



گفت‌وگو با دکتر «یحیی آل اسحاق» رییس اتاق مشترک ایران و عراق

## فرصت مغتنم

### ضرورت نگاه بلندمدت در مراودات اقتصادی ایران و عراق

ایران و عراق نیازمند همکاری اقتصادی با هم هستند. سطح روابط اقتصادی ایران و عراق در افق ۵ ساله بر اساس حجم و تراز تجاری دوجانبه به میزان ۲۰ میلیارد دلار هدف گذاری شده که در حال حاضر روابط تجاری دو کشور از مرز ۱۰ میلیارد دلار در سال عبور کرده است. در سال گذشته میلادی حدود ۱۹ درصد از مجموع واردات کالایی عراق از کشورمان انجام شده است. باید به سوی سرمایه‌گذاری مشترک با عراق حرکت کنیم و از بازار این کشور به عنوان سکویی برای ورود به بازار کشورهای عربی بهره ببریم. عراق تا ۱۵ سال آینده بزرگترین مرکز سرمایه‌گذاری در منطقه است. به بازار عراق باید نگاه بلندمدت داشت و سرمایه‌گذاری در تمام حوزه‌های زیربنایی، فرصت خوبی برای ایران به حساب می‌آید. البته فضای رقابتی بر این بستر حاکم است که باید ملاحظات این رقابت را در نظر بگیریم. دکتر یحیی آل اسحاق، رییس اتاق مشترک ایران و عراق تاکید می‌کند که باید از فرصت‌های همکاری اقتصادی با عراق به درستی بهره‌برداری کنیم؛ اگر مجموع روابط بانکی و تجاری، مقررات حمل و نقل و روابط حقوقی تسهیل کننده باشد، روابط ایران و عراق دو یا سه برابر وضع فعلی خواهد شد. صادرات کالاهای غیر نفتی کشورمان به عراق از ۵۸۸ میلیون دلار در سال ۱۳۸۲ به رکورد ۱۰ میلیارد دلاری در سال ۱۴۰۱ رسیده است که این امر در سایه تلاش فعالان اقتصادی و دست‌اندرکاران حوزه عراق در کنار نقش موثر اتاق مشترک ایران و عراق رخ داده است. شرح این گفت‌وگو را در ادامه بخوانیم.



عراق نگاه بلندمدت داشت و راه‌های مختلف سرمایه‌گذاری مشترک در برقراری روابط تجاری با این کشور را در نظر گرفت. پارلمان عراق اخیراً برای مخارج این کشور در سال جاری و ۲ سال آینده سالانه بودجه‌ای ۱۵۳ میلیارد دلاری را تصویب کرده که مقرر است بخش اعظمی از آن به پروژه‌های توسعه‌ای با هدف بهبود خدمات و بازسازی زیرساخت‌های این کشور که در جنگ آسیب‌دیده است، اختصاص یابد. قسمتی از هزینه‌های این بودجه قرار است از طریق سرمایه‌گذاری خارجی تأمین شود. لذا سرمایه‌گذاری در تمام حوزه‌های زیربنایی فرصت خوبی برای ایران به حساب می‌آید. البته فضای رقابتی بر این بستر حاکم است که باید ملاحظات این رقابت را نیز در نظر بگیریم. سرمایه‌گذاران می‌توانند برای سرمایه‌گذاری در عراق کنسرسیوم‌های مشترک تشکیل دهند، زیرا اکنون به‌تنهایی کار کردن سخت است؛ بنابراین کنسرسیوم‌ها می‌توانند به‌صورت مشترک بین فعالان اقتصادی ایران و عراق و حتی کشور سوم تشکیل شوند. باید با عراق به‌سوی سرمایه‌گذاری مشترک حرکت کنیم و از بازار این کشور به‌عنوان سکویی برای ورود به بازار کشورهای عربی بهره ببریم. اگر تضمین‌های لازم را در هر دو طرف

♦♦ مهم‌ترین رقبای ما در عراق چه کشورهایی هستند و در مجموع سهم ایران از صادرات مجموعه جهانی به این کشور چه میزان است؟

ایران طی سالیان اخیر همواره از مهم‌ترین شرکای تجاری عراق و در برخی مقاطع زمانی نیز اولین کشور صادرکننده کالاهای موردنیاز عراق بوده است. در سال گذشته میلادی حدوداً ۱۹ درصد از مجموع واردات کالایی عراق، از کشورمان صورت گرفته است. در حال حاضر کشورهای چین، ترکیه، هند، کره جنوبی و آلمان حضور پررنگی در زمینه صادرات به عراق دارند و از مهم‌ترین رقبای ما در این کشور هستند. آمریکا، کشورهای اروپایی و منطقه نیز برای افزایش سهم و حضورشان در بازار عراق در حال برنامه‌ریزی و به دنبال همکاری بلندمدت با عراق هستند.

♦♦ ارزیابی شما از چگونگی حضور ایران در پروژه‌های سرمایه‌گذاری عراق چیست؟ اصولاً آیا در شرایط فعلی می‌توان در این زمینه به شکل پایدار حضور پیدا کرد؟

عراق تا ۱۵ سال دیگر بزرگ‌ترین مرکز سرمایه‌گذاری در منطقه است و فرصت خوبی برای حضور ما در عراق است، باید به بازار

عراق بعد از جنگ‌ها و ناامنی‌های متعدد در وضعیتی است که از نظر اقتصادی و تأمین مایحتاج خصوصاً به لحاظ پروژه‌های عمرانی و زیرساختی به حمایت و سرمایه‌گذاری جدی نیاز دارد، کالاهایی هم که در ایران تولید می‌شود از مواد غذایی، مصالح ساختمانی، محصولات بهداشتی گرفته تا حوزه خدمات فنی و مهندسی در این کشور بازار دارند. واقعیت‌های شرایط ایران و عراق به‌گونه‌ای است که نیازمند همکاری اقتصادی باهم هستند، با افقی پنج‌ساله سطح روابط اقتصادی ایران و عراق بر اساس حجم و تراز تجاری دوجانبه مبنی بر ۲۰ میلیارد دلار هدف‌گذاری شده است.

♦♦ ظرفیت تجارت خارجی عراق چه میزان است و ایران چه میزان از واردات این کشور را می‌تواند تأمین کند؟ اصولاً حد معقول برای تراز تجاری کشورمان با عراق چیست؟

بر اساس گزارش بولتن آماری سالانه سازمان کشورهای صادرکننده نفت، کشور عراق در سال ۲۰۲۲ میلادی بیش از ۸۷ میلیارد دلار واردات کالا و خدمات داشته است. در سال گذشته میلادی درآمدهای این کشور از صادرات نفت خام بیش از ۱۱۵ میلیارد دلار بوده است. در سال ۲۰۲۱ میلادی نیز مجموع مبادلات تجاری عراق با کشورهای جهان بالغ بر ۱۲۹ میلیارد دلار بوده که ۸۴ میلیارد دلار سهم صادرات و ۴۵ میلیارد دلار سهم واردات آن کشور است. عراق بعد از جنگ‌ها و ناامنی‌های متعدد در وضعیتی است که از نظر اقتصادی و تأمین مایحتاج خصوصاً به لحاظ پروژه‌های عمرانی و زیرساختی به حمایت و سرمایه‌گذاری جدی نیاز دارد، کالاهایی هم که در ایران تولید می‌شود از مواد غذایی، مصالح ساختمانی، محصولات بهداشتی گرفته تا حوزه خدمات فنی و مهندسی در این کشور بازار دارند. واقعیت‌های شرایط ایران و عراق به‌گونه‌ای است که نیازمند همکاری اقتصادی باهم هستند، با افقی پنج‌ساله سطح روابط اقتصادی ایران و عراق بر اساس حجم و تراز تجاری دوجانبه مبنی بر ۲۰ میلیارد دلار هدف‌گذاری شده است. در حال حاضر روابط تجاری ایران و عراق از مرز ۱۰ میلیارد دلار در سال عبور کرده است. عمده صادرات نیز از سوی کشورمان انجام می‌شود. عراق تولیدات چندانی ندارد که بخواهیم محصولی از آنجا وارد کنیم. برای پایداری روابط تجاری دو کشور باید تراز تجاری متوازن و متعادلی برقرار باشد. در صورتی که مسیر ترانزیت از عراق برقرار شود، این کشور مسیر ترانزیتی برای کشورمان خواهد شد که کالاها را از طریق کشورهای دیگر از این مسیر وارد کنیم. با این روش می‌شود حجم مبادلات را افزایش دهیم و توازن تجاری شکل بگیرد. به‌طور کلی تراز تجاری با عراق باید به‌میزانی برسد که عراق انگیزه و دلیلی برای امضای موافقت‌نامه تجارت آزاد و با ترجیحی با کشورمان داشته باشد.



داشته باشیم، امکان سرمایه‌گذاری به شکل پایدار وجود دارد. مزیت‌های ما در حوزه‌های اقتصادی به‌گونه‌ای در حوزه‌های سرمایه‌گذاری و امور زیربنایی بالاست که مزیت نسبی ما در رقابت با دیگران نیز به حساب می‌آید، البته مسائل بوروکراسی و مشکلات در حوزه‌های مدیریت اجرایی بین ما و عراق نیز باید به شکل مقتضی حل شود و دولت‌های دو کشور بسترسازی و پشتیبانی‌های لازم حقوقی در این زمینه را فراهم سازند.

♦♦ جنابعالی، برنامه‌ریزی‌هایمان را چه در سطح کلان و چه در سطح بنگاهی در مقایسه با برنامه‌ریزی‌ها و عملکرد رقبا چگونه ارزیابی می‌کنید، در کل سؤال مهم این است که چرا بازار عراق را به رقبا وا نهادیم؟ اگر مسئله حضور اقتصادی را جزو اولویت‌ها بدانیم، باید دستگاه‌های مسئول اقتصادی کشور حامی موضوعات اقتصادی باشند و بسترسازی و پشتیبانی‌های لازم را فراهم سازند. کما اینکه ترکیه و چین چنین اقداماتی را برای حمایت از فعالان اقتصادی خود انجام می‌دهند. کشورهای اروپایی برای حضور جدی در عراق برنامه دارند که همه از حمایت‌های مالی، بانکی، بیمه‌ای و غیره برخوردارند. اگر حوزه اقتصادی امروز جزو اولویت‌های اهداف است، نمی‌توان انتظار داشت که بدون هزینه به نتیجه برسد. هزینه‌های این حوزه نیز شامل هزینه‌های حقوقی، پشتیبانی و بیمه‌ای هستند. باید یک نظام بیمه‌ای در داخل تنظیم شود که اگر در تعاملات اقتصادی-سیاسی عارضه‌ای پیش بیاید یک نظام بیمه‌ای قوی از آن حمایت کند. نظام بانکی و روابط بانکی ما نیز باید به‌گونه‌ای باشد که سرمایه‌گذار را ترغیب کند، اگر مجموع روابط بانکی و تجاری، مقررات حمل‌ونقل و روابط حقوقی تسهیل‌کننده باشند، روابط ایران و عراق دو یا سه برابر وضع فعلی خواهد شد.

آمار و ارقام نشان می‌دهد هنوز سهم

قابل توجهی از بازار عراق را در اختیار داریم و این چنین نیست که این بازار را به رقبا واگذار کرده باشیم؛ اما اگر در بازار عراق به دنبال منافع کوتاه‌مدت باشیم و نتوانیم در این رقابت با مدیریت درست و ارتقای کیفیت محصول ایرانی بمانیم و همان برنامه‌هایی را که در کشورهای آسیای میانه پیاده کردیم، در عراق هم پیاده کنیم قطعاً رقبای ایران این بازار را به سرعت از ما خواهند گرفت. لذا باید از فرصت‌های همکاری اقتصادی با عراق به درستی بهره‌برداری کنیم.

♦♦ در سطح بنگاهی، شرکت‌های تولیدی و تجاری ایران به لحاظ ساختاری و عملکردی با چه مشکلات و کاستی‌هایی در زمینه تجارت با طرف تجاری عراقی روبه‌رو هستند و چه پیشنهادهایی برای عبور آن‌ها از مشکلات و مسائل مختلف ارائه می‌نمایید؟

یکی از مهم‌ترین مشکلات، ضعف در بازاریابی در حوزه صادرات کشور است. متأسفانه بخش صادرات ایران به سبب عدم وجود یک سیستم بازاریابی و بازرگانی مناسب و روزآمد، تاکنون نتوانسته به خوبی توسعه پیدا کند. واحدهای بزرگ در این حوزه مشکل چندانی ندارند، بلکه مشکل اصلی مربوط به بخش صنایع کوچک و متوسط است. این واحدها نه توان مالی و نه سابقه لازم را دارند؛ بنابراین

در سال گذشته میلادی حدوداً ۱۹ درصد از مجموع واردات کالایی عراق، از کشورمان صورت گرفته است. در حال حاضر کشورهای چین، ترکیه، هند، کره جنوبی و آلمان حضور پررنگی در زمینه صادرات به عراق دارند و از مهم‌ترین رقبای ما در این کشور هستند. آمریکا، کشورهای اروپایی و منطقه نیز برای افزایش سهم و حضورشان در بازار عراق در حال برنامه‌ریزی و به دنبال همکاری بلندمدت با عراق هستند.

ایجاد شرکت‌های مشاور بازاریابی از سوی سازمان‌های دولتی مربوطه جهت بازاریابی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط ضرورت دارد. همچنین در کنار مسئله مارکتینگ، باید به مسئله برندینگ نیز توجه شود، اگر برندی ضعیف عمل کند، به نام همه تمام خواهد شد. می‌توانیم برای حمایت از برندهای ایرانی کنسرسیوم‌های صادراتی تأسیس کنیم. ما ظرفیت‌های بالایی در صنایع مختلف داریم و باید از تمام ظرفیت‌ها بهره ببریم و این مهم در سایه کار جمعی رخ می‌دهد نه رقابت مضر.

برای توسعه صادرات، الگوی تولید ما باید صادرات محور باشد و از سلیقه مصرف‌کننده عراقی شناخت دقیق و از وضعیت رقبا آگاهی داشته باشیم و به الزامات صادرات از قبیل کیفیت خوب کالای صادراتی، قیمت رقابتی، بسته‌بندی مناسب، خدمات پس از فروش مطلوب و تحویل به‌موقع کالا و غیره توجه ویژه داشت. برای تجارت پایدار باید به جای مدیریت بازار از مبدأ، در بازار مقصد حضور مستمر داشت. صادرکنندگانی در بازار عراق موفق هستند که دفتر یا نمایندگی و شبکه‌های زنجیره‌ای توزیع خود را داشته باشند.

♦♦ اتاق مشترک ایران و عراق به چه راهکارهایی برای توسعه تجارت به عراق رسیده است؟

توسعه روابط تجاری دوجانبه با عراق مستلزم امضا و تبادل موافقت‌نامه جامع تجارت، همکاری‌های صنعتی، تشویق و حمایت متقابل از سرمایه‌گذاری مشترک و دوجانبه، همکاری‌های بانکی، موافقت‌نامه جامع استاندارد، حکمیت و داور، حل اختلاف تجاری دوجانبه، ترانزیت و همکاری‌های گمرکی است. افزون بر این موافقت‌نامه‌ها، تنظیم و مبادله اسناد مورد توافق دوجانبه نظیر موافقت‌نامه تجارت آزاد یا ترجیحی، همکاری‌های نمایشگاهی، تأسیس مراکز تجاری، صنعتی و سرمایه‌گذاری مشترک، ایجاد بانک مشترک و بیمه مشترک و گسترش شبکه رایزنی تجاری دوجانبه در حوزه‌های

نمایشگاه‌ها، مبادله هیئت‌های اقتصادی با عراق و فعالیت‌های مشابه دیگر از جمله اقداماتی است که مستمراً در راستای توسعه روابط تجاری دو کشور توسط اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق انجام گرفته است. رسیدن صادرات غیرنفتی ما به عراق از ۵۸۸ میلیون دلار در سال ۱۳۸۲ به رکورد ۱۰ میلیارد و ۲۳۸ میلیون دلار در سال ۱۴۰۱ مرهون تلاش همه فعالان اقتصادی و دست‌اندرکاران حوزه عراق بوده و مسلماً نقش اتاق در کنار دیگر عوامل در توسعه مناسبات اقتصادی و به تبع آن افزایش صادرات مؤثر بوده است. ♦♦

تشکل ملی، غیرانتفاعی و غیردولتی است با مأموریت توسعه فعالیت اقتصادی با کشور عراق که سال ۱۳۸۲ تأسیس شده است. اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق ظرفیت زمینه‌سازی، فضا سازی و پیگیری حل مشکلات را دارد و می‌تواند تعاملات لازم برای زمینه‌سازی‌ها و ارتباطات را برقرار کند. به‌طور کلی اتاق مشترک می‌تواند در زمینه‌های مختلف فرایند تجارت، ظرفیت بزرگی برای تسهیل روابط باشد. بر همین اساس برگزاری اجلاس‌ها، همایش‌ها و نشست‌های متعدد تجاری مشترک و دوجانبه، همکاری در برپایی

مبدأ و مقصد و اجرایی شدن موضوع ایجاد شهرک‌های صنعتی مشترک نیز از جمله راهکارهای توسعه تجارت با عراق و مورد تأکید اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق است.

♦♦ **اتاق مشترک چه اقداماتی در جهت ایجاد و افزایش روابط و مناسبات تجاری بین دو کشور و نیز بین بنگاه‌های انجام داده است و در این زمینه چقدر موفق بوده است؟**

در مورد نقش اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق در افزایش روابط و مناسبات تجاری دو کشور باید گفت، این اتاق یک

