

شرکت‌های
پاربری
هوایی
ایران،
کالا‌های
کشورهای
جنوبی
خلیج فارس
راه
آسیای
مرکزی
حمل
می‌کنند

اشاره:

حمل و نقل، نقش کلیدی در عرضه به‌موقع کالاها در بازارهای داخلی و خارجی دارد. حمل و نقل زمینی، هوایی و دریایی متناسب با نوع و میزان کالا‌های صادراتی و زمان به مقصد رسیدن می‌تواند نقش اصلی در توفیق صادرکننده در امر صادرات داشته باشد و اعتماد مشتریان را جلب نماید.

در میان انواع مختلف حمل و نقل، حمل و نقل بار به‌صورت هوایی از نظر سرعت و سلامت و امنیت کالا اهمیت بسزایی دارد، لیکن هزینه استفاده از تجهیزات حمل و نقل هوایی باید به‌گونه‌ای باشد که کالا‌های صادراتی که مستلزم بهره‌گیری از این نوع خدمات هستند، مزیت نسبی خود را برای رقابت در بازارهای هدف از دست ندهند.

خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با آقای محمدباقر نحوی، کارشناس بخش حمل و نقل هوایی، چگونگی سیستم حمل و نقل هوایی بار در ایران به مقصد آسیای مرکزی و قفقاز، مسایل و مشکلات مربوطه و... را جویا شد. ماحصل این گفت‌وگو را با هم می‌خوانیم.



■ حمل بار هوایی به آسیای مرکزی و قفقاز چه مشکلاتی

دارد؟

لا به طور کلی حمل بار هوایی در ایران مشکلات خاص خود را دارد. این مشکلات به ماهیت این صنعت برمیگردد که به دلیل ارزشبری زیاد متکی به خارج است. در نتیجه قیمت تمام شده حمل و نقل هوایی قابل رقابت در بازار نیست. این مشکل در سال‌های بعد از پیروزی انقلاب اسلامی نیز وجود داشته است. به دلیل تحریم اقتصادی، صنعت حمل و نقل هوایی گسترش نیافت و به اجاره هواپیما از کشورهای مختلف، به طور عمده از کشورهای آسیای مرکزی و روسیه بسند شد. از آنجا که هزینه‌های مترتب بر باربری هوایی متناسب با نوع کالا و ارزش آن، توجیه اقتصادی ندارد. در نتیجه بسیاری از کالاها که به حمل و نقل هوایی نیاز دارند، میدانی برای رقابت در بازارهای خارجی پیدا نمی‌کنند. اگر سیاست توسعه صادرات یک سیاست جدی و اصولی برای دولت تلقی شود، باید برای حمل و نقل هوایی پارانه منظور کرد.

اگر این پارانه تخصیص یابد، مشکلات از سر راه برداشته می‌شوند و مزیت‌های کالاهای ایرانی به خصوص برای عرضه در بازار کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز، آشکار می‌شوند. در حال حاضر کالاهای زیادی از دبی به سوی آسیای مرکزی و قفقاز در پرواز است و از آسمان ایران عبور می‌کنند. این گردش اقتصادی چرا در دبی انجام می‌شود ولی در ایران صورت نمی‌گیرد؟ باید مسئولان اقتصادی جواب این سؤال را بدهند. ایران محصولات مطلوب و قابل عرضه به آسیای مرکزی و قفقاز دارد و مزیت‌های متعددی در رابطه با امارات دارد که از آن جمله نزدیک بودن ایران به بازار آسیای مرکزی و قفقاز و سوخت ارزان ایران می‌باشد.

این مشکلات به شرطی قابل حل است که دیگر موانع از بین بروند. عمده‌ترین این موانع عبارتند از:

- ۱- مشکل فرهنگی در صادرات در جامعه ایران صادرکننده هنوز خدمتگزار اقتصاد ملی شناخته نشده است.
- ۲- سیاست‌های پایدار و ثبات مقررات و قوانین وجود ندارد.

○ صنعت حمل و نقل هوایی به دلیل ارزشبری زیاد، متکی به خارج است و در نتیجه قیمت تمام شده حمل و نقل هوایی قابل رقابت در بازار نیست.

○ به لحاظ هزینه‌های مترتب بر باربری هوایی که با توجه به نوع و ارزش کالا، توجیه اقتصادی ندارد. بسیاری از کالاها که به حمل هوایی نیاز دارند، میدانی برای رقابت در بازارهای خارجی پیدا نمی‌کنند.

۲- سیاست‌های ارزی ایران به محض مواجه شدن با نابسامانی‌ها، تغییر می‌کند و باعث توقف کار می‌شود.

۴- آسیای مرکزی و قفقاز، امکانات لازم را برای عرضه محصولات که به طور متقابل بتوان آنها را به صورت هوایی حمل کرد، ندارد.

■ آیا بستر برای عرضه کالاهای ایرانی در منطقه آسیای مرکزی و قفقاز آماده است؟

لا به عنوان یک کارشناس شاهد بودم که افراد زیادی در منطقه آسیای مرکزی و قفقاز بازاریابی کرده‌اند و زمینه‌های جذب محصولات را نیز پیدا کرده‌اند، اما وقتی با واقعیت‌های حمل و نقل کالا به این بازارها مواجه شدند، دریافتند که عملکرد آنان به هیچ وجه جوابگو نیست. اگر دولت برای حمل هوایی کالا به آسیای مرکزی و قفقاز امتیازاتی قابل شمول و برای حمل کالاهایی که در بازارهای این مناطق دارای مزیت هستند، نیز مکانیزمی را در نظر بگیرد، امکان رقابت برای صادرکنندگان فراهم می‌شود و صدور کالاهای ایرانی از طریق خطوط هوایی رونق می‌گیرد.

متأسفانه در اقتصاد ایران همه چیز به یک چشم نگاه شده است. در حالی که در کشورهای دیگر، کشور به کشور و کالا به کالا تعرفه‌ها متفاوت است.

■ در ایران چه شرکت‌هایی بار به آسیای مرکزی و قفقاز حمل می‌کنند.

لا تنها شرکتی که صاحب دو فرزند هواپیمای ایلوشین ۷۶ است، شرکت ماهان می‌باشد که فعال است.

این شرکت کمتر از ایران بار حمل می‌کند و دلیل آن مشکلاتی است که به آن اشاره شد. البته چند شرکت ایرانی که تعدادشان از انگشتان یک دست تجاوز نمی‌کند، بارهای کشورهای جنوب خلیج فارس را به مقصد آسیای مرکزی و قفقاز حمل می‌کنند. این شرکت‌ها پیام، اطلس، ماهان و سفیران می‌باشند. اینها وابسته به بخش خصوصی و ارکان‌های انقلاب اسلامی می‌باشند. آنها از ایران بار کمی حمل می‌کنند، اما از دبی بار را به ازبکستان، ترکمنستان، قزاقستان، قرقیزستان،

آذربایجان و ارمنستان حمل می‌کنند.

حمل بار این شرکت‌ها از ایران خیلی محدود است و فقط در حد میوه‌های تازه می‌باشد. حمل کالاهای صنعتی توسط هواپیما از ایران توجیه اقتصادی ندارد.

○ شرکت‌های پیام، اطلس، ماهان و سفیران بارهای کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس را به آسیای مرکزی و قفقاز حمل می‌کنند، اما حمل بار آنها از ایران خیلی محدود است.

ایجاد بسترهایی چون تسهیلات بانکی برای تجار، مبادلات را گسترش می‌دهد و شرکت‌های حمل و نقل هوایی را می‌تواند، فعال نماید.

■ **صادرکنندگان کالا به کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز، تمایل به استفاده از کدامیک از تجهیزات حمل و نقل (کامیون، راه آهن، کشتی، هواپیما) دارند؟**

□ آنچه مسلم است هر کالایی باید طبیعت حمل و نقل خود را پیدا کند. برای بسیاری از کالاها بهترین وسیله حمل کامیون است، برخی کالاها نیز بهتر است با قطار حمل شوند و... برای

مثال حمل هوایی کنسروها و مواد غذایی خشک توجیه اقتصادی ندارد. این کالاها باید با کامیون حمل شوند. کالاهای صنعتی نیز با کامیون و چنانچه امکانات کشتیرانی وجود داشته باشد، با کشتی باید حمل شوند، ولی کالاهایی که سریع فاسد می‌شوند باید با هواپیما حمل شوند و یا کالاهایی که ممکن است از نظر زمان برگشت پول برای یک صادرکننده توجیه اقتصادی داشته باشد، باید با هواپیما حمل شود.

بسیاری از کالاها به صورت تلفیقی حمل می‌شوند مانند «روده» که با کامیون و هواپیما حمل می‌شود، لذا هر کالایی ماهیت خاص خود را دارد.

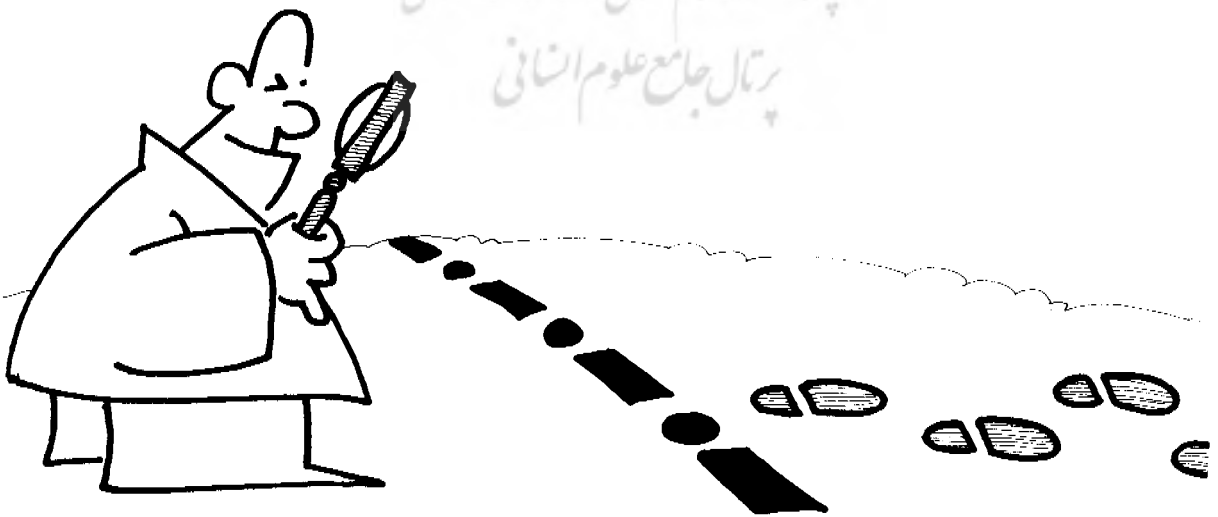
■ **آیا پروازهای بار به کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز منظم است؟**

□ به دلیل مشکلات موجود، پرواز منظمی برای این مناطق وجود ندارد، مگر مواردی به صورت پروازهای چارتر که به تقاضای مشتری انجام می‌پذیرد.

■ **تجار صادرکننده کالا به آسیای مرکزی و قفقاز برای حمل کالای خود چه مرحله‌ای را باید طی کنند؟**

□ اولاً بار آنها باید به اندازه کافی باشد، یعنی یک هواپیما را به خود اختصاص دهد. هواپیماهای روسی که کوچکترین هواپیماهای حمل بار به آسیای مرکزی و قفقاز هستند در حدود

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



۱۵ تن ظرفیت دارند.

□ هواپیما هر گونه باری به صورت فله یا بسته‌بندی را به این بازارها حمل می‌کند، ولی هر چه بسته‌بندی بهتر باشد، به‌طور طبیعی بار، راحت‌تر حمل می‌شود. مهم آن است که خریداران راغب به چه بسته‌بندی هستند. باید صادرکنندگان سلیقه مشتری را در این بازارها رعایت کنند.

■ آیا در فرودگاه‌های کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز،

خدمات لازم به هواپیماهای باربری ایران داده می‌شود.

□ معمولاً شرکت‌های هواپیمایی در فرودگاه‌ها نماینده‌ای دارند که به عنوان یک شرکت «فورواردری» کالا را تحویل می‌گیرد و طبق برنامه پیوست بار آن را به اطلاع مشتری می‌رساند. مشتری نیز مراحل کامل ترخیص را انجام می‌دهد و بار خود را تحویل می‌گیرد.

■ توصیه شما به دولت برای گسترش حمل بار هوایی به

آسیای مرکزی و قفقاز چیست؟

□ دولت باید شرکت‌های هواپیمایی را تقویت کند و هواپیما و تجهیزات لازم آن را برایشان فراهم کند. البته ابتدا باید مشکلات مبتلا به صادرات از پایه مرتفع شود. مزیت خوبی که در ایران وجود دارد موضوع سوخت است، ولی موانعی وجود دارد مانند سیاست‌های ارزی، مقررات صادرات و واردات و... که باید ابتدا مرتفع شوند تا صادرات گسترش یابد و به دنبال آن کالاها با هواپیما حمل شود.

■ کشورهای رقیب ایران در بازارهای آسیای مرکزی و

قفقاز، چه تسهیلاتی را برای حمل کالاهای صادراتی تجارشان به این بازارها فراهم کرده‌اند.

□ آنها تسهیلات خاصی را برای تجار خود ایجاد نکرده‌اند، بلکه تسهیلاتی در مقررات صادرات و واردات خود در رابطه با این کشورها در نظر گرفته‌اند و جوایز تشویقی به صادرکنندگان خود می‌دهند که تاجر انگیزه حمل و نقل کالا با هواپیما را پیدا می‌کند.

آنها بستر لازم برای فعالیت تجاری و صادراتی را به وجود می‌آورند و در نتیجه حمل و نقل هوایی، دریایی، زمینی و ریلی آنان گسترش می‌یابد.

صادرکننده باید به شرکت هواپیمایی که در این مسیر تردد می‌کند، مراجعه نماید و با امضاء یک قرارداد، بار خود را با هواپیما حمل و ارسال کند. امور گمرکی در فرودگاه انجام می‌شود، اما با توجه به ماهیت کالا باید تأییدیه‌های مربوطه قبلاً کسب شود.

■ آیا تفاوت قیمت حمل بار به صورت هوایی با زمینی زیاد است؟

□ به‌طور طبیعی تفاوت قیمت زیادی وجود دارد. دلیل آن نبود انگیزه‌های لازم برای صادرکنندگان کالا می‌باشد. آنان تمایلی به حمل بار با هواپیما به منطقه آسیای مرکزی و قفقاز ندارند.

در حمل و نقل هوایی بار به آسیای مرکزی و قفقاز ۲۰ تا ۳۰ درصد قیمت کالا را هزینه باربری تشکیل می‌دهد. هزینه حمل برای هر کیلو ۲۵ تا ۶۰ سنت است. اصولاً کالاهایی که حمل هوایی آنان توجیه اقتصادی دارند، با این وسیله حمل می‌شوند. هزینه حمل زمینی کالا به بازار آسیای مرکزی و قفقاز برای یک کانتینر ۱۶ تا ۲۰ تنی بنا به بعد مسافت یک تا سه میلیون تومان است.

○ هزینه حمل و نقل هوایی بار به آسیای مرکزی و قفقاز ۲۰ تا ۳۰ درصد قیمت کالا را تشکیل می‌دهد. این هزینه برای هر کیلو بار ۳۵ تا ۶۰ سنت است، درحالی‌که هزینه حمل بار با کانتینر ۱۶ تا ۲۰ تنی یک تا سه میلیون تومان می‌باشد.

البته سیاست‌های مالیاتی برخی کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز بر هزینه حمل بار زمینی اثر دارد و آن را افزایش می‌دهد. هواپیما نیز باید هزینه‌های خدمات فرودگاهی را در کشور مقصد پرداخت کند.

■ مزیت حمل بار به صورت هوایی نسبت به حمل و نقل جاده‌ای به منطقه آسیای مرکزی و قفقاز چیست؟

□ حمل هوایی دارای مزیت‌های خاص خود از قبیل سرعت رسیدن به مقصد، امنیت رسیدن کالا به بازار مصرف و سالم‌تر رسیدن آن است.

■ توصیه شما به صادرکنندگان کالا با هواپیما به بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز چیست؟

