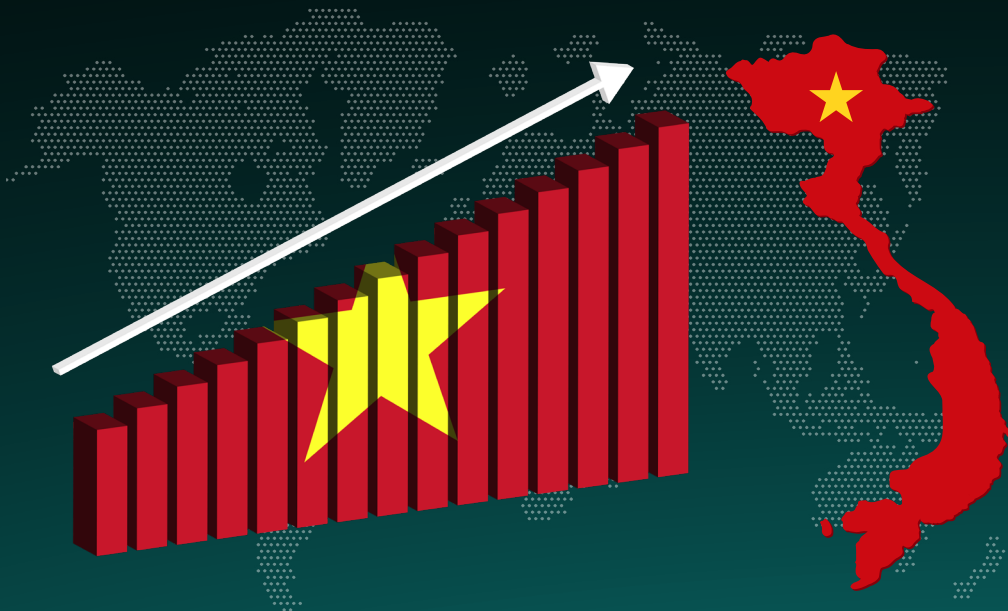


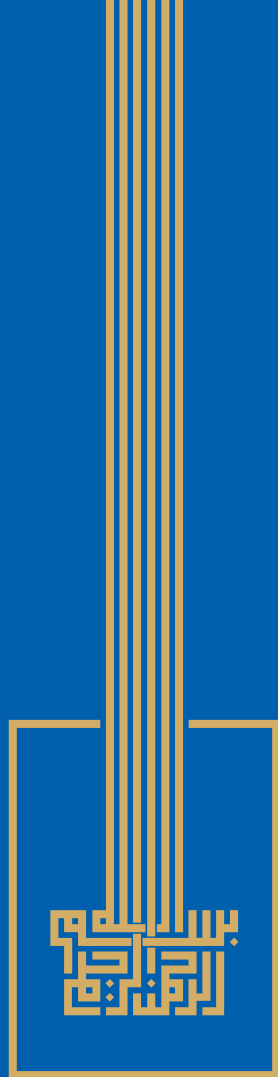


مرکز پژوهش‌های اتاق ایران

گزارش اقتصادی

کشور ویتنام







مرکز پژوهش‌های اتاق ایران

گزارش اقتصادی کشور ویتنام

مدیریت دیپلماسی اقتصادی و آینده‌پژوهی

تهیه و تدوین: حسین رحمانی زاده

ناظران علمی: آیدا ابونبی، مسعود موسوی شفقائی

به درخواست اتاق مشترک ایران و ویتنام

تاریخ انتشار: آبان ۱۴۰۴

واژگان کلیدی: پتانسیل صادراتی، مزیت صادراتی، تحولات تجاری، صادرات بالفعل،

ساختار صادرات-واردات، گروه کالایی

شناسه گزارش: RC-1404-MEF-E2-PP-1122

نشانی: تهران، خیابان طالقانی، نبش خیابان شهید موسوی (فرصت)، پلاک ۱۷۵

مرکز پژوهش‌های هادر شبکه‌های اجتماعی:

Instagram: @rc.iccima.ir

Telegram: @rc_iccima

Twitter: @rc_iccima



گزارش اقتصادی کشور ویتنام



مرکز پژوهش های اتاق ایران

آبان ۱۴۰۴



فهرست مطالب

۷	خلاصه مدیریتی
۸	اهداف دیپلماسی اقتصادی و سیاست تجاری ویتنام
۱۲	فرهنگ مذاکراتی ویتنامی ها
۱۴	سازمان ها و موافقت نامه ها
۱۷	تحولات تجاری
۱۹	روابط تجاری ایران و ویتنام



ویتنام در یک نگاه

ویتنام یک کشور نسبتاً بزرگ و شمالی-جنوبی در آسیای جنوب شرقی است که در مجاورت خلیج تایلند و دریای جنوبی چین قرار گرفته است. کشورهای همسایه ویتنام شامل کامبوج، چین و لائوس هستند. سرزمین ویتنام یک پهنه فشرده تپه ای با جنگل های انبوه و جنگ های طولانی در تاریخ خود است. دولت کمونیستی ویتنام شمالی به مدت ۲۰ سال از ۱۹۵۵ تا ۱۹۷۵ با دولت ویتنام جنوبی که تحت حمایت نیروهای آمریکایی و اروپایی بود جنگید تا یکی از خونین ترین جنگ های تاریخ معاصر و بزرگترین شکست ایالات متحده در سده بیستم را رقم بزند، کشوری که در حال حاضر یکی از مهمترین شرکای اقتصادی ویتنام و عاملی مهم در توسعه این کشور به شمار می آید. دولت حاضر در ویتنام، دولتی کمونیستی با ریاست رئیس جمهور و مباشرت نخست وزیر است. پایتخت این کشور هانوی، واحد پولی آن دانگ و قوم غالب در جمعیت ۹۸ میلیونی آن ویت ها یا کین (Kinh) ها با ۸۵,۷ درصد هستند. نظام اقتصادی ویتنام کماکان زیر مالکیت و کنترل بالای دولت قرار دارد. آسه آن، آپک (APEC) و همکاری ترانس-پاسیفیک (TPP) مهمترین نهادهای اقتصادی-تجاری هستند که ویتنام در آنها عضویت دارد.^۱

به لحاظ اقتصادی ویتنام نمونه یک داستان موفق توسعه است. اصلاحات اقتصادی از زمان Doi Moi در ۱۹۸۶ به همراه بهره برداری مناسب از روندهای اقتصادی جهانی موجب شده است که این کشور تنها طی یک نسل از یکی از فقیرترین ملت های جهان به کشوری با درآمد متوسط تبدیل شود. تنها بین ۲۰۰۲ تا ۲۰۲۱ سرانه تولید ناخالص داخلی ویتنام ۳,۶ برابر شده است و به نزدیک ۳۷۰۰ دلار آمریکا رسیده است. نرخ فقر نیز تنها طی ده سال یعنی از ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ از ۱۴ درصد به ۳,۸ درصد رسیده است.

تولید ناخالص داخلی ویتنام طی سه دهه اخیر همواره به طور میانگین بین ۲,۵ تا ۳,۵ درصد رشد را به نمایش گذاشته است. رشد تولید ناخالص داخلی ویتنام از ۸ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۶,۳ درصد در ۲۰۲۳ رسیده است. توسعه دسترسی شهروندان به امکانات طی دهه های اخیر شگفت انگیز بوده

1- <https://globalede.msu.edu/countries/vietnam>

است. به عنوان نمونه، در سال ۱۹۹۳، یعنی دهه نخست اصلاحات اقتصادی ویتنام، ضریب دسترسی مردم به الکتریسیته به عنوان منبع اصلی روشنایی تنها ۱۴ درصد بود؛ این عدد در ۲۰۱۹ به ۹۹،۴ درصد رسید. دولت ویتنام استراتژی های اقتصادی خود را معطوف به ورود به جرگه کشورهای با درآمد بالا تا سال ۲۰۴۵ کرده است.^۱

در سال ۲۰۲۳، تولید ناخالص داخلی (به قیمت‌های جاری) ویتنام بالغ بر ۴۳۳ میلیارد دلار آمریکا بوده و تجارت این کشور از سال ۲۰۱۲ به شکل پیوسته در وضعیت مازاد تجاری قرار داشته است. این امر در حالی است که تولید ناخالص داخلی ویتنام در ابتدای هزاره جدید تنها ۳۱ میلیارد دلار بود. در نتیجه این روند درخشان، ویتنام در ابتدای دهه دوم هزاره جدید، ۳۵ مین اقتصاد بزرگ دنیا به شمار می‌رود.^۲

مهمترین واردات ویتنام ماشین‌آلات و تجهیزات، کامپیوتر و تجهیزات الکترونیکی، پارچه و مواد خام، حلقه ورق های آهنی و پلاستیک است و در مقابل، مهمترین محصولاتی که این کشور صادر می کند عبارتند از کامیون و کمپرسی، تجهیزات تراکتور، شیر و محصولات لبنی، تجهیزات الکترونیکی، تجهیزات و ابزارهای اندازه گیری نوری، عطر و لوازم آرایشی و تجهیزات دارویی بوده است.^۳

اهداف دیپلماسی اقتصادی و سیاست تجاری ویتنام

• توسعه اقتصادی و فقرزدایی

یکی از اهداف اولیه دیپلماسی اقتصادی و سیاست تجاری ویتنام در دوران پس از جنگ سرد، دستیابی به توسعه اقتصادی و کاهش فقر بود. ویرانی ناشی از سال‌ها جنگ و به دنبال آن سیاست‌های انزواطلبانه رژیم سوسیالیستی، ویتنام را با یک اقتصاد پرچالش و فقرزده مواجه کرد. برای مقابله با این چالش‌ها، ویتنام به دنبال ادغام در اقتصاد جهانی و جذب سرمایه گذاری خارجی برآمد.

• تنوع بخشی به مشارکت های اقتصادی

1- <https://www.worldbank.org/en/country/vietnam/overview>

2- <https://www.worlddata.info/asia/vietnam/economy.php>

3- <https://vietnam.mfa.gov.by/en/exportby/business/viobzecz>

هدف دیگر تنوع بخشیدن به مشارکت اقتصادی ویتنام بود. در طول جنگ سرد، اقتصاد ویتنام به شدت به اتحاد جماهیر شوروی و دیگر کشورهای کمونیستی وابسته بود. با فروپاشی بلوک شرق، ویتنام نیاز به گسترش روابط اقتصادی خود را فراتر از مرزهای ایدئولوژیک تشخیص داد. هدف از این تنوع، کاهش وابستگی به هر یک از شرکای تجاری و افزایش انعطاف‌پذیری اقتصادی بود. ویتنام در سال‌های اخیر به منظور کاهش اتکای خود به یک کشور یا منطقه، مشارکت‌های اقتصادی خود را متنوع کرده است. در این راستا ویتنام موافقتنامه‌های تجاری مختلفی با سایر کشورها و مناطق امضا کرده است.^۱ این موافقتنامه‌ها را به چند دسته می‌توان تقسیم کرد:

- موافقتنامه‌های آزاد تجاری منطقه‌ای: ویتنام یکی از اعضای اتحادیه کشورهای جنوب شرقی آسیا (آسه آن) است. تجارت کشورهای این اتحادیه در قالب موافقتنامه تجارت آزاد صورت می‌گیرد. ویتنام همچنین با شیلی تحت نظارت مجمع همکاری اقتصادی آسیا و اقیانوسیه (APEC) و شورای همکاری خلیج فارس (GCC) قراردادهای آزاد تجاری امضا کرده است.

- موافقتنامه‌های آزاد تجاری دوجانبه: ویتنام با تعدادی از کشورها از جمله ایالات متحده، ژاپن، اتحادیه اروپا، استرالیا، نیوزیلند و کره جنوبی قراردادهای آزاد تجاری دوجانبه امضا کرده است.

- موافقتنامه‌های تجارت ترجیحی: ویتنام همچنین موافقتنامه‌های تجارت ترجیحی با کشورهایی مانند چین و روسیه امضا کرده است. این توافقنامه‌ها تعرفه‌های کمتری را برای برخی کالاها و خدماتی که بین کشورهای درگیر مبادله می‌شود، در نظر می‌گیرند.

• توسعه همگرایی منطقه‌ای

هدف دیگر دیپلماسی اقتصادی ویتنام تقویت همگرایی منطقه‌ای است. این کشور به دنبال شرکت فعال در مجامع و سازمان‌های اقتصادی منطقه‌ای مانند اتحادیه کشورهای جنوب شرقی آسیا (آسه آن) و همکاری اقتصادی آسیا و اقیانوسیه (APEC) بوده است. ادغام منطقه‌ای به‌عنوان ابزاری برای تقویت تجارت، جذب سرمایه‌گذاری و تقویت همکاری اقتصادی با کشورهای همسایه تلقی می‌شود.

- جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI)

کوشش برای جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی اولویتی مهم در دیپلماسی اقتصادی ویتنام است. در این راستا دولت ویتنام سیاست‌ها و اصلاحات مختلفی را برای ایجاد فضای سرمایه‌گذاری جذاب‌تر، از جمله آزادسازی تجارت، بهبود زیرساخت‌ها و ساده‌سازی فرآیندهای بوروکراتیک اجرا کرده است از جمله:

- تدوین یک رژیم سرمایه‌گذاری لیبرال که به سرمایه‌گذاران خارجی اجازه می‌دهد ۱۰۰ درصد مالکیت کسب و کار خود را در اکثر بخش‌ها داشته باشند.

- ارائه مشوق‌هایی مانند معافیت‌های مالیاتی و امتیازات در حوزه زمین، برای سرمایه‌گذاران خارجی - ایجاد زیرساخت‌های توسعه یافته، از جمله جاده‌ها، فرودگاه‌ها و بنادر.

ویتنام از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ در مجموع ۲۱۵,۸ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جذب کرده است. بالاترین ورودی FDI در سال ۲۰۲۲ با ۱۷,۹ میلیارد دلار ثبت شده است و پس از آن در سال‌های ۲۰۱۸ (۱۷,۳ میلیارد دلار) و ۲۰۲۱ (۱۶,۱ میلیارد دلار) قرار دارند. کمترین ورودی FDI در سال ۲۰۱۰ با تنها ۰,۴ میلیارد دلار ثبت شد. مهم‌ترین کشورهای سرمایه‌گذار در ویتنام طی دهه‌های اخیر عبارتند از:

- سنگاپور (۳۸,۴ میلیارد دلار)

- کره جنوبی (۲۸,۶ میلیارد دلار)

- ژاپن (۲۲,۷ میلیارد دلار)

- تایوان (۱۸,۲ میلیارد دلار)

- هنگ کنگ (۱۶,۷ میلیارد دلار)

- چین (۱۴,۵ میلیارد دلار)

- تایلند (۱۰,۲ میلیارد دلار)



-مالزی (۸,۷ میلیارد دلار)

-ایالات متحده (۷,۹ میلیارد دلار)

-استرالیا (۷,۲ میلیارد دلار)^۱

بخش های اصلی دریافت کننده سرمایه گذاری مستقیم خارجی در ویتنام، تولید، املاک و مستغلات و تجارت عمده و خرده فروشی است.

• توسعه صادرات

یکی دیگر از اهداف دیپلماسی اقتصادی ویتنام، توسعه صادرات به عنوان یک راهبرد کلیدی است. این کشور با گسترش صادرات خود به دنبال کسب درآمد ارزی، ایجاد شغل و تحریک رشد اقتصادی بوده است. این رویکرد صادرات محور منجر به توسعه بخش های کلیدی مانند نساجی، الکترونیک و تولید شد که به محرک های مهم اقتصاد ویتنام تبدیل شدند. صادرات ویتنام در دهه گذشته رشد قابل توجهی داشته است. ارزش صادرات از ۸۵,۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ به ۳۵۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ افزایش یافته است. این روند نشان دهنده نرخ رشد متوسط سالانه ۱۲,۵ درصد است^۲ که دستاوردی چشمگیر در دیپلماسی اقتصادی این کشور محسوب می شود.

چالش های دیپلماسی اقتصادی ویتنام

دیپلماسی اقتصادی ویتنام با چالش های مهمی نیز مواجه است. این چالش ها را به چند دسته می توان تقسیم کرد:

- پیامدهای کرونا بر زنجیره های ارزش: روشن است که کرونا زنجیره های عرضه و تجارت جهانی را مختل کرده است و تأثیر منفی بر گردشگری و سرمایه گذاری در ویتنام داشته است. به دیگر سخن ویتنام به عنوان یک اقتصاد صادرات گرا از اختلال در زنجیره های ارزش آسیب دیده است.

1- <https://www.gso.gov.vn/en/data-and-statistics/2022/10/disbursement-of-public-investment-capital-foreign-direct-investment-expecting-the-last-months-of-2022/>

2- <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.KD.ZG?locations=VN>

- ظهور حمایت‌گرایی: در سال‌های اخیر حمایت‌گرایی به روندی رو به رشد در اقتصاد جهانی بدل شده است. در این روند برخی کشورها سیاست‌های حمایت‌گرایانه تری اتخاذ می‌کنند که می‌تواند صادرات کالاها و خدمات را برای ویتنام دشوارتر کند.
 - نیاز به تنوع بخشیدن به صادرات: اقتصاد ویتنام هنوز به شدت به صادرات کالاهای با فناوری پایین و مبتنی بر نیروی کار ارزان مانند منسوجات و پوشاک وابسته است. این کشور برای حفظ رشد خود باید صادرات خود را متنوع کند و موقعیت خویش را در زنجیره‌های ارزش جهانی ارتقا بخشد.
 - نیاز به بهبود بهره‌وری: رشد بهره‌وری ویتنام در سال‌های اخیر کند شده است. این کشور نیازمند سرمایه‌گذاری گسترده‌تر در آموزش و پرورش و نیز بهبود محیط کسب و کار است تا بهره‌وری را افزایش دهد.
 - رسیدگی به چالش‌های زیست محیطی: ویتنام با طیفی از چالش‌های زیست محیطی مانند آلودگی هوا، آلودگی آب و جنگل‌زدایی مواجه است. از همین رو نیازمند تعادل بخشیدن میان رشد صادرات و حفظ محیط زیست است.
- علاوه بر این چالش‌ها، دیپلماسی اقتصادی ویتنام به دلیل روابط این کشور با چین و ایالات متحده نیز پیچیده شده است. این کشورها دارای منافع متعارضی در منطقه هستند و سیاست‌های آنها می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد ویتنام داشته باشد.

فرهنگ مذاکراتی ویتنامی‌ها

۱. ایجاد رابطه: ایجاد یک رابطه شخصی قوی در مذاکرات با ویتنامی‌ها بسیار حائز اهمیت است. اعتماد و ارتباط معمولاً از طریق تعاملات اجتماعی قبل از ورود به بحث‌های تجاری شکل می‌گیرد.
۲. احترام به سلسله مراتب: جامعه ویتنامی اهمیت زیادی به سلسله مراتب و احترام به اقتدار می‌دهد. مهم است که در ابتدا با ارشدترین فرد در اتاق صحبت کنید و به افراد بزرگتر و رهبران احترام بگذارید.
۳. ارتباط غیرمستقیم: ویتنامی‌ها به ویژه در مواجهه با موضوعات حساس تمایل دارند از ارتباطات

غیرمستقیم و ظریف استفاده کنند. آنها ممکن است از نشانه‌های غیرکلامی استفاده کنند یا به شیوه‌های غیرمستقیم پیام خود را انتقال دهند.

۴. حفظ وجهه: حفظ وجهه در فرهنگ ویتنامی بسیار ضروری است. از همین رو آنان تلاش می‌کنند تا نتایج آبرومندانه‌ای برای مذاکرات حاصل شود. این ویژگی ممکن است منجر به پیشرفت مذاکرات و انتخاب راه‌حلی شود که به همه طرف‌ها امکان حفظ وجهه خود را می‌دهد.

۵. صبر و پشتکار: مذاکرات در ویتنام ممکن است طولانی مدت باشد و صبر یک فضیلت مهم است. مذاکره‌کنندگان ویتنامی معمولاً وقت کافی را صرف در نظر گرفتن تمام جوانب یک توافق می‌کنند و ممکن است چندین بار موضوعات را بررسی کنند.

۶. جمع‌گرایی: فرهنگ ویتنامی جمع‌گرایی را ترجیح می‌دهد و تصمیمات اغلب با در نظر گرفتن منافع گروهی اتخاذ می‌شود. این امر ممکن است به تأخیر در انجام مذاکرات منجر شود، زیرا آنان به دنبال اجماع هستند.

۷. غیرتقابل: مذاکره‌کنندگان ویتنامی به طور کلی از رویارویی و اختلاف مستقیم اجتناب می‌کنند. به جای اینکه مستقیماً مخالفت کنند، ممکن است از روش‌های ظریف‌تری برای ابراز نظر یا انتقال ملاحظات خود استفاده کنند.

۸. هدیه دادن: تبادل هدایا در فرهنگ تجاری ویتنامی رایج است. این روش برای نشان دادن احترام و ایجاد حسن نیت استفاده می‌شود.

۹. جهت‌گیری بلندمدت: مذاکره‌کنندگان ویتنامی اغلب دیدگاه بلندمدتی دارند. روابط پایدار برای آنان واجد ارزش ویژه است و ممکن است منافع بلندمدت را به دستاوردهای فوری ترجیح دهند.

۱۰. مشارکت دولت: در برخی موارد، به ویژه زمانی که مذاکرات در مورد معاملات بزرگ یا در حوزه صنایعی که دولت هم‌نقشی در آنها دارد صورت می‌گیرد، مقامات دولتی ممکن است نقش مهمی در مذاکرات داشته باشند.

۱۱. رویکرد جامع: مذاکره‌کنندگان ویتنامی ممکن است به عوامل مختلفی از جمله جوانب اجتماعی،



فرهنگی و محیطی در تصمیم‌گیری‌های خود توجه کنند.

۱۲. اعتماد محتاطانه: در حالی که ایجاد اعتماد ضروری است، مذاکره‌کنندگان ویتنامی ممکن است محتاط باشند و برای اعتماد کامل به همتایان خارجی نیاز به زمان قابل توجهی داشته باشند. اعتماد معمولاً از طریق تعاملات مکرر تدریجاً ساخته می‌شود.

۱۳. سازگاری: مذاکره‌کنندگان ویتنامی معمولاً در رویکرد خود سازگار و انعطاف‌پذیر هستند. با پیشرفت مذاکرات، آنها ممکن است برای تعدیل شرایط و ضوابط آماده باشند.

لازم به ذکر است که این ویژگی‌ها عموماً به فرهنگ مذاکره ویتنامی اشتباه دارند، اما افراد ممکن است در سبک مذاکره خود تفاوت‌هایی داشته باشند. درک و احترام به این هنجارهای فرهنگی برای مذاکرات موفق در ویتنام بسیار مهم است.

سازمان‌ها و موافقت‌نامه‌ها

عضویت ویتنام در سازمان تجارت جهانی نقش کانونی در سیاست همگرایی بین‌المللی این کشور ایفا می‌کند. علاوه بر عضویت در این سازمان، ویتنام در سال ۲۰۱۵ عضویت در موافقت‌نامه تسهیل تجارت سازمان تجارت جهانی ATF و نیز عضویت در موافقت‌نامه الحاقیه TRIPS را نیز از سال ۲۰۱۷ در کارنامه دارد. این کشور در موافقت‌نامه فناوری اطلاعات ITA نیز عضویت دارد. طی دوران بررسی، ویتنام ۳۵۰ تذکر و ۵ شکایت را در کمیته‌های مختلف سازمان تجارت جهانی و نیز در نهاد حل مناقشات آن ثبت کرده است که عدد بالایی به شمار می‌رود.^۱

تا تاریخ ژانویه ۲۰۲۱، ویتنام عضو ۱۵ موافقت‌نامه تجاری منطقه‌ای بوده است که ۶ مورد از آنها طی بازه زمانی گزارش ارزیابی حاضر صورت گرفته است، از جمله موافقت‌نامه جامع و پیشروی همکاری ترانس پاسیفیک (CPTPP) و موافقت‌نامه شراکت اقتصادی جامع منطقه‌ای (RCEP).

گمرک و تعرفه

دولت ویتنام به اصلاحات در حوزه سیاست‌ها و ابزارهای گمرکی خود ادامه داده و استراتژی توسعه

گمرکی ۲۰۲۰ (CDS) را مبنای این اصلاحات قرار داده است. همگام با این استراتژی، این کشور قوانین جدید را معرفی کرده است که شامل قانون گمرکات و قانون مالیات بر واردات و مالیات بر صادرات هستند. واحدهای گمرکی در تمام سطوح مدیریت ریسک را انجام می دهند و ساز و کار ملی پنجره واحد و ترخیص خودکار را به کار می گیرند.

تمام تعرفه ها در ویتنام محدود هستند و عمدتاً در طیف ۰ تا ۴۰ درصد قرار می گیرند. میانگین ساده تعرفه کامله الوداد اعمال شده برای تمام کالاها در سال ۲۰۲۰ عبارت از ۱۱,۹ درصد بود که نسبت به ۱۰,۴ درصد سال ۲۰۱۳، دوره گزارش ارزیابی قبلی، افزایش نشان می دهد. عمده این تغییر به خاطر اصلاحات فنی و تغییر خطوط تعرفه ای بوده است. تنها وسایل نقلیه موتوری دست دوم شامل تعرفه های غیرمبتنی بر ارزش^۱ می شوند و بیشترین نرخ تعرفه نیز ۱۳۵ درصد مربوط به پنج خط تعرفه ای مرتبط با سیگار و تنباکو هستند. در سال ۲۰۲۰ میانگین ثابت تعرفه ها ۱۴,۷ درصد بود. میانگین ساده تعرفه های کامله الوداد اعمال شده برای کالاهای کشاورزی ۱۸,۱ درصد و برای کالاهای غیرکشاورزی ۱۰,۹ درصد بوده است. اختلاف بین تعرفه های ثابت و اعمال شده کامله الوداد فضایی برای انعطاف پذیری سیاست تعرفه ای ویتنام فراهم کرده است نرخ سهمیه بندی شده تعرفه ها برای واردات تخم مرغ، چغندر قند، تنباکو و نمک اعمال می شود. مالیات غیرمستقیم بر کالاها و خدمات مشخصی اعمال می شود، از جمله سیگار، نوشیدنی های الکلی، وسایل نقلیه موتوری و موتورسیکلت و نیز بر گازوئیل. تمایزی به لحاظ تولید داخل یا خارج میان این نوع کالاها اعمال نمی شود. مالیات حمایت از محیط زیست نیز کماکان بر محصولات نفتی، ذغال سنگ، مایعات هیدروژنی-کلروفلورکربنی، کیسه های پلاستیکی و انواع مختلفی از آفت کش ها و علف کش ها تعلق می گیرد. این فهرست از زمان گزارش ارزیابی قبلی ویتنام دست نخورده باقی مانده است. مالیات ارزش افزوده که به طور عمومی با نرخ ۱۰ درصد اعمال می شود و تقریباً یک سوم درآمدهای مالیاتی دولت را تشکیل می دهد، در حالی که عوارض واردات و صادرات تنها حدود یک دهم درآمدهای مالیاتی دولت را شامل می شود.

دولت ویتنام واردات و صادرات کالاهای مشخصی از جمله برخی محصولات شیمیایی، تسلیحات، وسایل نقلیه ای که فرمان آن دست راست است و برخی کالاهای مصرفی دست دوم را ممنوع کرده است. واردات برخی کالاها نیز بنا بر تعهدات کنوانسیون ها و معاهدات بین المللی این کشور محدودیت دارند. برخی وزارتخانه ها نیز واردات کالاهای مشخصی را منوط به دریافت مجوز از آن نهاد کرده اند و در برخی شرایط خاص نیز دولت ممکن است بنا به ضرورت به طور موقت صادرات یا واردات کالاهایی را معلق کند؛ این شرایط شامل جنگ، بلای طبیعی، همه گیری یا حادثه زیست محیطی و دلایل ناشی از ضرورت موازنه پرداخت می شوند.

قانون مدیریت تجارت خارجی عمده ترین ساز و کار حقوقی عملیات ضددامپینگ و حمایتی به شمار می رود. بین سال های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۹ ویتنام پنج ابزار و چهار مورد ضددامپینگ در سازمان تجارت جهانی در دست بررسی داشت. علاوه بر اینها، چهار ساز و کار حمایتی نیز در همین قالب مطرح بود. مهمترین محصولاتی که توسط این ساز و کارها پوشش داده می شوند عبارتند از فولاد، آلومینیوم و کود.

ویتنام مالیات بر صادرات را بر کالاهای مشخصی اعمال می کند که از این جمله می توان به ماهی، مواد معدنی، ذغال سنگ، لاستیک و پوست و چرم خام اشاره کرد. میزان مالیات بر صادرات یکی از مؤلفه های متغیر در سال های اخیر در سیاست تجاری ویتنام بوده است. این کشور همچنین مزایا و حق امتیازهایی را بر منابع طبیعی اعمال می کند که به طور مشخص شامل فلزهای پایه، مواد معدنی، آب، چوب، نفت خام و گاز طبیعی می شود. ویتنام همچنین برخی ممنوعیت ها و محدودیت ها را بر مبنای ضوابط قانون مدیریت تجارت خارجی اعمال می کند.^۱

در سال ۲۰۱۹ در ویتنام چهار منطقه فرآوری صادراتی وجود داشت که دولت در این مناطق برای شرکت ها تعرفه های ترجیحی را هم در مورد واردات و هم در مورد صادرات اعمال می کند. این کشور انگیزه های سرمایه گذاری مشخصی را از طریق کاهش مالیات، در مناطق کمتر برخوردار و دارای شرایط دشوار و نیز در مناطق ویژه اقتصادی ارائه می کند. پشتیبانی های مشخصی از جمله

1- WTO Trade Policy Review by Secretariat, p. 9.



دسترسی به اعتبار، مالیات پایین تر، اجاره کمتر زمین و مستثنی شدن از تعرفه های واردات نیز در همین قالب در دسترس هستند که به برخی بخش ها و فعالیت های اقتصادی مشخص از جمله محصولات ماهیگیری، کسب و کارهای کوچک و متوسط، صنایع حمایتی و منابع انرژی تجدیدپذیر اختصاص داده می شود.

تحولات تجاری

طی یک دهه اخیر، تجارت کالاهای ویتنام به صورت واقعی با نرخ سالانه دو رقمی رشد کرد؛ به طوری که واردات و صادرات کالاها در سال ۲۰۲۳ هر کدام بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار آمریکا بوده است که بیش از دو و نیم برابر اعداد سال ۲۰۱۲ می باشد. در میان ۵۰ کشور برتر در تجارت کالا در جهان، ویتنام پیشرفت قابل توجهی در رتبه بندی جهانی داشت و جایگاه خود را از «سی و نهم» در سال ۲۰۰۹ به «بیست و یکم» در سال ۲۰۲۳ ارتقا داد.

ماشین آلات و تجهیزات الکتریکی همچنان بر صادرات کالاهای ویتنام تسلط داشتند؛ سهم مجموع این محصولات به شکل چشم گیری از ۲۵٪ در سال ۲۰۱۲ به ۴۷٪ در سال ۲۰۲۳ افزایش یافت. به ویژه سهم گوشی های هوشمند و لوازم جانبی آنها در کل صادرات تقریباً دو برابر شد. عمده ترین دلیل قیمت پایین نفت، سهم صادرات محصولات معدنی از نظر ارزش از ۱۱٪ در سال ۲۰۱۲ به ۱٪ در سال ۲۰۲۳ کاهش یافت؛ همچنین به دلیل قیمت های پایین کالاها، مجموع صادرات محصولات کشاورزی و آبرزی کاهش یافته و از ۱۵٪ در سال ۲۰۱۲ به ۹٪ در سال ۲۰۲۳ رسید.

تجارت کالای ویتنام الگوهای قوی ای از تجارت درون صنعتی^۱ را نشان می دهد. ماشین آلات الکتریکی و تجهیزات الکترونیکی (گروه ۸۵) همچنان بزرگترین سهم واردات کالایی ویتنام را دارند و در سال ۲۰۲۳، ۳۵٪ کل واردات را تشکیل دادند. در یک دهه اخیر، حدود ۱۰٪ از واردات به پوشاک، نساجی و کفش اختصاص داشت. این دو بخش به طور فعال در زنجیره های ارزش جهانی مشارکت دارند که با سرمایه گذاری های قابل توجه خارجی همراه است.

رشد تجارت درون‌صنعتی در محصولات کشاورزی، پوشاک و لوازم الکترونیکی نشان دهنده تقاضای متنوع در تجارت به واسطه شهرنشینی سریع در ویتنام طی سه دهه گذشته است. طبق داده‌های بانک جهانی، سهم خانوارهای با هزینه بالا از کمتر از ۵۰٪ در سال ۲۰۱۰ به ۷۵٪ در سال ۲۰۲۳ افزایش یافته است؛ به ویژه سهم طبقه متوسط تقریباً در پنج سال دو برابر شد. مصرف‌کنندگان ثروتمند و شهری به طور فزاینده‌ای به دنبال محصولات متنوع‌تر و متفاوت هستند که از طریق تجارت تامین می‌شود.

چین و ایالات متحده همچنان بزرگترین شرکای تجاری و سرمایه‌گذاری ویتنام هستند. به طوری که در سال ۲۰۲۳، بیش از ۳۰ درصد واردات ویتنام از چین صورت پذیرفت و همچنین بیش از ۲۵ درصد صادرات این کشور به آمریکا انجام شد.

تنش‌های تجاری در سال‌های اخیر نیز بر ویتنام تاثیر گذاشت. اما بر اساس گزارش صندوق بین‌المللی پول، تاثیر کلی آن‌ها مثبت و کوچک بود که ناشی از اثرات تغییر مسیر تجارت است. تاثیر بالقوه بزرگ‌تر و پایدارتر می‌تواند از تغییرات در سرمایه‌گذاری ناشی شود که این موضوع هنوز در حال رصد است. در سال‌های اخیر، شرکت‌های بین‌المللی در پاسخ به افزایش هزینه‌ها در چین و تمایل به تنوع بخشیدن به مکان‌های تولید، تاسیسات خود را به ویتنام منتقل کرده‌اند.

مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی

ویتنام از طریق مشارکت خود در زنجیره‌های ارزش جهانی به عنوان یک مرکز مهم تولید از زمان پیوستن به سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۰۷ شناخته شده است، به ویژه در کالاهای نساجی، پوشاک و تجهیزات فناوری اطلاعات و ارتباطات. طبق داده‌های پایگاه داده تجارت بر اساس ارزش افزوده، ارزش افزوده داخلی به عنوان سهمی از کل صادرات ناخالص ویتنام در سال ۲۰۲۳، ۵۲٪ است.

در سال ۲۰۲۳، ویتنام حدود ۱۰۰ میلیارد دلار کالای واسطه‌ای وارد کرد (۳۰٪ از کل واردات) و ۴۹٫۴ میلیارد دلار کالای واسطه‌ای صادر نمود (۱۳٪ از کل صادرات). اعداد فوق نشان دهنده مشارکت بالا این کشور در زنجیره‌های ارزش جهانی است. مصداق آن افزایش مشارکت ویتنام در تولید تجهیزات

فناوری اطلاعات و ارتباطات، به ویژه گوشی‌های هوشمند و لوازم الکترونیکی مصرفی است. در سال ۲۰۱۹، حدود ۸۵٪ واردات کالاهای الکتریکی و الکترونیکی از جنس کالاهای واسطه‌ای بود و ۹٪ کالاهای سرمایه‌ای. در حالی که در سمت صادرات در همین کالاهای ۴۷٪ واسطه‌ای و حدود ۵۳٪ نهایی مصرفی یا سرمایه‌ای بودند.

در سال ۲۰۲۳ در زمینه تولید پوشاک، عمده واردات واسطه‌ای پوشاک ویتنام از چین صورت می‌پذیرد و پس از آن چین تایپه، استرالیا و ایالات متحده کشورهای اصلی تامین‌کننده این حوزه به ویتنام هستند. پس از پردازش، صادرات پوشاک ویتنام به ترتیب ارزش به ایالات متحده، ژاپن، اعضای اتحادیه اروپا (به ویژه آلمان) و جمهوری کره صورت می‌پذیرد.

-۲۰۲۰ با چشم‌انداز تا ۲۰۳۰؛ را در چارچوب سه هدف مشخص تعیین کرده است:

- نرخ رشد سالانه متوسط صادرات باید در سطح دو رقمی باشد؛
- نرخ رشد واردات باید کمتر از نرخ رشد صادرات باشد؛
- کاهش تدریجی کسری تجاری به گونه‌ای که بین سال‌های ۲۰۲۱ تا ۲۰۳۰ به مازاد تجاری برسد.

روابط تجاری ایران و ویتنام

این بخش به دو زیربخش تقسیم می‌شود. زیربخش اول به روند ارزش صادرات و واردات میان دو کشور می‌پردازد و سپس سبد کالایی مورد تجارت بررسی می‌شود و در نهایت سهم گمرکات ایران در تجارت دو کشور ارائه می‌شود. زیربخش دوم به استحصال کالاهای دارای فرصت صادراتی به ویتنام می‌پردازد. در این زیربخش با استفاده از شاخص پتانسیل صادراتی، فرصت‌های صادراتی ایران به ویتنام به دست می‌آید.

روند تجارت میان ایران و ویتنام

از مجموع ۵۷٫۸ میلیارد دلار صادرات ایران در سال ۱۴۰۳، ویتنام تنها ۰٫۱۷ درصد (۹۸ میلیون دلار) را به خود اختصاص داده است و از این نظر در جایگاه ۳۳ در میان ۱۴۶ شریک تجاری ایران در حوزه



صادرات قرار گرفته است. در حوزه واردات نیز این کشور از مجموع ۷۲,۳ میلیارد دلار واردات ایران با اختصاص ۰,۰۶ درصد (۴۶,۸ میلیون دلار) به خود، در جایگاه ۴۶ در میان ۱۱۹ شریک تجاری ایران در حوزه واردات قرار گرفته است.

جدول ۱- ارزش تجارت ایران و ویتنام ۱۴۰۳-۱۳۹۶

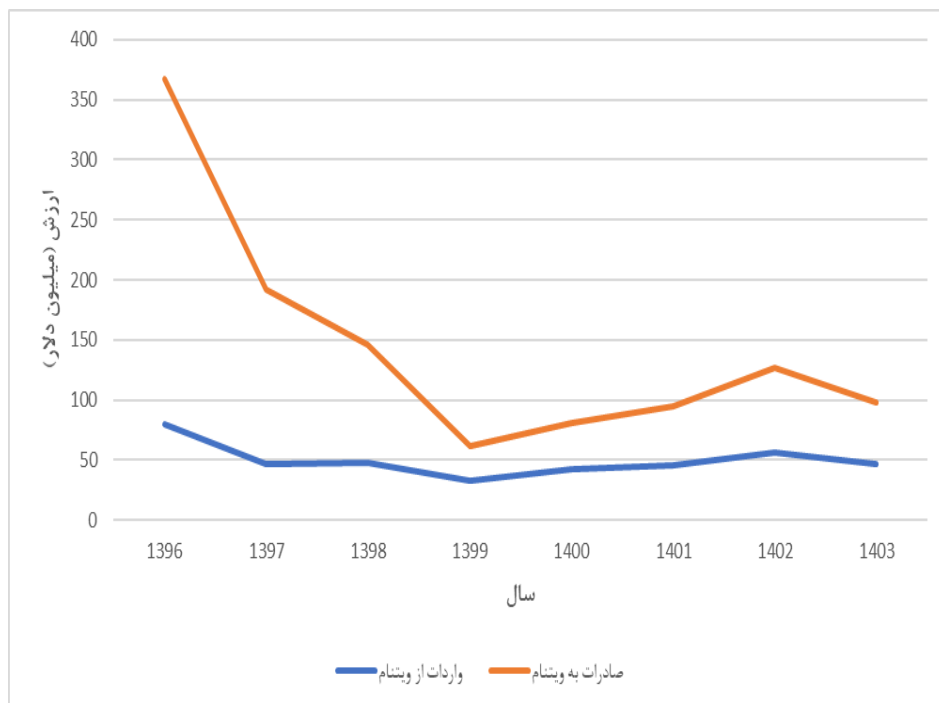
سال	صادرات		واردات	
	وزن (هزار تن)	ارزش (میلیون دلار)	وزن (هزار تن)	ارزش (میلیون دلار)
۱۳۹۶	۲۰۲,۴	۳۶۷,۶	۲۹	۷۹,۷
۱۳۹۷	۱۲۴	۱۹۱,۶	۱۸,۶	۴۶,۳
۱۳۹۸	۲۱۰,۵	۱۴۵,۶	۱۷,۴	۴۷,۸
۱۳۹۹	۱۷۷,۶	۶۱,۵	۱۲,۶	۳۲,۸
۱۴۰۰	۲۲۹,۸	۸۱	۱۶,۷	۴۲,۳
۱۴۰۱	۲۶۶	۹۵	۱۶,۶	۴۵,۵
۱۴۰۲	۴۳۴,۲	۱۲۷,۱	۱۹,۲	۵۶,۵
۱۴۰۳	۱۹۵,۵	۹۸	۱۶,۴	۴۶,۸

منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

در سه ماهه نخست سال ۱۴۰۴ مجموع صادرات ایران به ویتنام برابر با ۳۷,۷ هزار تن به ارزش بیش از ۱۶ میلیون دلار و مجموع واردات ایران از این کشور در همین بازه زمانی معادل ۱,۸ هزار تن به ارزش ۵,۵ میلیون دلار بوده است. نمودارهای شماره ۱ و ۲، به ترتیب تغییرات ارزش و وزن واردات و صادرات ایران از/ به ویتنام را نشان می‌دهند.

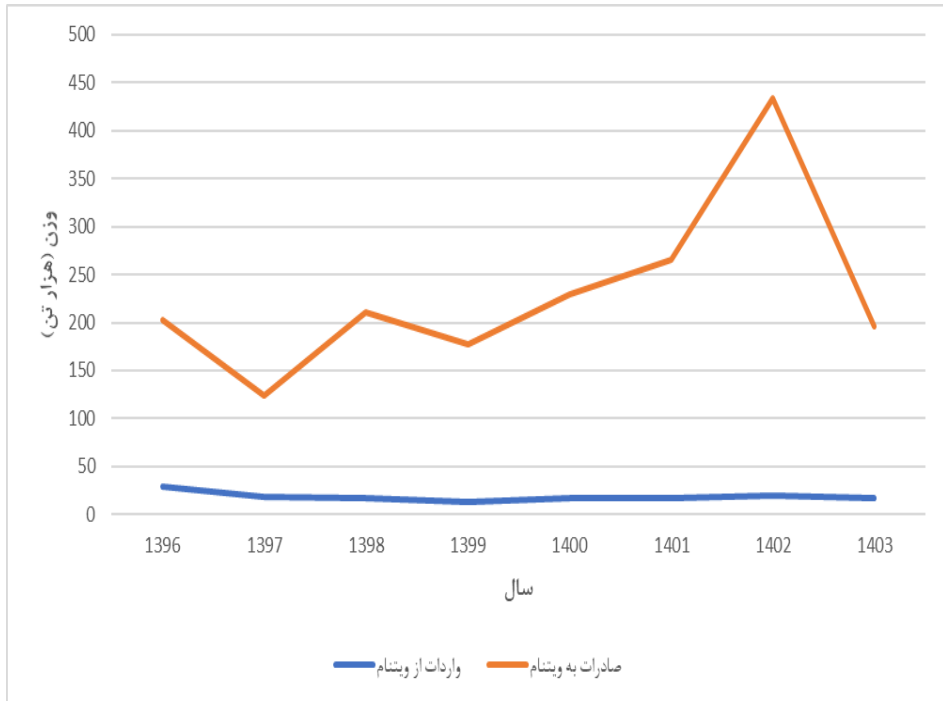


نمودار ۱ - ارزش تجارت ایران و ویتنام ۱۳۹۶-۱۴۰۳



منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

نمودار ۲- وزن کالاهای مورد تجارت ایران و ویتنام ۱۳۹۶-۱۴۰۳

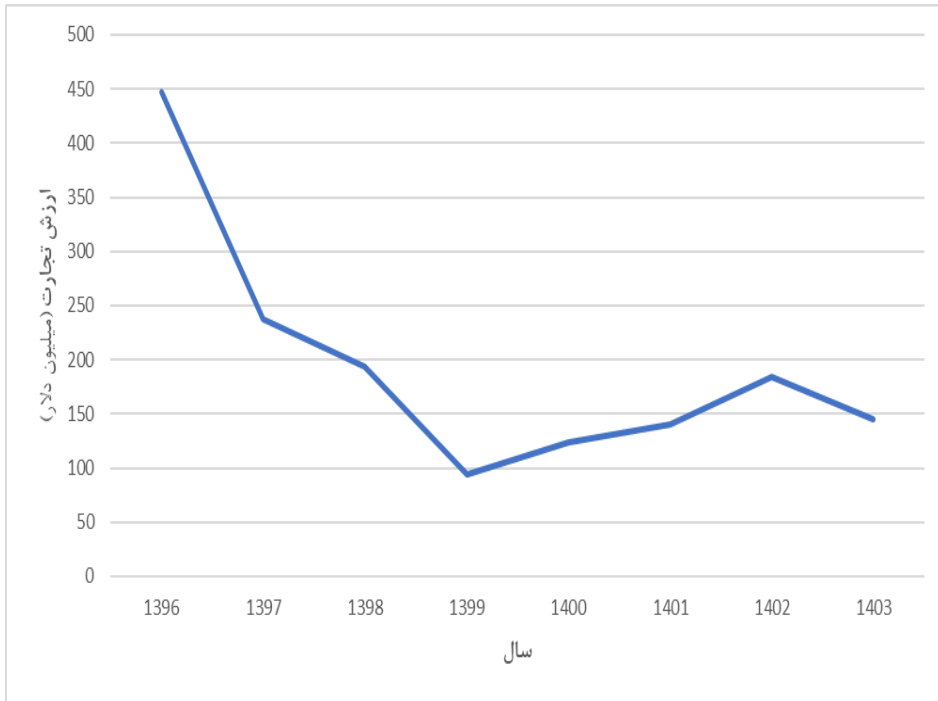


منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

همان طور که در نمودارهای فوق مشاهده می‌شود، واردات ایران از ویتنام به لحاظ وزن و ارزش، در دوره زمانی ۱۳۹۶-۱۴۰۳ تقریباً روند ثابتی را ثبت کرده است. صادرات ایران به ویتنام از نظر ارزش را می‌توان به دو بخش تقسیم کرد: نخست ۱۳۹۶-۱۳۹۹ در این بازه زمانی ارزش صادرات روندی نزولی را نشان می‌دهد و دوم ۱۳۹۹-۱۴۰۳ ارزش صادرات روندی صعودی دارد.

در نمودار شماره ۳ ارزش تجارت ایران و ویتنام به تصویر کشیده شده است.

نمودار ۳- ارزش تجارت ایران و ویتنام ۱۳۹۶-۱۴۰۳



منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

همان گونه در نمودار شماره ۳ قابل مشاهده است، می توان ارزش تجارت میان ایران و ویتنام را به دو بازه زمانی مختلف تقسیم کرد: نخست ۱۳۹۶-۱۳۹۹ در این بازه زمانی ارزش تجارت میان دو کشور روندی کاهشی را نشان می دهد به طوری در سال ۱۳۹۹ کمترین ارزش تجارت (۹۴ میلیون دلار) در بازه زمانی ۱۳۹۶-۱۴۰۳ را به خود اختصاص داده است. دوم ۱۳۹۹-۱۴۰۳ در این بازه زمانی ارزش تجارت میان دو کشور روندی افزایشی را نشان می دهد. به نحوی که در سال ۱۴۰۲ بیشترین ارزش تجارت (۱۸۳ میلیون دلار) در این بازه زمانی را به خود اختصاص داده است. اما این روند افزایشی هیچگاه به رکورد تجارت ۴۵۰ میلیون دلاری سال ۱۳۹۶ ناشی از فضای مساعد تجاری پس از برجام نرسید.

در سال ۱۴۰۳، قیرنفت (۵۲ میلیون دلار)، پسته (۱۵ میلیون دلار)، پای مرغ (۷ میلیون دلار)، پلی اتیلن (۶ میلیون دلار)، عناصر شیمیایی (۴ میلیون دلار)، کائوچوی بوتادین (۲ میلیون دلار) و روده و شکمبه حیوانات (۲ میلیون دلار) مهم‌ترین کالاهای صادراتی ایران به ویتنام را تشکیل داده‌اند.

در سال ۱۴۰۳، قهوه (۲۱ میلیون دلار)، فلفل (۷ میلیون دلار)، نارگیل (۱,۷ میلیون دلار) و لاستیک (۱,۷ میلیون دلار) مهم‌ترین کالاهای صادراتی ویتنام به ایران را تشکیل داده‌اند.

در سال ۱۴۰۳، گمرکات منطقه ویژه اقتصادی شهید رجایی (۸۴,۲ درصد)، منطقه آزاد تجاری اروند-خرمشهر (۳,۸ درصد)، منطقه آزاد تجاری چابهار (۳,۲ درصد) و منطقه ویژه اقتصادی بوشهر ۱ (۳,۲ درصد) پررنگ‌ترین نقش را در واردات کالا از ویتنام داشته‌اند. گمرکات منطقه ویژه اقتصادی شهید رجایی (۶۵ درصد)، منطقه ویژه اقتصادی سیرجان (۱۵ درصد)، منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس (۶ درصد) و اینچه برون (۵ درصد) در صادرات ایران به ویتنام نقش مهمی برعهده داشتند.

ایران و ویتنام علاوه بر اتاق بازرگانی مشترک، از سال ۱۳۷۳ دارای کمیسیون مشترک اقتصادی هستند که در ایران وزارت کشاورزی مسئولیت این کمیسیون را برعهده دارد. همچنین افرون بر تفاهم‌نامه همکاری‌های علمی و فناوری (۱۳۹۳) و تفاهم‌نامه بانکی (۱۳۹۵)، مجموعه‌ای از موافقت‌نامه‌ها در خصوص روابط تجاری و اقتصادی دو کشور وجود دارد:

قانون «معاهده استرداد مجرمان بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری سوسیالیستی ویتنام» مصوب سال ۱۴۰۳ چارچوب حقوقی لازم را برای استرداد مجرمان میان دو کشور تعیین می‌کند. طبق این معاهده، هر یک از طرفین متعهد می‌شود مجرمانی را که طرف مقابل بابت ارتکاب جرم قابل استرداد درخواست می‌کند و در قلمرو او حضور دارند، طبق مقررات معاهده و قوانین داخلی خود مسترد نماید. همچنین طرفین موظف‌اند در صورت عدم استرداد به دلیل تابعیت، پرونده فرد را تحت پیگرد قانونی قرار دهند. این تعهدات، همکاری قضایی و امنیتی میان دو کشور را تقویت می‌کند.

قانون «موافقت‌نامه بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری سوسیالیستی ویتنام» به منظور اجتناب از اخذ مالیات مضاعف و جلوگیری از فرار مالیاتی در مورد مالیات‌های بر درآمد مصوب ۱۳۹۴؛

که بر اساس آن دو کشور متعهد به خودداری از اخذ مالیات از اشخاص حقیقی «مقیم» و اشخاص حقوقی «دارای مقر دائم» در کشور طرف قرارداد و تبادل اطلاعات لازم برای جلوگیری از فرار مالیاتی به واسطه این موافقت‌نامه شده‌اند.

قانون «موافقت‌نامه تشویق و حمایت متقابل از سرمایه‌گذاری بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری سوسیالیستی ویتنام» مصوب ۱۳۸۹ که در آن دو کشور با هدف به کارگیری منابع اقتصادی و امکانات بالقوه خود در خصوص سرمایه‌گذاری و ایجاد و حفظ شرایط مساعد برای سرمایه‌گذاری‌های اتباع طرف دیگر در قلمرو خود، متعهد به رعایت اصل دولت کامله‌الوداد شده‌اند.

قانون «موافقت‌نامه کشتیرانی تجاری دریایی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری سوسیالیستی ویتنام» مصوب ۱۳۸۲ که بر اساس آن دو کشور متعهد به همکاری در زمینه کشتیرانی تجاری دریایی و توسعه همکاری‌های دوجانبه دریایی در زمینه کشتیرانی تجاری در حوزه‌های تجسس و نجات، جلوگیری از آلودگی دریایی، نظارت بر آمد و شد دریایی، تحقیقات آب نگاری و تبادل اطلاعات، تاسیس دفاتر نمایندگی، ارائه تسهیلات لازم بندری و لجستیک به شرکت‌های دریانوردی طرف دیگر شده‌اند.

قانون «موافقت‌نامه همکاری و کمک متقابل اداری در موضوعات گمرکی بین گمرک جمهوری اسلامی ایران و اداره کل گمرک جمهوری سوسیالیستی ویتنام» مصوب ۱۳۹۸ که بر اساس آن دو کشور متعهد به ارائه اطلاعات و همکاری دوجانبه به منظور اطمینان از اجرای صحیح قوانین گمرکی و تحقیق در خصوص تخلفات گمرکی شده‌اند.

قانون «موافقت‌نامه حمل و نقل هوایی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری سوسیالیستی ویتنام» مصوب ۱۳۸۰ که در آن دو کشور متعهد به ارائه حق عبور هواپیماهای غیرنظامی طرف دیگر از قلمرو هوایی خود، اجازه فرود این هواپیماها در سرزمین خود و ارائه معاضدت‌های ناوبری و سایر الزامات حقوقی و انسان‌دوستانه هوانوردی، بر اساس قوانین مصوب کنوانسیون سازمان هواپیمایی کشوری شده‌اند.

قانون «موافقت‌نامه بازرگانی بین دولت‌های جمهوری اسلامی ایران و جمهوری سوسیالیستی ویتنام» مصوب ۱۳۷۴ که مطابق آن دو کشور متعهد به اجرا و انجام کلیه اقدامات لازم را به منظور تسهیل، تقویت و تنوع بخشیدن به روابط تجاری و اقتصادی دوجانبه و رعایت اصل دولت کامله‌الوداد در برخورد با فعالان اقتصادی کشور دیگر شده‌اند.

فرصت‌های صادراتی ایران به ویتنام

آنکتاد در تخمین و برآورد پتانسیل تجاری بر اساس مدل جاذبه یک نوآوری در شبیه‌سازی پتانسیل تجاری دوجانبه را ارائه نموده است، زیرا مدل‌های قبلی اهداف آنکتاد را در زمینه برآورد پتانسیل تجاری دوجانبه بین یک کشور در حال توسعه و یا اقتصادهای در حال گذار با هر یک از طرف‌های تجاری آن‌ها تامین نمی‌کرد که در این شرایط مدل تکمیلی برآورد پتانسیل تجاری کشورهای مذکور با تکیه بر پشتوانه نظری و مطالعات تجربی نسبتاً قوی تحت عنوان مدل یا مدل شبیه‌سازی پتانسیل تجاری دوجانبه توسط این سازمان ارائه گردید، این مدل امکان برآورد میزان پتانسیل تجاری در هر دو سطح کلان و بخشی نه صرفاً کالایی را مهیا می‌سازد. در این روش، ابتدا باید ساختار صادرات - واردات کشورها بر حسب گروه‌های مختلف کالایی مشخص کرد. بدین ترتیب که ارزش واردات گروه کالایی یک کشور را بر حسب طبقه‌بندی مختلف کالایی و بازار مشخص در نظر گرفته، سپس در مقابل آن، باید ارزش صادرات کشور طرف تجاری را از همان گروه کالایی مشخص کرد، بدین صورت برای هر کشور یک بردار صادرات یا واردات به وجود می‌آید و در نهایت با استفاده از روش‌ها و شاخص‌های مربوطه به اندازه‌گیری و برآورد پتانسیل تجاری جهت تجزیه و تحلیل امکان تجارت پرداخته می‌شود. در مطالعات تجربی در زمینه بررسی و تجزیه و تحلیل امکان تجارت دوجانبه با استفاده از روابط ریاضی که مبتنی بر مقایسه ترکیب کالایی جریان‌های تجاری استوار است، روش‌ها و شاخص‌های مختلفی مورد استفاده قرار گرفته است.

همان گونه که شرح آن رفت برای استحصال فرصت‌های صادراتی ایران به ویتنام، ابتدا باید بردارهای تجاری دو کشور به دست آیند که بدین منظور باید ساختار صادرات - واردات کشورها بر حسب گروه‌های مختلف کالایی مشخص گردد. بنابراین در جدول شماره ۲ شباهت‌های صادرات ایران به جهان

و واردات ویتنام از جهان در سال ۲۰۲۳ بر حسب کدهای HS دورقمی ارائه شده است.

جدول ۲- ارزش صادرات ایران به جهان و واردات ویتنام از جهان در سال ۲۰۲۳

ردیف	کد HS	شرح کالا	صادرات ایران به جهان (هزار دلار)	واردات ویتنام از جهان (هزار دلار)
			۱۴۰۲	۲۰۲۳
۱	۰۱	حیوانات زنده	۸۹۹۴	۲۵۰۸۸۱
۲	۰۲	گوشت و احشاء خوراکی	۱۳۵۸۹	۱۵۰۶۱۷۱
۳	۰۳	ماهی‌ها و سخت‌پوستان، نرم‌تنان و سایر بی‌مهرگان آبی	۳۱۷۴۰۲	۲۲۴۵۳۳۴
۴	۰۴	لبنیات، تخم پرندگان، عسل	۸۶۳۳۸۶	۹۶۸۱۱۷
۵	۰۵	سایر محصولات حیوانی	۵۳۷۰۲	۳۴۳۷۰۶
۶	۰۶	نباتات زنده و محصولات گلکاری	۲۲۹۹۹	۱۲۶۹۶۷
۷	۰۷	سبزیجات خوراکی، نباتات ریشه	۱۱۷۳۱۹۸	۱۴۴۵۶۹۵
۸	۰۸	میوه‌ها و مغزهای خوراکی، پوست مرکبات	۲۴۹۶۵۳۳	۳۸۳۱۱۶۱
۹	۰۹	قهوه، چای و ادویه	۲۵۴۱۷۲	۳۵۹۷۳۹
۱۰	۱۰	غلات	۲۴۴۰۱	۵۵۱۳۷۴۹
۱۱	۱۱	محصولات صنعت آردسازی، مالت، نشاسته، گلوتن گندم	۹۴۸۸	۴۰۳۳۲۵
۱۲	۱۲	دانه و میوه‌های روغن دار	۱۷۶۷۳	۱۷۸۳۸۹۷
۱۳	۱۳	رزین‌ها، سایر شیرها و عصاره‌ها	۳۵۷۰۸	۹۱۹۱۸
۱۴	۱۴	مواد حصیربافی گیاهی	۱۳۰۰۰	۶۸۷۶
۱۵	۱۵	چربی‌ها و روغن‌های حیوانی و نباتی	۴۲۵۵۷	۱۳۵۳۰۱۵

۱- در این پژوهش تمامی داده‌های تجاری ایران از پایگاه داده گمرک جمهوری اسلامی ایران استخراج و داده‌های تجاری ویتنام از پایگاه داده مرکز تجارت جهانی استخراج شده است. با توجه به آن که در زمان نگارش این پژوهش، داده‌های تجاری ویتنام در سال ۴۲۰۲ موجود نیست، از داده‌های سال ۳۲۰۲ استفاده شده است و معادل آن برای ایران داده‌های سال ۲۰۴۱ در نظر گرفته شده است.



ردیف	کد HS	شرح کالا	صادرات ایران به جهان (هزار دلار)	واردات ویتنام از جهان (هزار دلار)
			۱۴۰۲	۲۰۲۳
۱۶	۱۶	فراورده‌های گوشت، ماهی، سخت‌پوستان، نرم‌تنان	۲۶۱۰۲	۱۰۸۳۵۳
۱۷	۱۷	قند و شکر و شیرینی	۱۸۰۸۳۹	۸۳۰۲۸۰
۱۸	۱۸	کاکائو و فراورده‌های آن	۴۹۷۵۷	۸۲۷۲۹
۱۹	۱۹	فراورده‌های غلات، آرد، نشاسته یا شیر	۲۷۲۷۹۸	۷۵۷۰۱۲
۲۰	۲۰	فراورده‌های سبزیجات، میوه، مغزها	۳۶۲۹۷۸	۲۰۰۳۶۶
۲۱	۲۱	فراورده‌های خوراکی گوناگون	۱۴۳۰۵۸	۱۲۹۲۶۳۲
۲۲	۲۲	نوشیدنی‌ها، آب‌گونه‌های الکلی و سرکه	۳۲۲۹۳	۶۵۵۹۷۰
۲۳	۲۳	تفاله صنایع خوراکسازی	۶۶۷۷۴	۴۸۷۸۸۵۱
۲۴	۲۴	توتن و تنباکو و بدل توتن و تنباکو	۹۲۴۰	۳۱۹۶۲۷
۲۵	۲۵	نمک، گوگرد و خاک و سنگ و گچ، آهک و سیمان	۶۲۰۷۹	۴۰۴۸۴۸
۲۶	۲۶	سنگ فلز، جوش و خاکستر	۲۳۳۷۵۵۱	۲۰۸۶۶۵۲
۲۷	۲۷	سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی	۱۵۲۳۶۳۷۸	۲۵۶۸۵۳۱۷
۲۸	۲۸	محصولات شیمیایی غیرآلی با ترکیبات	۶۳۴۴۸۶	۳۱۵۷۳۹۲
۲۹	۲۹	محصولات شیمیایی آلی	۳۹۶۴۵۴۸	۴۷۱۲۶۸۱
۳۰	۳۰	محصولات دارویی	۱۲۰۸۵۴	۳۷۳۲۴۹۳
۳۱	۳۱	کودها	۱۷۱۶۹۴۱	۱۴۰۸۸۳۷
۳۲	۳۲	عصاره‌های دباغی یا رنگریزی، تانن‌ها و مصنوعات آن‌ها	۷۶۷۷۱	۱۷۵۰۳۸۵



ردیف	کد HS	شرح کالا	صادرات ایران به جهان (هزار دلار)	واردات ویتنام از جهان (هزار دلار)
			۱۴۰۲	۲۰۲۳
۳۳	۳۳	روغن‌های اسانسی و رزینوئیدها	۳۶۵۱۹	۱۲۱۸۹۳۳
۳۴	۳۴	صابون‌ها، مواد آلی فعال سطحی	۲۱۱۱۹۶	۹۴۳۶۲۴
۳۵	۳۵	مواد آلبومینوئید	۲۸۰۱۲	۱۲۴۸۳۸۲
۳۶	۳۶	فراورده‌های صنایع شیمیایی شامل آلیاژهای آتش‌زا	.	۲۵۷۵
۳۷	۳۷	محصولات عکاسی و سینماتوگرافی	۸	۱۲۱۱۶۷
۳۸	۳۸	محصولات صنایع شیمیایی	۱۸۴۰۶۱	۴۵۸۵۲۶۹
۳۹	۳۹	مواد پلاستیکی و اشیاء ساخته‌شده از آن	۴۶۷۳۹۴۳	۱۷۴۹۹۳۱۴
۴۰	۴۰	کائوچو و اشیاء ساخته‌شده از آن	۱۱۷۸۹۴	۳۵۵۰۷۵۲
۴۱	۴۱	پوست خام (غیر از پوست‌های نرم) و چرم	۴۶۶۲۳	۱۶۱۳۷۹۶
۴۲	۴۲	اشیاء ساخته‌شده از چرم، مصنوعات زین	۱۸۰۷۶	۲۷۹۴۵۳
۴۳	۴۳	پوست‌های نرم طبیعی و پوست‌های نرم بدلی	۱	۱۱۸۴۰۱
۴۴	۴۴	چوب و اشیاء چوبی، زغال چوب	۹۷۵۵۹	۱۷۴۰۴۰۷
۴۵	۴۵	چوب پنبه و اشیاء ساخته‌شده از آن	۰,۲	۱۶۰۶۰
۴۶	۴۶	مصنوعات حصیربافی یا سبذبافی	۱۵۱۵	۲۱۳۱۵
۴۷	۴۷	خمیر چوب یا سایر مواد الیافی سلولزی	۵۴۵	۹۷۰۵۰۵
۴۸	۴۸	کاغذ و مقوا، اشیاء ساخته‌شده از خمیر کاغذ	۹۷۶۷۵	۲۷۹۳۰۵۶
۴۹	۴۹	کتاب چاپی، روزنامه، تصویر و سایر محصولات مرتبط	۱۶۰۷۵	۲۰۱۱۸۷



ردیف	کد HS	شرح کالا	صادرات ایران به جهان (هزار دلار)	واردات ویتنام از جهان (هزار دلار)
			۱۴۰۲	۲۰۲۳
۵۰	۵۰	ابریشم	۵۰	۵۷۳۷۹
۵۱	۵۱	پشم، موی نرم (کرک) یا زیر حیوان	۶۲۱۱	۲۵۳۲۹۴
۵۲	۵۲	پنبه	۱۱۴۸	۴۲۴۶۵۶۶
۵۳	۵۳	الیاف طبیعی	۳۴۴	۱۹۵۵۵۸
۵۴	۵۴	رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی	۳۳۲۳۰	۳۶۴۲۳۵۸
۵۵	۵۵	الیاف مصنوعی	۷۴۱۶۷	۲۳۴۰۹۴۶
۵۶	۵۶	آوات، نمد و پارچه‌ها نیافته	۳۹۲۰۴	۱۰۰۳۵۵۳
۵۷	۵۷	فرش و سایر کفپوش‌ها از مواد نساجی	۳۲۹۰۴۵	۶۱۱۲۱
۵۸	۵۸	پارچه‌های تار و پودباف مخصوص	۸۸۴۷	۹۸۶۱۸۰
۵۹	۵۹	پارچه‌های نساجی آغشته، اندوده	۴۹۹۶	۱۶۲۹۴۲۶
۶۰	۶۰	پارچه‌های کشباف یا قلاب‌باف	۱۸۸۲	۵۴۳۴۵۵۷
۶۱	۶۱	لباس و متفرعات لباس از کشباف	۴۱۷۷۶	۳۰۸۸۲۵
۶۲	۶۲	لباس و متفرعات لباس غیر کشباف	۳۵۵۸۵	۳۰۰۱۹۴
۶۳	۶۳	سایر اشیاء نساجی دوخته	۱۰۲۴۲۸	۲۰۷۱۴۲
۶۴	۶۴	کفش، گتر و اشیاء همانند	۹۴۰۵۲	۱۲۲۱۸۵۴
۶۵	۶۵	کلاه و اجزاء کلاه	۲۹۰	۴۸۷۷۷
۶۶	۶۶	چتر بارانی، چتر آفتابی، عصا، شلاق، تازیانه و اجزاء	۸۴	۱۲۳۲۴
۶۷	۶۷	پر و کرک نرم آماده و اشیاء ساخته‌شده از آن‌ها، گل‌های مصنوعی	۳۶۳	۶۱۳۴۲
۶۸	۶۸	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه نسوز	۲۲۱۸۸۷	۷۲۲۴۴۰
۶۹	۶۹	محصولات سرامیکی	۴۸۷۳۸۲	۳۹۵۶۲۶



ردیف	کد HS	شرح کالا	صادرات ایران به جهان (هزار دلار)	واردات ویتنام از جهان (هزار دلار)
			۱۴۰۲	۲۰۲۳
۷۰	۷۰	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۲۷۹۹۱۹	۱۷۰۸۵۵۱
۷۱	۷۱	مروارید طبیعی یا پرورده	۵۴۱۰۲	۷۶۰۸۳۸
۷۲	۷۲	آهن و فولاد	۶۲۷۲۳۹۱	۱۲۴۲۶۰۸۶
۷۳	۷۳	مصنوعات از آهن یا فولاد	۸۱۸۱۸۲	۵۳۴۲۴۴۲
۷۴	۷۴	مس و مصنوعات آن	۱۵۷۲۵۰۸	۳۸۸۳۱۵۲
۷۵	۷۵	نیکل و مصنوعات آن	۱۴۱	۱۵۰۶۹۹
۷۶	۷۶	آلومینیوم و مصنوعات آن	۹۷۸۵۷۵	۴۸۵۹۲۹۳
۷۷	۷۸	سرب و مصنوعات آن	۵۸۲۲۵	۴۱۶۳۲۸
۷۸	۷۹	روی و مصنوعات از روی	۳۹۴۸۷۳	۵۸۰۱۱۸
۷۹	۸۰	قلع و مصنوعات آن	۰	۱۲۵۰۵۷
۸۰	۸۱	سایر فلزات معمولی و مصنوعات آن‌ها	۹۴۸	۳۵۰۴۷۷
۸۱	۸۲	ابزارها، مصنوعات از فلز پایه	۲۲۲۳	۷۷۰۷۶۳
۸۲	۸۳	مصنوعات گوناگون از فلزات پایه	۲۳۱۹۷	۱۲۳۴۷۷۲
۸۳	۸۴	راکتورهای هسته‌ای، دیگ بخار	۶۵۶۴۵۹	۲۳۲۹۹۱۲۱
۸۴	۸۵	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا آن‌ها	۳۵۳۱۱۱	۱۱۲۷۱۵۳۸۴
۸۵	۸۶	لکوموتیوهای راه آهن یا تراموای	۶۲۱۳	۲۲۸۷۲
۸۶	۸۷	وسایل نقلیه غیر از واگن‌های ریلی راه آهن یا تراموا و قطعات آن‌ها	۲۱۰۵۴۹	۵۹۴۶۵۵۴
۸۷	۸۸	هوایمما، فضاپیما و قطعات آن‌ها	۰	۵۹۸۹۱۷
۸۸	۸۹	کشتی‌ها، قایق‌ها و سازه‌های شناور	۳۶۰	۲۷۵۳۹۶
۸۹	۹۰	اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی و آلات مشابه	۱۳۵۴۲	۷۳۹۳۰۰۹



ردیف	کد HS	شرح کالا	صادرات ایران به جهان (هزار دلار)	واردات ویتنام از جهان (هزار دلار)
			۱۴۰۲	۲۰۲۳
۹۰	۹۱	ساعت و قطعات آن	۵۵۶۷	۲۶۳۶۳۵
۹۱	۹۲	الات موسیقی، اجزا و قطعات	۱۱۰۴	۲۴۳۵۲
۹۲	۹۳	اسلحه و مهمات و اجزا و قطعات آن	۰	۵۰۶۹
۹۳	۹۴	مبلمان، کالای خواب، تشک و آلات مشابه	۹۷۳۸۱	۱۱۲۱۳۸۱
۹۴	۹۵	اسباب‌بازی، بازی، لوازم ورزشی؛ قطعات و اجزا آن‌ها	۴۷۳۷۴	۳۶۳۷۲۷
۹۵	۹۶	مصنوعات تولیدی گوناگون	۱۶۸۹۴	۱۱۴۲۲۴۰
۹۶	۹۷	اشیا هنری، کلکسیون یا عتیقه	۳۶۹	۲۷۸۴
۹۷	۹۸		۱۷۱۷	۰
۹۸	۹۹	کالاهایی که در جای دیگر مشخص نشده‌اند	۰	۷۳۱۲۰۳۲

منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران و مرکز تجارت بین‌الملل

در سال ۲۰۲۳، بیشترین صادرات ایران به ترتیب در گروه کالایی؛ سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی (۲۷)، آهن و فولاد (۷۲)، مواد پلاستیکی و اشیا ساخته‌شده از آن (۳۹)، محصولات شیمیایی آلی (۲۹)، میوه‌ها و مغزهای خوراکی، پوست مرکبات (۰۸)، سنگ فلز، جوش و خاکستر (۲۶)، کودها (۳۱) و مس و مصنوعات آن (۷۴) و بیشترین واردات ویتنام در همان سال به ترتیب در ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا آن‌ها (۸۵)، سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی (۲۷)، راکتورهای هسته‌ای، دیگ بخار (۸۴)، مواد پلاستیکی و اشیا ساخته‌شده از آن (۳۹)، آهن و فولاد (۷۲) و اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی و آلات مشابه (۹۰) است. نکته قابل توجه در این امر مشابهت فصول ۲۷، ۷۲، ۳۹ در بردارهای صادراتی ایران و وارداتی ویتنام است که نشان دهنده فرصت‌های تجاری بالقوه میان دو کشور است.



یکی از روش‌های معمول استحصال فرصت‌های بالقوه تجاری بین دو کشور استفاده از شاخص پتانسیل تجاری است. با استفاده از شاخص پتانسیل تجاری، میزان بالقوه توان صادراتی یک کشور به کشور دیگر اندازه‌گیری می‌شود. این شاخص مجموع حداقل ارزش صادرات یک کشور به جهان و ارزش واردات کشور شریک تجاری از جهان را برای همه کالاهای صادراتی یک کشور به عنوان پتانسیل بالقوه تجاری محاسبه می‌کند. تغییر در پتانسیل تجاری حسب تغییر در تنوع و میزان نیازهای واردات کالایی بازار شرکای تجاری و همچنین افزایش تنوع و توان صادرات به جهان حاصل می‌شود.

رابطه اصلی این شاخص بدین صورت است:

$$IXP_{ij}^k = \min(X_{iw}^k, M_{jw}^k)$$

IXP_{ij}^k : ارزش پتانسیل صادراتی کشور i در تجارت با کشور j از کالا k

X_{iw}^k : ارزش صادرات کشور i به جهان (w) از کالا k

M_{jw}^k : ارزش واردات کشور j از جهان (w) از کالا k

شاخص معرفی شده ارزش پتانسیل صادراتی یک کشور را در تجارت با کشور دیگر (به صورت دوجانبه) در خصوص کالای خاصی محاسبه می‌کند. با توجه به این که شاخص مذکور برای مجموعه‌ای از کالاها به کار می‌رود، کل ارزش پتانسیل صادراتی در تجارت با هر کشور شامل مجموع پتانسیل تمام ردیف‌های تعرفه‌ای خواهد بود. بدین ترتیب پتانسیل کل (به صورت دوجانبه) از طریق رابطه زیر محاسبه و گزارش می‌شود.

$$IXP_{ij} = \sum_{k=1}^n \min(X_{iw}^k, M_{jw}^k)$$

$k=1,2,3,4,\dots,n$

IXP_{ij} : کل ارزش پتانسیل صادراتی کشور i در تجارت با کشور j

در پژوهش حاضر، شاخص پتانسیل تجاری ایران و ویتنام در سال ۲۰۲۳ محاسبه شده است. بر اساس محاسبات این پژوهش، شاخص پتانسیل تجاری ایران و ویتنام (ایران به عنوان صادرکننده و ویتنام به عنوان واردکننده) در سال ۲۰۲۳ برابر با ۱۶,۵ میلیارد دلار است. شایان ذکر است بر اساس تجارب،

برای استحصال میزان واقعی شاخص پتانسیل صادراتی هر کشور، حدود ۳۰ درصد ارقام پتانسیل بالقوه به عنوان اعداد قابل تحقق پتانسیل صادراتی در نظر گرفته می‌شود. بنابراین ارزش قابل تحقق پتانسیل صادراتی به ویتنام در سال ۲۰۲۳، ۴,۹۵ میلیارد دلار است. این امر در حالی است که صادرات محقق شده ایران به ویتنام در همین سال ۱۲۷ میلیون دلار بوده است. همان گونه که واضح است فاصله بین ارزش صادراتی بالفعل و بالقوه به ویتنام بسیار قابل توجه است. لازم به ذکر است که دستیابی به ارزش قابل تحقق پتانسیل صادراتی معلول فراهم آمدن عللی مانند شبکه تبادلات مالی بینالمللی، لجستیک تجارت بینالملل، امکان رقابت در قیمت و کیفیت کالاها با سایر رقبا و ... است.

در جدول شماره ۳ شاخص پتانسیل تجاری محاسبه شده ایران و ویتنام و ارزش صادرات بالفعل ارائه گردیده است.

جدول ۳- شاخص پتانسیل تجاری ایران و ویتنام

ردیف	کد HS	شرح کالا	شاخص پتانسیل تجاری (میلیون دلار)	ارزش قابل تحقق (میلیون دلار)	صادرات بالفعل به ویتنام (میلیون دلار)
۱	۳۹۰۱۱۰	پلی اتیلن با وزن مخصوص (چگالی) کمتر از ۹۴٪	۱۲۹۴	۳۸۸,۲	
۲	۲۷۱۰۱۹	انواع روغن (روغن موتور، صنعتی، ...)	۱۱۳۱	۳۳۹,۳	۰,۴
۳	۲۷۱۰۱۲	روغن‌های سبک و فرآورده‌های آن	۹۲۷	۲۷۸,۱	
۴	۲۶۰۱۱۱	سنگ آهن	۸۵۱	۲۵۵,۳	
۵	۳۹۰۱۲۰	پلی اتیلن با وزن مخصوص (چگالی) بیشتر از ۹۴٪	۸۲۷	۲۴۸,۱	
۶	۲۷۱۱۱۲	پروپان مایع شده	۷۶۶	۲۲۹,۸	
۷	۲۷۱۳۲۰	قیر نفت	۵۴۹	۱۶۴,۷	۳۱
۸	۲۷۱۱۱۹	سایر گازهای نفتی و هیدروکربورهای گازی شکل مایع شده	۴۱۵	۱۲۴,۵	

ردیف	کد HS	شرح کالا	شاخص پتانسیل تجاری (میلیون دلار)	ارزش قابل تحقق (میلیون دلار)	صادرات بالفعل به ویتنام (میلیون دلار)
۹	۲۷۱۱۱۳	بوتان مایع شده	۳۳۱	۹۹,۳	
۱۰	۷۹۰۱۱۲	روی غیر ممزوج	۲۵۳	۷۶	
۱۱	۰۴۰۲۱۰	شیرخشک صنعتی	۲۵۱	۷۵,۳	
۱۲	۰۸۰۸۱۰	سیب	۲۱۵	۶۴,۵	
۱۳	۳۹۲۰۱۰	صفحه، ورق یا تیغه یک لایه چاپ شده از پلیمرهای اتیلن یا پلاستیک	۲۰۳	۶۱	۰,۰۲۶
۱۴	۷۴۰۸۱۹	مس تصفیه شده	۱۹۹	۵۹,۷	
۱۵	۲۹۰۵۳۱	اتیلن گلیکول	۱۹۸	۵۹,۴	۰,۰۰۷

منبع: محاسبات پژوهش

در جدول شماره ۳، پانزده کالا با بیشترین ارزش پتانسیل صادراتی به ویتنام ارائه شده است. نمایان است که ایران در سال ۲۰۲۳ در اکثر این کالاها صادراتی به ویتنام نداشته است.

از آن رو که این گزارش کاربردی است و قصد ارائه توصیه به فعالان اقتصادی ایرانی جهت افزایش صادرات به ویتنام و استفاده از فرصت‌های بالقوه را دارد، در جدول شماره ۴، پانزده کالا با بیشترین ارزش صادراتی بالفعل به ویتنام در سال ۲۰۲۳ به همراه ارزش پتانسیل صادراتی آن‌ها آورده شده است. مزیت جدول ذیل در نظر گرفتن قید ارائه پیشنهادها کوتاه‌مدت به بازرگانان است چراکه اساساً در این کالاها بازرگانان باید به دنبال افزایش سهم باشند نه بازارسازی.



جدول ۴- پانزده کالا با بیشترین ارزش صادراتی بالفعل به ویتنام

ردیف	کد HS	شرح کالا	شاخص پتانسیل تجاری (میلیون دلار)	ارزش قابل تحقق (میلیون دلار)	صادرات بالفعل به ویتنام (میلیون دلار)
۱	۳۱۰۲۱۰	اوره	۱۱۷	۳۵,۱	۵۵,۲
۲	۲۷۱۳۲۰	قیرنفت	۵۴۹,۷	۱۶۴,۹	۳۱
۳	۰۲۰۷۱۴	پای مرغ	۱۰	۳	۷,۱
۴	۸۴۵۵۹۰	اجزا و قطعات ماشین‌های مورد فلزات	۱۰,۲	۳	۴,۷
۶	۰۸۰۲۵۱	پسته	۱۲۶,۶	۳۷,۹	۴,۱
۷	۸۴۰۹۱۰	اجزا و قطعات موتورهای وسایط نقلیه هوایی	۴۲,۵	۱۲,۷	۲,۹
۸	۰۳۰۷۴۳	ماهی مرکب	۹,۶	۲,۸	۲,۴
۹	۳۸۱۶۰۰	سیمان	۴,۲	۱,۲	۲,۳
۱۰	۲۷۰۱۱۹	زغال سنگ بهم فشرده نشده	۱۸,۱	۵,۴	۱,۶
۱۱	۰۵۰۴۰۰	روده و شکمبه حیوانات کامل	۰,۵	۰,۱۵	۱,۵
۱۲	۲۸۳۶۲۰	کربنات دی سدیم	۳۲,۶	۹,۷	۱,۴
۱۳	۷۳۱۲۱۰	مفتول	۱,۸	۰,۵	۱,۳
۱۴	۱۲۰۷۶۰	دانه گلرنگ	۰,۲	۰,۰۶	۱,۲
۱۵	۴۰۰۲۲۰	کائوچوی بوتادین	۵۹,۵	۱۷,۸	۱

منبع: محاسبات پژوهش

با توجه به جدول شماره ۴، عملکرد صادراتی ایران به ویتنام در کالاهای اوره، پای مرغ، اجزا و قطعات ماشین‌های مورد فلزات، سیمان، روده و شکمبه حیوانات کامل، مفتول و دانه گلرنگ



مطلوب ارزیابی می شود چراکه صادرات بالفعل ایران به ویتنام بیش از ارزش قابل تحقق است. از سوی دیگر به فعالان اقتصادی ایرانی پیشنهاد می گردد به ترتیب در خصوص صادرات کائوچوی بوتادین، پسته، کربنات دی سدیم، قیرنفت، اجزا و قطعات موتورهای وسایط نقلیه هوایی، زغال سنگ بهم فشرده نشده و ماهی مرکب به ویتنام اهتمام و برنامه ریزی داشته باشند چراکه بر اساس جدول شماره ۴ فرصت مناسبی در این خصوص وجود دارد که تا کنون استفاده نشده است.

لازم به ذکر است که بازرگانان ایرانی باید در میان مدت و بلندمدت بر اساس جدول شماره ۳ برای بالفعل نمودن پتانسیل صادراتی (کالاهای ذکر شده) به ویتنام فعالیت داشته باشند. اهمیت برنامه ریزی و طراحی های میان مدت در این خصوص از آن جهت است که در حال حاضر ایران در کالاهای مورد نظر صادراتی به ویتنام ندارد.



مرکز پژوهش‌های اتاق ایران

تهران، خیابان طالقانی،
نبش خیابان شهید موسوی (فرصت)، پلاک ۱۷۵
تلفن: ۰۲۱ ۸۵۷۳۰۰۰۰
ICCIMA.IR