

ازجمله ایران نمی داشت، در آن صورت حدود ۲٫۵ میلیارد دلار کالای با مقصد افغانستان روی دست صادرکننده ایرانی می ماند. البته وابستگی کشورها در حوزه اقتصاد متقابل است اما تغییر مواضع سیاسی؛ تغییر قدرت سیاسی حاکم بر کشورها، وقوع جنگ و ورود قدرت های بین المللی می تواند این خطر ناشی از تمرکز کالا و صادرات در یک یا چند کشور را بیشتر کند.

درخصوص تنوع بخشی به مقاصد صادراتی و مبادی وارداتی، قوانین و اسناد بالادستی و ازجمله سیاست های کلی نظام این مورد را مسکوت نگذاشته است، به طوری که طبق بند ۱۰ سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی ایجاد تنوع در کالاها، تنوع بخشی پیوندهای اقتصادی با کشورها به ویژه با کشورهای منطقه، استفاده از سازوکار مبادلات تهاتری برای تسهیل مبادلات، ایجاد ثبات رویه و مقررات در مورد صادرات با هدف گسترش پایدار سهم ایران در بازارهای هدف و تشویق سرمایه گذاری خارجی برای صادرات را راه برون رفت از این شرایط ذکر شده است. همچنین همانطور که اشاره شد، بند ۱۲ سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی نیز استفاده از دیپلماسی در جهت حمایت از هدف های اقتصادی و توسعه پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای منطقه و جهان به ویژه همسایگان را برای افزایش قدرت مقاومت و کاهش آسیب پذیری اقتصاد کشور توصیه کرده است.

سهم ایران از بازار ۹ همسایه زیر ۲ درصد است

براساس آمارهای وب سایت tradmap و آمارهای گمرک ایران، در سال ۲۰۲۰ بالاترین سهم صادرات ایران از بازار کشورهای همسایه مربوط به بازار افغانستان بوده است. طبق آمارهای رسمی، میزان واردات افغانستان در سال گذشته ۶٫۵ میلیارد دلار بوده که از این مقدار، حدود ۲ میلیارد و ۳۰۶ میلیون دلار آن کالاهایی ایرانی بوده است. دومین بازاری که سهم کالاهای ایرانی در آن برجسته است، مربوط به بازار عراق می شود. در سال گذشته ۱۴٫۳ درصد از کالاهای وارداتی عراق از ایران بوده است. بازار ارمنستان در جایگاه سوم قرار دارد. سهم ایران از بازار این کشور ۶٫۷ درصد بوده است. در ترکمنستان سهم کالاهای ایرانی از کل واردات این کشور ۴٫۱ درصد؛ در آذربایجان ۳٫۶ درصد، در پاکستان ۲٫۲

درصد، در امارات ۱٫۹ درصد، در عمان ۱٫۵ درصد، در ترکیه ۱٫۱ درصد، در کویت و قطر نزدیک به نیم درصد، در بازار قزاقستان ۰٫۴ درصد، در بازار روسیه ۰٫۲ درصد، در بحرین ۰٫۱ درصد و عربستان صفر بوده است.

۶۰ درصد صادرات ایران به منطقه است

باید توجه داشته باشیم افزایش سهم ایران از بازارهای منطقه ای باید به صورتی هدف گذاری شود که این افزایش منجر به تمرکز بیش از کالا در منطقه نشود. به عبارتی، افزایش سهم ایران از بازار منطقه باید در کنار افزایش کل رقم صادرات غیرنفتی کشور رخ دهد، نه اینکه حجم فعلی صادرات را در چند کشور متمرکز کنیم که مخاطرات آن در سطور پیشین ذکر شد. بر همین اساس، افزایش سهم ایران در بازار ۱۵ کشور همسایه باید با افزایش توانمندی ایران در صادرات و افزایش ارزش افزوده کالاهای صادراتی رخ دهد. وگرنه تمرکز بیش از حد صادرات در چند کشور می تواند به عنوان یک تهدید سیاسی و امنیتی برای تجارت ایران به حساب بیاید. بررسی آمارها نشان می دهد سهم صادرات به کشورهای همسایه از کل صادرات غیرنفتی ایران از حدود ۴۱ درصد در سال ۲۰۰۹ به حدود ۶۵ درصد تا سال ۲۰۱۸ رسیده اما طی سالهای اخیر این مقدار بین ۵۷ تا ۵۸ درصد از کل صادرات ایران را شامل شده است.

۹۱ درصد واردات ایران از کشورهای همسایه مربوط به ۳ کشور

بررسی روند ۱۳ ساله صادرات ایران به ۱۵ کشور همسایه نشان می دهد طی سالهای ۱۳۸۸ تا ۱۴۰۰ میزان صادرات ایران به عمان با ۵۸۴ درصد رشد، بیشترین افزایش را داشته است. پس از آن، صادرات به ترکیه با ۴۵۵ درصد، صادرات به قطر با ۲۰ درصد، صادرات به ارمنستان با ۲۱۵ درصد، صادرات به پاکستان با ۱۵۸ درصد، صادرات به افغانستان با ۱۳۶ درصد و صادرات به عراق با ۱۲۰ درصد بیشترین رشد را تجربه کرده اند. صادرات به بحرین با کاهش ۶۰ درصد و صادرات به عربستان با کاهش ۱۰۰ درصدی، بالاترین افت را طی سالهای ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۹ نشان می دهند. پس از این دو کشور، رشد ۱ درصدی صادرات به ترکمنستان نیز کمترین رشدهای این سالهاست. از آنجایی که تجارت یکطرفه نمی تواند دوام بیاورد و مخاطرات زیادی دارد، هدف گذاری در واردات نیز باید طوری باشد

که کشورهای همسایه در محصولاتی که مزیت صادراتی و رقابتی دارند، برای ایران اولویت باشند. در خصوص برخی از کشورها ازجمله ترکیه و روسیه نگاه راهبردی ایران به همراه موافقتنامه هایی که بین طرفین امضا شده این موضوع را تایید می کند. اما در خصوص واردات از کشورهای همسایه دو مشکل تجارت ایران را تهدید می کند. اولی تمرکز بیش از حد واردات از کشورهای همسایه در چند کشور است. در این خصوص طبق آمارهای گمرک و آمارهای tradmap، در سال ۱۴۰۰ از کل واردات ایران از ۱۵ کشور، ۹۱ درصد آن از سه کشور ترکیه، امارات و روسیه وارد شده است. در سال ۱۳۹۹ نیز ۹۵ درصد از واردات ایران از ۵ کشور مربوط به همین ۳ کشور بوده و در سال ۱۳۹۸ رقم واردات از این ۳ کشور ۹۱ درصد از کل واردات ایران از کشورهای همسایه را شامل شده است.

اما مورد دوم از مخاطرات واردات ایران از کشورهای همسایه، مربوط به کاهش شدید واردات ایران از برخی کشورهای همسایه طی روند ۱۳ سال اخیر است. به طوری که طی این مدت میزان واردات ایران از عربستان صفر شده، از بحرین ۴۸ میلیون دلار سال ۱۳۸۸ به ۱ میلیون دلار رسیده، در ارمنستان از ۳۳ به ۱۷ میلیون دلار کاهش یافته؛ در ترکمنستان از ۴۰۳ به ۵ میلیون دلار در سال ۹۹ و ۲۴ میلیون دلار در سال ۱۴۰۰ رسیده، در افغانستان همواره در حول و حوش ۱۵ تا ۲۰ میلیون دلار متوقف مانده، در کویت از ۹۹ به ۷ میلیون دلار کاهش یافته، در قزاقستان از ۲۲۲ به ۳۷ میلیون دلار رسیده، در پاکستان از ۳۷۰ به ۱۷۷ میلیون دلار کاهش یافته است. طی این مدت، روند واردات از عراق، ترکیه و روسیه افزایشی بوده است. کاهش وابستگی به امارات به نظر می رسد منطقی باشد. پس در بخش کالایی، هدف گذاری تجارت ایران با همسایگان باید به قدری دقیق و سنجیده باشد که منجر به تمرکز نشود. همچنین در بخش واردات افزایش تعامل با برخی کشورهایی لازم و ضروری است. این کشورها همان هایی هستند که سطح روابط تجاری ایران با آنها از سال ۱۳۸۸ تا ۱۴۰۰ کاهش یافته است.

فرصت بازار ۴۰۰ میلیارد دلاری هند

در بین کشورهای منطقه، هند نیز موقعیت ویژه ای برای گسترش تعاملات تجاری با ایران دارد. این کشور با جمعیت ۱ میلیارد و ۳۸۰ میلیون نفری و تولید ناخالص داخلی ۲ هزار و ۶۲۳ میلیارد

در سال گذشته
از ۲۰ میلیارد و
۱۷۷ میلیون دلار
صادرات ایران
به ۱۵ کشور
همسایه، حدود
۱۷ میلیارد و
۹۱۸ میلیون
دلار یا معادل
۸۹ درصد از
کل صادرات
به همسایگان
به ۵ مقصد
افغانستان،
عراق، ترکیه،
امارات متحده
عربی و
پاکستان صادر
شده و سهم
۱۰ کشور دیگر
تنها ۱۱ درصد
بوده است