

عنوان مقاله:

توسعه همکاری و تجارت ایران با کشورهای عضو گروه AD

محل انتشار:

مجله مطالعات کشورها، دوره 2، شماره 3 (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 41

نویسندگان:

میرعبده حسینی - گروه بازرگانی خارجی، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، تهران، ایران.

فائزه مرادی حقیقی - گروه بازرگانی خارجی، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، تهران، ایران.

میترا رحمانی - گروه بازرگانی خارجی، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

همگرایی و همکاری کشورهای مسلمان و درحال توسعه (AD) در ابعاد اقتصادی، سرمایه گذاری و تجارت منافع اقتصادی، تجاری و غیراقتصادی متقابلی را برای اعضا، از جمله ایران، به ارمغان خواهد داشت. در مطالعه حاضر، با استفاده از چارچوب نظری «منطقه گرایی» و همگرایی ها ذیل اتحادهای منطقه ای، ارزیابی توسعه همکاری و تجارت گروه AD، به ویژه ایران، و پاسخ به این پرسش ها دنبال شده است: عملکرد گذشته و دورنمای تجارت درون منطقه ای و فرامنطقه ای گروه AD چگونه بوده و وضعیت ایران در بین اعضا چگونه است؟ طی ربع قرن شکل گیری، تجارت اعضای گروه در چارچوب ادبیات همگرایی ناشی از ایجاد تجارت است یا انحراف تجارت؟ در بعد روشی نیز از معیارهای «همگنی شاخص های اقتصادی»، «درجه همگرایی تجارت» و ماتریس ۲۲ صنعت هشت کشور گروه برای شناسایی اولویت توسعه همکاری و تجارت ایران با کشورهای عضو گروه AD و ارزیابی زمینه های توسعه همکاری و تجارت استفاده شده است. نتایج مطالعه نشان می دهد طی دوره، شکاف و دامنه پراکنش درآمد سرانه در برخی کشورهای فقیرتر عضو همگرا تر شده و همگنی شاخص های توسعه برای اعضای فقیر در بلندمدت رخ داده است. همچنین، طی دوره، افزایش سهم تجارت درون منطقه ای سازمان و ایران همسو با توسعه تجارت ایران نبوده است و توسعه و تعمیق تجارت درون منطقه ای نه تنها به توسعه تجارت ایران منجر نشده، بلکه به انحراف تجارت نیز انجامیده است. تحلیل نتایج حاکی است توسعه نیافتن تجارت منطقه ای ناشی از توسعه نیافتگی و ساختار تجاری ضعیف ایران است و هم اکنون امکان توسعه تجارت درون منطقه ای و همگرایی ایران با سازمان ضعیف است. البته، با توسعه ساختار اقتصادی و ارتقای مزیت های نسبی به رقابتی، امکان بهره گیری از منافع همگرایی فراهم می شود. در نهایت، در مطالعه ۲۲ صنعت و ۸ کشور عضو گروه (ماتریس ۲۲ صنعت، ۸ کشور) این نتیجه حاصل شد که با ترکیب و اندونزی در ۱۵ صنعت غذا، چوب، کاغذ، چاپ و نشر، شیمیایی، لاستیک و پلاستیک، کانی غیرفلزی، فلزی و فابریکی، اپتیک و الکترونیک، وسایل الکتریکی، ماشین آلات و تجهیزات، وسایل نقلیه موتوری، سایر وسایل حمل و نقل، مبلمان، و سایر صنایع از جنبه ظرفیت ها، تنوع و گستره تولیدات صنعتی زمینه های توسعه همکاری و تجارت با ایران وجود دارد.

کلمات کلیدی:

AD، امکان توسعه، زمینه های همکاری و تجارت، شدت تجارت، صنایع کارخانه ای، همگونی اقتصادی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2058340>

