

اشاره:

بازارهای روبه‌رشد آسیای مرکزی و قفقاز هر روز با تقاضای بیشتری در اثر افزایش قدرت خرید مردم روبه‌رو می‌شوند. این بازارها قادر هستند حجم بسیاری از کالاهای مصرفی را جذب کنند و برای ایران که در صدد است صادرات غیرنفتی را گسترش دهد، می‌تواند بازار هدف تلقی شود. در سال‌های اخیر روند صادرات ایران به بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز کند شده است و کارشناسان، مسایل مختلفی را در این مورد دخیل می‌دانند و برطرف ساختن مشکلات و موانع را، راهکار مناسبی برای رونق بخشیدن به صادرات غیرنفتی و حضور مستمر در این بازارها تلقی می‌کنند.



حسین کارنشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با دکتر محمد رضا کرباسی دبیرکل اتاق ائو سازمان همکاری اقتصادی، و سرپرست اتاق بازرگانی اسلامی، عمده‌ترین موانع و مشکلات موجود برای حضور موفقیت‌آمیز تجار و سرمایه‌گذاران ایرانی در بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز و راهکارهای مناسب برای غلبه بر این تنگناها را جویا شد.

دکتر کرباسی که مدرک دکترا در رشته اقتصاد پولی و مالی دارد از سال ۱۳۷۱ در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران مشغول فعالیت است. ماحصل این گفت‌وگو را با هم می‌خوانیم.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

می‌توان سالانه یک میلیارد دلار کالا به آسیای مرکزی و قفقاز صادر کرد

■ **جماهیری از آسیای مرکزی و قفقاز که عضو اکو هستند، کدامند؟**

تا در واقع شش جمهوری آسیای مرکزی و قفقاز شامل ترکمنستان، قزاقستان، ازبکستان، تاجیکستان و قرقیزستان از آسیای مرکزی و جمهوری آذربایجان از قفقاز عضو اکو هستند. البته از میان بقیه جماهیر که به صورت مستقل عمل می‌کنند، گرجستان و ارمنستان نیز اظهار علاقه کرده‌اند که به نحوی به عضویت سازمان همکاری اقتصادی «اکو» درآیند.

■ **کدامیک از کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز بیشترین روابط اقتصادی را با ایران دارند؟**

۱) جمهوری‌های قزاقستان، آذربایجان و ارمنستان از نظر حجم تجارت بیشتر از بقیه با ایران ارتباط بازرگانی دارند.

■ **چه کالاهای ایرانی به کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز صادر می‌شود و موقعیت ایران در این کشورها چگونه است؟**

۲) این کشورها پس از سال ۱۹۹۱ نیاز به هر نوع کالا و به‌ویژه کالاهای مصرفی داشتند. ایران نیز امکانات گسترده‌ای در زمینه تجارت با این کشورها داشت.

براساس سیاست جمهوری اسلامی ایران طی برنامه‌های زمان‌بندی شده با اعزام هیأت‌هایی به این جماهیر و تجهیز آنان و نیز امضاء توافق‌نامه‌هایی با اتاق‌های بازرگانی در قالب

انگیزه‌های سرمایه‌گذاری مشترک، کمک به رفع موانع و مشکلات موجود در منطقه اکو، مسایل ترانزیت کالا از منطقه که از اهمیت زیادی برخوردار است و موضوع رفت و آمدهای تجار و تسهیلات خاص برای روانید تجار و بازرگانان اکو می‌باشد.

شرکت‌ها و حتی تأسیس شرکت‌های صادراتی در ایران توسط اتاق برای هماهنگ کردن امور تجارت با آسیای مرکزی، ظرف چند سال گذشته فعالیت خوبی در کشورهای آسیای مرکزی انجام شده است. کالاهای موردنیاز آنها مواد غذایی، کالاهای مصرفی الکتریکی و الکترونیکی است.

○ جمهوری‌های قزاقستان، آذربایجان و ارمنستان بیشترین حجم تجارت با ایران در میان کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز را دارند.

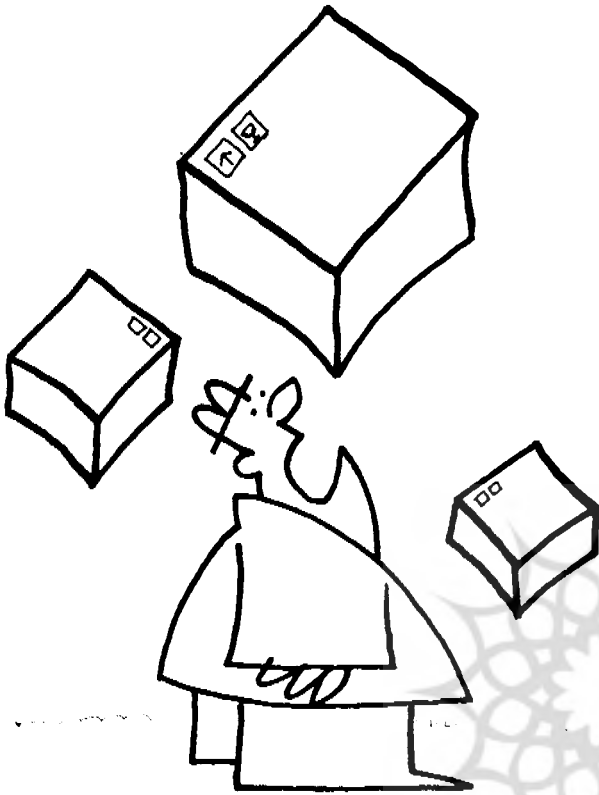
با توجه به توانمندی‌های اقتصادی ایران از نظر حجم تولید، قیمت و کیفیت کالا، جمهوری اسلامی نسبت به کشورهای رقیب برتری داشت. به‌گونه‌ای که بتوان به‌طور مؤثر در آسیای مرکزی حضور مستمر داشت.

تا سال ۷۳ حضور موفق ایران در آسیای مرکزی زبانزد خاصی نگردد. ضروری که در برخی مذاکراتی که مقامات رسمی ایران و یا کشورهای یا اتاق‌های بازرگانی کشورهای اروپایی داشتند، آنها اظهار علاقه می‌کردند که با طرف‌های ایرانی در قالب شرکت‌های سه‌جانبه و مشترک همکاری داشته باشند. در این زمینه توافق‌نامه‌های دوجانبه و سه‌جانبه نیز امضا شد ولی متأسفانه از سال ۱۳۷۲ به بعد با تغییر قوانین صادراتی و ممنوع شدن صادرات ۱۲ قلم کالا، ضربه بزرگی به تجار ایرانی وارد شد. زیرا این کالاها از مزیت نسبی در آسیای مرکزی برخوردار بودند و آنها به مصرف این کالاها عادت کرده بودند.

تجار واردکننده کالا از ایران در این جماهیر از آن پس نسبت به قراردادهای شرکت‌های ایرانی بی‌اعتماد شدند و وضعیت درخواست کالاهای موردنیازشان را از ایران عوض کردند. با این وصف، پس از لغو ممنوعیت صدور کالاها، هنوز ایران نتوانسته به جایگاهی که در اواخر سال ۷۳ در آسیای مرکزی در ارتباط با کالاهای صادراتی به‌ویژه مواد غذایی داشت، بازگردد.

■ اتاق اکو برای برخی کشورهایی که در منطقه آسیای مرکزی و قفقاز قرار دارند و عضو این اتاق نیز می‌باشند، چه مزیت‌هایی داشته است؟

هدف اصلی از تشکیل اتاق «اکو» ایجاد زمینه‌های مناسب برای توسعه تجارت و سرمایه‌گذاری در منطقه و ایجاد



برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی ایران در کشورهای آسیای مرکزی و کشورهای آسیای مرکزی در یکدیگر برای معرفی توانمندی‌های یکدیگر نیز از جمله اهداف اتاق اکو می‌باشد.

از سال ۱۳۷۱ که دبیرخانه اکو در ایران مستقر شد، تلاش‌های زیادی کرده است تا بتواند به‌نحوی این همبستگی‌ها را بین تجار و بازرگانان منطقه ایجاد کند و سعی بر آن بوده است که بتوان نیازهای خود را تا آنجا که امکان دارد، از تولیدات منطقه تأمین کرده و وابستگی اعضا را به کشورهای خارج از منطقه کاهش دهیم.

در این ارتباط با وجود مشکلاتی در منطقه آسیای مرکزی به‌دلیل عیدیه‌ای چون بودن از قوانین بین‌الملل و حاکمیت نداشتن نظام بانکی بین‌المللی، غیرقابل قبول بودن دادگاه‌های آنان برای طرفین در حل اختلاف و مشکلات مدیریتی، سعی شده است به انحاء مختلف، آموزش‌های لازم برای آنان ارایه شود.

آکو هستند از همکاری‌های بیشتری بین خود برخوردارند، آیا نمی‌توان این همکاری‌ها را بین دیگر کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز که عضو آکو نیستند، گسترش داد؟

□ طرح و برنامه‌های انجام شده بین اعضای آکو به دلیل خواست اعضا است، اما همکاری در زمینه‌های انرژی، سرمایه‌گذاری‌های مشترک، تجارت و عبور کالا (ترانزیت) می‌تواند در چارچوب کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز گسترش یابد.

با ایجاد همکاری‌های سه‌جانبه و چندجانبه می‌توان این‌گونه همکاری‌ها را توسعه داد تا به گسترش حجم روابط دادوستد بین ایران و آسیای مرکزی و قفقاز منجر شود.

■ کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز در قالب همکاری‌های دوجانبه با ایران چه کالاهایی را می‌توانند به ایران صادر کنند؟

□ ایران می‌تواند مواد شیمیایی، آهن‌آلات، پوست و پشم کوسفند، پنبه، پيله و نخ ابریشم، گوشت و گندم از این کشورها وارد کند.

البته با توجه به قوانین داخلی ایران و مشکلاتی که سازمان قرنطینه و وزارت کشاورزی ایجاد کرده است، از واردات برخی کالاهای این کشورها محروم هستیم و تجاری که به این کشورها کالا صادر می‌کنند، با محدودیت ورود کالا مواجه می‌شوند. به‌طور مثال ورود پشم نتسته به ایران ممنوع است و در هیچ یک از این کشورها کارخانه پشم‌شویی در حد استاندارد وجود ندارد، در حالی که ایران از یک ارزش افزوده خوبی در این زمینه محروم است. از سوی دیگر دولت اجازه ورود پيله ابریشم را نمی‌دهد و محدودیت‌هایی را برای تجار ایرانی فراهم آورده است. تجار ایرانی در عین حال که صادرات به کشورهای آسیای مرکزی دارند، انتخاب آنها برای خرید

○ آتاق آکو با وجود مشکلات ناشی از دور بودن کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز از قوانین بین‌المللی، نامقبولی دادگاه‌های این کشورها برای طرفین دعوا و مسایل مدیریتی، تلاش کرد که آموزش‌های لازم را ارایه دهد.

کالاهای آنها بسیار محدود است و گاهی با مشکلات خاصی مواجه می‌شوند، زیرا اکثر قراردادهای تجار ایرانی با

○ اعزام هیات‌های تجاری به جماهیر آسیای مرکزی و قفقاز و امضاء توافق‌نامه‌هایی با اتاق‌های بازرگانی این کشورها برای هماهنگ‌سازی امور تجاری در چند سال اخیر از فعالیت‌های خوب انجام شده برای رونق تجارت با کشورهای منطقه است.

از جمله این فعالیت‌ها، ایجاد برنامه‌های آموزشی در ارتباط با نحوه عملکرد اتاق آکو و تأسیس اتاق آکو بوده که از آن پس حضور این کشورها در مجامع آکو، در جلسات و در گردهمایی‌های آکو بسیار مؤثر و چشمگیر بوده است. در کنار این تلاش‌ها، با همفکری و هماهنگی انجمن‌های حمل و نقل بین‌الملل کشورهای عضو آکو، فرم عبور آکو طراحی شد که چیزی شبیه «کارنه‌تیر» می‌باشد. این فرم در واقع با کارهای کارشناسی توسط دبیرخانه آکو طراحی شد و به اجلاس‌های مختلفی که رؤسای بازرگانی در کل کشورهای آکو تشکیل دادند، ارایه شد و پس از جمع‌بندی نظرات، فرم متحدالشکلی تهیه و به سازمان آکو منعکس شد. در این فرم نظرات اتاق بازرگانی، بخش خصوصی و انجمن‌های حمل و نقل بین‌الملل برای رفع موانع عبور کالا (ترانزیت) ملحوظ شد.

این طرح به اجلاس گمرکات ارایه شد و پس از تصویب، از اول ژانویه ۹۸ به اجرا درآمده است. کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز که عضو آکو باشند، مشمول این حرکت‌های بنیادی می‌باشند و از آن بهره‌مند شده‌اند. البته کشورهای خارج از منطقه نمی‌توانند از تسهیلات خاص «کارنه‌تیر» استفاده کنند. صدور روادید یک‌ساله برای بازرگانان منطقه آکو، تجهیز هیات‌ها برای توسعه سرمایه‌گذاری و تجارت و ایجاد انگیزه برای دادوستد، دعوت از هیات‌های بازرگانی از دیگر فعالیت‌های انجام شده می‌باشد. با وجود این فعالیت‌ها، میزان دادوستد در سطح قابل‌قبولی نیست، باید این باور را در منطقه آسیای مرکزی و قفقاز ایجاد کرد که کشورهای توانمندی هستند و می‌توانند حجم دادوستد را بین خود توسعه دهند.

به‌طور خلاصه اینکه کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز که عضو آکو هستند، مواد اولیه زیادی در اختیار دارند که به‌وفور یافت می‌شوند. مواد شیمیایی، آهن‌آلات، اورانیوم و... دارند که باید با برنامه‌ریزی از این توانمندی‌ها استفاده کرد.

■ به‌نظر می‌رسد کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز که عضو

با حداکثر امکانات خود وارد بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز شده‌اند و حجم تجارت آنان قابل توجه است. سیستم‌های بانکی و بیمه‌ای آنان نیز تجار خود را کاملاً حمایت و مطالبات سوخت شده صادرات آنان را تضمین می‌کنند.

○ اکثر قراردادهای تجار ایرانی با بازرگانان آسیای مرکزی و قفقاز پایاپای است و اگر کالای این کشورها نتواند وارد ایران شود، تجار ایرانی ضرر می‌کنند و تاکنون نیز عده زیادی از آنها ورشکسته شده‌اند.

البته صندوق ضمانت صادرات ایران از سال گذشته چنین فعالیتی را آغاز کرده است. ولی هنوز برای تجار ایرانی جانیافته که این صندوق تا چه حد می‌تواند از آنان پشتیبانی کند. انجام نشدن چنین برنامه‌هایی تجار ایران را نسبت به تجار پاکستانی، هند، ترکیه و... با سوخت به مراتب بالاتر سرمایه مواجه ساخته است. تاکنون تجار ایرانی توانسته‌اند بخش اعظمی از طلب‌های خود را دریافت کنند با وجود آنکه در اکثر مذاکرات رسمی و غیررسمی این موضوع مطرح می‌شود ولی هنوز دریافت طلب تجار ایرانی انجام نشده است.

■ اگر روند صادرات به آسیای مرکزی و قفقاز ادامه می‌یافت امروزه چه میزان کالا می‌توانستیم به این کشورها صادر کنیم؟

□ اگر روند سال‌های ۷۲ ادامه پیدا می‌کرد و ممنوعیت صدور کالا به وجود نمی‌آمد، به یقین حجم تجارت ایران با کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز امروز چندین برابر سال ۷۲ بود.

در شرایط عادی باید گفت سالانه به راحتی می‌توان یک میلیارد دلار صادرات به آسیای مرکزی و قفقاز داشت.

■ روند ترانزیت کالا از خاک ایران به آسیای مرکزی و قفقاز چیست؟

□ روند کنونی کمی نگران‌کننده است. به گفته کارشناسان بین‌المللی، ایران بهترین، سهل‌الوصول‌ترین، اقتصادی‌ترین و امن‌ترین مسیر ترانزیت اروپا و آسیا به آسیای مرکزی است. اما به دلیل مسایل و مشکلاتی که در قوانین و مقررات داخلی ایران وجود دارد، هنوز بستر مناسبی ایجاد نشده است تا تجار اروپایی و آسیایی کالای خود را از طریق خاک ایران به آسیای مرکزی ارسال کنند.

کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز پایاپای می‌باشند و چنانچه کالای کشور مقابل به دلیل محدودیت واردات نتواند وارد ایران شود، تجار ایرانی دچار زیان مالی می‌شوند.

این امر عده زیادی از تجار ایرانی را با ورشکستگی مواجه ساخت، دادوستد با این کشورها را محدود کرد و علاقه تجار ایرانی را نسبت به معامله با این کشورها به نحو چشمگیری کاهش داده است.

■ سوخت پول بازرگانان ایرانی در آسیای مرکزی و قفقاز نسبت به تجار دیگر کشورها بیشتر است یا کمتر؟

□ سوخت پول تجار ایرانی در آسیای مرکزی رقمی بالاتر از تجار ترکیه و یا کشورهای دیگر است. یکی از دلایل عمده آن رقابت ناسالم بین تجار ایرانی است. آنها برای اینکه بتوانند رقیب خود را از بازار خارج کنند، قیمت‌ها را بی‌رویه کاهش دادند. حتی در حدی که دچار ضرر روزیانی نیز می‌شدند و شرکت مقابل نیز که کالای وی در آن بازار بود، ناچار چوب حراج به کالای خود می‌زد. بعضی از این تجار نتوانستند پول خود را نیز وصول کنند.

اما تجار ترکیه به‌طور گروهی عمل می‌کنند و مثلاً در کالایی چون ماکارونی، یک گروه در یک تشکل اقتصادی به فعالیت می‌پردازند و تجار دیگری که مثلاً در صدور میوه فعال هستند، به‌هیچ‌وجه روی ماکارونی انگشت نمی‌گذارند.

در نتیجه بین گروه‌ها هیچ‌گونه رقابت وجود ندارد و روی صادرات خود برنامه‌ریزی می‌کنند. در ضمن سفارتخانه‌های ترکیه در کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز از آنان حمایت می‌کنند و مقام‌های جماهیر آسیای مرکزی و قفقاز به دلیل اینکه تجار ترکیه در یک گروه با برنامه‌ریزی فعالیت می‌کنند، علاقه بیشتری برای همکاری با آنان دارند. مقام‌های دولتی ترکیه نیز در مذاکرات خود گروه‌ها را به نحوی حمایت می‌کنند.

○ در چارچوب اکو، همکاری در زمینه‌های انرژی، سرمایه‌گذاری مشترک، تجارت و عبور کالا (ترانزیت) بین کشورهای عضو می‌تواند گسترش یابد و با همکاری‌های سه‌جانبه و چندجانبه، روابط تجاری با کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز توسعه پیدا کند.

کشورهایی مانند ترکیه که دارای چنین تشکلهایی هستند،

○ اگر ممنوعیت صدور کالا در سال ۷۳ به وجود نمی‌آمد، امروز صادرات ایران به آسیای مرکزی و قفقاز چند برابر سال ۷۳ بود.

اینک تجار اروپایی کالاهای خود را از طریق گرجستان و روسیه به آسیای مرکزی صادر می‌کنند و حجم ترانزیت از این مسیر نسبت به سال‌های ۷۴ و ۷۵ افزایش چشمگیری یافته است. پس از آنکه راه‌آهن بافق - بندرعباس احداث شد و از آن طریق به سرخس وصل شد، این استنباط به وجود آمد که حجم ترانزیت کالا به چند برابر در سال‌های ۷۴ و ۷۵ افزایش می‌یابد، ولی به دلیل مشکلاتی که راه‌آهن با آن روبه‌روست و اینکه کالاهای ترانزیتی اقلأ ۲۵ روز از بندرعباس تا مرز سرخس در راه است، این انگیزه از صادرکنندگان و یا ترانزیت‌کنندگان کالا از طریق راه‌آهن گرفته شده است و آنان علاقه چندانی به تجارت و ترانزیت کالاهایشان از طریق راه‌آهن ایران به آسیای مرکزی ندارند.

اخیراً مطلع شدیم حجم زیادی کالا از طریق پاکستان به افغانستان در حال ترانزیت است و این حجم در حال حاضر روبه‌افزایش است.

آمار نشان می‌دهد میزان ترانزیت کالا از ایران رو به کاهش است و از طرف دیگر با باز شدن بعضی مرزهای زمینی افغانستان به روی پاکستان، کالاهای شرکت‌های اروپایی از جمله فرانسه از این طریق به آسیای مرکزی ترانزیت می‌شود. بخش اعظمی از کالاهای اروپایی از طریق گرجستان به بالای روسیه و سپس به قزاقستان و آنگاه به آسیای مرکزی صادر می‌شود.

اگر این روند ادامه یابد، ایران مزیت نسبی که همه کشورهای به‌ویژه کشورهای اروپایی به ترانزیت کالا از ایران اعتراف داشته‌اند، را به تدریج از دست خواهد داد.

■ پس به نظر می‌رسد راه‌آهن سرخس - تجن اثری در افزایش ترانزیت کالا از ایران به آسیای مرکزی و قفقاز نداشته است.

○ با وجود آنکه راه‌آهن سرخس - تجن امیدی در دل تجار و بازرگانان ایران و به‌ویژه تجار آسیای مرکزی برای سهولت ترانزیت کالا ایجاد کرد، ولی به دلیل مشکلات ریل، واگن و موانع گمرکی که برای بازبینی کالا در مرزهای ورودی و خروجی ایران وجود دارد، کالا حدود ۲۵ روز طول می‌کشد تا به

مقصد برسد.

شرکت‌های خارجی و ترانزیت‌کنندگان برای ترانزیت کالا به تدریج مسیر را منحرف می‌کنند. اما از نظر اقتصادی این مسیر بسیار باصرفه است و هزینه حمل‌کالا از آن مناسب است. برای تجهیز راه‌آهن از نظر واگن، بارگیری، تخلیه و نیز حل مشکلات گمرکی باید بودجه در اختیار شرکت راه‌آهن دولتی ایران قرار گیرد تا در سال‌های آتی انشاءالله حجم ترانزیت کالا از طریق راه‌آهن افزایش یابد و موقعیت و مزیت ترانزیتی ایران پابرجا بماند.

■ آیا ایران با این جماهیر پروژه‌های مشترک سرمایه‌گذاری را به اجرا گذاشته است؟

□ سرمایه‌گذاری مشترک در این منطقه توسط ایران بسیار کم است، اما برخی تجار ایرانی با قبول مخاطره و بدون حمایت بیمه‌ها و بانک‌های ایرانی، در بازارهای آسیای مرکزی حضور یافته‌اند و خوشبختانه این سرمایه‌گذاری‌ها جواب خوبی در برداشته است و رفته رفته با درآمدهایی که در قبال این سرمایه‌گذاری‌ها به دست آمده، سرمایه‌گذاری توسعه یافته است.

یک شرکت ایرانی در ازبکستان برای تولید آجر، سرمایه‌گذاری مشترکی انجام داده است و علی‌رغم مشکلات موجود در ایران، ماشین‌آلات آن را از ایران به ازبکستان وارد کرد. امروز این کارخانه به دو کارخانه آجرسازی تبدیل شده است و تولید آن در بازار ازبکستان پیش‌فروش می‌شود، به طوری که ظرفیت آنها به هیچ‌وجه جوابگوی مصرف ازبک‌ها نیست.

یک شرکت دیگر ایرانی در قزاقستان با سرمایه‌گذاری مشترک، پوست و روده این کشور را در انحصار خود دارد. انبارها، سردخانه‌ها و کارخانه‌های عظیم این سرمایه‌گذاری، پوست و روده را به صورت استاندارد نگهداری می‌کند و کالای آن به صورت ترانزیت از ایران به دیگر کشورهای مصرف‌کننده می‌رود.

○ تجار اروپایی از طریق گرجستان و روسیه کالاهایشان را به جمهوری‌های آسیای مرکزی و قفقاز ترانزیت می‌کنند، در حالی که راه‌آهن مشهد - سرخس می‌توانست حجم ترانزیت کالا از ایران را افزایش دهد.

اولیه این کالا در آسیای مرکزی به وفور یافت می‌شود، اما دستگاه تولید پلاستیک‌ها در این جماهیر موجود نیست. اگر این

○ کشورهای آسیای مرکزی تسهیلات ویژه‌ای را برای سرمایه‌گذاری‌های ایران در نظر گرفته‌اند، به طوری که اگر یک شرکت خارجی در منطقه آزاد تجاری و صنعتی قرقیزستان سرمایه‌گذاری کند، برای ۱۵ سال از پرداخت هر نوع مالیات معاف است.

دستگاه که قیمت آن در ایران بیش از ۱۰ میلیون تومان نیست، به کشورهای آسیای مرکزی ارسال و کیسه نایلونی تولید شود، سود سرشاری به دنبال دارد.

تولید ماکارونی در قزاقستان فعالیت باصرفه‌ای است، زیرا در این کشور، بهترین گندم جهان تولید می‌شود. ترکمنستان نیز گندم بسیار باکیفیتی برای تولید ماکارونی دارد و نیاز به کارخانه‌های ماکارونی‌سازی دارد. تأمین ماشین‌آلات ماکارونی شاید بیش از ۷۰ هزار دلار سرمایه‌گذاری نیاز نداشته باشد، ولی سود سرشاری به دنبال دارد.

■ آیا سرمایه‌گذاری‌های مشترک ایران در آسیای مرکزی و قفقاز تأثیری در اقتصاد این کشورها داشته است؟

○ به طور یقین تأثیر داشته است. کشورهای آسیای مرکزی تسهیلات ویژه‌ای را برای سرمایه‌گذاری‌های ایران در نظر گرفته‌اند. برای مثال، منطقه آزاد تجاری و صنعتی قرقیزستان اعلام کرده است اگر شرکت‌های خارجی در این منطقه برای مصرف داخل قرقیزستان سرمایه‌گذاری کنند، تا ۱۵ سال از پرداخت هر نوع مالیات معاف هستند و اگر این تولیدات از منطقه آزاد قرقیزستان به کشورهای دیگر صادر شود، تا ۲۵ سال از هر گونه مالیات معاف خواهد بود. چنین امکاناتی را که در اختیار یک سرمایه‌گذار خارجی قرار می‌دهند، به طور قطع

○ باید این اطمینان را به سرمایه‌گذاران ایرانی داد اگرچه خطر سرمایه‌گذاری در آسیای مرکزی زیاد است، ولی سود آن نیز بالاست.

یک شرکت فنی - مهندسی ایرانی نیز در پروژه‌های مختلف وارد بازار این کشورها شده و در مناقصات بزرگ و کوچک برنده شده و در حال فعالیت است.

حجم سرمایه‌گذاری‌های ایران در تولید مواد غذایی ناچیز است و شرکت‌های اروپایی در این بخش، سرمایه‌گذاری کرده‌اند و با تولید در منطقه، بازار را به تدریج از دست ایران گرفته‌اند. اگر این روند ادامه پیدا کند، تا چند سال آینده حجم ناچیز تجارت ایران به کشورهای آسیای مرکزی را از دست خواهیم داد.

اتاق اکو در بررسی‌هایی که انجام داده، به این نتیجه رسیده است که در شرایط فعلی، در کنار کار بازرگانی و صادرات کالا باید به نحوی در سرمایه‌گذاری در این منطقه فعال باشد تا در آینده جاپای خود را حفظ کند. البته در اثر عدم حمایت‌های دولت و بیمه نکردن کالاهای صادراتی ایران و عدم قبول مخاطره از سوی بازرگانان ایرانی، امروز بازرگانان کشورهای دیگر در این بازارها حضور دارند. تجار این شرکت‌ها از حمایت‌های دولت‌هایشان برخوردار هستند.

○ مشکلات ریل، واگن و موانع گمرکی برای بازبینی کالا در مرزهای ورودی و خروجی که ارسال کالا از ایران به آسیای مرکزی و قفقاز را ۲۵ روز طولانی می‌کند، سبب شده است که شرکت‌های خارجی مسیر ترانزیت کالاهایشان را تغییر دهند.

■ برای سرمایه‌گذاری مشترک در کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز با چه میزان سرمایه می‌توان وارد بازار شد؟

○ برای برخی پروژه‌ها می‌توان با حداقل سرمایه وارد بازار شد و حداکثر سود را به خود اختصاص داد. برای نمونه در آسیای مرکزی و به ویژه در تاجیکستان، تولید غسل مرغوب بسیار زیاد است، اما این ماده در تاجیکستان مشکل بسته‌بندی دارد. اگر شرکت‌های ایرانی با حداقل سرمایه یعنی کمتر از ۶۰ هزار دلار یک واحد بسته‌بندی در این کشور تأسیس کنند و غسل را بسته‌بندی استاندارد کنند، نه تنها در تاجیکستان، بلکه در دیگر کشورها می‌توانند به خوبی بازار مصرف پیدا کنند.

کیسه‌های پلاستیکی در آسیای مرکزی جنبه فانتزی دارد و برای آنها از اهمیت زیادی برخوردار است، با وجود آنکه مواد

○ اگر دولت بستر لازم برای حضور بازرگانان در آسیای مرکزی و قفقاز را فراهم کند، ظرف سه سال می‌توان وضع تجارت ایران با این کشورها را تثبیت کرد.

اصولاً در این کشورها هر مقدار کالا ارزان‌تر وارد بازار شود، درخواست مصرف‌کننده برای آن بیشتر است. مصرف‌کنندگان در بازار کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز به دلیل پایین بودن قدرت خریدشان روی کیفیت کالا و بسته‌بندی آن حساس نیستند. اما کالاهایی از سوی ایران به این کشورها صادر شده است که با وجود داشتن مهر استاندارد، وقتی در آزمایشگاه‌های کشورهای یادشده آزمایش شده است، استاندارد نبودن آن کالاها ثابت شده است. در صورتی که قیمت آن براساس کالای استاندارد شده بوده است.

اجازه اداره استاندارد برای صدور این‌گونه کالاها مشکلاتی را ایجاد کرده است در تجارت مرزی. کالاهای غیراستاندارد به میزان زیادی وارد این کشورها شده است. این موضوع ضربه شدیدی به صادرات کالاهای ایرانی به بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز زد. ضمناً با باز شدن بازار کشورهای یادشده حجم صدور کارت بازرگانی در ایران حدود ۵۰ درصد افزایش یافت و تجار و بازرگانان خردپا با نام بازرگان وارد این بازارها شدند و کالاهایی را به این کشورها صادر نمودند که همگی غیر استاندارد بودند و دچار ضرر و زیان هنگفتی نیز شدند. این بازرگانان به تدریج تا امروز از این بازارها خارج شده‌اند و سرمایه خودشان را از دست داده‌اند.

به اعتقاد من علی‌رغم اینکه در شرایط فعلی «۶ درصد امکاناتی که ایران قبلاً در این بازارها در دست داشته را از دست داده است، اگر دولت بستر لازم را برای حضور تجاری بازرگانان ایران آماده سازد، تا سه سال آینده می‌توان وضعیت تجارت کشور را در بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز بار دیگر تثبیت کرد.

■ توصیه شما به بازرگانان ایرانی که بخواهند با این کشورها به تجارت بپردازند، چیست؟

□ - بازرگانان ایرانی باید فکر کنند که به عنوان نماینده جمهوری اسلامی ایران در این بازارها حضور دارند، نه به عنوان یک بازرگانی که با دید سوداگری می‌خواهد وارد بازار

روی اقتصاد آنها اثرات ملموسی خواهد داشت.

البته در اثر ناکارایی شرکت‌های بیمه و بانک آنها، انگیزه سرمایه‌گذاران ایرانی برای سرمایه‌گذاری مشترک در این بازارها کم است، اما تاکنون ۲۶ کشور جهان در منطقه آزاد تجاری - اقتصادی قرقیزستان سرمایه‌گذاری کرده‌اند. آمریکا، کانادا، آلمان، ایتالیا، فرانسه، ترکیه، پاکستان و حتی یک شرکت عراقی در این منطقه سرمایه‌گذاری کرده است.

شرکت عراقی با ایجاد یک دستگاه بسته‌بندی چای، این کالا را از هند و سیلان وارد منطقه آزاد می‌کند و پس از بسته‌بندی به بازارهای محلی روانه می‌نماید.

باید این اطمینان را به سرمایه‌گذاران ایرانی داد که اگر چه خطر سرمایه‌گذاری در این مناطق زیاد است، ولی سود آن نیز بالاست و آنان را به سرمایه‌گذاری در آسیای مرکزی و قفقاز ترغیب کرد.

■ سرمایه‌گذاری مشترک در آسیای مرکزی و قفقاز ظرف چند سال می‌تواند مستهلک کند؟

□ برآوردهای اتاق اکو حاکی از آن است که برگشت اصل سرمایه در مناطق آسیای مرکزی و قفقاز اگر با برنامه و آگاهی‌های کامل صورت گیرد، در برخی پروژه‌ها به سه سال نمی‌کشد.

اگر بدبینانه این موضوع را بررسی کنیم به یقین حداکثر ظرف ۱/۵ سال برگشت سرمایه محقق خواهد شد.

■ به گفته برخی کارشناسان امر تجارت، برخی تجار با صدور کالاهای بی‌کیفیت و غیراستاندارد، ضرباتی به صادرات ایران به کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز زده‌اند. آیا دستیابی به این بازارها بار دیگر امکان دارد؟

□ این موضوع را از دو جنبه می‌توان بررسی کرد:
۱ - صدور کالاهای استاندارد به این مناطق که هنوز هم با همان استاندارد وارد بازارهای کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز می‌شود.

۲ - بخش دیگری شامل کالاهای نیمه استاندارد است که روی این مورد باید تأکید کرد.

○ اتاق اکو به این نتیجه رسیده است که در کنار کار بازرگانی، سرمایه‌گذاری در آسیای مرکزی و قفقاز برای حفظ موقعیت در این بازارها ضروری است.

شود. در این مراکز تجاری می‌توان نمایشگاه‌های عرضه کالاهای ایرانی با قیمت‌های تثبیت‌شده برگزار کرد. در کنار آن استاندارد کالاهای ایرانی به نمایش گذاشته شود.

در این مراکز تجاری می‌توان دفاتر تجاری بازرگانان ایرانی را ایجاد کرد و مشکل اقامت و انبارداری کالاهای ایرانی را حل کرد. این مراکز می‌توانند امنیت جانی و مالی برای تجار ایرانی فراهم کنند. این مراکز حمایت‌های مقامات محلی را دربرخواهند داشت و وزارتخانه‌های ذی‌ربط و سازمان‌های بیمه‌ای و بانکی ایرانی نیز از آن پشتیبانی خواهند کرد.

■ مشکلات بازرگانان ایرانی در بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز را به اختصار اعلام فرمایید.

۱- تجار ایرانی در این بازارها، مرتب با تغییر قوانین و مقررات بازرگانی و ترانزیت این کشورها مواجه هستند. آنها تعرفه‌های گمرکی را ناگهان افزایش می‌دهند. به طوری که امکان سرمایه‌گذاری را از هر بازرگان می‌گیرد.

۲- افزایش بی‌رویه هزینه‌های باربری به‌طور ناگهانی ضرباتی به تجار ایرانی وارد کرده است. به طوری که در ازبکستان هزینه ترانزیت کامیون‌های حامل بار، ناگهان از ۵۰۰ دلار به ۶۷۰ دلار افزایش یافت.

۳- سیستم‌های بانکی و بیمه‌ای در کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز باعث شده است تجار ایرانی پس از فروش کالای خود نتوانند پول آن را مستقیماً به ایران ارسال دارند. برخی تجار نیز برای تبدیل پولشان دچار فعل و انفعالات داخلی می‌شوند و برای تبدیل پول خود باید در نوبت بمانند و در این رهگذر هر روز ارزش پول آنها کاهش می‌یابد. زیرا کالاهای آنها به ارز محلی تبدیل می‌شود و این ارز باید به دلار تبدیل گردد. البته جمهوری قرقیزستان تنها کشوری است که پول حاصل از فروش کالا را به ارزهای معتبر تبدیل کرده اجازه خروج مستقیم آن را می‌دهد. پته گمرکی کالا نشان دهند آن است که می‌توان بدون محدودیت پول را از این کشور خارج کرد.

○ با برنامه‌ریزی اصولی، ایران می‌تواند ۲۰ تا ۳۰ درصد صادرات غیرنفتی خود را به بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز روانه کند که سالانه حدود ۱ تا ۲ میلیارد دلار می‌شود.

○ ایجاد مراکز تجاری در کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز برای مقابله با صدور کالاهای غیراستاندارد و بهبود تجارت با این کشورها ضروری است. این مراکز می‌توانند امنیت جانی و مالی تجار را نیز فراهم کنند و از حمایت مقام‌های محلی برخوردار باشند.

بازرگانان باید با اطلاعات دقیق وارد این بازارها شوند و از قوانین داخلی این کشورها مطلع باشند. در این زمینه باید از موضوع توافق‌هایی که بین دولت‌ها انجام شده است و تسهیلاتی که می‌توانند در چارچوب تجارت با این کشورها از آنها استفاده کنند، مطلع باشند.

۴- در زمینه قوانین سرمایه‌گذاری مشترک در این کشورها و ایجاد دفاتر نمایندگی در این جوامع باید آگاهی لازم را کسب کنند و تعرفه‌های گمرکی آنان را قبلاً مطالعه کرده باشند تا بتوانند برنامه‌ریزی درازمدت و مستمری برای فعالیت در این بازارها داشته باشند.

۵- باید از رقابت‌های نابه‌جا پرهیز کنند و در قالب رقابت ناسالم چوب حراج به کالای خود نزنند. این امر به ضرر اقتصاد ملی خواهد بود. رقابت بازرگانان ایرانی به صورت رفاقت درآید و از امکانات این کشورها به‌طور جمعی استفاده کنند.

بازرگانان ایرانی هنگام ورود به بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز باید با اتحادیه صادرکنندگان ایرانی که در کلیه کشورهای منطقه تأسیس شده‌اند به مذاکره بپردازند و اطلاعات لازم را از آنان کسب نمایند و سپس وارد بازار شوند.

تجار ایرانی از این پس نباید به بازار کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز با دید تجارت بنگرند. بلکه باید برای سرمایه‌گذاری مشترک در این کشورها وارد بازار آنها شوند و در کنار سرمایه‌گذاری مشترک، تجارت خود را نیز انجام دهند.

■ برای اینکه وضعیت اسفبار کنونی تجارت در آسیای مرکزی و قفقاز بهبود یابد، چه باید کرد؟

۱- اتاق اکو به اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران پیشنهاد کرده است برای اینکه وضعیت اسفبار کنونی در زمینه صادرات کالا و استاندارد آن بهبود یابد، باید «مراکز تجاری» در کلیه کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز تأسیس



دولتی کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز باشد. باید خطوط ارتباطی بین‌المللی آنان توسعه و تحکیم یابد و امکانات اقامتی و زیست‌محیطی را برای خارجی‌ان فراهم آورند.

باید امتیازات بیشتری را به بازرگانان خارجی بدهند. - باید عملاً اطمینان بدهند که خطر تجارت با این کشورها پایین آمده است.

- باید راه‌های خود را به‌طور زیربنایی بسازند.

■ **به نظر شما برای توسعه تجارت با این جماهیر چه باید کرد؟**

□ برخی از کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز عضو سازمان کنفرانس اسلامی و عضو «اگو» هستند، در این چارچوب باید همکاری‌های منطقه‌ای توسعه یابد و در قالب آن، تجارت را منطقه به منطقه رشد داد و به تدریج وارد بازارهای این کشورها شد.

اتاق اگو به این نتیجه دست یافته است که ایران می‌تواند ۲۰ تا ۳۰ درصد صادرات غیرنفتی خود را به بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز انجام دهد. این رقم ۱ تا ۲ میلیارد دلار در سال را شامل می‌شود و به برنامه‌ریزی اصولی نیاز دارد.

- نبود امنیت مالی و جانی از مشکلات دیگر است. اتاق بازرگانی درصدد است اولین حرکت خود را برای حل این مشکل بین ایران و قرقیزستان در قالب یک توافق حل نماید و با ایجاد یک مرکز تجاری، تشار ایرانی را پشتیبانی کند.

○ **تغییر قوانین بازرگانی و ترانزیت، افزایش ناگهانی تعرفه‌های گمرکی در کشورهای آسیای مرکزی، رشد بی‌رویه هزینه‌های باربری و نبود نظام‌های بانکی و بیمه‌ای، تجارت با کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز را دشوار کرده است.**

فقدان اتحاد و همدلی بازرگانان ایرانی در بازار این کشور، تعرفه بین آنها، رشد تجار ترک، کره، هند و پاکستان را به دنبال داشته است.

- تمدید اقامت و دریافت رواید، تشار ایرانی را با مشکل در این جماهیر روبرو ساخته است.

مشکلات فرهنگی که در این کشورها وجود دارد و حل آن مرور زمان را می‌طلبد.

- ناهمخوانی سیستم‌های اقتصادی این کشورها با سیستم‌های اقتصادی جهانی و دولتی فکر کردن بازرگانان ایران باعث می‌شود بیشتر قراردادها و تجارت ایران با بخش