

# آشنایی با بازار ژاپن

## زمینه‌های مشترک همکاری‌های صنعتی ایران و ژاپن

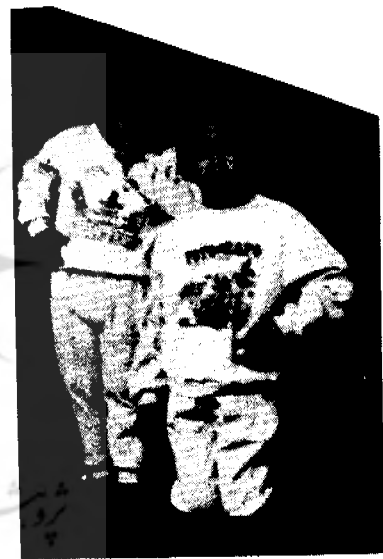
● مسعود هاشمیان

بوده‌اند که بیشترین سرمایه‌گذاری خارجی را در خود جذب نموده‌اند. «تایوان، چین و سایر کشورهای عضو آسه‌آن». در حقیقت شرکت‌های ژاپنی که در خارج از این کشور سرمایه‌گذاری نموده‌اند، عمده‌ترین صادرکنندگان کالاهای صنعتی و به‌خصوص ادوات و قطعات پیشرفته کامپیوتری، مخابراتی و الکترونیکی به ژاپن بوده‌اند.

ترکیب کالاهای ساخته شده و صنعتی وارداتی طیف وسیعی را دربرمی‌گیرد، به‌طوری که ماشین‌آلات برقی وارداتی در نیمه اول سال ۱۹۹۶ رقمی معادل ۱۷/۹ میلیارد دلار را به خود اختصاص داده‌اند و ماشین‌آلات و تجهیزات وارداتی معمولی بالغ بر ۴۸/۹ میلیارد دلار بوده‌اند. در این ترکیب وسایط نقلیه با ۸/۵ میلیارد دلار خود را نشان می‌دهد که ۵/۶ میلیارد دلار آن مربوط به اتومبیل‌های سواری بوده است.

کشور ژاپن برای تأمین نیازهای داخلی مقادیر زیادی منسوجات، کفش، کالاهای ورزشی، مبلمان و کالاهای مصرفی دیگر را نیز از خارج وارد می‌کند. آمار واردات در نیمه اول سال ۱۹۹۶ نشان می‌دهد که میزان کل واردات منسوجات به ژاپن ۱۱/۵ میلیارد دلار بوده که بیش از ۸ میلیارد دلار آن را البسه و پارچه تشکیل می‌دهد است. در همین زمان، کشور ژاپن، ۱۵۲۵ میلیون دلار کفش، ۱۵۶۲ میلیون دلار کالاهای سفری، ۹۹۵ میلیون دلار کالاهای ورزشی و معادل ۱۶۵۲ میلیون دلار مبلمان از خارج وارد کرده است.

فهرست سایر کالاهای ساخته شده وارداتی ژاپن مطابق جدول شماره ۱ می‌باشد.



۱۰۳ میلیارد دلار از ۱۷۳ میلیارد دلار واردات ژاپن در نیمه اول سال ۱۹۹۶ را کالاهای ساخته شده صنعتی تشکیل می‌دهد است. سهم کالاهای ساخته شده در واردات ژاپن طی سال‌های ۹۵-۱۹۹۳ به‌طور مستمر افزایش یافته و از ۵۲ درصد در سال ۱۹۹۳ به ۵۹/۱ درصد در سال ۱۹۹۵ رسیده است. در نیمه اول سال ۱۹۹۶، ۵۹/۷ درصد از کل واردات ژاپن را کالاهای ساخته شده تشکیل می‌دهد است.

شاید دو عامل در رشد تقاضای وارداتی ژاپن مؤثرتر از سایر عوامل بوده است. اول افزایش نرخ برابری «ین» در برابر سایر ارزهای معتبر و دوم پشت سر گذاشتن دوران رکود و نیل تدریجی به سال‌های رونق قبل از دهه ۱۹۹۰ میلادی.

منابع تأمین واردات ژاپن، عمدتاً از کشورهای همسایه آسیایی آن تشکیل شده‌اند و این کشورها نیز کشورهایی

جدول شماره ۱: ترکیب واردات کالاهای ساخته شده در ژاپن در نیمه اول ۱۹۹۶

میزان رشد نسبت به نیمه اول ۱۹۹۵ (درصد)	ارزش (میلیون دلار)	نوع کالا
-۸/۲	۱۱۵۳۳	مواد شیمیایی
۲۵/۹	۴۸۹۱۹	ماشین آلات و تجهیزات
۳۰/۴	۱۶۲۶۲	ماشین آلات عمومی
۳/۴	۱۸۸۶	- موتورها، توربین‌ها، پمپ‌ها و دیگ‌های بخار
۴۴/۷	۸۱۶	- ابزار و ماشین‌های پردازش
۲۷/۹	۱۸۹۷	- ماشین‌های صنعتی
۳۹/۹	۹۵۵۶	- ماشین‌های تجاری
۳۹/۳	۶۱۸۷	کامپیوتر
۹/۰	۲۰۸۱	- واحدهای پردازش مرکزی
۴۱/۳	۱۷۱۹	- ابزارهای حافظه
۴۱/۷	۳۱۱۷	- قطعات کامپیوتر
۳۲/۳	۱۷۹۰۷	- ماشین‌الات برقی
۱۹/۳	۱۸۱۲	- تجهیزات کنترل نیروی برق
۴۵/۵	۲۱۵۵	- تجهیزات ارتباطات راه دو
۷۸/۵	۱۳۷۷	- کابل
۱۳/۱	۵۶۲	- انتقال دهنده‌ها
۲۵/۲	۳۱۳۲	- ادوات صوتی - تصویری
۴۳/۲	۷۱۴۷	- قطعات الکترونیک
۴۸/۷	۶۴۳۵	- مدارهای تکمیل شده
۷/۳	۸۵۴۵	وسایط نقلیه
۱۶/۶	۵۶۷۳	- اتومبیل سواری
-۱۷/۵	۱۲۶۸	- هواپیما
۲۴/۴	۶۲۸۸	- ادوات و ابزارهای دقیق
۸/۹	۱۱۵۰۶	منسوجات و البسه
-۱۶/۰	۸۰۴۷	فراآورده‌های فلزی
۳/۲	۳۰۵۱	مواد معدنی غیرفلزی
۱۶/۱	۲۰۳۶	چوب و مصنوعات آن
۸/۰	۱۰۵۵۱	کالاهای متفرقه
۸/۸	۱۵۶۲	اشیاء سفری و کیف دستی
۱۱/۱	۱۵۲۵	کفش
۱۹/۰	۹۹۵	کالاهای ورزشی
۱۰/۴	۱۶۵۲	مبلمان
۹/۶	۱۰۳۲۸۰	جمع با احتساب سایر کالاها

مأخذ: پیام صادرات، نشریه ماهانه مرکز توسعه صادرات، شماره ۲۷، ص ۶۵.

در مقابل شرکت‌های سرمایه‌گذار ژاپنی علاوه بر برخورداری از ارزش افزوده بالای سرمایه‌های خود در ایران، در وهله اول امکان صدور این محصولات را به کشور خود و یا سایر کشورها نیز خواهند داشت. چرا که مطابق داده‌های جدول شماره ۱، تقاضای روپه‌رشدی برای واردات طیف وسیعی از مصنوعات صنعتی که امکان ساخت و صدور آنها در ایران نیز بسیار بالاست، در کشور ژاپن وجود دارد.

اولویت جذب سرمایه‌گذاری شرکت‌های ژاپنی براساس نیازهای داخلی کشور ایران و تقاضای وارداتی ژاپن به شرح ذیل فهرست می‌شود:

۱- صنایع ماشین‌سازی و تجهیزات فابریکی که مزیت‌های نسبی در آن برای کشور ایران به دلیل وجود انرژی ارزان و نیروی کار ماهری است که این بخش از صنعت در ایران در خود نخیره نموده است، و از طرفی دیگر نزدیک به ۴۹ میلیارد دلار از واردات ژاپن را در نیمه اول سال ۱۹۹۶ تشکیل می‌دهد است.

زمینه‌های همکاری و سرمایه‌گذاری‌های مشترک و یا زمینه‌های مناسب جذب سرمایه‌گذاری مستقیم شرکت‌های ژاپنی در ایران می‌تواند با در نظر گرفتن فصل مشترک‌های تجاری در هر دو کشور باشد تا در صورت بروز مشکلات و نارسایی‌هایی در بازار، یکی از دو کشور، سرمایه‌گذاران به فروش کالاهای تولیدی خود در بازار دیگری اطمینان داشته باشند.

سابقه همکاری‌های اقتصادی ایران و ژاپن دارای قدمت زیادی است و طیف وسیعی از سرمایه‌گذاری و همکاری مشترک در فعالیت‌های گوناگون را دربرمی‌گیرد. از جمله اهم این همکاری‌های مشترک در زمینه صنعت، می‌توان به صنایع خودروسازی و صنایع پتروشیمی و اخیراً به بعضی از همکاری‌ها در رابطه با صنایع فولاد اشاره داشت.

البته در صنایع ساختمانی و ساخت سازه‌های اصلی از قبیل تونل‌های آبرسانی، سدسازی و غیره نیز فعالیت‌های مشترکی صورت گرفته است.

اگر شرکت‌های ژاپنی بتوانند فعالیت‌های اقتصادی خود را از تنش‌های سیاسی جهان و حتی دولت خود، حفظ نمایند، زمینه مساعد سرمایه‌گذاری‌های مطمئن و سودآوری در مجموعه‌ای از فعالیت‌های صنعتی که می‌تواند مورد علاقه هر دو طرف باشد، کاملاً مهیا و فراهم است. این فعالیت‌های صنعتی که از یک سو مورد علاقه آن دسته از سرمایه‌گذاران ایرانی است که پتانسیل‌های لازم برای رشد صادرات محصولات نهایی آنها وجود دارد و مشارکت با شرکت‌های بازرگانی و بازاریابی و یا شرکت‌های سرمایه‌گذار ژاپنی می‌تواند امکانات صادراتی آنها را تقویت و به رشد سودآوری آنها کمک نماید. از سوی دیگر صنایعی وجود دارند که نیاز به تجهیز و نوسازی دارند و جذب سرمایه در آنها می‌تواند هم به نوسازی آنها کمک نماید و هم توان صادراتی آنها را افزایش دهد.

نکته قابل توجه برای شرکت‌های سرمایه‌گذار خارجی و بالاخص ژاپنی، استفاده از فرصت‌ها و مزیت‌هایی است که با تولید کالاهای صنعتی در ایران، به راحتی قابل بهره‌برداری خواهد بود. وجود نیروی کار صنعتی ارزان، انرژی ارزان و قابل دسترس، امکانات مناسب حمل و نقل بین‌المللی و سهولت دسترسی به سایر منابع پراهمیت و ارزان‌قیمت، زمینه مناسب برای فعالیت‌های مشارکتی یا سرمایه‌گذاری مستقیم را فراهم می‌آورد.

۲- صنایع شیمیایی و پتروشیمی که به دلیل وجود منابع ارزان‌قیمت مواد خام در ایران که از یک سو تولید این‌گونه از محصولات از ارزش افزوده بالایی برخوردار خواهد بود، و از سوی دیگر سهم زیادی در واردات ژاپن دارد. هر چند که سرمایه‌گذاران ایرانی در این زمینه به دلیل عدم همکاری طرف‌های ژاپنی در پتروشیمی بندر امام، هنوز ناخشنود می‌باشند.

۳- صنایع فلزات اساسی به خصوص در زمینه صنایع جنبی آن.



## شرکت لوله و اتصالات جهان

### تولید کننده انواع:

\* اتصالات آبرسانی تحت فشار جهت شبکه آبرسانی و

فاضلاب شهری در اندازه‌های ۶۰ الی ۱,۰۰۰

میلیمتر

\* اتصالات چدنی و فولادی

\* شیر آلات، لوله‌های آزیست سیمانی و داکتیل

چدنی و سایر لوازم مربوط به آبرسانی و فاضلاب

### نشانی دفتر مرکزی:

تهران - خیابان فاطمی، خیابان باباطاهر، کوچه کیوان،

پلاک ۱۸، طبقه چهارم

### نشانی کارخانه:

جاده (تهران - سمنان) خاوران، خاتون آباد،

اول خیابان کارخانه یخ، کوچه دوم سمت چپ،

انتهای کوچه، کارخانه آبرسانی جهان

تلفن: ۸۸۵۵۰۰۳ - ۸۸۶۳۷۲۶ - ۶۵۴۶۰۱

نمابر: ۸۸۶۴۶۹۲

۴- صنایع تجهیزات برقی که مزیت‌های نسبی آن از لحاظ برخورداری از نیروی متخصص و ماهر ایرانی و انرژی ارزان و استفاده از سایر امکانات و منابع قابل دسترس، بسیار بالاست.

۵- صنایع خودروسازی که همکاری پرسیاچه‌ای با طرف‌های ژاپنی در آن به چشم می‌خورد که از جمله می‌توان به خودروهایی نیسان و نیسان پاترول زامیاد و مونتاز موتورسیکلت‌های ژاپنی اشاره نمود.

سرمایه‌گذاری‌های جدید می‌تواند در ساخت و تولید خودروهایی جدیدتر و تغییر در خط تولید موتورسیکلت‌های قدیمی و تولید انواع جدیدتر آنها و به‌خصوص تولید انواع دوچرخه باشد که دارای تقاضای روبه‌رشدی در ایران است.

۶- صنایع نساجی، پوشاک و چرم و صنایع تولید کالاهای ورزشی، که طیف وسیعی را دربرگرفته و تقاضای این مصنوعات هم در ایران و هم در ژاپن روندی روبه رشد دارد. این صنایع را می‌توان به دو گونه تفکیک کرد: صناعی که نیاز به سرمایه‌گذاری برای تجهیز و نوسازی دارند مانند بعضی از صنایع نساجی و صناعی که نیاز به سرمایه‌گذاری برای تقویت پتانسیل‌های صادراتی دارند مانند صنایع چرم و کفش و کالاهای ورزشی.

۷- صنایع چوبی، از کارخانجات در و پنجره سازی تا تولید مبلمان و نیز صنایع کاغذسازی که گروه اول هم در ایران و هم در ژاپن دارای تقاضای فزاینده‌ای می‌باشند و گروه دوم که بازار آن در ایران برای سال‌ها از تقاضای روبه‌رشدی برخوردار خواهد بود.

علاوه بر اولویت‌های سرمایه‌گذاری در صنایع تولیدکننده کالاهای فابریکی، صنایع مواد غذایی و به‌خصوص صنایع تبدیلی کشاورزی با پشتوانه طیف وسیعی از تولیدات زراعی و باغی در ایران و صنایع کانی‌های غیرفلزی با پشتوانه منابع معدنی غنی می‌تواند چشم‌انداز مناسبی را از توسعه همکاری‌های مشترک ایران و ژاپن فراهم آورد.

این نکته نیز قابل ذکر است که ژاپن یکی از واردکنندگان بزرگ مواد غذایی و به‌خصوص سبزیجات و فرآورده‌های دریایی در جهان می‌باشد و توجه به این بازار بزرگ صادراتی باید در دستورکار شرکت‌های صادراتی فرآورده‌های غذایی قرار گیرد.