

بررسی ظرفیت‌ها و فرصت‌های همکاری اقتصادی با کشورهای منطقه CIS



انديشكده اقتصاد مقاومتي |

گروه توليد و تجارت |

اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۰

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا
وَأَنهَاكَ فِي رِجَاكَ مَا (بِاخْلَاصِ نِيَّةٍ) جِهَادِ كُنْتُمْ،
قطعا به راه‌های خود، هدایتشان خواهیم کرد

رهبر معظم انقلاب: علاج برون رفت از مشکلات کشور «اقتصاد مقاومتی» است.

معرفی اندیشکده اقتصاد مقاومتی

اندیشکده اقتصاد مقاومتی یک کانون تفکر با مأموریت «تصمیم سازی برای حل مسائل اقتصاد کشور در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی» است که در سال ۱۳۹۵ فعالیت رسمی خود را آغاز نمود.

شناسایی شبکه مسائل در هر حوزه موضوعی، طراحی راهکار برای حل مسائل احصاء شده و هم‌اندیشی جهت ارزیابی و تدقیق آن، بررسی تجربیات جهانی، طرح مباحث در فضای نخبگانی و رسانه‌ای و پیگیری راهکارهای ارائه شده از دستگاه‌ها و مسئولین مرتبط به منظور اتخاذ تصمیمات لازم، از جمله فعالیت‌هایی است که در اندیشکده انجام می‌شود.

علاقه‌مندان می‌توانند از طریق سایت Mett.ir با اندیشکده اقتصاد مقاومتی در ارتباط باشند و نظرات، انتقادات و پیشنهادهای خود را در خصوص این گزارش و همچنین سایر فعالیت‌های اندیشکده، مطرح کنند.

بررسی ظرفیت‌ها و فرصت‌های همکاری اقتصادی با کشورهای منطقه CIS

تولید و تجارت	گروه موضوعی:
پژوهشی	نوع گزارش:
۱۴۰۰۰۲۳۱۹	شناسه:
۱۴۰۰/۰۲/۳۱	تاریخ انتشار:
سید هادی رهگشای	تهیه و تدوین:
محمد امینی‌رعیا	مدیر مطالعه:

خلاصه مدیریتی

به منظور بهره‌مندی از ظرفیت‌های پرشمار موجود در عرصه تجارت خارجی، لازم است سیاست توسعه تعاملات تجاری و اقتصادی خارجی با کشورهای هدف، متناسب با توانایی و نیازهای داخلی در دستور کار کشور قرار بگیرد و از این طریق امکان بهره‌مندی از مزیت‌های توسعه تجارت فراهم گردد. البته باید توجه داشت که اولین گام در زمینه حرکت به سمت توافقات تجاری و اقتصادی با کشورهای هدف، کسب شناخت کامل و کافی از این کشورهاست.

کشورهای منطقه CIS شامل ۵ کشور عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا روسیه، قزاقستان، بلاروس، ارمنستان و قرقیزستان و کشورهایی همچون آذربایجان، ازبکستان، تاجیکستان و مولداوی، یکی از مقاصد اصلی ایران در زمینه تجارت خارجی، در بین همسایگان محسوب می‌شوند؛ هرچند در حال حاضر تعاملات تجاری ایران با این کشورها به مراتب کمتر از حد مطلوب است. کشورهای منطقه CIS می‌توانند بخش قابل توجهی از نیازهای وارداتی ایران را، خصوصاً در بخش کشاورزی تأمین نمایند و در مقابل شرایط برای صادرات محصولات با ارزش افزوده داخلی به این کشورها فراهم گردد. در همین راستا در این پروژه قصد داریم مزیت‌های تجاری و اقتصادی در تعامل ایران با این کشورها را احصا نماییم. با اینحال کشور روسیه به عنوان بزرگترین کشور و رهبر اتحادیه اقتصادی اوراسیا، در اولویت بررسی ظرفیت‌های همکاری تجاری و اقتصادی قرار دارد و پس از آن نیز کشورهای پرجمعیت عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا قرار دارند.

روابط اقتصادی جمهوری اسلامی ایران و کشورهای منطقه CIS در سال‌های اخیر تحت تأثیر عواملی چون تحریم‌های بین‌المللی، عدم وجود رابطه هم‌تکمیلی^۱ اقتصادی، وابستگی ایران و اعضای اتحادیه اوراسیا به فروش مواد خام و انرژی و رقابت‌های ژئواکونومیکی قرار داشته است. در عین حال بازگشت مجدد تحریم‌های آمریکا متعاقب خروج دولت ترامپ از برجام و ایجاد محدودیت‌های اقتصادی به ویژه در زمینه تجارت بین‌المللی زمینه‌ساز توسعه ارتباطات اقتصادی ایران با همسایگان گردید. کشورهای منطقه CIS به دلیل حجم پایین روابط اقتصادی با ایالات متحده و نفوذ بالای ترتیبات روسی، از ظرفیت مناسبی برای گسترش تجارت منطقه‌ای به‌ویژه در شرایط تحریم برخوردارند. در این راستا، ایران با انعقاد قرارداد تجارت ترجیحی با اتحادیه اقتصادی اوراسیا و دیگر کشورهای این منطقه درصد است محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها را تعدیل نماید. همکاری تجاری ایران و این کشورها به جهت گشایش فضای نوین تجاری از طریق کاهش تعرفه‌ها، استفاده از ظرفیت‌های موجود و امکان دور زدن تحریم‌های اقتصادی، بسترهای همکاری راهبردی ایران و منطقه CIS را در بلندمدت فراهم می‌نماید.

^۱ interdependency

بررسی شرایط اقتصادی هریک از کشورهای منطقه CIS و به طور خاص ۵ کشور عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا، نشان از آن دارد که ایران می‌تواند بخش قابل توجهی از نیازهای وارداتی خود را از این کشورها تامین کند و در مقابل تولیدات داخلی خود را به آن‌ها صادر نماید.

در حال حاضر سهم کشورهای منطقه CIS از تجارت خارجی ایران کمتر از ۵ درصد است و سهم ایران در تجارت خارجی این کشورها نیز به مراتب کمتر از ۱ درصد می‌باشد. این در حالی است که بررسی کالاهای صادراتی و وارداتی دو طرف، نشان از فرصت‌های همکاری به مراتب بیشتر دارد. اما برای بهره‌مندی از ظرفیت‌های تجاری لازم است ابتدا اقداماتی به منظور رفع مشکلات پیش روی بازرگانان در تجارت با این کشورها در دستورکار قرار بگیرد.

ایجاد سازوکارهای پولی و مالی مستقل از دلار، راه‌اندازی پیام‌رسان مالی مشترک با کشورهای منطقه CIS، تقویت همکاری‌های گمرکی و تجاری، حذف قوانین و آیین‌نامه‌های دست و پاگیر داخلی، رفع مشکل صدور روادید بازرگانان ایرانی، فعال کردن ظرفیت ریزنان بازرگانی باهدف کمک به تولیدکنندگان و تجار در شناخت بازار هدف و انعقاد قرارداد، حمایت قانونی و حقوقی دولت از بازرگانان ایران در کشورهای مقصد و تقویت زیرساخت‌های حمل و نقل کالا و بازرگانان از جمله مواردی است که لازم است برای توسعه روابط تجاری با کشورهای منطقه CIS در دستورکار قرار بگیرد.

در صورت رفع این مشکلات علاوه بر ایجاد ظرفیت بالای تبادل کالا و خدمات بین دو طرف، ایران می‌تواند از مزیت‌های دیگر برقراری روابط با کشورهای این منطقه نیز بهره‌مند گردد. استفاده از ظرفیت عظیم سرمایه‌گذاری خارجی کشورهای منطقه CIS به دلیل مزاد تراز تجاری، همکاری ویژه در مقابله با بی‌اثرسازی تحریم‌های مالی آمریکا در سطح جهانی از طریق ایجاد سازوکارهای مالی و تجاری مستقل از دلار، حرکت به سمت کاهش هرچه بیشتر تعرفه‌های تجاری و کمک به توسعه تجارت، نقش‌آفرینی ویژه در ترانزیت کالا بین کشورهای منطقه CIS و شرکای اصلی تجاری و تامین محصولات اساسی کشاورزی از کشورهای منطقه CIS از طریق انعقاد قراردادهای بلندمدت، از جمله مواردی است که می‌تواند در این زمینه در دستورکار ایران قرار بگیرد.

فهرست مطالب

مقدمه.....	۶
فصل ۱. معرفی اتحادیه کشورهای مستقل مشترک المنافع موسوم به CIS.....	۸
۱-۱- ارکان اتحادیه	۱۰
۲-۱- اهداف اتحادیه	۱۱
۳-۱- آینده اتحادیه	۱۱
۴-۱- اهمیت اتحادیه برای روسیه	۱۲
۵-۱- ضعف جدی روابط اقتصادی کشورهای اتحادیه با یکدیگر	۱۳
۶-۱- اتحادیه از منظر غرب	۱۴
۷-۱- آمارهای تجاری کشورهای منطقه CIS	۱۴
۸-۱- توافقات تجاری کشورهای منطقه CIS	۱۶
۱-۸-۱- توافق نامه‌های تجارت آزاد	۱۶
۲-۸-۱- تأثیر موافقتنامه‌های تجارت ترجیحی بر گسترش تجارت منطقه‌ای	۱۷
فصل ۲. مزیت‌های تعامل با کشورهای منطقه CIS برای ایران.....	۱۹
۱-۲- همجواری و سهولت در امر حمل و نقل	۱۹
۲-۲- استقلال نسبی اتحادیه از غرب	۱۹
۳-۲- دسترسی به بازار اروپا و سایر نقاط جهان	۱۹
۴-۲- ظرفیت‌های اقتصادی	۲۰
۵-۲- وحدت در تصمیمات اقتصادی در مواجهه با مسائل بین‌المللی	۲۰
۶-۲- روابط تجاری ایران و کشورهای منطقه CIS	۲۱
۱-۶-۲- صادرات ایران به کشورهای CIS	۲۱
۲-۶-۲- واردات ایران از کشورهای CIS	۲۲
۷-۲- روسیه؛ کشوری با ظرفیت‌های عظیم اقتصادی	۲۳
۱-۷-۲- از شوروی تا روسیه	۲۳
۲-۷-۲- ظرفیت‌های اقتصادی راهبردی روسیه	۲۴
۳-۷-۲- چرایی و چگونگی گسترش روابط ایران با روسیه	۲۵
۴-۷-۲- رقابای ایران در روسیه	۲۶
۸-۲- فرصت‌های موجود در ایران برای کشورهای منطقه CIS	۳۷
۱-۸-۲- تجاری و گمرکی	۳۷
۲-۸-۲- ترانزیت	۳۸
۳-۸-۲- انرژی	۳۸
۹-۲- فرصت‌های تجارت با کشورهای منطقه CIS برای ایران	۳۸
۱-۹-۲- تجاری و گمرکی	۳۸

۳۸.....	۲-۹-۲- ترانزیت
۳۹.....	۳-۹-۲- انرژی
۳۹.....	۴-۹-۲- تحریم‌ها
۳۹.....	۱۰-۲- اقدامات راهبردی ایران در توسعه تجارت با کشورهای منطقه CIS
۳۹.....	۱-۱۰-۲- شناسایی نقاط آسیب‌پذیر
۳۹.....	۲-۱۰-۲- بررسی فرصت‌های کوتاه مدت، میان‌مدت و بلندمدت
۴۰.....	۳-۱۰-۲- آمایش تجاری ایران و اتحادیه
۴۰.....	۴-۱۰-۲- راهکارهای عملیاتی
۴۰.....	۵-۱۰-۲- همکاری های پولی و بانکی
۴۱.....	۶-۱۰-۲- استفاده از ظرفیت گسترده سرمایه گذاری مشترک
۴۱.....	۷-۱۰-۲- تقویت حضور ریزبان بازرگانی
۴۱.....	۸-۱۰-۲- رفع مشکلات قانونی داخلی در مسیر تجارت
۴۲.....	۹-۱۰-۲- تقویت همکاری‌های تجاری و گمرکی
۴۲.....	۱۰-۱۰-۲- تسهیل در صدور روادید
۴۲.....	۱۱-۱۰-۲- حمایت لجستیکی از بازرگانان ایرانی در کشورهای CIS
۴۳.....	۱۲-۱۰-۲- استفاده از فرصت تحریم
۴۳.....	۱۳-۱۰-۲- کاهش متقابل تعرفه‌های تجاری
۴۳.....	۱۴-۱۰-۲- استفاده از ظرفیت عظیم ترانزیت کالا به منطقه CIS
۴۳.....	۱۵-۱۰-۲- توسعه زیرساخت‌های ارتباطی
۴۳.....	۱۶-۱۰-۲- قرارداد بلندمدت تامین نیاز وارداتی به محصولات اساسی کشاورزی
۴۵.....	فصل ۳. نتیجه‌گیری و پیشنهادهای
۴۸.....	منابع

فهرست جداول

۱۰.....	جدول ۱. خلاصه‌ای از آمار پایه اقتصادی کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا.....
۱۵.....	جدول ۲. عمده کالاهای وارداتی و صادراتی کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا.....
۱۶.....	جدول ۳. توافقات تجاری اتحادیه اقتصادی اوراسیا.....
۲۱.....	جدول ۴. عمده کالاهای صادراتی ایران به کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا در سال ۲۰۱۹.....
۲۲.....	جدول ۵. عمده کالاهای وارداتی ایران از کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا در سال ۲۰۱۹.....
۲۷.....	جدول ۶. رتبه فزاقستان در ذخیره و تولید محصولات معدنی منتخب.....
۴۵.....	جدول ۷. خلاصه پیشنهادهای مطرح شده در خصوص توسعه روابط تجاری با کشورهای منطقه CIS.....



بازاریابی بیرون از کشور و صادرات هم یکی از انواع حمایت از کالای ایرانی است. بایستی ما که با پانزده کشور همسایه ایم، از این همسایگی استفاده کنیم، کالای ایرانی را صادر کنیم. اگر ما بتوانیم بیست درصد از تولیدات [مورد نیاز] کشورهای همسایه‌ی خودمان را - فقط همسایه - [یعنی] بیست درصد از مجموع مصرف آن‌ها را متعهد بشویم، تأثیرش در ایجاد اشتغال در کشور و ایجاد ثروت ملی بسیار زیاد خواهد بود.

بیانات در اجتماع زائران و مجاوران حرم مطهر رضوی ۱۳۹۷/۰۱/۰۱

تهیه شده در گروه تولید و تجارت اندیشکده اقتصاد مقاومتی