



## شاخص توانمندسازی تجاری

شاخص توانمندسازی تجاری که هر دو سال یکبار توسط مجمع جهانی اقتصاد برای کشورهای مختلف محاسبه و اعلام می‌شود، به تازگی پس از دو سال در ۳۰ نوامبر ۲۰۱۶ منتشر شده است. در ادامه به مرور برخی یافته‌های این گزارش پرداخته می‌شود.

## منظور از شاخص توانمندسازی تجاری چیست؟

شاخص توانمندسازی تجاری (ETI<sup>۱</sup>)، نشان می‌دهد تا چه حد موسسات، سیاست‌ها، زیرساخت‌ها و خدمات در اقتصادها برای تسهیل جریان آزاد کالاها در مرزها توسعه پیدا کرده‌اند. این شاخص، شامل مجموعه‌ای از زیر شاخص‌ها است که مشخصه‌های متنوعی از توانمندسازی تجاری را اندازه‌گیری می‌کند. این عوامل در شکل ۱ نشان داده شده‌اند.

شکل ۱- چارچوب شاخص توانمندسازی تجاری

محیط خارجی

محیط داخلی

معیار	زیر شاخص
<p>ارزیابی موانع تعرفه‌ای که صادرکنندگان یک کشور در بازار مقاصد صادراتی با آن رو به رو هستند</p> <p>ارزیابی میزان و پیچیدگی حمایت‌های تعرفه‌ای به عنوان نتیجه سیاست‌های تجاری</p>	<p>اندازه‌گیری گستردگی و پیچیدگی نظام تعرفه، موانع تعرفه‌ای و ترجیحاتی که صادرکنندگان در بازارهای خارجی از آن بهره‌مند می‌شوند.</p>
<p>ارزیابی کیفیت، شفافیت و بهره‌وری مدیریت مرزهای یک کشور</p>	<p>مدیریت مرزی</p>
<p>سنجش قابلیت دسترسی و کیفیت زیرساخت‌های داخلی برای هر یک از اشکال چهارگانه حمل و نقل (جاده‌ای، هوایی، ریلی و دریایی) و بررسی قابلیت اتصال خطوط هوایی و ارتباط خطوط زمینی</p> <p>سنجش قابلیت دسترسی و کیفیت سرویس‌های حمل و نقلی از جمله میزان حضور شرکت‌های خدمات حمل و نقل و کشتی‌رانی در یک کشور و کیفیت خدمات آنها، همچنین سهولت، هزینه و به موقع بودن حمل و نقل</p> <p>ارزیابی، قابلیت دسترسی و کیفیت فناوری اطلاعات و ارتباطات در یک کشور</p>	<p>ارزیابی قابلیت دسترسی و کیفیت زیرساخت‌های حمل و نقل یک کشور، خدمات مرتبط و زیرساخت‌های ارتباطی که برای تسهیل انتقال کالا در داخل کشور و سراسر مرزهای آن ضروری است.</p>
<p>ارزیابی محیط عملیاتی یک کشور، که به طور قابل توجهی ظرفیت شرکت‌هایی که به صادرات، واردات، تجارت یا انتقال کالا برای کسب و کار می‌پردازند را تحت تاثیر قرار می‌دهد.</p>	<p>محیط عملیاتی</p>

<sup>1</sup> Enabling Trade Index

<sup>۲</sup> اعداد داخل پرانتز تعداد شاخص‌هایی را که در هر معیار به کار رفته نشان می‌دهد. امتیاز هر شاخص از ۱ تا ۷ (بهترین خروجی) طبقه بندی می‌شوند.

<sup>3</sup>Information and Communication Technologies

## جایگاه منطقه MENA در رتبه بندی این شاخص چگونه است؟

براساس رده بندی های منطقه ای مجمع جهانی اقتصاد، منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA) با ثبت عملکرد نسبتاً خوب چند کشور از جمله امارات متحده عربی (رتبه ۲۳)، توانسته رتبه سوم منطقه ای را از نظر شاخص توانمندسازی تجاری در میان مناطق مختلف جهان ثبت کند.

جدول ۱- شاخص توانمندسازی تجاری برخی مناطق جهان طی سال های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۴

ردیف	منطقه	شاخص ۲۰۱۴	شاخص ۲۰۱۶
۱	اروپا و شمال آمریکا	۴,۹۶	۵,۰۵
۲	شرق آسیا و اقیانوس آرام	۴,۵۶	۴,۶۸
۳	منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا	۴,۱۷	۴,۲۴
۴	اوراسیا	۴,۱۴	۴,۱۰
۵	آمریکای لاتین و منطقه کارائیب	۴,۱۱	۴,۱۶
۶	جنوب صحرای آفریقا	۳,۶۷	۳,۷۸
۷	آسیای جنوبی	۳,۶۴	۳,۷۷

همانطور که در جدول ۱ قابل مشاهده است، در سال ۲۰۱۶ اکثر مناطق (به غیر از اوراسیا) با رشد شاخص توانمندسازی تجاری همراه بوده اند (امتیازها هر چه به عدد ۷ نزدیکتر باشند، کشور از نظر تجاری توانمندتر است). اروپا و شمال آمریکا، بهترین امتیاز را در سال ۲۰۱۶ کسب کرده و پس از آن شرق آسیا و اقیانوس آرام و منطقه MENA قرار دارند.

جدول ۲ - تغییرات شاخص توانمندسازی تجاری در گروه های منطقه ای - اختلاف امتیاز در سال های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۴

منطقه	معیار ۱: دسترسی به بازار خارجی	معیار ۲: دسترسی به بازار داخلی	معیار ۳: کارایی و شفافیت مدیریت مرزی	معیار ۴: قابلیت دسترسی و کیفیت زیرساخت های حمل و نقل	معیار ۵: قابلیت دسترسی و کیفیت خدمات حمل و نقل	معیار ۶: قابلیت دسترسی و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات	معیار ۷: محیط عملیاتی
شرق آسیا و اقیانوس آرام	۰,۳۲	۰,۳۸	۰,۰۵	-۰,۰۲	-۰,۰۳	۰,۳۵	۰,۰۱
اوراسیا	-۰,۴۰	-۰,۲۲	۰,۰۷	۰,۰۱	-۰,۱۱	۰,۵۵	۰,۱۲
اروپا و شمال آمریکا	۰,۱۹	۰,۰۲	۰,۰۶	۰,۰۱	-۰,۰۳	۰,۳۴	۰,۰۷
آمریکای لاتین و منطقه کارائیب	-۰,۰۴	۰,۱۲	-۰,۰۲	۰,۰۰	-۰,۱۶	۰,۴۰	۰,۱۱
منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا	-۰,۰۱	۰,۲۶	-۰,۰۲	-۰,۰۵	۰,۰۸	۰,۴۰	۰,۰۳
آسیای جنوبی	۰,۳۳	-۰,۰۷	۰,۱۰	-۰,۰۲	۰,۰۷	۰,۵۹	۰,۰۹
جنوب صحرای آفریقا	۰,۵۶	۰,۱۲	۰,۰۳	-۰,۰۵	-۰,۰۱	۰,۳۶	۰,۱۱

بیشترین افزایش

بیشترین کاهش

نتایج سال ۲۰۱۴ براساس متدولوژی سال ۲۰۱۶، دوباره محاسبه شده است.

منبع: مجمع جهانی اقتصاد (WEF)



#### معاونت بررسی های اقتصادی

با توجه به جدول ۲، در سال ۲۰۱۶ در میان ۷ معیار مربوط به شاخص توانمندسازی تجاری (ETI)، منطقه MENA بیشترین رشد شاخص را در معیار قابلیت دسترسی و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات داشته و بیشترین کاهش شاخص این منطقه نیز مربوط به معیار قابلیت دسترسی و کیفیت زیرساخت‌های خدمات حمل و نقل است.

در طول دو سال گذشته (از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۶) دسترسی به بازار داخلی منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا تسهیل شده بطوریکه متوسط نرخ تعرفه اعمال شده در این منطقه از ۹٫۲ درصد در سال ۲۰۱۴ به ۸٫۲ درصد در سال ۲۰۱۶ رسیده است. اما اقصادهای نفتی این منطقه به طور قابل توجهی در پشت پتانسیل‌های بالقوه خود پنهان شده و بهبودی در وضعیت آنها مشاهده نشده است. از جمله این کشورها می‌توان به بحرین (جایگاه ۴۲ با افت یک رتبه)، قطر (جایگاه ۴۳ با افت ۱۸ رتبه)، عمان (جایگاه ۴۶ با افت ۷ رتبه)، عربستان سعودی (جایگاه ۶۷ با افت ۱۱ رتبه) و کویت (جایگاه ۸۷ با افت دو رتبه) اشاره کرد. با توجه به روند فعلی که این کشورها پیش گرفته‌اند نیاز ضروری به توقف این روند و انتقال بیشتر به سمت تولید و سایر فعالیت‌های غیروابسته به منابع انرژی وجود دارد.

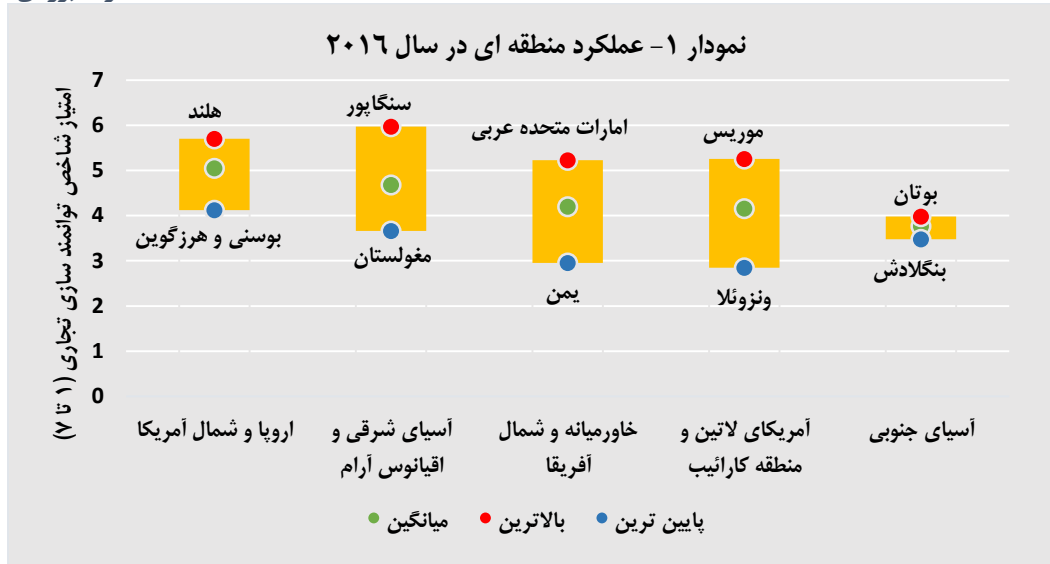
از سوی دیگر در این منطقه، دو کشور الجزایر (با جایگاه ۱۲۱ و رشد ۶ پله‌ای) و مراکش (با جایگاه ۴۹ و رشد سه رتبه‌ای) به طور قابل توجهی جایگاه خود را در سال ۲۰۱۶ نسبت به سال ۲۰۱۴ بهبود داده‌اند که این امر را می‌توان ناشی از افزایش یکپارچگی اقتصادی<sup>۴</sup> در مدیترانه غربی دانست. سایر کشورهای منطقه از جمله ایران (با جایگاه ۱۳۲) و یمن (با جایگاه ۱۳۴) نیز همچنان با جریان و وضعیت تجاری ضعیفی همراه هستند که بر اساس گزارش مجمع جهانی اقتصاد با توجه به برداشته شدن تحریم‌های بین‌المللی احتمال بهبود وضعیت ایران در آینده انتظار می‌رود.

### بهترین و بدترین عملکردها در هر منطقه مربوط به کدام کشورهاست؟

منطقه اروپا و آمریکای شمالی بهترین محیط را برای تجارت در مقایسه با سایر مناطق جهان دارند؛ البته لازم به ذکر است که وضعیت منطقه شرق آسیا و اقیانوس آرام نیز با فاصله کمی از اروپا و آمریکای شمالی قرار دارد و طی دو سال اخیر توانسته به طور قابل توجهی فاصله بین بالاترین و پایین‌ترین امتیاز ETI را بین کشورهای خود کاهش دهد. کشورهای با بهترین عملکرد در سایر مناطق از جمله شیلی، امارات متحده عربی و موریس نیز عملکردی همتای عملکرد کشورهای واقع در اروپا و آمریکای شمالی داشته‌اند. نمودار ۱، کشورهای با بهترین و بدترین امتیاز شاخص توانمندسازی تجاری در هر منطقه را نشان می‌دهد.

<sup>۴</sup> منظور از یکپارچگی اقتصادی (Economic Integration)، توافقی میان کشورها در مناطق جغرافیای مختلف برای کاهش و یا در نهایت حذف موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای جریان آزاد کالا و خدمات و عوامل تولید میان یکدیگر است.

معاونت بررسی های اقتصادی



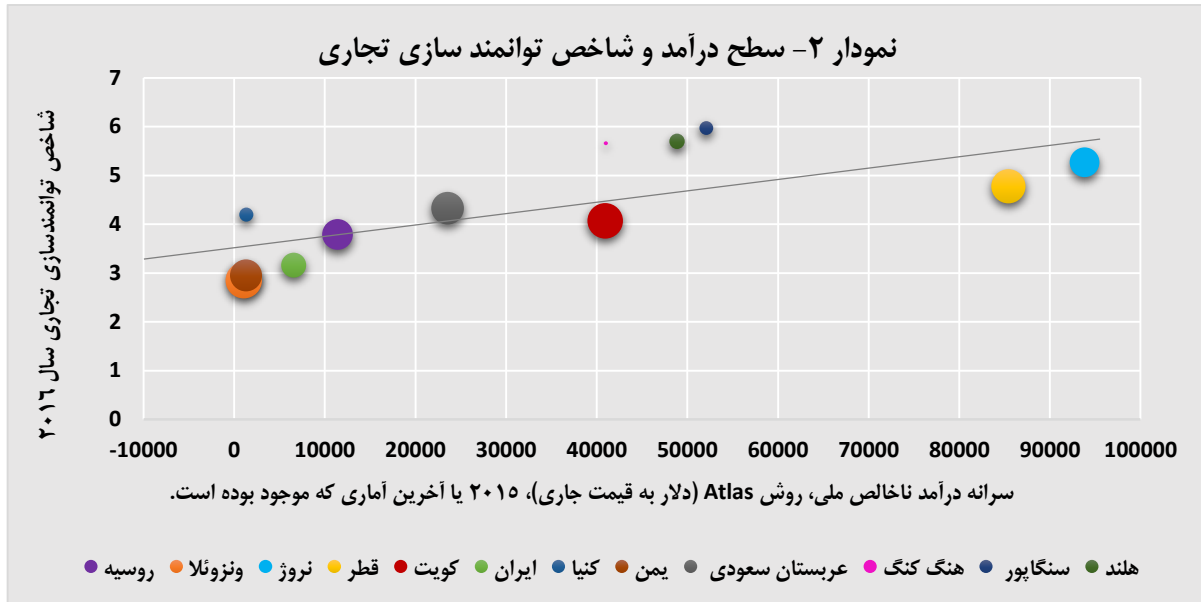
### شاخص توانمندسازی تجاری چه رابطه‌ای با سطح درآمد کشورها دارد؟

نمودار ۲، رابطه بین سطح درآمد کشورها و امتیاز آن‌ها در شاخص توانمندسازی تجاری را به تصویر می‌کشد. براساس این نمودار می‌توان گفت اقصادهای توسعه یافته، در توانمند سازی تجاری خود عملکرد بهتری نسبت به کشورهای در حال توسعه داشته‌اند.

به طور کلی، کشورهای توسعه یافته (با سطح درآمدی بالا) عموماً هزینه‌های تجارت پایین‌تری دارند و این امر تنها به خاطر سطح پایین تعرفه‌های وارداتی نبوده بلکه به دلیل ارتباط تنگاتنگی است که توسعه اقتصادی با قابلیت‌های پیشرفته در مدیریت، زیرساخت‌ها، ارتباطات راه دور و مقررات مرتبط با آن‌ها دارد.

از سوی دیگر، همانطور که در شکل نیز قابل مشاهده است، به طور کلی کشورهای با تنوع صادراتی بالاتر امتیازهای بهتری در شاخص توانمند سازی تجاری نسبت به کشورهای وابسته به صادرات کالا (با سهم بالای محصولات معدنی و سوختی از کل صادرات) کسب کرده‌اند. وابستگی بالا به صادرات یک کالا بدین معنی است که رابطه مبادله، با تغییر قیمت کالاها نوسان خواهد داشت که این امر ممکن است اثری منفی بر رشد اقتصادی آن کشور داشته باشد.

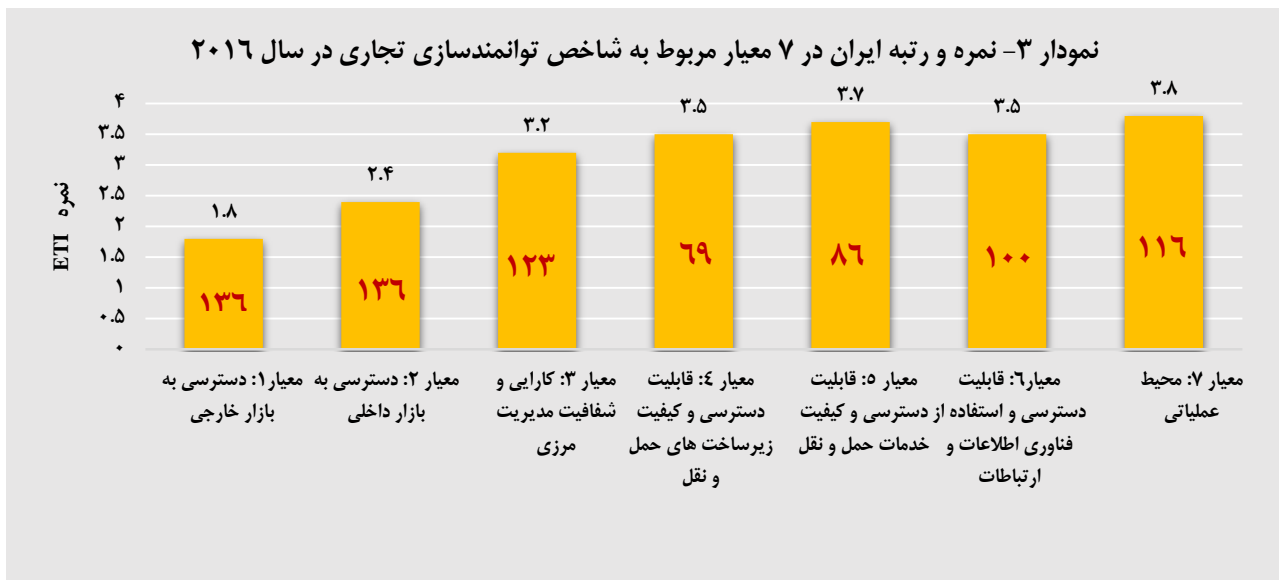
معاونت بررسی های اقتصادی



منبع آمارها: مجمع جهانی اقتصاد (WEF)، بانک جهانی (WB) و سازمان تجارت جهانی (WTO)  
 \*اندازه دایره‌ها براساس سهم محصولات معدنی و سوختی از کل صادرات در کشورها مقیاس‌بندی شده است.

## عملکرد ایران در شاخص توانمندسازی تجاری سال ۲۰۱۶ چگونه بوده است؟

در رده‌بندی شاخص توانمندسازی تجاری سال ۲۰۱۶، ایران با کسب امتیاز حدود ۳٫۲ از ۷، جایگاه ۱۳۲ ام را در میان ۱۳۶ کشور جهان به خود اختصاص داده است. لازم به ذکر است که در رده‌بندی سال ۲۰۱۴ ایران امتیاز ۳٫۰۷ و رتبه ۱۳۰ (از ۱۳۴ کشور) را کسب کرده بود.



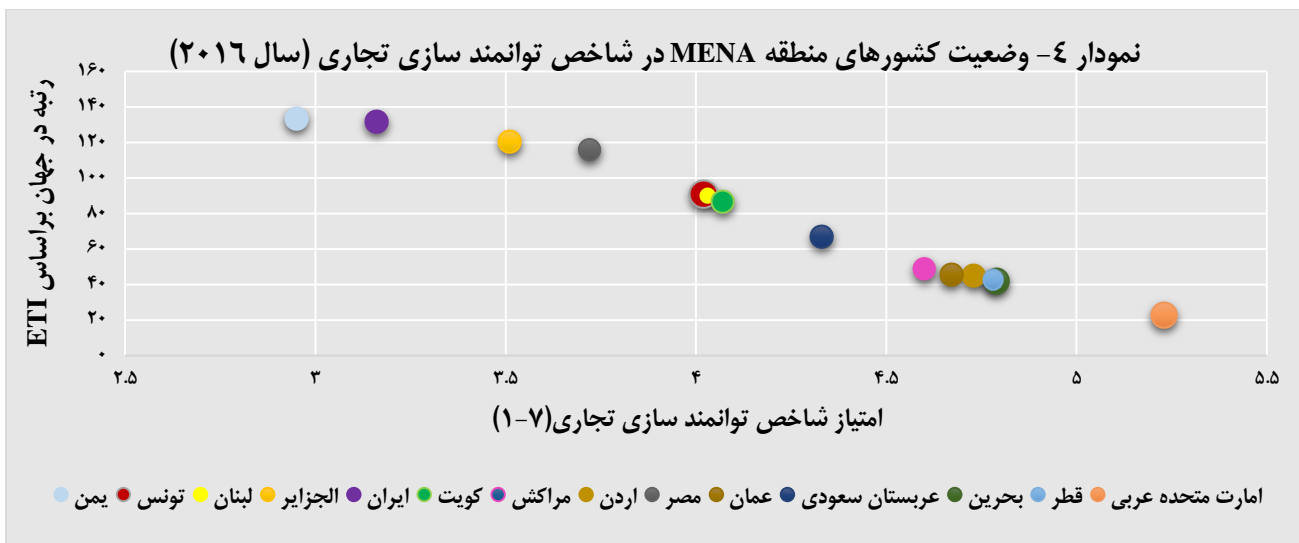
منبع آمارها: مجمع جهانی اقتصاد  
 اعداد قرمز رنگ داخل هر ستون، رتبه آن معیار را در سال ۲۰۱۶ نشان می‌دهد.

**معاونت بررسی های اقتصادی**

بررسی وضعیت ایران در هفت معیار مربوط به شاخص توانمندسازی تجاری نشان می‌دهد که ایران در سال ۲۰۱۶ بهترین عملکرد (امتیاز) را در معیار ۷ (محیط عملیاتی) و بدترین وضعیت را در معیار ۱ (دسترسی به بازار خارجی) داشته است. همچنین ایران در معیار ۴ (قابلیت دسترسی و کیفیت زیرساخت های حمل و نقل) بهترین رتبه را نسبت به سایر معیارها کسب کرده است (نمودار ۳).

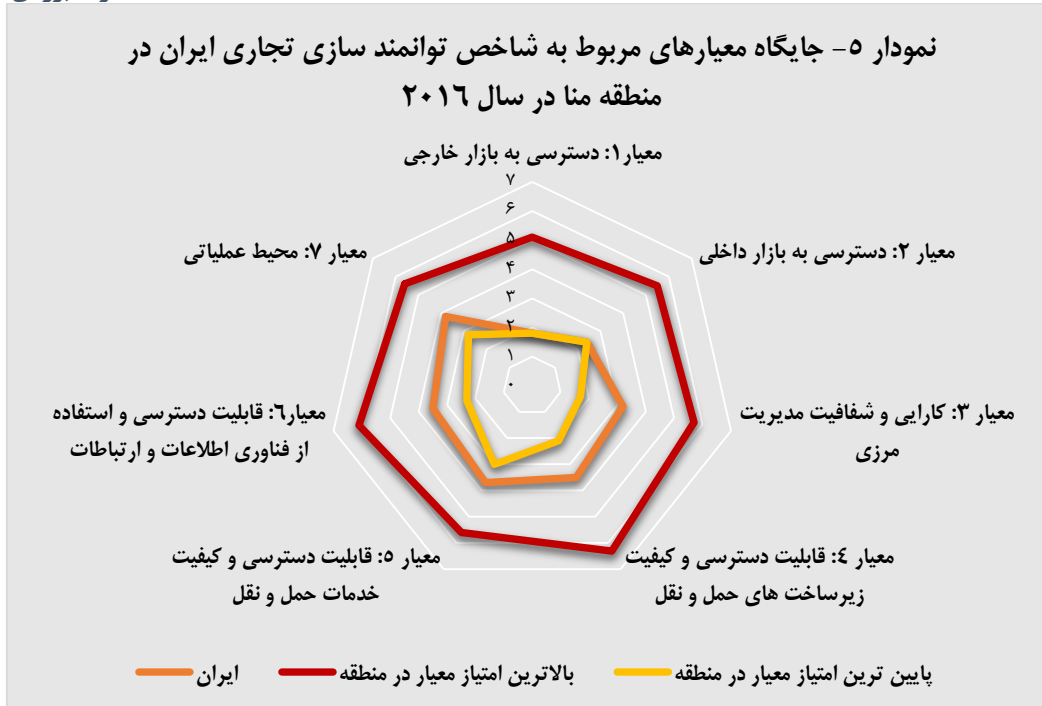
**ایران از نظر توانمندسازی تجاری در منطقه MENA چه جایگاهی دارد؟**

به طور کلی، می‌توان گفت کشورهای منطقه منا در سال ۲۰۱۶ عملکرد بهتری را (به لحاظ امتیاز شاخص توانمندسازی تجاری) نسبت به دوره قبل (۲۰۱۴) در تسهیل تجاری خود داشته‌اند. امارات متحده عربی در بین کشورهای منطقه منا، بهترین امتیاز و رتبه را کسب کرده و یمن نیز با فاصله کمی از ایران بدترین امتیاز و رتبه را کسب کرده است. همانطور که در نمودار ۴ مشاهده می‌شود ایران در بین کشورهای منطقه، وضعیت مناسبی نداشته و بعد از یمن، پایین ترین میزان توانمندسازی تجاری را در منطقه دارد. با توجه به نمودار مشاهده می‌شود، کشورهای نفتی عمان، اردن، بحرین و قطر به نسبت وضعیتی نزدیک به یکدیگر را دارند.



بررسی‌ها از وضعیت ایران در هر کدام از معیارهای مربوط به شاخص توانمندسازی تجاری نشان می‌دهد که ایران در همه ۷ معیار مذکور امتیازی پایین تر از متوسط امتیاز منطقه منا را رقم زده است. همچنین در دو معیار ۱ (دسترسی به بازار خارجی) و ۲ (دسترسی به بازار داخلی) پایین ترین امتیاز منطقه را داشته است. نکته قابل توجه اینجاست که در معیار ۱ بهترین عملکرد منطقه مربوط به یمن (کشوری با نامناسب ترین محیط تجارت در منطقه) بوده است. در معیار ۲ نیز بهترین عملکرد منطقه به عمان اختصاص داشته است. در سایر معیارها (از ۳ تا ۷)، بهترین عملکرد مربوط به امارات متحده عربی و بدترین عملکرد مربوط به یمن بوده است.

معاونت بررسی های اقتصادی



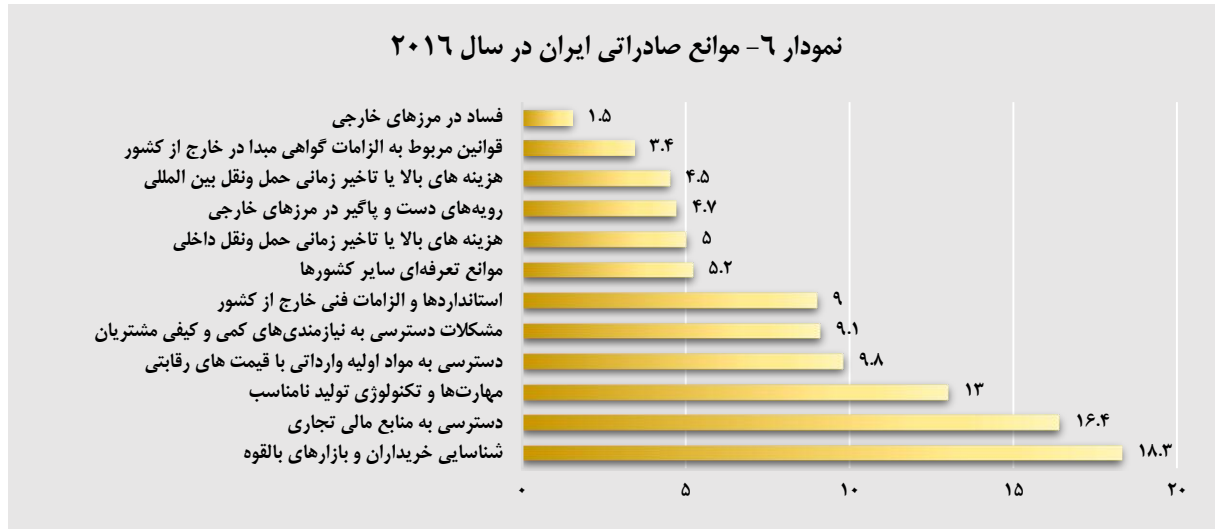
## موانع صادراتی و وارداتی ایران کدامند؟

مجمع جهانی اقتصاد، در خصوص مهم ترین مشکلات صادرات و واردات کشورها، از فعالان کسب و کار هر کشور نظرسنجی به عمل آورده است. بر اساس نظرات جمع آوری شده برای اقتصاد ایران، مهم ترین مشکل پیش روی واردات ایران، موانع تعرفه ای و غیر تعرفه ای و مهم ترین مشکل پیش روی صادرات ایران نیز شناسایی خریداران و بازارهای بالقوه عنوان شده است.

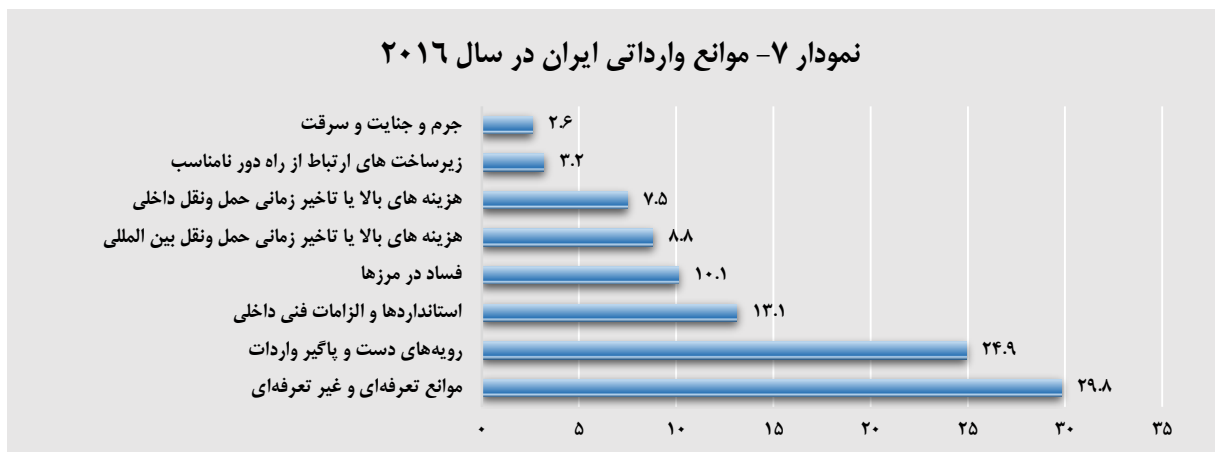
در این بین، با مقایسه موانع صادراتی ایران در سال های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۶، می توان گفت در سال ۲۰۱۶ موانع صادراتی کشور از جمله هزینه های بالا یا تاخیر زمانی حمل و نقل بین المللی، رویه های دست و پاگیر در مرزهای خارجی، هزینه های بالا یا تاخیر زمانی حمل و نقل داخلی، موانع تعرفه ای سایر کشورها، استانداردها و الزامات فنی خارج از کشور و مهارت ها و تکنولوژی تولید نامناسب و در ارتباط با موانع وارداتی نیز سه مانع صادراتی فساد در مرزها، هزینه های بالا یا تاخیر زمانی حمل و نقل داخلی و زیرساخت های ارتباط از راه دور نامناسب نسبت به سال ۲۰۱۴، تشدید شده اند.

فهرستی از مهم ترین موانع صادراتی و وارداتی ایران که در گزارش مجمع جهانی اقتصاد مورد اشاره قرار گرفته به همراه امتیازات مربوط به هر کدام، در نمودارهای ۶ و ۷ آمده است.

معاونت بررسی های اقتصادی



منبع آمارها: مجمع جهانی اقتصاد



منبع: مجمع جهانی اقتصاد

منابع:

- African Development Bank Group, “The Africa Competitiveness Report”, 2013
- WEF, “The Global Enabling Trade Report”, 2016