

# آسیای مرکزی و قفقاز از

بعد

صادرات

واردات

برای

ایران

بازار

مقایسه

است

اشاره:

فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و تشکیل جمهوری‌های جدید، فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری فراوانی را پیش روی فعالان اقتصادی در سطح جهان گذاشت در این میان کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز به‌عنوان بازارهای هدف برای کشورهای مختلف مورد توجه قرار گرفتند و سرمایه‌گذاران و تجار بین‌المللی مسابقه بزرگی را برای نفوذ در این بازارها پیش رو داشتند.

برای تجار و بازرگانان ایرانی که در فاصله‌ای کمی از جمهوری‌های آسیای مرکزی و قفقاز قرار دارند، استفاده از این فرصت طلایی ضرورت داشت. با این وجود اکنون موقعیت آنها در بازارهای منطقه تضعیف شده است.

خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با خانم ماندانا فاضل، عضو هیأت علمی پژوهشی مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، وضعیت مبادلات تجاری ایران با کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز، نحوه فعالیت تجار و سرمایه‌گذاران در این بازارها، موانع توسعه صادرات به بازارهای مذکور و ... حویا شد.  
ماحصل این گفت‌وگو را می‌خوانیم



## ■ آخرین وضعیت تجاری با کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز را ذکر فرمایید.

کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز به دلیل نزدیکی راه به ایران می‌توانند از نظر صادرات و واردات بازارهای خوبی برای کشورمان باشند. بازرگانی خارجی ایران با کشورهای منطقه آسیای مرکزی و قفقاز در سال ۷۵ به این شرح است:

## ○ ایران تاکنون در بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز «تکرو» عمل کرده و ضربات زیادی خورده است.

□ اخیراً شنیده شده است که تولیدکنندگان کاشی ایران، جمعی را تشکیل داده‌اند و فعالیت یک ساله آنان موفقیت آمیز بوده است. در این زمینه ۱۰ کارخانه تولیدی کاشی ایران با یکدیگر به صورت مشترک، یک شرکت صادراتی تشکیل داده‌اند که کارهای صادراتی آنان را انجام می‌دهد.

به نظر می‌رسد این وضعیت در زمینه صنایع ماکارونی، رب، پوشاک و فرآوری میوه ایران تحقق پذیرد.

ایران تاکنون در بازار آسیای مرکزی و قفقاز «تکرو» عمل کرده و ضربات زیادی خورده است. اگر چنین اتحادیه‌هایی پدید آید، تجار می‌توانند حضور مستمری را در بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز داشته باشند.

### ■ دلایل عمده لطمات وارده به تجار ایرانی در بازار کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز را اعلام فرمایید.

□ ۱- فقدان هماهنگی بین صادرکنندگان ایرانی که موجب رقابت بین آنها و در نتیجه لطمه به بازار کالاهای صادراتی ایران گردیده است. گاه بازار از کالایی به قیمت ارزان اشباع شده و بعد به دلیل ضرر تجار، عرضه‌ای صورت نگرفته است. وجود شرکت‌های بزرگ صادراتی که بر اساس سهمیه‌های تولیدی - صادراتی، محصولات بازرگانان را عرضه و زمان بندی کنند، راهگشا خواهد بود.

۲- نبود امکانات کافی برای حمل و نقل کالا، به عنوان نمونه فقدان شرایط مناسب جاده قوچان به کمرک باجگیران و فقدان خطوط منظم کشتیرانی بین بندر انزلی و باکو.

### ○ جمهوری آذربایجان چهارمین، ترکمنستان ششمین و ازبکستان هفتمین خریدار عمده کالاهای غیرنفتی ایران در میان کشورهای جهان هستند، اما برای این کشورها برنامه خاصی وجود ندارد.

۳- فقدان تسهیلات قانونی لازم برای صدور خدمات فنی - مهندسی ایران

۴- فقدان انسجام و پایداری مقررات بازرگانی کشور در ارتباط با این جمهوری‌ها

۵- فقدان تأسیسات کافی در کمرک سرخس

۶- فقدان آگاهی کافی بازرگانان ایرانی از وضعیت اقتصادی و بازرگانی جمهوری‌های مزبور

۷- فقدان دفاتر بازرگانی ایران در این جمهوری‌ها

نام کشور	صادرات به میلیون دلار	واردات به میلیون دلار
آذربایجان	۱۸۹/۵	۲۵۴/۸۲
ترکمنستان	۱۲۵/۱۱	۸/۸۲
ازبکستان	۱۲۴/۵۵	۲۴/۱۸
ارمنستان	۵۲/۸۲	۲۶/۶۵
قزاقستان	۴۵/۰۷	۱۱۲/۰۱
قرقیزستان	۳۲/۲۰	۲۷/۶۵
تاجیکستان	۲۹/۷۹	۱/۷۴
گرجستان	۴/۲۶	۲/۲۶

این آمار نشان می‌دهد آذربایجان، ترکمنستان و ازبکستان نسبت به دیگر کشورهای منطقه در تجارت با ایران پیش‌تاز هستند. بهترین بازار صادراتی ایران، آذربایجان است. این کشور یک مقصد خوب صادرات غیرنفتی ایران محسوب می‌شود. آذربایجان چهارمین کشور در میان کشورهای واردکننده کالاهای غیرنفتی ایران در جهان است.

پس از آن ترکمنستان است که رتبه ششم را از آن خود ساخته است و سپس ازبکستان که هفتمین کشور واردکننده کالاهای غیرنفتی ایران در جهان می‌باشد.

متأسفانه برای این کشورها برنامه خاصی وجود ندارد. باید به دقت در نظر گرفت که چه کالاهایی را به این بازارها روانه کرد و با چه شیوه‌ای این کار را انجام داد. چین و ترکیه در این بازارها با برنامه حرکت می‌کنند.

اگر در تجارت با کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز با برنامه برخورد شود، استفاده آن دوجانبه خواهد بود. طبق برنامه می‌توان نیازهای ایران را با توجه به تحریم‌های غرب تأمین کرد و وابستگی‌ها را با متنوع کردن منابع تأمین نیازهای کشور کاهش داد. چنین مطالعه گسترده، جامع و راهبردی نسبت به کالاهای موردنیاز بازار این کشورها و متقابلاً کالاهای موردنیاز ایران صورت نگرفته است.

### ■ آیا صادرکنندگان ایرانی نتوانسته‌اند برای نفوذ به بازار کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز شکل‌ها و اتحادیه‌های بازرگانی ایجاد کنند؟

۸- فقدان سیستم بانکی کارآمد در اکثر این جمهوری‌ها

## ○ بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز به شدت در حال تغییر است. آنها از حالت رکود و فقر خارج می‌شوند و باید کالاهای استاندارد به این کشورها صادر کرد.

۹- مشکل تبدیل درآمدهای حاصله به ارزهای معتبر

بین‌المللی و خروج آنها از کشورها

۱۰- کمبود پول نقد برای پرداخت بابت خرید کالا و خدمات

توسط این کشورها

۱۱- فقدان حمایت‌های بیمه‌ای قوی از صادرات کالا و

خدمات به این کشورها

۱۲- فقدان امنیت کافی در جاده‌های این کشورها برای

محموله‌های خارجی

۱۳- فقدان مرکز تجاری ایران در اکثر این کشورها برای

توزیع مستقیم و بدون واسطه کالاهای ایرانی

۱۴- بی‌توجهی بازرگانان غیرمتمدن ایرانی به رعایت

استانداردها که روزبه‌روز در حال رشد و در بعضی از بازارها

مثل روسیه در سطح استانداردهای اروپایی است. این امر به

کل تجار و بازار محصولات ایرانی ضرر می‌زند و به نحوی

جلوی صدور کالاهای غیراستاندارد می‌باید گرفته شود.

۱۷- نبود یک مرکز پشتیبانی‌کننده برای تبلیغات عام

کالاهای ایرانی و تهیه بروشورهای نحوه مصرف کالا و

خواص آن به زبان روسی یا ترکی جهت استفاده

مصرف‌کنندگان.

۱۸- ناآشنایی اکثر تجار ایرانی به زبان روسی و نحوه

تنظیم قراردادهای بین‌المللی منجر به آن گشته که برخی از آنان

ندانسته قراردادهایی را امضا کرده‌اند که طبق آن از ابتدا حق

هر گونه اعتراضی را از خود سلب کرده‌اند. پیشنهاد می‌گردد با

همکاری وزارت بازرگانی و وزارت امور خارجه مراکز

پشتیبانی‌کننده حقوقی، فرهنگی و تجارتمی تشکیل گردد تا با

هزینه‌هایی کم (یارانه‌ای) خدمات لازم از نظر مشاوره حقوقی،

ترجمه، راهنمایی، تبلیغات، آخرین اطلاعات تجاری و قوانین و

مقررات مربوط به کالا به تجار ارایه گردد.

۲۰- تجربه کم تجار ایرانی و جوان بودن آنان که همواره به

دنبال تجارت زودبازده و سودهای آنی هستند. یک تحقیق

نشان می‌دهد در یک سال و نیم اول باز شدن بازار کشورهای

آسیای مرکزی و قفقاز، ۸۵۰ شرکت صادراتی ایران در آستارا تأسیس شد که پس از گذشت دو سال، از این تعداد شرکت به‌طور رسمی ۵۰ شرکت فعالیت می‌کردند که از این تعداد نیز ۲۰ شرکت زیرنظر ۱۰ شرکت بزرگ قرار گرفته‌اند و برای آنان به فعالیت می‌پرداختند. متأسفانه تمامی این شرکت‌ها سرمایه خود را از دست داده بودند و برای جبران زیان خود به ورود کریستال به ایران روی آوردند.

## ■ بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز را از چه نوع بازارهایی می‌دانید؟

□ بازار این کشورها، بازارهای به‌شدت در حال تغییر است. بازارهای این کشورها گسترده و خوب می‌باشند، ولی محدودیت‌های درآمدی در این بازارها از ابتدا وجود داشته است. اگر آگاهی اولیه‌ای نسبت به این بازارها وجود داشت، توقع شدیدی در تمام بازرگانان ایجاد نمی‌کرد که فکر کنند با ورود به این بازارها به ثروت هنگفت دست خواهند یافت. البته تجار ایرانی باید می‌دانستند برای موفقیت در این بازارها، شاید تا پنج سال باید هزینه کنند و به کمترین سود بسازند تا جای پای محکمی در آنها پیدا کنند. متأسفانه تجار ایران چنین صبوری نداشتند.

به عقیده من بازار این کشورها در حال خارج شدن از وضعیت راکد و فقیر است و با زیرساخت‌هایی که در این کشورها وجود دارد، کالاهای غیراستاندارد و بدون کیفیت نمی‌توان به آنها صادر کرد.

## ○ نزدیکی راه، امکانات تولیدی ایران، مطابقت استانداردها، کمبود صنایع مصرفی و خدمات در آسیای مرکزی و قفقاز و آمادگی کارخانه‌داران این کشورها برای دراختیار نهادن واحدهایشان از مزیت‌های موجود برای حضور در این بازارهاست.

## ■ کدام نقطه از ایران می‌تواند بهترین نقطه گذری (ترانزیت) کالای کشورهای اروپایی و آسیایی به کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز باشد؟

□ یک مسیر که جزء راه‌های توصیه شده بین‌المللی است، مسیری است که به چابهار می‌رسد. کالاهای اروپا، آسیا، آفریقا و اقیانوسیه می‌تواند از این

می‌باشد. در اکثر کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز، کارخانه‌های زیادی وجود دارد که قابل خریداری هستند. با یک برنامه‌ریزی صحیح می‌توان این کارخانه‌ها را خریداری کرد. در جمهوری آذربایجان امکانات سرمایه‌گذاری مشترک در آهن و فولاد و تولید مواد اولیه وجود دارد.

### ■ آیا بحث و بررسی روی این موضوع که ایران، آسیای مرکزی و قفقاز را یک بازار هدف در نظر گرفته، انجام شده است یا خیر؟

□ هنوز در این زمینه بحث و بررسی صورت نگرفته است. عملاً با این کشورها، تجارت انجام می‌شود ولی روی این بازارها به‌طور عمیق مطالعه‌ای نشده است.

به نظر من باید هدف راهبردی ایران در بخش تجاری روشن شود. در این زمینه منابع و امکانات صادراتی ایران باید به‌دقت ارزیابی شود. اولویت‌های صادراتی تعیین گردد و براساس آن بازارهای عمده‌ای به‌عنوان بازارهای هدف در نظر گرفته شود. باید بررسی شود که چه میزان از سهم تجارت ایران باید به این کشورها اختصاص یابد. برای این موضوع، باید یک برنامه کوتاه‌مدت و به‌موازات آن بلندمدت تدوین شود.

باید یک برنامه‌ریزی لاقط ارشادی صورت گیرد که با زمینه‌هایی که دیده می‌شود، توصیه شود که چگونه باید عمل کرد تا به اهداف خود برسیم.

### ○ باید هدف راهبردی ایران در تجارت روشن شود و سپس منابع و امکانات صادراتی ارزیابی، اولویت‌ها و بازارهای هدف مشخص شوند و سپس برنامه‌ریزی صورت بگیرد.

به عقیده من امکانات زیادی در بازار کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز وجود دارد. با وجود آنکه درآمد این کشورها پایین است، ولی در حال افزایش می‌باشد و به قدرت خرید در سطح استاندارد خواهند رسید. سپس روی این موضوع برنامه‌ریزی شود.

مسیر و از طریق چابهار به کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز عرضه شود.

البته از راه دریایی نیز از طریق کشتی‌های رورو در دریای خزر می‌توان کالا به کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز ارسال داشت.

### ○ سرمایه‌گذاری مشترک در آسیای مرکزی و قفقاز به مراتب از تجارت بهتر است، زیرا در تجارت، رقبای زیادی وجود دارد.

### ■ کشورهای فعال در آسیای مرکزی و قفقاز کدامند؟

□ اصولاً تمام کشورهای اروپایی در این بازارها فعال هستند. در صنایع سنگین، کشورهای آلمان و ژاپن فعال شده‌اند. در کالاهای پایین دستی به‌ویژه صنایع غذایی، ترکیه در این بازارها به‌خوبی عمل کرده است.

### ■ مزیت ایران برای حضور در بازار کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز چیست؟

- ۱- نزدیکی راه به این کشورها
- ۲- امکانات تولیدی موجود در ایران
- ۳- تطابق استانداردهای ایران با استاندارد مصرف این کشورها

- ۴- کمبود صنایع مصرفی در این کشورها
- ۵- نبود خدمات در کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز
- ۶- آمادگی کارخانه‌داران اکثر جماهیر آسیای مرکزی و قفقاز برای در اختیار گذاشتن کارخانه‌های خود به ایرانیان.

### ■ به نظر شما چه نوع سرمایه‌گذاری در این کشورها برای بازرگانان ایرانی مفید است؟

□ سرمایه‌گذاری مشترک در این کشورها به مراتب بهتر از تجارت است. برای تجارت در این کشورها رقبای زیادی وجود دارد. با توجه به ظرفیت‌های خالی که در این کشورها وجود دارد، بهتر است برخی کالاهای ایرانی در این کشورها پردازش شوند و یا اینکه با سرمایه‌گذاری مشترک، تولیدات را به کشورهای دیگر صادر کرد.

### ■ زمینه‌های موجود در این کشورها برای سرمایه‌گذاری تجار ایرانی چیست؟

در ازبکستان صنایع تکنیکی بالا وجود دارد که از این جمله ریخته‌گری‌های فشارده، قطعه‌سازی و قالب‌ریزی