

عضو اتاق بازرگانی ایران پاسخ داد: چطور به عمان کالا صادر کنیم؟



عمان به عنوان یکی از کشورهای حاشیه خلیج فارس، در طول تمام سالهای گذشته از نظر سیاسی، روابطی گسترده با ایران داشته و البته مقامات دو کشور بر لزوم توسعه همکاریهای اقتصادی با یکدیگر نیز تاکید دارند اما آمارهای تجاری نشان میدهد که هنوز فاصله‌ای طولانی میان عملکرد و ظرفیتهای موجود در این بازار وجود دارد.

به گزارش صنعت غذا و کشاورزی، هرچند آمارهایی که از صادرات ایران به عمان در سالهای گذشته منتشر شده، حاکی از رشد قابل توجه عملکرد است اما هنوز اعداد به دست آمده در قیاس با ظرفیت این بازار فاصله‌ای قابل توجه را نشان میدهد. علی رضا پیمان پاک - رئیس سابق سازمان توسعه تجارت - در آبان ماه ۱۴۰۱ اعلام کرد: تغییر رویکرد دولت سیزدهم موجب شده که تجارت با عمان در سال ۱۴۰۰ نسبت به ۱۳۹۹ مقدار ۵۳ درصد رشد داشته باشد و در ۷ ماهه امسال نیز حدود ۷۰ درصد رشد نسبت به تجارت سال گذشته شاهد هستیم. همچنین پیشبینیها از این حکایت داشت که تا پایان سال میزان صادرات به عمان از مرز ۱.۲ میلیارد دلار عبور خواهد کرد.

برای استفاده از ظرفیت بازار عمان اما چه گزینه‌های پیشروی

صادرکنندگان ایرانی قرار دارد؟ مهدی علیپور - عضو اتاق بازرگانی ایران و فعال در بازار عمان - در گفت و گو با ایسنا، به گزینه‌های موجود در این بازار پرداخته و راهکارهایی را ارائه می‌کند.

او با بیان اینکه ظرفیت بالقوه بازار عمان برای تاجران ایرانی می‌تواند بسیار گسترده باشد، توضیح داد: موضوع نخست بحث نزدیکی دو کشور چه از نظر سیاسی و چه از نظر جغرافیایی است. عمانی‌ها در سال‌های گذشته همواره به ایران رفت و آمد داشته‌اند و شناخت بسیار خوبی از کالاهای تولیدی ایران و ظرفیت‌های داخلی ما دارند. از سوی دیگر ارتباط هوایی و دریایی ثابتی نیز میان ایران و عمان وجود دارد و برای دریافت روادید نیز عمان با ما همکاری خوبی دارد.

عضو اتاق بازرگانی ایران ادامه داد: از سوی دیگر باید توجه داشت که ما تنها از بازار عمان صحبت نمی‌کنیم و ورود به بازار این کشور می‌تواند برای ما پلی برای ارتباط با سایر بازارهای منطقه و حتی جهان را بسازد. از عمان به عنوان دروازه آفریقا یاد می‌کنند و کالاها از این کشور امکان ارسال به بسیاری از کشورهای آفریقایی را در کوتاه‌ترین زمان ممکن دارد. از سوی دیگر بر اساس سندهای همکاری میان عمان و سایر کشورهای حاشیه خلیج فارس، کالاها از این کشور به دیگر کشورهای عربی منطقه نیز با کمترین هزینه و محدودیت جابجا می‌شود. از طرف دیگر تعرفه واردات و صادرات میان عمان و کشوری مانند آمریکا نیز صفر است، یعنی کالایی که در عمان تولید شده، به راحتی امکان ورود به ایالات متحده را نیز خواهد داشت.

علیپور با بیان اینکه برای استفاده از این ظرفیت می‌توان روی تولید مشترک کالا با عمان حساب باز کرد، گفت: با وجود افزایش قیمت ارز، هنوز با حدود چند صد میلیون هزینه، امکان ثبت شرکت ایرانی در عمان وجود دارد و تعداد زیادی از ایرانی‌ها با استفاده از همین شیوه در عمان فعال شده‌اند. این موضوع هم نشان می‌دهد که راه برای گسترده‌تر کردن همکاری‌ها هموار است و هم با استفاده از ظرفیت همین ایرانی‌ها، می‌توان به افزایش نفوذ در این بازار فکر کرد. ما اگر بتوانیم به همکاری برای تولید مشترک کالا با عمان دست پیدا کنیم، در کنار استفاده از بازار این کشور، می‌توانیم کالاهای خود را تمام بازارهایی که گفتم نیز صادر کنیم.

وی درباره وضعیت شرکت‌های کوچک‌تر و سرمایه‌گذاران تازه‌کاری که قصد ورود به بازار عمان را دارند نیز توضیح داد: ما در حوزه صادرات مشکلاتی داریم که مربوط به بازار عمان نیز نمی‌شود. بسته بندی و

عرضه، حمل و نقل و جابجایی، تبلیغات و بازاریابی و البته مسائلی که به تحریم‌ها مرتبط هستند، بخش‌هایی از محدودیت‌های ما را در این بخش تشکیل می‌دهند. جدای از آن شرکت‌های کوچک برای ورود به بازارهای مختلف و استفاده از ظرفیت‌های موجود نیز با محدودیت‌های سرمایه گذاری مواجه هستند. برای عبور از این چالش تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی احتمالا بهترین گزینه خواهد بود.

علی‌پور افزود: اگر شرکت‌های کوچک در کنار هم قرار بگیرند، هم ظرفیت صادراتی خود را گسترده خواهند کرد و هم هزینه‌های ورود به یک بازار صادراتی و پشت سر گذاشتن مسائلی چون تضامین را تسهیل می‌کنند. آنچه که برای ما باید اهمیت داشته باشد این است که در بازار عمان ظرفیت قابل توجهی برای کالاها و تولیدکنندگان داخلی وجود دارد و اگر ما مقدمات لازم را فراهم کنیم، قطعاً امکان افزایش صادرات و همکاری میان دو طرف وجود خواهد داشت. /ایسنا