

## چشم‌انداز شکوفایی اقتصادی در اروپای شرقی

# فرصت‌های تجاری در شرق اروپا

اشاره:

بافروپاشی شوروی سابق و از میان رفتن سوسیالیسم، بخشی از جهان به سوی اقتصاد آزاد مبتنی بر بازار روی آورده است.

با وجود تقسیم کاری که در گذشته میان بلوک شرق وجود داشت، اکنون این بخش از جهان بازار تازه‌ای است که به روی سرمایه‌داری بین‌المللی گشوده شده است. جریان سرمایه‌گذاری در کشورهای بلوک شرق در سال‌های اخیر به‌ویژه از آغاز دهه میلادی جاری، تسریع شده است. اقتصاد شرق به سوی سرمایه‌ها و محصولات تولیدی غرب دامن گشوده است و مصرف‌کنندگان کشورهای بلوک شرق با کالاهای جدیدی در بازارهای خود روبه‌رو شده و به تدریج به مصرف آنها عادت می‌کنند، در حالی که در اقتصاد سوسیالیستی بسته‌گذشته ارتباط آنها با کالاهای تولیدات جهان سرمایه‌داری بسیار محدود بود.

در حال حاضر بازارهای شرق اروپا به صورت بازاری قابل نفوذ و پرتقاضا برای محصولات صنعتی، کشاورزی و... درآمده‌اند و آن گروه از صادرکنندگان که با سرعت عمل بیشتر به این بازارها روی آورده‌اند، به تدریج ماحصل تلاش‌های تبلیغاتی خود را با فروش بیشتر کالا در این بازارها، به دست می‌آورند.

برای صادرکنندگان ایرانی، بازارهای شرق اروپا هنوز ناشناخته هستند. در این گزارش مصاحبه‌ای با خانم ماندانا فاضل، کارشناس ارشد بازرگانی خارجی و مدیر پژوهش‌های بازرگانی خارجی مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی داریم که با هم می‌خوانیم.

به نظر می‌رسد سرمایه‌گذاری مشترک با کشورهای شرق اروپا با توجه به نیروی متخصص موجود در این کشورها، بهترین راه نفوذ به بازارهای شرق اروپا است.

این مطلب را ماندانا فاضل در گفت‌وگوی اختصاصی با نشریه «بررسی‌های بازرگانی» بیان کرد و افزود: فقدان تحرک تجاری ایران در بازارهای شرق اروپا پس از فروپاشی کمونیسم سبب شد که بازارهایی که برای برخی کالاهای ایرانی در حال رشد بود، عملاً از بین برود.

وی دربارهٔ صدور کالاهای ایرانی به بازار شرق اروپا در گذشته گفت: ارتباط تجاری با اروپای شرقی در گذشته محدود و غالباً از طریق شوروی سابق بود. این ارتباط به‌طور مثلی، پایاپای و گاه چندجانبه برقرار می‌شد. در پاره‌ای موارد به صورت مقطعی وجود داشت. برای مثال زمانی چکسلواکی بازار خوبی برای پسته ایران بود اما ناگهان از دست رفت.

وی دربارهٔ تجارت پایاپای با اروپای

براساس گزارش بانک، ترمیم و توسعه اروپا، دورنمای رشد سریع اقتصادی در شرق اروپا و حوزه دریای بالتیک به چشم می‌خورد که همانند دورنمای بیست تا سی سال پیش رشد اقتصادی در جنوب شرقی آسیاست. کشورهای شرق اروپا به‌استثنای جمهوری‌های شوروی سابق در سال جاری میلادی از رشد اقتصادی ۵ درصد برخوردار خواهند شد.

این کشورها با برخورداری از نیروی کار ماهر، پایداری در معیارهای اقتصاد کلان و نیز امکانات بازرگانی و سرمایه‌گذاری خارجی، به‌طور بالقوه زمینه رشد اقتصادی در میان مدت را دارند.

میزان تورم در این کشورها، سال گذشته کاهش قابل توجهی داشت. شش کشور آلبانی، کرواسی، چک، مقدونیه، اسلواکی و اسلوونی از نرخ تورم کمتر از ۱۰ درصد برخوردار بودند. میزان تورم در هیچ‌یک از کشورهای شرق اروپا به جز جمهوری‌های شوروی سابق در پایان سال میلادی گذشته از چهل درصد تجاوز نکرد.

رشد اقتصادی کشورهای لهستان، اسلواکی، رومانی و آلبانی در سال ۱۹۹۵ میلادی ۶ تا ۷ درصد و در جمهوری‌های چک، اسلوونی و استونی بین ۴ تا ۵ درصد ثبت شد. انتظار می‌رود در سال میلادی جاری، رشد اقتصادی در کشورهای چک، استونی، لهستان و اسلواکی به ۶ درصد و در جمهوری‌های اسلوونی، کرواسی و آلبانی به ۵ درصد برسد. میزان تولید ناخالص داخلی لهستان در سال جاری، اسلوونی در سال آینده و دیگر کشورهای شرق اروپا تا سه سال آینده به سطح سال ۱۹۹۰ خواهد رسید.

روسیه که در سال گذشته با ۴ درصد کاهش تولید ناخالص داخلی روبه‌رو شد، پیش‌بینی می‌شود در سال جاری برای نخستین بار پس از فروپاشی شوروی سابق به رشد مثبت تا ۲ درصد دست یابد.

قدرت تولید و رقابت در چند کشور اروپای شرقی به‌طور چشمگیری افزایش یافته، در حالی که سطح دستمزد در این کشورها همچنان پایین‌تر از اروپای غربی است.

شرقی اظهار داشت: تجارت تهاتری با کشورهای مورد بحث در عمل نتیجه مطلوب نداشته است و در اکثر موارد روی کالاهای ضروری و مورد نیاز دو طرف در ابعاد مختلف عمل نشده است. در گذشته از ایران نفت به کشورهای اروپای شرقی صادر می‌شد و در مقابل کالاهایی از این کشورها وارد می‌شد که جزو موافقت‌نامه تجارت تهاتری بین ایران و طرف مقابل نبود و غالباً کالاهایی را به ایران صادر می‌کردند که قادر به فروش آن در بازارهای دیگر نبودند.

### ○ با توجه به نیروی انسانی متخصص در شرق اروپا، سرمایه‌گذاری مشترک بهترین راه نفوذ به این بازارهاست.

وی دربارهٔ صدور کالاهای ایرانی به شرق اروپا در گذشته، گفت: خشکبار، پسته، کشمش و تا حدودی فرش ایران در گذشته وارد بازار شرق اروپا می‌شد ولی کالاهای صنعتی ایران به این بازارها نفوذ نکرده بود.

خانم فاضل درباره تأثیر فروپاشی کمونیسم بر اقتصاد اروپای شرقی گفت: با فروپاشی کمونیسم نظام پولی و مالی کشورهای شرق اروپا برهم خورد. این کشورها تا مدتی نمی‌توانستند خود را باز یابند. مشخص نبودن نظام اقتصادی حاکم بر کشورهای شرق اروپا پس از فروپاشی کمونیسم و مشکلات سیاسی، اقتصادی، مالی، کمبود ارزی شدید و... باعث شد که این بازارها، ناشناخته و محدود بماند.

وی افزود: پس از فروپاشی شوروی سابق و صادر نشدن انرژی ارزان به شرق اروپا، مشکلات اقتصادی کشورهای این ناحیه، تشدید شد و نوسانات شدیدی در

اقتصادشان بروز کرد. با آزادسازی تجاری در کشورهای مورد بحث، آنها وارد نظام تازه‌ای شدند که برایشان ناشناخته بود. حتی امکانات خود را برای خرید کالا از دیگر کشورها به‌درستی نمی‌شناختند.

خانم فاضل در پاسخ به این پرسش که چگونه می‌توان در بازارهای شرق اروپا نفوذ کرد، گفت: برای ورود به بازار شرق اروپا برنامه بلندمدت لازم است. ابتدا باید توانایی و وضعیت کنونی، روند صنعتی شدن و تجارت خارجی آنها را ارزیابی کرد. در ارزیابی کالاهای غیرنفتی قابل صدور به این بازارها، نباید به صدور کالاهای سنتی اکتفا شود.

وی متذکر شد: متخصصان امر تجارت معتقدند که در پنج سال آینده اگر ایران به عضویت «سازمان تجارت جهانی» درآید، ترکیب تجارت و صنعت آن با وضع کنونی کاملاً متفاوت خواهد بود. برخی از صنایع کشور در میدان رقابت بین‌المللی از دست خواهند رفت، برخی قوی‌تر خواهند شد و حتی زمینه‌های جدیدی نیز بروز می‌کند تا روند اقتصاد و تجارت کشور ادامه پیدا کند.

وی افزود: به گفته صاحب‌نظران اقتصادی موتور توسعه ایران، «تجارت» است. لذا باید بازارهای شرق اروپا برای نفوذ، شناسایی و برنامه‌ریزی شود تا راه برای صدور کالاهای غیرنفتی به این بازارها باز شود.

### ○ ارتباط تجاری با اروپای شرقی در گذشته محدود و از طریق شوروی سابق و معمولاً به صورت پایاپای بود.

وی گفت: در دوره انتقال اقتصاد کمونیستی به اقتصاد مبتنی بر بازار در کشورهای شرق اروپا، ایران برنامه‌ای برای صدور کالا به این کشورها نداشت.

البته سیستم‌های اعتباری و بانکی کشورهای مذکور نیز بدرستی عمل نمی‌کرد و نظام اعتباری و بانکی ایران نیز به نحوی نبود که امکان نفوذ به این بازارها را برای صادرکنندگان ایرانی فراهم سازد. وی افزود: در این میان عده‌ای نیز بودند که توانستند تا حدودی از مشکلات اقتصادی کشورهای شرق اروپا استفاده کردند و کارخانه‌های آنها را با قیمت‌های ارزان خریداری کردند. این کارشناس ارشد مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی گفت: برای آنکه بتوان کشورهای شرق اروپا را به یک بازار هدف برای کالاهای ایرانی تبدیل کرد، لازم است مطالعات دقیقی انجام شود. در یک مرحله انتقالی می‌توان از این بازارها استفاده کرد زیرا تکنولوژی آنها اگرچه از کشورهای صنعتی غرب عقب‌تر است، اما از ایران جلوتر می‌باشد. با این حال به صورت صددرصد در انتقال تکنولوژی نمی‌توان از این کشورها استفاده کرد و به آنها متکی شد.

### ○ با فروپاشی کمونیسم، نظام پولی، مالی کشورهای شرق اروپا به هم خورد و مشکلات سیاسی - اقتصادی و به‌ویژه کمبودهای ارزی شدید سبب شد که این بازارها برای صادرکنندگان ایرانی ناشناخته بماند.

وی افزود: در یک مرحله محدود در دوره صنعتی شدن ایران می‌تواند از تکنولوژی شرق اروپا استفاده کند، زیرا امکانات ارزی ایران نیز محدود است و نمی‌تواند تمام حرکت صنعتی شدن را با کمک اروپای غربی به انجام رساند و تمام ماشین‌آلات مدرن غرب را خریداری کند. وی گفت: پس از فروپاشی کمونیسم در اروپا، بازار این منطقه از جهان به روی

ندارند، زیرا که شرق اروپا در تجارت خارجی ایران در گذشته جایگاهی نداشته و علت اصلی آن نیز عقبماندگی تکنولوژی این کشورها نسبت به غرب، کمی قدرت خرید و عدم انطباق سیستم‌های بانکی آنها با ایران بوده است.

○ برای نفوذ به بازار شرق اروپا، باید توان، روند صنعتی و تجارت خارجی کشورهای این ناحیه ارزیابی شود و با یک برنامه بلندمدت به این بازارها نفوذ کرد.

وی با اشاره به راه‌اندازی خط آهن مشهد - سرخس و تجن و نیز خط آهن بافق - بندرعباس گفت: این خطوط ارتباطی جاذبه‌هایی را در کشورهای شرق اروپا به وجود آورده است ولی مطالعات اولیه نشان می‌دهد که به بازارهای شرق اروپا هنوز نمی‌توان به عنوان بازار هدف، نگاه کرد.

خانم فاضل در باره موانع توسعه صادرات به کشورهای شرق اروپا می‌گوید: این موانع بیشتر جنبه داخلی و عام دارد. نبود یک نظام صادراتی هدف‌مند که به طور مشخص تدوین و تعریف شده باشد، مشکل اصلی است. در واقع مانع عمده جهت‌گیری‌ها و اولویت‌بندی‌هاست. در سال‌های اخیر جهت‌گیری‌های حقوقی و امتیازاتی که به بازارهای آسیای میانه داده شده، توجه را به این بازارها معطوف کرده است، بدون آنکه برنامه خاصی برای حفظ بازارهای دیگر ارائه شده باشد.

○ با توجه به محدودیت امکانات ارزی ایران، در یک دوره انتقال می‌توان از تکنولوژی شرق اروپا استفاده کرد.



سبزی‌ها می‌باشد، لذا نمی‌توان به صدور این محصولات به شرق اروپا امید بست، اما برای صدور کالاهای صنعتی، جای امیدواری هست. محصولات نظیر چرم، کراست و صنایع غذایی مانند رب و سس به طور محدود قابل صدور به بازارهای مورد بحث می‌باشند.

وی گفت: سرمایه‌گذاری‌های مشترک در برخی از کشورهای اروپای شرقی نظیر مجارستان قابل ارزیابی است. البته تجار ایرانی هنوز تجربه مدونی در این زمینه

سرمایه‌گذاری خارجی باز شد و در پارهای زمینه‌ها پیشرفت‌هایی حاصل شد. برای مثال در صنعت کفش بلغارستان و مجارستان پیشرفت خوبی داشتند.

فاضل در باره کالاهای ایرانی قابل عرضه در اروپای شرقی گفت: برای نفوذ تولیدات سنتی ایران به این بازارها، امیدی نیست، زیرا بازار این کشورها با توجه به قدرت خرید مردم آن برای فرش، خشکبار و دیگر محصولات سنتی کشش ندارد. از آنجا که اروپای شرقی تولیدکننده میوه و

وی گفت: برای غلبه بر موانع توسعه صادرات غیرنفتی به کشورهای شرق اروپا، به طور مشخص مطالعه بازار، مورد نیاز است.

وی درباره سابقه مناسبات تجاری ایران با کشورهای شرق اروپا گفت: پس از فروپاشی شوروی سابق، تغییرات ساختاری در اقتصاد کشورهای شرق اروپا و روابط تجاری آنها با ایران به وجود آمد. در گذشته روسیه و آذربایجان تأمین‌کننده عمده نفت خام کشورهای شرق اروپا بودند. اما بدهی این کشورها بابت تأمین سوخت نیروگاه‌هایشان به روسیه، سبب شد که این کشور صدور نفت به شرق اروپا را تقریباً قطع کند. به همین جهت بخش عمده تجارت مستقیم و غیرمستقیم ایران با کشورهای شرق اروپا به صدور نفت خام، منجر شد.

○ کالاهای سنتی ایران راه نفوذ به بازار شرق اروپا ندارند زیرا از یک سو این کشورها خود تولیدکننده میوه، سبزی و محصولات کشاورزی هستند و از سوی دیگر قدرت خرید مردم در این بازارها ضعیف است.

این کارشناس ارشد بازرگانی خارجی افزود: بلغارستان، یوگسلاوی سابق (کرواسی) و مجارستان از عمده واردکنندگان نفت خام ایران در شرق اروپا می‌باشند.

وی درباره صدور کالاهای غیرنفتی، کشورهای منطقه گفت: مهمترین کالای صادراتی غیرنفتی ایران فرش دستباف است. کشورهای لهستان و رومانی از بازارهای دیرین فرش ایران بوده‌اند. فرش‌های سفارشی دربار این کشورها در قرون ۱۶ و ۱۷ میلادی که در کارگاه‌های

سلطنتی دوره صفویه در اصفهان بافته می‌باشد، با نام «فرش‌های پولینزی» شهرت جهانی دارند.

وی اضافه کرد: فرش دستباف کالایی لوکس و گران است و در اروپای شرقی قدرت خرید بالایی برای خریداری فرش دستباف ایران وجود ندارد و در سال‌های اخیر واردات فرش این کشورها از ایران در سطح محدودی باقی مانده است. با این وصف مجارستان و بلغارستان در سال‌های اخیر عمده‌ترین خریداران فرش ایران در منطقه شرق اروپا بودند و در مرحله بعدی یوگسلاوی سابق، لهستان، رومانی، چک و اسلواکی قرار داشتند.

○ موانع توسعه صادرات غیرنفتی به شرق اروپا، جنبه داخلی و عام دارد. نبود یک نظام صادراتی هدفمند که به‌طور مشخص تدوین و تعریف شده باشد و نیز جهت‌گیری‌ها و اولویت‌بندی‌های سال‌های اخیر که بیشتر به بازار آسیای میانه تکیه دارد، از موانع عمده توسعه صادرات غیرنفتی به شرق اروپاست.

خانم فاضل گفت: واردات فرش دستباف مجارستان از ایران در سال ۱۳۷۳ به ۷۷۵ هزار دلار، بلغارستان به ۱۲۸ هزار دلار، یوگسلاوی سابق به ۶۹ هزار دلار، لهستان به ۱۴/۵ هزار دلار و رومانی به ۱۴ هزار دلار رسید. در شش سال اخیر منظم‌ترین بازار فرش ایران در شرق اروپا به ترتیب مجارستان، یوگسلاوی سابق و لهستان بودند.

وی درباره صدور پسته به کشورهای شرق اروپا گفت: اوکراین در سال ۱۳۷۳ معادل ۱/۰۴ میلیون دلار، بلغارستان ۴۱۱/۷ هزار دلار، جمهوری چک ۳۰۵/۳

هزار دلار، روسیه حدود ۲۳۰ هزار دلار، رومانی ۲۶/۵ هزار دلار، لهستان بیش از ۱۹ هزار دلار، مجارستان ۶۷۶/۵ هزار دلار و یوگسلاوی سابق ۴۱۵/۶ هزار دلار پسته از ایران وارد کردند. به این ترتیب مجارستان، یوگسلاوی سابق و بلغارستان بهترین بازارهای پسته صادراتی ایران در شرق اروپا بودند.

○ بازارهای شرق اروپا به‌ویژه در لهستان و رومانی از دیرباز خریدار فرش‌های دستباف ایران بوده‌اند. فرش‌های پولینزی که برای دربار این کشورها در قرون شانزده و هفده میلادی در کارگاه‌های قالیبافی سلطنتی اصفهان بافته می‌شد، شهرت جهانی دارد.

خانم فاضل افزود: کشمش از دیگر اقلام غیرنفتی صادراتی ایران به شرق اروپاست. در سال ۱۳۷۲ لهستان ۳/۲ میلیون دلار، جمهوری چک ۱/۵ میلیون دلار و مجارستان حدود ۸۴۰ هزار دلار کشمش از ایران وارد کردند. ارزش صادرات این کالا به یوگسلاوی سابق حدود ۲۰۰ هزار دلار، رومانی ۱۵۲ هزار دلار، بلغارستان ۷۲ هزار دلار و اسلواکی ۱۲ هزار دلار در سال ۱۳۷۲ ثبت شده است. وی گفت: یوگسلاوی سابق از عمده واردکنندگان آب انگور در جهان می‌باشد و می‌توان صدور این محصول را به یوگسلاوی سابق در نظر داشت. البته در سال ۱۳۷۲ مقادیر کمی آب انگور به لهستان نیز صادر شد. □