گزارش صمت از کارنامه مبادلات ۷ میلیارد دلاری ایران و اوراسیا

پشت ویترین پرزرق‌وبرق تجارت آزاد



کیمیا ملکی: موافقت‌نامه تجارت آزاد ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا شامل روسیه، قزاقستان، بلاروس، ارمنستان و قرقیزستان با سروصدا و بازتاب گسترده رسانه‌ای و پوشش هزاران قلم کد تعرفه گمرکی به مرحله اجرا درآمد. با این حال، کالبدشکافی داده‌های مستند تجاری نشان می‌دهد که سهم واقعی اقتصاد ایران از کل بازار این بلوک مهم منطقه‌ای همچنان در حد یک شوخی آماری و رقمی ناچیز باقی مانده است. در شرایطی که حجم مبادلات فیمابین در کانال هفت میلیارد دلار نوسان می‌کند، کفه ترازو به‌شدت به سمت واردات سنگینی کرده و صادرکنندگان داخلی در میدان رقابت با رقبای سرسخت منطقه‌ای، در قفسه‌ای از موانع ساختاری، هزینه‌های سرسام‌آور لجستیکی و استانداردهای پیچیده فنی محصور مانده‌اند. این وضعیت، این پرسش بنیادین را پیش روی سیاست‌گذاران قرار می‌دهد که آیا امضای موافقت‌نامه‌های تجاری، بدون فراهم‌سازی زیرساخت‌های بنیادین، چیزی فراتر از هموار کردن مسیر برای رقبای خارجی و باز کردن دروازه واردات یک‌طرفه به همراه دارد؟

واقعیت تلخ تراز تجاری و سهم ناچیز

بررسی آمارهای رسمی گمرک و ارزیابی‌های دفتر موافقت‌نامه‌های تجاری حاکی از آن است که حجم کل تجارت ایران با کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا، گرچه بر روی کاغذ و در مقایسه با سال‌های پایه‌ای روندی رو به رشد را تجربه کرده و توانسته است سهمی حدود چهار درصدی از کل تجارت خارجی کشور را به خود اختصاص دهد، اما واکاوی لایه‌های زیرین این ارقام، تصویری عمیقا نامتوازن و نگران‌کننده را به نمایش می‌گذارد. در حالی که ارزش واردات کالاهای اساسی و صنعتی ایران از این بلوک با اتکا به قطب اقتصادی آن یعنی روسیه که بیش از نود درصد واردات ما از این منطقه را به خود اختصاص داده است در اقلامی نظیر غلات، روغن‌های خوراکی و نهاده‌های دامی ارقامی فراتر از ۴ میلیارد دلار را به ثبت رسانده است، ارزش کل صادرات غیرنفتی ایران به این بازار ۵۰۰ میلیون نفری در محدوده‌ای به‌مراتب پایین‌تر و در کانال دو میلیارد دلار متوقف مانده است. این شکاف عمیق، به معنای شکل‌گیری یک کسری تراز تجاری سنگین میلیارد دلاری به زیان اقتصاد ملی است؛ کسری که در بلندمدت توان ارزی کشور را تحت فشار قرار می‌دهد. بازار پنج کشور عضو اوراسیا با جمعیتی نزدیک به صدوهشتاد و پنج میلیون نفر و اقتصادهای کلان پویا، سالانه صدها میلیارد دلار واردات از اقصی نقاط جهان انجام می‌دهد. با این وجود، سهم ایران از این حجم عظیم و دست‌نخورده، رقمی کمتر از سه دهم درصد از کل تجارت منطقه است. این آمار فاش می‌کند که امضای موافقت‌نامه تجارت آزاد، برخلاف تصورات اولیه، نتوانسته به منزله «کلید جادویی» گشایش بازارها عمل کند و ایران همچنان در حصار تنگناهای ساختاری خود گرفتار است.

چرا این ساختار نامتوازن شکل گرفته است؟

برای ریشه‌یابی اینکه چرا نظام تجاری ایران در مواجهه با اوراسیا به چنین بن‌بستی رسیده و چرا صادرات کشور نتوانسته پابه پای واردات حرکت کند، باید سه لایه کلیدی را واکاوی کرد:

▣ دیوار بلند استانداردهای سخت‌گیرانه و موانع غیرتعرفه‌ای

گرچه اوراسیا در قالب این توافق، تعرفه گمرکی بیش از هشتاد درصد اقلام را صفر یا بسیار ناچیز کرده است، اما بازیگران اصلی این بلوک از «موانع غیرتعرفه‌ای» به‌عنوان خاکریزی قدرتمند برای حمایت از تولیدات داخلی بهره می‌برند. استانداردهای فنی، قرنطینه‌ای، ضوابط سخت‌گیرانه بهداشتی و نوع بسته‌بندی در گمرکات مسکو و دیگر پایتخت‌های اوراسیا، عملا حکم سدهایی نفوذناپذیری را دارند که صادرکننده ایرانی را زمین‌گیر می‌کند. بازرسی‌های چندباره در مرزها، تغییرات ناگهانی و بدون هشدار قوانین تجاری، و نبود شفافیت در رویه‌های اجرایی، ضریب ریسک تجارت با این منطقه را به بالاترین حد رسانده و پیش‌بینی‌پذیری را از فعالان اقتصادی سلب کرده است.

▣ ضعف بنیادین زیرساخت‌های لجستیکی و ترانزیت

تجارت پایدار با اوراسیا نیازمند یک زنجیره تأمین مدرن، یکپارچه و پرسرعت است.

با این حال، اقتصاد ایران همچنان از ضعف شدید خطوط ریلی منظم، کمبود ناوگان حمل‌ونقل دریایی مجهز در پهنه خزر، و هزینه‌های گزاف ترانزیت جاده‌ای رنج می‌برد. عدم تکمیل و بهره‌برداری کامل از کریدورهای ترانزیت شمال-جنوب باعث شده تا هزینه نهایی لجستیک برای صادرکننده ایرانی، توان رقابت قیمتی را در بازار مقصد از بین ببرد، در حالی که رقبای قدرتمندی مانند ترکیه با بهره‌گیری از زیرساخت‌های متصل زمینی، ناوگان مدرن و لجستیک سازمان‌یافته، به‌راحتی بازار را قبضه کرده و کالا را با سرعت و قیمت تمام‌شده پایین‌تر به دست مصرف‌کننده می‌رسانند.

▣ شکنندگی سبد صادراتی و انحصار مقصدی

ساختار سبد صادراتی ایران به اوراسیا همچنان به شدت به مواد غذایی خام، میوه و تضادهای فصلی صیفی‌جات، محصولات پتروشیمی و مقاطع فولادی طویل متکی است؛ کالاهایی که اولا ارزش افزوده پایینی دارند، ثانیا در معرض شدیدترین نوسانات قیمت‌های جهانی هستند و ثالثا به دلیل فسادپذیری سریع، نیازمند زیرساخت‌های زنجیره سرد هستند که ایران از آن بیبهره است. افزون بر این، بیش از نیمی از همین صادرات محدود نیز منحصرا روانه بازار «روسیه» می‌شود و کشورهای دیگری نظیر بلاروس، قزاقستان و ارمنستان سهم ناچیزی از سبد تجاری ایران دارند؛ امری که نشان‌دهنده غیبت یک استراتژی جامع بازاریابی منطقه‌ای است.

موانع بانکی، دیوان‌سالاری داخلی و چوب‌لای‌چرخ صادرکننده

در کنار چالش‌های ساختاری خارج از مرزها، بوروکراسی فرساینده داخلی و چالش‌های نظام مالی نیز بر عمق این بحران افزوده است:

اگرچه در سال‌های اخیر تلاش‌هایی برای راه‌اندازی سامانه‌های تسویه مالی با پول‌های ملی (مانند روبل) میان ایران و برخی اعضای اوراسیا صورت گرفته، اما سیستم بانکی کشور همچنان از اتصال به کانال‌های امن، عمیق و بین‌المللی برای انتقال کلان سرمایه محروم است. صادرکنندگان برای بازگرداندن ارز حاصل از صادرات یا دریافت ثمن معاملات با موانع ساختاری جدی روبه‌رو هستند که رغبت به فعالیت در این حوزه را کاهش می‌دهد.

از سوی دیگر، رویه‌های دست‌وپاگیر گمرکی در داخل کشور، فرآیندهای طولانی استرداد حقوق ورودی، و الزام به اخذ گواهی‌های مبدأ با شاخص‌های سخت‌گیرانه ارزش افزوده داخلی، بوروکراسی سنگینی را ایجاد کرده است که به جای تسهیل فعالیت تجاری، فعالان اقتصادی را در بروکراسی اداری سرگردان می‌کند.

سهم اندک ایران از بازار اوراسیا

عبدالله مهاجر دارابی، عضو هیأت‌رئیسه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران با بررسی دلایل سهم اندک محصولات ایرانی در بازار اوراسیا به صمت گفت: بازار اوراسیا برای ایران صرفا یک مقصد صادراتی نیست، بلکه بازاری راهبردی در مجاورت جغرافیایی کشور است که می‌تواند بخشی از ظرفیت صادرات غیرنفتی ایران را جذب کند.

وی افزود: با این حال، فاصله میان ظرفیت این بازار و عملکرد صادراتی ایران نشان می‌دهد مسئله اصلی، فقدان دسترسی نیست؛ بلکه ضعف در تبدیل دسترسی به تجارتی رقابت‌پذیر و پایدار است.

▣ کاهش تعرفه به‌تنهایی صادرات را افزایش نمی‌دهد

مهاجر دارابی با اشاره به اجرای موافقت‌نامه تجارت آزاد ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا از ۱۵ مه ۲۰۲۵، اظهار داشت: اجرای این موافقت‌نامه، بخش مهمی از موانع تعرفه‌ای را کاهش داده و برای بخش بزرگی از تجارت، شرایط ترجیحی ایجاد کرده است؛ اما کاهش تعرفه تنها یکی از متغیرهای رقابت به شمار می‌رود.

وی ادامه داد: اگر قیمت تمام‌شده، هزینه لجستیک، زمان تحویل، کیفیت، استاندارد، تأمین مالی و ریسک تسویه قابل رقابت نباشد، مزیت تعرفه‌ای الزاما به افزایش صادرات منجر نمی‌شود. تجربه تجارت ایران با اوراسیا نیز نشان می‌دهد تجارت آزاد زمانی اثرگذار است که در سطح بنگاه به مزیت اقتصادی تبدیل شود.

عضو هیأت‌رئیسه اتاق بازرگانی ایران، ساختار هزینه و هزینه مبادله را مسئله‌ای بنیادی‌تر دانست و گفت: صادرکننده زمانی می‌تواند جایگاه خود را در بازار خارجی تثبیت کند که مجموع هزینه‌های ورود کالا به بازار مقصد، از تأمین مواد اولیه تا تولید، بسته‌بندی، استاندارد، حمل، تشریفات گمرکی، انبارداری، توزیع و وصول وجه، قابل پیش‌بینی و رقابتی باشد.

وی تأکید کرد: صادرات را نمی‌توان صرفا عملکرد یک تولیدکننده یا صادرکننده دانست؛ صادرات، خروجی یک زنجیره به‌هم‌پیوسته است و ضعف هر حلقه می‌تواند مزیت حلقه‌های دیگر را خنثی کند.

▣ فاصله کوتاه بدون لجستیک کارآمد مزیت نیست

مهاجر دارابی با تأکید بر ضرورت بازطراحی زنجیره تأمین صادراتی ایران، بیان کرد: مزیت جغرافیایی زمانی به مزیت تجاری تبدیل می‌شود که کالا با هزینه، زمان و ریسک قابل قبول به مقصد برسد. فاصله کوتاه‌تر، بدون حمل‌ونقل منظم، پایانه‌های مرزی کارآمد، فرآیندهای گمرکی سریع، انبارداری مناسب و شبکه توزیع مطمئن، مزیت اقتصادی ایجاد نمی‌کند.

وی افزود: کاهش هزینه و زمان لجستیک باید بخشی از سیاست توسعه صادرات باشد، نه موضوعی حاشیه‌ای در کنار آن. در همکاری‌های اخیر ایران و اوراسیا نیز کاهش هزینه حمل، تسهیل عبور مرزی و دیجیتالی‌سازی حمل‌ونقل در دستور کار قرار گرفته است.

▣ برای هر محصول و هر کشور باید راهبرد مشخص داشت

عضو هیأت‌رئیسه اتاق بازرگانی ایران با اشاره به تفاوت بازارهای کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا، اظهار داشت: اوراسیا از منظر تقاضا، بازاری واحد نیست. روسیه، قزاقستان، ارمنستان، بلاروس و قرقیزستان از نظر ساختار مصرف، استاندارد، قدرت خرید، کانال‌های توزیع و شرایط رقابت با یکدیگر تفاوت دارند.

وی ادامه داد: سیاست صادراتی باید از رویکرد کلی و منطقه‌ای فاصله بگیرد و به راهبرد «محصول ـ بازار» تبدیل شود؛ به این معنا که مشخص باشد چه محصولی، در کدام کشور، برای چه مشتری و با چه مزیت قیمتی یا کیفی عرضه خواهد شد.

مهاجر دارابی تصریح کرد: بدون این تفکیک، ظرفیت بازار به عددی کلی تبدیل می‌شود که الزاماً به تصمیم تجاری منجر نخواهد شد.

▣ نیازهای توسعه صادرات

وی با اشاره به اهمیت تأمین مالی و تسویه تجارت، گفت: صادرکننده تنها به بازار نیاز ندارد؛ بلکه به سرمایه در گردش، اعتبار تجاری، پوشش ریسک و سازوکاری مطمئن برای دریافت وجه نیز نیازمند است. عضو هیأت‌رئیسه اتاق بازرگانی ایران افزود: اگر سرمایه صادرکننده برای مدتی طولانی در زنجیره تجارت قفل شود یا هزینه و ریسک تسویه افزایش یابد، حتی کالای رقابتی نیز توان توسعه بازار خود را از دست می‌دهد. وی بیان کرد: استفاده از ارزهای ملی و ابزارهای مالی منطقه‌ای می‌تواند بخشی از این مشکل را کاهش دهد؛ اما معیار اصلی، عملیاتی بودن و قابلیت اتکای این ابزارها برای بنگاه است.

▣ الزامات بازار مقصد باید از مرحله تولید دیده شود

مهاجر دارابی با تأکید بر ضرورت توجه به استانداردها، قواعد مبدأ و الزامات فنی در ابتدای زنجیره صادرات، اظهار داشت: این الزامات باید از آغاز زنجیره مورد توجه قرار گیرند، نه زمانی که کالا به مرز رسیده است. محصولی که متناسب با مشخصات بازار مقصد تولید نشده باشد، در مرحله صادرات با هزینه اصلاح، توقف یا برگشت مواجه می‌شود. وی افزود: دسترسی به اطلاعات دقیق درباره استانداردها، مقررات واردات، الزامات فنی و قواعد مبدأ، بخشی از زیرساخت رقابت صادراتی است و نباید خدمتی جانبی تلقی شود.

▣ بخش خصوصی باید شریک طراحی سیاست صادراتی باشد

عضو هیأت‌رئیسه اتاق بازرگانی ایران با اشاره به جایگاه بخش خصوصی در سیاست‌گذاری تجاری، بیان کرد: بخش خصوصی باید از جایگاه مخاطب سیاست تجاری به شریک طراحی و اجرای سیاست صادراتی ارتقا یابد. وی ادامه داد: تاجر و صادرکننده به دلیل تماس مستقیم با بازار، اطلاعاتی درباره قیمت، تقاضا، رفتار خریدار، هزینه حمل، شرایط پرداخت، رقبا و موانع ورود دارد. بدون استفاده از این اطلاعات، سیاست‌گذاری با بخشی از واقعیت بازار فاصله خواهد داشت.

مهاجر دارابی تأکید کرد: سیاست تجاری موفق باید از همین اطلاعات عملیاتی آغاز شود و به رفع گلوگاه‌های مشخص بنگاه‌ها منتهی شود. وی درباره نقش اتاق‌های بازرگانی و تشکل‌های اقتصادی نیز گفت: وظیفه این نهادها صرفاً انتقال مطالبه بخش خصوصی نیست؛ آن‌ها باید اطلاعات پراکنده بنگاه‌ها را به مسائل قابل حل در سیاست‌گذاری تبدیل کنند.

عضو هیأت‌رئیسه اتاق بازرگانی ایران توضیح داد: باید مشخص شود کدام مانع، در کدام مرحله از زنجیره، چه هزینه‌ای به صادرکننده تحمیل می‌کند و کدام دستگاه باید برای رفع آن اقدام کند. چنین رویکردی، سیاست صادرات را از کلی‌گویی درباره ظرفیت‌های منطقه به برنامه‌ای قابل سنجش برای کاهش هزینه مبادله و افزایش رقابت‌پذیری تبدیل می‌کند.



▣ موفقیت در اوراسیا فقط با ارزش تجارت سنجیده نمی‌شود

مهاجر دارابی با اشاره به شاخص‌های ارزیابی عملکرد ایران در بازار اوراسیا، اظهار داشت: موفقیت در این بازار را نباید صرفاً با افزایش ارزش تجارت سنجید. افزایش تعداد و ماندگاری صادرکنندگان، تنوع محصولات، تکرارپذیری معاملات، کاهش زمان و هزینه تحویل و شکل‌گیری روابط پایدار میان بنگاه‌های ایرانی و خریداران منطقه‌ای، شاخص‌های مهم‌تری هستند.

وی افزود: موافقت‌نامه تجارت آزاد پایان مسیر نیست؛ بلکه آغاز مرحله‌ای است که در آن، بنگاه ایرانی باید بر مبنای هزینه، کیفیت، سرعت و قابلیت اتکا با رقبای منطقه‌ای و بین‌المللی رقابت کند.

عضو هیأت‌رئیسه اتاق بازرگانی ایران تأکید کرد: ایران از مزیت جغرافیایی، ظرفیت تولید و دسترسی به بازار برخوردار است؛ اما مزیت بالقوه تا زمانی که در قالب زنجیره تأمینی کارآمد، کم‌هزینه و قابل اتکا سازمان‌دهی نشود، مزیت صادراتی محسوب نمی‌شود.

وی در پایان خاطرنشان کرد: مسئله اوراسیا برای ایران، پیدا کردن بازار نیست؛ بلکه ساختن توان رقابت در بازار است. این هدف تنها زمانی محقق می‌شود که سیاست تجاری، زیرساخت لجستیک، نظام مالی و استانداردها، در کنار بخش خصوصی و بر مبنای نیاز واقعی بنگاه‌ها، به یک زنجیره واحد تبدیل شوند.



سخن پایانی

موافقت‌نامه تجارت آزاد اوراسیا پیش از آنکه یک تضمین قطعی برای توسعه صادرات باشد، یک «بستر حقوقی و ابزار اولیه» است؛ ابزاری که بهره‌برداری از آن نیازمند عزم جدی در اصلاحات ساختاری، نوسازی ناوگان لجستیکی، استانداردسازی تولیدات مطابق با طبع بازار مقصد، و دیپلماسی فعال بانکی و اقتصادی است. تا زمانی که زنجیره تولید تا صادرات کشور اصلاح نشود، این توافقنامه‌ها تنها به مجرایی یک‌طرفه برای تأمین کالاهای اساسی از مبدأ اوراسیا تبدیل خواهد شد؛ وضعیتی که در سایه آن، عنوان دهان‌پرکن «تجارت آزاد» یدک کشیده می‌شود، اما انتفاع واقعی آن به جیب رقبای خارجی می‌رود و اقتصاد ملی از دستیابی به ارزش افزوده پایدار بازمی‌ماند.