

تسهیل تجارت خارجی؛ مسیرها، تجارب جهانی و الزامات موفقیت



معاونت مطالعات اقتصادی و آینده پژوهی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران





تسهیل تجارت خارجی؛ مسیرها، تجارب جهانی و الزامات موفقیت

معاونت مطالعات اقتصادی و آینده پژوهی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

اردیبهشت ۱۴۰۴

از طریق پست الکترونیکی زیر می‌توانید پیشنهادهای و نظرات اصلاحی خود را به واحد مربوطه منعکس کنید:

Economic_research@tccim.ir

مواضع این گزارش، الزاماً مواضع اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران نیست.

استفاده از مطالب این گزارش با ذکر منبع بلامانع است.

" Foreign Trade Facilitation: Strategic Pathways, Global Insights, and Keys to Success"

Iran's global competitiveness now hangs on the razor-edge efficiency of its foreign-trade chain. Every rial lost to patchy logistics, opaque customs routines, or labyrinthine tariff codes erodes the nation's hard-won industrial gains and hands regional rivals the advantage. The 2023 Logistics Performance Index delivers an unvarnished verdict: with a score of 2.3 out of 5, Iran sits 123rd worldwide—well adrift of the United Arab Emirates, Qatar, Saudi Arabia, and Türkiye, each comfortably above 3.4. The gap is not merely statistical; it translates into missed export opportunities, higher landed costs, and diminished investor confidence. Even though Iran scores respectably on shipment timeliness, its Achilles' heels remain customs clearance, end-to-end cargo tracking, and the overall quality of logistics services.

Digital- and Sustainable-Trade-Facilitation indicators paint a similar picture. Iran has made headway in paperless agricultural trade and certain border-automation pilots, yet still lags on transparency, SME-focused services, and the systematic inclusion of women in the trade ecosystem. These deficiencies underscore a simple truth: incremental tweaks no longer suffice. What Iran needs is a wholesale re-architecture of its trade-facilitation regime—one that fuses cutting-edge digital tools with bold policy reforms and cross-agency resolve.

World-class precedents illuminate the path. Türkiye's zero-paper customs environment has slashed clearance times from days to hours. South Korea's UNI-PASS single-window platform gives exporters real-time visibility across the supply chain, while Germany's AI-driven risk-management engine channels compliant traders through green lanes and surgically targets inspections. The Netherlands, meanwhile, leverages a seamless mesh of ports, inland hubs, and digital data corridors to keep cargo in perpetual motion. Each of these nations proves that decisive investments in technology, governance, and human capital can turn borders from bottlenecks into competitive assets.

For Iran, the stakes could not be higher. A one-point rise on the LPI typically lifts trade volumes by up to fifteen percent, stokes manufacturing output, and attracts foreign direct investment by signalling predictability and speed. Achieving such a leap demands five interlocking breakthroughs: full digitalisation via a national single window that eradicates paperwork; an AI-enabled customs authority issuing advance rulings and fast-tracking Authorised Economic Operators; a streamlined tariff schedule that rewards exporters and eliminates nuisance duties; a diplomatic offensive that locks in preferential and free-trade agreements across MENA and beyond; and rigorous alignment of technical standards with global norms so Iranian goods move friction-free through international corridors.

Harnessing these levers will require unflinching political will, disciplined inter-agency coordination, modernised infrastructure, and an empowered private sector ready to co-invest and co-innovate. Yet the prize is transformative: a trade architecture capable of propelling GDP growth, generating high-quality jobs, and elevating Iran from an under-performing link in the supply chain to a strategic hub at the crossroads of Eurasian commerce. The window of opportunity is open—but only for those prepared to match ambition with action

فهرست مطالب

خلاصه مدیریتی.....	۵
۱. مقدمه.....	۶
۲. اقدامات گمرکی برای تسهیل تجارت خارجی.....	۶
۱.۲. ترکیه.....	۷
۲.۲. کره جنوبی.....	۸
۳.۲. آلمان.....	۸
۴.۲. هلند.....	۹
۳. سیاست‌های تعرفه‌ای کشورهای در حمایت از تجارت.....	۱۰
۱.۳. ترکیه.....	۱۰
۲.۳. کره جنوبی.....	۱۱
۳.۳. آلمان و هلند (اتحادیه اروپا).....	۱۲
۴. سیاست‌های کلان حمایتی دولت‌ها برای صادرکنندگان و واردکنندگان.....	۱۳
۱.۴. ترکیه.....	۱۳
۲.۴. کره جنوبی.....	۱۴
۳.۴. آلمان.....	۱۵
۴.۴. هلند.....	۱۶
۵. جایگاه ایران در شاخص‌های مربوط به تسهیل تجارت.....	۱۸
۱.۵. شاخص عملکرد لجستیک.....	۱۸
۲.۵. شاخص تجارت دیجیتال و پایدار.....	۲۰
۶. سازمان‌های پشتیبان تسهیل تجارت خارجی.....	۲۲
۷. جمع‌بندی و ارائه راهکارها.....	۲۴

خلاصه مدیریتی

رقابت‌پذیری بنگاه‌های ایرانی در بازارهای جهانی، امروز بیش از هر زمان دیگری به کارایی زنجیره تجارت خارجی وابسته است. عواملی همچون هزینه‌های تولید، حمل‌ونقل، تعرفه‌ها و کیفیت خدمات لجستیکی، در کنار هم نقشی حیاتی در موفقیت یا ناکامی بنگاه‌ها ایفا می‌کنند. در این میان، تسهیل تجارت، با هدف کاهش هزینه‌ها، افزایش شفافیت و تسریع فرآیندهای مرزی، به‌عنوان یک ضرورت راهبردی در سیاست‌های تجاری کشورها شناخته می‌شود.

شاخص‌های بین‌المللی نشان می‌دهد که ایران در حوزه تسهیل تجارت و لجستیک نیازمند تحولی بنیادین است. در شاخص عملکرد لجستیکی سال ۲۰۲۳، ایران با امتیاز ۲.۳ از ۵، در جایگاه ۱۲۳ جهان قرار گرفته و در مقایسه با رقبای منطقه‌ای فاصله معناداری دارد. کشورهای همسایه مانند امارات متحده عربی، قطر، عربستان سعودی و ترکیه، با امتیازاتی بالاتر از ۳.۴، توانسته‌اند جایگاه خود را در زنجیره تجارت جهانی تثبیت کنند. در مقابل، ایران در بخش‌هایی مانند «به‌موقع بودن ارسال‌ها» عملکرد بهتری داشته، اما در سایر ابعاد نظیر «کیفیت خدمات لجستیکی»، «ترخیص گمرکی» و «ردیابی محموله‌ها» نیازمند اصلاحات جدی است.

در شاخص تسهیل تجارت دیجیتال و پایدار نیز، ایران در برخی زیرشاخص‌ها مانند تسهیل تجارت کشاورزی و تجارت بدون کاغذ پیشرفت‌هایی داشته، اما در زمینه‌هایی چون شفافیت، تسهیل تجارت برای بنگاه‌های کوچک و متوسط و مشارکت زنان در فرآیندهای تجاری، همچنان فاصله قابل توجهی با استانداردهای جهانی دارد. این وضعیت، اهمیت اجرای برنامه‌های جامع دیجیتالی‌سازی، بهبود فرآیندهای مرزی و ارتقای حکمرانی تجاری را دوچندان کرده است.

مطالعه نمونه‌های موفق جهانی نشان می‌دهد که کشورهایی نظیر ترکیه، کره جنوبی، آلمان و هلند، با اجرای سامانه‌های پیشرفته پنجره واحد، برنامه‌های فعالان مجاز اقتصادی (AEO)، مدیریت هوشمند ریسک گمرکی و انعقاد توافقات تجاری گسترده، توانسته‌اند زمان و هزینه تجارت را کاهش داده و جریان صادرات و واردات خود را بهینه کنند. ترکیه با الکترونیکی کردن فرآیندهای گمرکی و کاهش تشریفات غیرضروری، کره جنوبی با سامانه UNI-PASS و شبکه گسترده پشتیبانی صادراتی، آلمان با رویکرد دیجیتال‌شده و نظام مدیریت ریسک پیشرفته، و هلند با ایجاد زیرساخت‌های لجستیکی مدرن و انعطاف‌پذیر، نمونه‌های برجسته‌ای از موفقیت در این مسیر هستند.

برای ارتقای جایگاه ایران، اجرای مجموعه‌ای از اقدامات راهبردی ضروری است:

- دیجیتالی‌سازی کامل فرآیندهای تجاری از طریق استقرار پنجره واحد ملی و توسعه تبادل الکترونیکی اسناد بازرگانی؛
- بهبود فرآیندهای گمرکی با اجرای مدیریت ریسک مبتنی بر هوش مصنوعی، صدور حکم مقدماتی و تسهیل ترخیص فعالان مجاز؛
- اصلاحات تعرفه‌ای برای ساده‌سازی ساختار نرخ‌های گمرکی و ایجاد مشوق‌های مالیاتی برای صادرات؛
- گسترش دیپلماسی تجاری با تمرکز بر انعقاد توافقات ترجیحی و آزاد با کشورهای منطقه و بازارهای هدف؛
- هم‌سویی استانداردها با معیارهای بین‌المللی و ارتقاء همکاری‌های فرامرزی.
- تحقق این اهداف مستلزم عزم جدی حاکمیتی، همکاری بین‌نهادی، جذب سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های لجستیکی و همراهی فعال بخش خصوصی است. تسهیل تجارت، نه تنها ابزاری برای توسعه صادرات، بلکه پیشرانی برای رشد اقتصادی، ارتقاء اشتغال، جذب سرمایه‌گذاری خارجی و ارتقای جایگاه ژئوپلیتیکی ایران در منطقه و جهان است. فرصت‌های استراتژیکی همچون اتصال به مسیرهای ترانزیتی منطقه‌ای، توافقات منطقه‌ای و پیشرفت در سامانه‌های الکترونیکی موجود، می‌تواند مبنای حرکت تحولی ایران در عرصه تجارت خارجی باشد.

۱. مقدمه

رقابت پذیری بنگاه‌ها در بازارهای جهانی به عوامل متعددی وابسته است؛ از جمله هزینه‌های تولید (شامل ماشین‌آلات، مواد اولیه، نیروی کار و تأمین مالی) و هزینه‌های مرتبط با تجارت و حمل‌ونقل نظیر تعرفه‌ها، کرایه‌های حمل و خدمات لجستیکی. این عوامل در کنار یکدیگر، زنجیره‌ای پیچیده را شکل می‌دهند که موفقیت بنگاه‌ها در عرصه بین‌المللی به آن وابسته است. تسهیل تجارت، مفهومی کلیدی است که با هدف افزایش شفافیت و کارایی در فرآیندهای تجاری بین‌المللی، به کاهش زمان و هزینه‌های تراکنش‌های تجاری کمک می‌کند. این مفهوم، کل زنجیره تأمین را در بر می‌گیرد، زیرا کارایی لجستیک به اندازه کارایی تولید در ارتقای رقابت‌پذیری بنگاه‌ها اهمیت دارد.

با این حال، کارایی لجستیک تجاری به شدت تحت تأثیر عملکرد تمامی اجزای زنجیره تأمین قرار دارد. ناکارآمدی حتی یک ارائه‌دهنده خدمات لجستیکی یا تأخیر در فرآیندهای نظارتی مرزی می‌تواند کل فرآیند تحویل یا ترخیص کالا را مختل کند. بنابراین، تسهیل تجارت باید به صورت جامع و هماهنگ، از مرحله تولید تا عرضه نهایی در بازار، برنامه‌ریزی و اجرا شود.

در سال‌های اخیر، هزینه‌های تجارت و حمل‌ونقل به یکی از محورهای اصلی سیاست‌گذاری تجاری تبدیل شده است. اگرچه این حوزه در گذشته صرفاً موضوعی فنی و محدود به کارشناسان گمرکی تلقی می‌شد، امروزه تسهیل تجارت به عنوان ستون اصلی استراتژی‌های توسعه تجاری شناخته می‌شود. دلیل این تحول، درک عمیق‌تر از تأثیر هزینه‌های پنهان تجارت بر جریان تجارت جهانی است.

۲. اقدامات گمرکی برای تسهیل تجارت خارجی

یکی از ارکان اصلی تسهیل تجارت، ارتقای رویه‌های گمرکی است. گمرکات با ساده‌سازی مقررات، حذف تشریفات غیرضروری و بهره‌مندی از فناوری‌های پیشرفته می‌توانند فرآیند ترخیص کالا را به طور چشمگیری تسریع کنند. اقدامات کلیدی در این حوزه شامل موارد زیر است:

پیاده‌سازی سیستم پنجره واحد^۱: این سیستم با یکپارچه‌سازی فرآیند ارائه اسناد به سازمان‌های مرتبط، هماهنگی و کارایی را افزایش می‌دهد.

به کارگیری سیستم‌های مدیریت ریسک: این سیستم‌ها با شناسایی محموله‌های پر ریسک و تمرکز بازرسی‌ها بر آنها، امکان عبور سریع‌تر محموله‌های کم ریسک را فراهم می‌کنند.

¹ Single Window

صدور مجوز اپراتور اقتصادی مجاز (AEO):^۲ این برنامه به شرکت‌های معتبر تسهیلات ویژه‌ای نظیر کاهش بازرسی‌ها اعطا می‌کند.

مدیریت هماهنگ مرزی: همکاری بین‌مرزی نهادهای دولتی برای بهبود جریان تجارت و کاهش تأخیرها. این رویه‌ها از جمله استانداردهای توصیه‌شده توسط سازمان‌های بین‌المللی، به‌ویژه سازمان جهانی گمرک (WCO)، هستند. در ادامه، نمونه‌هایی از کشورهای پیشرو که این اقدامات را با موفقیت اجرا کرده‌اند، مورد بررسی قرار می‌گیرند:

۱.۲ ترکیه

ترکیه طی دهه‌های اخیر اصلاحات گسترده‌ای در نظام گمرکی خود انجام داده است. این کشور با پیاده‌سازی سامانه جامع خودکارسازی گمرکی (BİLGE) موفق شده در سال ۲۰۰۷ بخش عمده‌ای از فرآیندهای گمرکی خود را الکترونیکی کرده بود.

ترکیه همچنین سیستم پنجره واحد الکترونیکی را راه‌اندازی کرده است. این سیستم که ابتدا به‌صورت مرحله‌ای اجرا می‌شد، در سال‌های اخیر به بلوغ کامل رسیده و اکنون به‌طور کامل عملیاتی است. بر اساس گزارش «نظرسنجی جهانی سازمان ملل در مورد تسهیل تجارت دیجیتال و پایدار»^۳ در سال ۲۰۲۳، ترکیه در شاخص کلی تسهیل تجارت^۴ نمره ۸۷/۱ درصد را کسب کرده است.

ترکیه در راستای توصیه‌های سازمان جهانی گمرک، از اوایل دهه ۲۰۱۰ برنامه صدور گواهینامه اپراتورهای اقتصادی مجاز (AEO) را آغاز کرد که به شرکت‌های معتبر امکان ترخیص سریع‌تر و تشریفات ساده‌تر را می‌دهد. به موازات آن، یک سیستم پیشرفته مدیریت ریسک گمرکی مستقر شده که با ارزیابی هوشمند محموله‌ها، درصد اندکی را به بازرسی فیزیکی موکول می‌کند و بقیه را سریعاً ترخیص می‌نماید.

نتیجه این اقدامات، کاهش قابل‌توجه زمان ترخیص کالا در ترکیه بوده است، به‌گونه‌ای که این کشور امروز از نظر کارایی گمرکی در میان اقتصادهای در حال توسعه جایگاه بالایی دارد.

^۲ Authorised Economic Operators

^۳ UN Global Survey on Digital and Sustainable Trade Facilitation

^۴ Digital and Sustainable trade facilitation - این گزارش بر پایه یک نظرسنجی جهانی توسط سازمان ملل تهیه شده و وضعیت کشورها را در زمینه تسهیل تجارت به کمک فناوری‌های دیجیتال و رعایت اصول توسعه پایدار بررسی می‌کند. هدف این گزارش این است که میزان پیشرفت کشورها در ساده‌سازی فرآیندهای تجاری با روش‌های دیجیتالی و سازگار با محیط زیست را اندازه‌گیری و مقایسه کند. رقم این شاخص بین ۰ تا ۱۰۰ متغیر بوده و هرچه به ۱۰۰ نزدیک‌تر باشد وضعیت مطلوب‌تری را نشان می‌دهد.

۲.۲. کره جنوبی

کره جنوبی به عنوان یکی از پیشگامان تسهیل تجارت در آسیا، سیستم‌های گمرکی بسیار پیشرفته‌ای را پیاده‌سازی کرده است. از سال ۲۰۰۶، این کشور یک پنجره واحد الکترونیکی جامع (معروف به UNI-PASS)^۵ را راه‌اندازی کرده که تمامی تشریفات صادرات و واردات را یکپارچه کرده است. از طریق درگاه اینترنتی این سیستم، تاجران می‌توانند بدون نیاز به مراجعه حضوری به ادارات مختلف، کلیه درخواست‌های مرتبط با مجوزها و اظهارنامه‌های گمرکی را به صورت آنلاین ارائه کنند. تا سال ۲۰۱۷، این پنجره واحد به ۲۶ سازمان دولتی متصل شده بود و ۹۵ درصد از حدود ۹۰۰ هزار عملیات ترخیص از طریق آن پردازش می‌شد.

کره جنوبی همچنین از سیستم‌های هوشمند مدیریت ریسک استفاده می‌کند که سال‌هاست تنها درصد ناچیزی از محموله‌ها (موارد مشکوک) را برای بازرسی متوقف می‌کند. این کشور برنامه اپراتور اقتصادی مجاز (AEO) را نیز اجرا کرده و شرکت‌های دارای این گواهینامه از مزایایی مانند تشریفات ساده‌تر و بازرسی کمتر بهره‌مند می‌شوند.

در حوزه همکاری‌های بین‌المللی، کره جنوبی فعالانه عمل کرده و موافقت‌نامه‌های دوجانبه شناسایی متقابل AEO با شرکای تجاری، از جمله اتحادیه اروپا، منعقد کرده است. این موافقت‌نامه‌ها به تاجران معتبر کره‌ای امکان می‌دهند در کشورهای مقصد نیز از تسهیلات گمرکی برخوردار شوند.

۳.۲. آلمان

آلمان، به عنوان بزرگ‌ترین اقتصاد اروپا و یکی از قطب‌های صادراتی جهان، سال‌هاست که بر بهبود مستمر فرآیندهای گمرکی تمرکز کرده است. گمرک آلمان تحت چارچوب قوانین اتحادیه اروپا فعالیت می‌کند و از کد گمرکی واحد اروپا و فناوری‌های مشترک بهره می‌برد. تمامی اظهارنامه‌های گمرکی در این کشور از طریق سیستم الکترونیکی (ATLAS) ارائه و پردازش می‌شوند و تبادل مدارک تجاری عمدتاً به صورت بدون کاغذ انجام می‌گیرد.

شرکت‌های آلمانی می‌توانند از وضعیت اپراتور اقتصادی مجاز (AEO) برخوردار شوند که مزایایی نظیر تشریفات ساده‌شده و معافیت از برخی کنترل‌ها را به همراه دارد. آلمان، همراه با سایر اعضای اتحادیه اروپا، رویکرد قوی و مشترکی در مدیریت ریسک به کار گرفته است، به طوری که ریسک محموله‌ها پیش از ورود ارزیابی شده و تنها موارد ضروری برای بازرسی فیزیکی انتخاب می‌شوند.

^۵ unipass.customs.go.kr

هدف گمرک آلمان ایجاد تعادل بین نظارت مؤثر و تسهیل حداکثری تجارت است. این رویکرد بر انجام بازرسی‌های ضروری با کمترین بار اداری برای فعالان تجاری و حداقل اختلال در جریان لجستیک متمرکز است.

آلمان به دلیل بهره‌گیری از سامانه‌های دیجیتال پیشرفته و همکاری نزدیک با بخش خصوصی برای رفع چالش‌ها، همواره در کارایی گمرکی و تسهیل تجارت جزء برترین‌ها بوده است. در گزارش شاخص عملکرد لجستیک بانک جهانی^۶ در سال ۲۰۲۳، آلمان در کنار دانمارک، سوئیس و هلند رتبه سوم جهان را کسب کرد.

۴.۲. هلند

هلند، به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین کشورهای تجارت‌محور اروپا، الگویی ممتاز در تسهیل فرآیندهای گمرکی و لجستیکی است. گمرک هلند تحت چارچوب قوانین اتحادیه اروپا فعالیت می‌کند و از پیشرفته‌ترین فناوری‌ها و روش‌ها بهره می‌برد. رویکرد عمل‌گرایانه و پیش‌رونده گمرک هلند شهرت دارد، به‌گونه‌ای که کنترل‌های لازم را با کمترین بار اداری برای کسب‌وکارها و حداقل اختلال در جریان لجستیک انجام می‌دهد.

تقریباً تمامی رویه‌های گمرکی در هلند به‌صورت دیجیتالی انجام می‌شود و گمرک همکاری نزدیکی با جامعه تجاری دارد تا فرآیندها را به‌طور مستمر بهبود بخشد. یکی از ابزارهای کلیدی هلند، استفاده گسترده از انبارهای تحت گمرک^۷ است. این انبارها به شرکت‌ها اجازه می‌دهند کالاهای وارداتی را به‌جای ترخیص فوری، تا زمان تصمیم‌گیری برای ورود قطعی به اتحادیه اروپا یا صادرات مجدد ذخیره کنند. این امکان، پرداخت حقوق ورودی و مالیات بر ارزش افزوده را به تعویق می‌اندازد و در صورت صادرات مجدد، از پرداخت دوباره عوارض جلوگیری می‌کند. انواع مختلفی از انبارهای گمرکی در هلند وجود دارد که برخی حتی امکان جابه‌جایی کالاها بین انبارها بدون محدودیت فیزیکی را فراهم می‌کنند.

علاوه بر این، بندر روتردام، بزرگ‌ترین بندر اروپا، به سامانه‌های مدرن مدیریت تردد کالا و اسکن پرسرعت کانتینرها مجهز است. این سامانه‌ها، همراه با سیستم مدیریت ریسک چندلایه، ترخیص حجم عظیمی از کالاها را با سرعت و امنیت بالا ممکن ساخته‌اند.

^۶ Logistic Performance Index (LPI) - شاخص عملکرد لجستیک معیاری است که توسط بانک جهانی برای سنجش کارایی لجستیک کشورها بر اساس شش معیار گمرک، زیرساخت، حمل‌ونقل بین‌المللی، شایستگی لجستیک، ردیابی و پیگیری، و به‌موقع بودن ارائه می‌شود.

^۷ Bonded Warehouses

۳. سیاست‌های تعرفه‌ای کشورها در حمایت از تجارت

تعرفه‌های گمرکی (حقوق ورودی) یکی از ابزارهای کلیدی در سیاست‌گذاری تجاری کشورها به شمار می‌روند که می‌توانند به‌عنوان مشوق یا مانع تجارت عمل کنند. بسیاری از کشورها برای حمایت از تولید داخلی و تقویت صنایع خود، تعرفه‌های مربوط به واردات مواد اولیه، اقلام واسطه‌ای و کالاهای سرمایه‌ای را کاهش داده یا حذف می‌کنند تا هزینه‌های تولید و تجهیز صنایع کاهش یابد.

همزمان، برای تقویت صادرات، کشورها از طریق مذاکرات تجاری و انعقاد توافق‌نامه‌ها تلاش می‌کنند تا کالاهای تولیدی آن‌ها در بازارهای خارجی با تعرفه‌های پایین‌تر یا حتی صفر مواجه شوند. این سیاست‌ها جریان تجارت را تسهیل کرده و رقابت‌پذیری محصولات داخلی را در عرصه جهانی افزایش می‌دهند.

در ادامه، تجربیات کشورهای موردنظر در به‌کارگیری سیاست‌های تعرفه‌ای برای حمایت از تجارت مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱.۳. ترکیه

سیاست‌های تعرفه‌ای ترکیه در سه دهه اخیر تحولات اساسی را تجربه کرده است. نقطه عطف این تحولات، انعقاد اتحادیه گمرکی با اتحادیه اروپا بود که از سال ۱۹۹۶ اجرایی شد. در چارچوب این توافق، ترکیه تعرفه‌های خود را برای کالاهای صنعتی وارداتی از اتحادیه اروپا به صفر رساند و در مقابل، دسترسی بدون تعرفه به بازار گسترده اروپا را به دست آورد. همچنین، ترکیه متعهد شد تعرفه‌های اعمال‌شده بر کشورهای غیرعضو را با تعرفه مشترک خارجی اتحادیه اروپا هماهنگ کند، که این امر به کاهش قابل‌توجه بسیاری از تعرفه‌های وارداتی از سایر کشورها منجر شد.

پس از سال ۱۹۹۶، میانگین تعرفه‌های ترکیه، به‌ویژه در بخش کالاهای صنعتی، به‌طور چشمگیری کاهش یافت. این سیاست، قیمت مواد اولیه و ماشین‌آلات وارداتی را برای تولیدکنندگان ترک رقابتی‌تر کرد و توان صادراتی آن‌ها را تقویت نمود. به‌عنوان مثال، صادرات ترکیه به اتحادیه اروپا بین سال‌های ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۴ رشدی بیش از ۳۰۰ درصدی داشت، که بخشی از آن به کاهش تعرفه‌ها و دسترسی آزاد به بازار اروپا نسبت داده می‌شود.

با این حال، ترکیه همچنان برای برخی کالاهای کشاورزی و صنایع حساس، تعرفه‌های حفاظتی بالاتری حفظ کرده است. اما به‌طور کلی، میانگین تعرفه‌های این کشور در مقایسه با دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی به‌طور قابل‌توجهی کاهش یافته و در سطح اقتصادهای باز قرار گرفته است. این تغییرات، هم‌راستا با پیوستن ترکیه به سازمان تجارت جهانی در سال ۱۹۹۵ و تعهدات ناشی از آن، به کاهش سقف تعرفه‌ها و تقویت تجارت بین‌المللی این کشور کمک کرده است.

در سال‌های اخیر، ترکیه سیاست‌های تعرفه‌ای خود را برای حمایت از صنایع داخلی و مدیریت توازن تجاری تنظیم کرده است. از سال ۲۰۲۴، ترکیه سهمیه‌های تعرفه‌ای برای برخی محصولات صنعتی را تمدید کرده و تا فوریه ۲۰۲۵، میزان

سهمیه‌های وارداتی برای اقلامی مانند کمپرسورها را افزایش داده است تا از تولیدکنندگان داخلی حمایت کند. همچنین، ترکیه توافق‌نامه‌های تجارت ترجیحی (PTA)^۸ با کشورهایمانند آذربایجان (۲۰۲۱)، ازبکستان (۲۰۲۳) و پاکستان (۲۰۲۳) را اجرا کرده و مذاکراتی برای توافق مشابه با موریتانی در جریان است. این توافقیها تعرفه‌های ترجیحی برای کالاهای وارداتی از این کشورها اعمال کرده و تنوع بازارهای صادراتی ترکیه را گسترش داده است. در واکنش به تعرفه‌های جدید ایالات متحده در آوریل ۲۰۲۵، ترکیه با تعرفه پایه ۱۰ درصدی مواجه شده که نسبت به سایر کشورها پایین‌تر است. مقامات ترکیه، از جمله معاون رئیس‌جمهور، این تعرفه پایین را فرصتی برای افزایش صادرات به بازار آمریکا، به‌ویژه در بخش‌های نساجی، پوشاک و ماشین‌آلات، می‌دانند.

۲.۳. کره جنوبی

کره جنوبی نمونه‌ای برجسته از کشوری است که تعرفه‌های نسبتاً بالا در برخی بخش‌ها را با شبکه‌ای گسترده از توافق‌نامه‌های تجاری متعادل کرده است. به‌طور سنتی، میانگین تعرفه‌های اسمی کره جنوبی، به‌ویژه در محصولات کشاورزی، بالا بوده و این موضوع گاه مورد انتقاد شرکای تجاری این کشور قرار گرفته است.

با این حال، کره جنوبی از اوایل دهه ۲۰۰۰ استراتژی تهاجمی دیپلماسی تجاری را در پیش گرفت و توافق‌نامه‌های تجارت آزاد متعددی با شرکای کلیدی منعقد کرد. این توافقیها در عمل تعرفه‌های دوجانبه را به‌طور قابل‌توجهی کاهش داده یا حذف کرده‌اند. در نتیجه، اگرچه کره جنوبی روی کاغذ تعرفه‌های «دولت کامل‌الوداد (MFN)»^۹ بالایی دارد، بخش عمده تجارت این کشور با تعرفه‌های ترجیحی نزدیک به صفر انجام می‌شود. به‌عنوان مثال، در چارچوب توافق‌نامه تجارت آزاد با ایالات متحده در سال ۲۰۱۲، تقریباً تمامی تعرفه‌های کره جنوبی بر کالاهای آمریکایی حذف شد و نرخ مؤثر تعرفه برای این کالاها طی سال‌های اخیر به حدود ۱ درصد رسیده است.

کره جنوبی همچنین از طریق توافق‌نامه‌های مشابه با اتحادیه اروپا، کشورهای آسه‌آن، چین و سایر شرکا، دسترسی متقابل با تعرفه‌های پایین یا صفر را به دست آورده است. به موازات این، دولت کره برای مواد اولیه و ورودی‌های موردنیاز صنایع صادراتی خود، مانند مواد خام الکترونیک و قطعات خودرو، تعرفه‌های صفر یا بسیار ناچیز اعمال کرده است. این ترکیب

^۸ Preferential Trade Agreement

^۹ Most favoured nation - یکی از اصول اساسی در نظام تجارت بین‌المللی و سازمان تجارت جهانی (WTO) است. این اصل به این معناست که هر کشوری که عضو سازمان تجارت جهانی است، باید تعرفه‌ها و شرایط تجاری یکسانی را برای تمام کشورهای عضو دیگر اعمال کند، مگر در مواردی که توافق‌نامه‌های تجارت آزاد یا ترجیحی خاصی بین برخی کشورها وجود داشته باشد. به عبارت دیگر، اگر یک کشور به یکی از شرکای تجاری خود تعرفه پایین یا امتیازی خاص بدهد، باید همان تعرفه یا امتیاز را به تمام اعضای دیگر WTO نیز اعطا کند، مگر اینکه استثنائات خاصی (مانند توافق‌نامه‌های دوجانبه یا منطقه‌ای) وجود داشته باشد.

سیاستی، امکان تأمین ارزان تر مواد اولیه برای تولیدکنندگان کره‌ای و فروش محصولات آن‌ها با تعرفه‌های پایین در بازارهای بزرگ جهانی را فراهم کرده و به عنوان محرکی کلیدی برای رشد صادرات این کشور عمل کرده است.

در سال‌های اخیر، کره جنوبی همچنان به گسترش شبکه توافق‌نامه‌های تجارت آزاد خود ادامه داده است. در سال‌های اخیر، کره جنوبی مذاکرات برای ارتقای توافق‌نامه تجارت آزاد با کشورهای آسه‌آن را پیش برده و بر کاهش بیشتر تعرفه‌ها در بخش‌های دیجیتال و خدمات تمرکز کرده است. همچنین، این کشور در حال مذاکره برای پیوستن به توافق‌نامه جامع و پیشرو برای مشارکت ترانس‌پاسیفیک (CPTPP) است که می‌تواند دسترسی بدون تعرفه یا کم‌تعرفه به بازارهای جدید مانند کانادا و مکزیک را فراهم کند. در مارس ۲۰۲۵، کره جنوبی تعرفه‌های ترجیحی جدیدی را برای برخی محصولات کشاورزی وارداتی از کشورهای آسه‌آن اعمال کرد تا زنجیره تأمین مواد غذایی خود را تقویت کند، در حالی که تعرفه‌های صادراتی برای محصولات صنعتی مانند نیمه‌رساناها و باتری‌های الکتریکی همچنان نزدیک به صفر نگه داشته شده است. این اقدامات بخشی از استراتژی کره جنوبی برای حفظ رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی و حمایت از صنایع پیشرفته است.

۳.۳. آلمان و هلند (اتحادیه اروپا)

آلمان و هلند به عنوان اعضای اتحادیه اروپا از سیاست تعرفه‌ای مشترک این اتحادیه تبعیت می‌کنند. اتحادیه اروپا یکی از بازترین رژیم‌های تعرفه‌ای جهان را داراست؛ به طوری که میانگین ساده تعرفه‌های MFN آن در تمام کالاها حدود ۵ درصد و میانگین وزنی تجاری حتی کمتر از ۱.۴ درصد است. در حوزه کالاهای صنعتی، تعرفه‌های اروپا عموماً بسیار پایین (اغلب بین صفر تا ۵ درصد) یا کاملاً حذف شده‌اند و تنها در برخی محصولات کشاورزی، پوشاک و خودروهای خاص، تعرفه‌های متوسط یا نسبتاً بالاتری اعمال می‌شود. آلمان و هلند، به دلیل عضویت در بازار واحد اروپا، در مبادلات خود با سایر ۲۷ کشور عضو اتحادیه، هیچگونه تعرفه‌ای پرداخت نمی‌کنند و این دسترسی آزاد به یک بازار گسترده، فرصت قابل توجهی برای تولیدکنندگان آنها فراهم کرده است. از سوی دیگر، اتحادیه اروپا تا سال ۲۰۲۳ موفق به انعقاد بیش از ۴۱ توافق‌نامه تجاری ترجیحی با ۷۲ کشور شده که به موجب آن صادرات اروپایی در این کشورها با نرخ‌های ترجیحی، اغلب معاف از تعرفه، انجام می‌شود. در نتیجه، صادرکنندگان آلمانی و هلندی در بازارهای مهم از مزیت رقابتی قابل توجهی برخوردارند. واردکنندگان این کشورها نیز با بهره‌مندی از تعرفه‌های پایین‌تر بر واردات مواد اولیه، کالاهای نیمه‌ساخته و محصولات مصرفی، هزینه‌های تولید و مصرف را کاهش داده‌اند؛ امری که به سود صنایع پایین‌دستی و مصرف‌کنندگان تمام شده است. در مجموع، ساختار تعرفه‌ای باز اتحادیه اروپا می‌تواند از عوامل کلیدی تسهیل تجارت خارجی و افزایش رقابت‌پذیری اقتصادهای پیشرفته‌ای چون آلمان و هلند دانست. به عنوان نمونه، صنایع آلمان توانسته‌اند با واردات ارزان‌تر مواد اولیه و قطعات، محصولات نهایی را با قیمت تمام‌شده پایین‌تری تولید و به بازارهای جهانی صادر کنند. شایان ذکر است که آلمان و هلند همراه با دیگر اعضای اتحادیه، از حامیان اصلی نظام تجارت چندجانبه (WTO) به شمار می‌روند و طی دهه‌ها پایبندی خود به کاهش تعرفه‌ها در

چارچوب موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (گات) را حفظ کرده‌اند؛ تعهدی که یکی از پایه‌های قدرت دیرینه این کشورها در صادرات جهانی به شمار می‌آید.

۴. سیاست‌های کلان حمایتی دولت‌ها برای صادرکنندگان و واردکنندگان

حمایت از تجارت خارجی تنها به اقدامات فنی در گمرک یا تعرفه محدود نمی‌شود؛ سیاست‌های کلان دولت در زمینه ارائه مشوق‌ها، منابع مالی و خدمات پشتیبان به بازرگانان نیز نقشی تعیین‌کننده دارد. این سیاست‌ها می‌تواند شامل اعطای مشوق‌های مالی (مانند یارانه صادراتی محدود در چارچوب قوانین WTO، معافیت‌ها یا تخفیف‌های مالیاتی برای درآمد صادراتی، بازگشت مالیات بر ارزش افزوده صادرات)، فراهم کردن تسهیلات اعتباری و بیمه‌ای (از طریق بانک‌های توسعه‌ای و بانک‌های صادرات-واردات و شرکت‌های بیمه دولتی برای پوشش ریسک‌های صادراتی)، ایجاد مناطق آزاد تجاری و صنعتی با مشوق‌های ویژه، تأسیس نهادهای توسعه تجارت برای آموزش، مشاوره و بازاریابی در خارج و حتی سیاست‌های ارزی (نرخ ارز رقابتی) جهت تقویت صادرات باشد. در این بخش اقدامات ترکیه، کره جنوبی، آلمان و هلند در حوزه حمایت کلان از صادرکنندگان و واردکنندگان بررسی می‌شود:

۱.۴. ترکیه

دولت ترکیه در سال‌های اخیر مجموعه‌ای از بسته‌های حمایتی را برای دستیابی به هدف بلندپروازانه صادرات ۵۰۰ میلیارد دلاری تا سال ۲۰۲۳ به اجرا گذاشت؛ اگرچه همچنان این ادعا محقق نشده است. یکی از ارکان اصلی این حمایت‌ها، تخصیص منابع بودجه‌ای به مشوق‌های صادراتی است. به عنوان نمونه، حجم مشوق‌ها و حمایت‌های صادراتی در بودجه سال ۲۰۲۳ ترکیه حدود ۴۰۰ میلیون دلار بود و برنامه‌ریزی شده بود که این رقم در سال ۲۰۲۴ دو برابر شود. این مشوق‌ها طیف وسیعی از اقدامات را شامل می‌شود؛ از جمله پرداخت کمک‌هزینه برای شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی، یارانه بخشی از هزینه‌های حمل‌ونقل صادراتی، حمایت از برندهای ترک در بازارهای جهانی در قالب برنامه TURQUALITY و اعطای جوایز مالی برای افزایش نفوذ در بازارهای هدف.

علاوه بر حمایت‌های مالی مستقیم، بانک صادرات ترکیه (Türk Eximbank) نقش کلیدی در تأمین مالی تجارت خارجی ایفا می‌کند. این بانک با ارائه وام‌های کم‌بهره، صدور ضمانت‌نامه‌ها و بیمه‌های اعتباری صادراتی، به کاهش ریسک تجاری صادرکنندگان کمک می‌کند؛ چنان که تنها در سال ۲۰۲۱ بیش از ۲۰ میلیارد دلار تسهیلات در اختیار صادرکنندگان قرار داده

است. همچنین شرکت بیمه اعتباری دولت (ÖKB) با ارائه بیمه‌نامه‌هایی برای مطالبات صادرکنندگان در برابر ریسک عدم پرداخت خریداران خارجی، امنیت بیشتری برای تجارت بین‌المللی فراهم کرده است.

ابزار مؤثر دیگری که ترکیه به کار گرفته، توسعه مناطق آزاد تجاری است؛ این کشور دارای ۱۸ منطقه آزاد فعال است که شرکت‌های مستقر در آنها از معافیت‌های مالیاتی و گمرکی برای واردات مواد اولیه و صادرات محصولات خود بهره‌مند می‌شوند. این مناطق نقش مهمی در تقویت صادرات صنایع سبک و مونتاژ ایفا کرده‌اند.

در حوزه اطلاعات و بازاریابی، دولت ترکیه شورای توسعه صادرات (TIM) را با حمایت مالی دولت و مشارکت بخش خصوصی تأسیس کرده است. این شورا با انجام تحقیقات بازار، اعزام هیئت‌های تجاری به خارج و ارائه آموزش به صادرکنندگان، به ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط، نقش مهمی در ارتقاء توان صادراتی کشور دارد.

از منظر واردات نیز، ترکیه با اعمال تعرفه‌های پایین یا ارائه معافیت‌های تعرفه‌ای در چارچوب مقررات صادرات مجدد (drawback)، به واردکنندگان مواد اولیه و انرژی کمک کرده است. بر اساس این مقررات، چنانچه کالای وارداتی پس از وارد شدن، به عنوان محصول نیمه‌ساخته یا نهایی صادر شود، تعرفه پرداختی بازگردانده می‌شود.

مجموعه این سیاست‌های حمایتی، همراه با اصلاحات ساختاری دیگر، به ترکیه امکان داده است تا رکورد صادرات خود را در سال ۲۰۲۴ به حدود ۲۶۲ میلیارد دلار برساند که بالاترین رقم تاریخ این کشور محسوب می‌شود.

۲.۴ کره جنوبی

کره جنوبی از دهه ۱۹۶۰ مسیر توسعه خود را بر پایه استراتژی صادرات‌محور بنا نهاد و در نتیجه، یکی از منسجم‌ترین نظام‌های حمایت از صادرکنندگان را ایجاد کرده است. دولت کره، علاوه بر ایجاد مناطق صنعتی ویژه صادرات در مراحل ابتدایی توسعه، نهادهای قدرتمندی را برای پشتیبانی از تجارت خارجی بنیان گذاشت. یکی از مهم‌ترین این نهادها، سازمان دولتی KOTRA (سازمان تجارت خارجی و سرمایه‌گذاری کره) است که در سال ۱۹۶۲ تأسیس شد. KOTRA وظیفه ارائه خدمات بازاریابی، مشاوره و تسهیل ارتباطات تجاری برای شرکت‌های کره‌ای در خارج را بر عهده دارد و امروز با اداره شبکه‌ای شامل ۱۲۷ دفتر در ۸۴ کشور، به عنوان بازوی اصلی مشاوره و تسهیل معاملات برای صادرکنندگان کره‌ای عمل می‌کند. هر شرکت کره‌ای، فارغ از اندازه و مقیاس، می‌تواند از امکانات دفاتر KOTRA در کشورهای هدف برای یافتن خریدار، آگاهی از مقررات محلی و حتی استفاده از فضاها برای نمایشگاهی دائمی بهره‌برد.

علاوه بر این، دولت کره جنوبی طیف گسترده‌ای از برنامه‌های مالی حمایتی را در اختیار صادرکنندگان قرار داده است. بانک صادرات-واردات کره (KEXIM) تأمین مالی پروژه‌های صادراتی بزرگ، مانند احداث نیروگاه‌ها در خارج از کشور توسط

شرکت‌های کره‌ای، را بر عهده دارد و همچنین خطوط اعتباری برای خریداران خارجی کالاهای کره‌ای فراهم می‌کند. شرکت بیمه تجاری کره (K-Sure) نیز با بیمه کردن ریسک‌های عدم پرداخت و ریسک‌های سیاسی، امنیت مالی صادرکنندگان را تضمین می‌کند.

بنگاه‌های کوچک و متوسط کره‌ای نیز از حمایت‌های خاصی برخوردارند؛ به عنوان مثال، دولت از طریق برنامه Export Voucher (کوپن صادراتی)، بخشی از هزینه‌های بازاریابی یا مشاوره شرکت‌های کوچک در خارج را به صورت اعتباری تأمین می‌کند. در حوزه منابع انسانی، کره جنوبی با اجرای برنامه‌های آموزشی گسترده، نسل جدیدی از مدیران صادراتی را تربیت کرده و فرهنگ کسب‌وکار بین‌المللی را در کشور ترویج داده است.

از منظر واردات، کره جنوبی با اعمال تعرفه‌های ترجیحی بر واردات مواد اولیه ضروری و ایجاد فضای رقابتی سالم، هزینه نهاده‌های تولید را برای صنایع پایین نگه داشته است. همچنین دولت کره در مواقع لازم از سیاست‌های ارزی بهره گرفته و در اغلب سال‌ها ارزش وون را در سطحی حفظ کرده است که به رقابتی ماندن قیمت کالاهای کره‌ای در بازارهای جهانی کمک کند.

مجموعه این سیاست‌های حمایتی، کره جنوبی را به یکی از ۱۰ کشور برتر صادراتی جهان تبدیل کرده و حضور برندهای کره‌ای در صنایعی همچون خودروسازی و لوازم الکترونیک را در بازارهای جهانی تثبیت کرده است؛ موفقیتی که بخش عمده‌ای از آن مدیون پشتوانه‌های دولتی مستمر و هدفمند است.

۳.۴. آلمان

آلمان با تکیه بر یک پایه صنعتی قدرتمند، طی دهه‌ها جایگاه خود را به عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده اروپا و یکی از سه قدرت برتر صادراتی جهان تثبیت کرده است. هرچند بخش عمده‌ای از این موفقیت به توانمندی و نوآوری بخش خصوصی بازمی‌گردد، اما دولت آلمان نیز مجموعه‌ای از نهادها و سیاست‌های هدفمند را برای حمایت از تجارت خارجی به کار گرفته است.

مهم‌ترین ابزار مالی دولت در این زمینه، برنامه تضمین‌های اعتباری صادراتی موسوم به «پوشش هرمس»^{۱۰} است که توسط شرکت بیمه Euler Hermes به نمایندگی از دولت فدرال اجرا می‌شود. این برنامه، ریسک عدم پرداخت در صادرات به بازارهای پرخطر را پوشش داده و با ارائه ضمانت به بانک‌ها، تسهیل‌کننده تأمین مالی صادرکنندگان است.

¹⁰ Hermes Cover

علاوه بر پوشش‌های بیمه‌ای، دولت آلمان از طریق بانک توسعه‌ای KfW و سایر مؤسسات مالی، وام‌های کم‌بهره برای بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارها - مانند تأسیس دفاتر یا واحدهای تولیدی در خارج - فراهم می‌کند. در حوزه توسعه بازارها نیز، آلمان شبکه گسترده‌ای از اتاق‌های بازرگانی خارجی^{۱۱} (AHK) را در حدود ۹۰ کشور دنیا اداره می‌کند. این اتاق‌ها با ارائه مشاوره‌های محلی، برگزاری رویدادهای تجاری و تسهیل ارتباطات اولیه، نقشی مشابه به KOTRA در کره جنوبی دارند.

سازمان Germany Trade & Invest نیز با تمرکز بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی، اطلاعات جامع و به‌روزی از بازارهای صادراتی و فرصت‌های تجاری در اختیار شرکت‌های آلمانی قرار می‌دهد. در کنار این اقدامات، دولت آلمان از نمایشگاه‌های بین‌المللی بزرگ مانند نمایشگاه هانوفر و نمایشگاه خودروی فرانکفورت حمایت می‌کند؛ نمایشگاه‌هایی که بستری مهم برای معرفی کالاهای آلمانی و اتصال آنها به خریداران جهانی فراهم ساخته‌اند.

سیاست‌های آموزشی و پژوهشی دولت - نظیر تاکید بر نظام آموزش فنی دوگانه و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه - نیز به صورت غیرمستقیم به قدرت صادراتی آلمان کمک کرده‌اند؛ چرا که محصولات آلمانی به دلیل برخورداری از کیفیت و فناوری بالا، در بازارهای جهانی از تقاضای گسترده‌ای برخوردارند.

از منظر واردات، آلمان با پیروی از اصول اقتصاد باز، محیطی آزاد برای ورود کالا فراهم کرده و جز در موارد معدودی مانند برخی محصولات کشاورزی یا فرهنگی، محدودیت خاصی اعمال نمی‌کند. این دسترسی گسترده به مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای با قیمت و کیفیت مناسب، به تغذیه صنایع صادرات‌محور آلمان کمک کرده است.

۴.۴. هلند

اقتصاد هلند به‌شدت به تجارت بین‌المللی، به‌ویژه ترانزیت و توزیع کالا، وابسته است. در همین راستا، دولت هلند سیاست‌های حمایتی متعددی را برای پشتیبانی از فعالان تجاری اتخاذ کرده است. یکی از مهم‌ترین اقدامات در این زمینه، تأسیس آژانس کارآفرینی هلند (RVO)^{۱۲} است که زیر نظر وزارت امور اقتصادی فعالیت می‌کند و مأموریت آن حمایت از کسب‌وکارها در مسیر توسعه صادرات است. این آژانس با همکاری اتاق بازرگانی هلند، برنامه‌هایی برای آموزش شرکت‌های کوچک به‌منظور آمادگی برای صادرات، ارائه مشاوره درباره استانداردهای بین‌المللی و فرهنگ کسب‌وکار در بازارهای هدف و همچنین تأمین کمک‌هزینه برای تحقیقات بازار در کشورهای مقصد اجرا می‌کند.

مشابه آلمان، هلند نیز دارای اتاق‌های بازرگانی مشترک با کشورهای مختلف و دفاتر تجاری مستقر در سفارتخانه‌های خود است که به‌عنوان پل ارتباطی میان شرکت‌های هلندی و فرصت‌های تجاری خارجی عمل می‌کنند. در حوزه تأمین مالی

^{۱۱} مؤسسات AHK سازمان‌هایی هستند که به ترویج تجارت خارجی آلمان اختصاص دارند.

^{۱۲} Netherlands Enterprise Agency

صادرات، سازوکار بیمه اعتبار صادراتی توسط شرکت Atradius DSB مدیریت می‌شود که ریسک صادرات به بازارهای در حال توسعه را برای صادرکنندگان پوشش می‌دهد. همچنین، بانک توسعه هلند (FMO)^{۱۳} پروژه‌های سرمایه‌گذاری مرتبط با منافع تجاری هلند در سایر کشورها را تأمین مالی کرده و به این ترتیب به افزایش فرصت‌های صادراتی برای کالاهای و خدمات هلندی کمک می‌کند.

از جمله راهبردهای کلیدی هلند، توسعه زیرساخت‌های لجستیکی داخلی نظیر بنادر، فرودگاه‌ها و شبکه‌های ریلی و جاده‌ای است که رقابت‌پذیری شرکت‌های تجاری این کشور را به شدت افزایش داده است. به عنوان نمونه، بندر روتردام و فرودگاه اسخیپول آمستردام با سرمایه‌گذاری مشترک دولتی و خصوصی به هاب‌های لجستیکی کارآمدی بدل شده‌اند که شرکت‌های هلندی و حتی اروپایی را به بازارهای جهانی متصل می‌کنند.

دولت هلند همچنین با پیگیری سیاست‌های کلان اقتصادی از جمله ایجاد محیطی مساعد برای کسب و کار، وضع ساختار مالیاتی شفاف و نسبتاً کم‌نرخ برای شرکت‌های بین‌المللی، تضمین ثبات قوانین، حمایت حقوقی قوی از قراردادهای و کاهش بروکراسی در فرآیند تأسیس کسب و کار، انگیزه ورود به حوزه تجارت را به طور قابل توجهی افزایش داده است.

در زمینه واردات، هلند ضمن پیروی از تعرفه‌ها و مقررات آزاد اتحادیه اروپا، امکاناتی همچون انبارهای کالای وارده^{۱۴} را فراهم کرده است که به تاجران خارجی امکان می‌دهد کالاهای خود را بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی وارد و نگهداری کنند و تنها در صورت فروش در بازار اتحادیه اروپا، هزینه‌های مربوطه را بپردازند. این مزیت موجب شده بسیاری از شرکت‌های بین‌المللی، هلند را به عنوان مرکز توزیع کالاهای خود در اروپا انتخاب کرده و از این مسیر، سایر بازارهای اروپایی را نیز تغذیه کنند.

در مجموع، این سیاست‌ها باعث شده است که هلند با وجود جمعیتی حدود ۱۸ میلیون نفر، در میان ۱۰ کشور نخست جهان در سال ۲۰۲۴ از نظر ارزش صادرات و واردات قرار گیرد و شرکت‌های هلندی در زنجیره‌های ارزش جهانی حضور چشمگیری داشته باشند.

^{۱۳} Dutch Entrepreneurial Development Bank

^{۱۴} Bonded Warehouses - مکان‌هایی هستند که کالاهای وارداتی بدون پرداخت فوری عوارض گمرکی ذخیره می‌شوند تا زمانی که برای مصرف داخلی ترخیص یا صادر شوند.

۵. جایگاه ایران در شاخص‌های مربوط به تسهیل تجارت

۱.۵. شاخص عملکرد لجستیک

شاخص عملکرد لجستیک (LPI) ابزاری برای سنجش کیفیت و کارایی خدمات لجستیکی کشورها در تجارت بین‌المللی است. این شاخص با ارزیابی چند بُعد کلیدی، تصویری از توانمندی لجستیکی هر کشور ارائه می‌دهد. ارزیابی بر پایه شش معیار اصلی انجام می‌شود:

- **ترخیص گمرکی:** کارایی فرآیندهای ترخیص در مرزها (شامل سرعت، سادگی و پیش‌بینی‌پذیری رویه‌ها توسط نهادهایی مانند گمرک)؛
- **زیرساخت‌ها:** کیفیت زیرساخت‌های مربوط به تجارت و حمل‌ونقل (مانند بنادر، راه‌آهن، جاده‌ها و فناوری اطلاعات)؛
- **حمل‌ونقل بین‌المللی:** سهولت در سازماندهی حمل‌ونقل با قیمت‌های رقابتی؛
- **صلاحیت و کیفیت خدمات لجستیکی:** شایستگی و کیفیت خدمات لجستیکی (مانند اپراتورهای حمل‌ونقل و کارگزاران گمرکی)؛
- **ردیابی و پیگیری محموله‌ها:** توانایی ردیابی و پیگیری محموله‌ها؛
- **به‌موقع بودن ارسال‌ها:** به‌موقع بودن ارسال و تحویل محموله‌ها در بازه زمانی برنامه‌ریزی‌شده یا مورد انتظار.

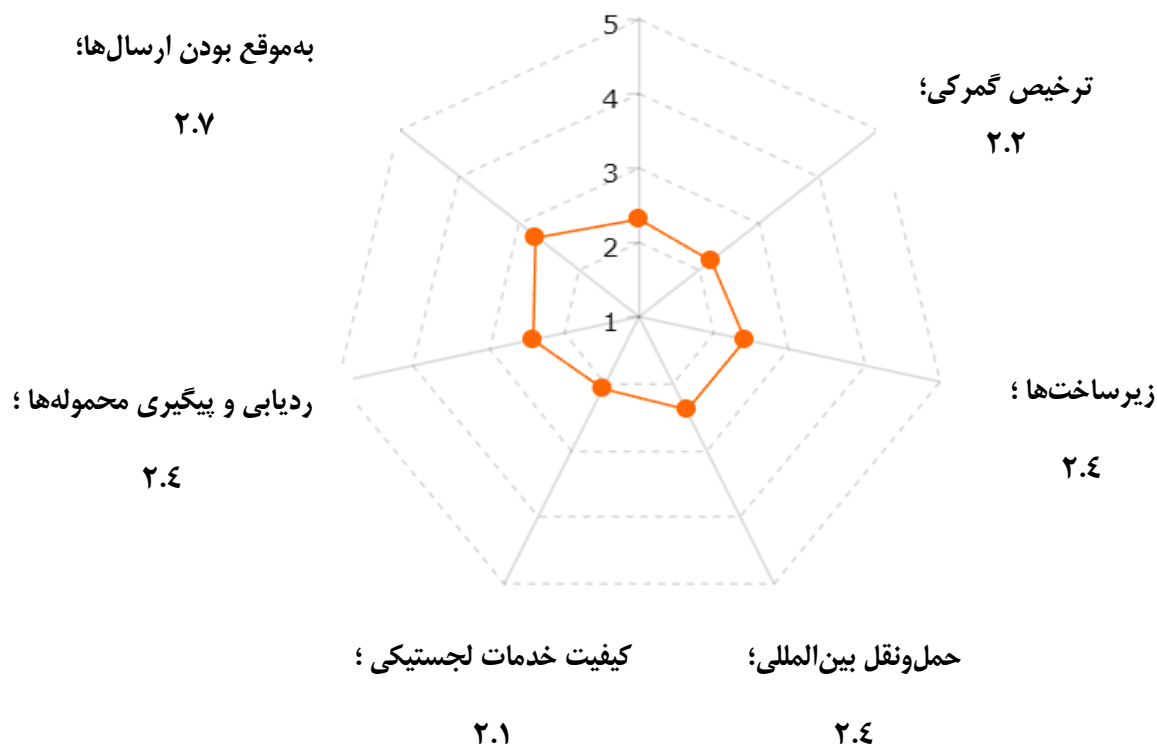
در این ارزیابی، به هر کشور برای هر بعد امتیازی بین ۱ تا ۵ داده می‌شود که در آن ۵ بالاترین و بهترین عملکرد را نشان می‌دهد.

تحلیل شاخص عملکرد لجستیک ایران در سال ۲۰۲۳ نشان می‌دهد که کشور در مجموع در جایگاه ۱۲۳ در میان ۱۲۹ کشور جهان قرار گرفته و امتیاز کلی آن ۲.۳ ثبت شده است که بیانگر عملکردی پایین‌تر از میانگین جهانی است (میانگین امتیاز شاخص جهان: ۳). در میان ابعاد مختلف، ایران در شاخص «به‌موقع بودن ارسال‌ها» بهترین عملکرد را داشته و امتیازی برابر با ۲.۷ کسب کرده است، که نشان می‌دهد تحویل محموله‌ها به مقصد در زمان مقرر نسبتاً قابل قبول انجام می‌شود. در مقابل، ضعیف‌ترین عملکرد مربوط به حوزه «شایستگی و کیفیت خدمات لجستیکی» است که با امتیاز ۲.۱ ضعف جدی در کیفیت اپراتورهای حمل‌ونقل و خدمات پشتیبانی را نشان می‌دهد. سایر زیرشاخص‌ها نیز وضعیت مشابهی دارند: ایران در «ترخیص گمرکی» امتیاز ۲.۲، در «زیرساخت‌های حمل‌ونقل» امتیاز ۲.۴، در «حمل‌ونقل بین‌المللی» امتیاز ۲.۴ و در «ردیابی و پیگیری محموله‌ها» نیز امتیاز ۲.۴ کسب کرده است. این نتایج به خوبی نشان می‌دهد که اگرچه در برخی زمینه‌ها وضعیت نسبتاً

بهتری وجود دارد، اما برای ارتقای جایگاه ایران در تجارت جهانی، تقویت زیرساخت‌ها، بهبود کیفیت خدمات لجستیکی و ساده‌سازی فرآیندهای گمرکی و حمل‌ونقل، ضرورتی جدی احساس می‌شود.

نمودار ۱. وضعیت امتیاز ایران در شاخص عملکرد لجستیک ۲۰۲۳

عملکرد لجستیک ۲.۳



منبع: بانک جهانی

بررسی مقایسه‌ای شاخص عملکرد لجستیکی ایران در سال ۲۰۲۳ با کشورهای منطقه و همسایه نشان می‌دهد که ایران با امتیاز ۲.۳ در جایگاه بسیار پایین‌تری نسبت به بسیاری از کشورهای همسایه قرار دارد. امارات متحده عربی با امتیاز ۴ و قطر با ۳.۵ بالاترین سطح عملکرد را در منطقه به خود اختصاص داده‌اند و نشان‌دهنده زیرساخت‌های قوی، خدمات لجستیکی کارآمد و فرآیندهای ترخیص مؤثر در این کشورها هستند. عربستان سعودی و ترکیه نیز با امتیاز ۳.۴ و عمان با ۳.۳، در سطح بسیار مطلوبی قرار دارند. کویت با امتیاز ۳.۲ همچنان بالاتر از میانگین جهانی در این گروه ارزیابی می‌شود. در مقابل، ایران نه تنها از این کشورها فاصله زیادی دارد بلکه نسبت به کشورهای متوسط منطقه مانند قزاقستان (۲.۷)، روسیه (۲.۶)، ازبکستان (۲.۶) و ارمنستان (۲.۵) نیز عملکرد ضعیف‌تری نشان می‌دهد. ایران تنها در کنار کشورهایی مانند عراق (۲.۴) و قرقیزستان

(۲.۳) قرار دارد که آن‌ها هم در رده کشورهای با زیرساخت‌های لجستیکی ضعیف دسته‌بندی می‌شوند. افغانستان با امتیاز ۱.۹ پایین‌ترین جایگاه را در این مقایسه دارد. این تحلیل به روشنی نشان می‌دهد که ایران در مقایسه با اکثر کشورهای منطقه هم در زیرساخت‌ها و هم در کیفیت خدمات لجستیکی با شکاف جدی مواجه است و برای ارتقاء موقعیت خود، نیازمند اقدامات سریع و سرمایه‌گذاری‌های استراتژیک در حوزه لجستیک و تسهیل تجارت است.

نمودار ۲. وضعیت امتیاز ایران و کشورهای منطقه در شاخص عملکرد لجستیک ۲۰۲۳



منبع: بانک جهانی

۲.۵ شاخص تجارت دیجیتال و پایدار

شاخص «تسهیل تجارت دیجیتال و پایدار» یکی از ابزارهای تحلیلی بین‌المللی برای سنجش میزان پیشرفت کشورها در ساده‌سازی، دیجیتالی‌سازی و پایدارسازی فرآیندهای تجاری است. این شاخص عملکرد کشورها را در طیفی از صفر تا صد ارزیابی می‌کند، به این معنا که هرچه امتیاز کشوری به عدد صد نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده وضعیت بهتر و مطلوب‌تر آن کشور در تسهیل و دیجیتالی‌سازی تجارت است.

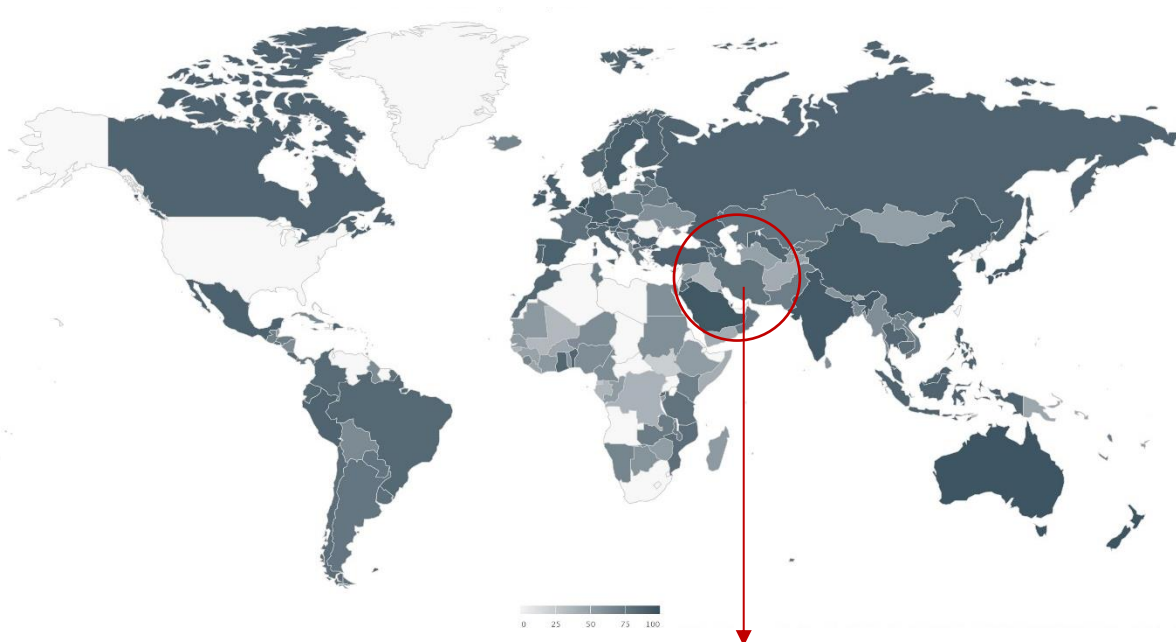
این شاخص شامل چند زیرشاخص کلیدی است که عبارتند از: «شفافیت»، «تشریفات اداری»، «ترتیبات نهادی و همکاری»، «تجارت بدون کاغذ»، «تجارت بدون کاغذ فرامرزی»، «تسهیل تجارت برای بنگاه‌های کوچک و متوسط»، «تسهیل تجارت کشاورزی» و «مشارکت زنان در تسهیل تجارت».

بر اساس نمودار ارائه‌شده، وضعیت ایران در این شاخص دارای نوسان قابل توجهی میان زیرشاخص‌های مختلف است. بالاترین امتیاز ایران در حوزه «تسهیل تجارت کشاورزی» مشاهده می‌شود که نشان‌دهنده توجه بیشتر به تسهیل تجارت محصولات

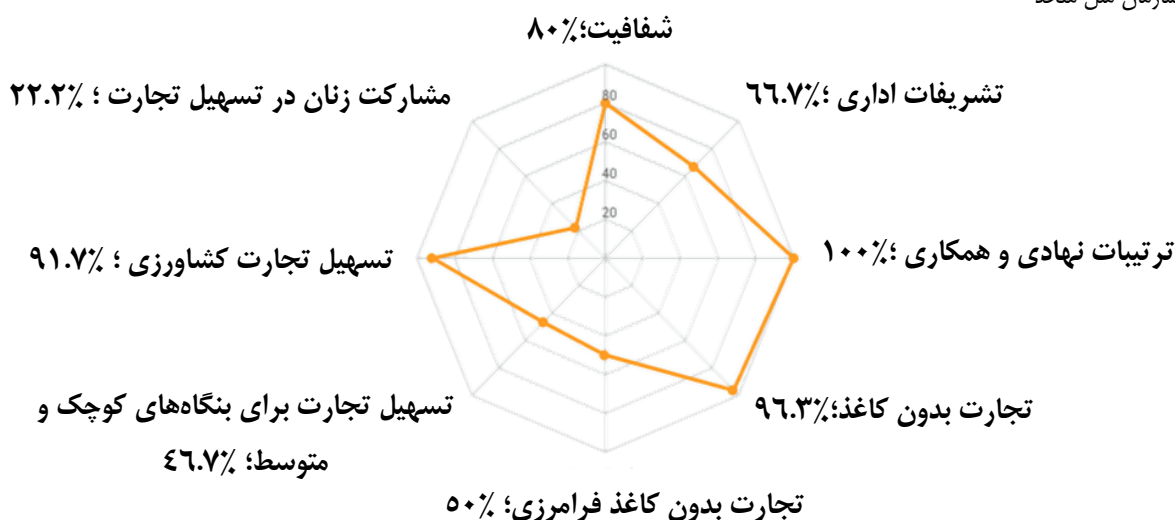
کشاورزی است. همچنین ایران در حوزه‌های «تجارت بدون کاغذ» و «ترتیبات نهادی و همکاری» نیز عملکرد نسبتاً مناسبی داشته و امتیازهای بالاتری کسب کرده است. در مقابل، ضعیف‌ترین عملکرد ایران در زیرشاخص «مشارکت زنان در تسهیل تجارت» مشاهده می‌شود که بیانگر نیاز جدی به افزایش نقش‌آفرینی زنان در فرآیندهای مرتبط با تجارت بین‌المللی است. وضعیت ایران در زیرشاخص‌های «شفافیت»، «تسهیل تجارت برای بنگاه‌های کوچک و متوسط» و «تجارت بدون کاغذ فرامرزی» نیز در حد متوسط یا پایین قرار دارد و جای کار قابل توجهی دارد.

به طور کلی، عملکرد ایران در تسهیل تجارت دیجیتال و پایدار با توجه به میانگین امتیازات، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق‌تر و تقویت اقدامات در حوزه‌هایی همچون شفافیت، دیجیتالی‌سازی فرآیندهای مرزی و حمایت از مشارکت زنان و کسب‌وکارهای کوچک در تجارت است تا بتواند جایگاه رقابتی خود را در تجارت بین‌المللی بهبود بخشد.

نمودار ۲. وضعیت امتیاز کشورها و وضعیت ایران در شاخص تسهیل تجارت دیجیتال و پایدار ۲۰۲۳



منبع: سازمان ملل متحد



۶. سازمان‌های پشتیبان تسهیل تجارت خارجی

سازمان‌های بین‌المللی با طراحی برنامه‌های نوآورانه و هدفمند، نقشی کلیدی در تسهیل تجارت جهانی ایفا می‌کنند و جریان‌های اقتصادی را در سراسر مرزها روان‌تر می‌سازند. یکی از برجسته‌ترین این نهادها، کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد (آنکتاد) است که با ارائه تحلیل‌های عمیق، ابزارهای سیاستی و برنامه‌های ظرفیت‌سازی، به کشورهای در حال توسعه کمک می‌کند تا در اقتصاد جهانی ادغام شوند و از فرصت‌های تجارت بین‌المللی بهره‌مند گردند. آنکتاد با ترویج تجارت پایدار و فراگیر، پلی است که شکاف‌های اقتصادی را پر می‌کند و آینده‌ای روشن‌تر برای ملت‌ها رقم می‌زند.

برنامه «توانمندسازی برای تسهیل تجارت»^{۱۵} که توسط آنکتاد اجرا می‌شود، ابتکاری جامع برای تقویت ظرفیت‌های تجاری کشورهای در حال توسعه، کشورهای کمتر توسعه‌یافته، کشورهای جزیره‌ای کوچک در حال توسعه، کشورهای محصور در خشکی و اقتصادهای در حال گذار است. این برنامه با هدف توانمندسازی کمیته‌های ملی تسهیل تجارت (NTFC)^{۱۶} برای اجرای هماهنگ اصلاحات حوزه تسهیل تجارت، از جمله مفاد توافقنامه تسهیل تجارت سازمان تجارت جهانی (WTO)، طراحی شده و راهکارهایی متناسب با نیازهای هر کشور ارائه می‌دهد.

این برنامه با همکاری مقامات دولتی، فعالان بخش خصوصی (با تأکید بر زنان، جوانان و گروه‌های آسیب‌پذیر)، مؤسسات علمی و پژوهشی و سازمان‌های جامعه مدنی اجرا می‌شود. هدف آن ترویج توسعه فراگیر و پایدار، افزایش تاب‌آوری زنجیره‌های تأمین و بهبود حکمرانی از طریق دیجیتالی‌سازی، ارتقای کارایی تجارت و تقویت همکاری‌های فرامرزی است. با تمرکز بر کاهش موانع تجاری و ساده‌سازی فرآیندها، این برنامه به کشورها کمک می‌کند تا در اقتصاد جهانی رقابتی‌تر شوند و از فرصت‌های تجارت بین‌المللی بهره‌مند گردند.

برنامه «توانمندسازی برای تسهیل تجارت» UNCTAD کمک‌های خود را در قالب ۹ جزء کلیدی ارائه می‌دهد:

- **خدمات مشاوره‌ای و کمک‌های حقوقی:** ارائه راهنمایی‌های تخصصی و حمایت‌های حقوقی برای کمک به کشورها در پذیرش و اجرای اقدامات تسهیل تجارت، با اطمینان از تطابق با استانداردهای بین‌المللی و رفع چالش‌های حقوقی خاص.
- **ظرفیت‌سازی و آموزش الکترونیکی:** ارائه دوره‌های آنلاین و آموزش‌های عملی برای تجهیز حرفه‌ای‌های حوزه تجارت با مهارت‌ها و دانش ضروری، شامل بهترین شیوه‌ها، رعایت مقررات و استفاده از ابزارهای دیجیتال.
- **پایگاه داده کمیته‌های ملی تسهیل تجارت:** ایجاد پایگاه داده‌ای جامع برای ردیابی فعالیت‌های NTFC ها در سراسر جهان، افزایش شفافیت و تقویت همکاری‌های فرامرزی.

¹⁵ Empowerment Programme for Trade Facilitation

¹⁶ National Trade Facilitation committee (NTFC)

- **ظرفیت‌سازی هماهنگی ترانزیت:** ارائه آموزش و حمایت به هماهنگ‌کنندگان ترانزیت برای ساده‌سازی حمل‌ونقل فرامرزی، به‌ویژه برای کشورهای محصور در خشکی یا دارای حجم بالای ترانزیت.
- **تسهیل تجارت هوشمند اقلیمی:** پیشبرد راه‌حل‌های پایدار با بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال برای کاهش انتشار کربن و ساده‌سازی فرآیندهای تجارت فرامرزی با هماهنگی ملی.
- **ارزیابی سریع آمادگی برای تسهیل تجارت:** ارزیابی سطح آمادگی کشورها برای تسهیل تجارت در شرایط اضطراری، شناسایی شکاف‌ها و ارائه توصیه‌های عملی.
- **ردیاب اصلاحات تسهیل تجارت:** ردیابی و گزارش پیشرفت اصلاحات تسهیل تجارت برای اطلاع‌رسانی به ذینفعان و حمایت از اهداف مدرن‌سازی تجارت.
- **پورتال‌های تجاری:** توسعه پلتفرم‌های دیجیتال متمرکز برای ساده‌سازی مستندسازی تجارت، بهبود دسترسی، شفافیت و کارایی برای واردکنندگان و صادرکنندگان.
- **ابزار تحلیل و ساده‌سازی رویه‌های تجاری:** ساده‌سازی رویه‌های پیچیده تجاری، کاهش بوروکراسی و افزایش کارایی فرآیندهای تجاری.

اجرای این برنامه از سال ۲۰۱۵ تاکنون در ۸۲ کشور اجرا شده که از جمله آنها می‌توان به کشورهای آفریقایی مانند کنیا، نیجریه و اوگاندا، کشورهای جزیره‌ای کوچک مانند فیجی و وانواتو و کشورهای در حال گذار مانند ازبکستان و قزاقستان، با هدف تقویت ظرفیت‌های تجاری و اجرای اصلاحات تسهیل تجارت محقق شده است. در برخی کشورها مانند اوگاندا و سریلانکا، پورتال‌های تجاری دیجیتال برای ساده‌سازی مستندسازی توسعه یافته‌اند. در کشورهایی مانند بوتسوانا و زامبیا، آموزش‌های الکترونیکی برای حرفه‌ای‌ها ارائه می‌شود. در کشورهای محصور در خشکی مانند اوگاندا و رواندا، هماهنگی ترانزیت بهبود یافته است. در بنگلادش و نامیبیا، ارزیابی‌های سریع آمادگی تجارت در شرایط اضطراری انجام می‌شود. همچنین، در برخی کشورها، راه‌حل‌های هوشمند اقلیمی برای کاهش انتشار کربن و ساده‌سازی فرآیندهای تجاری اجرا می‌گردد. علاوه بر این، اجزای دیگر شامل خدمات مشاوره‌ای و کمک‌های حقوقی برای تطابق با استانداردهای بین‌المللی، پایگاه داده NTFC برای شفافیت، ردیاب اصلاحات تسهیل تجارت برای گزارش پیشرفت و ابزارهای ساده‌سازی رویه‌های تجاری برای کاهش بوروکراسی است.

پوشش اجرای برنامه توانمندسازی برای تسهیل تجارت توسط آنکتاد از سال ۲۰۱۵ تاکنون



منبع : آنکتاد

۷. جمع‌بندی و ارائه راهکارها

تسهیل تجارت خارجی، به‌عنوان اهرمی کلیدی برای توسعه اقتصادی، نقشی محوری در تقویت جایگاه ایران در بازارهای جهانی ایفا می‌کند. گمرک، به‌عنوان قلب فرآیند تجارت بین‌المللی، با ساده‌سازی رویه‌ها، کاهش هزینه‌ها و افزایش شفافیت، می‌تواند موتور محرکه رشد صادرات، جذب سرمایه خارجی و ایجاد اشتغال باشد. تجربه کشورهای پیشرو مانند ترکیه، کره جنوبی، آلمان و هلند نشان می‌دهد موفقیت در این عرصه نیازمند هماهنگی سیاستی در حوزه‌های گمرکی، تعرفه‌ای، دیپلماسی تجاری، دیجیتالی‌سازی و هم‌سویی با استانداردهای جهانی است. ترکیه با سامانه جامع گمرکی خود، رویه‌های گمرکی را به‌طور کامل الکترونیکی کرد و با برنامه اپراتور اقتصادی مجاز و مدیریت ریسک هوشمند، زمان ترخیص کالا را به شکل چشمگیری کاهش داد. انعقاد اتحادیه گمرکی با اروپا، تعرفه‌های صنعتی را حذف کرد و حجم صادرات ترکیه را به‌طور قابل توجهی افزایش داد. کره جنوبی با سامانه پنجره واحد خود، عملیات ترخیص را الکترونیکی کرد و زمان صادرات را به شکل مؤثری کوتاه کرد. این کشور با انعقاد توافق‌نامه‌های متعدد تجارت آزاد، تعرفه‌ها را برای شرکای کلیدی به حداقل رساند و با شبکه گسترده دفاتر تجاری در سراسر جهان، بازاریابی صادراتی را متحول کرد. آلمان با سامانه دیجیتالی خود، اظهارنامه‌های گمرکی را کاملاً الکترونیکی کرده و با برنامه اپراتور اقتصادی مجاز، بازرسی‌ها را برای شرکت‌های معتبر به حداقل رسانده است. هلند با بندر روتردام و انبارهای گمرکی، زمان ترخیص را به شکل قابل توجهی کاهش داده و در شاخص‌های جهانی

عملکرد لجستیک جایگاه برتری کسب کرده است. هر دو کشور از تعرفه‌های پایین اتحادیه اروپا و توافقات تجاری گسترده بهره می‌برند. ایران، با موقعیت ژئوپلیتیکی استراتژیک و دسترسی به بازارهای منطقه‌ای، پتانسیل بالایی برای تبدیل شدن به هاب تجاری دارد، اما پیچیدگی رویه‌های گمرکی، زیرساخت‌های مرزی محدود و عدم انطباق کامل با استانداردهای جهانی، موانعی جدی ایجاد کرده‌اند. زمان ترخیص کالا در ایران به‌طور قابل توجهی طولانی‌تر از کشورهای پیشرو است. فرصت‌هایی مانند سامانه جامع گمرکی موجود و توافقات منطقه‌ای مانند اتحادیه اوراسیا می‌توانند اهرم تحول باشند. برای تحقق این هدف، گمرک ایران می‌تواند با تمرکز بر مدرن‌سازی رویه‌ها از طریق هوش مصنوعی، گسترش برنامه اپراتور اقتصادی مجاز و ارائه خدمات شبانه‌روزی، ساده‌سازی تعرفه‌ها با کاهش طبقات و معافیت برای مواد اولیه صادراتی، دیپلماسی فعال تجاری برای احیای توافقات ترجیحی مانند ایران-ترکیه، دیجیتالی‌سازی فراگیر با پنجره واحد ملی و تبادل اسناد فرامرزی مانند پروژه مشترک با ترکیه و هم‌سویی استانداردهای فنی با معیارهای جهانی و توافقات شناسایی متقابل، تحولی ساختاری ایجاد کند. این راهبرد، با هماهنگی بین‌نهادی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های لجستیکی، زمان و هزینه تجارت را کاهش داده و رقابت‌پذیری ایران را ارتقا می‌دهد. اجرای پنجره واحد در کره جنوبی زمان ترخیص را به شکل مؤثری کوتاه کرد، و ایران نیز با تکمیل سامانه‌های موجود می‌تواند به نتایج مشابهی دست یابد. تسهیل تجارت خارجی، کلید توسعه پایدار است و گمرک ایران با الگوبرداری از این الگوها و اجرای پیشنهادهای عملیاتی، می‌تواند نقشی پیشرو در روان‌سازی تجارت ایفا کند. جدول زیر، نقشه راه عملیاتی را ارائه می‌دهد:

نوع اقدام	شرح پیشنهاد	محور اقدام
میان مدت	اجرای برنامه جامع فعالان مجاز اقتصادی (AEO): پیاده‌سازی برنامه AEO مطابق چارچوب جهانی برای اعطای تسهیلات ویژه (تشریفات سریع‌تر، بازرسی کمتر و ترخیص آسان) به تجار و شرکت‌های خوش سابقه. این کار با کاهش تشریفات برای اپراتورهای کم‌ریسک، سرعت و اطمینان در تجارت را بالا می‌برد.	گمرک (اصلاحات گمرکی)
میان مدت	بکارگیری هوش مصنوعی در مدیریت ریسک گمرکی: ارتقای سامانه‌های مدیریت ریسک گمرک با بهره‌گیری از هوش مصنوعی و تحلیل داده‌های بزرگ برای شناسایی خودکار محموله‌های پرخطر و تسریع ترخیص کم‌خطرها. گمرک هلند با استفاده از AI توانسته نظارت دقیق را با تسهیل تجارت توأم کند.	گمرک (اصلاحات گمرکی)

نوع اقدام	شرح پیشنهاد	محور اقدام
کوتاه مدت	استقرار نظام صدور حکم مقدماتی (Advance Ruling): ایجاد رویه‌ای که به واردکنندگان و صادرکنندگان امکان دهد پیش از ورود کالا، از گمرک در مورد طبقه‌بندی تعرفه‌ای و منشأ کالا حکم قطعی دریافت کنند. کره جنوبی این سیستم را به‌طور کامل اجرا کرده است.	گمرک (اصلاحات گمرکی)
کوتاه مدت	خدمات دهی ۲۴ ساعته گمرک در مبادی اصلی: فراهم کردن شرایط عملیاتی برای فعالیت تمام‌وقت گمرک در بندر و گذرگاه‌های مرزی مهم. اجرای ۲۴ ساعته شدن گمرک در مرز بازرگان-گوربولاغ نمونه‌ای موفق است.	گمرک (اصلاحات گمرکی)
میان مدت	اجرای مدیریت هماهنگ مرزی (CBM) و افزایش ظرفیت گذرگاه‌ها: ایجاد هماهنگی میان سازمان‌های مرزی از طریق ایستگاه مشترک بازرسی و افزایش ظرفیت فیزیکی مرزها.	گمرک (اصلاحات گمرکی)
میان مدت	ساده‌سازی ساختار تعرفه‌ای و کاهش نرخ‌ها: بازبینی ساختار تعرفه‌ها برای کاهش طبقات و تعدیل نرخ‌های بالا، مشابه تجربه ترکیه و کره جنوبی. این امر شفافیت و رقابت‌پذیری را افزایش می‌دهد.	سیاست تعرفه‌ای
کوتاه مدت	معافیت حقوق گمرکی برای مواد اولیه و تجهیزات تولیدی صادرات محور (ورود موقت): ساده‌سازی رویه ورود موقت برای کاهش هزینه تولید صادراتی، مشابه ترکیه و کره جنوبی.	سیاست تعرفه‌ای
بلند مدت	مذاکره و انعقاد توافق‌نامه‌های تجاری (ترجیحی/آزاد): امضای توافقات با شرکای کلیدی، مانند احیای موافقت‌نامه ایران و ترکیه، برای کاهش تعرفه‌ها و موانع غیرتعرفه‌ای.	دیپلماسی تجاری
کوتاه مدت	تقویت شبکه رایزنان بازرگانی و دفاتر تجارت خارجی: فعال‌سازی رایزنان بازرگانی برای حل چالش‌های صادراتی و انتقال اطلاعات بازار، مشابه آلمان و کره جنوبی.	دیپلماسی تجاری

نوع اقدام	شرح پیشنهاد	محور اقدام
میان مدت	پیاده سازی پنجره واحد یکپارچه تجارت خارجی: ایجاد سامانه متمرکز برای پوشش الکترونیکی تمام مراحل تجارت، مشابه Uni-Pass کره جنوبی.	دیجیتالی سازی تجارت
میان مدت	توسعه تبادل الکترونیکی اسناد بازرگانی فرامرزی: گسترش سامانه های تبادل داده مانند e-TIR با ترکیه برای کاهش زمان و هزینه تطبیق کالا.	دیجیتالی سازی تجارت
بلند مدت	توافقات شناسایی متقابل استانداردها و گواهی ها: انعقاد توافق نامه های شناسایی متقابل (MRA) ¹⁷ برای کاهش آزمون های مجدد در بازارهای مقصد، مشابه اتحادیه اروپا.	یکپارچه سازی استانداردها

¹⁷ **Mutual Recognition Agreement** (توافق نامه شناسایی متقابل) است. این توافق نامه ها قراردادهای دوجانبه یا چندجانبه بین کشورها هستند که بر اساس آن، طرفین متعهد می شوند گواهی ها، استانداردهای فنی، نتایج آزمون ها یا ارزیابی های انطباق (مانند گواهی کیفیت، ایمنی، یا استاندارد محصول) صادر شده توسط نهادهای معتبر یکدیگر را به رسمیت بشناسند. هدف MRA کاهش موانع فنی تجارت، جلوگیری از آزمون های تکراری و کاهش هزینه ها و زمان ورود کالاها به بازارهای مقصد است.