

اشاره:

# بازار آسیای مرکزی و قفقاز به روی کالاهای ایرانی باز است

شناخت بازارهای خارجی برای توسعه صادرات غیرنفتی از اهداف عمده تجارت خارجی ایران است. در دومین برنامه پنج ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، دستیابی به ۲۷/۵ میلیارد دلار از صدور کالاهای غیرنفتی از اهداف تجارت خارجی معرفی شده است، در حالی که در سه سال نخست اجرای این برنامه، ارزش صادرات غیرنفتی کشور رقمی در حدود ۱۰ میلیارد دلار می باشد.

با وجود آنکه کارشناسان، دستیابی به اهداف برنامه دوم درباره صادرات غیرنفتی را ممکن نمی دانند، لیکن تلاش برای شناخت بازارهای قابل نفوذ و حرکت در جهت حضور فعال در این بازارها را ضروری می دانند. یکی از بازارهای خارجی قابل نفوذ، بازار کشورهای آسیای مرکزی و ماوراء قفقاز می باشد که می تواند بخش قابل توجهی از صادرات غیرنفتی را جذب کند و در گسترش مناسبات خارجی جمهوری اسلامی ایران با این ملل، مؤثر واقع شود.

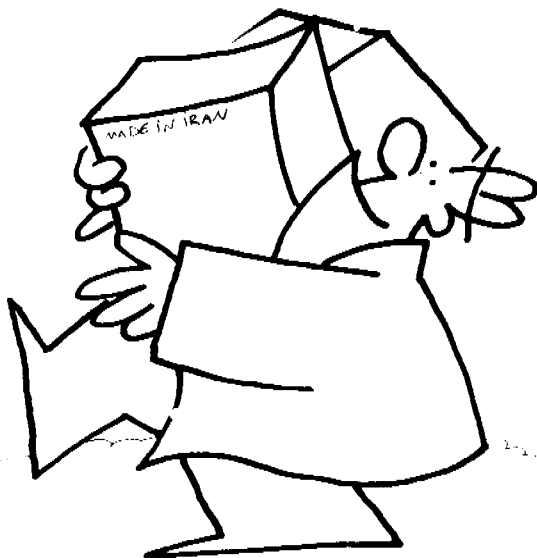
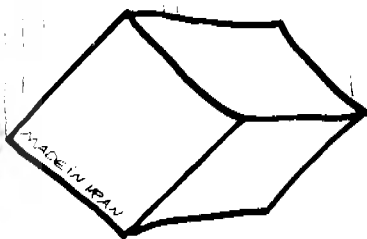
با وجود افزایش حجم مبادلات تجاری با آسیای مرکزی و قفقاز، هنوز به زعم کارشناسان، سطح مناسبات اقتصادی جمهوری اسلامی ایران با این کشورها درحد قابل توجه و شایسته نمی باشد. در این گزارش، صادرات غیرنفتی ایران به این کشورها را مورد بررسی قرار می دهیم.

## صادرات ایران به آسیای مرکزی و قفقاز

کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز از دیرباز با ایران روابط تجاری گسترده ای داشته اند. ایجاد نظام سوسیالیستی در اتحاد شوروی سابق، وضع مبادلات تجاری ایران با آسیای مرکزی و قفقاز را تحت تأثیر قرار داد.

بر اساس سیاست دولت سوسیالیست اتحاد شوروی سابق، مناسبات تجاری این کشور با بلوک شرق، روز به روز توسعه یافت و در مقابل با دیگر نقاط جهان از جمله ایران محدودتر شد. دولت سوسیالیست سابق درحد سیاست های خود مناسبات تجاری اقتصادی را با ایران و حکومت متمایل به غرب شاد، تعیین می نمود. حکومت شاد نیز تحت تأثیر سیاست های دولت آمریکا سعی در محدود ساختن مناسبات خود با همسایه قدرتمند سوسیالیست داشت.

اما با فروپاشی شوروی سابق و تشکیل جمهوری های مستقل، این نگرش در روابط اقتصادی - سیاسی برهم خورد. کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز که مشترکات مذهبی، زبان و



تاریخی با ایران داشتند، نسبت به رشد مناسبات تجاری با جمهوری اسلامی ابراز علاقه نمودند.

○ **رشد صادرات ایران به جمهوری‌های آسیای مرکزی و قفقاز از رشد کل صادرات غیر نفتی کشور بیشتر است، اما از فرصت گرانقدری که برای توسعه مناسبات تجاری با این منطقه فراهم شده، به خوبی بهره‌برداری نگر دیده است.**

این جمهوری‌ها برای کاهش اتکاء به روسیه، گسترش روابط خارجی با دیگر کشورهای منطقه و از جمله ایران را مدنظر قرار دادند. در مقابل جمهوری اسلامی ایران نیز از استقلال و گسترش مناسبات با آسیای مرکزی و قفقاز حمایت می‌کرد. لذا زمینه‌های مساعد برای رشد روابط سیاسی، اقتصادی، علمی و فرهنگی و... از دو سو فراهم بود.

با وجود افزایش روابط تجاری جمهوری اسلامی ایران با کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز، هنوز زمینه‌های بسیاری برای بسط این روابط وجود دارد که مورد استفاده قرار نگرفته است.

ارزش صادرات ایران به جمهوری آذربایجان از حدود ۶۰ میلیون دلار در سال ۷۱ به ۱۸۹/۵ میلیون دلار در سال ۷۵ رسید که بیش از سه برابر شده است. ارزش صادرات ایران به قرقیزستان از حدود ۶۰۰ هزار دلار در سال ۷۲ به ۳۲/۳ میلیون دلار در سال ۷۵ رسید که تقریباً ۵۴ برابر شده است.

ارزش صادرات ایران به ترکمنستان از ۱۹/۵ میلیون دلار در سال ۷۱ به ۱۲۵/۱ میلیون دلار در سال ۷۵ رسید که بیش از ۶ برابر شد.

صادرات ایران به قزاقستان نیز در همین دوره زمانی بیش از ۱۵۰ برابر شد و از ۲۱۲ هزار دلار به بیش از ۴۵ میلیون دلار رسید.

صادرات جمهوری اسلامی ایران به ارمنستان از حدود ۱/۶ میلیون دلار در سال ۷۱ به ۵۲/۵ میلیون دلار در سال ۷۵. تاجیکستان از حدود ۱/۲ به ۲۱/۷ میلیون دلار و ازبکستان از ۶۱ هزار دلار به ۱۲۴/۵ میلیون دلار و گرجستان از ۱/۴ به ۴/۲ میلیون دلار رسید.

ارقام مورد اشاره در یک دوره زمانی پنج‌ساله، گواه آن است که رشد صادرات ایران به کشورهای آسیای مرکزی و

قفقاز، به مراتب سریع‌تر از رشد صادرات غیر نفتی ایران در همین دوران است.

کارشناسان بازرگانی با اشاره به حجم مبادلات خارجی آسیای مرکزی و قفقاز و میزان واردات آنها در همین دوره زمانی می‌گویند: جمهوری اسلامی ایران فرصت تجاری بسیار مهمی را به طور کامل مورد بهره‌برداری قرار نداده است. آنها معتقدند که حجم مبادلات تجاری ایران با کشورهای مورد نظر می‌بایست به مراتب بیشتر از ارقام به ثبت رسیده می‌شد.

این کارشناسان اعتقاد دارند که صادرات ایران به آسیای مرکزی و قفقاز تحت تأثیر عوامل مختلفی محدود شده است و در حد قابلیت‌های تجاری کشورمان نمی‌باشد.

این کارشناسان در ابتدا به مشکلات داخلی که سد راه صادرات غیر نفتی کشور به طور اعم می‌باشد اشاره دارند و می‌گویند: این مشکلات سبب شده است که تولیدکنندگان و تجار ایرانی نتوانند برای بازاریابی خارجی کالاهای قابل عرضه خود، برنامه‌ریزی درازمدتی داشته باشند. به همین جهت صادرات کشور مطابق با اهداف برنامه دوم، رشد پیدا نکرده است.

آنها معتقدند با وجود مشکلات داخلی که دست‌وپاگیر صادرکنندگان ایرانی است، در بازار آسیای مرکزی و قفقاز، عملکرد صادرکنندگان کشورمان ناموفق نبوده، لیکن در حد توانمندی‌های موجود نیز نبوده است.

این کارشناسان ضمن ابراز خوش بینی نسبت به تحولات تجارت خارجی کشور در سال جاری تحت تأثیر برخورداری صادرکنندگان از ارز حاصل از صادرات غیر نفتی پیش‌بینی می‌کنند که مجموعه صادرات غیر نفتی رشد خواهد داشت.

○ **تنگناهای داخلی بر سر راه توسعه صادرات غیر نفتی، یکی از دلایل بهره‌مند نشدن از بازار آسیای مرکزی است، اما با این وجود صادرکنندگان ایرانی در حد توان در این بازارها فعال شده‌اند.**

اما آنها می‌افزایند: بازار آسیای مرکزی و قفقاز بازاری است که می‌تواند به مراتب بیش از سال ۷۵ باشد. در سال ۱۳۷۵ ارزش صادرات ایران به کشورهای مورد بحث حدود ۶۰۰ میلیون دلار بود، اما این رقم تا سطح سالانه ۲ میلیارد دلار

حساسیت نشان دهند و از خرید کالاهایی که مشابه ترکی و... آن نیز در این بازار وجود دارد، صرف نظر می کنند.

برخی تجار با اشاره به مناسبات اقتصادی ایران و ارمنستان می گویند: مردم جمهوری آذربایجان نسبت به محصولات ایرانی دید سیاسی پیدا کرده اند. آنها یکدیگر را از خرید کالاهای ایرانی باز می دارند و علت آن را روابط اقتصادی جمهوری اسلامی ایران با ارمنستان ذکر می کنند. جمهوری آذربایجان و ارمنستان بر سر مسأله قره باغ درگیر اختلافات سیاسی و نظامی گسترده ای می باشند.

کارشناسان بر این باورند که انجام یک کار فرهنگی گسترده در آذربایجان ضروری است، به گونه ای که مردم این کشور دریابند که جمهوری اسلامی بیش از هر کشور دیگری خواستار صلح در قره باغ و رفع اختلافات میان جمهوری های آذربایجان و ارمنستان می باشد.

کارشناسان با اشاره به ضرورت دقت و نظارت بیشتر به محصولات صادراتی اظهار می دارند: تجار و بازرگانان ترکیه فعالیت بسیار وسیعی در بازار جمهوری آذربایجان دارند. گذشته از زبان و فرهنگ مشترک میان مردم دو کشور، آنها محصولات با کیفیت نسبتاً خوب و قیمت عادلانه ای را در بازار آذربایجان عرضه می کنند. بنابراین صادرکنندگان می بایست ضمن گسترش تلاش های بازاریابی و تبلیغاتی خود در این جمهوری به کیفیت کالاهای ارسالی نیز دقت داشته باشند.

پس از جمهوری آذربایجان، ترکمنستان با خریداری بیش از ۱۲۵/۱ میلیون دلار کالا از ایران، عمده ترین خریدار محصولات کشورمان در آسیای مرکزی بود. مناسبات اقتصادی ایران و ترکمنستان از سطح روبه رشدی برخوردار است. افتتاح خط لوله انتقال گاز ترکمنستان به ایران و صدور گاز این کشور از طریق ایران به ترکیه و اروپا در آینده، فضای مساعد گسترده ای را برای مناسبات اقتصادی - تجاری درازمدت میان دو کشور فراهم آورده است.

افتتاح شبکه فیبر نوری در ترکمنستان که توسط متخصصان ایرانی ساخته و راه اندازی شده است نیز زمینه دیگری از مناسبات و همکاری های اقتصادی بین ایران و ترکمنستان است. تقریباً کالاهای صادراتی ایران به ترکمنستان مورد علاقه مردم این کشور می باشد. محصولات عرضه شده در ترکمنستان شامل پوشاک، لوازم خانگی، برخی تجهیزات صنعتی و... می باشد.

## ○ برخورداری صادرکنندگان از ارز حاصل از صادراتشان در سال آینده، می تواند زمینه ای برای گسترش صادرات غیرنفتی به ویژه به بازار آسیای مرکزی و قفقاز باشد.

کارشناسان می افزایند رشد صادرات غیرنفتی ایران به بازارهای آسیای مرکزی و قفقاز صرف نظر از تنگناهای داخلی، به افزایش توان رقابت کالاهای ایرانی در بازارهای مورد بحث بستگی دارد.

آنها می گویند: صادرکنندگان اروپایی، چین، ژاپن، ترکیه و... کالاهای بسیاری از جمله مواد مصرفی، کالاهای واسطه ای و سرمایه ای به بازار آسیای مرکزی و قفقاز ارسال می دارند. اگر محصولات ایرانی از لحاظ کیفیت و قیمت بتوانند با این محصولات رقابت کنند، با توجه به هزینه حمل و نقل کمتر کالاهای ایرانی نسبت به دیگر کالاهای خارجی به بازار آسیای مرکزی، نفوذ در این بازارها دشوار خواهد بود.

این کارشناسان با اشاره به صدور برخی کالاهای فاقد کیفیت به بازارهای همسایه از طریق بازارچه های مرزی و... می گویند: عرضه این گونه کالاها به ضرر رشد صادرات درازمدت خواهد بود، زیرا مصرف کنندگان به مقایسه کیفی محصولات روی آورده اند. انتظار می رود که با نظارت بیشتر بر صادرات کالاهای غیرنفتی به بازار آسیای مرکزی و قفقاز، آینده تجارت با این کشورها دستخوش تغییرات نامساعد نگردد و منافع طرفین در روند مناسبات اقتصادی درازمدت، تأمین و حفظ گردد.

در برخی از کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز، موقعیت ویژه ای برای کالاهای صادراتی ایران وجود دارد. در سال ۱۳۷۵ عمده ترین بازار خرید کالاهای ایرانی، جمهوری آذربایجان بود که حدود ۱۹۰ میلیون دلار محصولات مختلف از ایران خریداری کرد. هر چند که آمار مربوط به تجارت در سال ۱۳۷۶ در دسترس نمی باشد، اما به گفته تجار ایرانی، بازار جمهوری آذربایجان نسبت به کالاهای ایرانی در حال تغییر است.

آنها می گویند: عرضه محصولات فاقد کیفیت سبب شده است که مصرف کنندگان آذری نسبت به کالاهای ایرانی

ایرانی در این بازار حضور فعالی داشته باشند، نیازهای آن را به موقع دریابند و تأمین کنند.

ارمنستان که در سال ۷۵ بیش از ۵۲/۵ میلیون دلار از ایران واردات داشت، چهارمین خریدار عمده کالاهای صادراتی ایران در آسیای مرکزی و قفقاز محسوب می‌شود. ایران بزرگ‌ترین شریک تجاری ارمنستان در دو سال گذشته بوده است.

به گفته نازین ساهاکیان رییس اداره سرمایه‌گذاری خارجی وزارت اقتصاد ارمنستان، بازرگانان ایرانی، بزرگ‌ترین گروه تشکیل‌دهنده شرکت‌های مشترک اقتصادی در ارمنستان می‌باشند.

وی گفته است که از ۲۵۰ شرکت مشترک با سرمایه‌گذاران خارجی که در ارمنستان فعال است، ۱۷۳ شرکت با سرمایه‌گذاران ایرانی مشترک می‌باشد. اکثر فعالیت این شرکت‌ها در امور خرید و فروش کالا، انرژی، حمل و نقل، ساختمان و ارتباطات می‌باشد.

با این وجود روند مناسبات تجاری چندان رضایت‌بخش نمی‌باشد، زیرا آمارهای منتشره نشان می‌دهد که در چهار ماه نخست سال میلادی گذشته، جمهوری اسلامی ایران با دادوستد ۲۵/۳ میلیون دلار کالا با ارمنستان، دومین شریک تجاری این کشور بود. در این زمان روسیه با حجم مبادلات تجاری بالغ بر ۳۳ میلیون دلار، نخستین شریک تجاری ارمنستان شد. با توجه به آنکه حجم مبادلات تجارت خارجی ارمنستان در این مدت ۱۳۶/۵ میلیون دلار بود، سهم ایران در تجارت خارجی ارمنستان کمتر از ۲۰ درصد بوده است.

ارزش صادرات ایران به ارمنستان در همین مدت به ۱۸/۸ میلیون دلار و ارزش واردات ایران از این کشور به ۶/۵ میلیون دلار رسید.

**○ نظارت بر کیفیت کالاهای صادراتی به آسیای مرکزی و قفقاز ضروری است، زیرا مردم این نواحی که با موج واردات کالاها روبه‌رو می‌باشند، به‌گزینش کیفی کالاها روی آورده‌اند.**

به عقیده کارشناسان، سهم ایران در بازار ارمنستان قابل افزایش است.

کارشناسان بازرگانی اعتقاد دارند که تجار و سرمایه‌گذاران ایرانی، بازار قزاقستان را به‌خوبی درک



**○ صادرکنندگان اروپای غربی، چین، ژاپن، ترکیه و... در بازار آسیای مرکزی فعال شده‌اند، صادرکنندگان ایرانی با توجه به بعد مسافت با کشورهای آسیای مرکزی باید بتوانند بیش از این در این بازار نفوذ کنند.**

کارشناسان با اشاره به گسترش تلاش بازرگانان ترکیه در ترکمنستان، ضرورت دقت در صدور کالا و حفظ بازار محصولات صادراتی ایران در ترکمنستان را متذکر می‌شوند. سومین بازار عمده خریدار محصولات ایران در آسیای مرکزی در سال گذشته، ازبکستان بود که ۱۲۲/۵ میلیون دلار واردات از ایران داشت.

ازبکستان از جمهوری‌های مهم آسیای مرکزی است که قادر به خریداری کالاهای صادراتی متنوعی از ایران می‌باشد. این کشور با در اختیار داشتن منابع عظیم زیرزمینی و درآمد ارزی مناسب، می‌تواند در درازمدت در ردیف خریداران کالاهای صادراتی ایران باشد، مشروط بر آنکه صادرکنندگان

قزاقستان که موفقیت‌آمیز نیز بوده است. هنوز عضای مساعد برای حضور فعال صادرکنندگان ایرانی در این بازار وجود دارد.

قرارداد معاوضه نفت میان قزاقستان و ایران که با توجه به فشارهای فزاینده آمریکا اجرا شده است، نشان از علایق دو کشور به گسترش روابط دوجانبه دارد. در این راستا تجار و سرمایه‌گذاران می‌توانند نقش بیستتری در روند گسترش مناسبات داشته باشند.

کارشناسان بر این باور هستند که چنانچه تجار و سرمایه‌گذاران ایرانی حضور فعال‌تری در بازار آسیای مرکزی و قفقاز داشته باشند، به سهولت می‌توانند زمینه‌های مساعد برای کار را بیابند. آنها به کمبود منابع اطلاعاتی و فقدان سیستم اطلاع‌رسانی دقیق و به‌هنگام از وضعیت بازار آسیای مرکزی و قفقاز به فعالان اقتصادی در کشور اشاره می‌کنند و می‌افزایند: چنانچه بانک اطلاعات دقیق و بهنگام در دسترس صادرکنندگان باشد، برای محصولات بسیاری در این بازار می‌توان متقاضی پیدا کرد.

کارشناسان به تلاش برای گسترش همکاری‌های اقتصادی مشترک در قزاقستان تأکید می‌کنند و می‌افزایند: قزاقستان منابع اقتصادی (کشاورزی، معدنی، صنعتی و...) فراوانی در اختیار دارد که به لحاظ کمبود سرمایه‌گذاری به مرحله تولید و بهره‌برداری نرسیده است. چنانچه مسؤولان ایرانی و قزاق مناسبات وسیع‌تری برقرار سازند و به مبادله اطلاعات بپردازند، می‌توان در سرمایه‌گذاری‌های مشترک برای بهره‌برداری از ذخایر غنی قزاقستان و صدور آن به بازارهای بین‌المللی، تلاش شایسته‌ای را به نمایش نهاد.

در مجموع، کارشناسان بر این عقیده‌اند که بازار آسیای مرکزی و قفقاز دورنمای روشن و رو به گسترشی دارد و چنانچه کارآفرینان اقتصادی در این بازار فعال شوند، آینده روشنی در انتظارشان خواهد بود.

نکرده‌اند. این کشور از جمهوری‌های مهم و با قدرت خرید خوب در آسیای مرکزی است و در این بازار باید بیش از اینها نفوذ کرد.



## ○ کار فرهنگی گسترده‌ای در بازار جمهوری آذربایجان لازم است و مردم این کشور باید بدانند که ایران خواستار صلح عادلانه در قره‌باغ می‌باشد.

کارشناسان بر این باور هستند که فضای سیاسی میان دو کشور ایران و قزاقستان برای گسترش مناسبات اقتصادی و تجاری مناسب است و لازم است تجار ایرانی از این فرصت گرانقدر بهره بگیرند. ارزش صادرات ایران به قزاقستان در سال ۱۳۷۵ به ۴۵ میلیون دلار رسید، در حالی که قزاقستان سالانه چند میلیارد دلار واردات دارد که بخش قابل‌توجهی از آن را می‌تواند محصولات ایرانی تشکیل دهد.

میل به مصرف کالاهای خارجی (لوازم برقی، کالاهای لوکس، لوازم خانگی و...) در بازار قزاقستان قابل توجه است. این کشور که ذخایر غنی زیرزمینی دارد، از توان مالی بهتری نسبت به دیگر جمهوری‌های آسیای مرکزی برخوردار است و باید این ظرفیت بالقوه ارزیابی شود.

با وجود تلاش شرکت‌های غربی برای نفوذ در بازار