

جناب آقای شهلائی نژاد

رئیس محترم هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران  
آدرس: تهران، خیابان آفریقا، انتهای خیابان تور، پلاک ۸، طبقه اول، واحد یک شماره نمابر:  
۲۶۲۰۶۹۰۵

موضوع: ارسال نشریه شماره ۷۷ "تحولات جهانی صنعت، معدن و تجارت"

با سلام،

احتراماً، به پیوست تصویر نامه شماره ۹۸/۴۴۰۹ مورخ ۹۸/۱۰/۲۵  
مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی منضم به نشریه شماره ۷۷  
"تحولات جهانی، صنعت، معدن و تجارت" در خصوص آخرین اطلاعات و  
تحلیل‌های موجود در زمینه‌های صنعت و بازرگانی جهان، جهت  
اطلاع‌رسانی و بهره‌برداری ارسال می‌گردد.

از طرف اساتذۀ محرابی

مدیرکل صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی

بدرستی بر روی تصویر



وزارت صنعت، معدن و تجارت

بِسْمِ تَعَالَى

# وزارت صنعت، معدن و تجارت

## موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

۹۸/۴۴۰۹

۱۳/۱۰/۲۵

۹۸

سهم انوماسون

### رئیس

### "رونق تولید"

جناب آقای دکتر مدرس خیابانی - قائم مقام محترم وزیر در امور بازرگانی  
 جناب آقای دکتر الستی - معاون محترم توسعه مدیریت و منابع  
 جناب آقای دکتر تاجش - معاون محترم وزیر و مدیرعامل سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان  
 جناب آقای مهندس زادبوم - معاون محترم وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران  
 جناب آقای دکتر زرندی - معاون محترم طرح و برنامه  
 جناب آقای دکتر سرفینی - معاون محترم امور معدن و صنایع معدنی  
 جناب آقای دکتر شهیدی - معاون محترم وزیر و رئیس سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی  
 جناب آقای دکتر صادقی نیارکی - سرپرست معاونت محترم امور صنایع  
 جناب آقای مهندس صالحی نیا - معاون محترم وزیر و مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران  
 جناب آقای دکتر عالی - معاون محترم وزیر و رئیس هیات عامل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران  
 جناب آقای دکتر ثریب پور - معاون محترم وزیر و رئیس هیات عامل سازمان توسعه و نوسازی معدن و صنایع معدنی ایران  
 جناب آقای دکتر فتح‌اللهی - سرپرست محترم معاونت، حقوقی مجلس و استان‌ها و مدیرکل دفتر وزارتی  
 جناب آقای مهندس قبادی - معاون محترم بازرگانی داخلی  
 جناب آقای دکتر قبادیان - معاون محترم، آموزش پژوهش و فناوری  
 جناب آقای دکتر نجفی - مشاور محترم وزیر  
 جناب آقای مهندس ابراهیمی - مشاور محترم وزیر و دستیار ویژه  
 سرکار خانم دکتر بهرامی - رئیس محترم هیات مدیره و مدیرعامل صندوق ضمانت صادرات ایران  
 جناب آقای دکتر انواری - رئیس محترم مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی  
 سرکار خانم رافع - رئیس محترم مرکز ملی فروش ایران  
 جناب آقای دکتر فیاض - مشاور محترم وزیر در امور بین‌الملل  
 جناب آقای سید علیخانی - مشاور محترم وزیر و رئیس کل مرکز حراست

باسلام و احترام؛ باهدف انعکاس آخرین، آمار اطلاعات و تحلیل‌های موجود در زمینه‌های صنعت و بازرگانی، جهان  
 بدینوسیله نشریه شماره ۷۷<sup>۱</sup> تحولات جهانی، صنعت معدن و تجارت<sup>۲</sup>، جهت استحضار تقدیم می‌گردد.

مرجان فقیه‌نصیری

\* نامه‌های صادره بدون مهر برجسته انوماسون اداری فاقد اعتبار می‌باشد \*

تهران، خیابان کارگر شمالی بالاتر از بیلوار، کشاورز ساختمان شماره ۱۲۰۴، تلفن: ۸۰ - ۶۶۴۲۲۳۷۸، فاکس: ۶۶۹۲۹۶۲۴، صندوق پستی: ۶۷۱ ۱۴۱۸۵

پست الکترونیکی: [info@itsr.ir](mailto:info@itsr.ir)، نشانی سایت: [www.itsr.ir](http://www.itsr.ir)





## نقش چشمگیر منطقه آسیا در ترسیم آینده اقتصاد جهان

مسعود کمالی اردکانی

ناظران و رسانه‌های غربی سال‌هاست از ظهور آسیا و پتانسیل عظیم آینده‌اش سخن می‌گویند. اما بنظر می‌رسد آینده خیلی سریعتر از آنچه انتظار می‌رفت، به وقوع پیوسته است. یکی از چشمگیرترین تحولات ۳۰ سال گذشته ظهور آسیا بوده است که مظاهر آن در افزایش مصرف، ادغام در جریان تجارت، سرمایه، استعداد و نوآوری جهانی بروز کرده است. در دهه‌های پیش رو، اقتصادهای آسیایی از نقش‌آفرینی در این جریان‌ها به سمت شکل‌دهی و راهبری تحولات آینده حرکت می‌کنند. در واقع، در بسیاری از زمینه‌ها از اینترنت گرفته تا تجارت و مصرف کالاهای لوکس این تغییر جهت ایجاد شده است. لذا دیگر سوال این نیست که آسیا با چه سرعتی ظهور پیدا خواهد کرد بلکه مسئله این است که آسیا چگونه آینده جهان را رهبری خواهد کرد. البته این نکته را نباید از نظر دور داشت که کلی‌گویی در مورد منطقه گسترده‌ای از جهان با زبان‌ها، قومیت‌ها و مذاهب مختلف امر دشواری است. این کشورها با اشکال مختلفی از دولت، نظام‌های اقتصادی و شاخص‌های توسعه انسانی برخوردارند. درآمد سرانه سالانه این منطقه از ۸۴۹ دلار آمریکا در کشور نپال تا ۵۷،۷۱۴ دلار آمریکا در سنگاپور متغیر است. موضوع مشترک در این منطقه متنوع، روند صعودی شاخص‌های کلیدی اقتصادی و اجتماعی است. در سال ۲۰۰۰، آسیا تقریباً یک سوم تولید ناخالص داخلی جهان را به خود اختصاص داده است اما پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۴۰ این رقم به ۵۰ درصد افزایش یابد. تا آن زمان انتظار می‌رود این منطقه حدود چهل درصد از کل مصرف جهان را تشکیل دهد. آسیا نه تنها به پیشرفت‌های اقتصادی نایل آمده بلکه در زمینه توسعه انسانی نیز گام‌های بلندی برداشته است. افزایش امید به زندگی و طول عمر، افزایش جامعه با سواد در سطح بالای ۸۰ درصد و رشد چشمگیر استفاده از اینترنت نمونه‌ای از این دستاوردهاست.

رشد منطقه آسیا نه تنها صدها میلیون نفر را از فقر شدید نجات داده است، بلکه سطح زندگی را اعم از رشد شهرنشینی، رشد اقتصادی و ارتقای آموزش و خدمات بهداشت عمومی در هر سطح درآمدی بطور گسترده‌تری برای افراد بالا برده است. اما در عین حال چالش‌های رفع فقر و توسعه یافتگی یکپارچه هنوز باقی مانده است. سرعت بی‌وقفه رشد اقتصادی باعث شده تا بسیاری از شهرها از تأمین مسکن، توسعه زیرساخت‌ها و سایر خدمات ناشی از افزایش جمعیت عقب بمانند، لذا کشورهای سراسر منطقه به منظور غلبه بر مشکلات زیست محیطی و نابرابری نیازمند رشد اقتصادی فراگیر و پایدارتری هستند. اخیراً موسسه جهانی مک‌کینزی با بررسی ۷۱ اقتصاد در حال توسعه و انتخاب ۱۸ اقتصاد با رشد قوی و پیوسته تولید ناخالص داخلی به این نتیجه رسیده است که هفت اقتصاد نوظهور با رشد بالا و بلند مدت اقتصادی و ۵ اقتصاد نوظهور اخیراً رشد یافته در منطقه آسیا قرار دارند. در دهه اخیر، چندین کشور آسیایی خود را به ردیف کشورهای با درآمد متوسط و حتی اقتصادهای پیشرفته رسانده‌اند. این نشان‌دهنده صنعتی شدن مستمر

منطقه و رشد شهرنشینی، افزایش تقاضا و رشد بهره‌وری و وجود بنگاه‌های پویای اقتصادی در این کشورهاست. این روند نمایانگر یک تغییر واقعی در مرکز ثقل جهان است. محقق پاراگ خانایا ادعا می‌کند که "قرن آسیا" آغاز شده و اذعان می‌دارد که ظهور آسیا ظهوری ساختاری است نه دوره‌ای و تصادفی.

### آسیا تجارت را متحول می‌کند

تحقیقات اخیر موسسه جهانی مک‌کینزی با بررسی ۲۳ زنجیره ارزش صنعت در ۴۳ کشور، تغییرات ساختاری بنیادی در الگوهای تجارت جهانی را به ثبت رسانده که آسیا در مرکز بسیاری از این تغییرات قرار دارد. در طول یک دهه گذشته، تولید جهانی همچنان در حال افزایش است اما تجارت ۵٫۶ درصد کاهش یافته است. این کاهش نشان دهنده اختلافات تجاری یا کندی قریب الوقوع رشد اقتصادی نیست بلکه حاکی از توسعه اقتصادی سالم در چین، هند و سایر کشورهای آسیایی نوظهور است. به عبارت بهتر با افزایش مصرف، بیشتر آنچه در این کشورها ساخته می‌شود به جای اینکه به غرب صادر شود اکنون در داخل این کشورها فروخته می‌شود. طی دهه گذشته چین تقریباً تولید کالاهای کاربر خود را ۳ برابر کرده است یعنی از ۳٫۱ تریلیون دلار به ۸٫۸ تریلیون دلار آمریکا رسانده است. در همین زمان، سهم صادرات خالص چین به طرز چشمگیری از ۱۵٫۵ درصد به ۸٫۳ درصد کاهش یافته است. هند نیز به همین ترتیب سهم کمتری از تولید خود را صادر کرده است. این بدان معناست که کالاهای بیشتری در داخل کشورها مصرف می‌شود. علاوه بر این، اقتصادهای نوظهور منطقه، توانمندی‌های جدید صنعتی ایجاد می‌کنند که منجر به ساخت محصولات پیشرفته‌تر می‌شود و به تدریج اتکای خود به واردات محصولات واسطه و نهایی را کاهش می‌دهند. صادرات محصولات صنعتی کاربر موتور اصلی رشد چین بوده است و از همین رو از نظر تاریخی مسیر روشنی برای توسعه اقتصادی کشورهای فقیر تلقی می‌شود. با وجود این، با افزایش دستمزدها و گسترش استفاده از فناوری اتوماسیون، فرصت‌های رقابت مبتنی بر نیروی کار ارزان محدود می‌گردد.

برای برخی کشورهای منطقه آسیا، فرصت هنوز باقی است. با افزایش دستمزدها در چین و کشورهایی که به سمت فعالیت‌های با ارزش افزوده بیشتر حرکت می‌کنند، سهم صادرات جهانی کالاهای کاربر ۳ درصد کاهش یافته است. این امر باعث شده است تا سایر کشورها بتوانند در این زمینه گام‌هایی بردارند. در یک دهه گذشته، ویتنام، هند و بنگلادش موفق به رشد صادرات کالاهای کاربر (به‌خصوص منسوجات) با نرخ سالانه به ترتیب ۱۵ درصد، ۸ درصد و ۷ درصد شده‌اند (جعبه ۱). با این وجود، توسعه زیرساخت‌ها، افزایش مهارت‌های نیروی کار و بهره‌وری برای رقابت‌پذیری آنها در دهه پیش رو بسیار مهم است. نیروی کار ارزان به تنهایی کافی نخواهد بود. تمام زنجیره‌های ارزش صنایع اکنون بیشتر وابسته به تحقیق و توسعه و نوآوری و سهم ارزش تولید شده هستند





می‌گیرد که در مقایسه با میزان تجارت بین منطقه‌ای آمریکای شمالی بسیار بیشتر است. تجارت خدمات ۶۰ درصد سریع‌تر از تجارت کالا و تجارت خدمات منطقه آسیا ۱۰۷ برابر سریع‌تر از سایر نقاط جهان در حال رشد است. درحالی که هند و فیلیپین از بزرگترین صادرکنندگان خدمات پشتیبانی اداری، محسوب می‌شوند، تجارت خدمات دانش بنیان، هنوز در اکثر کشورهای آسیایی در مراحل ابتدایی خود قرار دارد و نمایانگر شکاف مهمی است که باید پر شود.

### رشد چشمگیر شرکت‌های آسیایی

نقش در حال تحول آسیا در زنجیره ارزش صنعت، باعث تکامل سریع اکوسیستم شرکت‌های آسیایی هم شده است، بطوریکه شرکت‌های آسیایی امروز در بین بزرگترین شرکت‌های دنیا قرار دارند. رده‌بندی سال ۲۰۱۸ مجله فورچون جهانی بیانگر این است که از میان ۵۰۰ شرکت تراز اول جهان حدود ۲۱۰ شرکت بزرگ با درآمد بالا در منطقه آسیا قرار دارند و سهم بنگاه‌های آسیایی با بهترین عملکرد جهانی طی دو دهه گذشته از ۱۹ درصد به ۳۰ درصد ارتقا یافته است.

جدول ۱ وضعیت بنگاه‌های آسیایی در بین ۵ هزار شرکت بزرگ دنیا را در دو مقطع زمانی ۱۹۹۷-۱۹۹۵ و ۲۰۱۷-۲۰۱۵ مقایسه می‌نماید. ملاحظه می‌شود که سهم آسیا طی بیست سال از ۳۶ درصد به ۴۳ درصد ارتقا یافته و درعین حال عملکرد کشورهای مختلف نیز متفاوت بوده بطوریکه سهم چین و هند افزایش قابل ملاحظه‌ای یافته و با کاهش سهم ژاپن، کشورهای نظیر آذربایجان، ویتنام، قزاقستان و بنگلادش به جمع این کشورها اضافه شده است. شرکت‌های بزرگ آسیایی طی بیست سال گذشته از تولید و ساخت کالاهای سرمایه‌ای به سوی فعالیت در حوزه خدمات مالی و زیرساخت روی آورده‌اند.

وسهم ارزش ایجاد شده از تولید واقعی کالاها رو به کاهش است. این تغییرات، همراه با موج جدیدی از فناوری‌های تولیدی و لجستیکی بدان معنی است که کشورهای آسیایی باید اولویت‌های سرمایه‌گذاری خود را تغییر دهند و انواع جدیدی از مهارت‌ها را برای رقابت در چشم‌انداز تجاری مبتنی بر دانش کسب نمایند.

### جعبه ۱

#### مراکز تولیدی جدید جهان در حال شکل‌گیری است.

از لحاظ تاریخی چین به دلیل مزیت رقابتی نیروی کار ارزان به عنوان "کارخانه جهان" شناخته شده است. اما شکاف دستمزد بین چین و بقیه کشورهای آسیایی در حال کم شدن است. در سال ۱۹۹۶، دستمزدها در ژاپن ۴۶ برابر بیشتر از چین بود. اما در سال ۲۰۱۶، این تفاوت به ۴ برابر تقلیل یافته است. چین در حال بالا رفتن از نردبان زنجیره ارزش جهانی است و سایر کشورهای مناطق اطراف آسیا در حال جایگزین شدن چین هستند. به خصوص ویتنام به قطب تولید گسترده‌ای برای صادرات محصولات کاربر تبدیل شده است. این کشور سیل عظیمی از سرمایه‌های خارجی در زمینه‌های جدید را به شهرهایی مانند "های فونگ" جذب کرده است. علاوه بر های فونگ (ویتنام)، شهر هوشی‌مین (ویتنام)، بکاسی (اندونزی) و شیان (چین) در حال افزایش تولید کنندگان لوازم الکترونیکی هستند. همانطور که کشورهای جدید نقش‌های جدیدی در زنجیره ارزش صنعت به عهده می‌گیرند، مجموعه جدیدی از شهرها از ورود سرمایه بهره می‌برند. سرمایه‌گذاری در کارخانه‌ها منجر به ایجاد جاده‌های جدید، مشاغل جدید و شهرنشینی می‌شود. بخش اعظم سرمایه در ویتنام از کره جنوبی و ژاپن تأمین می‌شود. این مراکز تولید جدید، نه تنها نوید پیدایش کشورهای در حال ظهور آسیا را می‌دهند بلکه نوید دهنده منطقه مرتبط‌تر همراه با سرمایه‌گذاری مشترک است.

با این وجود تجارت بین کشورهای آسیایی در حال افزایش است بطوریکه ۵۲ درصد تجارت کشورهای آسیایی بین خودشان صورت

جدول ۱: مقایسه وضعیت بنگاه‌های آسیایی در بین ۵ هزار شرکت بزرگ دنیا طی ده سال

نام کشور	دوره زمانی ۱۹۹۷-۱۹۹۵		دوره زمانی ۲۰۱۷-۲۰۱۵	
	میزان درآمد بنگاه میلیارد دلار	تعداد بنگاه	میزان درآمد بنگاه میلیارد دلار	تعداد بنگاه
ژاپن	۳۲۱۸	۱۲۱۵	۵۹۱۷	۶۴۴
کره جنوبی	۲۴۲	۱۳۵	۱۴۱۱	۱۵۶
چین	۳۶	۵۷	۷۵۰۴	۷۳۸
هند	۱۴	۲۵	۸۷۹	۱۴۲
هنگ کنگ	۶۴	۹۸	۶۱۸	۷۵
تایوان	۲۱	۱۹	۷۳۶	۹۲
سنگاپور	۳۷	۴۵	۳۴۶	۳۸





مالزی	۴۷	۵۰	۱۷۵	۳۱
تایلند	۱۷	۲۸	۱۷۸	۲۹
فیلیپین	۳	۸	۶۰	۱۵
پاکستان	۲	۴	۲۷	۱۰
اندونزی	۶	۱۱	۱۷۸	۳۶
نیوزیلند	۱۵	۲۰	۶۱	۱۶
استرالیا	۱۲۸	۷۲	۵۹۶	۱۰۲
آذربایجان	-	-	۱	۱
قزاقستان	-	-	۱۴	۴
بنگلادش	-	-	۱	۱
ویتنام	-	-	۳۸	۱۵

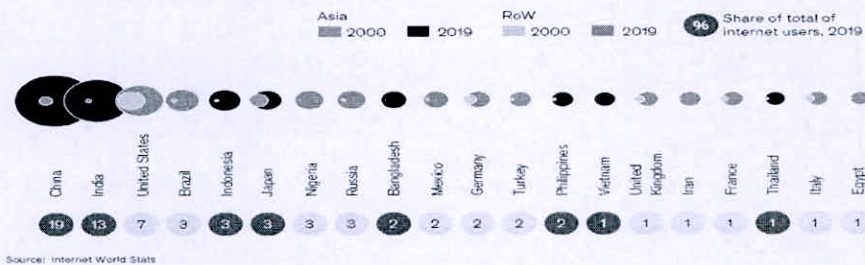
اما اغلب به اهداف عملکردی خود وابسته‌اند. درآمد شرکت‌های فوق ستاره منطقه آسیا هفت برابر بیشتر از متوسط هم‌تایان آنهاست. اغلب بخش‌های اقتصادی که این گروه در آن فعالیت دارند عبارتند از رایانه و الکترونیک، خودرو و بانک‌داری. در انتهای دیگر منحنی عملکرد، تعداد قابل توجهی از بنگاه‌های اقتصادی منطقه که بسیاری از آنها در فرآوری منابع طبیعی، ماشین آلات و تجهیزات و صنایع املاک و مستغلات فعالیت می‌کنند، در پایین‌ترین سطح سود اقتصادی جهانی قرار دارند.

**آسیا در حال شکل‌دهی آینده و نوآوری دیجیتال در سطح جهان است**

منطقه آسیا آنلاین و پرونق است بطوریکه امروز نیمی از (۲,۲ میلیارد) کاربران اینترنت جهان را به خود اختصاص داده است. چین و هند به تنهایی یک سوم کاربران اینترنتی جهان را تشکیل می‌دهند (نمودار ۳). سیل عظیم مصرف‌کنندگان دیجیتال در منطقه از فناوری‌های شکوفا و نوآورانه پشتیبانی می‌کنند.

ساختار مالکیت، استراتژی‌های رشد و شیوه‌های عملکرد غول‌های آسیایی با ساختار شرکت‌های چند ملیتی دولتی غربی متفاوت است. حدود دو سوم از ۱۱۰ شرکت چینی معرفی شده در مجله فورچون ۵۰۰، شرکت‌های دولتی هستند. منطقه آسیا همچنین دارای تعدادی از کلنی‌های بزرگ است. پنج شرکت بزرگ با مدیریت کره جنوبی موسوم به "چانوبل" در کنار هم تقریباً نیمی از ارزش بازار سهام این کشور را به خود اختصاص می‌دهند. به طور مشابه شش غول بزرگ ژاپنی موسوم به keiretsu بخش بزرگی از بازار سهام این کشور را در اختیار دارند و هرکدام صاحب ده‌ها شرکت هستند که چندین صنعت را در بر می‌گیرند. به عنوان مثال، همه تولیدکنندگان اصلی اتومبیل‌های ژاپنی می‌توانند به یک keiretsu گره خورده باشند. شش کلنی برتر هندی به تنهایی بیش از ۲ میلیون نفر را در استخدام خود درآورده‌اند. علیرغم میزان متفاوت دخالت دولت در اقتصادهای منطقه، رقابت همچنان بالاست. برخی از شرکت‌ها از حمایت دولت برخوردار هستند.

نمودار ۳: آسیا نیمی از کاربران اینترنت جهان را تشکیل می‌دهد. تعداد کاربران - میلیون نفر



الکترونیکی در سراسر جهان را به خود اختصاص داده بود. این سهم اکنون بیش از ۴۰ درصد است. پرداخت از طریق تلفن همراه در بین کاربران اینترنت در چین از ۲۵ درصد در سال ۲۰۱۳ به ۶۸ درصد در سال ۲۰۱۶

چین، ژاپن، کره جنوبی و سنگاپور از پیشرفته‌ترین کشورهای دیجیتالی جهان هستند. چین با سرعت شگفت‌آور به این مقام رسیده است. این کشور تنها حدود یک دهه قبل، کمتر از ۱ درصد از ارزش معاملات تجارت





جنوب آسیا ۷ درصد، شمال شرق آسیا ۶ درصد، اروپای شرقی ۵ درصد، صحرای آفریقا ۴ درصد، استرالیا ۱ درصد و منطقه منا ۳ درصد بوده است. تا سال ۲۰۳۰، این گروه می‌تواند ۱۲ سنت از هر ۱ دلار از مصرف شهری جهان را به خود اختصاص دهد.

### درس‌هایی برای ایران

همانگونه که گفته شد آینده اقتصاد جهان در دستان اقتصادهای آسیایی است. در عین حال اقتصادهای منطقه آسیا اقتصادهای یکپارچه و همگونی نیستند و بدلیل تفاوت ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خود، توفیقات آنها در عرصه رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی متفاوت بوده است. سرمایه‌های بین‌المللی نیز با توجه به تغییر شرایط بین‌المللی و محیط کسب و کار این کشورها در حال حرکت از یک نقطه به نقطه دیگرند. برخی تحلیلگران اقتصادی معتقدند مقاصد بعدی سرمایه‌های بین‌المللی پس از کشورهای موسوم به بریکس (برزیل، روسیه، چین، هند و آفریقای جنوبی) کشورهایی نظیر ترکیه، هند، نیجریه، مکزیک، ویتنام، فیلیپین، پاکستان، اندونزی، بنگلادش، کره جنوبی و همچنین ایران است. این ۱۱ کشور معروف به گروه ۱۱ هستند و معیار انتخاب آنها رشد سریع جمعیت، رشد بالای مصرف، افزایش درآمد متوسط و ظرفیت صنعتی مناسب است. کشورهای عضو این گروه از لحاظ میزان ثبات اقتصاد کلان، بلوغ سیاسی، درجه باز بودن اقتصاد، نوع سیاست‌های سرمایه‌گذاری و تجاری و کیفیت آموزش با هم متفاوتند و آنها را می‌توان به سه گروه درحال توسعه (ایران، نیجریه، پاکستان، بنگلادش)، تازه صنعتی شده (ترکیه، هند، اندونزی، مکزیک، ویتنام، فیلیپین) و توسعه یافته (کره جنوبی) طبقه‌بندی کرد. در این میان ایران دارای جمعیت بالا و تحصیلکرده، زیرساخت‌های نسبتاً مناسب اقتصادی و تولیدی است و به دلیل دور بودن از فضای اقتصاد جهانی می‌تواند به بزرگترین اقتصاد دارای پتانسیل رشد تبدیل شود. دور ماندن از فضای اقتصاد جهانی و اتکا به درآمدهای پایان پذیر نفت باعث ضعف زیرساخت‌های تولید رقابتی و عدم جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی در اقتصاد کشور و ایفای نقش در پایین‌ترین سطح زنجیره تولید و تجارت جهانی شده است.

به نظر می‌رسد حضور ایران در منطقه آسیا فرصت مغتنمی برای بهره‌گیری از منافع اقتصادی این کشورها در جهت رقابت‌پذیر نمودن اقتصاد کشور و ارتقای جایگاه ایران در زنجیره ارزش جهانی محسوب می‌شود. رشد و توسعه اقتصاد کشور علاوه بر سرمایه، نیازمند تکنولوژی و دانش فنی است و این مهم بدون تنش‌زدایی در روابط سیاسی و اقتصادی با دنیا و در عین حال تلاش جهت عضویت در سازمان جهان تجارت که به بهبود فضای کسب و کار، جذب سرمایه خارجی و تقویت منابع انسانی و مدیریت صنعتی کشور کمک خواهد کرد، میسر نیست

افزایش یافته است. سه غول اینترنتی چین یعنی بایدو، علی بابا و Tencent در حال ساختن یک اکوسیستم دیجیتال قوی جهانی هستند. آسیا دارای سرمایه گسترده‌ای برای حمایت از نوآوری در فناوری و کارآفرینی است. اکنون چین از نظر سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها در رده دوم پس از ایالات متحده قرار دارد. از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۶ چین تقریباً زیر ۲۰ درصد سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر جهان را در اختیار داشت. هند همچنین به سرعت در حال رسیدن به این سطح است و در سال ۲۰۱۸ سه برابر آلمان بودجه برای سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر اختصاص داده است. آسیا اکنون تقریباً نیمی از سرمایه‌گذاری جهانی را به خود اختصاص داده است. اکنون آسیا در زمره منابع برتر جهانی و مقصد سرمایه‌گذاری در زمینه‌هایی مانند واقعیت مجازی، وسایط نقلیه خودران، چاپ سه بعدی، روباتیک، هواپیماهای بدون سرنشین و هوش مصنوعی قرار دارد. چین، توسعه هوش مصنوعی را در اولویت راهبردی خود قرار داده است و در حال حاضر به عنوان یکی از رهبران جهانی در این زمینه رتبه‌بندی می‌شود. کره جنوبی و سنگاپور نیز برای ایجاد قابلیت‌های هوش مصنوعی ابتکار عمل ملی دارند. دانشگاه‌ها و دانشکده‌های فنی سالانه ۲۵۰،۰۰۰ فارغ‌التحصیل با مهارت در هوش مصنوعی دارند. با وجود این شدت در فعالیت و نوآوری، حدود ۲ میلیارد نفر در سراسر منطقه از جمله بسیاری از مناطق روستایی هند، چین و اندونزی، به اینترنت دسترسی ندارند. ایجاد زیرساخت‌های دیجیتالی برای شهرهای کوچک و آنلاین نمودن هرچه بیشتر این بخش از جمعیت آسیا موضوع توسعه توأمان اقتصادی و انسانی است. دولت هند در اقدامی امیدوارکننده که می‌تواند به عنوان الگویی برای سایر کشورهای آسیایی باشد که هنوز در مراحل اولیه سفر دیجیتالی شدن خود هستند، توانسته است بیش از ۱.۲ میلیارد نفر را در یک برنامه هویت دیجیتال بیومتریک ثبت نام کند. این برای اولین بار به بسیاری از افراد هویت حقوقی داده است و این امکان را برای آنها فراهم می‌کند تا دسترسی به بانک، اعتبارات، مزایای دولتی، آموزش و خدمات دیگر را بدست آورند. این نوع ابتکارات می‌تواند روند دیجیتالی شدن را به طور گسترده‌تری در کل اقتصادها تسریع کند.

### نیروی عظیم مصرف‌کنندگان آسیایی، محرک اقتصاد جهانی

طی دو دهه گذشته، فقر جهانی به طرز چشمگیری کاهش یافته و حدود ۱.۲ میلیارد نفر قدرت خرید پیدا کرده‌اند. این یکی از بزرگترین داستان‌های موفقیت‌آمیز اقتصادی در تاریخ است و قاره آسیا در آن نقش به‌سزایی دارد. تحقیقات مک‌کینزی نشان می‌دهد طی دهه آینده نیمی از رشد مصرف در جهان متعلق به آسیا است. این منطقه یکی از مهمترین بازارها برای شرکت‌های بین‌المللی محسوب می‌شود. مصرف‌کنندگان آسیایی مدتهاست که کالاهای لوکس و برندهای خارجی را در اولویت خرید خود قرار داده‌اند. نیمی از رشد مصرف جهان در دهه آینده متعلق به آسیاست، سهم رشد مصرف شهری طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۳۰ در چین ۳۱ درصد، آمریکای شمالی ۲۳ درصد، آمریکای لاتین ۸ درصد، اروپای غربی ۹ درصد،