان واردات ازبکستان در این سال به ترتیب از کشورهای چین، روسیه و قزاقستان بوده است.

بر اساس آمارهای مرکز جهانی تجارت، صادرات ایران به ازبکستان در سال ۲۰۲۳ حدود ۳۴۵ و واردات از این کشور ۹۵ میلیون دلار بوده است، در حالی که سهم ایران از بازار صادراتی ۳۷ میلیارد دلاری ازبکستان تنها ۰۹ درصد است (مرکز تجارت بین‌الملل، ۲۰۲۵). این سهم اندک با توجه به ظرفیت‌های بالای ایران از جمله تولید ملی رو به رشد، تنوع و پیچیدگی محصولات، نیروی انسانی متخصص، زیرساخت‌های صنعتی و حمل‌ونقل، تنوع اقلیمی، موقعیت جغرافیایی خاص و اشتراکات فرهنگی و سیاسی، بسیار پایین ارزیابی می‌شود. همچنین علیرغم امضای توافقات تجاری و نقشه راه همکاری‌های دو کشور، شناسایی دقیق ظرفیت‌های صادراتی و استفاده از فرصت‌های بازار ازبکستان و طراحی مدل توسعه صادرات در این کشور مغفول مانده است. لذا مساله اصلی پژوهش

حاضر، شناسایی شکاف میان ظرفیت بالقوه و میزان بالفعل صادرات ایران به ازبکستان و ارائه مدل توسعه صادرات برای افزایش سهم ایران از این بازار است.

۲. پیشینه پژوهش

با جستجو و بررسی پژوهش‌های گذشته در مقالات داخلی و خارجی، مهم‌ترین موارد مرتبط با موضوع به شرح ذیل می‌باشد: احمد و همکاران، در مقاله ارزیابی پتانسیل صادرات پاکستان در حاشیه‌های فشرده و گسترده با استفاده از یک رویکرد ناپارامتریک مبتنی بر عوامل تقاضا، عرضه و سهولت اعلام نمودند تعداد قابل توجهی از محصولات صادراتی جدید (حاشیه گسترده) و محصولات موجود (حاشیه فشرده) شناسایی شده‌اند که دارای پتانسیل صادراتی می‌باشند. پتانسیل صادراتی تحقق نیافته تخمین زده شده در حاشیه‌های گسترده ۲ میلیارد دلار و در حاشیه‌های فشرده ۵ میلیارد دلار است. دامنه محصولات جدید شامل محصولات با ارزش افزوده، محصولات نیمه تمام و محصولات واسطه‌ای است. به طور شگفت‌انگیزی، پتانسیل بالایی برای تنوع در چین و صادرات محصولات موجود به طور فشرده‌تر در اتحادیه اروپا وجود دارد. افزون بر این، پتانسیل در حاشیه‌های گسترده در مقایسه با حاشیه‌های فشرده از نظر منطقه‌ای گوناگون است (احمد و همکاران، ۲۰۲۴).

باکی، در مقاله ارزیابی و طبقه‌بندی جایگزین‌های بازار با استفاده از تکنیک CAPMA برای ارزیابی حجم صادرات بالقوه: یک کاربرد برای صادرات انجیر ترکیه بیان داشتند که بازارهای جایگزین با بیشترین پتانسیل برای افزایش حجم صادرات برای کشورهایی از جمله ایالات متحده آمریکا (ایالات متحده)، هلند، چین و اسپانیا بوده است. ایالات متحده دارای بیشترین پتانسیل برای گسترش حجم صادرات است. با اجرای استراتژی‌های بازاریابی صحیح و مؤثر، حجم صادرات انجیر می‌تواند به سطوح بسیار بالایی برسد (باکی، ۲۰۲۴).

دارماشانتی و کونکرو، در مقاله تحلیل عوامل مؤثر بر پتانسیل صادرات محصولات کاشت چای اندونزی به کشورهای اروپایی که با هدف تحلیل تأثیر تولید ناخالص داخلی کشور واردکننده، نرخ ارز، تورم و انتشار دی اکسید کربن بر صادرات چای اندونزی به کشورهای واردکننده انجام شده است، بیان داشتند که تولید ناخالص داخلی انگلستان و هلند تأثیری بر صادرات چای اندونزی نداشته است؛ اما افزایش تولید ناخالص داخلی به طور مثبت بر صادرات چای اندونزی به روسیه تأثیر گذاشته است. همچنین انتشار دی اکسید کربن اثر منفی بر صادرات چای اندونزی به روسیه، هلند و انگلستان داشته است (دارماشانتی و کونکرو، ۲۰۲۴).

اولاشف، در مقاله راه‌های افزایش حجم صادرات محصولات کشاورزی در ازبکستان بیان داشت که برای توسعه صادرات کشاورزی در ازبکستان، نیاز به تلاش‌های جامع است. این شامل مدرن‌سازی زیرساخت‌ها، ساده‌سازی مقررات و تنوع بخشی بازار می‌شود. همچنین، آموزش کشاورزان و همکاری‌های عمومی-خصوصی برای نوآوری ضروری است تا ازبکستان به عنوان یک بازیگر رقابتی ظاهر شود (اولاشف، ۲۰۲۴).

ماکسامادامینوویچ و جمال‌الدینوویچ، در مقاله راه‌های افزایش پتانسیل صادراتی ازبکستان پیشنهاد نمودند برای توسعه پتانسیل صادرات واحدهای اقتصادی باید اقدامات زیر را انجام دهند: ۱- بهبود مدیریت زنجیره تامین با روش‌های تولید مدرن ۲- تضمین کیفیت کالاها با استانداردهای بین‌المللی ۳- ارتقای خدمات مشتری و افزایش حجم فروش ۴- بهینه‌سازی مدیریت تجارت خارجی با سیستم‌های تحلیلی و مدیریت منابع (ماکسامادامینوویچ و جمال‌الدینوویچ، ۲۰۲۳).

شاه مسعود و همکاران، در مقاله پتانسیل تجاری پاکستان با کشورهای آسیای جنوبی با استفاده از رویکرد مدل جاذبه اعلام نمودند که نتایج پژوهش نشانگر این است که اعمال

میانگین ساده تعرفه و تولید ناخالص داخلی کشورهای شریک بر ارزش تجارت پاکستان تأثیر مثبت دارد. در حالی که اعمال میانگین ساده تعرفه به صورت دوجانبه به حجم تجارت کشور پاکستان آسیب می‌رساند. از نظر آماری، با ۱ درصد تغییر در نرخ تعرفه‌ها ۳ درصد کل تجارت پاکستان کاهش می‌یابد. علاوه بر این، ۱ درصد افزایش در تولید ناخالص داخلی کشورهای شریک، کل تجارت پاکستان را ۵ درصد افزایش می‌دهد (مسعود و همکاران، ۲۰۲۳).

رسولی‌نژاد و صبری، در مقاله ارزیابی بازار اتحادیه اقتصادی اوراسیا جهت صادرات محصولات از کشور ایران اعلام نمودند که نتایج پژوهش نشانگر امکان توسعه صادرات محصولات ایرانی به بازار کشورهای اتحادیه مذکور از سال ۱۳۹۴ تاکنون می‌باشد، اگرچه این موضوع در مورد همه اقلام صدق نمی‌کند و بعضی از اقلام همچون خشکبار و میوه‌های خوراکی (سرفصل ۰۸) از توانمندی صادراتی بالاتری نسبت به مابقی اقلام برخوردار می‌باشند. لازم به ذکر است نتایج پژوهش نیز بیانگر مغفول ماندن پتانسیل صادراتی ایران به کشورهای عضو این اتحادیه می‌باشد که نیاز به بررسی عمیق‌تر دارد (رسولی‌نژاد و صبری، ۲۰۲۲).

کارخانه و همکاران، در مقاله پتانسیل صادرات ایران به برزیل (۲۰۰۱-۲۰۱۸): بر اساس شاخص‌های متعارف و رویکرد جاذبه که با هدف بررسی قابلیت گسترش صادرات ایران به برزیل با استفاده از رویکردهای خرد و کلان بود، بیان داشتند که در سطح خرد صادرات ایران با بازار برزیل همخوانی دارد و این موضوع بر اساس شاخص‌های متعارف مرتبط، شامل شاخص مزیت نسبی آشکار نرمال شده، شاخص کسینوس و تخمین ساده پتانسیل تجاری، شناسایی شد. همچنین بر اساس شاخص‌های کلان، توسعه روابط تجاری منطقه‌ای توجیه‌پذیر است. با این حال، ظرفیت تجاری بین دو کشور در دوره مورد نظر به دلیل شرایط سیاسی و بین‌المللی محقق نشده است (کارخانه و همکاران، ۲۰۲۲).

طالبی و همکاران در مقاله شناسایی ظرفیت‌های صنعتی ایران با استفاده از مدل پیچیدگی اقتصادی با تأکید بر بازار صادراتی کشورهای همسایه منتخب اعلام نمودند که نظر به اهمیت بازار ۹ کشور همسایه ایران، تعداد ۲۵ کد کالا در بازار این کشورها مورد شناسایی قرار گرفتند که پس از حذف آن تعداد از کد کالاهایی که در ایران تولید نمی‌شوند و همچنین آن دسته از کالاهایی که ایران اقدام به صادرات آن‌ها می‌کند، تعداد ۲۰ کد کالا باقی می‌ماند که تولید و صادرات این کالاها ضمن بهبود درجه پیچیدگی اقتصادی ایران باعث ایجاد بازار ۱۲ میلیارد دلاری می‌شود (طالبی و همکاران، ۲۰۲۱).

اسلام محمدی گیگلو و روشن گلیف، در مقاله ارزیابی و تعیین ظرفیت تجارت دوجانبه ایران و ترکیه اعلام نمودند که نتایج پژوهش نشانگر این است که بیشترین ارزش صادرات ایران به ترکیه ۹۳۳۹ میلیون دلار بوده که تنها ۷٫۲ درصد آن (۶۶۹ میلیون دلار) محقق شده است. همچنین ۱۱ گروه کالایی بیش از ۶۶ درصد از صادرات بالقوه ایران به ترکیه را تشکیل می‌دهند. از این میان «محصولات معدنی» با ۲۷۳۰ میلیون دلار، «پلاستیک و مصنوعات ساخته شده از آنها» با ۱۱۸۵ میلیون دلار، «فلزات و مصنوعات رایج از آنها» با ۹۱۸ میلیون دلار و «محصولات صنایع شیمیایی و صنایع وابسته به آن» با ۸۷۹ میلیون دلار به ترتیب چهار گروه کالایی دارای بیشترین پتانسیل صادرات بودند (اسلام محمدی گیگلو و روشن گلیف، ۲۰۲۰).

جماکوهی و همکاران، در مقاله بررسی ظرفیت صادرات غیرنفتی ایران به کشورهای روسیه، آذربایجان، ارمنستان، ترکیه و عراق با استفاده از مدل جاذبه بیان داشتند که نتایج پژوهش نشانگر این است که ایران در بین کشورهای مذکور دارای بیشترین ظرفیت صادرات به عراق و کمترین ظرفیت صادرات به ارمنستان است. ضمن اینکه بیشترین درصد ظرفیت استفاده نشده صادراتی ایران مربوط به کشور آذربایجان و کمترین ظرفیت نیز متعلق به ارمنستان است.

بر این اساس به نظر می‌آید بهتر است ایران با کشورهای که از نظر جغرافیایی در فاصله نزدیک‌تری قرار دارند پیمان‌های منطقه‌ای ایجاد و به صادرات بپردازد (جماکوهی و همکاران، ۲۰۱۹).

در ادامه، به بررسی دسته دوم مطالعات انجام شده مربوط به بررسی وضعیت روابط تجاری و اقتصادی ایران و ازبکستان می‌پردازیم.

یولداشوا، در مقاله روابط ایران و ازبکستان: واقعیت‌های جدید و پتانسیل برای نزدیکی، که با هدف بررسی تمایلات و پتانسیل‌های جدید برای نزدیکی ایران و ازبکستان در چارچوب تشدید تحریم‌ها، نتایج جنگ روسیه و اوکراین و افغانستان بی‌ثبات در سال‌های ۲۰۲۲-۲۰۲۳ می‌پردازد، بیان داشت که واقعیت‌های پیچیده امروزی می‌تواند نزدیک شدن عینی دو دولت را کند نماید، اما نمی‌تواند متوقف نماید (یولداشوا، ۲۰۲۳).

کریمی، در مقاله بررسی روابط ایران و ازبکستان و تاثیر آن بر منافع و امنیت ملی ایران بیان داشت که ازبکستان به عنوان پرجمعیت‌ترین کشور آسیای مرکزی و به عقیده اغلب صاحب‌نظران مهم‌ترین آنها بازار بالقوه و مناسبی برای کالاها و خدمات فنی و مهندسی ایرانی و یک منبع بالقوه برای تجارت ترانزیتی وسیع به حساب می‌آید. در نخستین سال‌های استقلال ازبکستان، نقش‌آفرینی برخی عوامل و فاکتورهای عمدتاً سیاسی مانع از گسترش روابط همه‌جانبه میان دو کشور شد که از آن جمله می‌توان به فعالیت کشورهای غربی برای تحدید حضور ایران در منطقه اشاره کرد. اما با گذر زمان و عنایت به این مسئله که پیوندهای فرهنگی دو کشور از چنان عمقی برخوردار بود که هیات حاکمه ازبکستان نمی‌توانست از آن چشم‌پوشی نماید، حکومت حاکم برای جلب باور مردم به حسن نیت خود ناچار به برقراری ارتباط با ایران شد (کریمی، ۱۴۰۱).

ریاضی و همکاران، در مقاله آسیب‌شناسی تفاهم‌نامه تعرفه ترجیحی ایران و ازبکستان با نگاهی به ظرفیت بخش

کشاورزی بیان داشتند که برای انعقاد سند تعرفه ترجیحی فیما بین بایستی میزان تخفیفات تعرفه‌ای به نحوی طراحی گردد که به بهبود روابط تجاری هر دو کشور کمک نماید. با توجه به نتایج پژوهش ایشان اعلام داشتند که می‌توان از ظرفیت‌های صادراتی بخش کشاورزی ایران همانند مرغ، گندم، شکر و مشتقات آن و فرآورده‌های غذایی در اصلاح فهرست کالاهای منتخب موافقتنامه مذکور استفاده نمود (ریاضی و کاظم نژاد، ۲۰۱۹).

کرباسی و همکاران، در مقاله راه‌کارهای توسعه صادرات و گسترش زمینه همکاری‌های اقتصادی با کشورهای آسیای میانه، از جمله ازبکستان بیان داشتند که نتایج نشان‌دهنده آن می‌باشد که فعال نبودن رایزن‌های بازرگانی در کشورهای هدف، جزیره‌ای عمل کردن سازمان‌های دولتی، بالا بودن قیمت تمام‌شده کالا از جمله مهم‌ترین موانع توسعه صادرات به شمار می‌رود (کرباسی و همکاران، ۲۰۱۸).

مرور مطالعات پیشین در حوزه صادرات ایران، نشان می‌دهد که اغلب پژوهش‌ها با استفاده از مدل‌های کمی مانند مزیت نسبی آشکارشده، پتانسیل تجاری و شاخص اکمال تجاری، ظرفیت‌های صادراتی ایران را شناسایی نموده‌اند و بر این نکته تأکید دارند که بخش قابل توجهی از این ظرفیت‌ها بالفعل نشده باقی مانده است؛ مهم‌ترین دلایل این شکاف، ضعف زیرساخت‌ها، عدم عضویت در پیمان‌های منطقه‌ای، مسائل سیاسی و ضرورت توجه به محصولات با پیچیدگی بالا بوده است. دسته دیگری از مطالعات، رویکرد سیاستی و ساختاری داشته و بر نقش تعاملات سیاسی، توافقات تجاری و اصلاح سیاست‌های تعرفه‌ای تأکید نموده‌اند، اما کمتر به ارائه مدل اجرایی توسعه صادرات پرداخته‌اند. پژوهش حاضر با تلفیق رویکرد کمی (شناسایی ظرفیت‌های صادراتی ایران به ازبکستان با شاخص‌های کمی) و رویکرد کیفی (تحلیل تم و مصاحبه با خبرگان)، تلاش دارد علاوه بر شناسایی شکاف صادراتی، یک مدل اجرایی و سیاست‌محور برای توسعه صادرات

ایران به بازار ازبکستان ارائه نماید؛ موضوعی که در مطالعات پیشین کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

۳. مبانی نظری

مفهوم و اهمیت صادرات

صادرات، کالاها و خدماتی است که در یک کشور تولید و در کشور دیگر به خریداران فروخته می شود. صادرات، همراه با واردات، تجارت بین المللی را تشکیل می دهند. کشورها به جای محصور کردن خود در مرزهای جغرافیایی، اغلب به دنبال بازارهای خارجی در سراسر جهان برای تجارت می باشند تا به درآمد و فرصت های مبادلاتی بیشتری دست یابند. صادرات برای اقتصادهای مدرن بسیار مهم است زیرا به مردم و شرکت ها بازارهای بیشتری را برای کالاهایشان ارائه می دهد. یکی از کارکردهای اصلی دیپلماسی و سیاست خارجی بین دولت ها، تقویت تجارت اقتصادی، تشویق صادرات و واردات به نفع همه طرف های تجاری است (سگال، ۲۰۲۲). صادرات در واقع رایج ترین حالت ورود به بازار خارجی و اغلب اولین مرحله بین المللی سازی است که توسط شرکت های کوچک و متوسط به دلیل ریسک نسبتاً کم، درجه انعطاف پذیری بالا و تعهد کم منابع به کار می رود (گیپالی و همکاران، ۲۰۲۱؛ لئونیدو و کاتسیکاس، ۱۹۹۶).

پتانسیل صادرات

برای تعریف مفهوم پتانسیل صادرات، ساماندهی دیدگاه های مختلف ضروری است؛ بنابراین، لازم است محتوای مشترک و متفاوت پتانسیل صادرات در تفسیرهای موجود متمایز شود. چنین ساماندهی ای این امکان را می دهد تا چند دیدگاه را از یکدیگر تفکیک نماییم.

گروه اول از محققان، پتانسیل صادرات را به عنوان یک ویژگی کیفی اقتصاد ملی در نظر می گیرند، یعنی توانایی بالقوه یک کشور برای صادرات محصولات و منابع فعلی یا موجود (امیربکوا، ۲۰۱۸؛ رایزبرگ و لوزوفسکی، ۱۹۹۹).

گروه دوم از محققان، تعریف گسترده تری ارائه می دهند که در آن عواملی مانند منابع، ذخایر، ابزارها و فرصت ها را به عنوان اشیای صادراتی در نظر می گیرند که می توانند برای حل مشکلات، دستیابی به اهداف و ایجاد فرصت ها در یک زمینه خاص برای یک فرد، جامعه یا یک کشور استفاده شوند (امیربکوا، ۲۰۱۸؛ رایزبرگ و لوزوفسکی، ۱۹۹۹).

اما نهایتاً پتانسیل صادرات یک ماهیت پیچیده است، بنابراین برای شناسایی آن باید به پارامترهای خاص دیگر تکیه کرد. علاوه بر تعاریف ذکر شده، می توان ویژگی های دیگری از پتانسیل صادرات را در نظر گرفت، مانند یک پدیده چندوجهی پیچیده که همزمان به عنوان "شاخص"، "فرایند"، "رفتار" و ویژگی های کمی پارامترهای اقتصادی توسعه اقتصادی درک می شود (امیربکوا، ۲۰۱۸).

شاخص کسینوس یا اکمال تجاری

این شاخص یک تکنیک تجربی است که می تواند جهت ارزیابی میزان مکمل بودن صادرات و واردات شرکای تجاری در حوزه تجارت جهانی استفاده شود (کارخانه و همکاران، ۲۰۲۲). اکمال تجاری در واقع بیانگر این می باشد که تخصص گرایی یک کشور در صادرات تا چه میزان تقاضای وارداتی شریک تجاری را تکمیل می نماید.

معیار کسینوس، نخستین بار توسط آلن در سال ۱۹۷۰ در کتاب اقتصاد ریاضی مطرح گردید. از این معیار به منظور اندازه گیری شدت مشابهت صادرات- واردات دو کشور استفاده می گردد. رابطه این معیار به صورت زیر می باشد (بیات و صادقیان، ۲۰۱۵).

$$\cos_{ij} = \frac{e_i/m_j}{[e_i][m_j]} \Rightarrow \cos_{ij} = \frac{\sum E_{ik} \cdot M_{jk}}{\sqrt{\sum E_{ik}^2 \cdot \sum M_{jk}^2}} \quad (1)$$

$$k = 1, 2, 3, \dots, n - 1, n$$

بر اساس فرمول اشاره شده E_{ik} بیانگر صادرات کشور i از کالای k به جهان و M_{jk} نیز بیانگر واردات کشور j از کالای k از جهان می باشد. همچنین در این رابطه i ، j و K به ترتیب

کشورهای صادرکننده، واردکننده و گروه کالایی مربوطه می باشد، بر این اساس X_{ijk} نشانگر جریان تجاری کالای k از کشور i به کشور j است.

اگر تمامی واردکننده های کالای k از کشور i را با هم در نظر بگیریم می توان دریافت که $E_{ij} = \sum_{k=1}^n X_{ijk}$ است که کل صادرات کشور i به جهان می باشد و چنانچه تمامی صادرکنندگان کالای k به کشور j را در نظر بگیریم در این حالت $M_{ij} = \sum_{k=1}^n X_{ijk}$ را خواهیم داشت که بیانگر کل واردات کالای k کشور j از جهان می باشد.

بردار صادرات کشور، ترکیبی از n قلم کالا یا $E_{ik}; (k=1, \dots, n)$ است که با حرف e_i نشان داده می شود. همچنین m_j بردار واردات کشور j با n قلم کالا می باشد، بنابراین $M_{ik}; (k=1, 2, 3, \dots, n-1, n)$ زمانی که زاویه دو بردار در فضای کالاهای n بعدی مشخص شود، امکان مقایسه فراهم می شود. در این حالت زاویه کوچک اشاره به این دارد که ترکیب کالای صادراتی کشور i (برای تمامی کشورهای هدف صادراتی یا جهان) است و زاویه بزرگ نیز نشانگر این است که ساختار صادرات کشور i و ساختار واردات کشور j شباهتی به یکدیگر نداشته و قابلیت انطباق نیز با هم ندارند. معمولاً بزرگی زاویه بین دو بردار کالا بر اساس کسینوس مورد اندازه گیری قرار می گیرد (لینمن، ۱۹۶۶).

با توجه به فرمول اشاره شده، چنانچه ترکیب کالایی صادرات کشور i با واردات کشور j یکسان بود، درجه اکمال کامل ایجاد می شود، که در این حالت الگوهای کالایی کشورهای صادرکننده و واردکننده مشابه یکدیگر خواهند بود و اگر برای تمامی k ها، E_{jk} یا M_{jk} یا هر دو صفر بودند روشن است که تجارت از i به j میسر نیست و بردارهای e_i و m_j بر هم عمود و به ترتیب $\cos_{ij}$ برابر صفر و درجه اکمال تجاری وجود نخواهد داشت. بنابراین کسینوس بین دو بردار می تواند بین دو عدد صفر و یک قرار گیرد و هر چه این عدد به یک نزدیک تر باشد؛ به این معنی است که درجه اکمال تجاری بیشتر است.

شاخص بازبودن تجاری

باز بودن تجاری، یک متغیر کلان اقتصادی مهم است که با تقسیم کل صادرات و واردات بر تولید ناخالص داخلی به دست می آید. نسبت پایین تر نشان می دهد که کشور دارای تجارت کمی است و پتانسیل تجاری کمتری نیز دارد. باز بودن تجاری می تواند در بلندمدت از طریق دسترسی به کالاهای و خدمات، دستیابی به کارایی در تخصیص منابع و بهبود بهره وری کلی عوامل تولید از طریق انتشار فناوری و دانش، رشد اقتصادی را افزایش دهد (موید و همکاران، ۲۰۲۳).

مقدار شاخص بالای ۱۰۰ به این نکته اشاره دارد که حاصل تجارت خارجی یک کشور بیش از تولید ناخالص داخلی آن بوده و مبادلات تجاری کشور مدنظر با سایر کشورها از درجه بالایی برخوردار است. همچنین مقدار شاخص کمتر از ۱۰۰ نیز به معنای اتکای کمتر اقتصاد آن کشور به مبادلات تجاری با مابقی کشورها می باشد (حسین هروانی و همکاران، ۲۰۲۲). رابطه شاخص بازبودن تجاری به شرح ذیل است:

$$\left(\frac{X_{it} + M_{it}}{Y_{it}} \right) \times 100 \quad (2)$$

مولفه های رابطه فوق بدین شرح می باشند:

X = ارزش کل صادرات

M = ارزش کل واردات

Y = تولید ناخالص داخلی

i = کشور

T = سال مورد نظر

نظریه مزیت نخست

بر اساس نظر آدام اسمیت در نظریه "مزیت نخست"، ایشان اشاره داشتند، چنانچه هر یک از کشورها اقدام به صادرات کالایی که در آن مزیت دارند و واردات کالایی که در آن مزیت ندارند بنمایند، هر دو کشور از این تجارت منتفع خواهند شد. یکی از شاخص های مطرح در این زمینه شاخص مزیت نسبی است که بیانگر توانمندی و ظرفیت یک کشور

در تولید و صادرات کالایی با هزینه کمتر و کیفیت بالاتر در سطح جهانی می باشد (اسمیت، ۱۷۷۶؛ رسولی نژاد و صبری، ۲۰۲۲).

مزیت نسبی آشکار شده (RCA)

چندین سال پیش بالاسا مقاله ای منتشر کرد که برای اولین بار از مفهوم مزیت نسبی آشکار شده استفاده نمود (بالاسا، ۱۹۶۵). از آن زمان، این معیار در گزارش های متعدد مانند یونیدو، بانک جهانی، آکویئو و... به عنوان یک معیار برای تخصص در تجارت بین المللی استفاده شده است (لورسن، ۲۰۱۵). این شاخص در واقع به عنوان معیاری برای توانایی نسبی یک کشور در تولید یک کالا در مقایسه با شرکای تجاری آن استفاده می گردد (فرنج، ۲۰۱۷).

بالاسا، با ارائه این شاخص اقدام به اختصاص وزن بیشتر به صادرات در مقایسه با نسبت صادرات-واردات نمود. بدین ترتیب شاخص عملکرد صادرات از دیدگاه وی به معنی نسبت سهم یک کشور در صادرات کالای خاص به سهم کشور در صادرات تمام کالاهای تولیدی آن کشور می باشد. همچنین بالاسا پیشنهاد نمود که مزیت نسبی از طریق الگوی مشاهده شده تجارت "آشکار" می گردد که این موضوع منعکس کننده هزینه های نسبی و نیز تفاوت در عوامل غیر قیمتی می باشد، در واقع می توان این گونه بیان داشت که منشا این شاخص از تفاوت در شرایط اقتصادی کشورها، در پی تفاوت در الگوی تجارت بین المللی بوده و الگوی بین المللی مزیت نسبی را تعیین می نماید (جاگدامبه، ۲۰۱۹).

رابطه شاخص مزیت نسبی آشکار شده به شرح رابطه (۳) می باشد:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij}/X_{Tj}}{X_{iw}/X_{Tw}} \quad (3)$$

مولفه های رابطه (۳) بدین شرح می باشند:

X_{ij} = صادرات کالای i توسط کشور j

X_{Tj} = کل صادرات کشور j

X_{iw} = صادرات کل کشورهای جهان برای کالای i

X_{Tw} = کل صادرات جهان

اگر این شاخص بین ۰ تا ۱ قرار گیرد، نشانگر مزیت نسبی کمتر و چنانچه بزرگتر از ۱ باشد نشان دهنده وجود مزیت نسبی بالا در صادرات کالای i می باشد.

برآورد ساده پتانسیل تجاری

پتانسیل تجاری بیانگر حجمی از تجارت است که کشورها به صورت بالقوه و با مدنظر قرارداد عوامل تعیین کننده جریان تجاری با یکدیگر می توانند داشته باشند. روش های متعددی به منظور برآورد پتانسیل تجاری بین کشورها وجود دارد که اکثر آنها در مواردی که از ابتدا کشورهای مدنظر دارای روابط تجاری پایین و فاقد سیاست تجاری هماهنگ می باشند، مناسب است (بیات و صادقیان، ۲۰۱۵).

از نظر بالاسا میزان پتانسیل تجاری کشورها تحت تاثیر عواملی می باشند که بعضی از آنها قابل اندازه گیری و برخی دیگر غیر قابل اندازه گیری بوده اند. بر این اساس وی توانست پتانسیل تجاری کشورها در سطح بخشی و کالایی در تجارت بین المللی را با بررسی الگوهای تجاری کشورها بیان نماید (رحمانی و امیری، ۲۰۰۷).

با توجه به محدودیت موجود، بسیاری از پژوهشگران بزرگ در حوزه تجارت بین الملل تلاش نموده اند تا پتانسیل تجاری را با استفاده از شاخص های مربوط به داده های بعد از تجارت و به شیوه تحلیل عملکرد تجاری برآورد نمایند، در این خصوص می توان به پژوهش ها و بررسی های لینمان، فینگر، کرینین و درایسدل اشاره نمود که در نهایت این بررسی ها منجر به تدوین و ارائه شاخص های مختلف در اندازه گیری و برآورد درجه اکمال تجاری و همچنین پتانسیل تجاری گردید (دریسدل، ۱۹۸۸؛ فینگر و کرینین، ۱۹۷۹؛ لینمن، ۱۹۶۶).

در کل شیوه های برآورد پتانسیل تجاری در سه بخش به شرح ذیل تقسیم می شوند:

یافتن پتانسیل تجاری بین دو کشور با بررسی کالاهای موجود در جریان تجارت خارجی آن‌ها و مشخص نمودن عمده‌ترین کالاهای صادراتی و وارداتی و نیز میزان انطباق اقلام صادر شده توسط یک کشور با اقلام وارد شده از سوی کشور دیگر.

یافتن پتانسیل تجاری بین دو کشور با مد نظر قراردادن حجم فعلی مبادلات تجاری بین دو کشور و کالاهای مربوطه با هدف پیش‌بینی میزان مبادلات تجاری آتی دو کشور.

یافتن پتانسیل تجاری بین دو کشور از طریق تهیه یک جدول با دو ستون که در این جدول یک ستون مربوط به اقلام صادراتی کشور الف و ستون دوم نیز مربوط به اقلام وارداتی توسط کشور ب از جهان است. (ضرورت دارد اقلام هر دو ستون منطبق با یکی از کدهای طبقه‌بندی بین‌المللی باشد). در مرحله بعد حداقل اعداد دو ستون ذکر شده بیانگر حداکثر پتانسیل تجاری دو کشور می‌باشد. نکته قابل توجه این است که این عدد را نمی‌توان تحت عنوان پتانسیل تجاری دو کشور مدنظر قرار داد بدین خاطر که این امر را زمانی می‌توان منطقی و معقول تلقی نمود که یا کشور الف صادرات خود به کشور ب را به جای صادرات به کل کشورهای دنیا قرار دهد، یا اینکه توانمندی این را داشته باشد که بتواند ظرفیت تولید داخلی خود را دو برابر صادرات قبلی نماید. با توجه به این که اقدام اشاره شده منطقی و معقول نیست، پتانسیل معمولی را بین ۳۰ تا ۴۰ درصد رقم حداکثر پتانسیل تجاری در نظر می‌گیرند (آرنون و اسپواک، ۱۹۹۶).

حداکثر پتانسیل صادراتی کشور i به کشور z برای کالای k از طریق رابطه (۴) محاسبه می‌گردد.

$$IXP_{ij} \equiv \sum_{k=1}^n \min(X_{iw}^k, M_{jw}^k) \quad (4)$$

همچنین پتانسیل صادراتی (معمولی) کشور i به کشور z برای کالای k از طریق رابطه (۵) محاسبه می‌گردد.

$$IXP_{ij}^k \equiv \sum_{k=1}^n \min(X_{iw}^k, M_{jw}^k) * (30 - 40)\% \quad (5)$$

مولفه‌های رابطه فوق به شرح ذیل می‌باشد:

IXP = پتانسیل صادراتی کشور i به کشور واردکننده z برای کالای k

X_{iw}^k = ارزش صادرات کشور i به جهان برای کالای k

M_{jw}^k = ارزش واردات کشور z از جهان برای کالای k

۴. روش پژوهش

هدف این پژوهش، شناسایی کالاهای دارای مزیت رقابتی ایران در بازار ازبکستان، میزان ظرفیت استفاده نشده از این بازار و نهایتاً ارائه مدل توسعه صادرات در بازار این کشور است. این پژوهش از نوع کاربردی است، زیرا یافته‌های آن به‌طور مستقیم برای صادرکنندگان ایرانی در راستای افزایش سهم خود در بازار هدف صادراتی ازبکستان مفید خواهد بود. با توجه به پتانسیل بالای توسعه روابط تجاری بین ایران و ازبکستان، این پژوهش می‌تواند به ایجاد یک استراتژی صادراتی پایدار و سودآور برای ایران در بازار ازبکستان کمک نماید.

به علت بهره‌گیری از روش‌های کیفی و کمی، این پژوهش جزء پژوهش‌های آمیخته محسوب می‌شود. در بخش کمی ابتدا با استفاده از شاخص‌هایی نظیر باز بودن تجاری و مزیت نسبی آشکار شده، به بررسی میزان وابستگی ایران به بازار تقاضای بین‌الملل و تخصص‌گرایی در تجارت بین‌الملل و یافتن کالاهای دارای مزیت با تمرکز بر کل جهان پرداخته شد و سپس با تمرکز بر کشور ازبکستان، با استفاده از شاخص اکیال تجاری، مشابهت ساختار صادراتی ایران با کشور ازبکستان بررسی و نهایتاً با بهره‌گیری از شاخص برآورد ساده پتانسیل تجاری (آنکتاد)، کالاهای دارای ظرفیت صادراتی ایران به ازبکستان و میزان ظرفیت صادراتی استفاده شده و نشده مشخص گردید. در مرحله کیفی با استفاده از داده‌های اخذ شده در مرحله کمی به منظور پر نمودن شکاف صادراتی و بهره‌گیری از کالاهای دارای مزیت صادراتی شناسایی شده، مدل توسعه صادرات

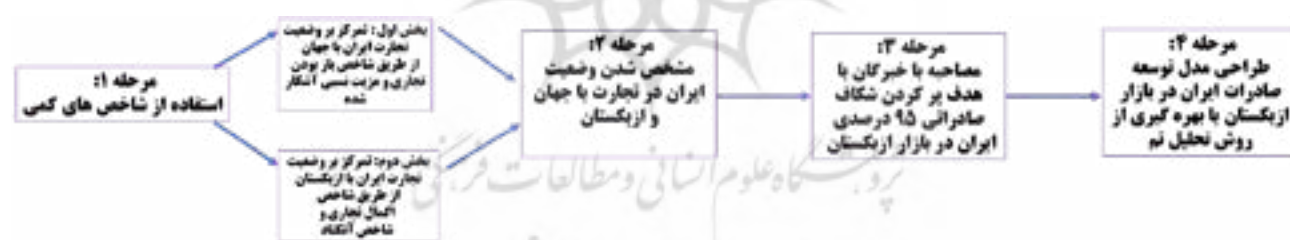
ایران به ازبکستان با استفاده از تحلیل تم طراحی گردید. در این پژوهش، با تلفیق رویکردهای کمی و کیفی، تلاش شده است تا درک جامعی از ظرفیت‌های صادراتی ایران به بازار ازبکستان حاصل شود.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات در بخش کمی، بهره‌گیری از داده‌های اقتصادی و تجاری دو کشور از طریق سایت‌های بانک جهانی و Trade Map است. این داده‌ها شامل آمار صادرات و واردات، تولید ناخالص داخلی و سایر شاخص‌های اقتصادی مرتبط با تجارت ایران و ازبکستان است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی نیز مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان (نمایندگان دولتی دستگاه‌های سیاست‌گذار در امر توسعه روابط تجاری و اقتصادی با ازبکستان) بوده است. این مصاحبه‌ها به منظور درک بهتر چالش‌ها و فرصت‌های موجود در بازار ازبکستان برای صادرات کالاهای ایرانی است.

در بخش کیفی، نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شده است. این روش به دلیل نیاز به نظرات کارشناسان

خبره در این زمینه انتخاب شده است. انتخاب مصاحبه‌شوندگان بر اساس تجربه و تخصص آنها در حوزه توسعه روابط تجاری و اقتصادی با ازبکستان بوده است.

به منظور بررسی روایی، به مصاحبه‌شوندگان بازخورد داده شده است تا اطمینان حاصل شود که داده‌ها به درستی تفسیر شده‌اند. همچنین، از روش مثلث‌سازی که شامل بهره‌گیری از چندین منبع منبع داده از جمله گزارشات رسمی، وب‌سایت‌های معتبر دو کشور و کتاب‌های مرتبط است، استفاده شده است. مثلث‌سازی به معنای استفاده از چندین منبع برای تأیید یافته‌ها می‌باشد که به افزایش روایی کمک می‌نماید. به منظور پایایی محقق از پروتکل‌های استاندارد در جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها استفاده نموده است. این پروتکل‌ها شامل ثبت دقیق مراحل پژوهش و استفاده از روش‌های ساختاریافته برای هدایت مصاحبه‌ها است. این رویکرد به ثبات و پایداری داده‌ها کمک نموده و اطمینان حاصل می‌شود که یافته‌ها در شرایط مشابه قابل تکرار می‌باشند.



نمودار ۱- فرایند روش پژوهش

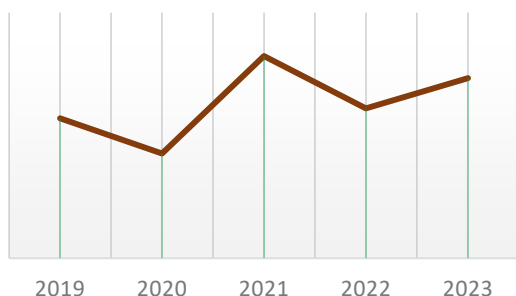
جدول ۱- مبادلات تجاری ایران با ازبکستان طی ۵ سال اخیر

واحد ارزش: میلیون دلار

۲۰۲۳	۲۰۲۲	۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹	
۳۴۵	۲۹۱	۳۷۲	۱۵۲	۲۱۴	صادرات ایران به ازبکستان
۹۵	۷۵	۱۲۲	۱۰۴	۱۲۸	واردات ایران از ازبکستان
۴۴۰	۳۶۶	۴۹۴	۲۵۶	۳۴۲	حجم مبادلات
۲۵۰	۲۱۶	۲۵۰	۴۸	۸۶	تراز تجاری

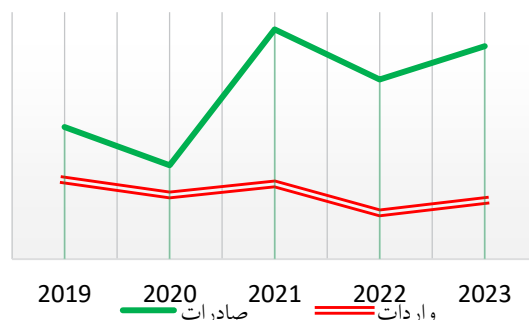
۵. تحلیل روابط تجاری ایران و ازبکستان و بررسی وضعیت رقبا

نظر به اهمیت تقویت تعاملات تجاری دو کشور، در این بخش به بررسی وضعیت مبادلات تجاری فیما بین، عمده‌ترین اقلام صادراتی و وارداتی ایران به/از ازبکستان طی سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳ و بررسی وضعیت رقبای ایران در کشور ازبکستان پرداخته می‌شود.



منبع: Trade map.org

نمودار ۳- روند حجم مبادلات تجاری ایران و ازبکستان طی سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳



منبع: Trade map.org

نمودار ۲- روند صادرات و واردات ایران به / از ازبکستان طی سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳

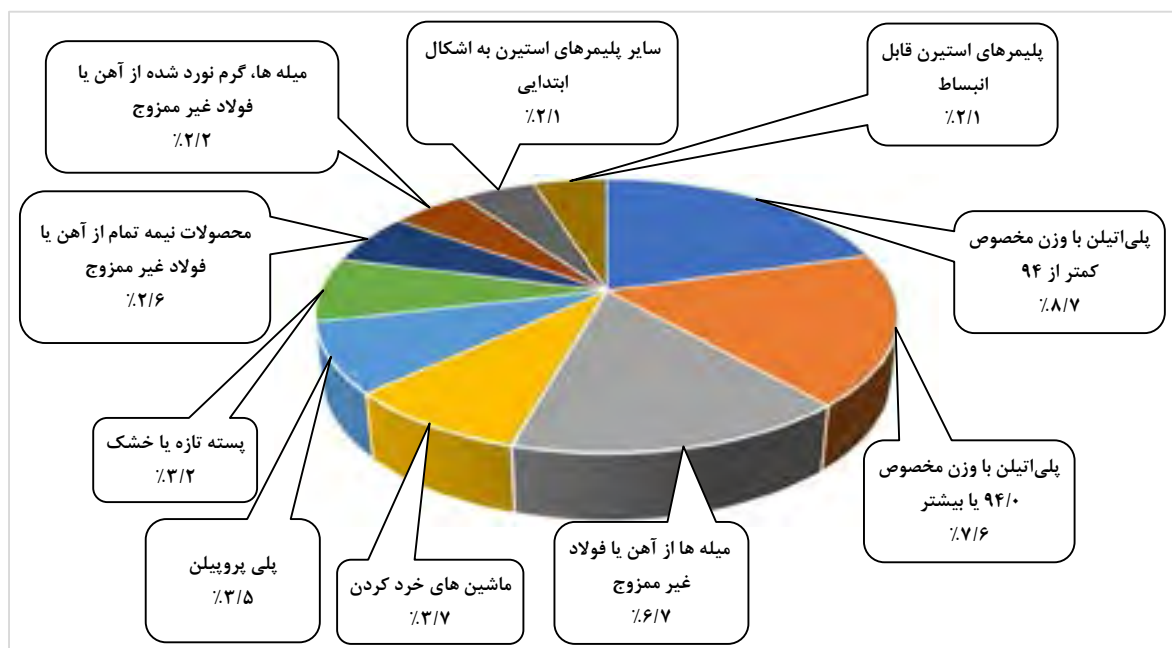
همچنین واردات ایران از ازبکستان طی سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳ همواره روند ثابت رو به کاهش را داشته است، که از دلایل آن ممنوعیت صادرات پنبه ازبکستان به جهان به علت سیاست داخلی این کشور در راستای تقویت بخش نساجی بوده و مسلماً با توجه به اینکه یکی از عمده‌ترین واردات ایران از این کشور پنبه بوده است، این موضوع در کاهش روند وارداتی تاثیر گذاشته است و از دیگر علل نیز می‌توان به افزایش نرخ تعرفه وارداتی برخی اقلام از سوی آن کشور اشاره نمود.

بر اساس نمودار (۲) از سال ۲۰۱۹ تا کنون روند افزایشی صادرات ایران به ازبکستان مشاهده می‌شود که یکی از علل آن تعاملات بسیار خوب سیاسی از جمله دیدارهای روسای جمهور و وزاری دو کشور، افزایش بی‌سابقه تبادل هیات‌های تجاری فیمابین و امضای اسناد و موافقتنامه‌های اساسی بین دو کشور از جمله نقشه راه ارتقای حجم مبادلات تجاری بوده است.

جدول ۲- عمده‌ترین اقلام صادراتی ایران به ازبکستان طی ۵ سال اخیر
واحد ارزش: میلیون دلار

تعرفه	عنوان کالا	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۲۲	۲۰۲۳	جمع کل ۵ ساله	درصد از کل صادرات
۳۹۰۱۱۰	پلی اتیلن با وزن مخصوص (چگالی) کمتر از ۹۴۰/۹۴	۱۴	۸	۲۰	۳۳	۴۵	۱۱۹	۸,۷
۳۹۰۱۲۰	پلی اتیلن با وزن مخصوص (چگالی) ۹۴۰/۹۴ یا بیشتر	۲۲	۵	۱۵	۱۷	۴۵	۱۰۴	۷,۶
۷۲۱۴۲۰	سایر میله‌ها از آهن یا فولاد غیر ممزوج	۴	۳	۶۱	۱۷	۸	۹۳	۶,۷
۸۴۷۴۲۰	ماشین‌ها و دستگاه‌های خرد کردن یا ساییدن	۱۶	۱۲	۹	۶	۷	۵۰	۳,۷
۳۹۰۲۱۰	پلی پروپیلن	۹	۴	۲۱	۱۲	۳	۴۸	۳,۵
۰۸۰۲۵۱	پسته تازه یا خشک با پوست	۶	۵	۱۱	۸	۱۳	۴۴	۳,۲
۷۲۰۷۱۲	محصولات نیمه تمام از آهن یا فولاد غیر ممزوج	۰	۰	۴	۲۴	۷	۳۵	۲,۶
۷۲۱۳۹۱	میله‌ها گرم نورد شده از آهن یا فولاد غیر ممزوج	۶	۴	۱۴	۵	۲	۳۰	۲,۲
۳۹۰۳۱۹	سایر پلیمرهای استیرن به اشکال ابتدایی	۲	۲	۸	۸	۹	۲۹	۲,۱
۳۹۰۳۱۱	پلیمرهای استیرن قابل انبساط	۴	۳	۷	۸	۷	۲۸	۲,۱
	تعداد اقلام صادر شده	۴۰۸	۴۲۲	۴۸۰	۴۵۴	۴۹۷		
	ارزش کل کالاهای صادر شده	۲۱۴	۱۵۲	۳۷۲	۲۹۱	۳۴۵	۱۳۷۵	۱۰۰

منبع: Trade map.org



منبع: Trade map.org

نمودار ۴- سهم عمده ترین کالاهای صادراتی ایران به ازبکستان طی ۵ سال اخیر

با توجه به جدول (۲) و نمودار (۴)، طی ۵ سال اخیر، ۳ محصول صادراتی ایران به ازبکستان شامل پلی اتیلن ها و میله ها از آهن یا فولاد غیر ممزوج بیشترین سهم را در سبد صادراتی به این کشور به خود اختصاص داده است.

جدول ۳- عمده ترین اقلام وارداتی ایران از ازبکستان طی ۵ سال اخیر

واحد ارزش: میلیون دلار

تعرفه	عنوان کالا	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۲۲	۲۰۲۳	جمع کل ۵ ساله	درصد از کل واردات
۵۲۰۱۰۰	پنبه، حلاجی نشده یا شانه نزده	۸۶	۸۶	۹۵	۳۷	۰	۳۰۵	۵۸,۱۳
۵۲۰۵۲۳	نخ از پنبه دارای حداقل ۸۵ درصد وزنی پنبه (نمره آن در سیستم متریک بیش از ۴۳ بوده ولی از ۵۲ بیشتر نباشد)	۱۲	۳	۱۳	۲۳	۵۸	۱۱۰	۲۰,۹۳
۳۱۰۴۲۰	کلروریتاسیم	۱۰	۶	۵	۲	۹	۳۳	۶,۲۳
۵۲۰۵۲۴	نخ از پنبه دارای حداقل ۸۵ درصد وزنی پنبه (نمره آن در سیستم متریک بیش از ۵۲ بوده ولی از ۸۰ بیشتر نباشد)	۴	۴	۲	۲	۲	۱۴	۲,۶۳
۰۷۱۳۳۳	لوبیا	۳	۰	۱	۲	۲	۹	۱,۶۵
۵۲۰۵۱۳	نخ از پنبه دارای حداقل ۸۵ درصد وزنی پنبه (نمره آن در سیستم متریک بیش از ۴۳ بوده ولی از ۵۲ بیشتر نباشد)	۱	۰	۲	۱	۴	۸	۱,۵۸
۵۰۰۲۰۰	ابریشم خام	۲	۰	۲	۲	۲	۸	۱,۵۰
۵۲۰۵۱۲	نخ از پنبه دارای حداقل ۸۵ درصد وزنی پنبه (نمره آن در سیستم متریک بیش از ۱۴ بوده ولی از ۴۳ بیشتر نباشد)	۰	۱	۰	۱	۵	۷	۱,۳۵

جدول ۴- رقبای ایران در ازبکستان طی سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳ و وضعیت ایران

واحد ارزش: میلیون دلار

۲۰۲۳		۲۰۲۲		۲۰۲۱		۲۰۲۰		۲۰۱۹	
کشور	درصد از بازار ازبکستان	کشور	درصد از بازار ازبکستان	کشور	درصد از بازار ازبکستان	کشور	درصد از بازار ازبکستان	کشور	درصد از بازار ازبکستان
چین	۲۳,۱۲	چین	۲۲,۳۷	روسیه	۲۲,۴۷	چین	۲۲,۱۸	چین	۳۱,۵۸
روسیه	۱۸,۱۸	روسیه	۲۱,۴۲	چین	۲۰,۴۹	روسیه	۲۰,۴۴	روسیه	۱۷,۸۴
کره	۱۱,۵۵	قزاقستان	۱۱,۴۰	قزاقستان	۱۱,۳۹	قزاقستان	۱۰,۴۸	قزاقستان	۸,۱۲
قزاقستان	۸,۵۹	کره	۷,۶۸	کره	۷,۳۴	کره	۹,۶۹	کره	۶,۵۱
ترکیه	۵,۹۳	ترکیه	۵,۹۲	ترکیه	۶,۹۸	ترکیه	۵,۳۷	ترکیه	۴,۹۳
درصد ایران از بازار ازبکستان									
۰,۸۹		۱,۰۳		۱,۰۷		۰,۵۴		۰,۹۳	

منبع: Trade map.org

۳. تولیدات صنعتی و فناوری: به علت نیاز شدید ازبکستان به محصولات صنعتی و فناوری و با توجه به اینکه کشورهای چین و کره جنوبی به‌عنوان تولیدکنندگان بزرگ این محصولات هستند، این امر باعث افزایش قدرت صادراتی کشورهای مذکور در بازار ازبکستان شده است.

۴. اهمیت کشور ترکیه: ترکیه به دلیل موقعیت استراتژیک خود به‌عنوان پل ارتباطی بین شرق و غرب و همچنین تولیدات متنوع صنعتی و نساجی، یکی از شرکای تجاری مهم ازبکستان است. همچنین روابط فرهنگی و تاریخی نیز در تقویت تجارت بین این دو کشور مؤثر است.

۵. جایگاه ویژه کشور چین: چین به دلایلی، از جمله قدرت اقتصادی در جهان، اتصال به ازبکستان از طریق جاده ابریشم، سرمایه‌گذاری‌های قابل توجه و نیز وجود پروژه‌های بزرگ از سوی این کشور در ازبکستان و روابط تجاری قوی فیما بین، توانسته است سهم بسیار زیادی از واردات این کشور را به خود اختصاص دهد.

اما سهم ایران از بازار ازبکستان در ۵ سال گذشته نهایتاً تا حدود ۱ درصد بوده است که در مقایسه با رقبای بسیار ناچیز است، از مهم‌ترین دلایل این امر می‌توان به مشکلات نقل و

همان‌گونه که در جدول (۴) مشاهده می‌گردد، از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳ کشورهای چین، روسیه، کره، قزاقستان و ترکیه همواره به‌عنوان ۵ کشور اصلی صادرکننده به کشور ازبکستان بوده‌اند که در این سال‌ها نیز جایگاه خود را در سطح ۵ کشور اول همواره حفظ نموده‌اند. از مهم‌ترین عوامل نفوذ بالای این کشورها در بازار صادراتی ازبکستان می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

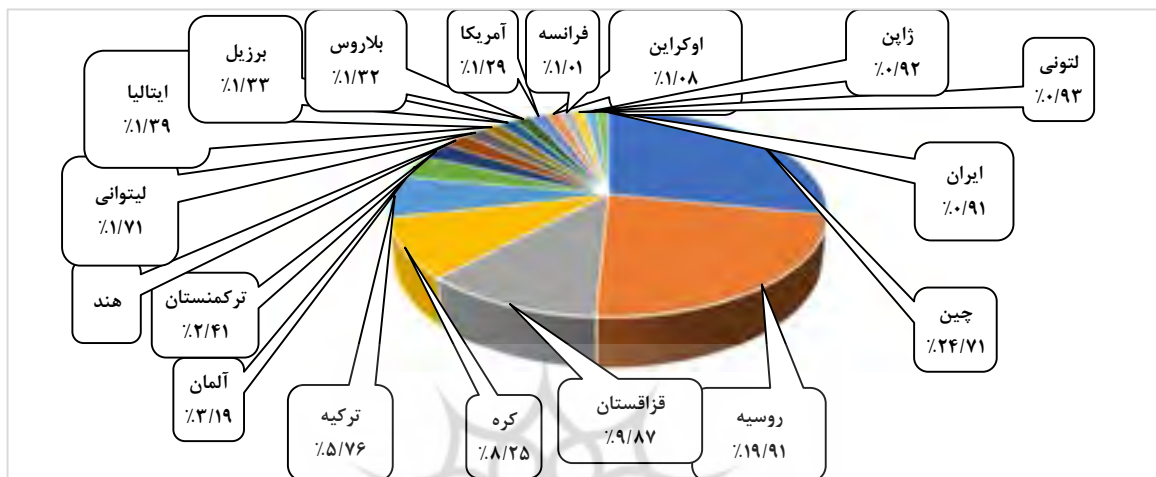
۱. موقعیت ازبکستان در کشورهای آسیای مرکزی: ازبکستان در قلب آسیای مرکزی قرار دارد و با کشورهای قزاقستان، قرقیزستان، تاجیکستان، افغانستان و ترکمنستان همسایه است. این موقعیت جغرافیایی باعث گردیده است که تجارت با کشورهای همسایه از جمله قزاقستان و روسیه آسان‌تر باشد. چین نیز به دلیل مرز مشترک با قرقیزستان و تاجیکستان، به راحتی توانسته است به بازار ازبکستان دسترسی داشته باشد.

۲. روابط اقتصادی و سیاسی: ازبکستان روابط اقتصادی و سیاسی قوی با کشورهای مشترک المنافع دارد و این امر باعث شده است که کشورهای روسیه و قزاقستان از تعاملات تجاری بالایی با ازبکستان برخوردار باشند.

انتقالات بانکی، موانع زیرساختی و محدودیت های ترانزیتی و گمرکی اشاره نمود.

همان گونه که در نمودار (۶) مشاهده می شود می توان دریافت که سهم ایران از بازار صادراتی ازبکستان در مجموع ۵ سال گذشته به میزان ۹۱ درصد و رتبه آن ۱۹ در

سطح جهان بوده است. بدون شک با توجه به سطح بالای تعاملات اقتصادی و سیاسی فی مابین، سهم اختصاص یافته از بازار صادراتی ازبکستان برای ایران بسیار ناچیز بوده و مستلزم اتخاذ تصمیمات و سیاست گذاری های مهم در این زمینه است.



منبع: Trade map.org

نمودار ۶- سهم عمده ترین کشورهای صادرکننده به ازبکستان طی ۵ سال اخیر و جایگاه ایران

۶. یافته های پژوهش

در این بخش، نتایج شاخص های مطرح شده در بخش کمی به شرح ذیل ارائه می شود.

دارای رشد مثبت باشند و همچنین حجم تجارت خارجی بیش از تولید ناخالص داخلی باشد.

به منظور بررسی دقیق تر این موضوع که آیا افزایش تجارت خارجی به سود اقتصاد کشور است یا صرفاً ناشی از صادرات مواد خام و مورد نیاز کشور بوده است، ضرورت دارد ارقام صادراتی و وارداتی به صورت جزیی تر مورد بررسی قرار گیرد. بر اساس جدول (۵)، شاخص بازبودن تجارت ایران در سال ۲۰۲۳ رشد قابل توجهی نسبت به سال های قبل خود داشته که از عوامل موثر در بهبود این شاخص افزایش حجم تجارت خارجی طی سال های گذشته بوده است.

بررسی شاخص بازبودن تجاری ایران از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳

بر اساس جدول (۵)، شاخص بازبودن تجاری ایران از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳ بین ۲۷٫۹۳ تا ۴۱٫۷۳ درصد بوده است. در بالاترین شرایط شاخص بازبودن تجاری ایران مربوط به سال ۲۰۲۳ به میزان ۴۱٫۷۳ درصد و کمترین آن در سال ۲۰۲۰ به میزان ۲۷٫۴۸ درصد بوده است. افزایش عدد شاخص مذکور بیانگر وابستگی کشور به بازار تقاضای بین المللی بوده و بر این اساس در تفسیر این شاخص باید به تغییر شاخص تولید ناخالص داخلی و حجم تجارت خارجی توجه گردد. به بیانی دیگر، شاخص بازبودن تجاری زمانی مثبت ارزیابی می شود که میزان تولید ناخالص داخلی و تجارت خارجی

جدول ۵- مقایسه شاخص بازبودن تجاری ایران و ازبکستان

واحد ارزش: درصد

سال	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۲۲	۲۰۲۳
شاخص بازبودن تجاری	۲۷٫۹۳	۲۷٫۴۸	۳۰٫۸۱	۳۸٫۵۸	۴۱٫۷۳

شاخص مزیت نسبی آشکار شده

در گام بعد موضوع تخصص‌گرایی تجارت بین‌الملل ایران با استفاده از شاخص مزیت نسبی آشکار شده مورد تحلیل قرار می‌گیرد. طبق جدول (۶)، ایران در مجموع ۵ سال اخیر در بخش‌های فرش، روی و میوه‌های خوراکی دارای بالاترین مزیت نسبی صادراتی بوده است. در کد تعرفه ۷۲ (آهن و فولاد) طی سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۱ مزیت نسبی صادراتی تقریباً پایداری وجود داشته است. اما در سال ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ این

روند کاهش داشته است، که یکی از علل آن حضور رقبای قوی، از جمله چین، که با ارائه فولاد به قیمت پایین باعث کاهش تقاضای جهانی جهت فولاد ایران گردیده‌اند. در کد ۲۷ (سوخت‌های معدنی و روغن‌های معدنی) در سال ۲۰۲۳ روند افزایشی مزیت نسبی این محصول نسبت به سال‌های قبل مشاهده می‌گردد، که یکی از علل آن افزایش تقاضای جهانی برای سوخت‌های معدنی و روغن‌های معدنی به دلیل تامین نیازهای انرژی و صنعتی بوده است.

جدول ۶- نتایج شاخص مزیت نسبی آشکار شده در صادرات ایران
واحد ارزش: میلیون دلار

کد HS کالا	گروه مربوطه	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۲۲	۲۰۲۳	میانگین ۵ سال
۵۷	فرش و سایر کفپوش‌های نساجی	۸,۷۲	۱۱,۱۹	۵,۹۹	۵,۱۲	۴,۲۷	۷,۰۶
۷۹	روی و مصنوعات آن	۶,۳۱	۸,۳۱	۸,۷۰	۶,۸۰	۴,۹۸	۷,۰۲
۸	میوه و آجیل خوراکی	۵,۷۲	۱۱,۴۳	۵,۸۱	۳,۴۱	۳,۴۱	۵,۹۶
۳۱	کودها	۴,۶۱	۷,۰۶	۵,۳۶	۵,۶۵	۳,۷۷	۵,۲۹
۷	سبزیجات خوراکی و ریشه‌ها	۵,۶۳	۶,۴۹	۳,۴۴	۲,۴۸	۲,۴۲	۴,۰۹
۲۷	سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی و محصولات حاصل از تقطیر آنها؛ مواد قیری؛	۳,۹۹	۳,۲۸	۴,۵۷	۳,۷۲	۴,۸۱	۴,۰۷
۲۵	نمک؛ گوگرد؛ خاک و سنگ؛ مواد گچ کاری، آهک و سیمان	۴,۶۲	۶,۳۹	۳,۶۴	۳,۳۱	۲,۰۹	۴,۰۱
۷۲	آهن و فولاد	۴,۲۲	۵,۹۳	۴	۳	۲,۸۹	۴,۰۱
۱۴	محصولات گیاهی ذکر نشده	۴,۵۸	۷,۰۵	۲,۰۱	۱,۲۳	۱,۶۷	۳,۳۱
۷۸	سرب و کالاهای ساخته شده از آن	۴,۵۷	۴,۳۲	۳,۴۷	۲,۰۱	۱,۴۳	۳,۱۶

منبع: یافته‌های پژوهش

بررسی اکمال تجاری بین ایران و ازبکستان با استفاده از معیار

کسینوس

در راستای توسعه روابط تجاری بین ایران و ازبکستان بایستی درجه اکمال تجاری بالقوه فیما بین مشخص گردد. درجه اکمال تجاری در واقع مشابهت ساختار صادراتی یک کشور با واردات کشور دیگر است، که بیانگر امکان تجارت بین آن‌ها است. اکثر اقتصاددانان معتقدند که

حجم تجارت فیما بین دو کشور زمانی در سطح مطلوبی قرار می‌گیرد که از درجه اکمال تجاری بالایی برخوردار باشند (بیات و صادقیان، ۲۰۱۵). برای محاسبه این شاخص در جریان مبادله تجاری بین دو کشور از رابطه (۱) بر اساس سرفصل‌های ۶ رقمی طی دوره زمانی ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳ استفاده شده است.

جدول ۷- معیار کسینوس برای کالاهای صادراتی ایران و کالاهای

وارداتی ازبکستان طی سال های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳

سال	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۲۲	۲۰۲۳
شاخص کسینوس	۰,۰۸	۰,۱۴	۰,۱۷	۰,۱۶	۰,۱۵

برآورد ساده پتانسیل تجاری از طریق شاخص پیشنهادی
آنکتاد

با توجه به اهمیت اخذ اطلاعات کمی از وضعیت پتانسیل تجاری ایران در بازار ازبکستان به همراه فهرست کالاهای مربوطه و نیز ظرفیت تحقق یافته و نیافته و نظر به اینکه سومین شیوه مطروحه در بخش برآورد پتانسیل ساده تجاری (یافتن پتانسیل تجاری بین دو کشور از طریق تهیه یک جدول با دو ستون، ستون اول مربوط به اقلام صادراتی کشور الف و ستون دوم مربوط به اقلام وارداتی توسط کشور ب از جهان) که شاخص پیشنهادی آنکتاد در سال ۲۰۰۰ میلادی بوده و یکی از پرکاربردترین روش های برآورد پتانسیل تجاری از سوی محققان بوده است، در این پژوهش نیز از شاخص مذکور استفاده گردیده است. همچنین داده های استفاده شده در این پژوهش از بخش های ۲۱ گانه سیستم هماهنگ طبقه بندی کالا بر اساس کدهای تعرفه ۶ رقمی برای دوره زمانی ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳، بر اساس داده های سایت Trade map استخراج شده است.

در جدول (۸)، ده قلم کالای دارای بالاترین میزان پتانسیل صادراتی ایران به ازبکستان نمایش داده شده است.

در سال ۲۰۱۹، شاخص کسینوس نوسان شدیدی را نشان می دهد که علت آن هم زمانی سه عامل اساسی می باشد: نخست، تشدید ناگهانی تحریم های بین المللی علیه ایران که موجب تغییرات عمده در ترکیب و حجم اقلام صادراتی شد؛ دوم، نوسانات شدید قیمت جهانی نفت و مواد اولیه که سهم کالاهای منبع محور را در سبد صادراتی ایران به طور محسوسی تغییر داد؛ و سوم، اصلاحات و تغییرات سیاست های تجاری و تعرفه ای ازبکستان که بر ترکیب واردات این کشور و میزان هم پوشانی با صادرات ایران اثرگذار بود. در سال های بعد، اگرچه برخی از این عوامل وجود داشتند، اما شدت، هم زمانی و اثرگذاری آن ها در سال ۲۰۱۹ بی سابقه بود و همین امر موجب نوسان شدید و بی ثباتی شاخص کسینوس در این سال شد.

جدول ۸- ده قلم کالای دارای بالاترین پتانسیل صادراتی ایران به ازبکستان از سال ۲۰۱۹-۲۰۲۳

واحد ارزش: میلیون دلار

ردیف	کد تعرفه	شرح تعرفه	میانگین صادرات ایران به جهان طی سال های ۲۰۱۹-۲۰۲۳	میانگین واردات ازبکستان از جهان طی سال های ۲۰۱۹-۲۰۲۳	حداکثر پتانسیل صادراتی	میانگین صادرات ایران به ازبکستان طی سال های ۲۰۱۹-۲۰۲۳
۱	۲۷۱۰۱۹	روغن های و فرآورده های حاصل از مواد نفتی یا معدنی قیری	۶۸۸	۶۰۰	۶۰۰	۰,۳
۲	۲۷۰۹۰۰	نفت خام و روغن های حاصل از مواد قیری	۲۳۱۳۳	۲۳۹	۲۳۹	۰,۴
۳	۲۷۱۰۱۲	روغن های سبک و فرآورده های آن	۷۸۱	۱۷۵	۱۷۵	۰,۸
۴	۲۶۰۳۰۰	سنگ مس و کنسانتره های آن	۱۴۲	۲۳۸	۱۴۲	۰,۰
۵	۷۶۰۱۱۰	آلومینیوم غیر ممزوج	۴۸۴	۱۱۹	۱۱۹	۰,۰
۶	۲۵۲۳۲۹	سیمان پورتلند	۱۰۱	۱۱۴	۱۰۱	۲,۴

ردیف	کد تعرفه	شرح تعرفه	میانگین صادرات ایران به جهان طی سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۲۳	میانگین واردات ازبکستان از جهان طی سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۲۳	حداکثر پتانسیل صادراتی	میانگین صادرات ایران به ازبکستان طی سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۲۳
۷	۷۲۰۷۱۱	محصولات نیمه تمام از آهن یا فولاد غیر ممزوج با سطح مقطع عرضی مربع یا مستطیل	۶۵۹	۹۹	۹۹	۰٫۰
۸	۲۷۱۳۲۰	قیر نفتی	۱۰۳۲	۹۵	۹۵	۰٫۳
۹	۷۲۰۳۱۰	محصولات آهنی حاصل از احیای مستقیم کلوخه‌های معدنی آهن	۹۲	۱۰۵	۹۲	۰٫۰
۱۰	۷۲۰۸۳۹	محصولات نورد تخت از آهن یا فولاد غیر آلیاژی	۷۵	۲۶۵	۷۵	۰٫۲

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۹- اطلاعات مربوط به پتانسیل صادراتی ایران به ازبکستان و میزان استفاده شده از این ظرفیت توسط ایران از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳

ارزش حداکثر پتانسیل صادراتی	۵۳۸۰ میلیون دلار
ارزش پتانسیل معمولی صادراتی (۳۰ درصد حداکثر پتانسیل صادراتی)	۱۶۱۴ میلیون دلار
ارزش صادرات واقعی تحقق یافته	۲۷۵ میلیون دلار
تعداد اقلام دارای پتانسیل صادراتی	۴۴۷۰
تعداد اقلام صادراتی تحقق یافته	۱۰۸۷
میزان استفاده از ظرفیت (%)	۵٪
ظرفیت تحقق نیافته (%)	۹۵٪

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به اهمیت تنوع در بازارهای هدف صادراتی، تمرکز کامل و انحصاری بر بازار ازبکستان برای صادرات ایران منطقی به نظر نمی‌رسد. بنابراین طبق دیدگاه آرنون و همکاران، پتانسیل معمولی صادرات به یک بازار، عموماً معادل ۳۰ تا ۴۰ درصد حداکثر پتانسیل تجاری در نظر گرفته می‌شود (آرنون و اسپیکو، ۱۹۹۶). با در نظر گرفتن این رویکرد و محاسبه ۳۰ درصد از حداکثر ظرفیت صادراتی ایران به ازبکستان، مشخص می‌شود که با وجود ظرفیت‌های قابل توجه برای حضور فعال‌تر ایران در این بازار، تاکنون تنها بخش اندکی از این فرصت بالفعل شده است.

با توجه به جدول (۹)، حداکثر پتانسیل صادراتی ایران به ازبکستان طی سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳ به میزان ۵ میلیارد و ۳۸۰ میلیون دلار بوده که از این میزان حدود ۲۷۵ میلیون دلار استفاده شده است. بر اساس جدول (۸) اقلام با کد تعرفه‌های ۲۷۱۰۱۹ (فراورده‌های حاصل از مواد نفتی)، ۲۷۰۹۰۰ (نفت خام و روغن‌های حاصل از مواد قیری) و ۲۷۱۰۱۲ (روغن‌های سبک و فراورده‌های آن) دارای بیشترین میزان پتانسیل صادراتی ایران به ازبکستان بوده است که موید آن داده‌های اخذ شده از شاخص مزیت نسبی آشکار شده در این پژوهش می‌باشد، بر این اساس در بخش مذکور به روند افزایشی مزیت نسبی محصولات گروه ۲۷ (سوخت‌های معدنی و روغن‌های معدنی) اشاره گردید. همچنین بیشترین استفاده از ظرفیت پتانسیل صادراتی مربوط به کدهای تعرفه‌های ۲۵۲۳۲۹ (سیمان پورتلند)، ۲۷۱۰۱۲ (روغن‌های سبک و فراورده‌های آن) و ۲۷۰۹۰۰ (نفت خام و روغن‌های حاصل از مواد قیری) و کمترین میزان استفاده از ظرفیت صادراتی مربوط به کدهای تعرفه‌های ۷۲۰۷۱۱ (محصولات نیمه تمام از آهن یا فولاد غیر ممزوج)، ۷۲۰۳۱۰ (محصولات آهنی) و ۷۶۰۱۱۰ (آلومینیوم غیر ممزوج) بوده است.

بر اساس داده‌های مرکز تجارت بین‌الملل، پتانسیل صادراتی ایران به ازبکستان ۳۹۹ میلیون دلار و صادرات بالفعل ۲۶۸ میلیون دلار برآورد شده است (مرکز تجارت بین‌الملل، ۲۰۲۵). اگرچه این ارقام نسبت به یافته‌های پژوهش حاضر کمتر است اما باید توجه داشت این اختلاف عمدتاً ناشی از تفاوت در روش‌شناسی، دامنه محصولات، نوع شاخص‌ها و دوره زمانی داده‌ها است؛ به‌طوری‌که مرکز تجارت بین‌الملل از داده‌های رسمی و دامنه محدودتری استفاده می‌نماید، در حالی که پژوهش حاضر شاخص‌ها و محصولات بیشتری را در نظر گرفته است. با این حال، هر دو رویکرد بر وجود ظرفیت قابل توجه استفاده‌نشده ایران در بازار ازبکستان تأکید دارند و می‌توانند مکمل یکدیگر در تدوین سیاست‌های توسعه صادرات باشند.

علاوه بر شاخص‌های اشاره‌شده، توجه به سایر عوامل مؤثر بر پتانسیل صادراتی کشورها نیز ضروری است، برای مثال اندازه بازار کشور هدف یعنی میزان کل واردات آن اهمیت زیادی در سنجش پتانسیل صادراتی دارد؛ به‌طوری‌که هرچه واردات ازبکستان بیشتر باشد، ظرفیت جذب کالاهای صادراتی ایران نیز افزایش می‌یابد و سقف بالقوه صادرات ایران نمی‌تواند از کل واردات این کشور فراتر رود. بنابراین، هرچه همپوشانی سبد کالایی ایران با نیازهای وارداتی ازبکستان بیشتر باشد، سهم بالقوه ایران از این بازار نیز افزایش خواهد یافت. همچنین نرخ تعرفه‌های وارداتی ازبکستان عامل دیگری است که نه تنها بر رقابت‌پذیری کالاهای ایرانی، بلکه بر میزان تحقق پتانسیل صادراتی ایران در این بازار تأثیرگذار است. عملکرد صادراتی گذشته نیز یکی دیگر از شاخص‌های پیش‌بینی تحقق پتانسیل صادراتی است؛ چرا که صرف وجود پتانسیل عددی به معنای تحقق خودکار آن نیست و تحقق آن به عوامل ساختاری و نهادی بستگی دارد. بررسی عملکرد گذشته صادرات ایران به ازبکستان نشان می‌دهد با وجود مبادله اسناد تجاری متعدد، تعاملات سیاسی و اقتصادی بالا و اعزام و پذیرش هیات‌های تجاری، هنوز سهم ایران از این بازار همچنان محدود است،

که این امر بیانگر وجود موانع ساختاری، تعرفه‌ای و ضعف زیرساخت‌ها و بازاریابی است. بنابراین، برای کاهش فاصله میان ظرفیت بالقوه و صادرات تحقق‌یافته، بازنگرایی در راهبردها و تقویت سیاست‌های حمایتی ضروری است.

نکته قابل توجه دیگر در بخش یافته‌های کمی، بی‌ثباتی و کاهش مزیت‌های نسبی ایران در اقلام مهم صادراتی می‌باشد، که علل آن عبارت است از وابستگی بالا به کالاهای منبع‌محور که تحت تأثیر نوسانات قیمت جهانی و تحریم‌ها قرار دارند، کاهش سرمایه‌گذاری و نوسازی صنایع پایین‌دستی، مشکلات زیرساختی و هزینه‌های بالای تولید، محدودیت‌های سیاستی و نهادی و عدم تنوع‌بخشی و نوآوری در سبد صادراتی. این عوامل باعث شده‌اند مزیت‌های نسبی ایران در بسیاری از کالاهای صادراتی ناپایدار و رو به کاهش باشد، که در این خصوص به منظور حفظ و تقویت مزیت‌های نسبی، ضرورت دارد اصلاحات ساختاری، افزایش سرمایه‌گذاری در فناوری و صنایع پیشرفته، توسعه تنوع صادراتی و ارتقای کیفیت محصولات به‌ویژه در بخش‌های صنعتی و دانش‌بنیان صورت پذیرد.

در انتها باید اشاره نمود، هر چند شاخص‌های کمی به کار گرفته شده در این بخش تصویر اولیه‌ای از شکاف صادراتی ارائه می‌نمایند، اما به تنهایی برای ارزیابی دقیق کافی نمی‌باشند؛ زیرا تحقق نیافتن ظرفیت صادراتی ایران علاوه بر عوامل کمی، تحت تأثیر موانع نهادی، زیرساختی، بانکی، ضعف بازاریابی و نبود حمایت‌های صادراتی مؤثر است. تحلیل محتوایی مصاحبه با خبرگان در بخش بعدی نیز این موانع را تأیید می‌نماید و نشان می‌دهد که برای استفاده مؤثر از ظرفیت صادراتی، باید علاوه بر بهبود شاخص‌های کمی، موانع عملیاتی و نهادی نیز شناسایی و رفع شود. بنابراین، ترکیب تحلیل‌های کمی و کیفی و تدوین مدل توسعه صادرات مبتنی بر یافته‌های کارشناسی، برای ارائه تصویر واقعی‌تر از پتانسیل صادراتی و طراحی راهکارهای کارآمد ضروری است.

تحلیل تم

نظر به لزوم بهره‌گیری از ۹۵ درصد ظرفیت استفاده نشده ایران از بازار کشور ازبکستان ضرورت دارد تا با استفاده از تحلیل تم مدلی به منظور توسعه صادراتی ایران در این کشور تدوین نمود. به جهت اهمیت نظر دستگاه‌های سیاست‌گذار در این امر، با بهره‌گیری از نظرات نمایندگان ۱۴ دستگاه دولتی مختلف و اثرگذار، از جمله وزارت صمت، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و ... داده‌های ذیل استخراج گردید.

جدول ۱۰- مفاهیم و تم‌های شناسایی شده

نمونه‌ای از نقل قول‌ها	مفاهیم	تم فرعی	تم اصلی
مشارکت در ساخت کارخانجات مختلف در ازبکستان و صادرات محصولات نهایی به سایر کشورها با توجه به تعرفه صفر این کشور با سایر کشورهای مشترک المنافع	سرمایه‌گذاری صنعتی، صادرات بین‌المللی	مشارکت صنعتی نوآورانه	ارتقای توانمندی‌های صنعتی
احداث شهرک‌های صنعتی در ازبکستان	توسعه زیرساختی، سرمایه‌گذاری صنعتی	مشارکت صنعتی نوآورانه	ارتقای توانمندی‌های صنعتی
انتقال دانش فنی در زمینه احداث صنایع کوچک و متوسط توسط شرکت‌های توانمند ایرانی	انتقال دانش فنی در حوزه‌های صنعتی	مشارکت صنعتی نوآورانه	ارتقای توانمندی‌های صنعتی
انجام پروژه‌های مهندسی، تدارکات و ساخت (EPC) در ازبکستان	انجام پروژه‌های EPC	اجرای پروژه‌های فنی و مهندسی	ارتقای توانمندی‌های صنعتی
انجام پروژه‌های صنعتی از سوی شرکت‌های ایرانی در ازبکستان	انجام پروژه‌های صنعتی و همکاری‌های صنعتی	اجرای پروژه‌های فنی و مهندسی	ارتقای توانمندی‌های صنعتی
تبادل هیات‌های تجاری تخصصی در حوزه‌های دارای ظرفیت صادراتی	تبادل هیات‌های تجاری و توسعه صادرات	تبادل هیات‌های تجاری هدفمند	برقراری روابط تجاری استراتژیک
مشارکت دو کشور در نمایشگاه‌های بین‌المللی یکدیگر	حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی	همکاری‌های نمایشگاهی	برقراری روابط تجاری استراتژیک
توسعه همکاری تجاری در حوزه‌های دارای ظرفیت صادراتی از جمله نساجی و پوشاک، تجهیزات کشاورزی، محصولات پتروشیمی و ...	توسعه بازار صادراتی و همکاری‌های تجاری	توسعه بازار صادراتی	برقراری روابط تجاری استراتژیک
تبادل فهرست بخش‌های خصوصی دو کشور همراه با زمینه فعالیت و مشخصات تماس آنها	اشتراک اطلاعات بخش‌های خصوصی	توسعه همکاری بخش‌های خصوصی	برقراری روابط تجاری استراتژیک
برگزاری وبینار بین بخش‌های خصوصی دو کشور	برگزاری جلسات B۲B	توسعه همکاری بخش‌های خصوصی	برقراری روابط تجاری استراتژیک
برگزاری پابون‌های تخصصی در نمایشگاه‌های بین‌المللی دو کشور به‌ویژه در حوزه‌های دارای ظرفیت صادراتی	برگزاری پابون‌های تخصصی	بازاریابی نمایشگاهی کارآمد	بازاریابی و ترویج مؤثر
معرفی محصولات و توانمندی‌های دو کشور در نمایشگاه‌های بین‌المللی یکدیگر	معرفی محصولات دارای مزیت رقابتی	معرفی برند	بازاریابی و ترویج مؤثر
برقراری پلتفرم‌های تجاری آنلاین B۲B بین دو کشور با هدف معرفی محصولات	تجارت الکترونیک، بازاریابی آنلاین	تجارت الکترونیک B۲B	بازاریابی و ترویج مؤثر
حمایت از شرکت‌های صادرکننده ایرانی و تسهیل فرایند صادرات	حمایت از صادرکنندگان	سهولت در فرایند صادرات	تسهیلات و حمایت‌های صادراتی

نمونه‌ای از نقل قول‌ها	مفاهیم	تم فرعی	تم اصلی
حمایت از تولیدکنندگان و ارائه یارانه‌ها و مشوق‌ها	حمایت از تولید کننده	ارائه مشوق‌ها	تسهیلات و حمایت‌های صادراتی
ضرورت در نظر گرفتن مکانیزمی برای حل مشکلات بانکی فیما بین دو کشور	حل مشکلات بانکی با در نظر گرفتن مکانیزمی موثر	تسهیلات بانکی و نقل و انتقال پولی	تسهیلات و حمایت‌های صادراتی
اهمیت تأسیس شعب بانک صادرات تاشکند در شهرهای سمرقند و بخارا	تأسیس شعب بانکی در ازبکستان	تسهیلات بانکی و نقل و انتقال پولی	تسهیلات و حمایت‌های صادراتی
اتخاذ اقدامات لازم جهت لغو روادید برای گردشگران، تجار و رانندگان ایرانی توسط کشور ازبکستان	لغو روادید	سهولت در تردد تجار	تسهیلات و حمایت‌های صادراتی
فراهم نمودن تسهیلات لازم در حوزه صدور انواع ضمانت نامه‌ها برای شرکت‌های توانمند ایرانی	حمایت از شرکت‌های توانمند با صدور ضمانت نامه	تسهیلات ضمانت نامه ای	تسهیلات و حمایت‌های صادراتی
فراهم نمودن زیرساخت‌های لازم جهت صادرات کالاهای استراتژیک دو کشور از طریق درگاه‌های معاملاتی بورس کالای دو کشور	زیرساخت لازم برای صادرات کالاهای استراتژیک	تسهیلات صادراتی کالاهای استراتژیک	تسهیلات و حمایت‌های صادراتی
ایجاد مراکزی با هدف فراهم نمودن سهولت در تعاملات فناورانه و نوآورانه بین بخش‌های خصوصی دو کشور	همکاری فناورانه، تعاملات نوآورانه، همکاری بخش خصوصی	تسهیل تعاملات فناورانه	توسعه همکاری‌های علمی و فناوری
تأسیس پارک‌های علم و فناوری در تاشکند و استقرار شرکت‌های دانش بنیان دو کشور در این پارک‌ها	پارک‌های علم و فناوری، شرکت‌های دانش بنیان، همکاری‌های فناورانه	ایجاد پارک‌های علم و فناوری	توسعه همکاری‌های علمی و فناوری
تأسیس صندوق مشترک با هدف حمایت از پروژه‌های فناورانه و نوآورانه کسب و کارهای دارای پتانسیل صادراتی	حمایت مالی، پروژه‌های فناورانه، صادرات نوآورانه	حمایت مالی از پروژه‌های نوآورانه	توسعه همکاری‌های علمی و فناوری
تشکیل کارگروه همکاری‌های علمی و فناوری بین دو کشور به منظور توسعه همکاری‌ها	همکاری علمی، فناوری، کارگروه مشترک	توسعه همکاری‌های علمی	توسعه همکاری‌های علمی و فناوری
تشکیل کمیته توسعه همکاری‌های کشاورزی دو کشور	کمیته همکاری کشاورزی	توسعه همکاری‌های کشاورزی	توسعه همکاری‌های کشاورزی پایدار
ضرورت امضای سند یادداشت تفاهم همکاری در زمینه بهداشت دام و دامپزشکی فیما بین دو کشور	همکاری در حوزه دام و دامپزشکی	توسعه همکاری‌های دامپزشکی	همکاری‌های کشاورزی پایدار
ضرورت امضای سند یادداشت تفاهم همکاری در زمینه حفظ نباتات و قرنطینه گیاهی	همکاری در حوزه نباتات و قرنطینه	توسعه همکاری‌های کشاورزی	توسعه همکاری‌های کشاورزی پایدار
صادرات تجهیزات و ماشین‌آلات کشاورزی و واکسن‌های دامی و طیور به ازبکستان	صادرات تجهیزات کشاورزی	توسعه همکاری‌های کشاورزی	توسعه همکاری‌های کشاورزی پایدار
تلاش جهت ایجاد زنجیره ارزش آبزیان در ازبکستان	توسعه زنجیره ارزش آبزیان	توسعه همکاری‌های کشاورزی	توسعه همکاری‌های کشاورزی پایدار
تشکیل کمیته توسعه همکاری‌های کشاورزی دو کشور	همکاری کشاورزی	توسعه همکاری‌های کشاورزی	توسعه همکاری‌های کشاورزی پایدار

همان‌گونه که در جدول (۱۰) مشاهده می‌گردد، در مرحله اول متون مصاحبه‌ها با دقت بازخوانی شد و عبارات کلیدی و مفاهیم مهم استخراج و به صورت کدهای اولیه ثبت گردید که بیانگر مضامین و نکات اصلی مطرح‌شده توسط خبرگان می‌باشد. در مرحله دوم کدهای اولیه بر اساس شباهت مفهومی و ارتباط موضوعی، در قالب تم‌های فرعی گروه‌بندی شدند. این دسته‌بندی با هدف شناسایی محورهای مشترک و جمع‌بندی مفاهیم هم‌راستا انجام شد. در مرحله سوم تم‌های فرعی با بررسی روابط درونی و محورهای مشترک و اظهارات خبرگان، در قالب شش تم اصلی شامل ۱- ارتقای توانمندی‌های صنعتی ۲- برقراری روابط تجاری استراتژیک ۳- بازاریابی و ترویج موثر ۴- تسهیلات و حمایت‌های صادراتی ۵- توسعه

همکاری‌های علمی و فناوری ۶- توسعه همکاری‌های کشاورزی پایدار دسته‌بندی و در نهایت به‌عنوان محورهای مدل توسعه صادرات تعیین گردیدند.

نمودار (۷) مدل مفهومی توسعه صادرات ایران به ازبکستان را به صورت تصویری و بر اساس شش تم اصلی اشاره شده که حاصل تحلیل داده‌های جدول (۱۰) است، نمایش می‌دهد. هر یک از محورهای نمودار (۷)، نمایانگر جمع‌بندی و خلاصه‌سازی منطقی کدها و مضامین مرتبط در جدول ۱۰ است. تبدیل داده‌ها از سطح کدهای اولیه تا مدل نهایی به صورت کاملاً نظام‌مند و مبتنی بر اصول تحلیل کیفی صورت گرفته است.



نمودار ۷- مدل توسعه بازار صادراتی ایران در ازبکستان

۷. نتیجه‌گیری و توصیه‌های سیاستی

این پژوهش، با هدف شناسایی کالاهای دارای مزیت رقابتی ایران و استفاده از ظرفیت صادراتی استفاده نشده با تمرکز بر بازار ازبکستان و ارائه یک مدل توسعه صادرات انجام پذیرفت. نتایج حاصل از یافته‌های این پژوهش، که با استفاده از شاخص‌های مختلفی از جمله اکمال تجاری، بازبودن تجاری، مزیت نسبی آشکار شده و برآورد ساده پتانسیل تجاری و همچنین تحلیل تم صورت پذیرفت، به شرح ذیل می‌باشد که در خصوص هر یک از موارد نیز توصیه‌های سیاستی و کاربردی ارائه می‌گردد:

شکاف بزرگ میان ظرفیت و عملکرد صادراتی ایران در بازار ازبکستان

اگرچه ایران در برخی کالاها دارای مزیت نسبی است، اما تنها از ۵ درصد ظرفیت صادراتی بازار ازبکستان استفاده نموده است این موضوع نشان‌دهنده وجود موانع ساختاری، نهادی و عملیاتی است، همچنین یکی از عوامل موثر در این خصوص میزان تعرفه‌های وارداتی اعمالی ازبکستان بر کالاهای ایرانی است، که این امر باعث کاهش قدرت رقابتی محصولات ایران در بازار این کشور می‌گردد. بر این اساس توصیه می‌گردد وزارت صمت با مشارکت بخش‌های دولتی و خصوصی، «کمیتة ویژه توسعه صادرات به ازبکستان» را تشکیل داده و با استفاده از نقشه راه همکاری‌های دوجانبه، برنامه‌های عملیاتی رفع موانع صادراتی را به صورت مستمر و بر اساس جدول زمانی مشخص (گانت چارت) اجرا و ارزیابی نماید. همچنین به منظور رفع موانع تعرفه‌ای، لازم است مبادله موافقتنامه تجارت آزاد با این کشور و یا گسترش فهرست اقلام موافقتنامه تجارت ترجیحی امضا شده فیما بین در دستور کار وزارت صمت و دستگاه‌های مسئول قرار گیرد.

لزوم گذار از صادرات منبع‌محور به توسعه صادرات صنعتی با

تکیه بر مزیت‌های نسبی ایران در بازار ازبکستان

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که اگرچه ایران در حوزه فرآورده‌های نفتی و قیری و فلزات از مزیت نسبی بالایی برخوردار است، اما بخش عمده این کالاها منبع‌محور بوده و صادرات آن‌ها عمدتاً درآمد ارزی کوتاه‌مدت ایجاد می‌کند که کشور را در معرض نوسانات قیمتی و آسیب‌پذیری قرار می‌دهد. به همین دلیل، تمرکز بر ارتقای توان صنعتی و ظرفیت ساخت کارخانه‌ای ایران اهمیت ویژه‌ای دارد. ایران در حوزه‌هایی، مانند صنایع فلزی، سیمان، پتروشیمی، ماشین‌آلات، تجهیزات فنی و مهندسی و محصولات دانش‌بنیان، دارای زیرساخت‌های تولیدی گسترده، دانش فنی و نیروی انسانی ماهر است. شرکت‌های ایرانی تجربه موفق اجرای پروژه‌های صنعتی و EPC (مهندسی، تدارکات و ساخت) در داخل و خارج از کشور را دارند و از توان انتقال فناوری، احداث و بازسازی کارخانجات در بازارهای هدف برخوردار هستند. این ظرفیت‌ها، در صورت حمایت سیاستی و ارائه مشوق‌های صادراتی، می‌تواند زمینه‌ساز افزایش سهم صادرات صنعتی ایران، تنوع‌بخشی به سبد صادراتی و کاهش وابستگی به صادرات مواد خام و منبع‌محور شود. در کنار این موارد، توجه به توسعه صادرات محصولات دارای مزیت نسبی کمتر نیز اهمیت دارد؛ چرا که با ارتقای کیفیت، بسته‌بندی و رقابت‌پذیری این گروه از کالاها و ارائه تسهیلات مالی و راه‌اندازی دفاتر بازاریابی تخصصی در تاشکند، می‌توان به تنوع‌بخشی صادرات و افزایش سهم ایران از بازار ازبکستان کمک نمود و از فرصت‌های بالقوه در بازارهای هدف بهره‌مند شد.

تسهیلات و حمایت‌های صادراتی

بر اساس یافته‌های پژوهش، ضعف در زیرساخت‌های حمل‌ونقل، مشکلات نقل‌وانتقال پولی، مشکلات صدور ضمانت‌نامه‌ها و عدم لغو روادید برای تجار ایرانی از موانع

اصلی توسعه صادرات به ازبکستان است. بر این اساس، توصیه می‌شود کمیته حمل و نقلی فیما بین دو کشور و با حضور نمایندگان بخش‌های مرتبط تشکیل و به صورت مستمر موانع مربوطه را طی یک بازه زمانی مشخص شناسایی و مرتفع نمایند. در خصوص رفع مشکلات بانکی نیز توصیه می‌گردد، نمایندگان بانک‌های مرکزی دو کشور ضمن بررسی ایجاد کانال‌های مالی و بانکی، نسبت به شناسایی سایر سازوکارهای نقل و انتقالات پولی بر اساس الگوهای سایر کشورها اقدام نمایند. همچنین، تسهیل صدور ضمانت‌نامه صادراتی با استفاده از ظرفیت‌های صندوق ضمانت صادرات ایران و نهادهای متولی در ازبکستان و نیز پیگیری مستمر جهت لغو روادید تجار ایرانی از سوی کشور ازبکستان باید در دستور کار دستگاه‌های ذیربط قرار گیرد.

صادراتی و توسعه بازار دارد. در این خصوص توصیه می‌گردد سازمان توسعه تجارت ایران با مشارکت اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و نیز طرف‌های متناظر از کشور ازبکستان سالانه حداقل ۴ هیأت تجاری تخصصی در حوزه‌های دارای ظرفیت صادراتی تبادل و پویون‌های تخصصی محصولات را در نمایشگاه‌های مهم یکدیگر برپا نمایند. همچنین، راه‌اندازی پلتفرم آنلاین B2B برای معرفی محصولات و تسهیل ارتباط تجار دو کشور نیز باید در دستور کار قرار گیرد. ضمناً فراهم نمودن زیرساخت‌های لازم به منظور برپایی نمایشگاه‌های مجازی بین دو کشور با توجه به صرفه جویی بسیار زیاد در هزینه و زمان تجار دو کشور از اهمیت بسزایی برخوردار خواهد بود.

توسعه همکاری‌های علمی و فناوری

بر اساس یافته‌های پژوهش انتقال فناوری، آموزش نیروی انسانی و همکاری‌های علمی می‌تواند نقش مهمی در ارتقای کیفیت و تنوع محصولات صادراتی ایفا نماید. در این خصوص توصیه می‌گردد وزارت علوم و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی ازبکستان پروژه‌های مشترک آموزشی و پژوهشی تعریف و برنامه‌های انتقال فناوری و آموزش نیروی انسانی را با هدف ارتقای صادرات محصولات دانش‌بنیان اجرا نمایند.

توسعه همکاری‌های کشاورزی پایدار

تشکیل کمیته همکاری کشاورزی، امضا و اجرایی نمودن تفاهم‌نامه‌های دامی و گیاهی، صادرات تجهیزات و ماشین‌آلات کشاورزی و ایجاد زنجیره ارزش آبریان، موجب ارتقای صادرات محصولات کشاورزی و امنیت غذایی دو کشور می‌شود. در این خصوص توصیه می‌گردد وزارت جهاد کشاورزی با همکاری سازمان دامپزشکی و سازمان قرنطینه و حفظ نباتات، کمیته توسعه همکاری کشاورزی با ازبکستان را تشکیل و اقدامات لازم در خصوص امضا

ارتقای توانمندی‌های صنعتی

بر اساس یافته‌های پژوهش، مشارکت شرکت‌های ایرانی در ساخت کارخانجات، احداث شهرک‌های صنعتی و انتقال دانش فنی به ازبکستان، ظرفیت بالایی برای صادرات محصولات نهایی و گسترش بازار ایران در منطقه ایجاد می‌نماید. بر این اساس، توصیه می‌گردد وزارت صمت با همکاری بخش خصوصی، بسته حمایتی ویژه‌ای برای شرکت‌های ایرانی فعال در پروژه‌های صنعتی ازبکستان تدوین نماید، که شامل تسهیل صدور مجوزهای لازم و حمایت مالی از پروژه‌های EPC باشد. همچنین ایجاد کارگروه مشترک برای شناسایی فرصت‌های صنعتی و تسریع در صدور مجوزها ضروری است.

برقراری روابط تجاری استراتژیک و بازاریابی و ترویج موثر

تبادل هیأت‌های تجاری تخصصی، حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و ایجاد شبکه همکاری بین بخش‌های خصوصی دو کشور و استفاده از تجارت الکترونیک B2B نقش مهمی در شناسایی فرصت‌های

و اجرایی نمودن تفاهم‌نامه‌های فیما بین با ازبکستان را در دستور کار قرار دهند. همچنین، حمایت از صادرات تجهیزات کشاورزی و ایجاد زنجیره ارزش آذین با مشارکت شرکت‌های ایرانی و ازبکستانی باید در اولویت دستگاه‌های مربوطه قرار گیرد.

پیشنهادهای اجرایی

- در نهایت برای دستیابی به هدف صادرات ۵۰۰ میلیون دلار طی سه سال آینده و با تمرکز بر محصولات دارای توانمندی صادراتی، اجرای راهکارهای زیر توصیه می‌شود:
 - توسعه صادرات محصولات صنعتی با ارزش افزوده بالا: تمرکز بر ارتقای کیفیت، استانداردسازی و بسته‌بندی محصولات فلزی، سیمان و مصالح ساختمانی و همچنین ایجاد خطوط تولید با سرمایه‌گذاری مشترک با طرف ازبکی برای افزایش سهم بازار.
 - گسترش صادرات ماشین‌آلات و خدمات فنی-مهندسی: استفاده از توان فنی شرکت‌های ایرانی در ساخت و نصب ماشین‌آلات، اجرای پروژه‌های EPC و ارائه خدمات پس از فروش به منظور انتقال فناوری و توسعه همکاری‌های بلندمدت.
 - افزایش صادرات محصولات دانش‌بنیان و فناوری: حمایت از صادرات تجهیزات پزشکی، فناوری اطلاعات، نرم‌افزار و محصولات شیمیایی پیشرفته و ارائه تسهیلات مالی و صادراتی برای شرکت‌های دانش‌بنیان.
 - توسعه صادرات محصولات کشاورزی فراوری‌شده و صنایع غذایی: ارتقای بسته‌بندی، رعایت استانداردهای بین‌المللی، ایجاد خوشه‌های صادراتی و بازاریابی هدفمند برای افزایش صادرات گروه محصولات اشاره شده.
 - ایجاد و تقویت دفاتر بازاریابی و خدمات صادراتی در ازبکستان: راه‌اندازی دفاتر تخصصی برای محصولات

صنعتی، کشاورزی و دانش‌بنیان جهت شناسایی نیاز بازار، ارتقای برند ایرانی و ارائه خدمات پس از فروش و پشتیبانی‌های لازم.

دسترسی به داده‌ها

داده‌های استفاده شده یا تولید شده در متن مقاله ارائه شده است.

تضاد منافع نویسندگان

نویسندگان این مقاله اعلام می‌دارند که هیچ‌گونه تضاد منفعی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

منابع

- ادیم، س.، شفیع رودپشتی، م.، و میرغفوری، ح. ا. (۱۳۹۸). شناسایی راهکارهای ظرفیت‌سازی صادرات محصولات کشاورزی ایران به بازار روسیه. نشریه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری. بازیابی از <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/323>.
- اقبال‌صفت، ف.، مجاوریان، س. م.، شیرزادی لسکوکلایه، س.، و اسدپور، ح. (۲۰۲۴). اثر مداخلات سیاستی بر روی کارایی و پتانسیل صادرات دو محصول اصلی صادراتی کشاورزی (پسته و زعفران). پژوهشنامه بازرگانی، ۲۸ (۱۱۲)، ۱-۴۲. <https://doi.org/10.22034/ijts.2024.2034755.4016>.
- بیات، ر. ا.، و صادقیان، ا. (۲۰۱۵). بررسی مقایسه‌ای برآورد ظرفیت‌های تجاری بین ایران و کشورهای گروه دی هشت بر اساس الگوهای متعارف تجارت بین‌الملل. پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، ۶ (۲۱)، ۷۹-۹۲. بازیابی از https://egdr.journals.pnu.ac.ir/article_2105_ef559135817af4da5d0dcf2c9bf1309d.pdf.
- هرورانی، حسین، ثاقب، حسن و عزیزنژاد، صمد. (۲۰۲۲). معرفی و تحلیل برخی شاخص‌های حوزه بازرگانی خارجی ایران. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- رحمانی، ت.، و امیری، م. (۲۰۰۷). بررسی تاثیر اعتماد بر رشد اقتصادی در استان‌های ایران با روش اقتصادسنجی فضایی. فصلنامه تحقیقات اقتصادی، ۴۲ (۱)، ۵۷-۲۳. بازیابی از

- Amirbekova, A. (2018). Theoretical aspects of export potential, its essence and development. *Торговая политика*, 4 (16), 93-100. DOI: 10.17323/2499-9415-2018-4-16-93-100
- Arnon, A., & Spivak, A. (1996). The potential for trade between Israel, the Palestinians. *World Economy*, 19(1).doi: 10.1111/j.1467-9701.1996.tb00666.x.
- Baki, R. (2024). Evaluating and classifying market alternatives using the CAPMA technique to assess potential export volume: an application for Turkey's fig exports. *British Food Journal*, 126(8), 3301-3315. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2024-0266>.
- Balassa, B. (1965). Trade liberalisation and "revealed" comparative advantage. *The manchester school*, 33(2), 99-123. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>
- Balassa, B. (1978). Exports and economic growth: further evidence. *Journal of development Economics*, 5(2), 181-189. [https://doi.org/10.1016/0304-3878\(78\)90006-8](https://doi.org/10.1016/0304-3878(78)90006-8)
- Boadu, M. T., Obeng, C. K., Dasmani, I., & Brafu-Insaidoo, W. G. (2021). Assessing Ghana's bilateral exports potential and gap. *African Development Review*, 33(4), 634-647. <https://doi.org/10.1111/1467-8268.12610>
- Bayat, R., & Sadeghian, E. (2015). Comparative Study of Trade Capacities Estimation between Iran and D-8 Countries Based on Common Patterns of International Trade. *Economic Growth and Development Research*, 6(21), 92-79. https://egdr.journals.pnu.ac.ir/article_2105_ef559135817af4da5d0dcf2c9bf1309d.pdf. [In Persian].
- Darmashanty, N. A., & Kuncoro, T. G. (2024). Analysis of Factors Affecting the Export Potential of Indonesian Tea Plantation Products to European Countries. *Proceeding ISETH (International Summit on Science, Technology, and Humanity)*, 336-346. <https://doi.org/10.23917/iseth.5378>
- Drysdale, P. (1988). International economic pluralism: economic policy in East Asia and the Pacific. (No Title). <https://doi.org/10.1163/156852191X00354>
- Eghbalsefat, F., Mojaverian, S. M., Shirzadi Laskookalayeh, S., & Asadpour, H. (2024). The Effect of Policy Interventions on Export Efficiency and Potential of Two Main Agricultural Export Products (Pistachio & Saffron). *Iranian Journal of Trade Studies*, 28(112), 1-42. <https://doi.org/10.22034/>
- https://jte.ut.ac.ir/article_18629_f6423fc399296a9fd7c2769d973c7254.pdf.
- رسولی نژاد، ا. و صبری، پ. (۲۰۲۲). ارزیابی بازار اتحادیه اقتصادی اوراسیا جهت صادرات محصولات از کشور ایران. *بررسی‌های بازرگانی*، ۲۰(۱۱۴)، ۴۵-۶۲.
- <https://doi.org/10.22034/bs.2022.247016>.
- ریاضی، م.، و کاظم نژاد، م. (۲۰۱۹). آسیب شناسی تفاهم نامه تعرفه ترجیحی جمهوری اسلامی ایران و ازبکستان با نگاهی به ظرفیت بخش کشاورزی. *اقتصاد کشاورزی و توسعه*، ۲۷(۱)، ۲۷۵-۲۹۸.
- <https://doi.org/10.30490/aead.2019.91251>.
- شیبانی نوقابی، م.، بستان، ی.، و محترمی، ت. (۱۴۰۰). بررسی پتانسیل و عوامل موثر بر صادرات محصولات کشاورزی ایران. دوازدهمین کنفرانس تخصصی ملی اقتصاد کشاورزی. بازیابی از <https://civilica.com/doc/1798384>.
- طالبی، م.، رهبر، ف.، حیدری، ع.، و اسمعیل زاده، ع. (۲۰۲۱). شناسایی ظرفیت های صنعتی ایران با استفاده از مدل پیچیدگی اقتصادی با تأکید بر بازار صادراتی کشورهای همسایه منتخب. *فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد اقتصاد*، ۱۰(۳۸)، ۴۲۵-۴۶۱. بازیابی از https://econrahbord.csr.ir/article_143284_6af8311221399c83ead6fbaa0c9e20b9.pdf
- کرباسی، ع.، محمدزاده، س. ح.، رسولیان، ع.، و اشرفی، م. (۲۰۱۸). راه کارهای توسعه صادرات و گسترش زمینه همکاری های اقتصادی با کشورهای آسیای میانه. *سیاست های راهبردی و کلان*، ۶(۲۱)، ۱۰۰-۱۲۰. بازیابی از https://www.jmsp.ir/article_56130_9f45683fb1549072e6ed8a84e24f1bc3.pdf.
- کریمی، س. (۱۴۰۱). بررسی روابط ایران و ازبکستان و تاثیر آن بر منافع و امنیت ملی ایران. *مطالعات علوم سیاسی، حقوق و فقه*، ۸(۲)، ۴۹۱-۴۷۳.
- Adim, S., Shafiei Roudposhti, M., & Mirghafouri, H. A. (2019). Identifying capacity-building strategies for exporting Iranian agricultural products to the Russian market. *Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*. Retrieved from <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/323>. [In Persian].
- Ahmad, I., Ahmad, M., Qadir, G., & Afridi, A. K. (2024). Pakistan's export potential assessment at intensive and extensive margins. *Review of International Business and Strategy*, 34(1), 152-169. <https://doi.org/10.1108/RIBS-05-2023-0039>

- relations and their impact on Iran's national interests and security. *Political Science, Law, and Jurisprudence Studies*, 8(2), 473-491. [In Persian]
- Karimbergenova, M., Nurgaliyeva, A., Kerimbek, G., Bespalyy, S., & Moldashbayeva, L. (2019). The development of regional export potential. *Reports*(3), 160-167. <https://doi.org/10.32014/2019.2518-1483.87>
- Laursen, K. (2015). Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization. *Eurasian business review*, 5, 99-115. DOI: 10.1007/s40821-015-0017-1
- Lavriv, I. (2016). The factors affecting the export potential and its formation under the conditions of integration. *Baltic journal of economic studies*, 2(2), 78-84. DOI: 10.30525/2256-0742/2016-2-2-78-84
- Leonidou, L. C., & Katsikeas, C. S. (1996). The export development process: an integrative review of empirical models. *Journal of International Business Studies*, 27, 517-551. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490846>
- Linneman, H. (1966). *An econometric study of international trade flows*, North-Holland, Amsterdam. DOI: <https://doi.org/10.2307/140051>
- Lucas Jr, R. E. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of monetary economics*, 22(1), 3-42. [https://doi.org/10.1016/0304-3932\(88\)90168-7](https://doi.org/10.1016/0304-3932(88)90168-7)
- Lukyanova, M. T., Zalilova, Z. A., Kovshov, V. A., & Farrakhova, F. F. (2021). Export potential in rural areas: management issues. In *The Challenge of Sustainability in Agricultural Systems: Volume 1* (pp. 845-854). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-73097-0_94
- Mahammadi Giglou, I., & Guliev, R. (2020). Assessment and Determination of Bilateral Trade Capacity between Iran and Turkey. *International Economics Studies*, 50(1), 41-52. <https://doi.org/10.22108/ies.2019.116870.1063>
- Masood, S., Khurshid, N., Haider, M., Khurshid, J., & Khokhar, A. M. (2023). Trade potential of Pakistan with the South Asian Countries: A gravity model approach. *Asia Pacific Management Review*, 28(1), 45-51. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.02.001>
- Maxamadaminovich, U. K., & Jamoliddinovich, R. U. (2023). Ways to increase the export potential of Uzbekistan. *Asian Journal Of Multidimensional Research*, 12(5), 5-9. DOI: 10.5958/2278-ijts.2024.2034755.4016. [In Persian].
- Emery, R. F. (1967). The relation of exports and economic growth. *Kyklos*, 20(4), 470-486. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.1967.tb00859.x>
- Feder, G. (1983). On exports and economic growth. *Journal of development Economics*, 12(1-2), 59-73. [https://doi.org/10.1016/0304-3878\(83\)90031-7](https://doi.org/10.1016/0304-3878(83)90031-7)
- Finger, J. M., & Kreinin, M. E. (1979). A measure of export similarity and its possible uses. *The Economic Journal*, 89(356), 905-912. <https://doi.org/10.2307/2231506>
- French, S. (2017). Revealed comparative advantage: What is it good for? *Journal of International Economics*, 106, 83-103. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2017.02.002>
- Gkypali, A., Love, J. H., & Roper, S. (2021). Export status and SME productivity: Learning-to-export versus learning-by-exporting. *Journal of Business Research*, 128, 486-498. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.026>
- Harvarani, H., Thaqib, H., & Aziznejad, S. (2022). Introduction and analysis of some indicators in the field of Iran's foreign trade (Report). Research Center of the Islamic Consultative Assembly. [In Persian].
- ITC (2005), *tradesim* (third version), a gravity model for the calculation of trade potentials for developing countries and economies in transition, explanatory notes, market analysis section, 12-18.
- International Trade Centre. (2025). Trade Map. <https://www.trademap.org>
- International Trade Centre. (2025). Export Potential Map. <https://exportpotentialmap.org>
- Jagdambe, S. (2019). Consistency test of revealed comparative advantage index: Evidence from India's agricultural export. *Foreign Trade Review*, 54(1), 16-28. <https://doi.org/10.1177/00157325188108>
- Jamakoochi, K., Alizadeh, E., & Esfandabadi, H. M. (2019). Analyzing the Capacity of Iran Non-Oil Exports to the Region No. 2* Countries. *iBusiness*, 11(04), 57. doi: 10.4236/ib.2019.114006
- Karkhaneh, E., Pourrostami, N., & Feizollahi, A. (2022). Iran's export potential to Brazil (2001-2018): Based on conventional indicators and gravity-VEC approach. *Iranian Economic Review*, 26(3), 721-740. DOI: 10.22059/IER.2021.80662.
- Karimi, S. (2022). An analysis of Iran-Uzbekistan

- Segal, T. (2022). What are exports? Definition, Benefits and Examples.
- Smith, A. (1776). An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations: Volume One. In. London: printed for W. Strahan; and T. Cadell, 1776. DOI: 10.7208/chicago/9780226763750.001.0001
- Talebi, M. , Rahbar, F. , Heydari, A. and Esmaeilzadeh, A. (2021). Identifying Iran's Industrial Capabilities by Using Economic Complexity Model: Focusing on Export Markets of Selected Neighboring Countries. *Economic Strategy*, 10(38), 425-461. https://econrahbord.csr.ir/article_143284_6af8311221399c83ead6fbaa0c9e20b9.pdf. [In Persian].
- Ulashev, H. A. (2024). WAYS TO INCREASE THE VOLUME OF EXPORT OF AGRICULTURAL PRODUCTS IN UZBEKISTAN. *American Journal of Modern World Sciences*, 2(1), 452-461
- Vohra, R. (2001). Export and economic growth: Further time series evidence from less-developed countries. *International Advances in Economic Research*, 7(3), 345-350. <https://doi.org/10.1007/BF02295403>
- YULDASHEVA, G. (2023). UZBEKISTAN-IRAN RELATIONS: NEW REALITIES AND POTENTIAL FOR RAPPROCHEMENT. *Himalayan & Central Asian Studies*, 27.
- Кокушкина, И. В., & Воронин, М. С. (2007). *Международная торговля и мировые рынки*.
- Райзберг, Б., & Лозовский, Л. (1999). *Стародубцева ЕБ Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М.*
- 4853.2023.00058.7
- Moayed, M., Haghighat, A., Zare, H., & Khodaparast Shirazi, J. (2023). The effects of trade openness and some macroeconomic variables on exchange rate volatility in Iran. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications*, 14(1), 2351-2360. 10.22075/ijnaa.2022.27313.3554
- Mohammadzadeh, S. H. , rasoolian, A. and Ashrafi, M. (2018). Export Development Strategies and Expanding Economic Cooperation with Central Asian Countries. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 6(21), 100-120. https://www.jmsp.ir/article_56130_9f45683fb1549072e6ed8a84e24f1bc3.pdf. [In Persian].
- Mukhametgaliev, F., Sitdikova, L., Mukhametgalieva, F., & Battalova, A. (2020). Export potential of the regional grain sector. *BIO Web of Conferences*, <https://doi.org/10.1051/bioconf/20202700114>
- Rahmani, T., & Amiri, M. (2007). Investigating the effect of trust on economic growth in Iran's provinces using spatial econometrics. *Journal of Economic Research*, 42(1), 23-57. Retrieved from https://jte.ut.ac.ir/article_18629_f6423fc399296a9fd7c2769d973c7254.pdf. [In Persian].
- Rasoulinezhad, E. and Sabri, P. (2022). Examining the export market of Iranian goods to the markets of the Eurasian Economic Union. *Commercial Surveys*, 20(114), 45-62. doi: 10.22034/bs.2022.247016. [In Persian].
- Riazi, M., & KazemNejad, M. (2019). Pathology of the Memorandum of Understanding on Preferential Tariffs of the Islamic Republic of Iran and Uzbekistan: Looking at the Capacity of the Agricultural Sector. *Agricultural Economics and Development*, 27(1), 275-298. <https://doi.org/10.30490/aead.2019.91251>. [In Persian].