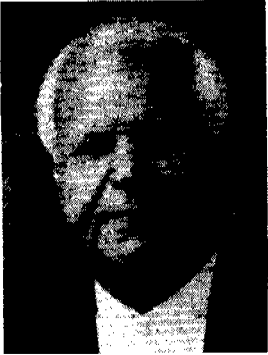


صادرات ایران به آسیای مرکزی و قفقاز می‌توانند به ۱۲ میلیارد دلار در سال پرسید

اشاره:

بازار آسیای مرکزی و قفقاز از بازارهای پرتقاضا و روبه توسعه جهان است. حضور مستمر در این بازارها و عرضه منظم محصولات موردنیاز این جماهیر، می‌تواند در رشد پایدار صادرات غیرنفتی تأثیر بسزایی داشته باشد.



درباره وضعیت این بازارها، نحوه نفوذ در آنها و حضور مستمر برای رشد صادرات، خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» با آقای منوچهر پورالله‌وردی رییس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن استان گلستان گفت‌وگویی دارد که برای علاقه‌مندان به تجارت با منطقه آسیای مرکزی و قفقاز، خواندنی است.



گسترده در میدان میوه و تره‌بار آسیای مرکزی عرضه و جذب می‌شود. اما به دلایل مختلف، امروز کمتر از گذشته کالاهای ایرانی به بازار این کشورها صادر می‌شود و متأسفانه دیگر کشورها رقیب ایران شده‌اند.

■ **دلیل اصلی علاقه مردم آسیای مرکزی و قفقاز به خرید و مصرف کالاهای ایرانی چیست؟**

□ مردم این کشورها تا سال ۱۹۹۱ که اتحاد جماهیر شوروی سابق، از هم پاشیده شد، در پشت پرده قرار داشتند. از این سال ابتدا مبادلات مرزی آغاز گردید و به موازات

■ **با شناختی که جنابعالی از بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز دارید، وضعیت کلی این بازارها را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

□ بازار کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز برای صدور کالاهای ایرانی از جمله میوه و تره‌بار، بسیار مطلوب است. مردم این کشورها به مصرف کالاهای ایرانی علاقه زیادی دارند و کالاهای صنعتی و کشاورزی ایران در سطح وسیعی می‌توانند در این بازارها جذب شوند. در بدو گشایش این بازارها، مرکبات شمال ایران به‌طور

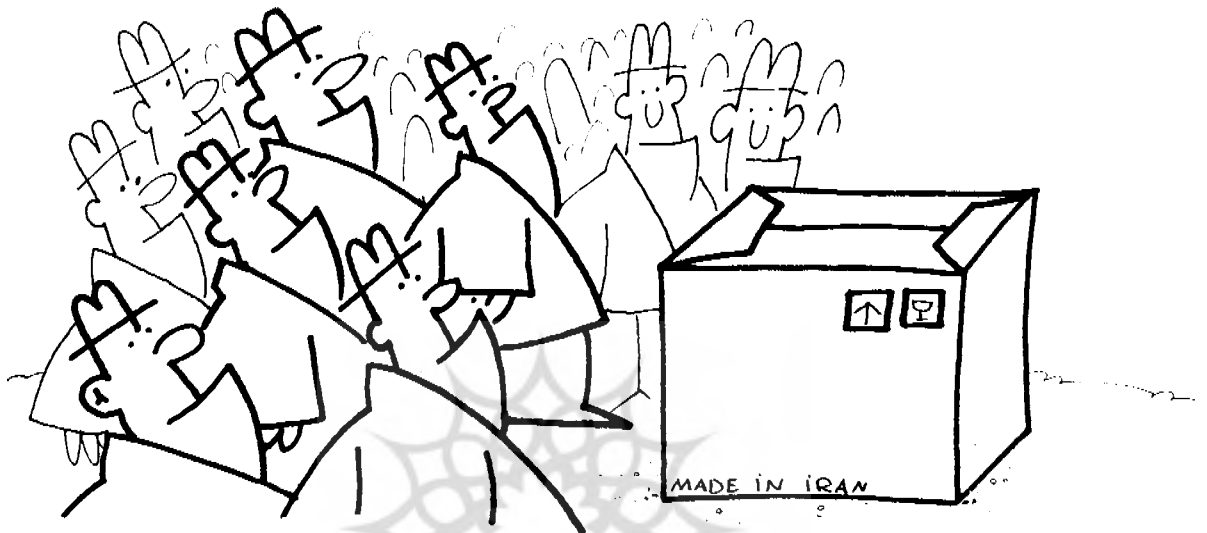
■ مشکلات مبتلا به صادرات کالا به کشورهای آسیای

مرکزی و قفقاز چیستند؟

□ مشکلات و پیشنهادهای ما می‌تواند این چنین بیان کرد:

- ۱- دولت باید به صادرکنندگان اعتماد کند و برای کالاهای صادراتی قیمت تعیین نکند.

گفت‌وگوهای مقام‌های رسمی ایران با کشورهای مذکور در زمینه مسایل گمرکی، ارتباطات و... ارسال کالا صورت گرفت. دعوت اتاق بازرگانی کرگان از تجار شهرهای مرزی نیز سبب شد که آنها با کالاهای ایرانی به‌ویژه میوه و تره‌بار استان مازندران آشنا شوند.



۲- قوانین دست‌وپاگیر باید از بین برود. به ویژه قوانین گمرکی باید به‌طور بنیادی تغییر کند و بر مبنای توسعه صادرات شکل بگیرد.

۳- مشکل دیگر نارسایی در حمل و نقل کالا به کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز می‌باشد که باید از بین برود. در حال حاضر در مورد قیمت حمل بار هیچ‌گونه نظارتی وجود ندارد. در حالی که ضرورت دارد حمل و نقل دریایی با کشورهای آسیای مرکزی مانند حمل و نقل بار در خلیج فارس با استفاده از لنج‌های با تناژ پایین (۲ تا ۴ هزار تن) گسترش یابد. به‌نظر می‌رسد که هزینه حمل و نقل دریایی معادل یک‌سوم هزینه حمل و نقل زمینی است و لذا ضرورت دارد حمل و نقل دریایی در دریای خزر توسعه پیدا کند.

۴- فقدان نظام بانکی و بیمه‌ای. بانک‌های ایرانی در کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز به هیچ‌وجه فعال نمی‌باشند و بازرگانان ایرانی نمی‌توانند درآمد حاصل از صادراتشان را از طریق بانک‌های ایرانی به کشور برگردانند. در حال حاضر این کار با استفاده از نظام بانکی کشورهای آسیای مرکزی و

○ در بدو گشایش بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز، کالاهای ایرانی به‌شدت در این بازارها عرضه و جذب شد، اما امروز به دلایل مختلف کمتر از گذشته کالاهای ایران به این بازارها صادر می‌شود و کشورهای دیگر رقیب ایران شده‌اند.

نخستین نمایشگاه کالاهای ایرانی در عشق‌آباد و سپس در باکو، تاشکند، دوشنبه و آلماتی نتایج بسیار مطلوبی داشت. این نمایشگاه موجب شد که ساکنان آسیای مرکزی و قفقاز با کالاهای ایرانی آشنا شوند. استقبال از کالاهای ایران در نمایشگاه عشق‌آباد قابل توصیف نیست.

کشورهایی مانند تاجیکستان که از نظر فرهنگ و زبان با ایران نزدیک هستند، به‌قدری علاقه‌مند به کالاهای ایرانی می‌باشند که قابل بیان نیست. از این رو مسؤولان اقتصادی کشور باید نسبت به این موضوع توجه خاص داشته باشند.

قفقاز و یا شعب بانک‌های خارجی در این کشورها صورت می‌گیرد. پول تجار ایرانی از طریق این بانک‌ها ابتدا به اروپا و سپس از آنجا به ایران ارسال می‌شود و کارمزد زیادی به آن تعلق می‌گیرد. باید بانک‌های ایرانی در کنار بازرگانان باشند و از آنها حمایت کنند.

○ صادرکنندگان کالا به آسیای مرکزی و قفقاز باید به کیفیت کالاهای صادراتی خود توجه کنند و استانداردهای قابل قبول در سطح جهانی را رعایت نمایند.

نبود روابط بانکی با کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز مانع از باز کردن اعتبارات اسنادی (L.C) می‌شود و در نتیجه کالا باید به‌طور امانی به این جماهیر صادر شود. در نتیجه تاکنون بسیاری از مطالبات تجار ایرانی را بازرگانان کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز پرداخت نکرده‌اند. در همین حال هیچ ضابطه و قانونی از تجار ایرانی حمایت نمی‌کند و نمایندگی‌های ایران نیز نتوانسته‌اند در وصول مطالبات تجار کشور فعالیت کنند. مذاکرات برخی مسؤولان در این خصوص نیز بی‌نتیجه مانده است. در سه سال اخیر حدود ۱۵ میلیون دلار از مطالبات تجار ایرانی طرف قرارداد با بازرگانان آسیای مرکزی و قفقاز، حیف و میل شده است.

۶- نبود امنیت در جاده‌های کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز. استاندارد نبودن این جاده‌ها و صدماتی که به کامیون‌های ایرانی وارد می‌شود، از دیگر مشکلات صادرکنندگان کالا به بازار آسیای مرکزی و قفقاز است. در چند نوبت نیز کالاهای ایرانی در جاده‌های این کشورها به یغما رفته است.

۷- تغییرات پی‌درپی قوانین و مقررات حاکم بر صادرات نیز سبب شده است که صادرکنندگان نتوانند به برنامه‌ریزی بلندمدت بپردازند و با مشکلات زیادی روبه‌رو شوند.

۸ نبود شناخت کافی مردم و تجار آسیای مرکزی و قفقاز از کالاهای ایرانی.

۹- فقدان توان مالی و ساختار تشکیلاتی صادراتی کشور.

۱۰- بالا بودن هزینه بازاریابی، تبلیغ و شرکت در نمایشگاه‌های آسیای مرکزی و قفقاز. در نتیجه کمتر صادرکننده‌ای قادر است به‌طور مستمر در این نمایشگاه‌ها حضور پیدا کند.

۱۱- صدور کالاهای غیراستاندارد که ضربات شدیدی به صادرات ایران به این بازارها وارد کرده است. در این مورد ضرورت دارد که تجار به کیفیت کالاهای صادراتی توجه کنند و استانداردهای قابل قبول در سطح جهانی را رعایت نمایند.

۱۲- تثبیت نرخ ارز صادراتی در چند سال اخیر، جذابیت صادرات را از بین برده است. نرخ ارز دست‌کم باید متناسب با میزان تورم در کشور افزایش یابد.

۱۳ بانک مرکزی باید اعمال سیاست انقباضی بر بانک‌ها را رها کند. میزان تخصیص اعتبارات ریالی به بخش‌های تولیدی و خدماتی متناسب با نیاز متقاضیان نمی‌باشد.

۱۴- فقدان سیاست تشویق صادرات که سبب شده است تا چتر حمایتی دولت آنچنان که باید و شاید عمل نکند. باید واحدهای ارزآور مورد تشویق‌های خاص مالیاتی و تخصیص ارز قرار گیرند.

۱۵- تقویت نهادهای جوان که ویژه صادرات می‌باشند، مانند صندوق ضمانت صادرات و بانک توسعه صادرات ایران. این نهادها بنیه مالی کافی ندارند.

۱۶- تسهیل شرایط پیمان‌سپاری.

۱۷- حل مشکلات مربوط به دریافت روایید برای تجار ایرانی.

■ آیا تجار کشورهای رقیب ایران در بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز نیز با چنین مشکلاتی روبه‌رو می‌باشند؟

□ کشورهای رقیب ایران مانند ترکیه در جماهیر آسیای مرکزی و قفقاز شرکت‌های حمل و نقل، بیمه و... دارند که به‌طور مستمر به تجار ترک و دیگر کشورها کمک می‌کنند. دریافت روایید ورود به کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز برای تجار رقیب ایران بسیار آسان است، در حالی که تجار ایرانی در این زمینه مشکل دارند. بازرگانان ترک بدون دریافت روایید می‌توانند یک ماه در قزاقستان اقامت کنند، ولی تجار ایرانی باید در ایران روایید این کشور را دریافت کنند و هنگام ورود، خود را به پلیس قزاقستان معرفی نمایند که این کار، وقت‌گیر است.

پول حاصل از صدور کالای توسط بازرگانان ترک یا دیگر کشورها توسط شعب بانک‌هایشان در آسیای مرکزی و قفقاز تبدیل و به کشورشان منتقل می‌شود. اما تجار ایرانی در این زمینه با مشکل روبه‌رو هستند و بانک‌های ایرانی چنین روابطی با بانک جماهیر آسیای مرکزی و قفقاز ندارند.

صادرات میوه به آسیای مرکزی و قفقاز مطرح شوند و در این بازارها نفوذ کنند؟

□ کشورهای کره جنوبی، چین، آلمان و حتی آمریکا حرکت‌هایی را در این بازارها آغاز کردند و در صدور انواع کالاها، رقیب ایران شدند. در زمینه میوه نیز ترکیه، اسرائیل غاصب و تا حدودی عربستان، بازار ایران را گرفتند. شاید بتوان گفت که تجار ایرانی بیشترین ضربه را از کیفیت نامناسب بسته‌بندی کالاهای خود خوردند. البته نمایندگی‌ها و سفارتخانه‌های جمهوری اسلامی ایران در این جماهیر این موضوع را پیش‌بینی می‌کردند.

آیا سفارتخانه‌های ایران در کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز، هشدارهای لازم را به صادرکنندگان میوه به این کشورها ندادند؟

□ بلی. سفارتخانه‌های ایران در هر یک از این جماهیر به طرق مختلف هشدار دادند که فسادپذیری میوه و تریبار یا بسته‌بندی نامطلوب، به‌زودی بازار جمهوری‌های تازه استقلال یافته را از دست ایران خارج می‌کند و رقبا آن را قبضه می‌کنند. البته تجار این جماهیر نیز به دلیل ضعف‌های یادشده، میوه‌های ایران را تهدید به تحریم کردند. این مسایل از سوی اتاق بازرگانی گرگان در کمیته توسعه صادرات استان به استاندار مازندران اعلام شد و ایشان نیز توجه داشتند. قرار شد برخی اقلام صادراتی با نظارت و بازرسی (کنترل) صادر گردد.

کشورهای کره جنوبی، چین، آلمان و حتی آمریکا حرکت‌هایی را در بازارهای آسیای مرکزی آغاز کردند و در صدور انواع کالاها، رقیب ایران شدند.

نتیجه این بازمبانی‌ها و بازرسی‌ها چه بود؟

□ قرار شد در چهار نقطه استان مازندران (شهرهای ساری، نوشهر، گنبد و گرگان) پایانه‌های صادراتی به‌وج آید. این پایانه‌ها برای جلوگیری از تحریم میوه‌ها و دیگر کالاهای ایرانی متمرکز بودند. در این پایانه‌ها، گمرک، قرنطینه، مؤسسه استاندارد و... مستقر بودند و کالاها را پس از کنترل (اورسی) پلمب می‌کردند و سپس از مرز خارج می‌شد. پایانه‌های صادراتی در چهار ماه فعالیت خود نتیجه بسیار مثبتی داشتند و صادرات میوه، تریبار و دیگر کالاها به نحو چشمگیری افزایش یافت ولی پس از این مدت تعطیل شدند.

تثبیت نرخ ارز، سیاست انقباضی بانک مرکزی، نبود تشویق بخش‌های تولیدی و صادراتی، مشکلات روادید و... از دیگر معضلات صادرکنندگان است.

برای حضور مستمر و موفقیت‌آمیز در بازار آسیای مرکزی و قفقاز باید چه سیاست‌هایی را دنبال کرد؟

□ ایس از فروپاشی شوروی سابق، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن گرگان با اتاق‌های بازرگانی هر یک از این جماهیر روابط گسترده و حسنه‌ای برقرار کرده است و به‌طور مرتب با آنها در تماس است. اعضای این اتاق‌ها را به ایران دعوت می‌کند. آنها نیز به‌طور متقابل از اعضای اتاق گرگان دعوت می‌کنند.

آیا به‌نظر شما می‌توان بار دیگر بازار آسیای مرکزی و قفقاز را از آن صادرکنندگان ایران ساخت؟

□ نا به همت دولتمردان و بازرگانان ایران، این امر قابل تحقق می‌باشد. البته دولت باید برنامه‌ریزی اولیه را انجام دهد، زیرا بازرگانان جوان و مستعد، آمادگی دارند که انواع محصولات را به بازار آسیای مرکزی صادر کنند.

□ دولت باید پایانه‌های صادراتی ایجاد کند تا از تشریفات اداری زاید در زمینه صدور کالا کاسته شود. پایانه‌های صادراتی در شهرهای مرکزی هنوز وجود دارند، اما نماینده گمرک در آنها نیست. کارهای گمرکی در مرز «پل» در ۷۰ کیلومتری گرگان انجام می‌شود.

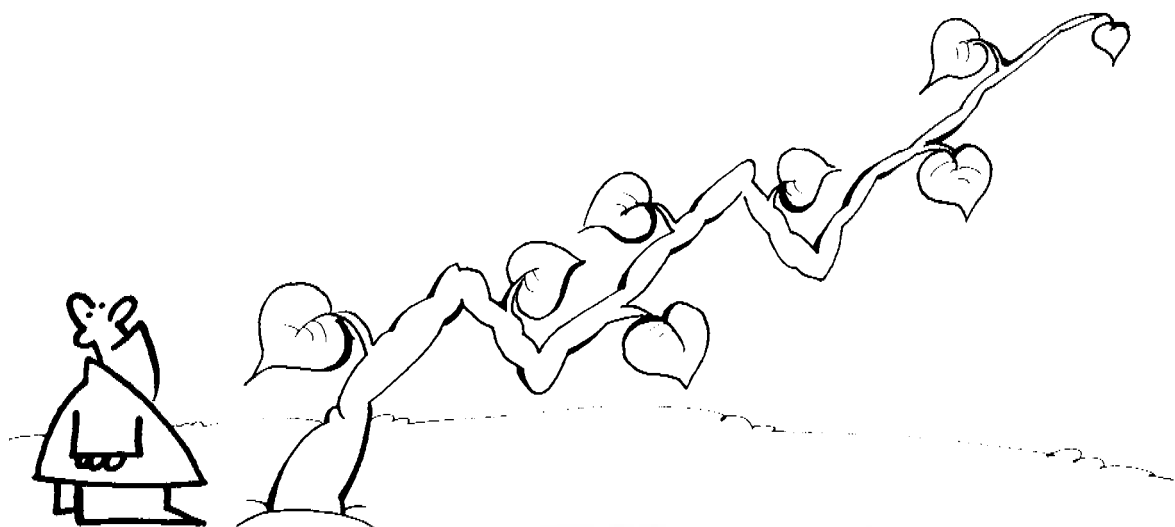
□ وجود پایانه‌های صادراتی سبب می‌شود که از خروج کالاهای غیراستاندارد جلوگیری شود. برای آنکه بتوانیم صادرات مطلوبی داشته باشیم، هماهنگی وزارت بازرگانی و گمرک ضروری است.

آیا می‌توان کالاهای ایرانی را به‌طور پایاپای با جماهیر آسیای مرکزی و قفقاز مبادله کرد تا رشد صادرات به این کشورها میسر گردد؟

□ در حال حاضر این کار صورت می‌گیرد. تجار و بازرگانان ایرانی در قبال صدور کالا از بازرگانان قزاقستان مواد شیمیایی خریداری و وارد می‌کنند.

□ در کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز کالاهای مختلفی مانند لوله‌های سفید، انواع آهن‌الات، الومینیوم، آهن قراضه و... تولید و صادر می‌شود.

چه کشورهایی توانستند به‌عنوان رقیب ایران در



هستند.

■ چه نوع میوه‌هایی به کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز

صادر می‌شود؟

□ میوه‌ها و صیفی‌های ایرانی که به این بازارها صادر می‌شوند، عبارتند از: گوجه‌فرنگی، خیار، انواع مرکبات، آلو قطره‌طلا، آلو سانتروزا، گیلاس، زردآلو و سیب‌زمینی. در گذشته تمام بازار سیب‌زمینی آسیای مرکزی و قفقاز در دست تجار ایران بود، ولی بی‌ثباتی مقررات سبب شد که ناگهان صدور سیب‌زمینی ممنوع شود. تجار آسیای مرکزی اکنون روی تجار ایرانی حساب باز نمی‌کنند و اعتقاد دارند در اثر بی‌ثباتی قوانین و مقررات ایران، نمی‌توان به تجار ایرانی اعتماد کرد.

■ در سال‌های اخیر میوه‌های چه کشورهایی بازار آسیای

مرکزی و قفقاز را تسخیر کرده است؟

□ ترکیه با بسته‌بندی مطلوب، بازار مرکبات این منطقه را گرفته است. خیار و گوجه‌فرنگی عربستان نیز به‌طور گسترده به جمهوری‌های آسیای مرکزی و قفقاز صادر می‌شود. اسراییل غاصب و آمریکا نیز تا حدودی در این بازارها فعال می‌باشند.

■ با وجود نتایج مثبت عملکرد پایانه‌ها در رونق صادرات

میوه و تره‌بار، چرا تعطیل شدند؟

□ متأسفانه همکاری گمرک به دلیل موانع قانون قطع شد. قانون اجازه فعالیت را به گمرک نمی‌داد و دیگر ارزیابان به پایانه‌ها اعزام نشدند. در نتیجه پایانه‌ها تعطیل شدند.

○ با همت دولتمردان و بازرگانان ایران می‌توان بار دیگر بازارهای آسیای مرکزی را به دست آورد. دولت باید برنامه‌ریزی اولیه را انجام دهد و پایانه‌های صادراتی ایجاد کند تا تشریفات اداری زاید، کاهش یابد.

■ آیا موضوع تعطیلی پایانه‌ها به مقام‌های گمرک جمهوری

اسلامی ایران منعکس شده است؟

□ در جلسه هیأت نمایندگان اتاق ایران، ریاست کنونی گمرک جمهوری اسلامی ایران نیز حضور داشت و تمام موارد از جمله تعطیلی پایانه‌های صادراتی استان مازندران مطرح شد. قرار است در اسرع وقت به این موضوع رسیدگی شود، البته تاکنون مسأله پیگیری نشده و پایانه‌ها همچنان تعطیل

باشند تا بتوان دوباره بازار آسیای مرکزی را از آن کالاهای ایران کرد.

اتاق گرگان در حد توان خود صادرکنندگان کالا به این بازارها را هدایت می‌کند. اگر دولت و نمایندگی‌های ایران در این کشورها تسهیلات لازم را در اختیار صادرکنندگان قرار دهند، دست‌کم یک‌سوم این بازارها که رقمی حدود ۲۰ میلیارد دلار در سال است، در اختیار صادرکنندگان ایرانی قرار می‌گیرد. کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز سالانه ۶۰ میلیارد دلار کالای مصرفی نیاز دارند.

پیش‌نیازهای لازم برای صدور سالانه ۲۰ میلیارد دلار کالا به آسیای مرکزی و قفقاز چیست؟

□ اگر دولت بتواند برنامه‌ریزی دقیقی انجام دهد، در عرض ۱۲ سال به خوبی می‌توان به رقم ۱۲ میلیارد دلار صادرات سالانه به آسیای مرکزی و قفقاز دست یافت. در این صورت می‌توان با اطمینان گفت که به درآمد نفت نیاز نخواهیم داشت. موقعیت جغرافیایی، آب‌وهوا، منابع زیرزمینی، تولیدات صنعتی و کشاورزی ایران در سطح بالایی است و هنوز از آنها به‌طور شایسته و کافی استفاده نشده است. اگر دولتمردان و متخصصان با یک برنامه‌ریزی حساب‌شده حرکت کنند، حتماً پس از ۱۰ یا ۱۲ سال به رقم صادرات موردنظر به بازار آسیای مرکزی و قفقاز دست خواهیم یافت.

آیا استاندارد کردن اجباری میوه‌های صادراتی ایران لازم است تا بتوان در بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز حضوری توأم با موفقیت داشت؟

□ استاندارد اجباری میوه‌های صادراتی ایران، الزامی است. در حال حاضر برخی کالاها مشمول استاندارد اجباری هستند و استاندارد کردن برخی دیگر نیز به تشخیص مسؤولان به شورای عالی استاندارد پیشنهاد می‌شود. اتاق بازرگانی گرگان در جلسه کمیته صادرات استان مازندران پیشنهاد اجباری کردن استاندارد مرکبات را ارایه داد.

به دلیل استاندارد نبودن مرکبات صادراتی ایران، بازارهای آسیای مرکزی از دست رفته است. امید می‌رود در آینده مرکبات مشمول استاندارد اجباری شود.

○ سفارتخانه‌های ایران در جماهیر آسیای مرکزی به طرق مختلف هشدار دادند که با توجه به فسادپذیری میوه و تره‌بار و بسته‌بندی نامطلوب آنها، به‌زودی بازارهای این کشورها از دست ایران خارج می‌شوند و رقبا آنها را قبضه می‌کنند.

استقبال مردم جامعه آسیای مرکزی و قفقاز از میوه‌های ایرانی چگونه است؟

□ آنها طالب میوه‌های ایرانی هستند، اگرچه برخی از این جماهیر، خود میوه‌های خوبی دارند. برای مثال در خجند تاجیکستان اواخر فروردین زردآلو و گیلاس با کیفیت بالا تولید و به بازار عرضه می‌شود. بازرگانان ایرانی می‌توانند این میوه‌ها را خریداری کنند و با بسته‌بندی مطلوب و حمل و نقل به‌موقع و با ایجاد صنایع تبدیلی، آنها را به طرق مختلف صادر کنند. سیب، کیوی، انواع مرکبات، هلو، گوجه‌فرنگی و خیار ایران در آسیای مرکزی و قفقاز طالبان بسیار دارد.

توانمندی‌های بخش کشاورزی و باغداری استان مازندران در چه حدی است؟

□ ۴۲ درصد تولید پنبه، ۳۲ درصد تولید دانه‌های روغنی، ۳/۲۵ درصد تولید گندم، ۳/۲ درصد تولید جو، ۴/۱ درصد تولید سیب‌زمینی، ۶/۱ درصد تولید شلتوک و ۳/۵ درصد تولید توتون کشور، در استان مازندران صورت می‌گیرد.

قدرت صادرات تمام این کالاها به بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز وجود دارد. استان مازندران توان صادراتی بسیاری به این بازارها دارد. نه‌تنها استان مازندران چنین قدرتی در تولید محصولات کشاورزی دارد، بلکه در ایران حدود ۵۹ درصد پسته، ۱۸ درصد خرما، ۸/۵ درصد کشمش، ۸/۵ درصد زردآلو، ۳/۵ درصد انواع مرکبات و ۸ درصد انواع میوه‌های جهان تولید می‌شود.

چرا اتاق گرگان خدمات لازم را در اختیار تجار و صادرکنندگان قرار نمی‌دهد؟

□ برخی خدمات باید از سوی دولت به صادرکنندگان ارایه شود. روادید، ضوابط حقوقی و اقتصادی تابع همکاری‌های میان دولت‌هاست و باید در قالب پروتکل‌ها برای آنها چاره‌اندیشی کرد. سفارتخانه‌های ایران در جماهیر آسیای مرکزی و قفقاز نیز نقش اساسی دارند و دولت برای آنها باید برنامه‌ریزی کند. وابستگان بازرگانی باید در کنار تجار ایرانی