



گزارش راهبردی جمهوری اسلامی ایران با جمهوری آذربایجان



سازمان توسعه تجارت ایران

محمد ابرهیم نقی زاده

۱۳۹۴/۰۶/۲۱

به نام خدا

۱- مقدمه

جمهوری آذربایجان با ۸۶۶۰۰ کیلومتر مربع وسعت ۴۶/۵ درصد از مساحت قفقاز جنوبی را تشکیل می دهد و با پنج کشور ایران، روسیه، ارمنستان، گرجستان و ترکیه دارای مرز مشترک است. آذربایجان از شمال ۲۸۹ کیلومتر مرز مشترک با روسیه، از شمال شرقی ۳۴۰ کیلومتر مرز مشترک با گرجستان و از جنوب ۷۶۸ کیلومتر مرز مشترک با ایران دارد. قلمرو آذربایجان نزدیکی و مناسبترین راه دسترسی کالاهای ایرانی به قلمرو کشورهای روسیه و گرجستان به شمار می رود.

جمعیت آذربایجان ۹/۵ میلیون نفر با اکثریت آذری و مسلمان و نرخ رشد ۱/۳٪ می باشد^۱.

۲- ساختار اقتصادی

بخش صنعت درصد مهمی از اقتصاد کشور را تشکیل می دهد که عمدتاً صنایع استخراج و صدور نفت را شامل می شود. آذربایجان در میان کشورهای قفقاز از لحاظ توسعه صنعتی در سطح پایین تری قرار داشت، لیکن سرمایه گذاری شرکتهای بزرگ دنیا در قالب کنسرسیوم بین

^۱ - <http://data.worldbank.org/indicator/IS.AIR.DPRT/countries>

المللی نفت آذربایجان و آغاز صدور نفت آذربایجان به بازارهای جهانی از طریق خط لو له باکو، جیحان بخش نفت را به مهمترین بخش اقتصاد (یک سوم GDP) این کشور تبدیل نمود. در سال ۲۰۱۴ تولید ناخالص داخلی آذربایجان ۷۵ میلیارد دلار، نرخ رشد تولید ناخالص داخلی ۲ درصد، درآمد سرانه ۷۸۸۴ دلار، نرخ تورم ۱/۴ درصد، نرخ بیکاری ۵/۵ درصد، ذخائر ارز و طلا ۱۵۸۱۶ میلیون دلار، سرمایه گذاری مستقیم خارجی ۴۴۳۰ میلیون دلار و تراز حساب جاری ۱۰۲۰۸ میلیون دلار بود. بدهی خارجی این کشور طبق آخرین آمار در دسترس (۲۰۱۳) ۹۲۱۹ میلیون دلار بود^۲.

۳- تجارت خارجی

تجارت خارجی آذربایجان در سایه رشد فزاینده اقتصادی در حال رشد است. صادرات آذربایجان در سال ۲۰۰۸ میلادی به رقم بی سابقه ۴۷/۷ میلیارد دلار افزایش یافت و تراز تجاری کشور ۴۰+ میلیارد دلار بود. در سال ۲۰۰۹ در نتیجه بحران مالی جهانی و کاهش قیمت نفت صادرات این کشور به ۱۴/۶ میلیارد دلار با ۸/۵ میلیارد دلار تراز مثبت کاهش یافت. بررسی روند رو به رشد صادرات این کشور و افزایش درآمدهای نفتی و به تبع آن افزایش حجم واردات در سالهای ۲۰۱۰-۲۰۱۴ حاکی از اهمیت بازار آذربایجان به عنوان بازار هدف صادراتی با توجه به مزیت‌های جغرافیایی، اقتصادی و فرهنگی ایران در تامین نیازهای باز آذربایجان می باشد.

^۲ - <http://data.worldbank.org/indicator/IS.AIR.DPRT/countries>

مبادلات بازرگانی جمهوری آذربایجان با جهان ۲۰۱۰-۲۰۱۴

ارزش : میلیارد دلار

سال	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
صادرات	۲۱/۳	۲۶/۵	۲۳/۸	۲۳/۹	۲۱/۷
واردات	۶/۶	۹/۷	۹/۶	۱۰/۷	۹/۲
حجم مبادلات	۲۷/۹	۳۶/۲	۳۳/۴	۲۵/۶	۳۰/۹
تراز تجاری	۱۴/۷	۱۶/۸	۱۴/۲	۱۳/۲	۱۲/۵

Source: http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx

کالاهای عمده صادراتی آذربایجان به جهان : نفت و گاز (۹۰٪)، شکر ، میوه های

خوراکی، خوراک دام، پلاستیک و محصولات آن، سبزیجات، آلومینیوم و محصولات آن.

کالاهای عمده وارداتی آذربایجان به جهان : ماشین آلات و تجهیزات، وسایل نقلیه زمینی،

محصولات از آهن و فولاد، تجهیزات الکتریکی و الکترونیکی، توتون و تنباکو، آهن و فولاد،

غلات، پلاستیک، محصولات دارویی، مبلمان، سیمان.

شرکای تجاری عمده آذربایجان(صادرات): ایتالیا، اندونزی، آلمان، رژیم اشغالگر قدس،

فرانسه، تایلند، اسپانیا، هند، امریکا، روسیه، پرتغال، گرجستان، ترکیه، چین تایپه، تونس، استرالیا.

شرکای تجاری عمده آذربایجان (واردات) : روسیه، ترکیه، انگلستان، آلمان، چین، امریکا، اوکراین، ایتالیا، ژاپن، برزیل، قزاقستان، هلند، کره جنوبی، فرانسه، ایران.

۴- روابط بازرگانی ایران و آذربایجان

روابط بازرگانی ایران و آذربایجان با عنایت به متغیرهای مهم تاثیرگذار، تاریخ، فرهنگ و مذهب مشترک، موقعیت استراتژیک قلمرو آذربایجان به عنوان نزدیکترین و مناسبترین مسیر دسترسی زمینی به بازار کشورهای روسیه و گرجستان و ساختار اقتصادی دو کشور و ظرفیتهای عظیم همکاری دارای اهمیت ویژه ای است. رشد فزاینده شاخصهای اقتصادی آذربایجان و توسعه تجارت خارجی این کشور، برنامه ریزی جهت توسعه همه جانبه روابط اقتصادی و بازرگانی با این کشور را بیش از پیش واجد اهمیت نموده است.

۴-۱- چارچوب قانونی روابط بازرگانی

موافقتنامه بازرگانی بین دو کشور در تاریخ ۱۳۸۳/۵/۱۵ همزمان با سفر رییس جمهور وقت ایران به باکو به امضاء رسید و از تاریخ ۱۳۸۶/۱/۲۶ با یادداشت رسمی موخر طرف ایرانی به طرف آذری مبنی بر پایان تشریفات تصویب قانونی موافقتنامه مذکور در ایران، لازم الاجرا گردیده است.

پروتکل همکاریهای جامع اقتصادی و بازرگانی بین دو کشور با در نظر داشتن مفاد موافقتنامه بازرگانی فی مابین در تاریخ ۲۰ اسفند ۱۳۸۷ در حضور روسای جمهور دو کشور در تهران به

امضای وزیر بازرگانی جمهوری اسلامی ایران و وزیر امور خارجه جمهوری آذربایجان رسید و لازم الاجراست. زیرساختهای حقوقی روابط اقتصادی در سایر زمینه ها تکمیل است.

۲-۴- حجم مبادلات بازرگانی

بررسی آمار مبادلات بازرگانی با آذربایجان نشان می دهد، روابط تجاری فی مابین تحت تاثیر عوامل مثبت تاثیرگذار از بدو استقلال این کشور به سرعت رشد یافت ه و آذربایجان یکی از شرکای تجاری مهم ایران در بین کشورهای مشترک المنافع بوده است . واردات ایران از آذربایجان نیز از سال ۱۳۸۰ به بعد روند صعودی یافته و از سال ۱۳۸۶ باتوجه به خرید بنزین از این کشور به بالاترین حد خود رسید، لیکن در سالهای اخیر به کمتر از ۵۰ میلیون دلار در سال کاهش یافته است.

مبادلات بازرگانی جمهوری اسلامی ایران با آذربایجان ۸۹-۱۳۹۳

ارزش : میلیون دلار

سال	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳
صادرات	۳۶۸	۴۶۴	۴۳۰	۳۹۵	۳۵۷
واردات	۱۱۱	۳۷	۴۵	۳۱	۲۲
حجم مبادلات	۴۷۹	۵۰۱	۴۷۵	۴۲۶	۳۷۹
تراز تجاری	۲۵۷	۴۲۷	۳۸۵	۳۶۴	۳۳۵

منبع: گمرک ایران

ترکیب کالاهای صادراتی : سیمان، سیب مینی، قیر نفت، میله های آهنی، خرما، پلی اتیلن، سنگ، ورق شیشه ای، اشیای سر میز و کشمش.

ترکیب کالاهای وارداتی : چوب، کنجاله، خوراک دام، شمش از آهن، قراضه آهن و پنبه.

۵- مهمترین مسایل روابط بازرگانی ایران و آذربایجان

مهمترین مسایل روابط بازرگانی ایران و آذربایجان در محورهای زیر قابل بررسی است :

۵-۱- تجارت ترجیحی/آزاد

سابقه طرح موضوع موافقتنامه تجارت ترجیحی در دیدار روسای جمهور دو کشور در مرداد ۱۳۸۳ در باکو بر می گردد و آخرین بار در سفر وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت به باکو در خرداد ۱۳۹۳ از سوی طرف ایرانی مطرح و با عدم تمایل طرف آذری مواجه گردید.

جمهوری آذربایجان با سه کشور گرجستان (۸ مارس ۱۹۹۶)، اوکراین (۱۸ آگوست ۲۰۰۸) و روسیه (۱۳ سپتامبر ۲۰۱۳) موافقتنامه دوجانبه تجارت آزاد دارد.^۳ موقعیت ترنزیتی آذربایجان و ترتیبات تجاری مزبور شرایط مناسبی برای صادرات مجدد کالاهای ایرانی به کشورهای مزبور فراهم نموده است. لیکن با گسترش اتحادیه اقتصادی اوراسیا و الحاق ارمنستان به آن از سال ۲۰۱۵ تحولات جدیدی است که باید در روابط تجاری ایران و آذربایجان مورد توجه قرار گیرد و دو کشور مقدمات انعقاد موافقتنامه تجارت آزاد و یا ترجیحی را فراهم نمایند.

^۳ - www.rtais.wto.org

۲-۵- روابط بانکی

بانک ملی ایران در باکو فعال است لیکن با گشایش در روابط بانکی کشور با دن یا پیشنهاد می شود بانک های خصوصی کشور در آذربایجان فعال شوند.

۳-۵- ارتقاء سطح تماس های بین مقامات اقتصادی دو کشور

سطح تماس های بین مقامات اقتصادی دو کشور علیرغم سطح عالی تماس بین مقامات سیاسی دو کشور در سالهای گذشته به هیچ وجه متناسب با اهمیت این کشور به عنوان بازار همجوار و حجم همکاری های فی مابین نبوده است. سفر وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت جمهوری اسلامی تهران (اسفند ۹۲) و متعاقب آن سفر وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت جمهوری اسلامی ایران به باکو فصل جدیدی در روابط اقتصادی و همکاریهای صنعتی و سرمایه گذاری دو کشور گشود. تداوم این تعاملات در سطح عالی با توجه به ساختار سیاسی و اقتصادی جمهوری آذربایجان در توسعه روابط اقتصادی حائز اهمیت است.

۴-۵- اجلاس کمیسیون مشترک

اجلاس کمیسیون مشترک اقتصادی چارچوب مناسبی برای طرح مسایل روابط اقتصادی و تدوین برنامه همکاریهای فی مابین است. اجلاسهای کمیسیون مشترک نقش مهمی در ارتقای سطح روابط اقتصادی و حل و فصل مسایل و مشکلات فی مابین دارد. تلاش برای برگزاری

منظم اجلاسها و طرح مسایل مهم روابط اقتصادی در آن در پیشبرد اهداف توسعه روابط اقتصادی و بازرگانی تاثیر تعیین کننده دارد.

۵-۵- همکاریهای نمایشگاهی

۵-۵-۱- نمایشگاه های تخصصی

فعالتهای نمایشگاهی در باکو با افتتاح مرکز نمایشگاهی جدید در سالهای اخیر رونق بیشتری دارد. این مرکز نمایشگاههای تخصصی سالانه در زمینه های نفت، گاز و پتروشیمی ، کالاهای ساختمانی، مواد غذایی، تجهیزات پزشکی و دارو، نیرو و انرژی های نو، خودرو و حمل و نقل، صنعت، مخابرات و کامپیوتر و... برگزار می نماید . شرکتهای ایرانی در نمایشگاههای تخصصی باکو مشارکت می نمایند، لیکن همکاریهای نمایشگاهی بین دو کشور با سازماندهی حرفه ای شرکتهای نمایشگاهی توانمند ایرانی قابل توسعه است.

۵-۵-۲- نمایشگاه های اختصاصی

نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در سالهای گذشته عمدتاً توسط استان اردبیل در باکو برگزار شده است . برگزاری نمایشگاه اختصاصی با توجه به ترکیب کالاهای صادراتی و نزدیکی جغرافیایی راهکار مناسبی برای توسعه صادرات است و لازم است شرکتهای نمایشگاهی توانمند نمایشگاه اختصاصی با مشارکت کلیه شرکتهای علاقمند در سراسر کشور برگزار نمایند.

۶-۵- حمل و نقل و ترانزیت

حمل و نقل و ترانزیت از چالش های مهم روابط بازرگانی ایران با کلیه کشورهای CIS به ویژه کشورهای همجوار می باشد. قلمرو جمهوری آذربایجان دسترسی به کشورهای روسیه ، گرجستان و بلاروس و اوکراین از طریق زمینی فراهم می نماید.

همکاری در زمینه حمل و نقل جاده ای و ریلی سرفصل های اصلی همکاری دو کشور در بخش حمل و نقل می باشند.

۱-۶-۵- حمل و نقل جاده ای

بازسازی راههای ارتباطی جاده ای آذربایجان سهولت دسترسی کالاهای تجاری ایران به بازار آن کشور و کشورهای همجوار را فراهم می نماید. اهمیت قلمرو آذربایجان از لحاظ ارتباطی برای صادرات جمهوری اسلامی ایران به حدی است که سرمایه گذاری و تامین مالی بازسازی خطوط ارتباطی و پل های مسیر ارتباطی آستارا به باکو و نقاط مرزی آذربایجان با روسیه و گرجستان را توجیه می نماید.

۲-۶-۵- حمل و نقل ریلی

شبکه راه آهن آذربایجان به نقطه صفر مرزی ایران و آستارا متصل نمی باشد و این امر به عنوان مانع سهولت استفاده از این شبکه جهت حمل کالاهای ایرانی به داخل قلمرو آذربایجان تبدیل شده است. با عنایت به اینکه جمهوری اسلامی ایران طرح اتصال آستارا به شبکه سراسری

کشور را در دستور کار دارد، رایزنی با طرف آذری برای ساخت حدود ۷ کیلومتر راه آهن به منظور اتصال راه آهن آن کشور به نقطه صفر مرزی در آستارا ضروری است.

پیشنهاد می شود باتوجه به درخواست های مکرر تجار ایرانی به منظور اتصال راه آهن

آذربایجان به آستارا این موضوع در سطح عالی مورد مذاکره قرار گیرد.

۳-۶-۵- ترانزیت

تنظیم قواعد روشن ترانزیت کالا از قلمرو یکدیگر نیاز فوری و جدی توسعه روابط تجاری دو

کشور است. گزارشات متعدد از ایجاد موانع جدی ترانزیت کالاهای تجاری ایران از قلمرو

آذربایجان به کشورهای همجوار آن کشور حکایت دارد.

مانع تراشی مقامات ذیربط آذری برسر راه ترانزیت کالاهای ایرانی از قلمرو آذربایجان به حدی

است که در مواردی اصولاً کالاهای فروخته شده به کشورهای دیگر که از طریق آذربایجان

ترانزیت می شود فاقد هرگونه منافع اقتصادی بوده و به عنوان مانع مهم صادرات ایران به این

کشورها عمل می کند. باتوجه به نیاز متقابل دو کشور به ترانزیت کالا از قلمرو یکدیگر حل و

فصل مشکلات ترانزیت باید بطور جدی در دستور مذاکرات قرار گیرد.

۴-۶-۵- حمل و نقل دریایی

حمل و نقل دریایی بین دو کشور در سالهای اخیر توسعه یافته است و عمدتاً به کالاهایی مانند

سیمان متمرکز است.

۵-۷ - صدور خدمات فنی و مهندسی

تشکیل کنسرسیوم بین المللی نفت آذربایجان در سال ۱۹۹۴ که به پروژه قرن شهرت یافت نقطه اوج سرمایه گذاری خارجی در جمهوری آذربایجان به شمار می رود. در عین حال حذف ایران از کنسرسیوم مذکور نشانه آشکار عدم حضور جدی ایران در بازار خدمات فنی و مهندسی و سرمایه گذاری آذربایجان می باشد. حضور کم رنگ شرکت های ایرانی در پروژه های عمرانی و ساختمان سازی و راهسازی آذربایجان با عنایت به توانمندی های شرکت های ایرانی در مقایسه با فعالیت آنها در سایر کشورهای CIS به ویژه کشورهای آسیای مرکزی قابل تامل است.

افزایش درآمدهای نفتی آذربایجان و افزایش ظرفیت این کشور در جذب خدمات فنی و مهندسی و توانمندی شرکت های ایرانی در اجرای پروژه هایی مانند ساخت کارخانه سیمان، ساخت سیلو، راهسازی و ساختمان سازی، ساخت بویلرها، مخازن نفت و گاز و ... برنامه ریزی جهت حضور در بازار آن کشور ضروری می نماید.

۶- توسعه صادرات کالاهای مزیت دار

۶-۱- خودرو

با توجه به ظرفیت های موجود در زمینه صادرات خودرو به بازار آذربایجان و سهم کشورهای عمده تولید کننده خودرو جهان در بازار این کشور و حضور ایران در بازار خودرو آذربایجان با صادرات خودرو سمند در سالهای گذشته و استقبال مناسب از این خودرو، شرایط مناسب

حضور سایر شرکتهای خودرو ساز (سبک و سنگین) ایرانی در این کشور فراهم است. ایران در سال ۲۰۰۸ با بیشترین حد صادرات خودرو به آذربایجان طی سالهای اخیر ۱/۴ درصد بازار یک میلیارد دلاری این کشور را به خود اختصاص داد. افزایش نیاز این کشور به خودروهای سنگین، بدنال رونق پروژه های عمرانی با استفاده از درآمد های نفتی، بازاریابی خودرو های سنگین از اهمیت بیشتری برخوردار است.

۶-۲- پتروشیمی

پلی اتیلن، پلی پروپیلن و سایر مواد شیمیایی از کالاهای دارای ظرفیت صادراتی به بازار آذربایجان به شمار می روند. مزیت ایران در تولید کالاهای پتروشیمی و نیاز بازار آذربایجان ضرورت برنامه ریزی برای بازاریابی این گروه کالایی را آشکار می سازد. همکاریهای دو کشور در این بخش پس از سفر وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت به باکو و بازدید از پارک شیمیایی سومگائیت و پس از آن بازدید مسولین پارک مزبور از تبریز و پارس جنوبی (عسلویه) در خرداد سال ۱۳۹۴ وارد مرحله جدیدی شده است.

۶-۳- دارو و تجهیزات پزشکی

دارو و تجهیزات پزشکی از مهمترین کالاهای دارای ظرفیت صادراتی ایران به بازار آذربایجان می باشند. ظرفیتهای گسترده ایران در تولید دارو و تجهیزات پزشکی و نیاز این کشور به تامین این گروه کالایی از خارج، ارزش افزوده بالای این کالاها و مزیتهای ایران در صادرات خدمات

پزشکی و جذب توریسم پزشکی اهمیت تهیه طرح جامع بازاریابی در این بخش را آشکار می سازد. داروهای گیاهی نیز از بازار خوبی برخوردار است.

۶-۴- مصالح ساختمانی

سیمان و سایر مصالح ساختمانی از جمله سنگ از مهمترین کالاهای دارای ظرفیت صادراتی به بازار آذربایجان به شمار می روند. رقبای اصلی ایران در این زمینه ترکیه و گرجستان می باشند. پس از رفع محدودیتهای صادرات سیمان طی سالهای اخیر، سیمان اولین کالای صادراتی ایران به آذربایجان بود. صادرات سایر محصولات ساختمانی از جمله سنگ، کاشی سرامیک نیز از شرایط مناسبی برخوردار است. شرکت متانت آذربایجان در خرداد سال جاری با بازدید از معادن گچ سمنان و آذربایجان شرقی برای سرمایه گذاری در معادن گچ میانه ابراز علاقه نموده است.

۷- نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدها SWOT

نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه روابط تجاری ایران و آذربایجان عبارتند از:

<p>O۱: همسایگی، مرزهای مشترک آبی و خاکی و فاصله نزدیک جغرافیایی مراکز جمعیتی دو کشور.</p> <p>O۲: سطح عالی روابط سیاسی بین دو کشور.</p> <p>O۳: نزدیکی فرهنگی و مذهبی مردم دو کشور.</p> <p>O۴: مسلمان بودن اکثر مردم جمهوری آذربایجان.</p> <p>O۵: نگاه مثبت اغلب مردم دو کشور به توسعه روابط سیاسی و تجاری دوجانبه.</p> <p>O۶: موقعیت ترانزیتی جمهوری آذربایجان.</p> <p>O۷: وجود زیرساختهای حقوقی مناسب در زمینه های تجاری، سیاسی، امنیتی و ... بین دو کشور.</p> <p>O۸: ظرفیتهای آذربایجان برای صدور خدمات فنی و مهندسی.</p> <p>O۹: در آمد سرانه بالای مردم جمهوری آذربایجان</p>	<p>فرصت‌ها (O)</p>
<p>T۱: معادلات سیاسی منطقه ای</p> <p>T۲: برخی مشکلات در گمرکات جمهوری آذربایجان.</p> <p>T۳: عدم اتصال شبکه راه آهن دو کشور.</p> <p>T۴: عدم اتصال راه آهن جمهوری آذربایجان به نقطه صفر مرزی در آستارا.</p> <p>T۵: شناخت ناکافی نسبت به امکانات و ظرفیت های همکاری مشترک.</p> <p>T۶: اطلاع رسانی ناکافی از فرصت ها و شرایط اقتصادی و تجاری بازار جمهوری آذربایجان به فعالان دولتی و خصوصی.</p>	<p>تهدیدها (T)</p>

<p>S۱: توجه ویژه ی دولت به گسترش صادرات غیرنفتی در تدوین چشم انداز بیست ساله و برنامه ی پنجم توسعه کشور.</p> <p>S۲: وجود پتانسیل ها و ظرفیت های مناسب در تولید و صادرات خودرو، مواد پلاستیکی، آهک، گچ و سیمان، دیگ - های بخار و آبگرم و مصنوعات از سنگ و گچ مورد نیاز بازار جمهوری آذربایجان.</p> <p>S۳: استقرار رایزن بازرگانی ایران در جمهوری آذربایجان.</p> <p>S۴: فعال بودن شعبه بانک ملی ایران در جمهوری آذربایجان.</p> <p>S۵: امضای موافقت نامه های بازرگانی، گمرکی، تشویق و حمایت متقابل از سرمایه گذاری، اجتناب از اخذ مالیات مضاعف و ... بین دو کشور.</p>	<p>نقاط قوت</p> <p>(S)</p>
<p>W۱: عدم وجود موافقت نامه تجارت ترجیحی و تجارت آزاد بین ایران و جمهوری آذربایجان.</p> <p>W۲: عدم حضور شرکتهای معظم کشور در بازار آذربایجان</p> <p>W۳: عدم آگاهی و شناخت کامل به کلیه نیازها و سلايق بازار جمهوری آذربایجان.</p> <p>W۴: فعالیت کم در بخش بازاریابی، اطلاع رسانی و امور نمایشگاهی در کشور جمهوری آذربایجان.</p> <p>W۵: عدم بهره پیداری مناسب از موقعیت استراتژیکی دو کشور در زمینه ترانزیت کالا.</p>	<p>نقاط ضعف</p> <p>(W)</p>

راهبردهای توسعه روابط تجاری

راهبردهای توسعه روابط تجاری ایران با جمهوری آذربایجان جهت رسیدن به اهداف با استفاده از مدل تحلیل SWOT عبارتند از:

<ul style="list-style-type: none"> • بهره‌گیری از توانمندی های صادراتی کشور برای صادرات محصولات مورد نیاز جمهوری آذربایجان شامل خودرو، مواد پلاستیکی، آهک، گچ و سیمان، دیگ های بخار و آبگرم و مصنوعات از سنگ و گچ. • تلاش برای افزایش سهم بازار کالاهای ایرانی با توجه به روابط تجاری دوستانه. • اعزام و پذیرش هیات های تجاری مختلف به /از جمهوری آذربایجان. 	<p>راهبردهای SO</p>
<ul style="list-style-type: none"> • تلاش برای بهره گیری و گسترش موافقت نامه‌های تجاری میان دو کشور. • تقویت جایگاه کالاهای ایرانی در ذهن مشتریان جمهوری آذربایجانی از راه تبلیغات. • شناسایی کالاهای مزیت دار داخلی مورد نیاز بازار جمهوری آذربایجان برای گسترش بازار و تنوع بخشیدن به محصولات صادراتی ایران. 	<p>راهبردهای ST</p>
<ul style="list-style-type: none"> • تدوین برنامه ی فراگیر بازاریابی و تبلیغات در رسانه های جمعی جمهوری آذربایجان برای افزایش شناخت کالاهای ایرانی در بین مصرف کنندگان جمهوری آذربایجانی. • افزایش تنوع کالاهای صادرشده به بازار جمهوری آذربایجان 	<p>راهبردهای WO</p>

<p>به منظور بهره‌گیری از اشتراکات فرهنگی بین دو کشور.</p> <ul style="list-style-type: none"> • تلاش برای ارایه ی محصولات باکیفیت به بازار جمهوری آذربایجان به منظور تقویت جایگاه و سهم بازار ایران با توجه به تقاضای روبه‌رشد مصرف در این کشور. 	
<ul style="list-style-type: none"> • تلاش برای تقویت روابط بانکی و بیمه‌ای موجود بین دو کشور. • ارایه ی تسهیلات به بازرگانان آذربایجانی برای حضور در بازار و نمایشگاه‌های ایران. • تقویت خطوط جاده ای بین دو کشور برای افزایش مبادلات تجاری دو جانبه. • اتصال خطوط ریلی دو کشور. 	<p>راهبردهای WT</p>
<ul style="list-style-type: none"> • اعزام و پذیرش هیات های تجاری مختلف به /از جمهوری آذربایجان. • تقویت خطوط جاده‌ای میان دو کشور. • تقویت روابط بانکی و تاسیس شعب بانکهای خصوصی در باکو • اتصال خطوط ریلی دو کشور. • عرضه ی محصولات باکیفیت به بازار جمهوری آذربایجان برای ایجاد ذهنیت مثبت نسبت به محصولات ایرانی. • افزایش تبلیغات کالاهای ا ایرانی در رسانه های جمعی به‌ویژه تلویزیون و مطبوعات جمهوری آذربایجان. 	<p>راهبردهای ترکیبی SWOT</p>

۸- پیشنهادات

- قانونمند کردن روابط تجاری

- افزایش سطح تماس مقامات عالی اقتصادی دو کشور

- تشویق شرکتهای بزرگ ایرانی برای حضور در بازار آذربایجان

- ایجاد مراکز تجاری تخصص ایران در باکو (مرکز تجاری مصالح ساختمانی و سنگ ایران در

باکو)

- تدوین برنامه مشارکت در نمایشگاههای تخصصی بین المللی مهم باکو

- برگزاری نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در باکو و مناطق شمالی این کشور با

مشارکت شرکتهای سراسر کشور

- برگزاری همایشهای شناخت بازار در دو کشور

- ساماندهی تجار ایرانی مقیم و حمایت و پشتیبانی از تشکل های ایجاد شده

- ایجاد شعب بانکهای خصوصی ایرانی در باکو