



اراهکارها و الزامات گسترش تجارت با کشورهای همسایه با تمرکز بر شرایط تحریم

- نام پژوهش: راهکارها و الزامات گسترش تجارت با کشورهای همسایه با تمرکز بر شرایط تحریم | کدشناسایی: ۱۱۱۱۱۰۰۱۰۲۸
- تهیه شده: واحد پژوهش و بررسی های اقتصادی
- انتشارات: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان
- تاریخ انتشار: دی ماه ۱۴۰۰ صاحب امتیاز: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان
- تهیه کننده: سید حسن ملک حسینی
- ناظر علمی: دکتر زهرا زمانی، دکتر مصطفی مبینی دهکردی



کشور اکنون در حال تجربه سخت‌ترین و جامع‌ترین تحریم‌های تاریخ روابط بین‌الملل است. فشار حداکثری که آمریکا از سال ۲۰۱۸ تاکنون علیه کشورمان به اجرا در آورده است، موجب شده تا بسیاری از ظرفیت‌های اقتصادی و تجاری ایران در حوزه خارجی تحت تاثیر قرار بگیرد.

● خلاصه مدیریتی

در ادبیات تجارت بین‌الملل، مراد و ارتباط با همسایگان از جمله مهم‌ترین مباحث مطرح شده است و علاوه بر سهولت در مرادوات تجاری، می‌تواند در پیشبرد اهداف نظامی و امنیتی منطقه نیز کارساز باشد. به عقیده صاحب‌نظران، کشورهایی که از ظرفیت بازارهای منطقه همسایگی خود به خوبی بهره برده‌اند، علاوه بر کاهش هزینه‌های حمل و نقل، توانسته‌اند نفوذ تجاری خود در منطقه را نیز افزایش دهند که این امر توان و قدرت چانه‌زنی در امور سیاسی را نیز به دنبال دارد. با وجود شرایط جغرافیایی و همسایگی با کشورهای منطقه، جمهوری اسلامی ایران از روابط ضعیفی در سطح تجارت برخوردار بوده به طوری که، در بیشتر این کشورها جزء ده شریک اصلی صادرات و واردات آن کشورها محسوب نمی‌شود. تحریم‌های ایالات متحده آمریکا و فرصت ایجادشده در تجارت با کشورهای منطقه، اهمیت توجه به گسترش روابط با همسایگان و حضور در بازارهای منطقه را نسبت به قبل بیشتر کرده است، چراکه با توجه به موقعیت جغرافیایی، ایران ظرفیت بسیار بالایی در دستیابی به بازار کشورهای همسایه را دارد.

کشور اکنون در حال تجربه سخت‌ترین و جامع‌ترین تحریم‌های تاریخ روابط بین‌الملل است. فشار حداکثری که آمریکا از سال ۲۰۱۸ تاکنون علیه کشورمان به اجرا در آورده است، موجب شده تا بسیاری از ظرفیت‌های اقتصادی و تجاری ایران در حوزه خارجی تحت تاثیر قرار بگیرد. محدود شدن میزان فروش نفت خام، سخت شدن دسترسی به سیستم مالی بین‌المللی، محدودیت‌های شدید در مسیر نقل و انتقال ارز به ویژه دلار و بی‌تمایلی برخی شرکای سنتی ایران از سرشاخ شدن با دولت ایالات متحده باعث شده است که روزه‌های خیلی زیادی در تعامل اقتصادی بین ایران و کشورهای جهان باقی نماند. در شرایطی که مسیر تجارت رسمی بسته شده و دور زدن تحریم‌ها سخت است، استفاده از ظرفیت‌های جغرافیایی و برقراری ارتباطات خاص با همسایگان می‌تواند بسیاری از چالش‌ها به‌ویژه در زمینه تأمین

منابع ارزی یا دریافت کالاهای موردنیاز را رفع کند. از این‌رو، بررسی الزامات، راهکارها، موانع پیش‌رو و ضعف‌های ایران برای تجارت با همسایگان به‌عنوان بهترین مقاصد تجاری در شرایط تحریم، ضروری به نظر می‌رسد. از این‌رو، سیاست‌های اقتصادی کشور باید به سمت حمایت از تولید ملی، تنوع‌بخشی به صادرات و تقویت روابط دوجانبه و چندجانبه با کشورهای همسایه سوق داده شود. همچنین باید رویکردی اقتصادی و تجاری در توسعه روابط با کشورهای همسایه اتخاذ شود و با ایجاد زیرساخت‌های لازم و فراهم کردن زمینه‌های مساعد برای برقراری ارتباطات بیشتر بین فعالین اقتصادی و تجاری ایران و کشورهای منطقه و همسایه در جهت گسترش تجارت با کشورهای همسایه گام برداشت.

● مقدمه

تجارت و مسائل پیرامون آن از گذشته تاکنون یکی از مسائل مهم اقتصادی هر کشور بوده و همواره مورد توجه کشورها بوده‌است. ایران به عنوان کشوری واقع در قاره آسیا و منطقه خاورمیانه با کشورهای پاکستان، افغانستان، ترکمنستان، جمهوری آذربایجان، ارمنستان، ترکیه و عراق مرزهای زمینی و با جمهوری آذربایجان، ترکمنستان، روسیه، قزاقستان، امارات، قطر، بحرین، عمان، عربستان و کویت مرز دریایی دارد که می‌تواند با افزایش تجارت، از مزایای همسایگی بهره‌مند شود؛ قطعاً این کشورها با بیش از ۶۰۰ میلیون نفر جمعیت، فرصتی است که نباید سوخت شوند. در ادبیات تجارت بین‌الملل، مراد و ارتباط با همسایگان از جمله مهم‌ترین مباحث مطرح شده است و علاوه بر سهولت در مرادوات تجاری، می‌تواند در پیشبرد اهداف نظامی و امنیتی منطقه نیز کارساز باشد. به عقیده صاحب‌نظران، کشورهایی که از ظرفیت بازارهای منطقه همسایگی خود به خوبی بهره برده‌اند، علاوه بر کاهش هزینه‌های حمل و نقل، توانسته‌اند نفوذ تجاری خود در منطقه را نیز افزایش دهند که این امر توان و قدرت چانه‌زنی در امور سیاسی را نیز به دنبال دارد.





تحریم های ایالات متحده آمریکا و فرصت ایجاد شده در تجارت با کشورهای منطقه، اهمیت توجه به گسترش روابط با همسایگان و حضور در بازارهای منطقه را نسبت به قبل بیشتر کرده است، چراکه با توجه به موقعیت جغرافیایی، ایران ظرفیت بسیار بالایی در دست یابی به بازار کشورهای همسایه را دارد.

همسایگان است. تحریم های ایالات متحده آمریکا و فرصت ایجاد شده در تجارت با کشورهای منطقه، اهمیت توجه به گسترش روابط با همسایگان و حضور در بازارهای منطقه را نسبت به قبل بیشتر کرده است، چراکه با توجه به موقعیت جغرافیایی، ایران ظرفیت بسیار بالایی در دست یابی به بازار کشورهای همسایه را دارد. توسعه صادرات، همواره از اولویت های دولت های گوناگون بوده و از معدود سیاست هایی است که همه جناح ها با هر رویکرد سیاسی به عنوان موتور رشد اقتصادی بر آن تاکید دارند. با توجه به اهمیت بحث رونق تولید داخلی و رشد اقتصادی درون زا که از مؤلفه های کلیدی اقتصاد مقاومتی است، گشودن بازارهای صادراتی به روی تولیدکنندگان ایرانی می تواند منجر به جهشی در حوزه تولید شود و ورود ارز به کشور را رقم بزند. با وجود تحریم های سال های اخیر، اهمیت بحث تولید صادرات محور بیش از پیش آشکار شده و با توجه به ظرفیت های عمیق همکاری های اقتصادی بین ایران و همسایگان، می توان با تکیه بر توان داخلی و سیاست گذاری های صحیح در مسیر توسعه تجارت خارجی گامی مهم در راستای رونق تولید و اقتصاد مقاومتی برداشت.

کشور اکنون در حال تجربه سخت ترین و جامع ترین تحریم های تاریخ روابط بین الملل است. فشار حداکثری که آمریکا از سال ۲۰۱۸ تاکنون علیه کشورمان به اجرا در آورده است، موجب شده تا بسیاری از ظرفیت های اقتصادی و تجاری ایران در حوزه خارجی تحت تاثیر قرار بگیرد. محدود شدن میزان فروش نفت خام، سخت شدن دسترسی به سیستم مالی بین المللی، محدودیت های شدید در مسیر نقل و انتقال ارز به ویژه دلار و بی تمایلی برخی شرکای سنتی ایران از درگیر شدن با دولت ایالات

در حالی که اهمیت روابط تجاری با کشورهای همسایه بر هیچ کس پوشیده نیست، در هشت سال گذشته به وضوح مشاهده شد که به دلیل تمرکز دولت بر ایجاد روابط تجاری با غرب، ظرفیت کشورهای همسایه مورد غفلت واقع شده است و با وجود ظرفیت های بسیار در ۱۵ کشوری که با ایران مرز مشترک دارند، کشور نتوانسته از این ظرفیت ها به خوبی بهره ببرد، به طوری که در سال های گذشته به مرور شاهد کاهش نقش خود در بازار کشورهای منطقه بوده ایم. هیچ کشوری در جهان را نمی توان یافت که با ۱۵ کشور همسایه آبی و خاکی باشد، این موضوع نشان از اهمیت ژئواستراتژیک و ژئواکونومیک ایران در آسیای جنوب غربی دارد. با وجود شرایط جغرافیایی و همسایگی با کشورهای منطقه، جمهوری اسلامی ایران از روابط ضعیفی در سطح تجارت برخوردار بوده به طوری که، در بیشتر این کشورها جزو ده شریک اصلی صادرات و واردات آن کشورها محسوب نمی شود. روابط ایران با این کشورها در سال های اخیر دچار کاهش بوده و ایران نتوانسته جایگاه خود را در بین این کشورها حفظ کند و در طرف مقابل، ترکیه به ارتقای روابط تجاری خود با این کشورها پرداخته است و نتوانسته از جایگاه خوبی در تجارت با این کشورها برخوردار شود. همچنین روابط ایران با عراق و افغانستان به عنوانی دو مقصد اصلی صادراتی ایران نیز آن چنان که باید نبوده است و در مقایسه با تجارت این کشورها با کشوری مثل امارات متحده عربی که از موقعیت ایران برخوردار نمی باشند پایین تر است. به طور کلی، در سال های اخیر مبادلات تجاری ایران با کشورهای همسایه به شدت دچار نوسان بوده، به طوری که بخشی از این نوسانات ناشی از شیوع کرونا، بخشی ناشی از تحریم های ایران و در نهایت ناشی از بحران های داخلی

● شکل ۱. موقعیت ۱۵ کشور همسایه ایران





وضعیت تجارت با همسایگان

از میان کشورهای همسایه و هم‌مرز با کشورمان ۱۲ کشور افغانستان، ارمنستان، جمهوری آذربایجان، بحرین، عراق، کویت، عمان، پاکستان، قطر، ترکمنستان، ترکیه و امارات متحده عربی مقاصد صادراتی کالاهای ایرانی در هفت ماهه نخست سال ۹۹ بودند که بیشترین صادرات به کشور عراق با ۱۷ میلیون و ۶۸۳ هزار و ۴۱۴ تن کالا و به ارزش چهار میلیارد و ۸۵۴ میلیون و ۹۹۲ هزار و ۶۹۳ دلار و سپس به کشورهای امارات با ۸/۵ میلیون تن و ارزش ۲ میلیارد و ۲۷۲ میلیون دلار، ترکیه با ۴ میلیون و ۷۹۴ هزار تن و ارزش یک میلیارد و ۴۸۹ میلیون دلار، افغانستان با ۴ میلیون و ۷۷۷ هزار تن به ارزش یک میلیارد و ۳۲۵ میلیون دلار و پاکستان با یک میلیون و ۲۵۷ هزار تن به ارزش ۴۹۱ میلیون دلار مقاصد مهم صادراتی کشورمان بودند.

کشورمان در این مدت زمانی از ۱۰ کشور همسایه واردات داشته است که میزان واردات آن از حیث حجمی بالغ بر هشت میلیون و ۵۹۲ هزار و ۵۵۰ تن و برابر با ۸ میلیارد و ۹۷ میلیون و ۷۸۶ هزار و ۳۶۵ دلار بوده است که این میزان ۴۴ درصد وزن و ۴۰ درصد ارزش کل واردات کشور را شامل می‌شود. مبادی وارداتی کشورمان از میان همسایگان، امارات، افغانستان، ارمنستان، جمهوری آذربایجان، عراق، عمان، پاکستان، قطر، ترکمنستان و ترکیه هستند که از این میان بیشترین میزان واردات کشورمان از امارات متحده عربی و به میزان ۲ میلیون و ۵۵۹ هزار و ۹۴ تن و برابر با ۴ میلیارد و ۷۲۶ میلیون و ۱۶۸ هزار و ۶۰۶ دلار، ترکیه با ۲ میلیارد و ۲۳۴ میلیون دلار و روسیه با ۶۷۱ میلیون دلار بودند. به‌طور کلی، نگاهی به یک دهه تجارت خارجی ایران نشان می‌دهد پایین‌ترین ارزش تجاری به سال ۱۳۹۹ مربوط می‌شود. تحلیل آمار نشان می‌دهد بالاترین ارزش تجاری ایران در ابتدای دهه ۹۰ ثبت شده و بررسی شرکای تجاری ایران از سال ۹۰ تا سال ۹۹ حکایت از آن دارد که سکوی اول صادرات و واردات در اختیار کشورهای محدودی بوده که مهم‌ترین آنها چین و امارات هستند. روند تجارت خارجی کشور از سال ۹۰ تا ۹۹ حکایت از آن دارد که پس از توافق برجام در میانه این دهه،

متحده باعث شده است که روزه‌های خیلی زیادی در تعامل اقتصادی بین ایران و کشورهای جهان باقی نماند. در شرایطی که مسیر تجارت رسمی بسته شده و دور زدن تحریم‌ها سخت است، استفاده از ظرفیت‌های جغرافیایی و برقراری ارتباطات خاص با همسایگان می‌تواند بسیاری از چالش‌ها به‌ویژه در زمینه تأمین منابع ارزی یا دریافت کالاهای مورد نیاز را رفع کند. از این‌رو، بررسی الزامات، راهکارها، موانع پیش‌رو و ضعف‌های ایران برای تجارت با همسایگان به‌عنوان بهترین مقاصد تجاری در شرایط تحریم، ضروری به‌نظر می‌رسد. بر همین اساس، در گزارش حاضر با هدف بررسی راهکارها و الزامات گسترش تجارت با کشورهای همسایه، ابتدا ضمن بررسی کشورهای همسایه ایران، وضعیت فعلی تجارت ایران با کشورهای همسایه مورد بررسی قرار می‌گیرد، در ادامه اهمیت و مزایای تجارت با همسایگان تحلیل شده و ضمن بررسی ضعف‌ها و کاستی‌های ایران و نیز موانع پیش‌روی آن برای تجارت با همسایگان، نقش تجارت با کشورهای همسایه در شرایط تحریم بررسی می‌شود. در نهایت جمع‌بندی و نتیجه‌گیری شده و راهکارهایی نیز ارائه خواهد شد.

همسایگان ایران

همان‌طور که گفته شد، جمهوری اسلامی ایران در مجموع با ۱۵ کشور دارای مرزهای خاکی و آبی است. هفت کشور پاکستان، افغانستان، ترکیه، عراق، ارمنستان، آذربایجان و ترکمنستان با جمهوری اسلامی ایران مرز خاکی دارند. همچنین کویت، قطر، امارات متحده عربی، بحرین، عمان، عربستان، روسیه و قزاقستان هشت کشور هستند که از طریق خلیج فارس، دریای عمان و دریای خزر با کشورمان همسایه به‌شمار می‌روند. در میان ۱۵ کشور فوق دو کشور روسیه و ترکیه از نظر سطح رفاه، امکانات سرزمینی و منابع مالی یا توانایی‌های صنعتی و اقتصادی وضعیتی فراتر از سطح منطقه را دارند و تاحدودی در تأمین نیازهای داخلی خود خودکفا هستند؛ دیگر کشورها هر یک به‌نوعی به منابع اولیه یا تولیدات دیگر کشورها محتاج بوده و مجبور هستند نیازهای خود را از طریق واردات تأمین کنند. شکل زیر موقعیت پانزده کشور همسایه ایران را نشان می‌دهد.



در خصوص واردات از کشورهای همسایه نیز از مجموع واردات ۲۳ میلیون و ۵۸۰ هزار و ۶۵۸ تنی کالا به ارزش ۲۷ میلیارد و ۷۳۸ میلیون و ۶۲۳ هزار و ۲۴۲ دلاری کشور در هفت ماهه نخست، ۱۳ میلیون و ۵۸۰ هزار و ۶۵۸ تن کالا به ارزش ۱۳ میلیارد و ۵۳۶ میلیون و ۵۲۴ هزار و ۸۵۱ دلار مربوط به واردات از کشورهای دارای مرز زمینی و دریایی با ایران بوده است. که ۵۸ درصد وزن و ۴۹ درصد ارزش کل واردات را شامل می‌شود.

هزار و ۹۸۱ تن به ارزش یک میلیارد و ۱۲۵ میلیون و ۵۰۱ هزار و ۹۵۵ دلار و پاکستان با یک میلیون و ۵۹۰ هزار و ۳۲۹ تن به ارزش ۶۵۵ میلیون و ۱۵۴ هزار و ۹۳۰ دلار، پنج مقصد اول صادرات کالاهای ایرانی به همسایگان بود. همچنین عمان با ۳۲۷ میلیون و ۴۲ هزار و ۴۸۴ دلار، روسیه با ۳۱۷ میلیون و ۳۵۸ هزار و ۵۳۹ دلار، آذربایجان با ۲۷۲ میلیون و ۹۵۸ هزار و ۳۷۲ دلار، ارمنستان با ۱۸۰ میلیون و ۴۲۵ هزار و ۷۶۵ دلار، ترکمنستان با ۱۷۴ میلیون و ۱۶۳ هزار و ۸۹ دلار، قزاقستان با ۹۵ میلیون و ۲۰۹ هزار و ۷۶۵ دلار، قطر با ۸۵ میلیون و ۳۷ هزار و ۳۲ دلار، کویت با ۷۶ میلیون و ۲۴۶ هزار و ۶۶۹ دلار، بحرین با چهار میلیون و ۱۳۸ هزار و ۲۴۷ دلار و عربستان سعودی با ۴۱ هزار و ۱۸ دلار به ترتیب مقاصد ۱۵ گانه صادرات کشور به همسایگان در هفت ماهه سال ۱۴۰۰ بوده‌اند.

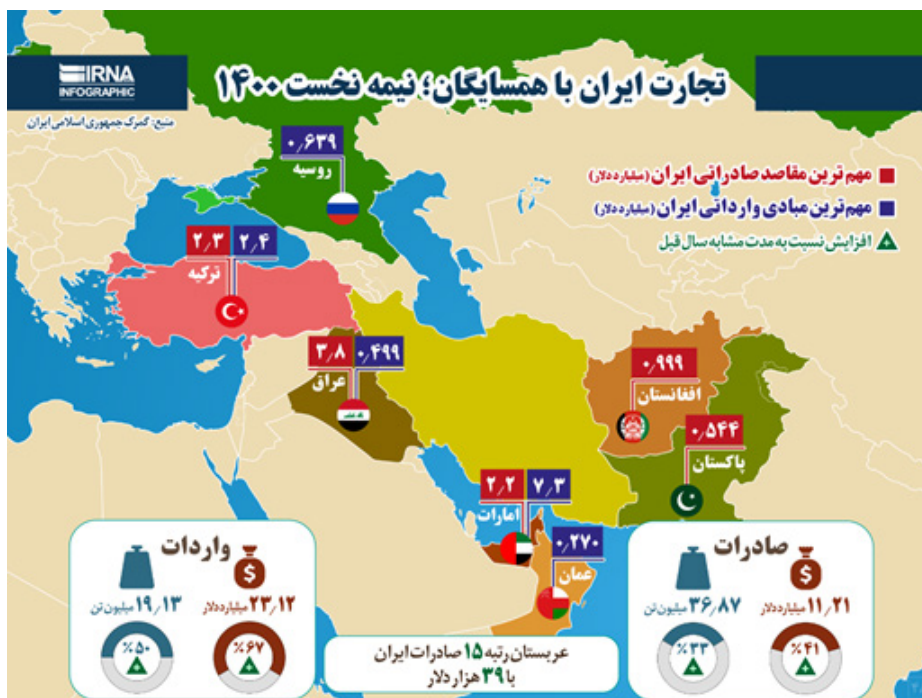
در خصوص واردات از کشورهای همسایه نیز از مجموع واردات ۲۳ میلیون و ۵۸۰ هزار و ۶۵۸ تنی کالا به ارزش ۲۷ میلیارد و ۷۳۸ میلیون و ۶۲۳ هزار و ۲۴۲ دلاری کشور در هفت ماهه نخست، ۱۳ میلیون و ۵۸۰ هزار و ۶۵۸ تن کالا به ارزش ۱۳ میلیارد و ۵۳۶ میلیون و ۵۲۴ هزار و ۸۵۱ دلار مربوط به واردات از کشورهای دارای مرز زمینی و دریایی با ایران بوده است که ۵۸ درصد وزن و ۴۹ درصد ارزش کل واردات را شامل می‌شود. در این بین، امارات با فروش شش میلیون و ۸۶۹ هزار و ۸۸۱ تن کالا به ارزش هشت میلیارد و ۵۹۵ میلیون و ۵۲۰ هزار و ۹۲۷ دلار در صدر کشورهای طرف معامله با ایران قرار دارد که بیش از ۵۰ درصد وزن و ۶۳ درصد ارزش کالاهای وارداتی به کشور از همسایگان را به خود اختصاص داده است. بعد از امارات، ترکیه با فروش دو میلیون و ۴۹۹ هزار و ۷۲۱ تن به ارزش دو میلیارد و ۸۶۱ میلیون و ۳۵۲ هزار و ۶۷۱ دلار، روسیه با یک میلیون و ۸۶۳ هزار و ۳۳۳ تن به ارزش ۸۵۲ میلیون و ۸۱۵ هزار و ۹۰۴ دلار، عراق با یک میلیون و ۳۵۲ هزار و ۴۳۸ تن به ارزش ۶۳۰ میلیون و ۳۲۸ هزار و ۲۱۷ دلار و عمان با ۶۴۱ هزار و ۲۲۵ تن به ارزش ۳۰۳ میلیون و ۹۱۹ هزار و ۳۱۰ دلار در صدر فروش کالا به ایران در میان همسایگان قرار دارند. در مورد واردات از سایر کشورهای همسایه نیز پاکستان با ۱۶۹ میلیون و ۶۰۲ هزار و ۸۵۰

شاهد رشد تجارت خارجی بوده‌ایم اما پس از خروج یک‌جانبه ترامپ از برجام حجم تجارت خارجی با افت مواجه شد و در سال ۱۳۹۹ به کمترین میزان ارزشی رسید. آنچه روند نزولی تجارت خارجی را در سال‌های ۹۷، ۹۸ و ۹۹ رقم زده است، به جز خروج آمریکا از برجام، خودتحریمی و سیاست‌های داخلی نادرست از جمله تخصیص دلار ۴۲۰۰ تومانی و صدور بخشنامه‌های متعدد بوده است و همین امر نیز تاثیر تحریم‌ها را بر واردات و صادرات دوچندان کرده است. طی ۱۲ ماهه سال ۹۹ حجم تجارت خارجی ایران با همسایگان ۳۶ میلیارد و ۵۰۲ میلیون و ۳۱۵ هزار و ۸۶۹ دلار بوده که از این میزان سهم صادرات محصولات ایران به کشورهای همسایه برابر با ۲۰ میلیارد و ۳۵۷ میلیون و ۴۵۵ هزار و ۲۱۳ دلار بود که ۶۰ درصد وزن و ۵۸ درصد ارزش کل صادرات غیرنفتی ایران به جهان را شامل می‌شود. در سال ۹۹ نزدیک به ۱۶ میلیارد و ۱۴۵ میلیون دلار از کشورهای ۱۵ گانه همسایه کالا وارد کشور شده است که ۴۳/۵ درصد وزن و ۳۶/۵ درصد کل واردات کل از کشورهای جهان را تشکیل می‌دهد.

در هفت ماهه نخست سال جاری نیز از مجموع تجارت ۹۸ میلیون و ۶۸۷ هزار و ۵۸۱ تنی کشور به ارزش ۵۴ میلیارد و ۸۱۲ میلیون و ۴۵۰ هزار و ۴۹۰ دلار، ۶۱ میلیون و ۴۶۵ هزار و ۹۶۴ تن به ارزش ۲۸ میلیارد و ۳۱۹ میلیون و ۲۶۱ هزار و ۳۰۵ دلار، مربوط به تبادل کالا با ۱۵ کشور همسایه بوده که ۶۲ درصد وزن و ۵۲ درصد ارزش کل تجارت را به خود اختصاص داده است؛ در این مدت ۴۷ میلیون و ۸۸۵ هزار و ۳۰۶ تن کالا به ارزش ۱۴ میلیارد و ۷۸۲ میلیون و ۷۳۶ هزار و ۴۵۴ دلار به ۱۵ کشور همسایه صادر شد که ۶۴ درصد وزن و ۵۵ درصد ارزش کل صادرات هفت ماهه کشور بوده است. در رابطه با میزان صادرات به کشورهای همسایه، عراق با ۱۹ میلیون و ۷۴۰ هزار و ۲۰۸ تن به ارزش پنج میلیارد و ۴۸۲ میلیون و ۶۲۰ هزار و ۲۹۳ دلار، ترکیه با ۱۰ میلیون و ۹۹۵ هزار و ۵۵۶ تن به ارزش سه میلیارد و ۳۹۷ میلیون و ۲۷۸ هزار و ۲۵۰ دلار، امارات با شش میلیون و ۶۰۱ هزار و ۵۸۹ تن به ارزش دو میلیارد و ۵۸۹ میلیون و ۵۶۰ هزار و ۴۸ دلار، افغانستان با دو میلیون و ۷۸۹

راهکارها و الزامات گسترش تجارت با کشورهای همسایه با تمرکز بر شرایط تحریم | دی ماه ۱۴۰۰

● شکل ۲. تجارت با همسایگان: نیمه نخست ۱۴۰۰



● جدول ۱. وضعیت تجارت ایران با همسایگان در هشت ماهه اول سال ۱۴۰۰ بر حسب ارزش (میلیون دلار)

| ردیف | کشور | صادرات ایران به هر کشور (میلیون دلار) | واردات ایران از هر کشور (میلیون دلار) | تراز تجاری (میلیون دلار) |
|-------|-----------|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|
| ۱ | امارات | ۳۶/۲۹۳۵ | ۱/۱۰۰۷۷ | -۷۴/۷۱۴۱ |
| ۲ | ترکیه | ۷/۳۷۶۷ | ۳۲۴۳ | ۷/۵۲۴ |
| ۳ | روسیه | ۶/۳۶۹ | ۹/۱۰۰۳ | -۳/۶۳۴ |
| ۴ | عمان | ۲/۳۶۳ | ۷/۳۵۵ | ۵/۷ |
| ۵ | پاکستان | ۳/۷۶۴ | ۱۸۲ | ۳/۵۸۲ |
| ۶ | قزاقستان | ۷/۱۱۲ | ۶۲/۳۷ | -۰۸/۷۵ |
| ۷ | عراق | ۶/۱۳۳ | ۸/۷۰۶ | ۲/۵۴۲۶ |
| ۸ | آذربایجان | ۸/۳۳۵ | ۱۹/۲۹ | ۶۱/۳۰۶ |
| ۹ | افغانستان | ۶/۱۲۷۰ | ۳۵/۱۱ | ۲۵/۱۲۵۹ |
| ۱۰ | قطر | ۲/۹۷ | ۶/۶ | ۶/۹۰ |
| ۱۱ | ترکمنستان | ۲۰۷ | ۹۵/۲۲ | -۰۵/۱۸۴ |
| ۱۲ | بحرین | ۸/۴ | ۲۹/۱ | ۵۱/۳ |
| ۱۳ | کویت | ۳/۹۱ | ۲۴/۸ | -۰۶/۸۳ |
| ۱۴ | ارمنستان | ۶/۲۱۰ | ۱۶ | ۶/۱۹۴ |
| مجموع | | ۱۶/۱۶۶۶۳ | ۷۴/۱۵۷۰۱ | ۴۲/۹۶۱ |

● منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

راهکارها و الزامات گسترش تجارت با کشورهای همسایه با تمرکز بر شرایط تحریم | دی ماه ۱۴۰۰

رتبه کلی کشورهای همسایه ایران در میان ۱۴۳ مقصد صادراتی آن نیز در جدول (۳) ارائه شده است که نشان می‌دهد از تمامی ظرفیت بازارهای همه کشورهای همسایه به‌خوبی استفاده نشده است.

همچنین، در میان ۱۴۳ کشور فروشنده کالا به ایران، امارات در رتبه یک قرار دارد. رتبه سایر همسایگان نیز در جدول (۴) ارائه شده است.

لازم به ذکر است که سیاست‌گذاران کشور در سال‌های گذشته همواره ساده‌ترین راه‌حل مشکل درآمدی کشور را که فروش نفت و مواد خام دیگر است، دنبال کرده‌اند و به دیگر امور توجه زیادی نکرده‌اند. این در حالی است که باید از دیگر ظرفیت‌ها و قابلیت‌های کشور (هم در داخل و هم در اطراف خودمان) بهره جست. ایران در سال‌های اخیر کمترین تعامل اقتصادی منطقه‌ای را دارد و از مزایای آن محروم مانده است. ۱۵ کشور همسایه ایران، امارات متحده عربی، ترکیه، روسیه، عربستان،

دولار، قزاقستان با ۳۴ میلیون و ۵۳۳ هزار و ۹۴۶ دلار، آذربایجان با ۷ میلیون و ۴۲ هزار و ۸۷۱ دلار، ترکمنستان با ۲۲ میلیون و ۸۳ هزار و ۹۴۷ دلار، ارمنستان با ۱۵ میلیون و ۲۱۸ هزار و ۲۹۲ دلار، افغانستان با ۹ میلیون و ۳۵۴ هزار و ۵۰۰ دلار، کویت با هفت میلیون و ۳۶۶ هزار و ۸۵۳ دلار، قطر با ۶ میلیون و ۸۷ هزار و ۱۴۱ دلار و بحرین با یک میلیون و ۲۹۷ هزار و ۴۲۲ دلار قرار دارند و عربستان نیز فروش کالایی در هفت ماه گذشته به ایران نداشته است. شکل (۲) نحوه تجارت ایران با همسایگان در نیمه نخست ۱۴۰۰ را نشان می‌دهد.

جدول (۱) وضعیت تجارت ایران با همسایگان در هشت ماهه اول سال ۱۴۰۰ بر حسب ارزش (میلیون دلار) را نشان می‌دهد. جدول (۲) نیز صادرات ایران به ۱۵ کشور همسایه طی ۱۱ سال گذشته را نشان می‌دهد. آمار سال ۹۸ نسبت به ۹۷، نشان می‌دهد که صادرات ایران به جز کشورهای روسیه، عراق و آذربایجان، در سایر موارد دچار کاهش شده است.

● جدول ۲. وضعیت صادرات ایران به ۱۵ کشور همسایه در ۱۱ سال اخیر (هزار دلار)

| سال و کشور | ترکیه | امارات | روسیه | پاکستان | عمان | عراق | قزاقستان | کویت |
|------------|-------|--------|-------|---------|------|------|----------|--------|
| ۱۳۸۸ | ۵۸۹ | ۲۸۷۵ | ۳۳۳ | ۴۳۰ | ۷۷ | ۴۱۰۹ | ۵۷ | ۱۳۶ |
| ۱۳۸۹ | ۱۰۵۶ | ۳۲۹۲ | ۳۳۱ | ۵۵۱ | ۱۰۷ | ۴۵۳۹ | ۶۵ | ۹۴ |
| ۱۳۹۰ | ۱۴۳۳ | ۴۵۸۵ | ۳۷۱ | ۶۲۱ | ۱۰۰ | ۵۱۵۰ | ۸۴ | ۱۳۶ |
| ۱۳۹۱ | ۱۴۷۷ | ۳۵۳۲ | ۴۹۹ | ۷۳۶ | ۱۷۷ | ۶۲۴۹ | ۱۳۵ | ۹۵ |
| ۱۳۹۲ | ۱۶۴۰ | ۳۵۵۹ | ۳۱۷ | ۶۴۲ | ۱۴۶ | ۵۹۴۹ | ۲۱۰ | ۹۸ |
| ۱۳۹۳ | ۱۹۳۰ | ۳۷۶۷ | ۲۸۶ | ۹۴۱ | ۳۰۵ | ۶۲۳۲ | ۲۰۵ | ۱۷۸ |
| ۱۳۹۴ | ۱۳۱۵ | ۴۸۹۴ | ۱۷۴ | ۶۳۹ | ۳۷۶ | ۶۲۳۷ | ۱۳۸ | ۲۳۸ |
| ۱۳۹۵ | ۳۱۹۵ | ۷۳۷۲ | ۲۱۹ | ۷۹۵ | ۵۴۴ | ۶۱۱۰ | ۱۷۳ | ۱۸۷ |
| ۱۳۹۶ | ۳۹۹۰ | ۶۶۹۶ | ۲۸۶ | ۹۳۰ | ۵۲۱ | ۶۴۲۵ | ۱۶۸ | ۲۴۸ |
| ۱۳۹۷ | ۶۹۳۱ | ۵۹۸۶ | ۲۸۱ | ۱۲۴۷ | ۷۲۹ | ۸۹۶۱ | ۱۳۱ | ۲۵۳ |
| ۱۳۹۸ | ۳۲۷۱ | ۴۵۰۱ | ۴۵۸ | ۱۱۰۸ | ۵۲۷ | ۹۰۲۱ | ۸۱ | ۱۸۶ |
| ۱۳۸۸ | ۳۷۲ | ۱۰۰۲ | ۶۵ | ۳۴۶ | ۲۵ | ۱۰۳ | ۱۷۷ | ۲۳.۹۴۱ |
| ۱۳۸۹ | ۳۷۵ | ۱۳۶۲ | ۷۳ | ۴۰۰ | ۲۸ | ۱۱۳ | ۷۶ | ۱۲.۴۶۷ |
| ۱۳۹۰ | ۴۲۵ | ۲۱۷۹ | ۷۷ | ۵۲۶ | ۹ | ۱۰۷ | ۱۰۹ | ۲۸.۷۹۴ |
| ۱۳۹۱ | ۴۹۳ | ۲۸۷۹ | ۸۵ | ۷۴۹ | ۳۰ | ۱۲۲ | ۱۱۵ | ۲۴.۰۳۶ |
| ۱۳۹۲ | ۴۵۶ | ۲۸۷۴ | ۹۷ | ۸۵۹ | ۱۱ | ۱۰۶ | ۹۰ | ۲۳.۷۶۹ |
| ۱۳۹۳ | ۴۲۰ | ۲۴۱۷ | ۸۹ | ۹۷۳ | ۱۰ | ۱۱۹ | ۱۵۸ | ۲۵.۲۳۳ |
| ۱۳۹۴ | ۲۳۳ | ۲۵۸۲ | ۱۴۷ | ۷۷۱ | ۱۰ | ۱۰۲ | ۱۳۴ | ۲۰.۲۲۲ |
| ۱۳۹۵ | ۳۵۸ | ۲۴۵۶ | ۱۰۳ | ۵۴۷ | ۱۱ | ۱۷۹ | ۲۳/۰ | ۲۰.۵۶۶ |
| ۱۳۹۶ | ۳۲۴ | ۲۷۹۱ | ۲۴۸ | ۴۱۸ | ۱۲ | ۲۰۶ | ۸۱/۰ | ۲۴.۷۴۸ |
| ۱۳۹۷ | ۴۱۱ | ۲۹۲۷ | ۲۲۵ | ۴۰۰ | ۱۲ | ۱۵۹ | ۱/۰ | ۲۷.۱۶۸ |
| ۱۳۹۸ | ۴۵۳ | ۲۳۶۱ | ۲۳۴ | ۳۵۰ | ۱۰ | ۳۲۴ | ۰ | ۲۲.۸۸۵ |

● منبع: خبرگزاری صدا و سیما (www.iribnews.ir)



سیاست‌گذاران کشور در سال‌های گذشته همواره ساده‌ترین راه‌حل مشکل درآمدی کشور را که فروش نفت و مواد خام دیگر است، دنبال کرده‌اند و به دیگر امور توجه زیادی نکرده‌اند. این در حالی است که باید از دیگر ظرفیت‌ها و قابلیت‌های کشور (هم در داخل و هم در اطراف خودمان) بهره جست.

راهکارها و الزامات گسترش تجارت با کشورهای همسایه با تمرکز بر شرایط تحریم | دی ماه ۱۴۰۰

● جدول ۳. رتبه‌بندی کشورهای همسایه از بین ۱۴۳ مقصد صادراتی کشور

| رتبه از میان ۱۴۳ کشور | کشور | ردیف |
|-----------------------|-----------|------|
| ۲ | عراق | ۱ |
| ۳ | ترکیه | ۲ |
| ۴ | امارات | ۳ |
| ۵ | افغانستان | ۴ |
| ۷ | پاکستان | ۵ |
| ۱۰ | عمان | ۶ |
| ۱۱ | روسیه | ۷ |
| ۱۲ | آذربایجان | ۸ |
| ۱۵ | ارمنستان | ۹ |
| ۱۶ | ترکمنستان | ۱۰ |
| ۲۲ | قزاقستان | ۱۱ |
| ۲۳ | قطر | ۱۲ |
| ۲۶ | کویت | ۱۳ |
| ۷۰ | بحرین | ۱۴ |
| ۱۲۱ | عربستان | ۱۵ |

● منبع: خبرگزاری ایما (www.imna.ir)

● جدول ۴. رتبه‌بندی کشورهای همسایه از بین ۱۴۳ کشور فروشنده کالا به ایران

| رتبه از میان ۱۴۳ کشور | کشور | ردیف |
|-----------------------|-----------|------|
| ۱ | امارات | ۱ |
| ۳ | ترکیه | ۲ |
| ۶ | روسیه | ۳ |
| ۹ | عراق | ۴ |
| ۱۲ | عمان | ۵ |
| ۲۰ | پاکستان | ۶ |
| ۳۷ | قزاقستان | ۷ |
| ۳۹ | آذربایجان | ۸ |
| ۴۳ | ترکمنستان | ۹ |
| ۴۸ | ارمنستان | ۱۰ |
| ۵۸ | افغانستان | ۱۱ |
| ۶۰ | کویت | ۱۲ |
| ۶۲ | قطر | ۱۳ |
| ۷۹ | بحرین | ۱۴ |

● منبع: خبرگزاری ایسنا (www.isna.ir)

راهکارها و الزامات گسترش تجارت با کشورهای همسایه با تمرکز بر شرایط تحریم | دی ماه ۱۴۰۰

از کشورهای مختلف جهان از جمله چین (۲۸/۶۴ درصد)، ترکیه (۲۴/۲۷ درصد)، هند (۶ درصد)، کره جنوبی (۵/۸۸ درصد)، آمریکا (۴ درصد)، آلمان (۳ درصد)، عربستان، برزیل و ایتالیا (۲ درصد) صورت می‌گیرد. کشور ما از ظرفیت بالای صادراتی برای کشورهای منطقه برخوردار است که تا کنون از آن غفلت کرده و ظرفیت‌ها را به‌نحو قابل توجهی فعال نکرده، به‌عنوان نمونه کشور ما با کشور پاکستان با مرزهای گسترده در همسایگی ایران و ظرفیت‌های قابل توجه در خوشبینانه‌ترین حالت حدود ۱/۵ میلیارد دلار تجارت خارجی دارد، با اینکه این رقم تا سال ۲۰۲۵ قرار است به ۵ میلیارد دلار افزایش یابد، که هم‌چنان عدد بالایی برای تجارت با پاکستان محسوب نمی‌شود. هم‌چنین طبق مطالعات انجام شده، بازیگران اصلی در صادرات محصولات دانش‌بنیان به عراق، اروپا و آمریکا، چین، کره جنوبی، برزیل، هند، مالزی، ژاپن هستند. در حالی که میزان کل صادرات محصولات دانش‌بنیان ایران از یک میلیارد دلار تجاوز نمی‌کند.

پاکستان، عراق، قطر، کویت، قزاقستان، عمان، بحرین، جمهوری آذربایجان، افغانستان، ترکمنستان و ارمنستان» با دارا بودن ۵۶۰ میلیون نفر جمعیت، با ۱/۰۲ تریلیون دلار واردات، حدود ۶/۳ درصد از حجم ۱۶ تریلیون دلاری واردات جهان را به خود اختصاص داده‌اند. در حالی که ایران با ۲۳/۲ میلیارد دلار صادرات به این ۱۵ کشور همسایه، تنها ۲/۱۳ درصد از این بازار بزرگ را در اختیار دارد. دو کشور امارات متحده عربی و ترکیه بیشترین نفوذ را در میان کشورهای منطقه ای در بازار ایران داشته‌اند و سهم سایر کشورهای منطقه کمتر از ۰/۵ درصد بوده است. یکی از ظرفیت‌های گسترده کشور در بحث اقتصادی، توسعه تبادلات تجاری با ۱۵ کشور پیرامون و همسایه است، به‌طوری که فقط تنها در عراق زمینه‌های سرمایه‌گذاری زیرساختی زیادی برای ورود بخش خصوصی کشورمان به خصوص صنعت ساختمان‌سازی دارد، اگرچه موانعی نیز در این امر وجود دارد که باید آنها را نیز از طریق دیپلماسی اقتصادی حل کرد. در حال حاضر و براساس داده‌های جهانی، بیشترین میزان واردات عراق

● جدول ۵. فرصت‌های بازار برخی از کشورهای همسایه برای ایران

| کشور | فرصت‌های بازار کشور برای ایران: |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| روسیه | روسیه یکی از بازارهای مصرف لاستیک و همچنین یکی از پرمصرفترین بازارهای لاستیک ماشینهای سنگین می‌باشد. چون بسیار وسیع بوده و تولید کننده غلات است و تمام غلات نیز با ماشینهای سنگین جابه‌جا میشود. از طرفی در روسیه، اختلاف دمای بین تابستان و زمستان بسیار بالاست و لاستیکها زود فرسوده می‌شوند. بنا بر آمار رسمی سایت oec.world ، ایران در بسیاری از کالاهای وارداتی روسیه دارای مزیت رقابتی است. دو کارخانه بزرگ خودروسازی در ایران وجود دارد و قطعه‌سازان بسیاری در کشور ما فعال هستند و از آنجا که ۱۰ درصد واردات روسیه خودرو و لوازم آن می‌باشد، فرصت بسیار مناسبی برای کارخانه‌های خودرو و قطعات ما که در حال حاضر درگیر مشکلات عدم تقاضای بازار در داخل می‌باشند، ایجاد می‌کند. ۴ درصد واردات روسیه را محصولات دارویی تشکیل می‌دهد. طبعاً این حوزه نیز با توجه به این که ۹۵ درصد محصولات دارویی ما تولید داخل است، می‌توانیم از فرصت‌های این حوزه استفاده کرده و شرکت‌های دارویی ما برای گسترش بازارهای خود می‌توانند از فرصت بازار روسیه استفاده کنند. |
| عراق | عراق یک منبع ارزآور برای تولیدکنندگان ایرانی است و صادرات کالا به این کشور در رتبه اول قرار دارد. این کشور بیش از ۹۰ درصد کالاهای موردنیاز خود را از طریق واردات تأمین می‌کند و همین مسأله این کشور را به یکی از مقاصد اصلی صادرات ایران تبدیل کرده است. از دیگر عوامل مؤثر در ایجاد فرصت‌های تجاری میان دو کشور می‌توان به مواردی همچون نزدیکی موقعیت مکانی دو کشور، وجود گذرگاه‌های مرزی متعدد و بازارچه‌های مرزی مشترک و مناطق آزاد تجاری میان دو کشور نام برد. |
| ترکمنستان | ترکمنستان از سایر کشورها برای ایران به دلیل هم مرزی بیش از ۹۹۲ کیلومتری، اهمیت بیشتری دارد. همچنین، اشتراک فرهنگی، قومی، زبانی، دینی، تاریخی، منافع اقتصادی و همسایگی که هر یک به تنهایی کافی است تا زمینه‌ساز قویترین ارتباطات بین دولت‌ها باشد، در روابط ایران و ترکمنستان دیده می‌شود. ریشه‌های تاریخی و فرهنگی و مسلمان بودن اکثریت جمعیت این کشور، ظرفیت‌های اقتصادی این کشور بخصوص در بخش نفت و گاز، عضویت ترکمنستان در سازمان همکاری‌های ا.ک.و و اهمیت این سازمان برای ایران را نیز می‌توان از دلایل اهمیت این کشور در سیاست خارجی ایران شمرد. |
| ترکیه | ترکیه هفدهمین اقتصاد بزرگ جهان و مرز بین خاورمیانه و اروپا به حساب می‌آید و یک پل طبیعی اقتصادی برای این دو قاره محسوب می‌شود که به دلیل موقعیت جغرافیایی خوبی که دارد، یکی از بهترین کشورها برای تجارت می‌باشد. کشور ایران به دلیل ارتباط دوستانه‌ای که با کشور ترکیه دارد، فرصت‌های زیادی برای صادرات کالا و محصولات خود به این کشور دارد و همچنین اینکه کالاهای زیادی در ایران تولید می‌شوند که کشور ترکیه تمایل زیادی برای خرید آن دارند بنابراین تولیدکنندگان داخلی، تجار و شرکت‌های تجاری باید مواظب باشند فرصت‌های صادرات به ترکیه را از دست ندهند و بتوانند محصولات خود را با بهترین قیمت و مزایا به این کشور صادر کنند. |

| کشور | فرصت‌های بازار کشور برای ایران: |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| پاکستان | پاکستان به‌عنوان یکی از کشورهای همسایه ایران، با ۹۱۰ کیلومتر مرز خشکی که پس از عراق دارای طولانی‌ترین مرز مشترک با ایران است، هنوز برای بسیاری از مردم ایران به‌ویژه فعالان اقتصادی و تاجران مورد شناسایی قرار نگرفته و متأسفانه تصویری که از این کشور در اذهان نقش بسته با واقعیت موجود کاملاً متفاوت است؛ بنابراین توجه چندانی به بازاریابی و صادرات کالا به این کشور نمی‌شود. پاکستان حدود ۲۰۰ میلیون جمعیت دارد و می‌تواند بازار خوبی برای تولیدات و صنایع ایران و حتی در حوزه واردات باشد؛ اگر مانند مبادلات مالی تجاری که با ترکیه و عراق داریم؛ در حوزه شبه‌قاره و پاکستان متمرکز شویم می‌تواند فرصت‌های خوبی را به لحاظ اقتصادی برای دو کشور ایجاد کند. همچنین از آنجایی که دو کشور در بخشی از مسائل مشترک و دارای پیشینه تاریخی هستند، به هر میزان همکاری و ارتباط به لحاظ سیاسی، اقتصادی، امنیتی، فرهنگی و نظامی ارتباط گسترده‌تر و عمیق‌تر باشد به دو نفع هر دو کشور خواهد بود. |
| ارمنستان | ارمنستان جز کشورهای اتحادیه اوراسیا است که می‌تواند به‌عنوان مسیر حمل و نقل کالاهای ایرانی به روسیه و با توجه به تحریم‌ها، حتی به کشورهای اروپایی مد نظر قرار گیرد. همچنین با توجه به اینکه تعرفه تجاری ارمنستان با کشورهایمانند کانادا چهار درصد است، می‌توان از این شرایط برای عرضه کالاهای ایرانی به دیگر کشورها و حضور در بازار آمریکای شمالی بهره برد. |
| کویت | نزدیکی جغرافیایی، وجود بنادر مختلف در دو طرف، آرامش و ثبات در اقتصاد کویت و ارتباط با تجار جهانی از طریق این کشور، از جمله عواملی است که می‌تواند زمینه ساز صادرات به کویت برای تجار ایرانی باشد. به طور کلی، دسترسی به آب‌های آزاد بین‌المللی و موقعیت جغرافیایی بسیار ممتاز، کویت را به یک مرکز بسیار مهم جهت فعالیت تجار و بازرگانان تبدیل کرده است. |
| عمان | از طریق عمان می‌توان به بازار کشورهای خوبی که رابطه سیاسی خوبی با ما نداشته، اما بازارهای مصرف بسیار خوبی برای کالاهای ایرانی هستند، دست یافت. همچنین می‌توان از طریق عمان، به کشورهای مصرف‌کننده‌های نظیر یمن و کشورهای آفریقایی دست یافت و بازارهای جدیدی در این کشورها ایجاد کرد. یمن با ۲۸ میلیون نفر جمعیت، بازار بسیار مناسبی برای کالاهای ایرانی است، در حال حاضر ما به‌احتیاج این کشور از طریق بندر صلاله و مرز عمان در این منطقه به یمن وارد می‌شود، از طرف دیگر به دلیل وضعیت اقتصادی کشورهای آفریقایی این کشورها اقدام به خریدهای مدت دار می‌کنند که عمان یک رابطه تاریخی تجاری با کشورهای آفریقایی دارد که می‌توان از تجار عمانی در این خصوص استفاده کرد و نقش عمان به‌عنوان یک پایگاه جهت صادرات مجدد کالاهای ایرانی به این کشورها را بسیار با اهمیت می‌کند. از طرف دیگر، عمان قرارداد تجارت آزاد (FTA) با ۱۶ کشور عربی - آفریقایی و چهار کشور اروپایی، سنگاپور و آمریکا دارد که به موجب این قرارداد، کالاها با گواهی مبدا عمان می‌تواند با تعرفه گمرکی صفر به این کشورها صادر شود و با توجه به تعرفه گمرکی بالای بسیاری از این کشورها، ما می‌توانیم کالاهای خود را در صورت ایجاد ۳۰ درصد ارزش افزوده در مناطق آزاد عمان، به کالاهای عمانی تغییر داده و گواهی مبدا عمان را دریافت نموده و به این کشورها صادر کنیم. |

● جدول ۵. فرصت‌های بازار برخی از کشورهای همسایه برای ایران

چندان رضایت بخش نیست. همه موارد ذکر شده نشان می‌دهند که ظرفیت‌های بالایی در تجارت خارجی ایران با کشورهای همسایه نادیده گرفته شده است و باید برای توسعه تجارت ایران با کشورهای همسایه چاره‌اندیشی شود.

● اهمیت و مزیت تجارت با کشورهای همسایه

به‌طور قطع، حمل و نقل از شاخص‌ها و مؤلفه‌های بسیار مهم در توسعه تجارت به‌شمار می‌رود و در فقدان چنین اصلی، کند شدن مناسبات بازرگانی و ظهور و بروز بن‌بست در عرصه‌های تجاری، نه موضوعی در حد یک احتمال، بلکه امری قطعی خواهد بود. با این اوصاف، یکی از موارد حائز اهمیت برای توجه هر چه بیشتر به امر تجارت و بازرگانی با کشورهای همسایه ناظر بر تسهیل جابه‌جایی و نقل و انتقال کالاها و محصولات است که در سایه آن، تجارت قوت و رونق می‌گیرد. تجارت با کشورهای همسایه آسان، ساده و با قیمت ارزان انجام می‌شود، به‌طوری که کاهش

می‌رود که به نسبت، واردات کالا در آن بالا به نظر می‌رسد، کشوری با حدود ۸۰ میلیون نفر جمعیت که تنها ۲ درصد از واردات به این کشور، سهم ایران است و این در شرایطی است که کشوری همچون چین، آلمان و ایالات متحده با وجود بعد مسافت به نسبت طولانی‌تر، ضریب صادرات بالاتری به کشور مذکور را به خود اختصاص داده‌اند. کشور روسیه به‌عنوان مهم‌ترین همسایه شمالی ما شناخته می‌شود که حجم بازار آن حدود ۲۴۰ میلیارد دلار است. سهم ایران از این بازار در سال‌های مختلف متفاوت بوده است اما در حال حاضر حدود ۴۰۰ میلیون دلار است که اگر این رقم نسبت به کل بازار روسیه در نظر گرفته شود، سهم ایران ناچیز است. اگرچه در نگاه اول، میزان صادرات به کشورهای همچون عراق و افغانستان بالا به نظر می‌رسد، اما در صورت در نظر گرفتن سطح مناسبات سیاسی و اشتراکات فرهنگی، مذهبی و اجتماعی میان دو کشور به این واقعیت پی برده خواهد شد که ضریب تجاری میان تهران با کابل و بغداد نیز



از دیگر مزایای تجارت با همسایگان می‌توان به بهبود وضعیت معیشتی در مناطق مرزی دو کشور که اکثراً جز محروم‌ترین و توسعه‌نیافته‌ترین مناطق کشور هستند، اشاره کرد. با توسعه مبادلات بازرگانی بین ایران و کشورهای همسایه، مرزنشینان از اولین گروه‌هایی خواهند بود که از این اتفاق سود می‌برند.

در صورت تقویت تبادلات تجاری با ۱۵ کشور همسایه از تجارت با اروپا بی‌نیاز خواهیم شد، اگرچه خودمان دست خودمان را با تکیه بر اروپای غربی بسته‌ایم درحالی‌که، بسیاری از همسایگان نظیر روسیه مثلاً در حوزه هواپیمایی می‌توانند به راحتی نیازهای کشورمان را تأمین کنند. به‌طور کلی، پنج مقصد عمده صادرات کشور، چهار تا از کشورهای همسایه ایران هستند که این موضوع اهمیت کشورهای همسایه را در صادرات و تأمین درآمد ارزی برای کشور نشان می‌دهد.

از دیگر مزایای تجارت با همسایگان می‌توان به بهبود وضعیت معیشتی در مناطق مرزی دو کشور که اکثراً جز محروم‌ترین و توسعه‌نیافته‌ترین مناطق کشور هستند، اشاره کرد. با توسعه مبادلات بازرگانی بین ایران و کشورهای همسایه، مرزنشینان از اولین گروه‌هایی خواهند بود که از این اتفاق سود می‌برند. به عنوان مثال، انعقاد قرارداد تجارت آزاد فرضی میان ایران و پاکستان، افزایش حجم مبادلات تجاری این دو کشور را به دنبال داشته و به این ترتیب، می‌تواند به رونق اقتصادی ساکنان مناطق مرزی دو کشور کمک کند. طبیعتاً کمک به اشتغال و کاهش محرومیت اقتصادی در مناطق مرزی ایران و پاکستان (که اتفاقاً جز محروم‌ترین مناطق هر دو کشور محسوب می‌شوند)، می‌تواند منافع امنیتی و سیاسی ارزشمندی برای دو کشور به همراه داشته باشد. از سوی دیگر محصولات کشاورزی باید با کامیون‌های یخچال‌دار جابه‌جا شوند تا در کیفیت آن تغییری ایجاد نشود که با توجه به اندک بودن تعداد این کانتینرها، زمان تردد آن‌ها در کشورهای هم‌مرز به حداقل ممکن می‌رسد که خود موجب افزایش تجارت کالاهایی مانند محصولات کشاورزی می‌شود و هزینه کمتری را نیز به تجار تحمیل می‌کند.

● فرصت‌های بازار کشورهای همسایه برای ایران
فرصت‌های بازار برخی از کشورهای همسایه برای ایران در جدول

هزینه‌های حمل و نقل به دلیل فاصله اندک جغرافیایی بر قیمت نهایی کالا تأثیر می‌گذارد و می‌تواند در رقابت با کشورهای دیگر مورد استقبال بیشتری برای مصرف‌کنندگان قرار بگیرد. از طرف دیگر، فرهنگ ایران با همسایگان خود نزدیک‌تر بوده، شیوه‌های مبادله پول نیز آسان‌تر است. بنابراین، در شرایطی که جمعیت کشورهای همسایه ایران چند صد میلیون نفر برآورد می‌شود، تأمین نیاز این جمعیت با تکیه بر تولیدات داخلی فرصتی است که می‌تواند به مثابه سکوی پرتاب اقتصادی کشور نقش‌آفرینی کند. به تبع صدور و فروش کالا به کشورهای همسایه به دلیل بعد مسافت کمتر با سهولت هر چه بیشتری محقق می‌شود و این امتیاز در خصوص محصولات غذایی که با فوریت هر چه بیشتری فاسد می‌شوند، بسیار حائز اهمیت خواهد بود.

توسعه مبادلات با کشورهای هم‌مرز، همچنین ارتباطات را نزدیک‌تر و وابستگی متقابل اقتصادی و تجاری را افزایش می‌دهد. تجارت با کشورهای همسایه ایران موجب کاهش مشکلات انتقال پول کالاها می‌شود، چراکه وقتی کالایی در مرزهای دورتر از ایران به فروش می‌رسد، پرداخت مالی سخت‌تر می‌شود اما هم‌مرزهای ایران وجه خود را به سهولت و خارج از مبادلات مالی جهانی می‌توانند به‌تجارت پرداخت کنند. روابط با کشورهای همسایه، علاوه بر سهولت در مرادوات تجاری، می‌تواند در پیشبرد اهداف نظامی و امنیتی منطقه نیز کارساز باشد. به عقیده صاحب‌نظران، کشورهایی که از ظرفیت بازارهای منطقه همسایگی خود به خوبی بهره‌برده‌اند، علاوه بر کاهش هزینه‌های حمل و نقل، توانسته‌اند نفوذ تجاری خود را در منطقه نیز افزایش دهند که این امر توان و قدرت چانه‌زنی در امور سیاسی را نیز به دنبال دارد.

اولویت دادن به کشورهای همسایه برای توسعه تجارت می‌تواند سهم مبادلات تجاری ایران را از ظرفیت موجود در منطقه افزایش دهد و در نهایت موجب رشد صادراتی کشور شود. از طرف دیگر،

● شکل ۳. ضعف‌ها و کاستی‌های ایران و موانع پیش‌روی آن برای تجارت با همسایگان



● جدول ۵. فرصت‌های بازار برخی از کشورهای همسایه برای ایران

در برخی از کشورهای همسایه یا منطقه مانند سوریه و یمن یا لبنان و افغانستان رخ می‌دهد، نمونه‌های دیگری از تأثیرگذاری مسائل سیاسی، هر چند داخلی بر روابط تجاری بین کشورهای منطقه محسوب می‌شود.

● ضعف ایران در موافقت‌نامه‌ها: موافقت‌نامه‌های ترجیحی یکی از لازمه‌های رشد روابط اقتصادی و تجاری کشورها با یکدیگر است که متأسفانه در این حوزه ضعف جدی داریم. علاوه بر این، گرچه موافقت‌نامه‌های تجاری با کشورهای همسایه می‌تواند بسیاری از مشکلات تجارت را برطرف کند، اما متأسفانه ایران در بحث موافقت‌نامه‌ها نیز ضعیف عمل کرده است که باعث شده صادرات کشور به همسایگان محدود شود. این در حالی است که برخی همسایگان مانند ترکیه و امارات با استفاده از موافقت‌نامه‌های تجاری علاوه بر کشورهای همسایه خود در بسیاری از بازارهای بین‌المللی حضور باثبات پیدا کرده‌اند.

● ضعف در زیرساخت‌ها: ضعف دیگر که مانع از رشد روابط تجاری ایران با همسایگان می‌شود به نبود سیستم حمل‌ونقل مناسب در کشور برمی‌گردد. بی‌توجهی نسبت به مطالعات کارشناسی درباره کشورهای هدف ضعف دیگر ایران در برقراری ارتباط با همسایگان خود می‌باشد. همچنین ضعف ناوگان یخچال‌دار برای حمل محموله‌های صادراتی محصولات کشاورزی از مهم‌ترین

(۵) ارائه شده است که نشان می‌دهد توسعه تجارت با کشورهای همسایه بسیار ضرورت دارد.

● موانع سیاسی: منطقه غرب آسیا با مسائل مختلف سیاسی در سطح بین‌المللی، منطقه‌ای و دوجانبه بین کشورها مواجه است. لذا مؤلفه روابط سیاسی تأثیر زیادی بر روی روابط اقتصادی و مبادلات تجاری بین کشورهای منطقه با یکدیگر داشته است. به‌طوری‌که، نوساناتی که در روابط سیاسی کشورهای منطقه از جمله ایران و بعضی از این کشورها اتفاق می‌افتد، خواه و ناخواه بر روند مبادلات اقتصادی و تجاری تأثیر می‌گذارد؛ به‌عنوان نمونه روابط ایران و عربستان در حوزه اقتصادی متأثر از روابط سیاسی دو کشور در سال‌های گذشته دچار رکود بسیار شدید شده است. همچنین در برخی مواقع که روابط سیاسی با بعضی از کشورهای دیگر منطقه همچون امارات، بحرین یا کویت دچار تنش‌هایی شده است، متأسفانه بر روابط اقتصادی و تجاری دوجانبه نیز تأثیر گذاشته و فعالان اقتصادی و تجاری دو طرف نتوانسته‌اند از فرصت‌های اقتصادی و تجاری که به صورت دوجانبه بین ایران و این کشورها وجود دارد، در جهت رشد این مناسبات استفاده لازم را به‌عمل آورند. همچنین ناامنی‌ها و تنش‌های داخلی سیاسی که



ضعف ایران در موافقت‌نامه‌ها: موافقت‌نامه‌های ترجیحی یکی از لازمه‌های رشد روابط اقتصادی و تجاری کشورها با یکدیگر است که متأسفانه در این حوزه ضعف جدی داریم. علاوه بر این، گرچه موافقت‌نامه‌های تجاری با کشورهای همسایه می‌تواند بسیاری از مشکلات تجارت را برطرف کند، اما متأسفانه ایران در بحث موافقت‌نامه‌ها نیز ضعیف عمل کرده است که باعث شده صادرات کشور به همسایگان محدود شود.

چالش‌های سر راه صادرات است. از طرفی نیز زیرساخت‌های مختلفی نظیر روابط بانکی، روابط حمل و نقلی به صورت ریلی، جاده‌ای و حتی هوایی، امکانات بندری، امکانات گمرکی و همچنین شرایط مربوط به تسهیل و سهولت تردد تجار و یا صدور ویزای تجاری و دیگر امکاناتی که شرکت‌ها و فعالین تجاری و اقتصادی در ایران و منطقه برای توسعه روابط با همسایگان نیاز دارند، به شکل مناسبی فراهم نیست، که خود مانعی برای توسعه تجارت با کشورهای همسایه محسوب می‌شوند. همچنین به دلیل عدم برخورداری پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی از امکانات مناسب، این نقاط پاسخگوی نیازهای تجار نبوده و زمینه افزایش مبادلات تجاری بین ایران و کشورهای همسایه را میسر نکرده است.

● ضعف لجستیکی و سطح پایین خدمات بازرگانی: از دیگر مسائل و مشکلات افزایش مبادلات اقتصادی و تجاری بین ایران و کشورهای منطقه ضعف لجستیکی و سطح پایین خدمات بازرگانی در میان بسیاری از کشورهای منطقه و از جمله همسایگان ایران است. لذا این مشکل، علی‌رغم فاصله جغرافیایی کوتاه با کشورهای همسایه، مانع بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت‌های موجود برای توسعه روابط تجاری شده است. به عنوان مثال سه مسیر برای صادرات و واردات از سوریه وجود دارد که یکی از آن‌ها مسیر دریایی از بندرعباس است، اما گاهی تردد کشتی‌ها در این مسیر دو تا سه ماه به طول می‌انجامد و موجب کاهش کیفیت کالاها و از بین رفتن بعضی محصولات می‌شود.

● عدم برقراری حمل و نقل مستقیم میان ایران و همسایگان: به دلیل عدم برقراری حمل و نقل مستقیم میان ایران و همسایگانی مثل عراق و افغانستان و نیز عدم وجود خط زمینی ترانزیتی به‌عنوان نمونه از طریق عراق به سوریه امکان این که از کلیه ظرفیت‌های کشور برای صادرات محصولات صادراتی از جمله مواد غذایی و فاسد شدنی به کشورهای همسایه و منطقه استفاده لازم را برده شود، فراهم نبوده است.

● ضعف‌های مربوط به بنگاه‌های تولیدی: مشکلاتی مانند ضعف در بازاریابی و یا عدم نگرش بلندمدت نسبت به صادرات هم در سطح بنگاه‌های تولیدی و صادراتی و همچنین تشکلهای مربوطه وجود دارد که باعث تشدید تأثیر عوامل و موانع در سطوح کلان کشوری و بین‌المللی در زمینه توسعه روابط تجاری با کشورهای همسایه شده است. همچنین عدم ایجاد فضای نقشه تجاری ایمن و تنوع در محصولات و مسیرهای صادراتی باعث شده تا بیش از نیمی از صادرات به پنج کشور هم مرز محدود شود. با این وجود علی‌رغم پتانسیل‌های بالقوه‌ای که بازار این کشورها برای صادرات محصولات ما دارند، صادرات به این کشورها نسبت به مدت مشابه سال قبل در حدود ۱۵.۴ درصد کاهش داشته است.

● مسائل و مشکلات بیرونی: مسائلی نظیر مشکلات مربوط به رفع تعهدات ارزی و یا محدودیت‌های ناشی از تحریم یا شیوع بیماری کووید ۱۹ نیز بر کاهش تجارت با همسایگان بی‌تأثیر نبوده‌اند. در حال حاضر کشور در شرایط تحریمی به سر می‌برد و بهترین راه برای تداوم تجارت، ارتباط با کشورهای همسایه است. اغلب کشورهای همسایه ایران با ویروس کرونا دست به گریبان هستند، با این وجود سخت‌گیری‌های زیادی در مرزها برای مبادلات کالاهای ایرانی دارند و پیش‌بینی می‌شود روند

تجارت با کم شدن شیوع و ویروس کرونا افزایش یابد. تراز منفی صادرات در مقایسه با مدت مشابه سال قبل حکایت از آن دارد که تحریم‌ها و شیوع کرونا به شدت بر تجارت خارجی کشور اثر گذار بوده است. لازم به ذکر است، اگر چه تحریم‌ها و همچنین شیوع و ویروس کرونا بر کاهش حجم تجارت ایران به‌ویژه با همسایگان بی‌تأثیر نبوده‌اند، اما با فرض نبود شرایط تحریمی و بیماری کرونا، باز هم به دلیل ضعف زیرساخت‌های صادراتی و عدم تنوع در روش‌های تأمین مالی مواد اولیه برای کارخانجات و طراحی نشدن صحیح زنجیره تولید، تولیدات تنها برای رفع نیازهای داخلی بوده و صادرات گرا نبوده‌اند.

● ضعف در صادرات محصولات دانش‌بنیان: با وجودی که از نظر فنی و تخصصی رشد قابل توجهی را در حوزه محصولات دانش‌بنیان تجربه کرده و از نظر مقالات علمی و پژوهشی توانسته‌ایم در منطقه جایگاه خوبی کسب کنیم، اما محصولات ایرانی در حوزه دانش‌بنیان‌ها چندان در صادرات مورد اقبال نیستند و نتوانسته‌اند بازار این محصولات را در کشورهای همسایه در اختیار بگیرند.

● عدم برخورداری محصولات داخلی از کیفیت و استاندارد کافی: کشورهای منطقه فرصت مناسبی برای کشور ایجاد کرد تا صادرات به این کشورها افزایش یابد اما عدم توانایی در دستیابی به استانداردها و گواهینامه‌های مورد نیاز این کشورها، نبود رایزن اقتصادی مطلع و آگاه به بازارهای این کشورها باعث شد حجم تجارت آن‌طور که باید نباشد.

● ضعف‌های مربوط به مدیران و مسئولان: به‌طور کلی، مسئولان دولت‌ها در استفاده از ظرفیت کشورهای همسایه برای رونق اقتصادی کشور، به‌ویژه رهایی از تنگنای درآمدی ایجاد شده در پی تحریم، تقریباً هیچ اقدامی انجام نداده‌اند. انتکای مدیران دولتی بر درآمد حاصل از فروش نفت از جمله دلایل بی‌انگیزگی آن‌ها برای برنامه‌ریزی جهت دستیابی به سهم حداکثری از بازار کشورهای همسایه است. بی‌توجهی مسئولان به بازار کشورهای همسایه در حالی است که جز برخی کشورها نظیر عربستان یا بحرین که رابطه سیاسی مناسبی با کشور ندارند، در سایر موارد زمینه برای حضور ایران در این بازارها مهیاست. نگاهی به یک دهه تجارت خارجی ایران نشان می‌دهد پایین‌ترین ارزش تجاری به سال ۱۳۹۹ مربوط می‌شود. تحلیل آمارها نشان می‌دهد بالاترین ارزش تجاری ایران در ابتدای دهه ۹۰ ثبت شده است و بررسی شرکای تجاری ایران از سال ۹۰ تا سال ۹۹ حکایت از آن دارد که رتبه اول صادرات و واردات در اختیار کشورهای محدودی بوده که مهم‌ترین آنها چین و امارات هستند. روند تجارت خارجی کشور از سال ۹۰ تا ۹۹ حکایت از آن دارد که پس از توافق برجام در میانه این دهه، شاهد رشد تجارت خارجی بوده‌ایم اما پس از خروج یک‌جانبه ترامپ از برجام حجم تجارت خارجی با افت مواجه شد و در سال ۱۳۹۹ به کمترین میزان ارزشی رسید. آنچه روند نزولی تجارت خارجی را در سال‌های ۹۷، ۹۸ و ۹۹ رقم زده است، به جز خروج آمریکا از برجام، خودتحریمی و سیاست‌های داخلی نادرست از جمله تخصیص دلار ۴۲۰۰ تومانی و صدور بخشنامه‌های متعدد بوده است و همین امر نیز تأثیر تحریم‌ها را بر واردات و صادرات دوچندان کرده است.



عدم برخورداری محصولات داخلی از کیفیت و استاندارد کافی: کشورهای منطقه فرصت مناسبی برای کشور ایجاد کرد تا صادرات به این کشورها افزایش یابد اما عدم توانایی در دستیابی به استانداردها و گواهینامه‌های مورد نیاز این کشورها، نبود رایزن اقتصادی مطلع و آگاه به بازارهای این کشورها باعث شد حجم تجارت آن‌طور که باید نباشد.



دلیل مسیر ترددی و ارتباطات تاریخی کمتر تحت تأثیر تحریم ها قرار گرفتند و تجارت با آنها کماکان انجام می‌شود. اگر چه تحریم‌ها مشکلاتی را در رابطه با تجارت با همسایگان نیز به وجود آورده است، به‌عنوان مثال همچنان در تجارت با عراق و افغانستان هم مشکل بازگشت ارز وجود دارد، زیرا کالایی برای واردات از این کشورها وجود ندارد تا واردات در برابر صادرات صورت بگیرد و علاوه بر این راه‌های بانکی نیز با مشکل همراه است. با تقویت دیپلماسی اقتصادی با همسایگان از طریق جلوگیری از انزوای ایران به‌دلیل پرهزینه‌کردن سیاست‌های تحریمی و همچنین جلوگیری از برگشت‌پذیری تحریم‌ها، می‌توان از چالش‌ها و تهدیدات ناشی از تحریم‌ها جلوگیری کرد.

با در نظر گرفتن جمعیت چند صد میلیونی کشورهای همسایه، می‌توان به بازار همسایگان به عنوان بازار مصرف و تأمین‌کننده مواد اولیه نگاه کرد. در واقع، با استفاده از دیپلماسی اقتصادی، بازار همسایگان می‌تواند نقش بازارهای بزرگی را برای صادرات محصولات و خدمات ایران ایفا کند. از طرف دیگر، در تجارت با همسایگان، فعالان اقتصادی موانع کمتری برای مبادلات مالی و پولی در شرایط فشارهای بین‌المللی از جمله تحریم‌ها دارند زیرا ارزش‌های تجاری از طریق غیربانکی نیز قابل انتقال است و از سوی دیگر اعتماد و آشنایی تجار دو کشور با یکدیگر مسیر پرداخت را هموار می‌کند. یکی از مزایای توسعه روابط با همسایگان در شرایط تحریم اقتصادی دور زدن تحریم‌های بانکی است. در حال حاضر، مهم‌ترین فشاری که از ناحیه تحریم‌ها بر تولیدکنندگان و بازرگانان وارد می‌شود، دشواری نقل و انتقال پول از ایران به کشورهای خارجی و بالعکس است. از آنجایی که مبدأ انتقال پول در سیستم بانکی بین‌المللی قابل رهگیری است، استفاده از بانک‌های واسطه در کشورهای همسایه برای انتقال پول، معمولاً کاری پرریسک و نامطمئن است. اما، کمک گرفتن از شرکت‌های بازرگانی در کشورهای همسایه، یا تأسیس شرکت‌های بازرگانی به منظور ایفای نقش واسطه‌ای برای وارد کردن مواد اولیه و ماشین‌آلات، می‌تواند فشار تحریم‌ها را در این بخش بکاهد. در این صورت، مبادلات پولی بین دو کشور همسایه، می‌تواند با استفاده از واحد پول دو کشور صورت گیرد و بار تبادلات ارزی

عدم هماهنگی و انسجام کافی بین نهادهای مربوطه: دستگاه‌های مختلفی در کشور مسئول رسیدگی به تجارت خارجی هستند که وزارت خارجه مسئول برقراری روابط دیپلماتیک، سازمان توسعه تجارت مسئول افزایش تجارت کشور و انتخاب رایزنان است و در کنار این دو نهاد که بیشترین وظیفه در این حوزه را دارند نقش گمرک و اتاق‌های بازرگانی نیز مهم است. این نهادها دارای وظایفی هستند که در این بین ممکن است وظایف آن‌ها با یکدیگر تداخل داشته باشد. عدم انسجام و هماهنگی در بین این سازمان‌ها سبب شده که تأخیراتی در امر تجارت صورت گیرد و باعث مشکلات دیگری شود که برطرف کردن آن‌ها با توجه به برخی از تعارض‌های موجود کار دشواری است. موضوع مهم دیگر در این حوزه بودجه‌های تخصیص داده شده برای امر تجارت در بین این نهادها و سازمان‌ها می‌باشد که لازم است شرایطی فراهم شود که تأمین بودجه مانع از حضور رایزنان و بازرگانان و سفیران در کشورهای دیگر نشود. برای ارتقای دیپلماسی تجاری، توصیه می‌شود نهادها با انسجام همدیگر را در این امر یاری نمایند و کمک نمایند تا مشکلات کشور در این حوزه برطرف شود و روابط موجود منحصر به دیدگاه سیاسی و امنیتی نشود و از ظرفیت اقتصادی نهایت استفاده را بشود.

● تجارت با همسایگان و شرایط تحریم

اهمیت موقعیت جغرافیایی کشور و هم‌مرز بودن اشاره شده زمانی محسوس‌تر می‌شود که دشمنان و معاندان نظام و کشور از هیچ تلاشی برای محدود سازی روابط و مناسبات اقتصادی ایران دریغ نکرده و انواع تحریم‌های شدید تحمیل کرده‌اند. در شرایط کنونی، تحریم‌ها موجب کاهش حضور تجار و سرعت دسترسی آن‌ها به بازارهای بین‌المللی شده است. روابط بین‌المللی نیز تحت تأثیر تحریم‌ها قرار گرفته و بسیاری از کالاها مشمول تحریم شده‌اند، به طوری که این موضوع مانع ارتباط تجاری مناسب با هدف‌های تجاری می‌شود. تجارت با کشورهای همسایه بهترین راهکار برای خنثی کردن تحریم‌ها است و با برقراری روابط مناسب سیاسی و اقتصادی می‌توان بسیاری از مشکلات را از میان برداشت. کشورهای همسایه به



اهمیت موقعیت
جغرافیایی کشور
و هم‌مرز بودن
با کشورهای
اشاره شده زمانی
محسوس‌تر می‌شود
که دشمنان و
معاندان نظام و
کشور از هیچ تلاشی
برای محدود سازی
روابط و مناسبات
اقتصادی ایران
دریغ نکرده و انواع
تحریم‌های شدید
اقتصادی را بر کشور
تحمیل کرده‌اند.



بین‌المللی به سیستم بانکی کشور همسایه منتقل خواهد شد. صادرات مجدد کالاهای تولید داخل از آنجایی که تحریم‌ها محدودیت‌هایی برای صادرات کالاهای تولید داخل به بازارهای جهانی ایجاد کرده است و از سوی دیگر، پذیرش کشورهای همسایه در سازمان تجارت جهانی، فرصت بسیار مناسبی برای صادرات کالا و خدمات از این کشورها به بازارهای دنیا را به وجود آورده است، این فرصت برای بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی کشور وجود دارد تا با سرمایه‌گذاری در کشورهای همسایه و انتقال بخشی از تولید خود به این کشورها، ضمن بهره‌برداری از این فرصت‌ها، از مزایای نیروی کار و نهاده‌های تولید ارزان قیمت نیز برخوردار شوند و قدرت رقابت خود را نسبت به رقبای منطقه‌ای افزایش دهند.

علاوه بر این‌ها، روند نزولی تجارت ایران با اروپا در سال جاری نیز تشدید شده به طوری که ۲۸ عضو اتحادیه اروپا در چهار ماه اول سال ۲۰۱۹ روی هم رفته ۱/۳ میلیارد یورو صادرات به ایران داشته‌اند که این میزان نسبت به چهار ماه اول سال ۲۰۱۸ کاهش حدود ۵۶ درصدی را تجربه کرده است. این در حالی است که ایران فقط ۲۱۸ میلیون یورو کالا به اروپا صادر کرده که در مقایسه با مدت زمان مشابه سال قبل افت ۹۳ درصدی نشان می‌دهد. با توجه به پیروی شرکت‌ها و دولت‌های اروپایی از تحریم‌های آمریکا، امیدی به بهبود روابط تجاری ایران و اروپا نیست اما قطعاً برای تجار ایرانی، بن‌بستی وجود ندارد و بازار منطقه روی ایران باز است. ۱۵ کشور همسایه ایران سالانه ۱۱۰۰ میلیارد دلار کالا وارد می‌کنند که سهم ایران از این بازار، فقط ۲ درصد بوده که بسیار ناچیز است. به‌عنوان مثال اگر ایران سهم ۲ درصدی از بازار منطقه را به ۴ درصد افزایش دهد، بین ۲۰ تا ۳۰ میلیارد دلار، درآمد جدید کسب می‌کند و خیالش از تحریم‌های نفتی و غیرنفتی راحت خواهد شد که خود نشان از ضرورت تجارت با همسایگان در شرایط تحریم دارد.

ذکر این نکته نیز ضروری است که در مسیر تجارت با همسایگان

میانجی را در تجارت ایران با دیگر کشورهای جهان بر عهده دارد؛ کشوری که در طول دست‌کم ۲ دهه اخیر با ایجاد زیرساخت‌های حمل‌ونقلی و ارتباطات بانکی توانسته نقش نخست را در تجارت ایران با جهان پیدا کند. همراهی این کشور با تحریم‌ها هرچند دور از انتظار نیست، اما هزینه‌بر خواهد بود و دیگر کشورها به‌ویژه ترکیه و برخی کشورهای همسایه شمالی ایران می‌توانند سهم امارات را در تجارت با ایران کم کنند. بررسی روند تجارت ایران در ۱۰ سال گذشته نشان می‌دهد حجم صادرات ایران به امارات به‌دنبال توافقات تجاری صورت‌گرفته با سایر کشورها پتانسیل کمتر شدن را دارد. همچنین مسیر جایگزین امارات برای ایران گسترش همکاری‌های تجاری با ترکیه است، زیرا تهران و آنکارا بر سر تجارت با یکدیگر اختلاف نظر عمیقی ندارند.

سهم ۲۵ درصدی ترکیه از تجارت با ایران در بین همسایگان و فروش ۱۷ درصد کالاهای صادراتی به ترکیه در بین همسایه‌ها، نشان می‌دهد ظرفیت‌های تکمیل نشده برای توسعه تجارت همچنان وجود دارد به‌ویژه اینکه کانال بانکی و نقل و انتقالات ارزی خصوصاً پس از توافق تهران و آنکارا برای تجارت با پول ملی کشور، می‌تواند یک سکوی نجات تجارت بین ۲ کشور از تحریم‌ها باشد. کمتر شدن اختلافات ۲ کشور همسایه به‌ویژه در حوزه مناقشات منطقه‌ای هم برای ایران و هم ترکیه به مثابه بازی برد-برد خواهد بود، اما وابسته بودن تجارت ۲ کشور به مرزهای زمینی و باقی‌ماندن برخی اختلاف دیدگاه‌ها بر سر توافق‌نامه تجارت ترجیحی همچنان مانع از رسیدن حجم تجارت ۲ کشور به میزان هدف‌گذاری شده یعنی ۳۰ میلیارد دلار شده است.

● تجربه کشورهای همسایه در توسعه تجارت

● جمع‌بندی و بیان راهکار

سال‌ها است که اهمیت توسعه تجارت با کشورهای همسایه توسط سیاست‌گذاران اقتصادی کشور ما مورد کم‌توجهی قرار گرفته است. همین موضوع باعث شده تا موقعیتی که از نظر همسایه در توسعه تجارت

| کشور | اقدامات و نتایج |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ترکیه | ایران و ترکیه از نظر موقعیت جغرافیایی و جمعیت نزدیک به هم هستند، اما ترکیه چهار برابر ایران در منطقه تجارت دارد. ترکیه وزارتخانه‌های اقتصادی خود را به‌همراه تشکلهای در خدمت سفارتخانه و رایزن اقتصادی قرار می‌دهد و در صورت بروز مشکلات بزرگ سفارتخانه ورود می‌کند و اغلب مشکلات در لایه پایین‌تر حل می‌شود. |
| روسیه | گسترش روابط اقتصادی بین روسیه و چین را می‌توان یکی از نتایج مثبت تحریم‌های ضد روسیه دانست. در سال ۲۰۱۵، فدراسیون روسیه و جمهوری خلق چین توافق کردند که برخی معاملات را به روبل و یوان انجام دهند تا وابستگی آنها به دلار آمریکا کاهش یابد. |

ژئوپولیتیک و ژئواستراتژیک متعلق به ماست را کشورهای دیگر از آن خود کنند. حضور پررنگ اقتصادی، و به تبع آن، فرهنگی و سیاسی ترکیه در آسیای میانه، افغانستان و عراق، شاهدی بر

یکی از راه‌های احتمالی کاهش فشار تحریم‌ها روشن شدن نقش امارات متحده عربی است زیرا این کشور یکی از اصلی‌ترین شرکای تجاری ایران به شمار می‌رود و البته بیشتر نقش



علاوه بر این‌ها، روند نزولی تجارت ایران با اروپا در سال جاری نیز تشدید شده به طوری که ۲۸ عضو اتحادیه اروپا در چهار ماه اول سال ۲۰۱۹ روی هم رفته ۱/۳ میلیارد یورو صادرات به ایران داشته‌اند که این میزان نسبت به چهار ماه اول سال ۲۰۱۸ کاهش حدود ۵۶ درصدی را تجربه کرده است. این در حالی است که ایران فقط ۲۱۸ میلیون یورو کالا به اروپا صادر کرده که در مقایسه با مدت زمان مشابه سال قبل افت ۹۳ درصدی نشان می‌دهد.



علاوه بر تمام مزایای عمومی که گسترش تجارت با کشورهای همسایه برای اقتصاد ایران به همراه دارد، در شرایط ویژه تحریم اقتصادی، توسعه روابط با کشورهای همسایه می‌تواند به فعالان اقتصادی برای کاهش فشار تحریم‌ها کمک کند. اولاً، در شرایطی که نقل و انتقال پول برای تهیه مواد اولیه و ماشین‌آلات مورد نیاز برای واحدهای تولیدی دشوار شده است، استفاده از ظرفیت بازرگانی کشورهای همسایه می‌تواند به تولیدکنندگان برای پشت سر گذاشتن تحریم‌ها کمک کند. ثانیاً، امکان صادرات مجدد کالاهای تولید داخل از طریق کشورهای همسایه دارای عضویت سازمان جهانی تجارت نیز هستند، می‌تواند برای تولیدکنندگان ایرانی، راهی میانبر به سوی بازارهای جهانی باشد. امید است که این شرایط سخت، باعث جلب توجه مسئولان به اهمیت روابط اقتصادی با کشورهای همسایه شود و این اتفاق نتایج مثبت ماندگاری برای اقتصاد ایران به همراه داشته باشد. به‌طور کلی، کشوری می‌تواند در به‌دست آوردن منافع اقتصادی پیشرو باشد که بتواند روابط پایدارتری با دیگر کشورها برقرار کند. کم کردن تنش سیاسی با دیگر کشورها، قدرتمند شدن اقتصاد داخلی و هماهنگی دستگاه‌ها و وزارتخانه‌های داخلی لازمه موفق بودن دیپلماسی اقتصادی است. از آن‌جا که منافع مشترک اقتصادی، پایه و اساس ثبات و امنیت در مناطق مختلف جهان است. مسلماً گسترش روابط اقتصادی بین ایران و کشورهای همسایه، اثر مستقیمی در بهبود و پایداری روابط سیاسی بین کشورهای همسایه و به تبع آن، کاهش نفوذ و قدرت مانور سیاسی قدرت‌های فرمانبردار خواهد داشت. در ادامه با توجه به مسائل مطرح‌شده، راهکارها و پیشنهادهایی برای گسترش تجارت ایران با همسایگان به‌ویژه در شرایط تحریم ارائه می‌شود.

- تمرکز بر صادرات در قالب تهارت که اهمیت این راهکار آنجا است که در این شیوه دیگر نیازی به مناسبات بانکی بین کشورها نیست
- امضای موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و تجارت ترجیحی با همسایگان و طراحی و نیز توسعه پیمان‌های تجارت آزاد منطقه‌ای و دوجانبه
- رونق بخشیدن به تجارت مرزی که در این مورد به قوانین جدیدی نیاز داریم تا بتوانیم در بستر آن از ظرفیت‌های موجود بهترین استفاده را ببریم.
- تعامل با بخش خصوصی در مسیر تجارت به‌صورت دوطرفه: فعالان اقتصادی می‌توانند با همکاری کارساز به بهبود زیرساخت‌های تجاری کمک کنند و با ورود بخش خصوصی سرمایه‌گذاری لازم در حوزه‌هایی مانند حمل‌ونقل را مورد توجه قرار دهد.

این مدعاست. باید توجه داشت که توسعه تجارت با سایر کشورهای جزء لاینفک توسعه اقتصادی است و نمی‌توان پیشرفت و توسعه اقتصادی و تکنولوژیک را هدف‌گذاری کرد، اما، توسعه تجارت با سایر کشورها را نادیده گرفت. با توجه به موقعیت اقتصادی ما نسبت به کشورهای همسایه، مجموعه وسیعی از تولیدات و خدمات وجود دارد که می‌توانیم به بازار کشورهای همسایه عرضه کنیم. همچنین، نزدیکی مسافت و مشترکات فرهنگی و علایق سیاسی، برقراری ارتباط تجاری و اقتصادی بین کشورهای همسایه را تسهیل می‌کند.

علاوه بر تمام مزایای عمومی که گسترش تجارت با کشورهای همسایه برای اقتصاد ایران به همراه دارد، در شرایط ویژه تحریم اقتصادی، توسعه روابط با کشورهای همسایه می‌تواند به فعالان اقتصادی برای کاهش فشار تحریم‌ها کمک کند. اولاً، در شرایطی که نقل و انتقال پول برای تهیه مواد اولیه و ماشین‌آلات مورد نیاز برای واحدهای تولیدی دشوار شده است، استفاده از ظرفیت بازرگانی کشورهای همسایه می‌تواند به تولیدکنندگان برای پشت سر گذاشتن تحریم‌ها کمک کند. ثانیاً، امکان صادرات مجدد کالاهای تولید داخل از طریق کشورهای همسایه دارای عضویت سازمان جهانی تجارت نیز هستند، می‌تواند برای تولیدکنندگان ایرانی، راهی میانبر به سوی بازارهای جهانی باشد. امید است که این شرایط سخت، باعث جلب توجه مسئولان به اهمیت روابط اقتصادی با کشورهای همسایه شود و این اتفاق نتایج مثبت ماندگاری برای اقتصاد ایران به همراه داشته باشد. به‌طور کلی، کشوری می‌تواند در به‌دست آوردن منافع اقتصادی پیشرو باشد که بتواند روابط پایدارتری با دیگر کشورها برقرار کند. کم کردن تنش سیاسی با دیگر کشورها، قدرتمند شدن اقتصاد داخلی و هماهنگی دستگاه‌ها و وزارتخانه‌های داخلی لازمه موفق بودن دیپلماسی اقتصادی است. از آن‌جا که منافع مشترک اقتصادی، پایه و اساس ثبات و امنیت در مناطق مختلف جهان است. مسلماً گسترش روابط اقتصادی بین ایران و کشورهای همسایه، اثر مستقیمی در بهبود و پایداری روابط سیاسی بین کشورهای همسایه و به تبع آن، کاهش نفوذ و قدرت مانور سیاسی قدرت‌های فرمانبردار خواهد داشت. در ادامه با توجه به مسائل مطرح‌شده، راهکارها و پیشنهادهایی برای گسترش تجارت ایران با همسایگان به‌ویژه در شرایط تحریم ارائه می‌شود.

● تمرکز بر صادرات در قالب تهارت که اهمیت این راهکار آنجا است که در این شیوه دیگر نیازی به مناسبات بانکی بین کشورها نیست

- امضای موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و تجارت ترجیحی با همسایگان و طراحی و نیز توسعه پیمان‌های تجارت آزاد منطقه‌ای و دوجانبه
- رونق بخشیدن به تجارت مرزی که در این مورد به قوانین جدیدی نیاز داریم تا بتوانیم در بستر آن از ظرفیت‌های موجود بهترین استفاده را ببریم.
- تعامل با بخش خصوصی در مسیر تجارت به‌صورت دوطرفه: فعالان اقتصادی می‌توانند با همکاری کارساز به بهبود زیرساخت‌های تجاری کمک کنند و با ورود بخش خصوصی سرمایه‌گذاری لازم در حوزه‌هایی مانند حمل‌ونقل را مورد توجه قرار دهد.

- توسعه بازارچه‌های مرزی: توسعه این بازارچه‌ها امکانی برای افزایش تجارت با همسایگان و کشورهای منطقه است و باید از این فرصت استفاده کنیم. ایران با ترکیه، عراق، ارمنستان، ترکمنستان، جمهوری آذربایجان، پاکستان و افغانستان مرزهای زمینی دارد و بازارچه‌های مرزی می‌تواند با ایجاد فضایی تجاری ارتباط با این کشورها را افزایش دهد. از سوی دیگر مردم منطقه با فعالیت در بازارچه‌های مرزی امکان ارائه کالا و خدمات خود را دارند که هم زمینه اشتغال را افزایش می‌دهد و هم به ایجاد رونق در مرزها کمک بسیاری می‌کند.

- تنوع‌بخشی به محصولات صادراتی: با توجه به این‌که تولیدات صنعتی کشور به دلیل اندک بودن تنها به افغانستان و عراق صادر می‌شود، باید کالاها در بخش‌های مختلف صادراتی احصا شود و در زمینه محصولات که مزیت فروش جهانی دارند، تولید صادراتی افزایش یابد.

- توجه به کیفیت و استانداردها: در صورت تولید محصولات صادراتی استاندارد می‌توانیم بدون نگرانی از قدرت رقابت سایر کالاها وارد بازار بین‌المللی شویم و به سرعت صادرات کالا را توسعه دهیم.

- ایجاد زیرساخت‌های لازم و فراهم کردن زمینه‌های مساعد برای برقراری ارتباط بیشتر بین فعالان اقتصادی و تجاری ایران و کشورهای منطقه و همسایه: اگرچه تمایل در اکثر کشورهای منطقه و همسایه برای توسعه روابط اقتصادی با ایران وجود دارد، لیکن نیازمند فراهم شدن زمینه‌های سیاسی از یک سو و لجستیکی بین ایران و این کشورها از سوی دیگر است. علاوه بر این، تجهیز پایانه‌های مرزی با کشورهای دارای مرز خشکی مشترک با ایران، ایجاد امکانات و تجهیزات با استانداردهای لازم برای مدیریت و نظارت بر محصولات مبادلاتی بین ایران و این کشورها، جلوگیری از قاچاق کالا و تسهیل صادراتی و فراهم کردن تسهیلات لازم برای تردد سریع و ساده تجار بین ایران و این کشورها و در صورت امکان لغو روایید هم می‌تواند راهکارهایی برای توسعه تجارت با کشورهای همسایه باشد.

- افزایش رویدادهای تجاری مشترک با کشورهای همسایه: در سطح عملیاتی و کاربردی می‌توان با افزایش رویدادهای تجاری مشترک مانند مشارکت‌های نمایشگاهی، برگزاری همایش‌های تجاری مشترک، تبادل هیأت‌های تجاری و غیره، تسهیل حضور شرکت‌های ایرانی و خارجی در کشورهای منطقه برای حضور هر چه فعال‌تر در این رویدادها و همچنین افزایش ملاقات‌ها و دیدارها بین مقامات اقتصادی و تجاری ایران و کشورهای منطقه و همسایه زمینه بهبود روابط تجاری با این کشورها را فراهم نمود.

- ایجاد ثبات اقتصادی در کشور: این شاخصه، قدرت رقابت را به تجار و بازرگانان ایرانی باز می‌گرداند و در نهایت بازارهای هدف صادراتی را در اختیار ایران قرار خواهد داد و می‌تواند زمینه‌ساز تجارت بهتر با همسایگان باشد.

- ایجاد ثبات در حوزه قوانین و مقررات: قاعده‌تأیید نداشتن در حوزه قوانین و تصویب آیین‌نامه‌ها، دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌های مقطعی و خلاف قوانین بالادستی، خصوصاً در حوزه‌های مرتبط با تجارت خارجی، قدرت برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری را از بازرگانان و تجار واقعی سلب می‌کند و در نهایت این موضوع نتایج مثبتی

را برای تجارت خارجی به همراه نخواهد داشت. که باید برای این موضوع چاره‌اندیشی شود.

● مورد توجه قرار دادن تولیدات صنعتی دانش‌بنیان و اتخاذ سیاست‌های مناسب برای تسهیل صادرات تولیدات صنعتی و دانش‌بنیان:

بازبینی و ثبات در سیاست‌های ارزی اتخاذ شده و نظام تعرفه‌های موجود: سرکوب ارزی صورت گرفته در سال‌های اخیر به واسطه دلارهای نفتی که وارد کشور شده‌اند باعث شده‌است تا رانت و فساد در بین برخی از دستگاه‌ها شکل گیرد و زمینه تجارت برای شرکت‌های کوچک فراهم نباشد.

از طرفی سیاست‌های دلاری اتخاذ شده باعث شده‌است تا تمایل شرکت‌های بزرگ استفاده کننده از این دلارها، برای ارتقای بهره‌وری و افزایش رقابت‌پذیری خود کاهش یابد و زمینه حضور آن‌ها در بازارهای جهانی کاهش یابد و به جای این کار، به سمت انحصار در کالاهای تولیدی پیش رفته‌اند. تعرفه‌های اتخاذ شده نیز باعث می‌شود که تولیدکنندگان کشور از انگیزه کافی برای رقابت در سطح جهانی برخوردار نباشند و محصولات تولیدی آن‌ها با هزینه‌های بالاتر صورت گیرد و در نهایت بر روی مصرف‌کنندگان تاثیر بگذارد و آن‌ها را به عملکرد خود وابسته سازد. بنابراین سیاست‌های ارزی و نظام‌های تعرفه‌ای باید مورد بازبینی قرار بگیرند.

● استفاده درست از ظرفیت نیروی انسانی و جامعه دانشگاهی در سطوح مختلف تجارت: ظرفیت‌های علمی کشور باید به نحو درست در راستای افزایش تجارت صورت گیرد. وجود افراد نخبه در علوم مختلف در سطوح بین‌المللی فرصت خوبی را به وجود می‌آورد تا ارتباط علمی کشور به ارتباط اقتصادی پیوند بخورد و از ظرفیت علمی آنان در جهت ارتقای محصولات با ارزش افزوده بالا استفاده شود و میزان تجارت علمی ایران با سایر کشورها ارتقا یابد و درآمدهای ارزی کشور از این حوزه بهبود یابد.

● انتخاب درست رایزنان و سفیران جمهوری اسلامی ایران در سایر کشورها: در انتخاب رایزنان و سفیران جمهوری اسلامی ایران در سایر کشورها بهتر است افرادی انتخاب شوند که شناخت کاملی از منطقه محل خدمت خود داشته باشند و بتوانند کشور را در راستای افزایش تجارت پیش ببرند. برای این منظور لازم است که رایزنان و سفیران علاوه بر دید سیاسی و امنیتی بتوانند به خوبی از ظرفیت‌ها و دانش‌های اقتصادی بهره ببرند. برای انتخاب این افراد باید جامعه دانشگاهی به سیاستمداران کمک نماید و به تربیت افرادی بپردازد که با تجارت آشنا باشند و از زبان خارجی بیشترین بهره را ببرند و نقاط قوت و ضعف و چالش‌های موجود بازارهای منطقه محل خدمت خویش را به خوبی بشناسند.

● افزایش رایزنان اقتصادی و افرادی که سابقه تجارت دارند در سفارت‌خانه‌ها و استفاده از ظرفیت بی‌ظنیر بخش خصوصی و اتاق‌های بازرگانی و ایرانیان و دانشجویان خارج از کشور جهت کارهای بازاریابی بین‌الملل محصولات ایرانی

● تجارت با پول‌های ملی: یکی از راه‌های بی‌اثر کردن تحریم‌ها و حفظ ارزش پول ملی داشتن روابط پویا با دیگر واحدهای اقتصادی جهان است. استفاده از ارزهای ملی

در تجارت میان کشورها به‌ویژه همسایگان، نه تنها سبب گسترش تجارت دوجانبه میان دو کشور می‌شود بلکه از اهمیت استراتژیک بالایی برخوردار است. به‌طور کلی، استفاده از پول ملی در مبادلات تجاری بین دو کشور همسایه دارای مزایایی از قبیل کاهش هزینه‌های کاربری بانکی در تجارت خارجی، حذف ضررهای ناشی از انجام مبادلات تجاری با دلار و تقویت پول ملی کشورهای مبادله کننده می‌باشد.

● استفاده از بستر سازمان‌ها و نهادهای منطقه‌ای و فرمانطقه‌ای در جهت ارتقاء تعامل اقتصادی با کشورهای همسایه

● استفاده از پیمان‌های دوجانبه تجاری و ارزی و ایجاد بازار بین بانکی معاملات ریالی و ارزی با کشورهای منطقه

● تقویت دیپلماسی عمومی و شرکت فعال بخش خصوصی واقعی (کارآفرینان، صنعتگران و بازرگانان) در بازار کشورهای همسایه

● تشکیل شورای هماهنگی دیپلماسی اقتصادی به‌منظور کاهش ناهماهنگی‌ها میان نهادهای متولی و تسریع در تصمیم‌گیری‌ها و کاهش موازی‌کاری

● افزایش دسترسی به منابع: دسترسی به منابع اعتباری در قالب اعتبارات کوتاه‌مدت و بلندمدت از لوازم حیاتی برای صادرکنندگان است. بی‌شک برای شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEها)، خط اعتبار بسیار بااهمیت‌تر از شرکت‌های بزرگ تلقی می‌شود و از آن جایی که شرکت‌های کوچک و متوسط، بخش بزرگی از بنگاه‌های کشورهای در حال توسعه را تشکیل می‌دهند، تقویت دامنه اعتبارات برای رشد صادرات کشور بسیار ضروری است.

● دسترسی صادرکنندگان به اطلاعات مختلف: دولت باید در جهت افزایش جمع‌آوری و انتشار اطلاعات مورد نیاز صادرکنندگان مانند اطلاعات بازارهای خارجی و نیازهای صادرات به این بازارها، اقدام کند. علاوه بر این، تجار و سرمایه‌گذاران باید پیش از ورود به هر بازاری، شناخت خود را از فرهنگ و سبک زندگی بازار هدف بالا ببرند تا پس از آغاز فعالیت خود بتوانند در شرایط بهتری روند کار را پیش ببرند.

● ارائه مشوق‌های صادراتی: به جای این‌که واردات در کشور جذاب باشد و ایجاد فساد و رانت کند باید تولید و صادرات در کشور جذاب و سودده باشد تا فعالان بخش خصوصی بتوانند در بخش صادرات سرمایه‌گذاری کنند؛ بنابراین نظام بانکی و صندوق ضمانت صادرات باید به شکل عملیاتی و میدانی از صادرات حمایت کند.

● افزایش زمینه حضور بیشتر در بازار همسایگان با تأسیس دفاتر، ایجاد شعب بنگاه‌ها و برندسازی

● شناسایی نیاز بازارهای کشورهای همسایه: باید نیاز بازار کشورهای همسایه شناسایی شود زمینه توسعه صادرات فراهم شود. اگر چه تولید، اقتصاد کشور را به حرکت در می‌آورد اما پیش از توسعه آن باید بازار فروش شناسایی شوند، سپس محصولی قابل رقابت و استاندارد با خدمات پس از فروش تولید و عرضه شود.



استفاده از ارزهای ملی در تجارت میان کشورها به‌ویژه همسایگان، نه تنها سبب گسترش تجارت دوجانبه میان دو کشور می‌شود بلکه از اهمیت استراتژیک بالایی برخوردار است. به‌طور کلی، استفاده از پول ملی در مبادلات تجاری بین دو کشور همسایه دارای مزایایی از قبیل کاهش هزینه‌های کاربری بانکی در تجارت خارجی، حذف ضررهای ناشی از انجام مبادلات تجاری با دلار و تقویت پول ملی کشورهای مبادله کننده می‌باشد.