



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کشورپاکستان راہنمای تجارت با



tpo.ir

Iran Trade Promotion Organization



گروه بازرگانی تجارت طلایی

ارائه دهنده خدمات کاملاً تخصصی صادرات و واردات و ترخیص کالا

از آموزش تا منبع یابی واردات، بازاریابی صادرات، حمل و نقل تا ترخیص

دوست عزیز و ارجمند سلام



فایل های ارائه شده اغلب توسط سازمان توسعه تجارت، اتاق بازرگانی ایران و برخاً اتاق بازرگانی شیراز تهیه شده است. گروه بازرگانی تجارت طلایی با داشتن کادر مجرب و همچنین مجوز آموزش از سازمان فنی و حرفه ای و پروانه کارگزاری امور گمرکی از گمرک ایران و با داشتن دفاتر همکار در کشور های چین، ترکیه و آفریقای جنوبی ارائه دهنده خدمات ذیل می باشد. خوشحال خواهیم شد که بتوانیم در خدمت شما عزیزان باشیم. امیدواریم فایل ارائه شده برای شما مفید واقع شود.

ترخیص کالا از گمرکات کشور به ویژه گمرک های اصفهان، تهران (امام خمینی و شهریار)، بندر عباس، بندر خرمشهر

آموزش های تخصصی صادرات و واردات، ترخیص کالا و ...

مشاوره در خصوص صادرات و واردات

مشاوره و اجرای پروژه های وارداتی (منبع یابی، پرداخت و ترخیص کالا)

مشاوره و اجرای پروژه های صادراتی (بازاریابی صادرات، حضور در نمایشگاه، تهیه کاتالوگ، ثبت برند و ترخیص کالا)

مشاوره در خصوص بازاریابی داخلی محصولات (بخش بندی بازار، سیستم تبلیغات، مدیریت ارتباط با مشتری و ارائه نرم افزار های مرتبط)

هماهنگی و اجرای پروژه های حمل و نقل، ارسال و دریافت کالا از مبادی مختلف به ویژه چین، کره، اتحادیه اروپا و ترکیه

تهران: خیابان آفریقا، بالاتر از چهارراه اسفندیار، نش خیابان سعیدی، پلاک ۱۵۶ واحد ۴

تلفن: ۰۲۱۲۲۰۲۵۲۶۸ همراه: ۰۹۱۲۰۱۴۸۹۱۴

اصفهان: خیابان حکیم نظامی، حدفاصل کوی سنگتراش ها و چهارراه محتشم کاشانی، پلاک ۷۸۹

تلفن: ۰۳۱۳۶۲۵۱۰۱۶ تلفکس: ۰۳۱۳۶۲۵۵۱۳۹ همراه: ۰۹۱۲۰۸۶۷۰۶۹

یزد: صفائیه خیابان تیمسار فلاحی روبروی پارک آزادگان کوچه بهار پلاک ۲۱. همراه: ۰۹۱۳۴۷۲۰۴۵۷



شابک: ۱-۱۵۶-۴۶۸-۹۶۴-۹۷۸

راهنمای تجارت با کشور پاکستان

شناسنامه پدیدآورندگان:

سازمان توسعه تجارت ایران

معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان: دکتر محمدعلی ضیغمی

مدیر طرح: رضا توفیقی

مجری طرح: مسعود و کیلی و هما آقا

طراح و مدیر هنری: محبوبه اصغرپور

شناسنامه کتاب:

چاپ اول: آذر ماه ۱۳۸۷

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰۰ ریال

ویرایش، صفحه‌آرایی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی
ناشر: شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی
نشانی: تهران، بزرگراه شهید چمران، محل دائمی نمایشگاه‌ها، سازمان توسعه تجارت ایران

تلفن: ۲-۳۱-۲۲۶۶۴۰۳۱

نسخه الکترونیکی کتاب: www.tpo.ir

E.mail: info@tpo.ir



سخن رئیس کل سازمان

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ.

طی سالهای گذشته، شاهد تکوین تدریجی «نظام اقتصادی یکپارچه جهانی» بوده ایم. توسعه دانش و فناوری در عرصه های مختلف، وضعیت متفاوتی از کسب و کار را در این سالها در پی داشته است. از یک سو توسعه ارتباطات و دسترسی گسترده مشتریان به اطلاعات، چهره بازارها را دگرگون نموده و «خواسته های» آنها را تحت تأثیر قرار داده و از سوی دیگر تولید مبتنی بر فناوری پیشرفته و روشهای اصلاح شده، امکان پاسخگویی به تقاضاهای متنوع و متغیر مشتریان را فراهم نموده است.

نقش تعیین کننده عوامل تولید در معرفی محصول، به ویژه محصولات جدید، اکنون جای خود را به عوامل موجد رضایت مشتری و بازار داده است. این وضعیت، پارادایم حاکم بر روابط صنعت - بازار را به نفع بازار تغییر داده و نقش تعیین کننده بازار و فرصتها و محدودیتهای آن را به جای تولید و فرصتها و محدودیتهای آن نشانده است. اگر به این مهم، جهانی شدن بازارها را نیز بیافزاییم، آنگاه ضرورت مطالعه و شناخت بازارها، بخشهای آن و راهکارهای بازاریابی برای کسب سهم مناسب از بازارهای هدف به خوبی نمایان می شود.

تعدد و تنوع عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت کسب و کارها، به ویژه در بازارهای جهانی، نسبت به گذشته که قلمرو فعالیتها محلی و ملی بوده، بسیار بیشتر است. امروزه شناخت این عوامل نسبت به شناخت عوامل داخلی بنگاه به دلیل تأثیرگذاری آنها در تحلیلهای مربوط به فرصتهای کسب و کار مقدم است. به همین دلیل مدیران سازمانها باید عناصر غیر قابل کنترل محیطی را شناخته و آنها را تا آنجا که ممکن است، مدیریت نمایند.

در تمام محیطهای کسب و کار، شرایط نامطمئن به وسیله عناصر غیرقابل کنترل به وجود می آید و هر بازار جدید، مجموعه عوامل غیر قابل کنترل خاص خود را نیز به آن اضافه

می‌کند. مدیر موفق برنامه بازاریابی خود را به نحوی طراحی می‌کند که بهتر بتواند با شرایط نامطمئن محیط کسب و کار منطبق شود.

مهم‌ترین عوامل غیر قابل کنترل محیط بین‌المللی عبارت‌اند از :

❖ عوامل سیاسی - قانونی

❖ عوامل فرهنگی

❖ عوامل اقتصادی

❖ زیر ساختها، فناوری، رقبا، نظام توزیع و غیره

تلاش همه بنگاه‌ها برای دسترسی به اطلاعات مربوط به عناصر غیر قابل کنترل محیطی، مستلزم صرف هزینه و ایجاد مخاطرات ناشی از عدم صحت و دقت اطلاعات جمع‌آوری شده است. به این جهت و در راستای حمایت از شرکتهای ایرانی، برای ورود و کسب موفقیت آنها در بازارهای خارجی، سازمان توسعه تجارت ایران اقدام به تهیه و انتشار مجموعه کتابهایی با عنوان «راهنمای تجارت با کشورها» نموده است.

در گردآوری و تدوین اطلاعات این کتابها تلاش شده است تا اطلاعات دقیق و به‌روز، با بهره‌گیری از منابع اطلاعاتی موثق در اختیار خواننده گرامی قرار گیرد. به دلیل تغییرات نسبتاً سریع، این اطلاعات در فاصله‌های زمانی مناسب به روز شده و در چاپهای بعدی منتشر خواهد شد. با این حال، این دقت ما را از رهنمودهای اساتید و صاحب‌نظران محترم بی‌نیاز نمی‌کند و از هرگونه راهنمایی و تذکر صاحبان فکر و فعالان عرصه تجارت خارجی ایران استقبال می‌نماییم.

در پایان لازم می‌دانم از همکاری همه دست‌اندرکاران تهیه و تولید مجموعه کتابهای حاضر به ویژه جناب آقای دکتر محمدعلی ضیغمی «معاون بازاریابی و تنظیم روابط سازمان» و جناب آقای رضا توفیقی، «مدیر طرح» و کلیه کارشناسان سازمان که با این مجموعه همکاری نموده‌اند، کمال تشکر و قدردانی را بنمایم. همچنین از سرکار خانم محبوبه اصغرپور و همکاران شرکت چاپ و نشر بازرگانی به خاطر تلاشهای ایشان در طراحی و تولید این مجموعه سپاسگزارم.

مهدی غضنفری

معاون وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران



فهرست صفحه

بخش اول: کلیات

اطلاعات پایه

- ۱۳ نام کشور
- ۱۳ موقعیت جغرافیایی
- ۱۵ مساحت
- ۱۵ همسایگان
- ۱۶ جمعیت
- ۱۶ شهرهای مهم
- ۱۷ واحد پول
- ۱۷ تفاوت زمان با ایران

فصل اول: محیط سیاسی و قانونی

- ۱۹ محیط سیاسی
- ۱۹ تاریخچه
- ۲۲ نوع و ارکان اصلی حکومت
- ۲۶ افراد و گروه‌های بانفوذ
- ۲۶ وضعیت ریسک سیاسی

- ۲۶ محیط قانونی
- ۲۷ قانون مالکیت فکری
- ۲۸ قوانین سرمایه‌گذاری و مالکیت افراد خارجی
- ۳۰ قوانین گمرکی
- ۳۲ قوانین کنسولی
- ۳۴ حمایت‌های تجاری از صادرکنندگان
- ۳۵ قوانین بانکی و نحوه انتقال پول و سرمایه
- ۳۶ رسیدگی به اختلافات تجاری
- ۳۶ قوانین مالیاتی
- ۳۶ عوارض
- ۳۷ معافیتها و تسهیلات ویژه
- ۳۷ مراحل راه‌اندازی یک کسب و کار
- ۳۸ عضویت در پیمانهای اقتصادی و نهادهای بین‌المللی

فصل دوم: محیط فرهنگی

- ۴۱ ارکان فرهنگی و اجتماعی
- ۴۱ مذهب
- ۴۱ زبان
- ۴۲ الگوی زندگی
- ۴۲ نهادهای اجتماعی و دینی
- ۴۳ رسانه‌ها
- ۴۵ تعطیلات
- ۴۵ فرهنگ مذاکره
- ۴۵ دیدگاه کلی نسبت به ایران
- ۴۶ فرهنگ مذاکره

فصل سوم: محیط اقتصادی

- ۵۱ سیستم اقتصادی و نقش دولت



- ۵۲ بخش صنعت و معدن
- ۵۲ بخش کشاورزی
- ۵۳ بخش خدمات
- ۵۳ جمعیت
- ۵۵ تولید ناخالص داخلی
- ۵۵ شاخصهای مهم اقتصادی
- ۵۶ نرخ تورم
- ۵۶ نرخ بیکاری
- ۵۷ دستمزد نیروی کار
- ۵۷ تراز حساب جاری
- ۵۷ میزان ذخایر ارزی
- ۵۸ شبکه‌های توزیع
- ۵۹ بازاریابی و تبلیغات
- ۵۹ راهکارهای بازاریابی و فروش
- ۶۰ نظام نرخ‌گذاری
- ۶۰ منابع طبیعی

فصل چهارم: زیرساختها

- ۶۳ حمل و نقل
- ۶۳ حمل و نقل جاده‌ای
- ۶۴ دریایی
- ۶۵ ریلی
- ۶۵ هوایی
- ۶۶ نظام بانکی
- ۶۷ نظام بیمه‌ای
- ۶۷ زیرساختهای ارتباطی

بخش دوم: تجارت خارجی

فصل پنجم: اطلاعات کلی

- ۷۳ تراز تجاری
- ۷۴ صادرات
- ۷۹ واردات
- ۸۵ کشورهای صادرکننده
- ۹۵ سرمایه‌گذاری خارجی

فصل ششم: مبادلات بازرگانی با ایران

- ۱۰۰ تراز تجاری
- ۱۰۱ واردات پاکستان از ایران
- ۱۰۶ آهن و فولاد
- ۱۰۶ مواد شیمیایی ارگانیک
- ۱۰۶ سنگهای معدنی فلزی
- ۱۰۷ تحلیل صادرات پلاستیک و محصولات پلاستیکی
- ۱۰۷ میوه تازه و خشک
- ۱۰۷ صادرات پاکستان به ایران
- ۱۱۱ موافقت‌نامه‌ها و تفاهم‌نامه‌های موجود
- ۱۱۱ سازمان همکاری اقتصادی
- ۱۱۲ موافقت‌نامه تجارت ترجیحی ایران و پاکستان
- ۱۱۴ احداث خط لوله گاز ایران-پاکستان- هند
- ۱۱۵ فعالیتهای نمایشگاهی و هیأت‌های تجاری
- ۱۱۶ زیرساخت‌های موجود بین دو کشور
- ۱۱۷ حمل و نقل

- ۱۱۸ روابط بانکی
- ۱۱۸ پتانسیلهای موجود**
- ۱۱۹ همسایگی، مرز مشترک و نزدیکی فرهنگی
- ۱۱۹ موقعیت راهبردی و جغرافیایی دو کشور
- ۱۱۹ ظرفیتهای صادراتی بخش کشاورزی و صنایع غذایی ایران به پاکستان
- ۱۲۰ ظرفیتهای صادراتی بخش صنعت و معدن ایران به پاکستان
- ۱۲۱ ظرفیتهای همکاری ایران در بخش انرژی با پاکستان
- ۱۲۱ ظرفیتهای گردشگری ایران برای اتباع پاکستان
- ۱۲۱ ظرفیتهای صادراتی ایران در زمینه‌های خدمات فنی - مهندسی
- ۱۲۳ تحلیل موقعیت**
- ۱۲۳ نقاط قوت رقبا
- ۱۲۴ روشهای رقبا برای بازاریابی در این کشور
- ۱۲۷ ارزیابی محیط بازاریابی بازار پاکستان
- ۱۲۷ راهبرد پیشنهادی بازاریابی کالاهای ایرانی در بازار پاکستان
- ۱۲۸ نتیجه‌گیری و پیشنهادات**
- ۱۲۸ راهکارهای اجرایی در بخش زیرساختها
- ۱۲۹ راهاندازی خطوط حمل و نقل زمینی، هوایی و دریایی
- ۱۲۹ فعال شدن و اجرایی شدن موافقت‌نامه‌های تجاری و سرمایه‌گذاری
- ۱۳۰ سرعت در اجرایی شدن موافقت‌نامه‌های گمرکی
- ۱۳۰ راهکارهای اجرایی در زمینه روابط دوجانبه
- ۱۳۱ راهکارهای اجرایی در بخش بازاریابی
- ۱۳۲ انجام تحقیقات بازار
- ۱۳۲ برگزاری همایش و کنفرانس و اعزام هیأت تجاری
- ۱۳۲ توسعه گردشگری
- ۱۳۳ کاهش تعرفه‌ها
- ۱۳۳ بازاریابی گسترده
- ۱۳۳ تسهیل مقررات صادراتی
- ۱۳۳ تنوع تولید کالا و افزایش کیفیت
- ۱۳۳ کاهش هزینه‌های مالی و اداری و تجاری

۱۳۴ نظام قیمت گذاری صحیح

بخش سوم: پیوستها

۱۳۷ سفارت خانه و کنسولگریهای جمهوری اسلامی ایران در پاکستان

۱۳۸ نام و مشخصات بیمارستانهای جمهوری اسلامی پاکستان

۱۳۹ وب سایتهای رسمی مراکز دولتی جمهوری اسلامی پاکستان

۱۴۱ فهرست برخی از هتل های جمهوری اسلامی پاکستان

۱۴۳ فهرست کمپانیها و شرکتهای مهم تجاری پاکستان

۱۴۸ چند شرکت و موسسه مهم صنعتی و بازرگانی در پاکستان

۱۵۰ شرکتهای ماشین کرایه ای جمهوری اسلامی پاکستان

۱۵۰ فهرست چند نشریه مهم در جمهوری اسلامی پاکستان

۱۵۱ فهرست برخی از بندرگاههای مهم در جمهوری اسلامی پاکستان

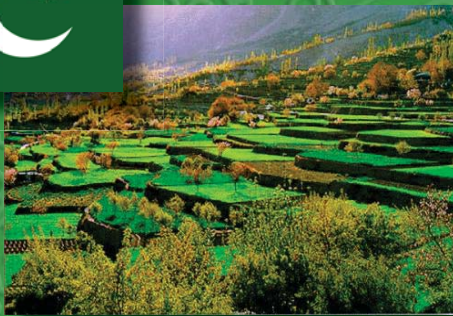
۱۵۱ فهرست چند شرکت مهم باربری و کشتیرانی پاکستان

۱۵۱ فهرست برخی از شرکتهای بیمه در جمهوری اسلامی پاکستان

۱۵۷ منابع و مأخذ



بخش اول کلیات







اطلاعات پایه



◆ نام کشور

جمهوری اسلامی پاکستان^۱

◆ موقعیت جغرافیایی

پاکستان در منطقه آسیای جنوب غربی واقع شده است.

این کشور بخشی از شبه جزیره هندوستان می باشد که در ۱۴ آگوست سال ۱۹۴۷ از هند جدا شده و استقلال یافت.



در حد فاصل فلات بلوچستان و کوه های سلیمان در غرب و صحرای شرق، رودخانه ای با نام ایندوس جاری است. آب و هوای پاکستان، گرم و خشک، با میانگین دمای ۲۷ درجه سانتی گراد و میانگین بارش ۹۰ سانتی متر است. بارندگی در اطراف کوه های شمالی پاکستان بیشتر است. بیش از ۵۰ درصد جمعیت پاکستان کشاورز بوده و در اطراف رودها، به زراعت مشغولند.

محصولات مهم کشاورزی این کشور عبارتند از: گندم، کتان، ذرت، برنج و نیشکر و ذخایر معدنی آن شامل ذغال سنگ و مس بوده و صنایع عمده

1. Islamic Republic Of Pakistan

پاکستان، صنایع غذایی و فلزی می‌باشد.

این کشور به سه منطقه جغرافیایی اصلی تقسیم می‌شود که عبارت‌اند از:

❖ ارتفاعات شمالی

سه سلسله جبال بزرگ جهان یعنی هیمالیا، قراقرم و هندوکش در مناطق شمالی پاکستان با هم تلاقی می‌کنند. تقریباً کلیه مناطق شمالی و شمال غربی این کشور از کوه‌های مرتفع پوشیده شده است و این کوه‌ها غالباً مشخص کننده مرزهای بین‌المللی بین پاکستان، چین و افغانستان هستند.



بزرگ‌ترین قله پاکستان که دومین قله مرتفع جهان نیز هست، گدو (۸۴۰۰ متر) نام دارد و در سلسله جبال قراقرم واقع است. دومین قله مرتفع پاکستان، به نام نانگا پربت (۷۸۰۰ متر) در کوه‌های هیمالیا قرار دارد.

❖ جلگه رود سند

جلگه رود سند ایالت‌های پنجاب و سند را شامل می‌شود و از حاصلخیزترین نواحی کشاورزی این کشور است. در غرب جلگه سند کویرهای تهل و تهر (یا کویر بزرگ هند) قرار دارند.

❖ فلات بلوچستان

فلات بلوچستان منطقه هموار و غیر قابل زراعتی به وسعت ۳۴۹,۶۵۰ کیلومتر مربع می‌باشد که کوه‌های مکران و سلیمان در آن قرار دارند.



مهم‌ترین رود پاکستان رود سند است، با طولی معادل ۲۹۰۰ کیلومتر، که یکی از بزرگ‌ترین رودهای جهان می‌باشد. این رود که از برف کوه‌های هیمالیا سرچشمه می‌گیرد، مسیر خود را از تبت آغاز کرده، از منطقه مورد



اختلاف کشمیر گذشته و پس از عبور از پاکستان در نزدیکی دهانه خلیج فارس به دریای عرب می‌ریزد. این رود حیات‌بخش، بزرگ‌ترین منبع طبیعی مردم پاکستان به شمار می‌آید. ۱۶۰۹ کیلومتر از کل طول این رود در پاکستان جریان دارد. انشعابهای عمده این رود عبارت‌اند از: رودهای شیگار، شیوگ، هنزا، گیلگیت، اشکومان، یاسین، کابل و گومل در جنوب ایالت سرحد شمال غربی و پنجند (به معنای پنج رود) در شمال غربی. پنجند از به هم پیوستن رودهای جهلوم یا جهلم، چناب، راوی، بیاس و ستلج تشکیل گردیده است.

به دلیل این که سرچشمه هر پنج رود درهند است و همه - جز یک رود- به سوی جنوب به پاکستان می‌ریزد، اختلاف بر سر تقسیم آب در روابط هند و پاکستان تا زمان پیدایش کانالهای مشترک، تحت عنوان طرح بین‌المللی آبهای سند وجود داشت. بنابر معاهده ۱۹۶۰ آب رودهای سند، جهلم و چناب به پاکستان اختصاص یافت.

مهم‌ترین رود بلوچستان ژوپ است و معروف‌ترین دریاچه پاکستان سیف الملوک واقع در خاقان است.



◆ مساحت

مساحت این کشور ۸۰۳,۹۴۰ کیلومتر مربع می‌باشد که از این مقدار ۷۷۸,۷۲۰ کیلومتر مربع زمین و ۲۵,۲۲۰ کیلومتر مربع آن آبهای سطحی می‌باشد.

◆ همسایگان

پاکستان از شمال با کشور افغانستان و چین و از غرب با هند، از شرق با ایران و افغانستان و از جنوب با دریای عرب مجاور می‌باشد. مرز مشترک این کشور با ایران ۸۹۱ کیلومتر، با افغانستان ۲,۴۶۶ کیلومتر، با چین ۵۲۳ کیلومتر و با هند ۲,۰۲۸ کیلومتر می‌باشد. این کشور ۸۴۱ کیلومتر نیز مرز ساحلی دارد.

◆ جمعیت



جمعیت این کشور بر اساس آمار تخمینی در سال ۲۰۰۷ بیش از ۱۶۴ میلیون نفر می‌باشد. رشد سالانه جمعیت در این کشور ۱/۸۳ درصد می‌باشد.

◆ شهرهای مهم

شهرهای مهم پاکستان عبارت‌اند از: اسلام آباد، کراچی، لاهور، راولپندی، پشاور و کوئته.

شهر اسلام آباد در اکتبر ۱۹۵۹ (به جای کراچی) به عنوان پایتخت جدید پاکستان انتخاب شد. تمامی ساختمانهای اصلی دولت در این شهر قرار دارد. شهر لاهور مرکز استان پنجاب و مرکز دانش و فرهنگ اسلامی است. راولپندی یا پندی بر خلاف اسلام آباد شهری بسیار پرجمعیت است. در این شهر پادگانها و تأسیسات نظامی متعددی به چشم می‌خورد. هنوز هم قسمت اعظم ستادهای ارتش در آنجا قرار دارد.

کراچی به عنوان تنها شهر بندری پاکستان غربی و نیز نخستین پایتخت، پس از استقلال پاکستان به یکباره به شهری با جمعیت بیش از یک میلیون نفر تبدیل شد. کراچی تنها بندر ورود ماشین‌افزار، آهن و فولاد و ابزارهای مختلف لازم برای توسعه و مدرنیزه کردن سراسر پاکستان می‌باشد.

کراچی دارای یک فرودگاه بین‌المللی به نام قائد اعظم نیز هست. هم اکنون جمعیت کراچی بیش از ۱۲ میلیون نفر تخمین زده می‌شود.

پشاور مرکز استان سرحد شمال غرب می‌باشد. گذرگاه خیبر و سد بزرگ ورسک - مهمترین سازه سلسله طرحهای هیدروالکتریک پاکستان - در کنار این شهر قرار دارد.

کوئته مرکز استان بلوچستان است. اطراف این شهر منطقه حاصلخیزی است. هر چند بلوچستان کمترین جمعیت را نسبت به استانهای دیگر پاکستان دارا است، بزرگترین استان در این منطقه به شمار می‌آید.



♦ واحد پول

واحد پول این کشور روپیه پاکستان برابر ۱۰۰ پیسه می باشد.

جدول ۱: نرخ تبدیل روپیه به پول برخی از کشورها در ماه اکتبر سال ۲۰۰۸

فروش (روپیه)	خرید (روپیه)	نوع ارز
۸۳/۵۰	۸۲/۵۰	دلار آمریکا
۱۱۱	۱۱۰	یورو
۲۱/۸۳	۲۱/۶۳	ریال سعودی

♦ تفاوت زمان با ایران

ساعت رسمی کشور پاکستان +۵ ساعت GMT (متوسط زمان گرینویچ) می باشد و با کشور ایران از لحاظ زمانی یک ساعت و نیم به جلو اختلاف دارد.



فصل اول

محیط سیاسی و قانونی

در این فصل محیط سیاسی و قانونی کشور پاکستان و عوامل مؤثر بر این محیط را بررسی خواهیم کرد. در ابتدا کلیاتی از وضعیت سیاسی و ارکان حکومتی این کشور را بیان کرده و سپس مهم‌ترین قوانین بر این کشور که مرتبط با حوزه بازرگانی خارجی هستند را تشریح خواهیم کرد.

۱. محیط سیاسی

در این قسمت، محیط سیاسی حاکم بر کشور پاکستان را بررسی می‌نماییم. برای این منظور نخست تاریخچه‌ای از حکومت این کشور را بیان کرده و سپس ارکان سیاسی پاکستان را معرفی می‌کنیم.

۱-۱. تاریخچه

کشور پاکستان که اکثر شهروندان آن مسلمان هستند، منطقه‌ای را تحت پوشش قرار می‌دهد که زمانی محل سکونت اقوام بدوی و مرکز دو مذهب عمده جهان هندو و بودیسم بوده است. کشوری که اکنون به نام پاکستان شناخته می‌شود، در سال ۱۹۴۷ پس از جدایی از شبه قاره هند موجودیت یافت و پیوسته با چالشهای سیاسی و مناقشات منطقه‌ای فراوانی روبه‌رو بوده است.

پاکستان در پی خواسته مسلمانان هند برای داشتن کشوری مستقل به وجود آمد و در اصل از دو بخش تشکیل می‌شد. در بخش شرقی آن کشور کنونی بنگلادش واقع در خلیج بنگال در نوار مرزی هند و برمه قرار داشت و بخش غربی آن را پاکستان کنونی تشکیل می‌داد که منطقه وسیعی از کوه‌های هیمالیا تا ساحل دریای عربی را در برمی‌گیرد.

مدت کوتاهی پس از کسب استقلال، جنگ میان پاکستان و هند بر سر منطقه کشمیر آغاز شد. در سال ۱۹۶۵ نیز بار دیگر بر سر این منطقه میان دو کشور برخوردهایی بروز کرد.

خط آتش بس در سال ۱۹۴۸ توسط سازمان ملل متحد میان هند و پاکستان تعیین گردید. این خط از گذرگاه قراقرم (در کوه‌های قراقرم در شمال شرقی کشمیر) تا ۱۲ کیلومتری شمال شرقی لاهور ادامه دارد و طول آن ۷۷۲ کیلومتر می‌باشد. ادامه مرز این کشور با هندوستان (۱۲۸۷ کیلومتر) به خط رادکلیف اوارد موسوم است و شامل یک قسمت ۴۰۵ کیلومتری است که توسط کمیسیون دآوری سازمان ملل متحد برای حل اختلاف مرزی هند و پاکستان غربی در (دریاچه نمک) ران آو کوچ در شمال غرب گجرات تعیین گردیده است.

در سال ۱۹۷۱ اکثریت بنگالی زبان بخش شرقی به کمک هند کشور جداگانه‌ای برای خود تشکیل دادند که بنگلادش امروزی است.

در دهه ۱۹۸۰ برای مبارزه با نیروهای اتحاد جماهیر شوروی سابق در افغانستان، پاکستان کمک‌های خارجی زیادی دریافت کرد. اما با پایان دوران جنگ سرد از میزان این کمک‌ها کاسته شد. پاکستان در حال حاضر از بسیاری پناهندگان افغان در خاک خود نگهداری می‌کند. در اکتبر سال ۱۹۹۹ پس از آن که حکومت غیر نظامی، محبوبیت خود را در میان مردم به شدت از دست داد، در پی یک کودتا بار دیگر نظامیان قدرت را به دست گرفتند. ژنرال پرویز مشرف که رهبری کودتا را برعهده داشت، قول داد که اقتصاد کشورش را احیا کند. اما با چالش‌های اقتصادی و مشکل برقراری نظم و قانون روبه‌رو بود، به‌ویژه در استان جنوبی سند که دستخوش آشوب‌های فرقه‌ای و قومی بود.

کشمیر نیز از مسائلی است که میان پاکستان و هند تنش به وجود آورده است و همچنین باعث بروز نگرانی در جامعه بین‌المللی از بابت رقابت تسلیحاتی در منطقه شده است، زیرا هر دو کشور پاکستان و هند دارای توانایی هسته‌ای هستند.

این کشور قبل از استقلال در حوزه نفوذ انگلیس قرار داشت. به علت خطر کمونیسم شوروی و مجاورت آن در کنار ایران پس از استقلال نیز در حوزه نفوذ غرب باقی ماند و با دیگر کشورهای منطقه که در بلوک غرب قرار داشتند، پیمانهای نظامی را برای جلوگیری از خطر مذکور منعقد نمود.

شرکت پاکستان در پیمانهای نظامی سیتو و سنتو نشانگر اهمیت راهبردی این کشور می‌باشد. پس از تهاجم شوروی به افغانستان اهمیت راهبردی پاکستان و نقش این کشور در تحولات آتی منطقه فزونی یافت. پاکستان به صورت آخرین دژ دفاعی غرب در برابر پیشروی شوروی به سمت جنوب درآمد و می‌بایست در برابر فشار هند، افغانستان و شوروی مقاومت نماید. دشمنی دیرینه هند و پاکستان از یک طرف و افغانستان و پاکستان از طرف دیگر بر حساسیت موقعیت پاکستان افزود. از این جهت از سال ۱۹۸۰ به بعد احیای اقتصاد و بنیه نظامی پاکستان مورد توجه کشورهای غربی قرار گرفت و بر ضرورت حیاتی تقویت این کشور در منطقه تأکید شد. پس از خروج نیروهای شوروی از افغانستان و به دنبال آن اضمحلال اتحاد جماهیر شوروی، پاکستان اهمیت راهبردی خود را برای غرب از دست داد و به دنبال آن کمکهای مالی و تسلیحاتی سالانه آمریکا به تعویق افتاد.

از این جهت این کشور در صدد برآمد که از موقعیت جغرافیایی خود استفاده نموده و راه‌های جدیدی برای تحکیم موقعیت و اهمیت خود در منطقه بیابد. از این رو روابط دیرینه خود را با چین بیش از پیش گسترش داد و از طرف دیگر سعی نمود پس از فروپاشی شوروی از موقعیت جغرافیایی خود به عنوان راه دستیابی کشورهای تازه استقلال یافته آسیای مرکزی به دریای آزاد استفاده نماید. از طرف دیگر در جهت ثبات و امنیت در افغانستان اقداماتی انجام داد تا راه دستیابی کشورهای آسیای مرکزی به پاکستان و دریای آزاد امن گردد. همچنین با استفاده از نزدیکی جغرافیایی به کشورهای حاشیه خلیج فارس همکاریهای خود را در جهت جلب و جذب سرمایه این کشورهای نفت‌خیز گسترش داد.

موقعیت پاکستان از جنوب محدود به دریای عرب است و نزدیک به تنگه راهبردی هرمز است، از این جهت موقعیت پاکستان در منطقه اقیانوس هند نیز از اهمیت قابل ملاحظه‌ای برخوردار است.

پاکستان در قسمت شمال شرقی بخشی از اراضی کشمیر را که اکثریت وسیعی از جمعیت آن مسلمان هستند، تحت کنترل خود دارد. از ابتدای جدایی پاکستان در سال ۱۹۴۷ از شبه قاره هند و تأسیس این کشور، حاکمیت بر کشمیر مورد اختلاف دو کشور هند و پاکستان بوده است. این اختلاف موجب ایجاد جنگی در همان ابتدا میان دو کشور گردید و بخشی از کشمیر به نام (کشمیر آزاد) واگذار گردید. کشمیر آزاد ۱۱۶۳۹ کیلومتر وسعت دارد و مرکزش مظفرآباد است.

۲-۱. نوع و ارکان اصلی حکومت

سیستم حکومتی پاکستان فدرال می‌باشد و از چهار ایالت تشکیل شده است که هر کدام در امور داخلی خود مستقل بوده و در امور دفاعی و امور خارجه تابع حکومت مرکزی هستند. قوه مقننه از دو مجلس ملی و سنا تشکیل شده است و در هر ایالت نیز یک مجلس ایالتی وجود دارد. رئیس جمهور در رأس قوه مجریه قرار گرفته است و نخست وزیر از طرف احزاب اکثریت مجلس مشخص می‌شود. قوه قضائیه مستقل می‌باشد و در رأس آن شورای عالی قضایی قرار دارد. از آنجا که در اکثر سالهای تاریخ پاکستان، نظامیان بر این کشور حاکم بوده‌اند، در واقع قدرت این کشور در رئیس ستاد ارتش، رئیس جمهور و نخست وزیر متمرکز است، که سه محور اصلی قدرت می‌باشند. بر طبق قانون اساسی، سیستم پارلمانی بر این کشور حاکم است.

۱-۲-۱. قوه مقننه

بنابر قانون اساسی سال ۱۹۷۳ پارلمان فدرال این کشور از دو مجلس قانون گذاری تشکیل یافته است:

الف) مجلس ملی: دارای ۲۱۷ کرسی نمایندگی است. نمایندگان مجلس ملی به‌طور مستقیم و بر اساس آرای تمامی کسانی که به سن قانونی رسیده باشند، انتخاب می‌شوند. دوره نمایندگی مجلس ملی پنج سال است و این مجلس بایستی دست کم دو بار در سال که هر بار آن از ۱۳۰ روز کاری کمتر نباشد، تشکیل جلسه دهد.

ب) مجلس سنا: تعداد اعضای این مجلس نیز ۸۷ نفر است. نمایندگان سنا برای مدت شش سال برگزیده می‌شوند و هر دو سال یک سوم آنها بازنشسته می‌شوند. نقش سنا در بیشتر موضوعها صرفاً مشورتی است و در صورت عدم موافقت با وضع قانون فقط یک بار حق دارد دوباره آن را به مجلس ملی برگرداند. در صورت اختلاف درباره سایر موضوعها، مجلس ملی و سنا نشست مشترکی تشکیل می‌دهند تا در مورد مسئله با حضور اکثریت تصمیم بگیرند. پاکستان در تمامی طول تاریخ خود، تا سال ۱۹۹۳ تنها شش بار (پس از ۱۹۷۰) شاهد برگزاری انتخابات مستقیم بوده است. همه شهروندان بالای ۲۱ ساله پاکستانی از حق رأی دادن برخوردار هستند.

یک لایحه، به وسیله رئیس جمهور تصویب می‌شود، وی ممکن است با ارائه پیشنهادی

اصلاحی، لایحه را به مجلس بازگرداند. در سال ۱۹۸۲ یک کمیته مشورتی تحت نام «مجلس شورا» تشکیل شد، تا نظریات مشورتی خود را درباره سیر تدریجی به سوی نوعی دموکراسی اسلامی، مسائل قانونی، امور مربوط به برنامه‌های اقتصادی پنج ساله و نیز بودجه ملی و نظایر آن، در اختیار حکومت بگذارد.

هر ایالت دارای یک مجلس مقننه می‌باشد که اعضای آن به‌طور مستقیم از طرف ساکنین آن ایالت انتخاب خواهند شد. هر مجلس دارای یک رئیس و یک نایب رئیس است. استاندار می‌تواند با توصیه رئیس الوزراء محلی (سر وزیر)، مجلس استانی را منحل نماید. سن داوطلبان مجلس ایالتی نیز نباید کمتر از ۲۵ سال باشد.

۱-۲-۲. قوه مجریه

طبق قانون اساسی پاکستان، رهبر اسلامی پاکستان رئیس جمهوری خواهد بود. وی قدرت برکناری نخست‌وزیر و انحلال کابینه را دارد. نامزد ریاست جمهوری پاکستان باید دارای شرایط زیر باشد:

- ❖ **مسلمان باشد.**
- ❖ **کمتر از ۴۵ سال سن نداشته باشد.**
- ❖ **دارای تابعیت پاکستان باشد.**
- ❖ **نامش در فهرست رأی دهندگان به ثبت رسیده باشد.**
- ❖ **دادگاه او را مریض روانی اعلام نکرده باشد.**

انتخاب رئیس جمهور در جلسه مشترک سنا و مجلس ملی انجام خواهد گرفت. رئیس جمهور هیچ مقام تحت نظردولت را تصاحب نخواهد کرد. علاوه بر این اجازه نامزد شدن در انتخابات هیچ یک از مجالس را نخواهد داشت و اگر عضو مجلس باشد، پس از انتخاب، کرسی او در مجلس خالی خواهد ماند. از نظر قانون اساسی، مدت ریاست جمهوری پاکستان پنج سال می‌باشد که از روز مراسم سوگند آغاز می‌شود. هیچ رئیس جمهوری نمی‌تواند بیش از دو دوره پشت سرهم انتخاب شود. اگر رئیس جمهوری بخواهد از سمت خود استعفا دهد، می‌تواند استعفای خود را به رئیس مجلس ارائه کند و پس از خالی شدن سمت ریاست جمهوری، ظرف ۳۰ روز رئیس جدید انتخاب خواهد شد.



در حال حاضر آصف علی زرداری، همسر بی نظیر بوتو^۲ نخست‌وزیر فقید پاکستان ریاست جمهوری پاکستان را برعهده دارد. وی پس از ترور بی‌نظیر بوتو و کناره‌گیری پرویز مشرف، قدرت را در پاکستان به دست گرفت و دولت ائتلافی فعلی را تشکیل داد.

نخست‌وزیر و وزیر کابینه فدرال در مقابل مجلس ملی مسئولیت دسته‌جمعی دارند و در صورت رأی عدم اعتماد علیه نخست‌وزیر، از طرف مجلس ملی نخست‌وزیر و کلیه وزرا برکنار شده تلقی می‌گردند.

پاکستان به چهار ایالت، یک ناحیه مرکزی اسلام‌آباد و نواحی قبیله‌ای که به طور منطقه‌ای و تحت نظارت حکومت فدرال اداره می‌شوند، تقسیم شده است.

ایالت‌های چهارگانه از نظر اداره امور داخلی مستقل هستند، در حالی که فرماندار هر ایالت توسط رئیس‌جمهور منصوب می‌گردد. وی موظف است طبق دستور و راهنمایی سر وزیر ایالت انجام وظیفه نماید. وزیر اعلیٰ یا سر وزیر هر کدام از این ایالات که در حکم نخست‌وزیر داخلی آن ایالت به حساب می‌آید، توسط مجلس ایالتی همان ایالت انتخاب می‌شود.

قدرت اجرایی در ایالت به نام استاندار و به وسیله دولت ایالتی مرکب از سر وزیر و وزرای کابینه ایالتی اعمال می‌گردد. مجلس ایالتی پس از انتخاب رئیس و نایب رئیس خود باید بلافاصله اقدام به انتخاب سر وزیر نماید. هر کدام از ایالات، خود به بخشهایی که توسط کمیسرها (فرمانداران) اداره می‌شوند و خود بخشها نیز هر کدام به نواحی‌ای که توسط کمیسرها (بخشدارها) اداره می‌شوند، تقسیم شده‌اند. ایالت پنجاب به پنج بخش، ایالت سرحد شمال غربی و سند و بلوچستان هر کدام به سه بخش تقسیم شده‌اند.

آخرین لایه‌های تقسیمات کشوری پاکستان را تحصیلها و تلوک‌ها (تعلقه‌ها) تشکیل می‌دهند، که حوزه‌های مالیاتی و احتساب عواید به حساب می‌آیند.

مشارکت مردم در حکومت ایالتی از طریق شرکت در شوراهای متحد در روستاها، شوراهای شهرها، شوراهای تحصیل، شوراهای ناحیه‌ای، شوراهای بخشها و بالاخره کمیته‌های شهری

1. ASIF ALI ZARDARI

2. BENAZIR BHUTTO

(یا شهرداری) صورت می‌پذیرد.

در این کشور ۱۲ ناحیه قبیله‌ای که به صورت ایالتی اداره می‌شوند و ۱۰ ناحیه دیگر، که به صورت فدرال اداره می‌شوند، وجود دارد که به «کارگزاریه‌های قبیله‌ای» موسوم بوده و هر کدام تحت نظر یک مباشر یا کارگزار سیاسی اداره می‌شوند. نواحی قبیله نشین مزبور، بخصوص در حوزه اداره امور قضایی خود از مراتب مختلفی از استقلال داخلی برخوردارند.

آن قسمت از سرزمینهای جامو و کشمیر موسوم به «کشمیر آزاد» که تحت کنترل و حمایت پاکستان قرار دارد (با ۱۱۶۳۹ کیلومتر مربع مساحت و بیش از دو میلیون نفر جمعیت)، از چهار ناحیه اداری کوتی، میرپور، مظفرآباد و پونچ تشکیل شده و شهر مظفرآباد، مرکز آن است. «کشمیر آزاد» رئیس‌جمهور و نخست وزیر خاص خود را دارد. ارتباط کشمیر آزاد با پاکستان از طریق «شورای جامو و کشمیر آزاد» برقرار می‌شود، که اعضای آن عبارت‌اند از: رئیس‌جمهور پاکستان (رئیس شورا)، رئیس‌جمهور کشمیر آزاد (معاون رئیس)، پنج عضو انتخابی از سوی رئیس مجلس قانون‌گذاری کشمیر آزاد و بالاخره وزیر امور کشمیر و نواحی شمالی از کابینه پاکستان.

۱-۲-۳. قوه قضائیه

نظام حقوقی این کشور به‌طور کلی بر حقوق عرفی انگلیس مبتنی است. قوه قضائیه مرکزی از دیوان عالی پاکستان، چهار محکمه عالی ایالتی (هر کدام برای یک ایالت)، دادگاه‌های بخش و بدوی در سطح بخشها و محاکم صلح در سطح روستاها تشکیل یافته است. دیوان عالی مرجع اصلی استیناف و صدور رأی نهایی و نیز مرجع ذی‌صلاح برای قضاوت و صدور رأی در دعاوی مابین حکومت فدرال و حکومت‌های ایالتی یا میان خود حکومت‌های ایالتی به حساب می‌آید.



قاضی‌القضات توسط رئیس‌جمهور و سایر قضات دادگاه عالی مرکزی پس از مشورت با قاضی‌القضات قبلی تعیین می‌شود. قضات دادگاه‌های عالی ایالت نیز توسط رئیس‌جمهور و پس از مشورت با قاضی‌القضات دادگاه عالی مرکزی و استانداران ایالت تعیین می‌شوند.

«شورای عالی قضایی» کشور، به عنوان حافظ استقلال و تمامیت قوه قضائیه، حق دارد قضات را توبیخ و تأدیب کند یا به طور کلی نظام قضایی کشور را مورد اخطار و تذکر قرار دهد. شورای مزبور مرکب است از: قاضی القضاة، دو تن از قضات ارشد دیوان عالی کشور و قضات اعظم محاکم عالی ایالتی. محکومین قوه قضائیه در زندانهای دولتی نگهداری می‌شوند.

۱-۳. افراد و گروه‌های بانفوذ

به دلیل شرایط خاص جغرافیایی و منطقه‌ای پاکستان، اوضاع سیاسی این کشور طی سه دهه اخیر دستخوش نوسانات فراوان بوده است. این وضعیت متغیر سیاسی سبب شده است که نیروهای نظامی همواره نقش بسیار مؤثری در فضای سیاسی و به تبع آن روابط کاری اقتصادی و تجاری ایفا نمایند. روابط احزاب مختلفی طی سالهای اخیر، در پاکستان شکل گرفته‌اند که هر یک در برهه‌ای از زمان نقش مؤثری در عملکردهای اقتصادی و تجاری ایفا نموده‌اند. این وضعیت کمابیش همچنان ادامه دارد.

تنویر احمد شیخ، رئیس فدراسیون اتاقهای بازرگانی و صنعت پاکستان، افتخار علی مالک، رئیس اتحادیه تجار پاکستان، زبیر طفیل رئیس منطقه‌ای فدراسیون بازرگانی در لاهور، از دیگر نقش آفرینان عرصه تجارت پاکستان می‌باشند.

۱-۴. وضعیت ریسک سیاسی

بر اساس ارزیابی مؤسسه PRS کشور پاکستان در رده کشورهای «با ریسک بسیار بالا» قرار دارد. طبق گزارش صندوق ضمانت صادرات ایران، این کشور در طبقه‌بندی ریسک، رتبه شش را دارا می‌باشد و سقف اعتبارات کوتاه‌مدت (زیر دو سال) برای این کشور معادل ۴۰ میلیون دلار و برای اعتبارات میان‌مدت و بلندمدت (بالای دو سال) معادل ۸۰ میلیون دلار است.

۲. محیط قانونی

بعد از بررسی وضعیت سیاسی کشور پاکستان، نوبت آن است که با زیرساختهای قانونی این کشور آشنا شویم. در این قسمت آن دسته از قوانین را که برای برقراری ارتباطات و مناسبات تجاری و بازرگانی ضروری هستند، به طور خلاصه معرفی می‌کنیم. اطلاعات ارائه

شده در این قسمت، نشانگر پتانسیلهای کلی موجود در قوانین پاکستان برای برقراری روابط تجاری می‌باشد و بدیهی است که در مرحله عمل، بایستی به طور مستقیم به متن این قوانین مراجعه و با جزئی‌نگری بیشتری سنجیده شوند. در انتها با مراحل راه‌اندازی یک کسب و کار در پاکستان آشنا می‌شویم.

۱-۲. قانون مالکیت فکری

قانون مالکیت فکری در محدوده پاکستان، پس از استقلال تابع قوانین قبلی سال ۱۹۱۱ دولت انگلستان بوده است. قسمتی از قوانین در سال ۱۹۶۲ اصلاح شد و با توجه به عضویت پاکستان در سازمان تجارت جهانی، بخشی از این قوانین در سال ۲۰۰۰ بازنویسی شده است. با وجود قوانین مصوب، در زمینه حقوق مالکیت فکری، این کشور مسیر طولانی را در پیش دارد. وضعیت فعلی مناسب نیست. این کشور قصد دارد با تأسیس سازمان حقوق مالکیت فکری^۱ که مراحل تصویب آن سپری شده است، گامهای مؤثری در ایجاد فضای مناسب برای اجرای الزامات مربوط به حقوق مالکیت فکری - که نقش مهمی در جذب سرمایه‌گذاری خارجی دارد - بردارد. این قانون شامل موارد زیر است:

۱-۱-۲. علائم تجاری^۲

قانون علائم تجاری در پاکستان از سال ۲۰۰۰ اجرا می‌شود. حروف، اسامی، طرحها یا سایر نمادهای متمایز کننده، تحت حمایت قانون علائم تجاری قرار می‌گیرند. نقض قانون علائم تجاری بین یک تا شش ماه زندان داشته و افرادی که قانون مذکور را نقض کنند، تحت تعقیب قانونی قرار می‌گیرند.

۲-۱-۲. حق انحصاری اختراع^۳

قانون جدید حق انحصاری اختراع نیز از سال ۱۹۶۲ وجود داشته است، اما از سال ۲۰۰۰، بازنویسی و اجرا شده و شامل اختراع، تولید محصول جدید و بهبود و اصلاح محصولات می‌شود. این قانون تا ۲۰ سال بعد از ثبت اختراع اعتبار داشته و پس از آن تابع قوانین جدید خواهد بود.

1. PIPRO

2. Trade Marks

3. Patent

۲-۱-۳. حق التألیف^۱

قانون حق التألیف در سال ۱۹۶۲ بازنگری شده است. این قانون، حمایت از آثار هنری شامل: ادبیات، موسیقی، فیلم و نمایش نامه و عکس و غیره را تضمین کرده و مجازات نقض کنندگان این قانون، تا سه سال زندان و پرداخت یک صد هزار روپیه می‌باشد.

۲-۲. قوانین سرمایه‌گذاری و مالکیت افراد خارجی

سرمایه‌گذاری خارجی در پاکستان از سال ۱۹۵۴ مورد تشویق و حمایت قرار گرفته است. بر اساس قانون، سرمایه‌گذاری خارجی در پاکستان مربوط به فعالیتهای صنعتی شامل تولید، توزیع و فراوری کالا می‌باشد. این قانون، رفتار مساوی بین سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی را برای محصولات و تولیدات مشخص شده در قانون، رعایت می‌کند. هر چند محدودیتهایی نیز وجود دارد. به طور مثال دولت فدرال، قدرت اجازه دادن یا ندادن به سرمایه‌گذاری و حتی قدرت تعطیل صنعت یا سرمایه‌گذاری را برای خود محفوظ نگه داشته بود. در سال ۱۹۹۲ قانون حمایت از اصلاحات اقتصادی امکان انتقال ارز به داخل و خارج از پاکستان را بدون هیچ محدودیتی فراهم نمود. این قانون مشوق خوبی برای سرمایه‌گذاری خارجی بود. علاوه بر آن بر اساس این قانون هیچ سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی توسط دولت به اجبار تعطیل نمی‌شد، هر چند در سال ۱۹۹۸ بعد از آزمایش هسته‌ای و واکنش‌های بین‌المللی به آن، دولت پاکستان خرید و فروش ارز برای سرمایه‌گذاران را محدود به منابع دولتی نمود، که نرخ آن کمتر از بازار آزاد می‌باشد.

برخی از ویژگیهای قانون سرمایه‌گذاری خارجی در پاکستان به شرح زیر است:

۲-۲-۱. بخش صنعت

سرمایه‌گذاری صنعتی در موارد زیر امکان‌پذیر است:

- ❖ در زمینه‌هایی که واحدهای مشابه آن در پاکستان وجود نداشته و به نظر دولت فدرال نیاز به ایجاد آن وجود داشته باشد.
- ❖ واحدهای موجود در حد کافی نباشد و شرایط اقتصادی و اجتماعی کشور به آن

نیاز داشته باشد.

پ) مربوط به موارد زیر باشد:

❖ منابع پاکستان

❖ اکتشاف، تجهیز و استفاده بهتر از منابع ملی

❖ در جهت تقویت موازنه پرداخت پاکستان باشد

❖ به توسعه اقتصادی پاکستان کمک کند

براساس قانون سرمایه‌گذاری خارجی، هر فرد حقیقی و حقوقی می‌تواند تا ۱۰۰ درصد مالکیت واحد صنعتی خود را داشته باشد. سرمایه‌گذاران بایستی سرمایه‌های خود را از طریق کانالهای رسمی (بانکهای قانونی) وارد پاکستان کنند. برای سرمایه‌گذاری در موارد زیر نیاز به مجوزهای دولتی وجود دارد:

❖ تسلیحات و مهمات

❖ مواد انفجاری

❖ مواد رادیو اکتیو

❖ ضرب سکه و اسناد امنیتی

❖ ایجاد کارخانه الکل‌سازی (غیر از الکل صنعتی) نیز ممنوع است

۲-۲-۲. خدمات

سرمایه‌گذاری در امور خدماتی به‌طور عمده شامل فعالیتهای عمرانی، حمل و نقل و ارتباطات بوده و تحت شرایط زیر انجام می‌شود:

❖ مقدار سرمایه‌گذاری نبایستی کمتر از ۵/۰ میلیون دلار آمریکا باشد.

❖ فرد حقیقی یا حقوقی خارجی می‌تواند تنها تا سقف ۶۰ درصد از سرمایه‌گذاری را داشته باشد و ۴۰ درصد سهم باقیمانده بایستی در اختیار افراد حقیقی و یا حقوقی با ملیت پاکستانی باشد. اما این قانون تا دو سال اعتبار داشته و سهم افراد پاکستانی بعد از این مدت می‌تواند به غیر واگذار شود. محدودیت در زمینه سود سرمایه‌گذاری برای افراد خارجی نیز وجود دارد، به این شکل که تنها ۶۰ درصد از سود می‌تواند از پاکستان خارج شود.

❖ سرمایه‌گذاری در زیرساختها نیز آزاد می‌باشد. زیرساختها شامل، توسعه مناطق صنعتی، ارتباطات، هتل و امکانات توریستی می‌باشد. بر طبق قانون، حداقل سرمایه‌گذاری برای افراد خارجی ۵/۰ میلیون دلار بوده و تا ۱۰۰ درصد مالکیت به آنان تعلق می‌گیرد.

❖ سرمایه‌گذاری در امور اجتماعی شامل ایجاد بیمارستانها، موسسات آموزشی و غیره نیز امکان‌پذیر می‌باشد. بر طبق قانون، حداقل سرمایه‌گذاری برای افراد خارجی ۵/۰ میلیون دلار بوده و تا ۱۰۰ درصد مالکیت به آنان تعلق می‌گیرد.

۲-۲-۳. بخش کشاورزی

این بخش شامل توسعه مزارع، احیای اراضی بایر، کشت و زرع، توسعه سیستمهای آبیاری، ایجاد جنگلها، دامداری و غیره می‌باشد. طبق قانون حداقل سرمایه‌گذاری برای افراد خارجی ۵/۰ میلیون دلار بوده و تا ۶۰ درصد مالکیت به آنان تعلق می‌گیرد و ۴۰ درصد سهم باقیمانده بایستی در اختیار افراد حقیقی و یا حقوقی با ملیت پاکستانی باشد. زمین برای کشاورزی از طریق اجاره طولانی مدت ۳۰ ساله (قابل تمدید تا ۲۰ سال بعد از آن) در اختیار سرمایه‌گذار خارجی قرار می‌گیرد. سرمایه‌گذار خارجی حق واگذاری این زمین به سرمایه‌گذار خارجی دیگر را بدون اجازه از دولت فدرال ندارد. محدودیتی در مقدار زمین واگذاری برای کشاورزی وجود ندارد.

۲-۳. قوانین گمرکی

پاکستان که از سال ۱۹۹۴ به عضویت سازمان تجارت جهانی درآمده بود، از سال ۱۹۹۸ به طور اساسی تعرفه کالاهای ورودی را کاهش داد. میزان این کاهش در سال ۲۰۰۲ به اوج رسید و دولت چهار گروه تعرفه شامل ۵، ۱۰، ۲۰ و ۲۵ درصد برای کالاهای مختلف در نظر گرفت. این میزان تعرفه، حتی کمتر از تعرفه‌های تعیین شده WTO است.

متوسط تعرفه اکنون نزدیک به ۱۵/۲ درصد است که کاهش عمده‌ای را نسبت به سال ۱۹۹۴ (۵۶ درصد) نشان می‌دهد. تعرفه برای اغلب کالاهای مصرفی ۲۵ درصد، برای کالاهای حد واسط ۱۰ درصد و برای مواد خام پنج درصد می‌باشد و به هیچ کالایی به منظور صادرات از پاکستان گمرک تعلق نمی‌گیرد.

محدودیتها برای صادرات و واردات در پاکستان به قرار زیر می‌باشد:

- ❖ دولت فدرال مجاز است که بر اساس قوانین مصوب و یا بر اساس بعضی شرایط استثنایی، ورود و خروج کالایی را محدود یا ممنوع نموده و یا مقررات جدیدی برای آن وضع نماید.
- ❖ دولت فدرال می تواند با چاپ اعلامیه در مجله یا روزنامه رسمی تحت شرایط و محدودیتهای خاص، که لازم می داند بر هر یک از کالاهای وارداتی یا صادراتی، همان گونه که در جدولهای تعرفه آمده، حداکثر به اندازه ارزش تصمیم گیری شده جهت تنظیم آن کالا عوارض وضع نماید (جدول شماره ۲).
- ❖ هیچ کالایی بدون مجوز صادر شده از سوی مقامات رسمی و طی کردن مراحل قانونی، اجازه صادرات و واردات ندارد.

جدول ۲: میانگین تعرفه گروه های کالایی پاکستان در سال ۲۰۰۶

نام گروه کالایی	میانگین تعرفه	نام گروه کالایی	میانگین تعرفه
فراورده های دامی	۱۴/۵	مواد معدنی و فلزات	۱۳/۶
فراورده های لبنیاتی	۲۵/۰	پتروشیمی	۱۴/۱
میوه و سبزیجات	۱۵/۴	مواد شیمیایی	۹/۸
قهوه و چای	۱۲/۱	کاغذ و چوب	۱۷/۳
حبوبات	۱۵/۸	نساجی	۱۶/۴
چربیها، روغنها و دانه های روغنی	۱۴/۸	پوشاک و البسه	۲۴/۸
شکر و شیرینی	۱۳/۳	چرم و کفش	۱۶/۳
توتون و تنباکو	۵۳/۳	ماشین آلات غیر الکتریکی	۹/۷
پنبه	۸/۰	ماشین آلات و وسایل الکتریکی	۱۵/۲
سایر محصولات کشاورزی	۸/۷	وسایل حمل و نقل	۲۸/۰
ماهی و سایر آبزیان	۱۰/۶	سایر محصولات صنعتی	۱۲/۸

۴-۲. قوانین کنسولی

قوانین کنسولی و اقامت در پاکستان، به نسبت آسان می‌باشد. ویزای ورود به پاکستان برای تمامی افراد خارجی لازم است. غیر از موارد زیر:

- ❖ دارندگان کارت ملی پاکستان (POC) بدون توجه به ملیت دوم و محل اقامت
- ❖ شهروندان تونگا، ترینیداد و توباگو بدون محدودیت زمانی
- ❖ شهروندان ایسلند، مالدیو و زامبیا برای حداکثر تا سه ماه
- ❖ شهروندان نپال، ساموآ و دارندگان پاسپورت چینی صادر شده در هنگ‌کنگ، حداکثر تا ۳۰ روز
- ❖ مسافران ترانزیت، که حداکثر بعد از ۲۴ ساعت از طریق همان خط هوایی که وارد شده‌اند، یا اولین خط هوایی مربوطه، پاکستان را ترک می‌کنند. این افراد حق خروج از فرودگاه را ندارند

❖ دارندگان پاسپورت سازمان ملل

دیدارکنندگانی که مایلند بیش از ۳۰ روز در پاکستان بمانند، بایستی به نزدیک‌ترین اداره ثبت افراد خارجی مراجعه نمایند. در کشورهای غربی در شرایط فعلی مسافرت به پاکستان، غیر از شرایط اضطرار توصیه نمی‌شود. مسافرت به بخشهایی از پاکستان، مانند مرزهای شمال غربی، بلوچستان و مناطق شمالی، اصلاً توصیه نمی‌شود. علاوه بر آن دولت پاکستان محدودیتهایی برای بعضی از ملیتها دارد. افراد با گذرنامه اسرائیلی، حتی برای ترانزیت حق ورود به پاکستان را ندارند و افغانیهایی که پاسپورت و یا بلیط آنها نشان می‌دهد که در هندوستان اقامت دارند نیز، اجازه ورود به پاکستان را ندارند.

مدارک لازم برای صدور ویزا به قرار زیر می‌باشد:

❖ اصل پاسپورت - پاسپورتی که حداقل شش ماه بیشتر از طول مدت اقامت درخواستی اعتبار داشته باشد - به اضافه یک فتوکپی از آن.

❖ یک فرم تقاضای ویزا

❖ دو قطعه عکس در اندازه پاسپورت

❖ بلیط رفت و برگشت عادی

❖ اثبات این موضوع که برای مدت اقامت در پاکستان پول کافی دارند (دعوت‌نامه نیز می‌تواند جایگزین شود).

برای مسافرت‌های مربوط به کسب و کار و دریافت ویزای تجاری دعوت‌نامه از یک شرکت یا کارگاه صنعتی ضروری است.

زمان صدور ویزا بستگی به ملیت تقاضا کننده دارد (برای افراد انگلیسی ۲۴ تا ۴۸ ساعت می‌باشد). ویزای مهاجرت حداقل به دو ماه زمان نیاز دارد.

سایر اطلاعات بهداشتی لازم در این زمینه به قرار زیر است:

❖ گواهی واکسینه شدن برای تب زرد، برای تمام مسافرینی که وارد پاکستان می‌شوند (حداکثر تا شش روز بعد از ورود) لازم است، زیرا این بیماری در پاکستان، بیماری همه گیر بومی است.

❖ سازمان بهداشت جهانی از سال ۱۹۷۳ قانون مربوط به واکسن وبا برای پاکستان را حذف کرد. اما در هر حال ریسک وبا در این کشور بالاست و پیش‌گیری ضروری است.

❖ واکسیناسیون علیه حصبه توصیه شده است.

❖ خطر ابتلا به مالاریا در تمام سال برای مناطق کم ارتفاع (کمتر از ۲۰۰۰ متر) وجود دارد.

❖ آبها بایستی آلوده فرض شوند. آب آشامیدنی، آب مصرفی برای مسواک کردن یا تولید یخ، بایستی جوشانده شده یا استریل شود. شیرهای غیر پاستوریزه نیز بایستی جوشانده شوند. از مصرف خوراکیهای تهیه شده از شیر غیر پاستوریزه، اجتناب شود. استفاده از سالاد آماده، خطر دارد و سبزیها بایستی پخته شوند و میوه‌ها پوست گرفته شوند.

❖ بیماری هیپاتیت A و E وجود داشته و هیپاتیت B بومی است.

❖ اگر فرد قصد اقامت بیشتر از یک سال را داشته باشد، بایستی گواهی منفی بودن HIV را داشته باشد.

۵-۲. حمایت‌های تجاری از صادرکنندگان

صادرات در پاکستان هیچ محدودیتی ندارد و تنها صادرکنندگان بایستی در اداره ترویج صادرات پاکستان ثبت نام کرده و شماره ثبت صادرات را دریافت کنند. قوانین تشویقی صادراتی در پاکستان به قرار زیر می‌باشد:

الف) تأسیس اداره تشویق صادرات و واحدهای وابسته به آن مانند شورای توسعه مهارتها به منظور توسعه صادرات.

ب) افزایش کمک‌های مالی برای بهبود کیفیت محصولات و کسب ISOهای مختلف

پ) کاهش هزینه‌های صنایع نظیر هزینه برق و غیره

ت) اهدا جوایز به صادرکنندگان نمونه

ث) تخصیص یارانه حمل و نقل به میزان ۲۵ درصد به کالاهایی که کل صادرات آن بیش از پنج میلیون دلار نباشد.

ج) ایجاد مناطق ویژه برای صادرات محصولات به ویژه کشاورزی.

چ) برپایی سالیانه نمایشگاه، اجاره مکان در فروشگاه‌های اصلی شهرهای بزرگ جهان برای عرضه کالا و سایر حمایتها در جهت بازاریابی.

ح) ایجاد مشوقهای مالی برای صادرکنندگانی که صادرات آنها بیشتر از ۱۰ درصد رشد سالانه داشته باشد.

خ) دادن امتیازاتی برای واردات محصولات و ماشین‌آلات مورد نیاز صادرکنندگان.

د) برای صادرکنندگان خدمات، مشوقهای ویژه مانند دادن تسهیلات بانکی بدون گارانتی، بخشش تعرفه‌های وارداتی برای کالاهای مورد نیاز صادرکنندگان و غیره در نظر گرفته شده است.

علاوه بر این موارد و به منظور استفاده هر چه بهتر از توان صادراتی پاکستان در محصولات کشاورزی و شیلات نیز پاره‌ای تصمیمات اساسی اتخاذ شده است که از جمله آنها ایجاد مناطق پردازش صادرات است. تقویت دیپلماسی تجاری از دیگر اولویتهای برنامه راهبردی

تجاری این کشور است که برای این کار قرار است هیأت‌های تجارت منطقه‌ای در شش منطقه شامل آمریکا، اتحادیه اروپا، آفریقا، خاور دور، خاورمیانه و آسیای مرکزی منصوب شوند. این افراد وظیفه هدایت و راهنمایی نمایندگان کشور در جهت تلاش برای توسعه صادرات را به عهده دارند.

۲-۶. قوانین بانکی و نحوه انتقال پول و سرمایه

مسئول سیاست‌های پولی کشور وزارت دارایی و بانک مرکزی و ایالتی است. تعداد زیادی بانک تجاری خصوصی نیز بر اساس قوانین



تأسیس نهادهای مالی خصوصی و ویرایش آن در سال ۲۰۰۱ در پاکستان تأسیس شده‌اند. انواع بانکهای سرمایه‌گذاری و نهادهای توسعه مالی و انواع صندوقهای سرمایه‌گذاری انتقال جریانات پول و سرمایه در کشور را به عهده دارند.

در زمینه انتقال پول از سال ۱۹۹۴ پاکستان اصول جدیدی برای تبدیل ارز را تعیین نمود. به عبارت دیگر وارد کنندگان نیاز به مجوز قبلی برای خروج ارز نداشته و پرداختهای خود را از طریق حواله‌های تبادلات خارجی (FEBC)، که با پول جاری پاکستان - روپیه - قابل خرید و به سادگی قابل تبدیل به ارز خارجی است، پرداخت می‌نمایند.

البته باز کردن حساب اعتباری برای دریافت حواله نیاز به ارزیابی‌های مختلف از قبیل کیفیت و نوع محصولات وارداتی دارد.

ارزهای وابسته به صادرات بایستی در بانک مرکزی پاکستان ذخیره شده و در مقابل پول رایج دریافت نمایند.

برای تبدیل ارز، بانک مرکزی پاکستان نرخ تبدیل روپیه به ارزهای مختلف را بر اساس دلار آمریکا محاسبه و بر اساس موارد زیر آن را تعدیل می‌کند.

❖ تحولات نسبی ارزهای شرکای اصلی تجارت خارجی پاکستان در مقابل دلار

❖ میزان اختلاف تورم پاکستان با این شرکای خارجی

۷-۲. رسیدگی به اختلافات تجاری

رسیدگی و حل و فصل اختلافات تجاری در حوزه وظایف محکمه‌های عالی ایالتی پاکستان است که خود تحت نظر وزارت دادگستری، قانون و حقوق بشر پاکستان می‌باشد. این وزارت‌خانه حکمیت در رابطه با کلیه اختلافات تجاری و غیره در بین ایالات را نیز بر عهده دارد.

دادگاه‌های مختلفی برای رسیدگی به امور مالی و تجاری در پاکستان وجود دارد، مانند دادگاه تجاری که در لاهور و کراچی وجود داشته و بر اساس قوانین صادرات و واردات پاکستان حکمیت می‌کند و یا دادگاه‌های حسابرسی که در بیشتر شهرهای پاکستان (۲۱ دادگاه) وجود داشته و تخلفات پولی و مالی را بررسی می‌نمایند، دادگاه‌های بانکی نیز در غالب مناطق حضور دارند (۲۹ دادگاه) و در اختلافات و جرایم بانکی حکمیت می‌کنند. دادگاه درآمد نیز در ایالات مختلف وجود دارد.

۸-۲. قوانین مالیاتی

مالیات در پاکستان بر اساس قوانین دولت مرکزی از تمام منابع مالیات مستقیم و مالیات بر مصرف و فروش شامل حقوق و عوارض گمرکی، مصرف و فروش، جمع آوری می‌گردد. با وجود این، دولت‌های ایالتی مالیات بر زمین، مالیات بر درآمد کشاورزی، مالیات بر مستغلات و سایر مالیات‌های محلی نیز وضع می‌نمایند. مالیات مستقیم معمولاً بر حقوق و دستمزد، درآمد ناشی از مستغلات، درآمد مشاغل، سود سرمایه و درآمد سایر منابع را در بر می‌گیرد. سال مالیاتی پاکستان ۱۲ ماه و در ۳۰ ژوئن هر سال به پایان می‌رسد. اما دولت مرکزی ۳۱ دسامبر هر سال را نیز به عنوان پایان سال مالی در نظر می‌گیرد. پرداخت کننده مالیات شامل شخص حقیقی یا حقوقی می‌گردد.

۹-۲. عوارض

تحت توافقات به عمل آمده با کشور خارجی بر روی کالای تولیدی آن کشور نرخ کمتری در آنچه در جدول‌های تعرفه‌ای تعیین شده، اخذ خواهد شد. دولت فدرال ممکن است با چاپ اعلامیه در مجله یا روزنامه رسمی از مالک بخواهد در زمان ورود کالایش تحت شرایط یاد شده برای ارزیابی کالایش اظهارنامه ارائه دهد.

در جایی که در جدولهای تعرفه‌ای نرخ عوارض ترجیحی یاد نشده، عوارض گمرکی با نرخ استاندارد اخذ خواهد شد، مگر این که مالک کالا در زمان ورود کالایش نرخ عوارض ترجیحی را اظهار نماید.

دولت فدرال می‌تواند با اعلامیه در مجله یا روزنامه رسمی در جایی که لازم بداند هزینه آزمایش، واریسی، بازرسی، مهرکردن، بازکردن و ارزش‌گذاری با قیمت‌های تعیین شده را دریافت نماید.

۱۰-۲. ۱. معافیتها و تسهیلات ویژه

برخی از تسهیلات و معافیت‌های قانونی کشور پاکستان در رابطه با تجارت کالا به قرار زیر می‌باشد:

- ❖ واردات بعضی از کالاهای خاص بدون پرداخت عوارض بوده و در شرایطی نیز عوارض پرداخت شده برگشت داده می‌شوند.
- ❖ برگشت عوارض کالاهایی که به طور موقت و جهت صادرات بعدی وارد شده و به آنها هزینه‌های عوارض گمرکی تعلق گرفته است.
- ❖ پرداخت معادل عوارض به واردکننده یا خریدار محلی هر گونه کالایی که تعهد به صفر رساندن عوارض یا کاهش نرخ عوارض گمرکی برای واردات یا تهیه محلی آن کالا داده شده است.
- ❖ برگرداندن به صورت یکجا یا بخشی از عوارض گمرکی پرداخت شده برای واردات هر گونه کالایی که برای تولید، عمل‌آوری، تغییرات یا تکمیل واحدهای تولیدی در پاکستان به کار برده شود و یا به منظور تأمین نیاز واحدهای صنعتی، پروژه‌ها، موسسات، آژانسها و سازمانهایی باشد که مجاز به واردات همان کالا با نرخهای ترجیحی هستند.

۱۱-۲. ۱. مراحل راه‌اندازی یک کسب و کار

برای راه‌اندازی کسب و کار در پاکستان، بایستی واحد مورد نظر را در کمیسیون ثبت شرکتها و معاملات پاکستان ثبت نمود. شرح فعالیت به قرار جدول شماره ۳ می‌باشد.

جدول ۳: مراحل راه اندازی کسب و کار در جمهوری اسلامی پاکستان

هزینه‌های لازم		عنوان مرحله	شماره مرحله
دلار (آمریکا)	روپیه		
۳/۳۳	۲۰۰	موجود بودن نام، معمولاً فرم درخواست با سه نام تکمیل می‌شود.	اول
۴۲	۲۵۰۰	برای سرمایه‌گذاریهایی کمتر از ۱۰۰۰۰۰ روپیه (۱۶۶۷ دلار)	دوم ثبت شرکت سوم
۸/۳۳	۵۰۰	برای سرمایه‌گذاریهایی بیش از ۱۰۰۰۰۰ روپیه تا ۵ میلیون روپیه غیر از ۱۰۰۰۰۰ روپیه اول هر ۱۰۰۰۰۰ روپیه	
۴/۲	۲۵۰	برای سرمایه‌گذاریهایی بیش از ۱۰۰۰۰۰ روپیه بعد از ۵ میلیون روپیه هر ۱۰۰۰۰۰ روپیه	
۳/۳۳	۲۰۰	افتتاح حساب بانکی و سپرده‌گذاری اولیه	چهارم
۸۳/۳۳	۵۰۰۰	اسناد و فرمهای ثبت و رهن	پنجم
۸۶/۳	۵۲۰۰	بازرسی و تغییرات	ششم
۸۳/۳	۵۰۰۰	فرم درخواست از سازمان امنیت و تبادلات ارزی	هفتم
۴۱۷		گرفتن تأییدیه بیمه و سایر مراحل ثبت	هشتم
۳/۶	۷۰	سایر اسناد	نهم

مأخذ: وزارت صنایع و تولیدات پاکستان

۳. عضویت در پیمانهای اقتصادی و نهادهای بین‌المللی

پاکستان عضو سازمان تجارت جهانی است و با توجه به این که WTO دسترسی به بازار را با حذف موانع غیر تعرفه‌ای و کاهش تعرفه‌ها و از طریق توسعه گروه‌بندیهای اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی و تجارت آزاد فراهم می‌سازد، پاکستان نیز در این راستا از طریق انعقاد پیمانهای FTA و PTA با تعداد زیادی از کشورها درصدد تقویت حضور خود در بازارهای مصرف جدید برآمده است. همچنین در راستای توسعه تجارت برای تقویت نقش خود در سازمانهای اقتصادی منطقه‌ای نظیر اکو و سارک تلاش نموده است.

در سالهای اخیر موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی بین کشورها در سطح بین‌المللی افزایش داشته است. موافقت‌نامه تجارت منطقه‌ای به شکل دو جانبه (Free Trade Agreements) یا برنامه‌های یک جانبه از نوع سیستم ترجیحات عمومی با کشورهای مختلف به منظور افزایش صادرات به امضا رسیده است. بنابراین محصولات پاکستان در بازارهای جهانی با امتیازات مالیاتی عرضه می‌شود. مذاکرات با کشورها برای کاهش مالیات اقلام صادراتی پاکستان ادامه دارد و قرار است تا سال ۲۰۰۸ مالیات به صفر کاهش یابد.

پاکستان یک قرارداد تجارت ترجیحی با ایران منعقد نمود و در آن امتیازات تعرفه‌ای برای ۳۰۹ قلم کالا شامل غذاهای دریایی، میوه جات، سبزیجات، برنج، سنگهای قیمتی، ماشین آلات نساجی، مبلمان و محصولات دارویی در نظر گرفته شده است.

ضمناً موافقت‌نامه تجارت آزاد جنوب آسیا (SAFTA) بین کشورهای بنگلادش، بوتان، هند، مالدیو، نپال، پاکستان و سریلانکا امضا و به تصویب همه اعضا رسیده است و از اول ژوئیه ۲۰۰۶ به اجرا درآمده است.

مذاکرات پاکستان با سنگاپور و کشورهای شورای خلیج فارس برای موافقت‌نامه تجارت آزاد و کشورهای مرکوسور (برزیل، آرژانتین، پاراگوئه و اروگوئه) ادامه دارد.

هم اکنون پیمان تجارت ترجیحی پاکستان و سریلانکا به اجرا درآمده است. پیمان تجارت ترجیحی میان ایران و پاکستان به تصویب رسیده و اجرایی شده است. همچنین موافقت‌نامه‌ای به عنوان مقدمه پیمان تجارت آزاد با چین و مالزی نهایی شده و مذاکراتی در خصوص توافق‌نامه‌های دوجانبه با سنگاپور، اندونزی، ترکیه، قزاقستان، مغرب و موریس صورت گرفته است.

علاوه بر این انتظار می‌رود با انعقاد توافق‌نامه‌های تجارت ترجیحی تحت نظارت سازمانهای اکو و سارک و توافق‌نامه تجارت آزاد آسیا، دسترسی پاکستان به بازارهای منطقه‌ای افزایش یابد. پاکستان از مزیت دسترسی به بازار اتحادیه اروپایی تحت مقررات GSP - طرح عمومی ترجیحات - بدون هیچ گونه مالیات برخوردار می‌باشد. این کشور به مرور زمان از این طرح حذف شده است. ولی با تمدید طرح مذکور توسط اتحادیه اروپا از ابتدای ژانویه ۲۰۰۶، پیش‌بینی می‌شود صادرات پاکستان به اروپا افزایش چشم‌گیری داشته باشد.

پاکستان عضویت در سازمان همکاریهای اقتصادی (اگو) را نیز در کارنامه خود دارد.

ایالات متحده آمریکا مهم‌ترین شریک تجاری پاکستان است که در صورت نهایی شدن پیمان دوجانبه سرمایه‌گذاری بین این دو کشور، دسترسی بیشتر کشور پاکستان به بازارهای مصرف آمریکا فراهم می‌گردد. در عین حال دولت فدرال پاکستان در نظر دارد از گروه‌های لابی در آمریکا به منظور حمایت از توسعه صادرات این کشور به آمریکا استفاده نماید.



فصل دوم

محیط فرهنگی

۱. ارکان فرهنگی و اجتماعی

در این قسمت، نخست ارکان اصلی تشکیل دهنده فرهنگ کشور پاکستان، نظیر مذهب و زبان مردم را معرفی می‌کنیم و سپس با آداب و رسوم کلی این سرزمین آشنا خواهیم شد.

۱-۱. مذهب

کشور پاکستان و به عنوان کشوری خاص مسلمانان شبه قاره تأسیس شد. حکومت این کشور نیز بنا بر تعهدی که برای تأسیس چنین کشوری لازم بوده از همان ابتدا نام و نشانی اسلامی داشته است.

اسلام دین رسمی این کشور است و ۹۷ درصد جمعیت پاکستان پیرو این دین هستند. اکثریت مسلمانان پاکستان سنی حنفی مذهب و گروهی نیز شافعی مسلک می‌باشند. اقلیت قابل توجهی که حدود ۱۲ تا ۲۰ درصد جمعیت پاکستان تخمین زده می‌شوند، شیعه هستند. سایر گروه‌های مسلمان این کشور عبارت است از: سادات، مغولها، چتانها، خوجه‌ها مذهبان پیرو فرقه نزاری آقاخان، بهایی‌ها، احمدیه یا قادیانی، مسلمانان پاکستان قادیانیها را مسلمان نمی‌دانند، زیرا به نبوت پیامبر (ص) معتقد نیستند.

۱-۲. زبان

در پاکستان چهار زبان عمده رایج می‌باشد. ۵۹ درصد مردم به پنجابی، ۱۵ درصد به پشتو، ۱۴ درصد به اردو و ۱۲ درصد به سندھی صحبت می‌کنند. بر اساس قانون اساسی

۱۹۷۳ زبان اردو به عنوان زبان فارسی پاکستان اعلام شده است. زبان اردو ترکیبی از لهجه محلی هند و گویشهای فارسی، عربی و ترکی می‌باشد. اردو واژه‌ای ترکی به معنای ارتش و لشکر می‌باشد. ادبیات این زبان عموماً مبتنی بر ادبیات فارسی و الفبای آن نیز فارسی است. طی سالهای ۱۹۷۳ تا ۱۹۸۸ طبق قانون، زبان انگلیسی برای مقاصد رسمی مورد استفاده قرار می‌گرفت. هنوز هم روزنامه‌های با نفوذ پاکستان به زبان انگلیسی منتشر می‌شوند و این زبان، زبان تحصیل کرده‌ها و روشنفکران پاکستانی است.

خط اردو ترکیبی از زبانهای فارسی و عربی است و از این جهت لغات فارسی و عربی زیادی در این زبان وجود دارد.

زبانهای فراوان دیگری در بین گروه‌های قومی پاکستان رواج دارد، شامل بلوچی، سیرایکی، هندو، براهوئی، گجراتی، خاوار، بالتی و غیره.

۳-۱. الگوی زندگی

پاکستان کشوری در حال توسعه است که میزان بی‌سوادی و فقر در آن بالا می‌باشد. فرهنگ این کشور ترکیبی از خرده فرهنگهای مختلف است که در سایه دین مشترک با یکدیگر زندگی می‌کنند. تأثیر فرهنگ غربی در این کشور بسیار بالا بوده و در شهرهای کوچک و بزرگ در کنار مغازه‌های کوچک و فقیرانه، فروشگاه‌های بزرگ مشابه کشورهای غربی را می‌توان دید. تفریح مورد علاقه مردم تلویزیون، سینما، خرید و ورزشهای مورد علاقه جوانان هاکي، کریکت و اسکواش و فوتبال می‌باشد.

زنان در پاکستان از وضعیت نامناسب‌تری نسبت به مردان برخوردارند و به دلیل تعصبات دینی و قومی از حداقل امکانات رفاهی، آموزشی و غیره برخوردار هستند.

فرهنگ چانه‌زنی در پاکستان بسیار رایج بوده و حتی در مناسبات تجاری بزرگ نیز حاکم است.

۴-۱. نهادهای اجتماعی و دینی

دین اسلام دین غالب در پاکستان بوده و بر شخصیت، اقتصاد، سیاست و قوانین پاکستان حکومت می‌کند. برگزاری نمازهای پنجگانه و تعطیلی کسب و کار در روزهای جمعه و

روزه‌داری در ماه رمضان و سایر مراسم مذهبی اسلامی، اهمیت فراوانی در پاکستان دارد. نوع حکومت پاکستان جمهوری اسلامی است و احکام شریعت در آن اهمیت فراوان دارد. خانواده در پاکستان اغلب به شکل گسترده بوده و ساختار اجتماعی و هویت فرد را مشخص می‌کند. افراد فامیل نزدیک و دور، اعضای ایل، همسایه و دوست نقش مهمی در زندگی مردم پاکستان دارند. وفاداری به خانواده و اعضای آن بر همه روابط اجتماعی و حتی کسب و کار مقدم می‌باشد. نگرش مثبتی نسبت به خویشاوند پرستی در پاکستان وجود دارد زیرا افراد مورد اعتماد را در برمی‌گیرد و در این کشور مسئله آشنایی و اعتماد پایه روابط اقتصادی و اجتماعی است. در بسیاری از نقاط پاکستان، زنان اغلب از دنیای خارج از خانه جدا نگه داشته می‌شوند و سؤال درباره اعضای زن خانواده غالباً ناپسند است.

۵-۱. رسانه‌ها

صنعت ارتباطات در پاکستان توسط دولت و بخش خصوصی اداره می‌شود. در این کشور تعداد ۳۱ ایستگاه رادیویی با موج AM و ۶۸ ایستگاه دارای موج FM و همچنین ۲۰ فرستنده تلویزیونی (پنج کانال ایالتی و ۱۵ کانال ماهواره‌ای خصوصی) وجود دارد.

در پاکستان تعداد ۵/۲۴ میلیون خط تلفن ثابت (۲۰۰۶) و ۶۳/۱۶ میلیون خط تلفن همراه (۲۰۰۷) وجود دارد.

تعداد میزبانان اینترنتی^۱ پاکستان بالغ بر ۱۶۴۰۶۷ میزبان و کاربران اینترنتی آن بیش از ۱۲ میلیون کاربر است. کد شناسایی این کشور در شبکه جهانی اینترنت (PK) می‌باشد.

در کشور پاکستان مطبوعات آزاد هستند، در این کشور ده‌ها روزنامه، مجله، پایگاه‌های خبری اینترنتی و خبرگزاریهای مختلف وجود دارد.

سینمای بومی پاکستان که لولیوود^۲ نام دارد و مبدأ آن شهر لاهور می‌باشد سالیانه ۴۰ فیلم تولید می‌کند. فیلمهای سینمای هند و هالیوود نیز در سینماها و یا به صورت لوح فشرده در پاکستان وجود داشته و طرفداران فراوانی دارد.

1. Internet Hosts

2. Lollywood

فهرست بعضی از نشریات و ایستگاه‌های رادیو و تلویزیونی پاکستان به قرار زیر می‌باشد:

۱-۵-۱. نشریات

- ❖ روزنامه جنگ؛ در کراچی به زبان اردو
- ❖ روزنامه دان؛ در کراچی به زبان انگلیسی
- ❖ روزنامه نیشن؛ در لاهور به زبان انگلیسی
- ❖ روزنامه فرانتیر پست؛ در پیشاور به زبان انگلیسی
- ❖ نیوز؛ روزنامه انگلیسی زبان
- ❖ اوصاف؛ در اسلام آباد به زبان اردو
- ❖ هفته نامه بازرگانی؛ اکونومیست گالف و پاکستان
- ❖ فرایندی تایمز؛ هفته نامه در لاهور به زبان انگلیسی

۱-۵-۲. تلویزیون

- ❖ سازمان رادیو و تلویزیون پاکستان
- ❖ تلویزیون دولتی؛ پی تی وی ۱، پی تی وی ۲، شبکه ۳، پی تی وی جهانی
- ❖ تلویزیون جی‌ای او؛ شبکه ماهواره‌ای
- ❖ تلویزیون ایندوس؛ شبکه ماهواره‌ای
- ❖ ای آر وای دیجیتال؛ شبکه ماهواره‌ای
- ❖ شبکه تلویزیونی شالیمر؛ شبکه دولتی با مدیریت خصوصی

۱-۵-۳. رادیو

- ❖ رادیوی دولتی پاکستان با بیش از ۲۰ ایستگاه و شبکه ملی و جهانی
- ❖ رادیوی کشمیر آزاد؛ دولتی
- ❖ اف ام؛ ۱۰۰ شبکه تجاری با برنامه‌های موسیقی و سرگرم کننده

۱-۵-۴. خبرگزاریها

- ❖ شبکه خبری بین المللی
- ❖ سرویس خبری پاکستان
- ❖ آسوشیتد پرس پاکستان (ای پی پی)

۱-۶. تعطیلات

تعطیلات رسمی کشور پاکستان عبارت‌اند از:

عید قربان، عید فطر، مولود (تولد پیامبر اکرم)، عاشورا، اول محرم، روز اول ماه رمضان، روز پاکستان (۲۳ مارچ)، روز کارگر (اول مه)، روز استقلال (۱۴ اگوست)، روز دفاع (ششم سپتامبر)، روز تولد علامه محمد اقبال (۹ نوامبر)، قائد اعظم (روز تولد محمد علی جناح؛ ۹ نوامبر) و روز کریسمس

روزهای کاری در پاکستان از دوشنبه تا جمعه بوده و شنبه و یکشنبه تعطیل می‌باشد.

۲. فرهنگ مذاکره

بعد از آشنایی با فرهنگ عمومی و عاداتها و رفتارهای معمول شهروندان و مردم پاکستان، زمان آن فرا رسیده است تا کمی هم با آداب و رفتارهای ایشان در مناسبات تجاری و مذاکرات مربوطه آشنا شویم.

همان‌طور که پیش از این نیز ذکر شد، فرهنگ عمومی پاکستان مشترکات فراوانی با آداب و رسوم کشور ما دارد. همین وضعیت در مورد رفتارهای تجاری ایشان نیز صدق می‌کند. از این‌رو، عاداتهای مردم پاکستان به هنگام مذاکرات تجاری چندان برای ما ناآشنا و غریب نیست.

۲-۱. دیدگاه کلی نسبت به ایران

به طور کلی روابط دو کشور در طول تاریخ نه چندان طولانی پاکستان تقریباً همواره نزدیک و گرم بوده است. این نگاه قبل از پیروزی انقلاب اسلامی نیز وجود داشته است. بعد از پیروزی انقلاب نیز پاکستان در تحریم اقتصادی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران

مشارکت نکرد و در جریان جنگ تحمیلی نیز موضع تقریباً بی طرفانه‌ای اتخاذ کرد، ضمن این که برای میانجیگری در جنگ نیز تلاش کرد و بندر کراچی را برای دریافت انواع کالا در اختیار کشورمان گذاشت. این روابط دوستانه و نزدیک، در اواخر دهه ۱۹۸۰ و نیز دهه ۱۹۹۰ با تشدید رقابت دو کشور در افغانستان و بعدها با حمایت پاکستان از طالبان اندکی به سردی گرائید. ولی فروپاشی طالبان در افغانستان، مانع توسعه روابط دو کشور را تا حد زیادی از میان برداشت و از آن پس، به‌ویژه با سیاستهای ژنرال مشرف در زمینه مبارزه با افراط‌گرایی و برقراری نظم و قانون در پاکستان، روابط دو کشور یک سیر صعودی را پیموده است.

با توجه به نزدیکی فرهنگی و مذهبی بین ایران و پاکستان، نگرش مردم پاکستان به ایران بسیار خوب ارزیابی می‌شود. نزدیکی فرهنگی در زبان، ادبیات، غذا و غیره وجود داشته و همسایگی و مرز مشترک بین دو کشور بر گرمی روابط بین مردم پاکستان و ایران افزوده است.

۲-۲. فرهنگ مذاکره

با وجودی که اردو زبان رسمی مردم پاکستان است، کمتر از نیمی از جمعیت به این زبان صحبت می‌کنند.

فرهنگ کسب و کار در پاکستان رسمی و با رعایت نزاکت می‌باشد. رد و بدل کردن کارت تجاری، صحبت کردن مؤدبانه و استفاده از تبتیر اهمیت دارد. این موضوع اهمیت دارد که در مذاکرات تجاری ابتدا ساعتی به گفت‌وگوهای دوستانه صرف شود و مستقیم به موضوع تجاری پرداخته نشود.

قدرت تصمیم‌گیری معمولاً در اختیار افرادی است که در رأس شرکتهای پاکستانی که معمولاً سلسله مراتبی هستند، قرار دارد، بنابراین نبایستی عجله داشت و چون جامعه به شدت بروکراتیک است، بایستی سلسله مراتب را رعایت نمود، هرچند این کار به زمان و هزینه بیشتری نیاز داشته باشد.

صادرات موفق به پاکستان نیاز به ایجاد رابطه داشته و اغلب نیاز به ملاقاتهای حضوری دارد. ملاقاتهای تجاری به شناسایی مصرف‌کننده کمک می‌کند.

برای استفاده بهتر از ملاقاتهای تجاری لازم است اهداف روشن و سازماندهی مناسب وجود داشته باشد. برای انجام ملاقات تجاری بایستی تماسهای مداوم و تأیید مجدد قبل از

مسافرت صورت گیرد. لازم است که قرارها با افراد بانفوذ و صاحب تصمیم انجام شود.

۲-۲-۱. هدایا

- ❖ مهمان دعوت شده به خانه یک پاکستانی بایستی که هدیه‌ای مانند گل یا شکلات همراه داشته باشد.
- ❖ مردان بایستی از دادن گل به زنان اجتناب کنند.
- ❖ در صورتی که یک مرد لازم باشد به زنی هدیه بدهد، بایستی آن را از سوی خواهر، مادر، همسر و یا سایر خویشاوند زن خود هدیه کند.
- ❖ معمولاً هدیه را در پیش روی هدیه دهنده باز نمی‌کنند.
- ❖ هدیه با دو دست تقدیم می‌شود.

۲-۲-۲. ارزشهای غالب، آداب و رسوم خاص

پاکستان یک جامعه سنتی سلسله مراتبی است و به افراد بر اساس سن و مقام آنها احترام گذارده می‌شود. افراد مسن جامعه محترم‌تر بوده و در مراسم مختلف اجتماعی ابتدا از آنان پذیرایی می‌شود. این افراد در تصمیم‌گیری‌ها نقش مهم داشته و بایستی به نظرات آنها احترام گذاشت. لقب در پاکستان اهمیت زیادی دارد و غالباً افراد دارای لقبهای علمی یا اجتماعی مهم با آن معرفی می‌شوند.

مهمانی و مراسم در پاکستان مانند بسیاری از کشورهای شرقی است که در آن ابتدا از مهمانها پذیرایی می‌شود و سپس از افراد مسن و سپس نوبت به جوانان می‌رسد. دیر رفتن به مهمانی و تعارف از دیگر رسوم پاکستانیها است.

پاکستانی‌ها زحمت‌کش، مهمان‌نواز، سنت‌گرا، مهربان و پایبند به اصول اخلاقی هستند. گرچه درآمدشان با نیازهای زندگی متناسب نیست، قانع هستند. سطح زندگی اکثریت مردم پائین است. مردم عموماً از آهنگهای محلی و برنامه‌های موسیقی و نمایشی و قوالی استقبال می‌نمایند و لذت می‌برند. قوالی یکی از مراسم و آهنگهای باستانی است. اجتماع شعرا و شعر دوستان، از خصوصیات زندگی اجتماعی پاکستان است. علاقه آنها و حتی افراد بی‌سواد به شعر و آواز در محافل مختلف مشاهده می‌شود.

پاکستانی‌ها، عید فطر، عید قربان و سال روز تولد رسول اکرم (ص) یا عید میلاد النبی را

بسیار مهم تلقی می‌کنند و جشنهای با شکوه و مراسم شادمانی و پایکوبی بر پا می‌دارند. **عید فطر در پاکستان به منزله آغاز سال است، که حداقل سه روز تعطیل رسمی است.** لباس نو برتن می‌کنند و به دیدار هم می‌روند. در سالروز تولد حضرت رسول اکرم (ص) نیز خیابانها و فروشگاهها را آذین می‌بندند و عید میلاد را جشن می‌گیرند. سالروز تأسیس پاکستان را به عنوان سالروز استقلال جشن می‌گیرند و به همین مناسبت یاد محمد علی جناح، حقوقدان و بنیانگذار پاکستان و علامه محمد اقبال، ادیب و فیلسوف و متفکر را گرامی می‌دارند.

مراسم عروسی و به اصطلاح پاکستانی‌ها «شادی»، در این کشور مفصل برگزار می‌شود. هنگامی که کودکی متولد می‌شود، در گوش او اذان گفته و بعد از چهار روز مراسم عقیقه انجام می‌دهند و گوسفند قربانی می‌کنند. بعد از هفت روز، مراسم نام‌گذاری و سر تراشیدن برگزار می‌کنند. در عروسیها و شادیها به رقص و آواز می‌پردازند. رقصهای محلی آنان با فصول مختلف سال تناسب دارد و هر کدام از رقصها، حرکات و آوازهای سنتی خاص به همراه دارد.

برای انجام مراسم مذهبی به مساجد و امام باره‌ها و عیدگاهها می‌روند. مردم پاکستان به مراکز مقدس مذهبی که در آن نماز می‌گذارند و به مناسبتهایی، مجالس وعظ و مراسم مذهبی بر پا می‌دارند، امام باره می‌گویند. امام باره‌ها یا مراکز مردمی شیعیان محلی به منزله حسینییه در ایران است.

در شهرهای بزرگ پاکستان، مراکز بزرگی به نام عیدگاه بنا شده است، که در آن فقط نماز عیدین (عید فطر و عید قربان) خوانده می‌شود. این دو عید در پاکستان اهمیتی فوق العاده دارد و برای مردم، روزهای خیلی بزرگ و با اهمیتی تلقی می‌شود و عید دیگری نظیر آنها برای مردم وجود ندارد.

خوراک مردم بیشتر شامل گوشت، نان، سبزی و گاهی برنج و حلواست. در غذای خود فلفل قرمز به حد وفور به کار می‌برند. بیشتر مردم پان نیز می‌خورند. پان که به آن تنبول نیز می‌گویند، برگی است که در هندوستان با فلفل و آهک می‌خورند. از غذاهای پاکستانی می‌توان از جوجه یا بره‌های سرخ شده در کاری و نان روغنی برشته که لای آن با گوشت فلفل زده یا سیب زمینیهای تند پر شده و موسوم به سموسه است، نام برد.

لباس مردم پاکستان، شامل شلوار و پیراهن است. مردها معمولاً شلوارهای گشاد سفید

و نخ‌به‌پا می‌کنند که روی آن پیراهن سفید رنگی نیز می‌پوشند و در سرما کتی دراز با یقه بلند به اسم شیروانی روی آن می‌پوشند. در قبایل عمامه‌ای نیز به دور عرق چینی که به کله معروف است، پیچیده و با انداختن یک سر آن در پشت سر، به سر می‌گذارند. لباس زنان شلوار و پیراهن است که به قمیص معروف است. شلوار قمیص شلوار تقریباً گشادی است که در قسمت مچ پاها تنگ می‌شود و پیراهن تا زانو می‌رسد. این لباس همواره با روسری سبکی به نام دوپتا همراه است.

۲-۲-۳. پایبندی به توافقات

فرهنگ پاکستان الگوی منحصر به فردی از ایده‌ها و ارزشها است که به مقدار زیاد تحت تأثیر فرهنگ اسلامی است. با وجود فراوانی نژاد و قومیت‌های مختلفی که در پاکستان وجود دارد به دلیل وابستگی به اسلام و اعتقادات قوی اکثر مردم، می‌توان گفت که فرهنگ مردم پاکستان فرهنگ اسلامی است. به همین دلیل هرچند در مناسبات تجاری رسیدن به توافق زمان بر است اما با توجه به فرهنگ مذهبی موجود در پاکستان پایبندی به توافقات بالا می‌باشد.

۲-۲-۴. پایبندی به زمان و رفتارهای برنامه‌ریزی شده

هرچند مردم پاکستان مانند بسیاری از کشورهای در حال توسعه پایبندی زیادی به زمان و رفتارهای برنامه‌ریزی شده ندارند، در مناسبات تجاری برنامه‌ریزی تا حدی اهمیت دارد و موارد زیر باید مورد توجه قرار گیرد:

- ❖ قرار ملاقات بایستی از قبل (حداقل سه تا چهار هفته قبل) تعیین شده باشد.
- ❖ بهترین زمان برای ملاقات، صبح تا اوایل بعدازظهر می‌باشد.
- ❖ ملاقاتها بهتر است در ماه رمضان نباشد.
- ❖ حضور در جلسات تجاری بایستی به‌طور دقیق در زمان تعیین شده باشد، هرچند طرف پاکستانی ممکن است این موضوع را رعایت نکند.
- ❖ هیچ بعید نیست که قرار در آخرین لحظات لغو شود.
- ❖ در ملاقاتهای تجاری زمان زیادی صرف آشنایی و ایجاد رابطه می‌شود و پس از آن به موضوع اصلی می‌پردازند.





فصل سوم

محیط اقتصادی

این فصل به معرفی محیط اقتصادی حاکم بر کشور پاکستان و عوامل مؤثر بر آن اختصاص یافته است. برای این منظور، نخست سیستم اقتصادی این کشور را بررسی کرده و سپس پارامترهای جمعیتی را معرفی می‌کنیم. در ادامه نیز شاخصهای مهم اقتصادی این کشور را ارائه می‌کنیم.

۱. سیستم اقتصادی و نقش دولت

کشور جمهوری اسلامی پاکستان با نزدیک به ۱۶۵ میلیون نفر جمعیت و ۸۹۱ کیلومتر مرز مشترک با جمهوری اسلامی ایران و وجود تشابهات متعدد فرهنگی و دینی، واجد فرصتی مغتنم برای کشور، در جهت برقراری ارتباط تجاری و اقتصادی می‌باشد.

این کشور در حال توسعه به دنبال اولین دوره اصلاحات اقتصادی خود در سال ۱۹۹۴، به سازمان تجارت جهانی^۱ پیوست. به دنبال این اصلاحات تغییرات اساسی در روال تجاری و روبه گمرکی این کشور – به‌ویژه در مورد کاهش میزان تعرفه‌ها – صورت گرفت.

پاکستان از سال ۲۰۰۴ در حال گذران دومین دوره اصلاحات اقتصادی خود است و تاکنون در این امر موفق ظاهر شده است. دلیل این مدعا را می‌توان دستیابی این کشور به نرخ رشد اقتصادی ۸/۴ درصدی در سال مالی گذشته – که پس از نرخ رشد اقتصادی چین بالاترین رتبه در آسیا را شامل می‌شود – دانست. البته لازم به ذکر است که خسارتهای ناشی از زلزله مهیب ایالت سرحد شمال غربی منجر به کاهش نرخ فوق به حدود هفت درصد گردید. به هر حال پاکستان در زمره ۱۰ کشور اول جهان است که اصلاحات اقتصادی در آن با موفقیت همراه بوده و این کشور در سالهای اخیر موانعی بزرگ بر سر

1. WTO

راه اصلاحات اقتصادی را پشت سر گذاشته است. همه عوامل دست‌اندرکار تلاش می‌کنند تا فضای اقتصادی، تجاری این کشور را هرچه سریع‌تر، به نقطه مطلوب برسانند.

مراجع قانون‌گذار، تسهیلات قانونی فراوانی جهت جذب سرمایه‌گذارهای خارجی و رفع موانع موجود وضع نموده‌اند که این امر، سبب افزایش چشمگیر جذب سرمایه‌گذاری خارجی به بیش از هفت برابر زمان شروع اصلاحات (یعنی ۳/۵۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۶) گردیده است. طبق اطلاعات موجود بیشترین میزان سرمایه‌گذارهای خارجی در صنعت مخابرات و بخصوص (تلفن همراه) می‌باشد و پیش‌بینی می‌شود، سرمایه‌گذاری در بخش صنعت موبایل تا چهار سال آینده به مبلغ پنج میلیارد دلار افزایش یابد. هم‌اکنون بیش از ۶۰۰ شرکت مشترک خارجی در کشور به فعالیت مشغول هستند که از بین آنها بیش از ۲۰۰ شرکت خارجی هستند. این شرکتها در فضایی رقابتی به فعالیت خود ادامه می‌دهند و سود کلانی عاید آنان می‌شود. سرمایه‌گذاری خارجی در پاکستان به شدت حمایت می‌شود و مجلس با تصویب قانون جلب سرمایه‌گذاری خارجی ترسها و نگرانی سرمایه‌گذاران را بر طرف نموده است. برنامه خصوصی سازی در کشور، سرمایه‌گذاران کشورهای خاورمیانه، اروپا و خاور دور را به خود جلب کرده است.

۱-۱. بخش صنعت و معدن

۲۶/۸ درصد از تولید ناخالص و ۲۰ درصد از نیروی کار کشور پاکستان به بخش صنعت اختصاص دارد. از صنایع مطرح این کشور می‌توان به صنایع نساجی، مصالح ساختمانی و فرآورده‌های غذایی اشاره کرد.

بخش معدن در پاکستان از نظر اقتصادی همیشه بخش ضعیفی بوده است و معمولاً کمتر از ۱/۵ درصد GDP و ۰/۱ درصد نیروی کار به این بخش تعلق دارد. کرومیت تنها سنگ معدنی است که در سطح تجاری استخراج می‌شود. اما پاکستان مقدار قابل توجهی معادن مس و آهن دارد که غیر فعال هستند. معادن سنگ غیر فلزی نظیر سنگ گچ، سنگ آهک، مرمر و نمک در این کشور وجود دارد.

۱-۲. بخش کشاورزی

درصد سهم کشاورزی در اقتصاد پاکستان ۱۹/۶ درصد است اما ۴۲ درصد از نیروی کار در این بخش به فعالیت مشغول هستند.

به دلیل آب و هوای خشک و رطوبت کم خاک، کشاورزی به طور عمده وابسته به آبیاری است و مزارع اغلب در شرق پاکستان کنار رودخانه‌ها قرار دارند.

استفاده ناقص از ظرفیتهای کشاورزی پاکستان به دلیل سیستم مالکیت زمین، فرسایش خاک به دلیل استفاده بی رویه از کود، فرسودگی شبکه‌های آبیاری و فقدان سرمایه‌گذاری در این بخش می‌باشد.

مهم‌ترین محصولات کشاورزی این کشور پنبه، گندم، برنج، نیشکر، میوه‌ها، سبزیجات، گوشت گاو، گوشت گوسفند، تخم‌مرغ و شیر می‌باشد.

۳-۱. بخش خدمات

سهم بخش خدمات در تولید ناخالص حدود ۵۳/۷ درصد است و ۳۸ درصد از نیروی کار در این بخش فعال می‌باشند. تجارت و بازرگانی، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، کارمندان دولت، امور مالی و بیمه و ارتش، بخش اصلی خدمات را تشکیل می‌دهند.

بعد از سال ۲۰۰۰، سیستم بانکداری این کشور در حال توسعه و گسترش می‌باشد. سیستم تأمین اجتماعی و بیمه در پاکستان بخش کوچکی را در برمی‌گیرد اما بیمه درمان پوشش وسیع‌تری دارد. انواع شرکتهای بیمه‌ای خصوصی در پاکستان وجود دارند.

۲. جمعیت

به رغم رشد قابل ملاحظه شهرنشینی، هنوز اکثر جمعیت این کشور روستا نشین هستند. بیش از ۵۰ درصد جمعیت این کشور بی‌سوادند. در بین زنان پاکستانی تنها ۳۶ درصد باسواد هستند. ۲۴ درصد جمعیت کشور پائین‌تر از خط فقر قرار دارند.

نرخ رشد جمعیت در پاکستان ۱/۸۳ درصد است و بالاترین نرخ رشد را در میان کشورهای آسیا دارا است. هر ساله حدود ۶۰ هزار نفر پاکستانی از کشور خود به کشورهای دیگر جهان مهاجرت می‌کنند. از زمانهای بسیار قدیم جنوب آسیا مهاجرینی از شمال شرقی و شمال غربی را به خود جذب کرده و مردم گوناگون در این منطقه سکنی گزیده و با جمعیت محلی آن در هم آمیخته‌اند. این مردم شامل دراویدینها، آریایی‌ها، یونانیها، ترکها، فارسها، افغانها، عربها و مغولها می‌باشند، گرچه نژاد برتر در پاکستان، هند و آریایی است، گروه‌های قومی و نژادی مختلف به لحاظ داشتن دین مشترک اسلام در این منطقه گرد

آمده و کشور پاکستان را تأسیس نمودند.

چهار گروه عمده نژادی در ایالات مختلف پاکستان زندگی می‌کنند: پنجابی‌ها در ایالت پنجاب، سندی‌ها در ایالت سند، بلوچها در ایالت بلوچستان و پتانها یا پشتوها در ایالت سرحد شمال غربی.

پنجابی‌ها بزرگ‌ترین گروه نژادی را تشکیل می‌دهند و شامل سه گروه آریایی‌ها، راجپوتها و جاطها می‌شوند.

مهم‌ترین شاخصهای جمعیتی پاکستان به شرح ذیل می‌باشد:

- ❖ تیره‌های قومی: پنجابی، سندی، پشتون، بلوچ، مهاجران از هند
- ❖ نسبت جمعیت زیر ۱۴ سال: ۳۶/۹ درصد
- ❖ نسبت جمعیت ۱۵ تا ۶۴ سال: ۵۸/۸ درصد
- ❖ نسبت جمعیت ۶۵ سال و بالاتر: ۴/۳ درصد
- ❖ نرخ رشد جمعیت: ۱/۸۳ درصد
- ❖ نرخ زاد و ولد در هر هزار نفر: ۲۷/۵۲
- ❖ نرخ مرگ و میر در هر هزار نفر: ۸
- ❖ نرخ خالص مهاجرت در هر هزار نفر: ۱-/۲۴
- ❖ نرخ مرگ و میر نوزادان در هر هزار نفر: ۶۸/۸۴
- ❖ نرخ باروری زنان (تعداد موالید به ازای هر زن): ۳/۷۱
- ❖ نسبت جنسی کل جمعیت: ۱۰۴/۵ مرد به ۱۰۰ زن
- ❖ امید به زندگی در بین مردان: ۶۲/۷۳ سال
- ❖ امید به زندگی در بین زنان: ۶۴/۸۳ سال
- ❖ نرخ باسوادی در کل جمعیت بالای ۱۵ سال: ۴۹/۹ درصد
- ❖ نرخ باسوادی در مردان بالای ۱۵ سال: ۶۳ درصد
- ❖ نرخ باسوادی در زنان بالای ۱۵ سال: ۳۶ درصد



۳. تولید ناخالص داخلی

تولید ناخالص داخلی پاکستان، در سال ۲۰۰۷ براساس قدرت خرید برابر ۴۴۶/۱ میلیارد دلار بوده است. ۵۳/۷ درصد از تولید ناخالص مربوط به بخش خدمات ۲۶/۸ درصد مربوط به صنعت و ۱۹/۶ درصد مربوط به کشاورزی بوده است، در حالی که بخش کشاورزی بیشترین نیروی کار را دارد، کمترین سهم تولید ناخالص را به خود اختصاص داده است.

محاسبه تولید ناخالص داخلی، براساس نرخ رسمی ارز در سال ۲۰۰۷ برابر ۱۰۶/۳ میلیارد دلار بوده است. نرخ رشد تولید ناخالص داخلی در این سال، ۶/۳ درصد بوده است. سرانه تولید ناخالص داخلی، برابر ۲۶۰۰ دلار محاسبه شده است.

جدول شماره ۴، وضعیت تولید ناخالص داخلی پاکستان را در سال ۲۰۰۷ نشان می‌دهد.

جدول ۴: تولید ناخالص داخلی (GDP) در سال ۲۰۰۷ (به تفکیک سهم بخشهای عمده اقتصادی)

شاخص	کمیت
تولید ناخالص داخلی (GDP)	۴۴۶/۱ میلیارد دلار (براساس PPP)
تولید ناخالص داخلی (GDP) سرانه	۲۶۰۰ دلار (براساس PPP)
نرخ رشد تولید ناخالص داخلی	۶/۳ درصد
سهم بخش صنعت از GDP	۲۶/۸ درصد
سهم بخش کشاورزی از GDP	۱۹/۶ درصد
سهم بخش خدمات از GDP	۵۳/۷ درصد

www.cia.gov

۴. شاخصهای مهم اقتصادی

در این قسمت برخی از شاخصهای مهم اقتصادی پاکستان را به صورت فهرستوار معرفی می‌کنیم:

۴-۱. نرخ تورم

نرخ تورم در کشور پاکستان در طول پنج سال گذشته نوسان داشته است، ولی با اجرای سیاستهای اقتصادی، نرخ تورم در سال ۲۰۰۷ نسبت به سالهای قبل اندکی کاهش داشته است.

در جدول شماره ۵، نرخ تورم طی سالهای ۲۰۰۲-۲۰۰۷ نشان داده شده است.

جدول ۵: نرخ تورم طی دوره زمانی ۲۰۰۲-۲۰۰۷

سال	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷
نرخ تورم	۳/۴	۳/۳	۳/۹	۹/۳	۸	۷/۵

State Bank of Pakistan (SBP)

۴-۲. نرخ بیکاری

بر اساس آمار غیررسمی سال ۲۰۰۷ میلادی، نرخ بیکاری در این کشور ۷/۵ درصد است. در فاصله پنج سال گذشته نرخ بیکاری در این کشور نوسان داشته و در سال ۲۰۰۵ به ۸/۳ درصد رسیده است. اما در فاصله دو سال گذشته میزان بیکاری رسمی اندکی کاهش یافته است. شمار نیروی کار فعال در این کشور برابر با ۴۸/۲۹ میلیون نفر است که در این تعداد نیروهای صادراتی به خاورمیانه و کودکان کار نیز حضور دارند. دولت نرخ بیکاری پاکستان را در سال ۲۰۰۶ میلادی برابر با ۶/۵ درصد اعلام نموده است که کمتر از آمارهای اعلام شده از سوی سازمانهای بین‌المللی بود. بیکاری پنهان که درصد زیادی از نیروی کار پاکستان را تشکیل می‌دهد از مشکلات اصلی این کشور می‌باشد.

جدول شماره ۶، میزان بیکاری در کشور پاکستان طی سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۷ را نشان می‌دهد.

جدول ۶: میزان بیکاری کشور پاکستان طی دوره زمانی ۲۰۰۳-۲۰۰۷

سال	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷
بیکاری (درصد)	۷/۸	۷/۷	۸/۳	۷/۶	۷/۵

www.us-sabc.org



۴-۳. دستمزد نیروی کار

قانون حداقل دستمزد در پاکستان از سال ۱۹۹۲ به وجود آمده است. در آن سال حداقل حقوق ماهانه کارگران در پاکستان ۲۴/۶ دلار بوده است. در سال ۱۹۹۶ این دستمزد به ۲۷/۱ دلار و در سال ۱۹۹۸ به ۳۲ دلار افزایش یافت. حداقل دستمزد شامل کارگران کشاورزی نمی‌شود. **حداقل دستمزد در سال ۲۰۰۶ برابر ۶۶ دلار ماهانه بوده است.**

۴-۴. تراز حساب جاری

تراز حساب جاری پاکستان طی سالهای ۲۰۰۳-۲۰۰۷ در جدول ذیل ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، روند آن طی دوران مذکور کاملاً کاهشی بوده است.

جدول شماره ۷، تراز حساب جاری پاکستان را در سالهای مختلف نشان می‌دهد.

جدول ۷: تراز حساب جاری کشور طی دوره زمانی ۲۰۰۳-۲۰۰۷ (ارقام: میلیارد دلار)

سال	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷
تراز حساب جاری	۴/۶	۳/۴	۱/۴	- ۱/۱	- ۶/۵

www.us-sabc.org

۴-۵. میزان ذخایر ارزی

پاکستان در همه امور اقتصادی کشور پیشرفتهای قابل ملاحظه‌ای داشته است. به‌عنوان مثال پاکستان از وام گرفتن مدام از صندوق بین‌المللی پول نجات یافته است تا آنجا که کشور پیشنهاد صندوق مذکور برای دادن وام را با تشکر رد نمود، زیرا **میزان ذخایر ارزی و طلای پاکستان در سال ۲۰۰۷ میلادی به میزان بی سابقه ۱۶٫۰۳ میلیارد دلار رسیده است.**

سایر شاخصهای اقتصادی کشور پاکستان به قرار زیر است:

❖ درآمد سرانه: ۹۴۰ دلار

❖ نیروی کار: ۴۹/۱۸ میلیون نفر

❖ ترکیب نیروی کار براساس مشاغل: ۴۲ درصد بخش کشاورزی، ۲۰ درصد بخش صنعت و ۳۸ درصد بخش خدمات (سال ۲۰۰۴)

❖ نرخ بیکاری: ۷/۵ درصد به اضافه میزان قابل توجهی بیکاری پنهان (سال ۲۰۰۷)

❖ جمعیت زیر خط فقر ۲۴ درصد (۲۰۰۵ تا ۲۰۰۶)

❖ نسبت سرمایه‌گذاری (ناخالص ثابت): ۲۱/۴ درصد از تولید ناخالص داخلی (سال ۲۰۰۷)

❖ ذخایر ارزی و طلا: ۱۶/۰۳ میلیارد دلار (سال ۲۰۰۷)

❖ بدهی خارجی: ۴۰/۳۲ میلیارد دلار (سال ۲۰۰۷)

❖ تراز حساب جاری: ۶- / ۴۷۷ میلیارد دلار (سال ۲۰۰۷)

❖ بودجه دولت: (درآمدها): ۲۳/۱۷ میلیارد دلار و هزینه‌ها: ۲۹/۷۴ میلیارد دلار (سال ۲۰۰۷)

❖ محصولات عمده کشاورزی: پنبه، گندم، برنج، نیشکر، میوه‌ها، سبزیجات، گوشت گاو، گوشت گوسفند، تخم‌مرغ و شیر

❖ محصولات عمده صنعتی: نساجی و البسه، فراورده‌های غذایی، داروسازی، مصالح ساختمانی، تولیدات کاغذ، کود و میگو، محصولات عمده معدنی: کرومیت، مس، آهن، سنگ گچ، سنگ آهک، مرمر و نمک

۵. شبکه‌های توزیع

برای بعضی از صنایع مانند صنایع دارو سازی، شبکه‌های توزیع سازماندهی شده مناسبی وجود دارد اما برای بقیه کالاها سیستمهای توزیع کنترل شده نیستند. دولت پاکستان سرمایه‌گذاری در شبکه‌های توزیع را شروع کرده است. ۸۰ درصد توزیع از طریق جاده‌ها صورت می‌گیرد و تعداد کامیونهای موجود حمل کالا در جاده‌ها ۱۱۰۰۰۰ عدد می‌باشد.

حمل بار از طریق قطار اگرچه از جمله اولویتهای دولت است، هنوز در مراحل ابتدایی است.



۹۰ درصد از بارهای حمل شده به داخل و خارج از پاکستان از طریق دو بندر قدیمی و بزرگ کراچی (۶۰ درصد) و قاسیم (۳۰ درصد) حمل می‌شود. بندر گوادر نیز از دیگر بنادر مهم پاکستان است. کمپانی ملی کشتیرانی پاکستان ۲۰ فروند کشتی دارد که به مقصد آمریکا، اروپا و خاورمیانه و خاورد دور به طور مرتب در تردد هستند. شبکه‌های توزیع به‌طور عمده در اختیار عمده فروشان است که انبارها و سردخانه‌های مختلفی در نقاط مختلف دارند.

وارد کنندگان کالا ترجیح می‌دهند محصولات خود را به این واسطه‌ها بفروشند، به عبارت دیگر وارد کنندگان اغلب امکان فروش به مصرف کننده نهایی را ندارند. تعداد کمی از این واسطه‌ها شبکه‌های توزیع وسیع و ملی دارند، غالب آنها در سطوح منطقه‌ای و ایالتی فعال هستند. شبکه راه‌های پاکستان از وضعیت به نسبت مناسبی برخوردار است.

۵-۱. بازاریابی و تبلیغات

بازاریابی مستقیم در پاکستان وجود داشته و شرکتها و گروه‌های مختلفی فعالیتهای بازاریابی در این کشور را به عهده دارند. انواع تبلیغات چاپی، ایجاد نمایشگاه‌ها، روزنامه‌ها، مجلات، رادیو و تلویزیون داخلی و ماهواره‌ها و سایر وسایل ارتباط جمعی نظیر سینما در معرفی محصولات فعال هستند. تبلیغات از طریق اینترنت نیز امروزه تا حدی در پاکستان گسترش یافته است.

انجمن بازاریابی پاکستان^۱ هر ساله علاوه بر برگزاری نمایشگاه در سطوح ملی و بین‌المللی برای معرفی محصولات، پاره‌ای مطالعات شناسایی مشتری را نیز انجام می‌دهد. بعضی از شرکتهایی که در این زمینه فعال هستند در پیوست ارائه شده است.

۵-۲. راهکارهای بازاریابی و فروش

بازار پاکستان به دلیل جمعیت زیاد و جوان و طبقه متوسط رو به رشد یک بازار خوب منطقه‌ای برای ایران می‌باشد. بهترین محصولات برای این کشور شامل ماشین‌آلات صنعتی، مواد شیمیایی، دارو و محصولات پزشکی می‌باشد.

برای موفقیت در بازار پاکستان بایستی با کسب و کارهای محلی، ملی و چند ملیتی رقابت نمود. راه‌های زیر چند پیشنهاد برای رسیدن به موفقیت است.

- ❖ صادرات مستقیم هزینه‌های زیادی دارد، بهتر است با ایجاد رابطه با طرفهای پاکستانی اقدام به صادرات نمود.
- ❖ استفاده از یک طرف پاکستانی یا توزیع کننده مناسب اهمیت زیادی دارد.
- ❖ سرمایه‌گذاری مشترک^۱ شیوه مناسبی برای صادرات به پاکستان می‌باشد.
- ❖ هر نوع تبلیغ بایستی بر اساس سلیقه پاکستانیها و بر اساس قوانین آن کشور باشد. و با توجه به فرهنگهای متنوع در پاکستان همواره نیاز به یک شریک و یا توزیع کننده پاکستانی وجود دارد.
- ❖ مردم پاکستان به بسته بندی و شکل و فرم ارائه کالا اهمیت می‌دهند، لازم است که این موضوع در صادرات به پاکستان مورد توجه قرار گیرد.
- ❖ شرکت در نمایشگاه‌های معرفی کالا و ارائه کالا یا خدمات مربوطه کمک فراوانی برای صادرات کالا به پاکستان می‌باشد.
- ❖ مطالعات بازار پاکستان برای آگاهی از وضعیت، نوع و سلیقه مشتریان به صورت مداوم و پیوسته لازم است. برای این منظور می‌توان از مقالات و تحقیقات انجام شده در سطوح بین المللی استفاده نمود.
- ❖ تماس منظم با طرفها، شرکا و یا توزیع کنندگان پاکستانی در گسترش روابط مؤثر می‌باشد.

۶. نظام نرخ گذاری

با توجه به پیوستن پاکستان به سازمان تجارت جهانی و تبعیت از نظام اقتصاد آزاد، قیمتها در این کشور اغلب تابع مستقیم عرضه و تقاضا می‌باشد. بالا رفتن نرخ تورم در سالهای اخیر و افزایش نرخ برابری ارز، سبب افزایش قیمتها در سه سال گذشته شده است. نقش دولت پاکستان در تعیین قیمت کالاها اندک است.

۷. منابع طبیعی

منابع طبیعی و شناخته شده‌ای در پاکستان وجود ندارد که بتواند نقش تعیین کننده‌ای

1. joint venture



در سرنوشت این کشور ایفا نماید. منابع گاز و نفت و گوگرد و مس و غیره حتی کفاف نیازهای داخلی موجود را نمی‌دهد و پاکستان نیازمند واردات است. محصول صادراتی عمده این کشور منسوجات می‌باشد. از این جهت زمینهای کشاورزی منبع درآمد اصلی کشور می‌باشد و آب نقش حیاتی در سرنوشت آن ایفا می‌نماید.

رودهای اصلی پاکستان اکثراً از خاک هند سرچشمه می‌گیرند و جریان مداوم این رودخانه‌ها نقش عظیمی در حیات اقتصادی این کشور دارند.

با توجه به پر جمعیت بودن پاکستان، نیروی انسانی یکی از منابع اصلی این کشور است.

این کشور ۳۵۸ / ۹ میلیون بشکه تأیید شده نفتی و ۷۵۹ / ۷ میلیارد متر مکعب ذخیره تأیید شده گاز طبیعی دارد، اما هزینه واردات نفت و فراورده‌های نفتی بیشترین بخش از هزینه کشور را تشکیل می‌دهد.



فصل چهارم

زیرساختها

در این فصل زیرساخت‌های موجود در کشور پاکستان را معرفی می‌کنیم که برای برقراری مناسبات تجاری و مبادله کالا و ارائه خدمات، کلیدی هستند. این زیرساخت‌ها عبارت‌اند از شبکه حمل و نقل، نظام بانکی، نظام بیمه‌ای و شبکه مخابراتی.

۱. حمل و نقل

در این قسمت به معرفی زیرساخت‌های حمل و نقل موجود در پاکستان می‌پردازیم.

۱-۱. حمل و نقل جاده‌ای

در پاکستان ۲۵۸۳۴۰ کیلومتر راه وجود دارد که ۱۶۷۱۴۶ کیلومتر آن آسفالت‌ه می‌باشد.

مهم‌ترین بزرگراه‌های این کشور در جدول شماره ۸ نشان داده شده‌اند.

جدول ۸: بزرگراه‌های عمومی پاکستان (کیلومتر)

بلوچستان	سرحد شمالی	سند	پنجاب	راه	
-	۱۲۷	۶۷۱	۱۰۲۱	کراچی - پیشاور - ترخان	N-۵
۶۳۵	-	-	-	لیار - گوادر گباد	N-۱۰
-	۲۴۰	-	-	ماشرا - ناران - چیداس	N-۱۵
۷۹۰	-	۲۳	-	کراچی - کویته - چمن	N-۹۵
-	۱۷۶	-	۱۵	جندال - کراچی	N-۳۵

۶۱۰	-	-	-	کلباس - تفتان	N-۹۰
-	۳۰۹	-	-	لواشرا - دیرچیترا	N-۴۵
۳۸۸	۱۹۳	-	-	کوچالک - ذوب - دره اسماعیل خان	N-۵۰
-	۳۹۶	۴۹۵	۳۷۳	کوتری - دره اسماعیل خان - پیشاور	N-۵۵
۲۹۵	-	۹۵	-	کوینته - شو فور	N-۶۵
۲۶۶	-	-	۱۸۱	کویلا سیف الا..- مولتان	N-۷۰
-	-	-	۹۰	اسلام آباد - کوهالا	N-۷۵
-	۳۶	-	۱۰۸	تارن - کوهات	N-۸۰
-	-	-	-	گیلگیت - اسکار دو	S-۱
-	-	-	-	کوهالا - مظفر آباد	S-۲
۳۰۰۲	۱۴۲۷	۱۲۷۹	۱۷۸۸	جمع	

۲-۱. دریایی

با توجه به دسترسی پاکستان به دریای آزاد، تجارت پاکستان به طور عمده از طریق بنادر صورت می گیرد.

مهم ترین بنادر پاکستان به قرار زیر می باشند:

۱-۲-۱. گوادر^۱

گوادر در خلیج عمان نزدیک ورودی خلیج فارس و در حدود ۴۶۰ کیلومتری غرب کراچی واقع شده است. از سال ۱۹۹۳ دولت پاکستان مطالعات درباره توسعه و اجرای پروژه در آبهای عمیق را شروع نموده است. پروژه بندر از تاریخ ۲۲ مارس ۲۰۰۲ شروع شد و اولین فاز آن در دسامبر ۲۰۰۵ تکمیل شد. تأسیسات زیربنایی دیگری هم از جمله بزرگراه ساحلی مکران به طول ۷۰۰ کیلومتر انجام شده است.

1. GWADER

۲-۲-۱. بندر قاسیم

بندر محمد بن قاسیم در ایالت سند، در کراچی واقع شده است. این بندر، به منظور کاهش حجم ترافیک در اواخر دهه هفتاد میلادی تأسیس گردید. این بندر در نزدیکی مجتمع تولید فولاد قرار دارد و همچنین مرکز مسکونی آن در نزدیکی شهر کراچی است. این بندر ۳۰ درصد بار حمل شده به پاکستان را تخلیه می‌کند و در ۳۵ کیلومتری مرکز شهر کراچی قرار گرفته است. کل مساحت این بندر بالغ بر چهار کیلومتر مربع می‌باشد.

۳-۲-۱. بندر کراچی

این بندر بزرگ‌ترین بندر تجاری پاکستان است. ۶۰ درصد از کل بار حمل شده به پاکستان از طریق این بندر جابه‌جا می‌شود (۲۵ میلیون تن در سال). این بندر به منطقه تجاری نزدیک و مناطق متعدد صنعتی در اطراف آن قرار گرفته‌اند. مدیریت بندر به صورت تراست است که از قرن نوزدهم ایجاد گردید.

شبهه راه‌ها، پاکستان را به چین، قزاقستان، قرقیزستان، ازبکستان و ایالت دینامگ از آسیای مرکزی تا ساحل دریای عرب متصل می‌کند.

دولت پاکستان پروژه‌های مختلفی با ارزش مالی بالا با همکاری چینیه‌ها برای گسترش منطقه راهبردی گوادر در نظر دارد، تا این منطقه به یک منطقه مهم ترانزیتی و تجاری تبدیل گردد، از آن جمله حمل گسترده بار از طریق این بندر می‌باشد.

۳-۱. ریلی

در پاکستان ۸۱۶۳ کیلومتر راه آهن وجود دارد که ۷۷۱۸ کیلومتر آن وسیع و بقیه باریک هستند.

دولت برای توسعه راه آهن از هاولیان - کاشغر و کویته - قندهار (افغانستان) مسیر ریلی ایجاد خواهد نمود. در سال ۲۰۰۶ وزیر راه آهن اعلام کرد که گوادر به شبکه دهی پاکستان متصل خواهد شد. هزینه آن به میزان ۱۰۲۵ میلیون دلار برآورد شده است. **دولت ایران نیز در نظر دارد ایران را از طریق راه آهن به کشور پاکستان متصل نماید.**

۴-۱. هوایی

خطوط هوایی بین‌المللی پاکستان شامل: سه شرکت ایرلاین بین‌المللی پاکستان (PIA) و



شرکت هوایی Aero-Asia و Shareen Airline می‌باشد. ۱۴۶ فرودگاه در پاکستان وجود دارد که سه فرودگاه اسلام آباد، کراچی و لاهور بزرگ‌ترین آنها هستند.

۲. نظام بانکی

بانکداری در پاکستان از آغاز استقلال تاکنون، دوران دشواری را گذرانده است زیرا قدرتهای سیاسی در اداره بانکهای ملی دخالت داشته و به همین جهت این بانکها نتوانسته‌اند از شایستگی لازم برخوردار باشند.

به‌طور کلی شش گروه بانک در پاکستان وجود دارد:

الف) بانکهای ایالتی: شامل بانک مرکزی و سه بانک دیگر

ب) بیش از ۲۰ بانک خارجی

پ) تعداد قابل توجهی بانکهای تجاری خصوصی

ت) بانکهای سرمایه‌گذاری

ث) نهادهای توسعه مالی

ج) انواع صندوقهای سرمایه‌گذاری

جدول شماره ۹، فهرست بانکهای مهم پاکستان را نشان می‌دهد.

جدول ۹: فهرست بانکهای مهم پاکستان

وب سایت اینترنتی	نام بانک	ردیف
http://www.askaribank.com.pk	Askari Bank	۱
http://www.bankalfalah.com	Bank Alfalah	۲
http://www.bop.com.pk	Bank of Punjab	۳

http://www.citibank.com	Citi bank	۴
http://www.hbl.com	Habib Bank	۵
http://en.wikipedia.org/wiki/KASB_Bank	KASB Bank	۶
http://www.mybankltd.com	MyBank	۷
http://www.sbp.org.pk	State Bank of Pakistan	۹
http://www.Union Bank.com	Union Bank	۱۰
http://www.mcb.com.pk	Mcb bank	۱۱

۳. نظام بیمه‌ای

نظام بیمه‌ای پاکستان از سال ۱۹۷۲ ایجاد، اما چندان اجرایی نشد. در سال ۱۹۹۲ بیمه‌های خصوصی ایجاد و در سالهای ۲۰۰۰ و ۲۰۰۲ قوانین جامع آن تدوین گردید. بیمه شامل کارگران در واحدهای دارای ۲۰ کارگر به بالا (و به صورت اختیاری برای کارگاه‌های کمتر از ۲۰ کارگر) شده، اما کارکنان خانوادگی و خویش فرما را در بر نمی‌گیرد. بیمه‌ها شامل بیمه عمر یا دوره‌ای بوده و شامل بازنشستگی، مستمری و درمان و غیره می‌شود.

از نظر بیمه و تأمین اجتماعی پاکستان سیستم ضعیفی دارد و درصد کمی از مردم را در بر می‌گیرد. با وجود گرانی درمان و به ویژه بیمارستانها در پاکستان بخش بزرگی از مردم تحت پوشش بیمه قرار ندارند. انواع بیمه‌های خصوصی در سطوح ملی و بین‌المللی در پاکستان وجود دارند که مسافران، تجار و سایر افراد داخلی و خارجی را تحت پوشش قرار می‌دهند.

۴. زیرساختهای ارتباطی

صنعت مخابرات پاکستان در پی سرمایه‌گذاریهایی زیاد بخش خصوصی از ابتدای سال ۲۰۰۶، جهش قابل توجهی داشته است. در ژانویه این سال در پی خصوصی شدن شرکت مخابرات پاکستان (PTCL)، تغییرات وسیعی در سطح زیرساختهای ارتباطی این کشور به وقوع پیوسته است.

وجود رقابت، باعث شده است که مشتریان از خدمات متنوع و تعرفه‌های رقابتی بهره‌مند

شوند. در سال ۲۰۰۵ میانگین نرخ مکالمه با تلفن همراه، دقیقه‌ای ده روپیه (با مالیات) بوده است که در سال ۲۰۰۷، به دقیقه‌ای سه الی چهار روپیه کاهش یافته است. تاثیر مثبت این امر را می‌توان با افزایش نفوذ تلفن همراه در کشور مشاهده نمود. اشتراک تلفن سیار از پنج میلیون در سال ۲۰۰۵، به ۶۳/۲ میلیون در سال ۲۰۰۷ افزایش یافته است. در این سال، بخش مخابرات ۱۵ میلیارد روپیه (۲۵۰ میلیون دلار) مالیات به دولت مرکزی پرداخته است که در مقایسه با سال ۲۰۰۵، سه میلیارد روپیه افزایش نشان می‌دهد.

سازمان مخابرات (PTA) با لغ بر ۳۰ میلیارد روپیه (۵۰۰ میلیون دلار) بابت صدور مجوز شرکتهای جدید طی سال ۲۰۰۴ دریافت نمود. توقع می‌رود که حدود ۵۸ میلیون دلار (۳۰۰ الی ۴۰۰ میلیارد روپیه) به شکل سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بخش فناوری اطلاعات و مخابرات در سه الی پنج سال آینده (تا سال ۲۰۰۹) سرازیر شود. این بخش در سال ۲۰۰۷ بالغ بر ۳۵۷ هزار فرصت شغلی به طور مستقیم و غیرمستقیم ایجاد کرده است. این تغییرات مثبت بدون سیاستهای مداوم و مساعد سرمایه‌گذاری دولت امکان‌پذیر نبوده است. دولت از بخش مخابرات به وسیله یک سازمان ناظر پشتیبانی می‌کند. به گفته رئیس شرکت نوکیا در پاکستان، بازار مخابرات این کشور بیشترین رشد را در میان کشورهای منطقه داراست.

فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱ موجب انقلاب صنعتی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه جهانی شد. دیگر این بخش، صنعت آینده محسوب نمی‌شود بلکه صنعت امروز است. این بخش به عنوان یکی از قوای بالقوه در رشد اقتصادی در کنار عرصه‌های انرژی، مخابرات و ترابری بروز کرده و چشم‌انداز داخلی و خارجی را به خود جلب کرده است.

اگرچه این بخش در پاکستان دیر به حرکت افتاده است، ولی هم اکنون به اندازه کافی به بلوغ رسیده و می‌تواند نقشی حیاتی در اقتصاد کشور ایفا کند. هم اکنون برخی از شرکتهای بزرگ جهان مثل دایملر کریسلر، تویوتا، جنرال الکتریک و سیتی بانک به لیست طولانی مشتریان بین‌المللی بخش فناوری اطلاعات پاکستان افزوده شده‌اند. پیش‌بینی می‌شود این صنعت با پیشرفت جاری و مداوم به زودی به مرز یک میلیارد دلار درآمد برسد. در حالی که صنعت فناوری و اطلاعات هند حدود ۲۰ میلیارد دلار درآمد دارد و در حال برنامه‌ریزی گسترش آن تا ۶۰ الی ۸۰ میلیارد دلار می‌باشند. دولت در پنج سال گذشته اقدامات تحسین‌آمیزی در راستای اعطای محوریت به صنعت فناوری اطلاعات

اتخاذ کرده است. دستیابی به ساختار زیربنایی، اتصال (BAND WIDTH) مخابرات به علاوه تشکیل وزارت فناوری اطلاعات، دبیرخانه فدرال فناوری اطلاعات و صادرات نرم افزار پاکستان از جمله ثمرات این برنامه می‌باشند.

به گفته دکتر متین، مشاور وزیر علوم و فناوری اطلاعات، صنعت فناوری اطلاعات در پاکستان احتمالاً با نشاط‌ترین و فعال‌ترین بخش اقتصاد ملی می‌باشد که سالیانه از ۳۰ تا ۴۰ درصد رشد درآمد ملی پشتیبانی می‌کند. وی ادعا کرد که تقریباً تمام شرکتهای برجسته جهان حضور خود را در پاکستان تضمین کرده‌اند. رشد در تلفنهای همراه بسیار چشمگیر بوده و از هم اکنون رقم آن از ۶۳ میلیون تجاوز کرده و با نرخ حدود یک میلیون در ماه رو به افزایش می‌باشد.





بخش دوم تجارت خارجی







فصل پنجم

اطلاعات کلی

در این فصل آخرین وضعیت صادرات و واردات کشور پاکستان را بررسی نموده و کشورهای عمده طرف مبادلات تجاری با این کشور را معرفی می‌نماییم.

۱. تراز تجاری

در سال ۲۰۰۶ میلادی، ارزش واردات پاکستان ۲۹,۸۲۵,۷۵۴ هزار دلار بوده است. این در حالی است که در همین سال این کشور تنها ۱۶,۹۳۲,۸۷۳ هزار دلار کالا صادر نموده است. ارقام یاد شده نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۶، تراز تجاری پاکستان نزدیک به ۱۳ میلیارد دلار منفی بوده است.

جدول شماره ۱۰، وضعیت صادرات و واردات و تراز تجاری پاکستان را طی سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۶ نشان می‌دهد.

جدول ۱۰: وضعیت صادرات و واردات و تغییرات تراز تجاری پاکستان
(میلیارد دلار)

عنوان	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶
صادرات	۱۱/۹	۱۳/۴	۱۶/۱	۱۶/۹
واردات	۱۳	۱۷/۹	۲۵/۱	۲۹/۸
تراز تجاری	-۱/۱	-۴/۵	-۹	-۱۲/۹
حجم مبادلات تجاری	۲۴/۹	۳۱/۳	۴۱/۲	۴۶/۷

چنانچه در جدول شماره ۱۰ مشاهده می‌شود، طی دوره ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۶، تراز تجاری پاکستان همه ساله منفی بوده است. با وجودی که طی این دوره حجم صادرات این کشور کمی افزایش یافته است، اما میزان واردات بیش از دو برابر شده و میزان تراز تجاری این کشور از ۱/۱- میلیارد در سال ۲۰۰۳ به ۱۲/۹- میلیارد دلار در سال ۲۰۰۶ رسیده است. این امر نشان از کسری بودجه پاکستان در طول این سالها دارد.

۲. صادرات

سیاست خارجی معتدل دولت پاکستان و به‌طور خاص همکاریهای بسیار نزدیک این کشور با آمریکا، وامهای کم بهره و کمکهای بلاعوض بسیاری را از سراسر جهان به این کشور سرازیر می‌نماید. حتی این دولت با هند که دشمن دیرینه‌اش محسوب می‌شود باب مذاکره و تجارت را باز نموده است. طی سالهای اخیر، پاکستان انواع موافقت‌نامه‌ها را در زمینه تجارت ترجیحی و تجارت آزاد و اجتناب از اخذ مالیات مضاعف و غیره با کشورهای مختلف امضا و اجرا نموده است. موافقت‌نامه تجارت آزاد این کشور با چین در اواخر آبان ماه سال ۱۳۸۵ نهایی گردید.

مذاکره با سنگاپور و کشورهای شورای همکاری خلیج فارس برای تجارت آزاد تا پایان سال، نهایی خواهد شد. پیمان منطقه آزاد جنوب آسیا شامل بنگلادش، بوتان، هند، مالدیو، نپال، پاکستان و سریلانکا از سوی کشورهای عضو نهایی شده است.

چارچوب مناسبی برای تجارت آزاد با کشورهای آمریکای جنوبی ساخته و نهایی گردیده و همچنین موافقت‌نامه‌هایی با کشورهای سازمان کنفرانس اسلامی، گروه دی هشت و کشورهای آسه آن برای تجارت ترجیحی صورت پذیرفته است.

بدین ترتیب پاکستان در جستجوی مناسب‌ترین فرصتها برای برقراری ارتباطات تجاری و صنعتی می‌باشد. تجارت ترجیحی این کشور با سریلانکا و ایران تمام شده و تجارت آزاد با مالزی نیز در حال اتمام است.

ارزش صادرات پاکستان به جهان طی دوره چهار ساله ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۶ نزدیک به ۱/۵ برابر شده است. به عبارت دیگر ۱۱/۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۳ به بیش از ۱۶/۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۶ رسیده است.

پاکستان در سال ۲۰۰۶، شصت و پنجمین صادرکننده و چهل و پنجمین واردکننده در



سطح جهان به شمار می‌رفت. این کشور هدف دستیابی به حجم صادرات ۱۸/۶ میلیارد دلاری و واردات ۲۸ میلیارد دلاری را برای سال ۲۰۰۷ در برنامه کاری خود قرار داده بود.

عمده‌ترین محصولات صادراتی پاکستان به جهان، پنبه، پارچه، البسه، حبوبات، چرم، اسباب بازی و وسایل ورزشی، فرشها و کفپوشهای پشمی، برنج، ماهی و میوه و سبزیجات بوده است.

فهرست اقلام مهم صادراتی این کشور به جهان طی دوره ۲۰۰۳-۲۰۰۶ در جدول شماره ۱۱ نشان داده شده است.

جدول ۱۱: فهرست اقلام مهم صادراتی کشور پاکستان در سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۶ (هزار دلار آمریکا)

ردیف	عنوان	سال ۲۰۰۳	سال ۲۰۰۴	سال ۲۰۰۵	سال ۲۰۰۶	روند پیشرفت
۱	پنبه	۲,۵۳۲,۷۲۵	۲,۹۷۸,۸۰۱	۳,۴۲۸,۹۵۱	۳,۶۰۱,۰۰۹	افزایشی
۲	لباس	۲,۳۵۸,۲۶۴	۲,۳۵۲,۵۵۸	۳,۰۷۰,۷۵۷	۳,۲۴۲,۵۱۴	افزایشی
۳	تکمیل منسوجات کشاب	۱,۳۰۰,۰۶۰	۱,۶۶۵,۳۸۷	۱,۶۵۵,۱۰۷	۱,۹۰۲,۲۱۲	افزایشی
۴	تکمیل منسوجات غیر از کشاب	۱,۰۵۱,۰۲۹	۹۳۳,۰۳۴	۱,۳۲۹,۶۵۷	۱,۳۴۸,۳۲۱	افزایشی
۵	غلات و حبوبات	۶۶۶,۹۹۰	۶۸۳,۰۷۴	۱,۱۰۰,۵۸۵	۱,۱۵۲,۳۳۸	افزایشی
۶	سوخته‌های معدنی، نفت و قطران	۲۷۳,۲۷۶	۳۶۲,۲۸۴	۶۷۴,۶۷۹	۸۴۱,۲۳۱	افزایشی
۷	اشیای ساخته شده از چرم و روده حیوانات	۴۵۸,۶۸۴	۴۹۶,۷۰۱	۶۹۲,۶۷۸	۶۸۰,۳۶۹	افزایشی
۸	پوست خام و چرم	۲۳۶,۶۲۲	۲۸۵,۸۴۰	۳۰۶,۶۹۹	۳۱۷,۷۱۹	افزایشی
۹	اسباب‌بازی و لوازم ورزشی	۲۶۹,۳۷۲	۲۶۸,۳۴۹	۲۸۷,۱۶۶	۳۰۴,۷۳۳	افزایشی
۱۰	قالی، گلیم، کفپوش و غیره	۲۲۴,۱۸۲	۲۵۲,۳۵۲	۲۸۷,۵۳۹	۲۴۶,۱۲۹	افزایشی

کاهشی	۲۳۴,۴۹۰	۷۵,۹۹۶	۱۱۱,۳۰۹	۷۴,۲۲۲	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۱۱
افزایشی	۲۱۳,۳۴۷	۲۷۴,۰۴۸	۱۶۴,۸۹۰	۱۵۱,۱۱۳	پلاستیک و محصولات پلاستیکی	۱۲
کاهشی	۱۷۰,۶۰۶	۱۸۵,۵۲۳	۱۶۳,۳۲۸	۱۵۲,۹۹۲	دستگاه‌های اپتیک و طبی	۱۳
افزایشی	۱۶۷,۷۱۲	۱۴۶,۶۵۷	۱۱۳,۶۸۹	۱۳۷,۹۴۵	ماهیه‌ها و آبزبان	۱۴
افزایشی	۱۴۷,۳۵۶	۲۳۹,۷۵۳	۳۰۶,۱۲۲	۶۲۱,۰۱۳	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۱۵
افزایشی	۱۳۵,۲۱۳	۱۵۴,۴۹۰	۱۰۵,۴۱۸	۹۰,۲۰۴	کفش	۱۶
افزایشی	۱۲۷,۳۹۰	۱۱۲,۶۴۵	۴۴,۴۶۱	۲۹,۱۳۷	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، آهک و گچ	۱۷
افزایشی	۱۲۴,۵۴۵	۱۰۶,۰۳۸	۵۳,۳۴۳	۵۳,۶۹۰	آرد و نشاسته	۱۸
افزایشی	۱۲۰,۳۳۳	۱۰۴,۸۴۵	۶۵,۷۲۸	۳۰,۹۶۲	ماشین‌آلات و تجهیزات برقی	۱۹
افزایشی	۱۱۷,۳۶۰	۷۳,۷۶۳	۲۹,۴۴۸	۲۴,۵۸۳	نوشابه‌ها و سرکه	۲۰
افزایشی	۱۱۷,۰۱۵	۱۰۶,۴۵۲	۱۰۶,۹۳۳	۹۰,۸۰۴	میوه و خشکبار خوراکی و خلال پوست مرکبات	۲۱
افزایشی	۱۱۲,۹۴۸	۱۱۰,۴۸۰	۸۱,۸۳۵	۸۳,۰۷۸	رآکتورهای هسته‌ای و دیگ بخار	۲۲
افزایشی	۱۶,۹۳۲,۸۷۳	۱۶,۰۵۰,۲۰۱	۱۳,۳۷۹,۰۱۵	۱۱,۹۳۰,۰۷۶	جمع کل محصولات	

به‌طوری‌که در جدول بالا مشاهده می‌شود، روند صادرات محصولات مختلف در پاکستان به‌طور عمده افزایشی بوده است. صادرات پنبه و انواع لباسه‌ها و حبوبات و چرم، مهم‌ترین اقلام صادراتی پاکستان است که روند افزایشی آن در طول سالهای مورد بحث قابل توجه بوده است. صنعت نساجی در پاکستان اهمیت زیادی داشته و پس از آن محصولات کشاورزی و دامداری و صنایع وابسته به آن قرار دارد. روند رشد صادرات در پاکستان در فاصله سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۶ برابر ۱۳ درصد بوده است.

مهم‌ترین واردکنندگان از پاکستان، آمریکا، امارات متحده عربی، افغانستان، انگلستان و آلمان بوده‌اند. رشد صادرات پاکستان در فاصله پنج سال مورد بررسی برای افغانستان ۴۲ درصد، هند ۶۲ درصد، آفریقای جنوبی ۳۸ درصد، چین ۲۷ درصد و آمریکا ۱۷ درصد بوده است.



۲۶ درصد از کل صادرات پاکستان به مقصد آمریکا است. به عبارت دیگر مهم‌ترین شریک صادراتی پاکستان ایالات متحده می‌باشد. امارات متحده هفت درصد و افغانستان و انگلستان هر یک شش درصد از صادرات این کشور را به خود اختصاص داده‌اند.

مهم‌ترین واردکنندگان کالا از پاکستان در سال ۲۰۰۶ و سهم هر کشور از صادرات این کشور به همراه میزان رشد ارزش صادرات پاکستان به این کشورها در جدول شماره ۱۲ نشان داده شده است.

برخی از برنامه‌های تجاری دولت پاکستان برای افزایش صادرات به قرار زیر می‌باشد:

❖ افزایش صادرات محصولات کشاورزی، احداث مراکز پردازش محصولات، تلاش در جهت رفع موانع قرنطینه‌ای و آفت زدایی در شهرهای اسماعیل خان، خیرپور و تربت.

❖ بهبود ساختارهای زیر بنایی تجاری، تجهیز پایانه‌ها در تفتان، چمن، طورخم و واگه با تسهیلات مدرن از جمله گمرک، قرنطینه، انبار، مراکز عرضه نمایشگاه کالا، همچنین بهبود ارتباطات از قبیل توسعه بندر، کشتیرانی، بزرگراه‌ها، راه آهن و خودروهای ترانزیت کالا در دستور کار دولت قرار دارد.

❖ تجدید قانون ۱۹۴۱ سازمانهای تجاری، در راستای مقابله با چالشهای قرن ۲۱ و رفع نیازهای متنوع کشور. شایان ذکر است که با مشورت نهادها و سازمانهای تجارت وزارت بازرگانی، پیش نویس لایحه مشارکت فعال بخش خصوصی در راستای دسترسی به توسعه مداوم اقتصادی تهیه شده که پس از طی مراحل قانونی به اجرا در خواهد آمد.

❖ توسعه حمل و نقل ترانزیت و تکمیل شبکه لجستیکی

❖ ایجاد شهرکهای جدید بافت فرش در لاهور و کراچی

❖ ایجاد منطقه ویژه زیورآلات در کنار فرودگاه بین‌المللی کراچی (پارک جواهرات)

❖ افزایش تعداد مراکز نمایشگاهی در لاهور، اسلام آباد، کوئته و پیشاور

❖ پرداخت یارانه ۲۵ درصدی به حمل و نقل صادراتی

❖ تشکیل نمایشگاه‌های اختصاصی همزمان با سفر شخصیت‌های مهم کشور در خارج برای معرفی توانمندیهای کشور

❖ احداث ترمینال سیمان، آجر و مصالح ساختمانی

- ❖ صادرات گوشت حلال برای رفع نیاز بازار کشورهای اسلامی (در شهرهای کراچی، پیشاور، لاهور و کوئته با مجهزترین تجهیزات برای صادرات انواع گوشت قرمز و سفید)
- ❖ واردات ماشین آلات دست دوم با عمر کمتر از ۱۰ سال (در بخشهای ساختمان سازی، معادن، نفت، دارو و غیره).

جدول ۱۲: مهم ترین واردکنندگان کالا از پاکستان در سال ۲۰۰۶ (هزار دلار آمریکا)

وارد کنندگان	ارزش صادرات در سال ۲۰۰۶	سهم از صادرات کشور پاکستان	رشد ارزش صادرات پاکستان در فاصله زمانی ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ (درصد)
جهان	۱۶,۹۳۲,۸۷۳	۱۰۰	۱۳
ایالات متحده آمریکا	۴,۳۴۲,۴۲۴	۲۶	۱۷
امارات متحده عربی	۱,۲۴۱,۸۱۸	۷	۵
افغانستان	۹۹۱,۵۰۳	۶	۴۲
انگلستان	۹۳۵,۸۷۱	۶	۳
آلمان	۶۹۷,۵۳۹	۴	۵
هنگ کنگ	۶۷۸,۷۲۵	۴	۷
ایتالیا	۶۲۱,۶۳۱	۴	۱۵
چین	۵۰۶,۶۴۲	۳	۲۷
اسپانیا	۴۷۶,۳۲۰	۳	۲۱
هلند	۴۳۳,۸۵۶	۳	۱۰
فرانسه	۳۴۸,۹۶۸	۲	۳
بلژیک	۳۴۰,۸۶۴	۲	۱۲
ترکیه	۳۳۹,۱۷۳	۲	۲۱
هند	۳۲۶,۷۰۴	۲	۶۲



عربستان سعودی	۳۰۹,۰۳۵	۲	-۱۱
آفریقای جنوبی	۲۹۴,۳۶۱	۲	۳۸
بنگلادش	۲۶۶,۸۳۵	۲	۱۷
کانادا	۲۱۱,۶۳۰	۱	۴
جمهوری اسلامی ایران	۱۷۸,۷۸۲	۱	۳۳
سريلانكا	۱۷۷,۵۹۵	۱	۲۷
جمهوری کره	۱۷۷,۴۷۷	۱	-۳
پرتغال	۱۴۹,۵۳۸	۱	۱۹

۳. واردات

ارزش واردات پاکستان از جهان در سال ۲۰۰۶ برابر ۲۹/۸ میلیارد دلار و ارزش واردات این کشور در سال ۲۰۰۳ میلادی ۱۳ میلیارد دلار بوده است. به عبارت دیگر ارزش واردات پاکستان در طول چهار سال مورد بررسی، ۲/۳ برابر شده است.

اقلام عمده وارداتی پاکستان از جهان در سال ۲۰۰۵ نیز به طور عمده شامل: نفت و سوخته‌های معدنی، رآکتور و دیگهای بخار، ابزار الکتریکی و الکترونیکی، ماشین آلات و تجهیزات حمل و نقل، آهن و فولاد، محصولات شیمیایی، فرآورده‌های غذایی، شکر و شیرینی ابزار و وسایل نقلیه هوایی و غیره می‌باشد.

روند واردات اکثر کالاهای وارداتی به پاکستان نیز در سالهای مورد بحث افزایشی بوده است و تنها برای چند قلم کالای جزئی روند کاهشی یافته است. فهرست اقلام وارداتی پاکستان از جهان و ارزش وارداتی آنها در فاصله سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۶ در جدول زیر نشان داده شده است.

به منظور دسترسی به رشد مناسب واردات، یک سیاست وارداتی سالم ضروری است. بدیهی است کشورهای صادرکننده عمده هستند، دارای سیاست وارداتی آزاد می‌باشند چون آزادسازی تجارت، موتور رشد صادرات است.

در فاصله سالهای ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۶ کل واردات پاکستان از مقدار ۲۵/۱ میلیارد دلار به

حدود ۳۰ میلیارد رسیده که ۲۰ درصد رشد داشته و با توجه به ارزش صادرات پاکستان با یک سری تراز تجاری منفی به میزان ۱۳ میلیارد دلار مواجه است. این افزایش واردات به خاطر افزایش قیمت جهانی نفت و تقاضای بالا برای ماشین آلات و مواد اولیه برای فعالیتهای اقتصادی کشور بود. واردات تولیدات نفتی ۶۴ درصد، ماشین آلات ۳۵ درصد، فلزات ۵۲ درصد، مواد شیمیایی ۱۷/۲ درصد، و مواد غذایی ۳۶ درصد در این مدت افزایش داشت.

جدول شماره ۱۳، فهرست مهم‌ترین اقلام وارداتی کشور پاکستان را طی سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۶ نشان می‌دهد.

جدول ۱۳: فهرست مهم‌ترین اقلام وارداتی کشور پاکستان در سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۶ (هزار دلار آمریکا)

ردیف	عنوان	سال ۲۰۰۳	سال ۲۰۰۴	سال ۲۰۰۵	سال ۲۰۰۶	روند پیشرفت
	جمع کل محصولات	۱۳,۰۴۸,۶۰۹	۱۷,۹۴۸,۵۸۴	۲۵,۰۹۶,۵۷۵	۲۹,۸۲۵,۷۵۴	افزایشی
۱	سوختهای معدنی، نفت و قطران	۳,۰۷۰,۹۲۷	۳,۹۰۳,۲۲۰	۵,۲۹۹,۳۵۲	۷,۶۸۰,۲۹۵	افزایشی
۲	راکتورهای هسته‌ای و دیگ بخار	۱,۶۶۵,۰۶۰	۲,۲۷۱,۹۷۰	۳,۱۰۷,۲۹۵	۳,۳۴۳,۹۷۷	افزایشی
۳	ماشین آلات و تجهیزات برقی	۶۶۹,۶۰۰	۱,۰۲۷,۷۴۹	۲,۵۱۹,۹۹۹	۳,۰۸۱,۳۰۳	افزایشی
۴	سایر وسایل نقلیه	۵۹۷,۹۹۶	۷۶۸,۵۵۲	۱,۴۹۳,۰۸۶	۱,۷۳۲,۶۶۶	افزایشی
۵	چدن، آهن و فولاد	۴۳۵,۷۲۶	۶۹۸,۵۲۹	۱,۴۴۲,۵۲۸	۱,۳۹۲,۸۲۹	افزایشی
۶	محصولات شیمیایی آلی	۹۳۱,۱۲۱	۱,۲۹۴,۶۱۵	۱,۲۶۶,۳۶۲	۱۱۷,۷۹۴۴	افزایشی
۷	پلاستیک و محصولات پلاستیکی	۴۹۲,۳۱۲	۷۱۳,۹۱۷	۹۹۸,۶۴۳	۱,۱۲۸,۶۲۹	افزایشی
۸	چربیها و روغنهای حیوانی یا نباتی	۷۵۵,۸۲۶	۷۹۷,۷۰۳	۸۶۳,۸۸۵	۸۷۸,۷۹۶	افزایشی
۹	شکر و شیرینی	۸,۳۷۷	۱۰,۸۶۳	۴۶۰,۸۲۶	۷۱۷,۴۳۶	افزایشی
۱۰	وسایل نقلیه هوایی	۱۴۵,۲۵۷	۴۴۱,۸۱۹	۸۵,۲۳۱	۶۲۶,۲۰۰	افزایشی
۱۱	سنگهای گرانیتها	۲۷۰,۸۹۲	۳۵۱,۸۳۶	۴۵۸,۵۶۳	۴۷۶,۱۵۴	افزایشی



افزایشی	۴۵۱,۹۷۹	۶۵۵,۷۳۶	۳۵۵,۸۳۵	۲۲۸,۲۱۰	کود	۱۲
افزایشی	۴۲۸,۹۲۸	۵۱۷,۵۳۸	۶۴۱,۴۲۵	۳۱۸,۵۱۷	پنبه	۱۳
افزایشی	۴۲۷,۹۴۸	۲۳۶,۹۸۲	۱۵۴,۸۰۵	۱۴۴,۱۱۴	مصنوعات از چدن، فولاد و آهن	۱۴
افزایشی	۴۰۳,۷۹۸	۳۴۵,۴۵۸	۲۶۹,۲۶۷	۲۴۳,۱۹۴	دانه‌ها و میوه‌های روغنی و فراورده‌های آنها	۱۵
افزایشی	۳۷۷,۵۸۵	۳۱۷,۰۱۳	۲۱۴,۴۱۰	۱۸۴,۳۵۷	دستگاه‌های اپتیک و طبی	۱۶
افزایشی	۳۷۳,۹۲۹	۳۸۵,۳۲۶	۳۴۰,۴۹۲	۲۵۳,۲۸۵	سایر محصولات شیمیایی	۱۷
افزایشی	۳۶۰,۹۷۱	۲۹۶,۹۰۸	۲۲۵,۴۱۱	۱۸۸,۸۱۰	کاغذ و مقوا و محصولات آنها	۱۸
افزایشی	۳۱۲,۸۵۵	۲۶۷,۲۳۲	۱۵۶,۳۶۸	۱۳۶,۳۳۵	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۱۹
افزایشی	۳۱۱,۸۱۲	۲۹۴,۷۹۶	۲۱۸,۴۴۲	۱۶۹,۵۱۰	لاستیک و محصولات لاستیکی	۲۰
افزایشی	۲۸۹,۷۶۷	۲۰۲,۹۲۶	۱۰۶,۲۳۸	۸۴,۶۴۶	سبزیجات خوراکی، نباتات	۲۱
افزایشی	۲۸۴,۹۵۱	۲۰۸,۰۸۳	۱۴۹,۰۷۶	۱۰۷,۱۲۵	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۲۲
افزایشی	۲۴۴,۴۰۸	۲۲۳,۵۱۸	۱۷۱,۴۳۷	۱۶۰,۲۴۳	محصولات دارویی	۲۴
افزایشی	۲۳۸,۲۴۴	۲۷۰,۸۶۰	۱۸۱,۲۸۹	۸۹,۴۲۱	محصولات شیمیایی غیر آلی	۲۵
افزایشی	۲۳۳,۴۷۴	۲۰۵,۳۶۰	۱۷۸,۴۹۳	۱۵۰,۰۷۲	عصاره‌های دباغی یا رنگرزی	۲۶
افزایشی	۲۰۸,۴۶۶	۱۷۹,۶۳۸	۱۳۸,۸۱۳	۱۱۱,۱۸۰	آلومینیوم	۲۷
افزایشی	۱۷۳,۰۷۹	۱۱۹,۲۶۰	۸۱,۹۳۷	۵۲,۲۷۷	مس و صنوعات مسی	۲۸
افزایشی	۱۳۲,۱۱۸	۱۶۱,۳۷۰	۲۵۳,۷۱۷	۱۴,۴۷۰	غلات و حبوبات	۲۹
افزایشی	۱۱۹,۶۴۳	۱۱۱,۳۷۱	۹۳,۵۳۸	۷۱,۰۸۶	صابون، موم و شمع و مدل سازی آنها	۳۰
افزایشی	۱۱۱,۷۸۶	۶۵,۳۰۹	۲۷,۱۲۰	۲۲,۸۸۵	صنایع بازیافت مواد زائد حیوانی	۳۱
افزایشی	۱۰۱,۴۳۲	۱۰۰,۳۶۷	۶۲,۰۶۰	۴۲,۳۷۴	محصولات سرامیکی	۳۲

افزایشی	۲۷۷,۹۳۲	۲۷۹,۳۸۷	۲۵۰,۵۰۲	۲۱۹,۸۷۷	قهوه، چای و ادویه	۳۳
افزایشی	۸۵,۸۶۶	۹۷,۵۳۰	۵۵,۰۳۹	۵۲,۶۵۰	سنگ فلز و جوش	۳۳
افزایشی	۸۵,۳۹۳	۷۱,۹۱۷	۴۱,۹۳۵	۴۴,۷۲۴	لباس	۳۴
افزایشی	۸۴,۴۸۶	۷۸,۶۷۵	۵۰,۱۸۸	۳۶,۰۲۱	میوه و خشکبار خوراکی و خلال پوست مرکبات	۳۵
افزایشی	۸۱,۶۵۰	۶۲,۸۷۷	۵۳,۶۳۹	۳۶,۱۷۶	چوب و مصنوعات چوبی	۳۶
کاهشی	۷۷,۷۹۰	۷۶,۶۲۹	۴۹,۴۶۵	۹۲,۷۶۹	سایر مصنوعات	۳۷
افزایشی	۷۵,۷۴۱	۷۸,۹۴۰	۵۱,۲۲۹	۲۱,۱۵۸	پوست خام و چرم	۳۸
افزایشی	۷۲,۰۰۰	۱۱۳,۵۰۲	۲۹۲,۵۴۵	۳۴,۸۸۱	کشتیها و شناورها	۳۹
افزایشی	۶۶,۳۹۳	۵۶,۸۵۴	۴۶,۱۰۲	۳۶,۴۲۰	روغنهای اسانسی و عطر	۴۰
افزایشی	۵۸,۵۵۷	۶۰,۷۳۰	۴۹,۳۸۸	۴۱,۹۴۸	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۴۱
افزایشی	۵۷,۲۱۱	۵۴,۷۳۵	۴۶,۲۰۳	۳۹,۷۸۴	خمیر چوب، مواد سلولزی، فیبری و غیره	۴۲
افزایشی	۵۳,۷۸۹	۵۱,۱۲۶	۵۶,۶۱۳	۳۲,۶۶۸	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، آهک و گچ	۴۳
افزایشی	۵۲,۵۴۶	۳۳,۳۸۸	۱۶,۵۶۴	۱۲,۳۸۵	فرآورده‌های لبنی، عسل و غیره	۴۴
افزایشی	۵۱,۴۶۸	۴۴,۴۰۹	۲۶,۱۲۳	۱۴,۸۸۶	مبلمان و دکوراسیون منزل	۴۵
افزایشی	۴۹,۸۲۸	۳۶,۰۸۲	۲۱,۱۹۷	۱۶,۵۲۶	روی و مصنوعات روی	۴۶
افزایشی	۴۸,۶۷۶	۴۰,۷۳۹	۳۱,۵۵۱	۲۹,۹۹۲	منسوجات نخی	۴۷
افزایشی	۴۷,۴۸۵	۴۶,۵۶۳	۳۰,۹۸۰	۲۵,۹۸۳	عملیات تکمیلی منسوجات (رنگرزی - چاپ - تکمیل)	۴۸
افزایشی	۴۷,۳۵۱	۳۳,۵۶۳	۲۶,۳۰۱	۲۱,۴۶۷	تولیدات از آرد غلات و نشاسته	۴۹
افزایشی	۳۸,۹۳۵	۳۶,۶۷۴	۲۶,۵۸۵	۲۵,۶۷۹	مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال	۵۰
افزایشی	۳۷,۲۶۶	۲۷,۵۲۲	۱۱,۸۴۳	۱۴,۴۰۲	چاپ کتاب، روزنامه، تصاویر و غیره	۵۱
کاهشی	۳۶,۹۷۵	۶۹,۳۰۱	۴۴,۳۱۲	۸۱,۲۴۸	لوکوموتیوهای راه آهن و خط ریل	۵۲

افزایشی	۲۵,۶۹۱	۵۱,۳۷۴	۵۶,۸۳۰	۲۰,۸۸۹	سایر	۵۳
افزایشی	۳۰,۸۸۱	۲۳,۷۵۶	۱۷,۴۷۱	۱۵,۹۹۸	اسباب بازی و لوازم ورزشی	۵۴
افزایشی	۲۹,۷۵۴	۲۶,۶۹۶	۱۸,۰۰۷	۱۴,۶۱۹	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی	۵۵
افزایشی	۲۹,۲۲۸	۲۲,۸۰۲	۱۳,۹۶۸	۹,۷۰۳	مصنوعات از سنگ و گچ و سیمان	۵۶
افزایشی	۲۵,۵۱۹	۲۲,۴۵۰	۱۲,۶۷۶	۱۵,۰۶۹	پارچه‌های خاص دست باف، ملیله و قیطان دوزی و غیره	۵۷
کاهشی	۲۳,۶۶۶	۲۴,۸۶۶	۲۹,۱۹۱	۳۰,۳۳۹	فراورده‌های مورد مصرف در فیلم برداری و عکاسی	۵۸
افزایشی	۲۳,۴۹۰	۲۱,۲۲۳	۱۴,۵۰۹	۱۴,۶۲۷	سایر محصولات خوراکی	۵۹
افزایشی	۲۲,۷۴۰	۲۳,۶۷۴	۱۹,۷۴۵	۱۴,۸۲۲	کفش	۶۰

مهم‌ترین صادرکنندگان کالا به پاکستان امارت متحده عربی، عربستان سعودی، چین، آمریکا، کویت، ژاپن، آلمان و هند بوده‌اند.

رشد واردات پاکستان در فاصله پنج سال مورد بررسی برای بعضی کشورهای اروپایی بیش از ۱۰۰ درصد، هند ۶۵ درصد، چین ۴۶ درصد، امارات ۳۳ درصد، و آمریکا ۲۸ درصد بوده است.

۱۱ درصد از کل واردات پاکستان از امارات متحده می‌باشد. عربستان سعودی (نفت و فراورده‌های نفتی) و چین ۱۰ درصد و ایالات متحده، کویت و ژاپن هر یک شش درصد از واردات این کشور را به خود اختصاص داده‌اند.

مهم‌ترین صادرکنندگان کالا به پاکستان در سال ۲۰۰۶ و سهم هر کشور از واردات این کشور به همراه میزان رشد ارزش واردات پاکستان از این کشورها در جدول شماره ۱۴ نشان داده شده است.

جدول ۱۴: مهم‌ترین صادرکنندگان کالا به پاکستان در سال (واحد ارزش: هزار دلار آمریکا)

رشد ارزش واردات پاکستان در فاصله زمانی ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۲ (درصد)	سهم از واردات کشور پاکستان	ارزش واردات در سال ۲۰۰۶ (هزار دلار آمریکا)	صادر کنندگان
۳۳	۱۰۰	۲۹,۸۲۵,۷۵۴	جهان
۳۳	۱۱	۳,۴۰۸,۳۵۵	امارات متحده عربی
۲۹	۱۰	۳,۰۳۳,۲۳۰	عربستان سعودی
۴۶	۱۰	۲,۹۱۴,۹۲۶	چین
۲۸	۶	۱,۸۸۵,۸۰۱	ایالات متحده آمریکا
۳۱	۶	۱,۸۸۱,۲۰۵	کویت
۳۱	۶	۱,۸۷۲,۴۰۷	ژاپن
۳۰	۴	۱,۱۹۰,۲۷۹	آلمان
۶۵	۴	۱,۱۱۴,۹۹۵	هند
۴۵	۳	۸۰۸,۹۳۵	اندونزی
۹	۳	۷۶۵,۸۴۸	مالزی
۲۶	۲	۷۴۲,۲۵۷	انگلستان
۱۶۷	۲	۶۴۲,۷۶۷	قطر
۴۱	۲	۶۲۵,۵۰۰	تایلند
۲۴	۲	۶۱۴,۰۹۲	جمهوری کره
۲۶	۲	۵۴۷,۵۰۸	ایتالیا
۲	۲	۵۱۹,۵۶۴	سنگاپور
۱۳۴	۲	۴۹۹,۸۲۳	سوئد
۱۶	۱	۴۴۳,۱۷۷	جمهوری اسلامی ایران
۱۹	۱	۴۲۳,۰۹۸	سوئیس



۱۲۷	۱	۴۰۹,۰۴۶	فنلاند
۲۵	۱	۳۹۶,۰۰۹	کانادا
۷۲	۱	۳۹۲,۱۳۹	روسیه فدراتیو
۴۵	۱	۳۶۹,۳۱۰	فرانسه

۴. کشورهای صادرکننده

مهم‌ترین صادرکنندگان کالا به پاکستان به تفکیک گروه‌های کالایی در جدولهای شماره ۱۵ تا ۳۴ ارائه شده است.

ایران در زمینه تأمین ماهیها و آبزیان، فراورده‌های لبنی، عسل، سبزیجات خوراکی و نباتات، میوه و خشکبار، تأمین سنگ فلز و جوش، سوخته‌های معدنی، نفت، محصولات شیمیایی، نمک، گوگرد، خاک و سنگ، آهک و گچ جزو ۱۰ صادرکننده اصلی به پاکستان می‌باشد.

جدول ۱۵: مهم‌ترین صادرکنندگان سوخته‌های معدنی، نفت و قطران در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	عربستان سعودی	۲۵۵۴/۲	۳۳/۳
۲	امارات متحده عربی	۲۲۱۶/۴	۲۸/۹
۳	کویت	۱۷۵۶/۵	۲۲/۹
۴	قطر	۴۸۰/۹	۶/۳
۵	جمهوری اسلامی ایران	۱۶۷/۴	۲/۲

جمع کل واردات پاکستان: ۷۶۸۰/۳ میلیون دلار

جدول ۱۶: مهم‌ترین صادرکنندگان راکتور دیگهای بخار و بویلر در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون لار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	چین	۶۹۱/۵	۲۰/۷
۲	ژاپن	۳۶۹/۸	۱۱/۱
۳	آلمان	۳۴۶/۹	۱۰/۴
۴	ایتالیا	۳۲۳/۰	۹/۷
۵	آمریکا	۳۱۳/۵	۹/۴
جمع کل واردات پاکستان: ۳۳۴۴ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۱۷: مهم‌ترین صادرکنندگان ماشین‌آلات و تجهیزات برقی در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون لار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	چین	۵۶۸/۱	۱۸/۴
۲	سوئد	۳۹۱/۸	۱۲/۷
۳	فنلاند	۳۷۶/۶	۱۲/۲
۴	آلمان	۳۶۳/۵	۱۱/۸
۵	آمریکا	۲۴۴/۰	۷/۹
جمع کل واردات پاکستان: ۳۰۸۱/۳ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۱۸: مهم‌ترین صادرکنندگان سایر وسایل نقلیه در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	ژاپن	۱۰۰۶/۹	۵۸/۱
۲	تایلند	۲۰۵/۰	۱۱/۸
۳	کره جنوبی	۸۸/۵	۵/۱
۴	چین	۷۸/۶	۴/۵
۵	انگلستان	۶۱/۶	۳/۶
جمع کل واردات پاکستان: ۱۷۳۲/۷ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۱۹: مهم‌ترین صادرکنندگان چدن، آهن و فولاد در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	چین	۱۲۹/۶	۹/۳
۲	ایران	۱۲۱/۵	۸/۷
۳	اوکراین	۱۱۴/۰	۸/۲
۴	انگلستان	۹۶/۷	۶/۹
۵	ژاپن	۸۸/۸	۶/۴
جمع کل واردات پاکستان: ۱۳۹۲/۸ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۰: مهم ترین صادرکنندگان محصولات شیمیایی آلی در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	هند	۲۰۹/۴	۱۸/۰
۲	عربستان	۱۴۲/۴	۱۲/۰
۳	چین	۱۲۷/۴	۱۱/۰
۴	کویت	۷۲/۷	۶/۰
۵	قطر	۶۷/۲	۶/۰
جمع کل واردات پاکستان : ۱۱۷۷/۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۱: مهم ترین صادرکنندگان پلاستیک و محصولات پلاستیکی در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	عربستان سعودی	۱۷۷/۹	۱۶/۰
۲	چین	۱۰۳/۱	۹/۰
۳	هند	۸۵/۸	۸/۰
۴	قطر	۸۳/۲	۷/۰
۵	تایلند	۶۸/۲	۶/۰
جمع کل واردات پاکستان : ۱۱۲۸/۶ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۲۲: مهم ترین صادرکنندگان چربیها و روغنهای حیوانی یا نباتی در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون لار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	مالزی	۴۱۰/۸	۴۷/۰
۲	اندونزی	۳۶۰/۹	۴۱/۰
۳	آمریکا	۴۴/۷	۵/۰
۴	استرالیا	۱۸/۵	۲/۰
۵	سنگاپور	۱۱/۴	۱/۰
جمع کل واردات پاکستان : ۸۷۸/۸ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۳: مهم ترین صادرکنندگان شکر و شیرینی در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	هند	۳۲۴/۳	۴۵/۰
۲	امارات متحده عربی	۱۶۰/۳	۲۲/۰
۳	برزیل	۵۵/۴	۸/۰
۴	تایلند	۳۰/۴	۴/۰
۵	بلژیک	۲۲/۶	۳/۰
جمع کل واردات پاکستان : ۷۱۷/۴ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۴: مهم‌ترین صادرکنندگان وسایل نقلیه هوایی در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	آمریکا	۵۲۳/۴	۸۳/۶
۲	فرانسه	۵۴/۵	۸/۷
۳	انگلیس	۱۴/۲	۲/۳
۴	سنگاپور	۶/۷	۱/۱
۵	هلند	۶/۲	۱/۰
جمع کل واردات پاکستان: ۶۲۶/۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۵: مهم‌ترین صادرکنندگان سنگهای گران بها در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	امارات متحده عربی	۳۸۶/۱	۸۱/۱
۲	سوئیس	۷۹/۱	۱۶/۶
۳	انگلیس	۳/۱	۰/۷
۴	چین	۲/۵	۰/۵
۵	آمریکا	۲/۱	۰/۴
جمع کل واردات پاکستان: ۴۷۶/۲ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۲۶: مهم ترین صادرکنندگان انواع کودها در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	روسیه	۱۸۴/۰	۴۱/۰
۲	اوکراین	۹۴/۵	۲۱/۰
۳	آمریکا	۸۷/۱	۱۹/۰
۴	استرالیا	۲۳/۹	۵/۰
۵	لیتوانی	۱۸/۵	۴/۰
جمع کل واردات پاکستان : ۴۵۲/۰ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۷: مهم ترین صادرکنندگان پنبه در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	آمریکا	۹۲/۷	۲۱/۶
۲	برزیل	۷۷/۸	۱۸/۱
۳	مصر	۴۰/۲	۹/۴
۴	ازبکستان	۱۷/۸	۴/۱
۵	استرالیا	۱۰/۴	۲/۴
جمع کل واردات پاکستان : ۴۲۸/۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۸: مهم‌ترین صادرکنندگان مصنوعات از چدن، فولاد و آهن در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادر کنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	چین	۷۶/۵	۱۷/۹
۲	ژاپن	۶۲/۱	۱۴/۵
۳	ایتالیا	۴۵/۸	۱۰/۷
۴	آرژانتین	۳۵/۵	۸/۳
۵	امارات متحده عربی	۲۸/۵	۶/۷
جمع کل واردات پاکستان : ۴۲۸/۰ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۹: مهم‌ترین صادرکنندگان دانه‌ها و میوه‌های روغنی و فراورده‌های آنها در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادر کنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	کانادا	۱۹۷/۶	۴۹/۰
۲	رومانی	۳۹/۰	۱۰/۰
۳	اوکراین	۳۴/۱	۸/۰
۴	بلغارستان	۳۲/۱	۸/۰
۵	استرالیا	۲۴/۰	۶/۰
جمع کل واردات پاکستان : ۴۰۳/۸ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۳۰: مهم‌ترین صادرکنندگان دستگاه‌های اپتیک و طبی در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	آمریکا	۶۴/۸	۱۷/۲
۲	آلمان	۴۲/۴	۱۱/۲
۳	ژاپن	۳۹/۰	۱۰/۳
۴	چین	۳۷/۴	۹/۹
۵	انگلستان	۳۵/۴	۹/۴
جمع کل واردات پاکستان : ۳۷۷/۶ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۳۱: مهم‌ترین صادرکنندگان سایر محصولات شیمیایی در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	چین	۷۲/۳	۱۹/۰
۲	انگلیس	۳۲/۰	۹/۰
۳	آلمان	۳۰/۵	۸/۰
۴	سنگاپور	۲۶/۴	۷/۰
۵	آمریکا	۲۶/۱	۷/۰
جمع کل واردات پاکستان : ۳۷۳/۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۳۲: مهم‌ترین صادرکنندگان کاغذ و مقوا و محصولات آنها در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	اندونزی	۵۲/۹	۱۴/۷
۲	روسیه	۴۴/۷	۱۲/۴
۳	چین	۳۱/۶	۸/۸
۴	سوئد	۲۳/۷	۶/۶
۵	عربستان	۲۰/۶	۵/۷
جمع کل واردات پاکستان: ۳۶۱/۰ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۳۳: مهم‌ترین صادرکنندگان رشته‌های سنتتیک در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	چین	۱۳۷/۵	۴۳/۹
۲	تایلند	۲۹/۳	۹/۴
۳	مالزی	۲۴/۷	۷/۹
۴	کره جنوبی	۱۸/۱	۵/۸
۵	سنگاپور	۱۸/۰	۵/۸
جمع کل واردات پاکستان: ۳۱۲/۹ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۳۴: مهم‌ترین صادرکنندگان لاستیک و محصولات لاستیکی در بازار پاکستان طی سال ۲۰۰۶

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود (صادرکنندگان)	ارزش صادرات کالا به پاکستان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در پاکستان
۱	چین	۸۲/۴	۲۶/۴
۲	مالزی	۲۶/۴	۸/۵
۳	ژاپن	۲۴/۸	۷/۹
۴	تایلند	۲۳/۵	۷/۵
۵	کره جنوبی	۱۳/۸	۴/۴
جمع کل واردات پاکستان: ۳۱۱/۸ میلیون دلار			

www.trademap.org

۵. سرمایه‌گذاری خارجی

پاکستان از فرصت‌های خوبی برای سرمایه‌گذاری برخوردار است، به طوری که شرایط مناسب سرمایه‌گذاری، نقل و انتقال آزاد منافع و سود سهام برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌باشد. با وجود این دولت پاکستان می‌کوشد تا حداکثر تسهیلات و امکانات به منظور تشویق سرمایه‌گذاری در کشور فراهم گردد.

پاکستان در زمره ۱۰ کشور اول جهان است که اصلاحات اقتصادی در آن با موفقیت همراه بوده و این کشور در سال‌های اخیر موانع بزرگی بر سر راه اصلاحات اقتصادی را پشت سر گذاشته است.

در پاکستان هر نوع فعالیت اقتصادی برای سرمایه‌گذاران خارجی و داخلی در شرایط یکسان صورت می‌گیرد. محدودیت برای خروج سرمایه^۱، سود سهام^۲ و منافع^۳ وجود

1. Remittances of Capital
2. Dividends
3. profits

ندارد. علاوه بر آن محرکهای تعرفه‌ای و مالیاتی هم در نظر گرفته شده است.

سرمایه‌گذاری خارجی در پاکستان به خوبی حمایت می‌شود و مجلس با تصویب قانون جلب سرمایه‌گذاران خارجی ترسها و نگرانی سرمایه‌گذاران را برطرف نموده است. برنامه خصوصی سازی در کشور، سرمایه‌گذاران کشورهای خاورمیانه، اروپا و خاور دور را به خود جلب کرده است.

پاکستان با بیش از ۱۶۵ میلیون نفر جمعیت دارای پتانسیلهای فراوانی می‌باشد. شش شرکت عمده ارائه دهنده خدمات مخابراتی سیار در نظر دارند طی دو سال آینده، سالیانه مبلغ یک میلیارد دلار در کشور سرمایه‌گذاری کنند.

سرمایه‌گذارانی از کشورهای مختلف در نظر دارند در پروژه‌های احداث هتل، ایجاد تفرجگاه و احداث مسکن در پاکستان سرمایه‌گذاری نمایند. شرکت سرمایه‌گذاری ولید عربستان سعودی مصمم است هتلهای بزرگ و مجلل در پاکستان احداث نماید. طبق آخرین توافقات، عربستان سعودی در نظر دارد در چهار بخش عمده اقتصادی پاکستان یعنی امور زیر بنایی، نیرو، پتروشیمی و کشاورزی به میزان ۸-۱۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری نماید.

این تحرکات نمایانگر آن است که با ارائه اندیشه نوین سرمایه‌گذاری، ذهنیتها و تصورات قدیمی سرمایه‌گذاران نسبت به پاکستان در حال تغییر است و سرمایه‌گذاران خارجی مایلند با ذهنیتی روشن و با ضریب بالای اطمینان در سازندگی این کشور مشارکت داشته باشند.

سرمایه‌گذاری در هر مقیاس و در هر زمینه و مکان در پاکستان بدون محدودیت امکان‌پذیر است، به جز چهار بخش ویژه که سرمایه‌گذاری در آنها ممنوع است. پاکستان دارای توانایی‌های زیادی برای سرمایه‌گذاری در بقیه رشته‌ها از جمله: نفت، گاز، فناوری اطلاعاتی، صنعت مخابرات، کشت و صنعت، منسوجات، امور زیر بنایی، پروژه‌های بهداشت و درمان حفاری و معادن، خصوصی‌سازی دارایی‌های دولت، بخش خدمات جهانگردی و غیره می‌باشد.

این کشور همچنین دارای اراضی فراوان، منابع طبیعی غنی، منابع انسانی نیرومند، بازار داخلی وسیع و رو به رشد، زیر ساختهای سازماندهی شده، نظام حقوقی و اماکن راهبردی خوب می‌باشد که آن را به عنوان یک قطب منطقه‌ای مطرح می‌نماید.

در حال حاضر بیشترین ضرورت برای سرمایه‌گذاری در بخش الکترونیسیته و امور زیر بنایی احساس می‌شود که نیاز این کشور به افزایش تولید الکترونیسیته از ۱۴۶۴۲ مگاوات در سال ۲۰۰۵ به ۲۰۵۸۴ مگاوات در سال را تأمین نماید.

در حال حاضر بیش از ۶۰۰ شرکت مشترک خارجی در پاکستان به فعالیت مشغول هستند که از بین آنها بیش از ۲۰۰ شرکت کاملاً خارجی هستند. این شرکتها در فضایی خوب و رقابتی به فعالیت خود ادامه می‌دهند و سود فراوانی عاید آنان می‌شود.

افزایش میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی از ۵۰۰ میلیون دلار در سال ۲۰۰۰ میلادی به ۱/۵ میلیارد دلار در سال مالی ۲۰۰۴ و بیش از سه میلیارد دلار در سال مالی ۲۰۰۶ ناشی از ایجاد فضای آزادسازی تجارت، خصوصی‌سازی و سرمایه‌گذاری در کشور بوده است.

سرمایه‌گذاری خارجی در سال ۲۰۰۶ به رقم ۵۳/۳ میلیارد دلار رسید. به گزارش بانک مرکزی پاکستان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی شامل پروژه‌های خصوصی‌سازی طی سال ۲۰۰۶ میلادی نیز به ۳/۵۳ میلیارد دلار رسیده است. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بدون خصوصی‌سازی نیز یک روند صعودی را نشان می‌دهد که حدود دو میلیارد دلار است. قسمتی از سرمایه‌گذاریهای خارجی در بخش اکتشاف نفت و گاز، ساختمان‌سازی، مواد غذایی، شیمیایی و تجاری صورت گرفته است.

بخش عمده سرمایه‌گذاری در طرحهای خصوصی‌سازی در بخش مخابرات بوده است.

سرمایه‌گذاری خارجی در پاکستان به‌طور عمده توسط کشورهای اروپایی و آمریکا انجام می‌گیرد. از نکات شایان توجه حجم رو به کاهش سرمایه‌گذاری چین در سال ۲۰۰۶ بوده است. کشور چین طی سال ۲۰۰۶ میلادی تنها ۱/۷ میلیارد دلار در پاکستان سرمایه‌گذاری نموده است.

شرکتهای چند ملیتی همواره مشارکت مثبتی در رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه به وسیله سرمایه‌گذاریها، محصولات و خدمات خود داشته‌اند. محیط مساعد سرمایه‌گذاری، دستیابی به ساختار زیربنایی، فرصتهای سود بخش بازرگانی و بالاتر از همه وضع خوب نظم و قانون برای جلب شرکتهای چند ملیتی نیاز می‌باشد.

پاکستان در فراهم نمودن بخشی از شرطهای ذکر شده به شرکتهای چند ملیتی طی

چهار الی پنج سال گذشته موفق بوده است. پاکستان کاملاً از این محیط استفاده کرده و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را به بالاترین حد خود رسانده است، بنابراین آخرین آمار بازار جهانی، پاکستان جزو ۱۰ کشور جذب جهان در ارتباط با شرکتهای چند ملیتی و سرمایه‌گذاران خارجی شده است.

بنابر آمار تهیه شده توسط اتاق سرمایه‌گذاران خارجی، در حال حاضر ۱۶۸ شرکت چند ملیتی در پاکستان فعال هستند که تعداد ۱۰۶ شرکت در زمینه صنعتی، ۲۳ شرکت در بخش تجارت و ۲۷ شرکت در بانکداری خدمات مالی، ۱۲ شرکت در بیمه، کشتیرانی و خطوط هوایی فعالیت می‌کنند. ترکیب کشوری آنها به این ترتیب است: آمریکایی ۴۴، انگلیسی ۴۱، اروپایی ۴۵، خاورمیانه ۱۳ و غیره. این شرکتها حداکثر سرمایه ۲۴۱ میلیارد روپیه دارند که از آن ۱۲۰ میلیارد روپیه سرمایه خارجی می‌باشد. فروش این شرکتها ۱۱ درصد تولید ناخالص داخلی کشور و ۳۲ درصد تولید ناخالص داخلی بخش تولیدات را تشکیل می‌دهد. اتاق بازرگانی و صنایع سرمایه‌گذاران خارجی پاکستان نقش مثبتی در راستای توسعه سرمایه‌گذاری خارجی در پاکستان در تعامل با شرکتهای چند ملیتی، حفظ و ترویج منافع تجاری، صنعتی و ساختاری سرمایه‌گذاران خارجی مشغول در فعالیتهای صنعتی و تجاری در پاکستان، ایفا می‌کنند.

جاذب‌ترین بخش برای شرکتهای چند ملیتی در رابطه با سرمایه‌گذاری در پنج سال گذشته، بخش مخابرات پاکستان بوده است. در حال حاضر بازار مخابرات پاکستان بیشترین رشد را در منطقه دارد. تقریباً تمام شرکتهای بزرگ جهانی فعال در این زمینه در پاکستان حضور دارند. بخش مخابرات پاکستان با سرعت چشمگیری با پیش‌بینی آینده درخشان رشد می‌کند و این روند نشانگر توسعه مداوم در تلفنهای همراه، تلفنهای بی‌سیم، رقابت در تلفنهای ثابت و در پی خصوصی‌سازی شرکت عظیم دولتی مخابرات پاکستان می‌باشد.

فصل ششم

وضعیت مبادلات بازرگانی با ایران

سالیان درازی است که دو کشور ایران و پاکستان به لحاظ همجواری دارای ارتباطات گوناگون از جمله مبادلات بازرگانی هستند. بررسی آمارهای موجود از حجم مبادلات دو کشور در سالهای اخیر روند رو به رشد و چشمگیری را نشان می‌دهد. به گونه‌ای که حجم مبادلات دو کشور از ۳۰ میلیون دلار در سال ۱۳۵۸ به بیش از ۶۱۳ میلیون دلار در سال ۱۳۸۵ رسیده است.

نکته قابل توجه در این میان آن است که به رغم آمارهای یاد شده منابع رسمی، رقم قابل ملاحظه‌ای - بیش از یک میلیارد دلار- را برای تجارت غیررسمی و قاچاق کالا و سوخت بین دو کشور برآورد می‌کنند. طولانی بودن مرزهای مشترک و غیره زمینه را برای قاچاق چشمگیر کالاها بین دو کشور هموار نموده است. معضل قاچاق سوخت نیز در سالهای اخیر به این موضوع افزوده شده و تخصیص یارانه به سوخت در ایران و وضع مالیات بر آن در پاکستان به آن دامن زده است. هرچند در سال گذشته اقدامات مهمی در ایجاد ایستگاه‌های جدید گمرکی و کنترل مرزها برای جلوگیری از قاچاق صورت گرفته است اما مشکل به دلیل ابعاد گسترده مسئله هنوز پابرجاست.

علاوه بر مبادلات تجاری مزبور، شش بازارچه مرزی بین دو کشور وجود دارد که سه بازارچه فعال و بقیه غیرفعال هستند. البته لازم به ذکر است که پس از سالها مذاکره و توافق طرفین هنوز بازارچه‌های مرزی کوچک، پیشین و میرجاوه به صورت یک طرفه فعالیت می‌کنند و طرف پاکستانی به رغم قول مکرر همکاری، از این امر اجتناب می‌ورزد.

در سال ۱۳۸۴ حجم تجارت از این بازارچه‌ها به ۳۴۴۰۵ هزار دلار رسید که موازنه تجاری آن به نفع ایران به میزان ۲۹۰۵۷ + هزار دلار بوده است.

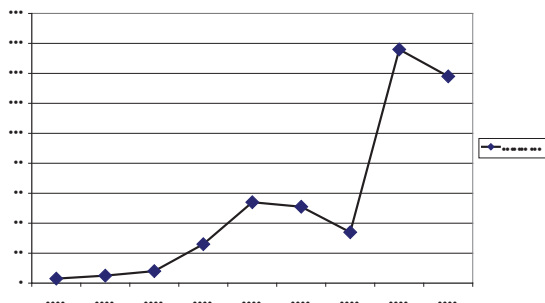
۱. تراز تجاری

تراز تجاری بین دو کشور که طی سالهای ۱۳۵۸ تا ۱۳۷۵ اکثراً به ضرر ایران منفی بود، پس از این دوره همواره مثبت بوده و روند صعودی خود را طی نموده تا جایی که در سال ۱۳۸۴، کشورمان به میزان صادراتی تقریباً دو برابر نسبت به میزان واردات از پاکستان دست یافت. اما آنچه مسلم است، آنکه هنوز تا رسیدن به سطح مطلوب روابط - که در مرحله اول حجم مبادلات یک میلیارد دلاری تخمین زده شده است- راه طولانی در پیش است. چرا که یکی از دلایل مثبت شدن تراز تجاری به نفع ایران، کاهش تعرفه‌های گمرکی پاکستان به دلیل الحاق به WTO بوده است.

جدول شماره ۳۵ و نمودار شماره ۱، تراز تجاری ایران و پاکستان را نشان می‌دهند.

جدول ۳۵: تراز بازرگانی ایران و پاکستان از سال ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۶
ارزش: میلیون دلار

سال	۱۳۷۷	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶
صادرات	۳۵/۵	۵۲/۴	۶۴/۶	۸۷	۱۴۲	۱۳۸	۱۳۰	۲۹۵	۳۰۷	۲۶۹
واردات	۲۷/۲	۲۳/۹	۴۰/۸	۶۱	۸۸	۸۷	۹۶	۱۳۸	۱۶۹	۱۵۳
تراز تجاری	+۸/۲	+۲۸/۵	۲۳/۸	+۲۶	+۵۴	+۵۱	+۳۴	+۱۵۶	+۱۳۸	+۱۱۶



نمودار ۱: تراز بازرگانی ایران و پاکستان از سال ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۵

۲. واردات پاکستان از ایران

صادرات ایران به پاکستان در فاصله سالهای ۱۳۷۷ تاکنون پیوسته در حال رشد بوده و به ویژه در سالهای ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۵ از رشد مناسبی برخوردار بوده است. بر اساس آمارهای ITC در فاصله سالهای ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ رشد صادرات ایران به پاکستان سالانه ۱۶ درصد بوده است. اگرچه این مقدار به نسبت کل واردات کشور پاکستان و با توجه به مناسبات دوجانبه و موجود بین دو کشور بسیار اندک است.

صادرات نفت و سوخته‌های معدنی ایران به پاکستان، سهم عمده صادرات ایران را تشکیل می‌دهد - ۳۸ درصد - که صادرات این محصول نیز در سالهای گذشته روند کاهشی داشته است. به عبارت دیگر در فاصله سالهای ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ صادرات نفت ایران به پاکستان سالیانه هفت درصد کاهش داشته و کشورهای کویت و عربستان بازار نفت این کشور را در اختیار گرفته‌اند.

جدول شماره ۳۶ و نمودار شماره ۲ ترکیب واردات پاکستان از ایران را نشان می‌دهند. جدول شماره ۳۷ نیز ارزش صادرات نفتی ایران به پاکستان را نشان می‌دهد. همچنین جدول شماره ۳۸ روند صادرات غیرنفتی ایران به پاکستان را نشان می‌دهد.

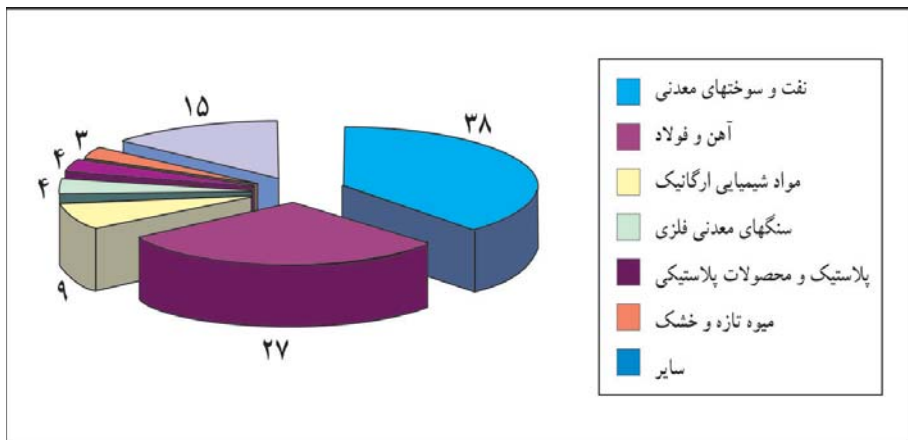
جدول ۳۶: میزان صادرات ایران به پاکستان و واردات جهانی پاکستان
در سال ۲۰۰۶ (واحد: ۱۰۰۰ دلار)

واردات جهانی پاکستان		واردات پاکستان از ایران		عنوان
سهم بازار جهانی	سال ۲۰۰۶	رشد سالیانه (درصد)	سال ۲۰۰۶	
۰/۵	۷,۶۸۰,۲۹۵	-۷	۱۶۷,۳۸۲	نفت و سوخته‌های معدنی
۰/۴	۱,۳۹۲,۸۲۹	۲۱۶	۱۲۱,۵۱۳	آهن و فولاد
۰/۴	۱,۱۷۷,۹۴۴	۲۸	۳۹,۴۷۴	مواد شیمیایی ارگانیک
۰/۱	۸۵,۸۶۶	۷۵	۱۹,۳۴۱	سنگهای معدنی فلزی
۰/۳	۱,۱۲۸,۶۲۹	۱۱	۱۵,۷۴۳	پلاستیک و محصولات پلاستیکی

۰/۱	۸۴,۴۸۶	۲۲	۱۱,۷۵۹	میوه تازه و خشک
۰/۳	۴۹,۸۲۸	۲۱۰	۹,۷۰۰	روی و محصولات آن
۰/۳	۷۵,۷۴۱	۶۸	۹,۴۹۶	پوست خام
۰/۲	۳,۳۴۳,۹۷۷	۲۶۸	۷,۵۱۳	رآکتورهای هسته‌ای و دیگ بخار
۰/۸	۲۸۹,۷۶۷	-۱۵	۷,۲۹۹	سبزیجات خوراکی و ریشه‌ها
۰/۲	۵۳,۷۸۹	۴۲	۵,۴۰۷	نمک، آهک، گچ و سیمان، سنگ و سولفور
۰/۹	۴۲۸,۹۲۸	-۴۳	۳,۷۳۶	پنبه
۰/۲	۳,۰۸۱,۳۰۳	۸۷	۲,۹۱۷	ابزار الکترونیکی
۱/۴	۲۷۷,۹۳۲	۲۰	۲,۰۷۰	قهوه و چای
۰/۲	۱,۷۳۲,۶۶۶	۲۵۱	۱,۹۷۳	سایر وسایل نقلیه
۱	۲۸۴,۹۵۱	۶	۱,۸۲۴	صنایع بافتنی دستی
۰/۱	۱۷,۱۸۵	-۳	۱,۷۵۴	قالی و گلیم و غیره
۰/۱	۵۲,۵۴۶	۳۱۶	۱,۵۳۹	فراورده‌های لبنیاتی
۱/۵	۴۵۱,۹۷۹	۳۵	۱,۳۵۳	کود
۰/۴	۱۱۹,۶۴۳	۱۴	۱,۲۵۷	صابون، موم و شمع و مدل‌سازی آنها
۰/۲	۳۶۰,۹۷۱	۱۱۵	۱,۲۲۹	کاغذ و مقوا و محصولات آنها
۰/۴	۳۷۳,۹۲۹	۹۳	۸۸۱	سایر محصولات شیمیایی
۰/۳	۲۳۸,۲۴۴	-۲۳	۸۱۵	مواد شیمیایی غیرارگانیک
۰/۲	۴۲۷,۹۴۸	۱۰۷	۸۱۰	محصولات آهنی و فولادی
۰/۱	۳۷۷,۵۸۵	۷۷۳	۷۶۹	ابزار پزشکی و عکاسی
۰/۳	۳۱۱,۸۱۲	۱۱	۷۲۴	لاستیک و محصولات لاستیکی

۰/۱	۸۱,۶۵۰	۱۱۱	۵۲۴	چوب و محصولات چوبی
۰/۲	۲۰۸,۴۶۶	۱۱	۵۱۵	آلومینیوم و محصولات آن
۰/۱	۵۸,۵۵۷	۹۴	۴۷۵	شیشه و محصولات شیشه‌ای
۰/۱	۱۵,۴۴۵	-۲۵	۴۶۵	پشم، مو و محصولات وابسته
۱/۲	۴۰۳,۷۹۸	۱۰	۴۵۴	چربیها، روغنها و دانه‌های روغنی
۰/۴	۲۳۳,۴۷۴	۴۵	۳۹۲	رنگ و مواد رنگزندی
۰	۱۴,۸۳۶	۱۲۲	۳۲۶	سبزیجات، میوه، خشکبار
۰/۲	۴۷,۳۵۱	۱۴۲	۳۲۲	تولیدات از آرد غلات و نشاسته
۰/۳	۱۰۱,۴۳۲	۴۹	۲۷۴	محصولات سرماییکی
۰/۵	۱۹,۹۶۳	۶۴	۲۳۵	سرب و محصولات آن
۰/۱	۲۹,۲۲۸	۱۱	۲۰۷	سنگ، گچ، سیمان و سایر مواد ساختمانی
۰/۱	۲۴۴,۴۰۸	۱۱۷	۱۶۴	دارو
۰/۷	۲۰,۵۰۸		۱۲۲	ابریشم
۰/۲	۶,۵۶۹	-۱۶	۷۱	رژین، صمغ
۰/۳	۱۳۲,۱۱۸		۶۲	حبوبات
۰/۱	۱۷۳,۰۷۹	-۶۹	۴۸	مس و محصولات آن
۰/۴	۷۷,۷۹۰	-۱۴	۴۷	سایر مصنوعات
۰	۱,۶۳۳	-۳۸	۳۵	ماهی و سایر آبزیان
۲/۴	۷۱۷,۴۳۶	۱۴	۱۷	شکر و شیرینی
۰/۳	۴۷,۴۸۵	-۴	۱۷	پارچه بافی
۰	۳۵,۶۹۱	۱۱	۱۷	سایر
۰/۱	۱,۶۲۲		۱۴	کبریت و مواد آتشنا

۰/۴	۶۲۶,۲۰۰	-۲۰	۱۴	هواپیما، سفینه و ابزار مربوطه
۰/۱	۲۰,۰۷۹	۹۲	۱۱	چسب، سریش، آهار و غیره
۰/۲	۲۲,۲۷۴	۱۷	۱۱	نخ و پشم نتابیده و کرک و غیره
۰/۲	۸۵,۳۹۳	۱۷	۱۱	سایر لباسها
۰/۱	۲۹,۷۵۴		۱۱	سایر محصولات از فلزات اساسی
*	۲,۴۶۸,۷۴۲	*	۰	سایر



نمودار ۲: ترکیب صادرات جمهوری اسلامی ایران به پاکستان در سال ۲۰۰۶

جدول ۳۷: صادرات نفت خام جمهوری اسلامی ایران به پاکستان طی سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۶

سال	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶
ارزش (میلیون دلار)	۱۶۰	۱۴۱	۱۲۹	۲۰۴/۳	۱۲۹	۱۲۱/۴	۱۴۹

جدول ۳۸: وضعیت روند صادرات غیرنفتی جمهوری اسلامی ایران به پاکستان به تفکیک بخشها

راهکارهای پیشنهادی جهت افزایش صادرات محصولات بخش مربوطه به پاکستان	روند فعلی صادرات بخش به پاکستان	متوسط سهم از کل صادرات (درصد)	نام بخش صادراتی
(۱) تدوین طرحهای بازاریابی (۲) مطالعات تفصیلی بازار کشور پاکستان (۳) ایجاد نمایشگاههای عرضه کالا (۴) دعوت از تجار و بازرگانان پاکستانی (۵) تمرکز بر کالاهای دارای مزیت نسبی در ایران	افزایش نفوذ در بازار پاکستان	۴۴/۱	آهن و فولاد
	افزایش نفوذ در بازار پاکستان	۱۴/۳	مواد شیمیایی ارگانیک
	افزایش نفوذ در بازار پاکستان	۷/۰	سنگهای معدنی فلزی
	افزایش نفوذ در بازار پاکستان	۵/۷	پلاستیک و محصولات پلاستیکی
	افزایش نفوذ در بازار پاکستان	۴/۳	میوه تازه و خشک
	افزایش نفوذ در بازار پاکستان	۳/۵	روی و محصولات آن
	افزایش نفوذ در بازار پاکستان	۳/۴	پوست خام
	افزایش نفوذ در بازار پاکستان	۲/۷	رآکتورهای هسته‌ای و دیگ بخار
	کاهش نفوذ در بازار پاکستان	۲/۶	سبزیجات خوراکی
	افزایش نفوذ در بازار پاکستان	۲/۰	نمک، آهک، گچ و سیمان، سنگ
کاهش نفوذ در بازار پاکستان	۱/۴	پنبه	
افزایش نفوذ در بازار پاکستان	۱/۱	ابزار الکترونیکی	

در بین صادرات غیرنفتی، بیشترین ارزش صادراتی متعلق به آهن و فولاد بوده که در طول سالهای مورد بحث رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است. ارزش صادرات آهن و فولاد ایران به پاکستان در سال ۲۰۰۶ نزدیک به ۱۲۲ میلیون دلار بوده و در فاصله سالهای مورد بحث سالیانه ۲۱۶ درصد رشد داشته است.

مواد شیمیایی، سنگهای معدنی فلزی، پلاستیک، میوه تازه و خشک از دیگر محصولات صادراتی ایران به پاکستان هستند.

۱-۲. آهن و فولاد

- ❖ مهم‌ترین صادرات غیرنفتی ایران به پاکستان بوده و ۴۴ درصد از سهم صادراتی را به خود اختصاص داده است.
- ❖ قراضه و ضایعات از فولاد ممزوج (غیر از فولاد زنگ نزن)، محصولات از آهن یا فولاد غیرممزوج و قراضه با ضایعات آهن غیرمذکور در جای دیگر از جمله محصولات صادراتی این گروه می‌باشد.
- ❖ روند صادرات این محصولات به پاکستان در سالهای اخیر افزایشی و رشد آن بسیار زیاد بوده است.

۲-۲. مواد شیمیایی ارگانیک

- ❖ دومین صادرات غیرنفتی ایران به پاکستان مواد شیمیایی ارگانیک است که بیش از ۱۴ درصد صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است.
- ❖ پارا اکسیلین مهم‌ترین ماده شیمیایی صادر شده به پاکستان بوده است.
- ❖ میزان رشد سالیانه صادرات مواد شیمیایی ارگانیک به پاکستان در فاصله سالهای گذشته ۲۸ درصد بوده است.

۳-۲. سنگهای معدنی فلزی

- ❖ سومین محصول صادرات غیرنفتی ایران به پاکستان سنگهای معدنی فلزی است که بیش از هفت درصد صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است.
- ❖ سنگ فلز و جوش مهم‌ترین سنگهای معدنی فلزی صادر شده به پاکستان بوده است.

❖ میزان رشد سالیانه صادرات سنگهای معدنی فلزی به پاکستان در فاصله سالهای گذشته ۷۵ درصد بوده است.

۲-۴. پلاستیک و محصولات پلاستیکی

❖ چهارمین محصول صادرات غیرنفتی ایران به پاکستان، پلاستیک و محصولات پلاستیکی است که نزدیک به شش درصد صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است.

❖ میزان رشد سالیانه صادرات پلاستیک و محصولات پلاستیکی به پاکستان در فاصله سالهای گذشته ۱۱ درصد بوده است.

۲-۵. میوه تازه و خشک

❖ پنجمین محصول صادرات غیرنفتی ایران به پاکستان میوه تازه و خشک است که نزدیک به ۴/۳ درصد صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است.

❖ آلو خشک کرده و خرما مضافتی تازه یا خشک کرده مهم‌ترین میوه تازه و خشک صادر شده به پاکستان بوده است.

❖ میزان رشد سالیانه صادرات میوه تازه و خشک به پاکستان در فاصله سالهای گذشته ۲۲ درصد بوده است.

۳. صادرات پاکستان به ایران

هرچند میزان واردات ایران از پاکستان در فاصله سالهای ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶، نزدیک به ۴۰ درصد صادرات به آن کشور بوده، اما میزان رشد سالانه ارزش آن در این دوره، ۳۳ درصد است. روند واردات ایران از پاکستان نیز پیوسته مثبت بوده اما حجم آن در مقایسه با صادرات پاکستان اندک می‌باشد.

جدول شماره ۳۹ و نمودار شماره ۳، ترکیب صادرات پاکستان به ایران را نشان می‌دهند.

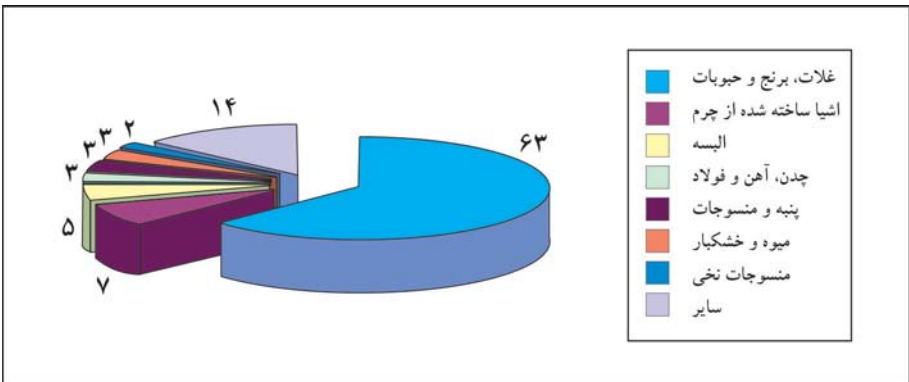
مهم‌ترین واردات ایران از پاکستان غلات، برنج و حبوبات بوده است که ۶۲ درصد ارزش کل واردات را در بر می‌گیرد، چرم و اشیای چرمی، البسه، چدن، آهن و فولاد، پنبه و منسوجات، میوه و خشکبار از دیگر واردات ایران از پاکستان می‌باشد.

جدول ۳۹: میزان واردات ایران از پاکستان و صادرات جهانی پاکستان در سال ۲۰۰۶ واحد: ۱۰۰۰ دلار

صادرات جهانی پاکستان		صادرات پاکستان به ایران		عنوان
سهم بازار جهانی	سال ۲۰۰۶	رشد سالانه (درصد)	سال ۲۰۰۶	
۲/۴	۱,۱۵۲,۳۳۸	۳۹	۱۱۱,۲۱۶	غلات و حبوبات
۱/۸	۶۸۰,۳۶۹	۴۱۵	۱۲,۶۸۶	اشیای ساخته شده از چرم
۰/۸	۲۳۴,۴۹۰	۵	۸,۹۵۴	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا
۰	۲۴,۸۶۲		۶,۲۵۳	چدن، آهن و فولاد
۷/۶	۳,۶۰۱,۰۰۹	۱۰	۶,۱۸۹	پنبه
۰/۲	۱۱۷,۰۱۵	۳۰۰	۵,۲۸۸	میوه و خشکبار خوراکی و خلال پوست مرکبات
۰/۲	۸,۰۳۹	۶۱	۳,۹۷۶	منسوجات نخی
۰	۱۵,۱۵۱	۱۰۹۷	۳,۹۴۵	تولیدات از آرد غلات و نشاسته
۰/۹	۱,۳۴۸,۳۲۱	۲۶۵	۱,۷۸۰	تکمیل منسوجات غیر از کشفاف
۹/۱	۳,۲۴۲,۵۱۴	-۲۸	۱,۶۷۸	لباس
۰	۶,۵۴۳	۵۳	۱,۵۶۴	کشتی‌ها و شناورها
۰	۱۳,۱۵۳	۸	۱,۴۶۶	کاغذ و مقوا و محصولات آنها
۰	۱۱۲,۹۴۸	۴۵	۱,۴۳۹	رآکتورهای هسته ای و دیگ بخار
۰/۲	۳۱,۰۹۱	۶۸	۱,۱۴۱	سایر مصنوعات
۱/۳	۱,۹۰۲,۲۱۲	۳۶۹	۱,۰۴۱	تکمیل منسوجات کشفاف
۰/۹	۲۳,۸۴۰	۱۱۱	۷۷۰	کبریت و مواد
۰/۵	۱۲۷,۳۹۰	۲۱۱	۷۴۵	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، آهک و گچ

۰/۱	۲۵,۱۰۱	۲۱	۷۴۰	دانه‌ها و میوه‌های روغنی و فراورده‌های آنها
۰	۱۲۰,۳۳۳	۱۱۰	۷۰۶	ماشین‌آلات و تجهیزات برقی
۰	۱۷۰,۶۰۶	-۴	۶۹۵	دستگاه‌های اپتیک و طبی
۰/۴	۱۴۷,۳۵۶	-۴۹	۶۰۷	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا
۰/۱	۴۳,۸۶۰		۵۹۷	سبزیجات خوراکی، نباتات
۰	۱۷,۰۶۰	۱۴	۵۸۶	سبزیجات، میوه، خشکبار و فراورده‌های آنها
۲	۲۴۶,۱۲۹	۱۴۰	۵۶۳	قالی، گلیم، کفپوش و غیره
۰	۲۰,۸۵۹	۴۵۰	۵۳۲	عصاره‌های دباغی یا رنگرزی
۰/۱	۴۲,۴۵۵	۱۲۴	۴۷۰	مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال
۰	۶,۷۳۶	۲	۴۵۵	چسب، سریش، آهار و غیره
۰	۸۶,۶۸۶	۴۲	۴۴۳	محصولات دارویی
۰/۱	۲۱۳,۳۴۷	-۵۱	۲۷۴	پلاستیک و محصولات پلاستیکی
۰/۱	۲۳,۴۸۷	۰	۲۵۱	قهوه، چای و ادویه
۰/۱	۸۵,۱۵۵	۰	۱۹۱	لاستیک و محصولات لاستیکی
۰	۸,۲۰۲	۸۲	۱۶۰	توتون و تنباکو
۰	۱۲,۹۵۳	۱	۱۴۶	چوب و مصنوعات چوبی
۱/۱	۳۱۷,۷۱۹	۰	۱۲۹	پوست خام و چرم
۰	۷,۸۸۱	۶۲	۱۲۶	روغنهای اسانسی و عطر
۰/۱	۵,۲۸۴	۰	۱۱۵	سرب و محصولات آن
۰	۶۶,۷۶۱	۳۳۶	۱۱۴	مبلمان و دکوراسیون منزل
۰	۷۴,۳۶۲	۱۲۷	۱۱۰	مصنوعات از چدن، فولاد و آهن
۰/۳	۹۶,۹۳۵	-۴۷	۱۰۶	شکر و شیرینی
۰	۱۱,۱۸۹	۱۸۸	۱۰۲	سایر
۰/۱	۲۸,۶۲۵	۰	۸۱	فراورده‌های لبنی، عسل و غیره

۰	۶.۵۳۸	۰	۶۳	عملیات تکمیلی منسوجات (رنگرزی، چاپ، تکمیل)
۰/۴	۳۰۴,۷۳۳	۰	۶۰	اسباب بازی و لوازم ورزشی
۰/۱	۸۴۱,۳۳۱	-۵	۳۲	سوخته‌های معدنی، نفت و قطران
۰/۱	۲۹,۹۳۸	-۳۳	۲۵	مصنوعات از سنگ و گچ و سیمان
۰	۶,۰۷۸	۰	۲۱	محصولات شیمیایی غیر آلی
۰/۲	۳۲,۸۵۱	۰	۱۷	نخ، ریسمان، پشم نتابیده و کرک و غیره
۰	۱,۳۲۱	۰	۱۷	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی
۰/۳	۱۶۷,۷۱۲	۰	۱۵	ماهیها و آبزیان
۰	۱۱,۵۱۹	۱۵۷	۱۵	سایر محصولات شیمیایی
۰	۱۶,۸۹۷	-۷۵	۱۴	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای
۰/۲	۹۹,۵۰۷	۰	۱۳	چربیها و روغنهای حیوانی یا نباتی
۰/۳	۳۸,۰۲۲	۰	۱۱	پارچه‌های خاص دست باف، ملبله و قیطان دوزی و غیره
۰	۹۶۵	۸۹	۱۰	فراورده‌های مورد مصرف در فیلم برداری و عکاسی
*	۱۶,۰۷۷,۶۷۸	*	۰	سایر



نمودار ۳: ترکیب واردات جمهوری اسلامی ایران از پاکستان در سال ۲۰۰۶

۴. موافقت‌نامه‌ها و تفاهم‌نامه‌های موجود

در این قسمت مهم‌ترین موافقت‌نامه‌ها و تفاهم‌نامه تجاری موجود بین دو کشور را بررسی می‌کنیم.

۴-۱. سازمان همکاری اقتصادی (اکو)

پس از پیروزی انقلاب اسلامی و به علت عدم اعلام نظر قاطع ایران نسبت به ابقا در سازمان همکاری عمران منطقه‌ای یا خروج از آن، فعالیت این سازمان به حالت تعلیق در آمد، تا جایی که در سال ۱۳۵۹ تصمیم به انحلال آن گرفته شد. اما از سال ۱۳۶۳ در جهت گسترش روابط با کشورهای همسایه، برای بسط همکاری سه کشور ایران، پاکستان و ترکیه، ساختاری تحت عنوان سازمان همکاری اقتصادی (اکو) آغاز به کار کرد. اولین اجلاس سران کشورهای عضو اکو، پس از پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۷۲ در تهران تشکیل شد.

این اجلاس از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بود، زیرا با تحولات شگرفی که در صحنه جهانی با فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی اتفاق افتاده بود، تعدادی از کشورهای تازه استقلال یافته آسیای مرکزی و قفقاز را بر آن داشت تا تمایل خود را برای پیوستن به این سازمان اعلام نمایند، که این علاقه می‌توانست نقطه عطفی در روند توسعه فعالیت‌های اکو به حساب آید. بنابراین علاوه بر سه کشور ایران، ترکیه و پاکستان، آذربایجان، قرقیزستان، تاجیکستان، ازبکستان، قزاقستان و همچنین افغانستان به عضویت اکو درآمدند.

طبیعتاً پیوستن جمهوری‌های تازه استقلال‌یافته به اکو، می‌توانست از نظر سیاسی موجب تشکل بیشتر کشورهای مسلمان و غیرعرب منطقه شده و برای ایجاد یک بلوک قدرتمند منطقه‌ای مؤثر واقع شود.

کشورهای عضو اکو در منطقه‌ای راهبردی قرار گرفته‌اند که دارای منابع طبیعی فراوانی نظیر منابع عظیم نفت و گاز، مواد معدنی فلزی از جمله مس، طلا و ذخایر عظیمی از مواد معدنی غیرفلزی و از همه مهم‌تر نیروی انسانی یا به عبارتی سرمایه انسانی فراوان و جوان می‌باشد. کشورهای عضو اکو که از زمینه رشد بازار منطقه‌ای خوبی برخوردارند می‌توانند آینده توسعه صنعتی این کشورها را رقم بزنند. اگر فرایند همکاری‌ها و در پی آن همگرایی منطقه‌ای با استفاده از توسعه مناطق آزاد صنعتی شکل گرفته و توسعه یابد و در این جهت تجارت چندجانبه، انتقال آزاد کالاها، خدمات، سرمایه و سایر عوامل تولید به عنوان بستر حصول به این فرایند عمل کنند، آنگاه همکاری‌های منطقه‌ای کشورهای اکو می‌تواند نقشی بسیار وسیع‌تر در معاملات اقتصادی بین‌المللی ایفا کند.

۴-۲. موافقت‌نامه تجارت ترجیحی ایران و پاکستان

امضا و اجرایی شدن موافقت‌نامه تجارت ترجیحی ایران و پاکستان را نیز می‌توان فصل مشترک جدیدی در روابط دو کشور دانست. در حال حاضر طرف ایرانی برای ۳۰۹ قلم کالای پاکستانی و طرف پاکستانی برای ۳۳۸ قلم کالای ایرانی با میانگین برابر ۱۹/۵ درصد تخفیف قائل می‌شوند.

توجه به بازار پاکستان و شناخت نیازهای آن، تشخیص مزیت‌های کشور در صادرات کالا و خدمات، ارتقای کیفیت کالاها و خدمات صادراتی، رفع برخی موانع دست و پاگیر و بروکراتیک، تأسیس شعبه بانک ایرانی در کراچی - که به تعویق افتادن آن مدت‌هاست مانعی در راه توسعه تجارت طرفین محسوب می‌شود - و غیره از جمله اقداماتی است که برای بهبود سطح روابط دو کشور ضروری به نظر می‌رسد.

پاکستان به دلیل گذراندن دوره اصلاحات اقتصادی خود و دارا بودن سرعت قابل توجه در دستیابی به توسعه، دارای پتانسیل بالایی در جلب مشارکتهای خارجی است و اکنون جای خالی ایران در بسیاری از موارد مزبور - بخصوص خدمات فنی و مهندسی - توسط سایر کشورها پر می‌شود، که در صورت حضور هرچه فعال‌تر جمهوری اسلامی ایران هم منافع قابل توجهی نصیب کشور ما می‌شود و هم به لحاظ هزینه‌های تمام شده برای پاکستان صرفه اقتصادی بیشتری خواهد داشت.

جدول شماره ۴۰ مقایسه تعرفه‌ای کالاها در موافقت‌نامه تجارت ترجیحی بین ایران و پاکستان را نشان می‌دهد:

جدول ۴۰: مقایسه لیستهای کالا در موافقت‌نامه ترجیحات تعرفه‌ای فی‌مابین ایران و پاکستان

پاکستان	ایران	پوشش کالا
۳۸۰	۵۳۴	تعداد کالاهای در خواستی طبق کد شش رقمی
۳۰۹	۳۳۸	تعداد کالاهای پذیرفته شده طبق کد شش رقمی
۸۱/۳۱	۶۳/۲۹	درصد پذیرفته شده به نرخ کالاهای پیشنهادی

پاکستان	ایران	میانگین و میزان کاهش تعرفه
۱۵/۸	۳۲/۴	میانگین تعرفه اعمال شده در مورد کالاهای پیشنهادی (درصد)
۱۲/۷	۲۶/۰۸	میانگین تعرفه بعد از اعمال امتیاز (درصد)
۱۹/۵	۱۹/۵	نرخ کاهش تعرفه (درصد)

وضعیت تعهد نسبت به کاهش تعرفه‌ها	ایران (تعداد)	درصد از کل	پاکستان (تعداد)	درصد از کل
کاهش ۱۰ درصد	۶۵	۲۱	۱۸۰	۵۳/۲
کاهش ۱۵ درصد	۵	۱/۶	۴	۱/۲
کاهش ۲۰ درصد	۱۹۸	۰/۶۶	۱۵	۴/۴
کاهش ۳۰ درصد	۳۷	۱۲	۱۳۶	۴۰/۲
سایر	۴	۱/۲	۳	۰/۸

درصد و تعداد کالاهای مورد تعهد ایران

ردیف	شرح کالا	تعداد ردیف کالا	درصد به کل
۱	مواد نسجی و مصنوعات از این مواد و کفش (فصلهای ۵۲، ۵۳، ۵۴، ۵۵، ۵۷، ۶۰، ۶۱، ۶۲، ۶۳، ۶۴)	۱۱۹	۳۸/۵
۲	فلزات معمولی و مصنوعات آنها، ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی، ادوات برقی و غیره، دستگاه‌های اپتیک، طبی، جراحی و قطعات آنها (فصلهای ۷۳ و ۷۶ و ۸۲ و ۸۴ و ۸۵ و ۹۰)	۶۵	۲۱
۳	محصولات صنایع شیمیایی یا صنایع وابسته، مواد پلاستیکی (فصلهای ۳۰ و ۳۲ و ۳۶ و ۳۸ و ۳۹ و ۴۰)	۵۲	۱۶/۹
۴	مصنوعات از گچ و سیمان و غیره و شیشه و فرآورده‌های آنها و مصنوعات گوناگون (فصلهای ۶۸ و ۶۹ و ۷۰ و ۹۶)	۳۹	۱۲/۶
۵	محصولات معدنی و محصولات شیمیایی (فصلهای ۲۵ و ۳۰ و ۳۲ و ۳۶ و ۳۸)	۲۰	۶/۵
۶	محصولات حیوانی، نباتی و صنایع غذایی (فصلهای ۳ و ۸ و ۱۰ و ۲۱ و ۲۳)	۹	۲/۹
۷	چرم و اشیای مرتبط چوب و اشیای چوبی، کاغذ یا مقوا و مصنوعات از آن (فصلهای ۴۲ و ۴۴ و ۴۸ و ۴۹)	۵	۱/۶

درصد و تعداد کالاهای مورد تعهد پاکستان

درصد به کل	تعداد ردیف کالا	شرح کالا	ردیف
۲۹	۹۸	محصولات نباتی، حیوانی و صنایع غذایی (فصلهای ۳ و ۴ و ۵ و ۶ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳)	۱
۱۹/۸	۶۷	انواع محصولات صنایع شیمیایی یا صنایع وابسته (فصلهای ۲۸ و ۲۹ و ۳۹ و ۳۱ و ۳۲ و ۳۳ و ۳۴ و ۳۵ و ۳۸)	۲
۱۴/۲	۴۸	محصولات معدنی و مصنوعات از سنگ و شیشه (فصلهای ۲۵ و ۲۶ و ۲۷ و ۶۸ و ۷۰)	۳
۱۲/۱	۴۱	کالاهای و مصنوعات گوناگون (فصلهای ۹۴ و ۹۵ و ۹۶)	۴
۱۰/۹	۳۷	مواد نسجی و مصنوعات از این موارد و کفش (فصلهای ۵۱ و ۵۲ و ۵۴ و ۵۶ و ۵۷ و ۶۱ و ۶۲ و ۶۳ و ۶۴)	۵
۷/۲	۲۴	ماشین آلات مکانیکی و ادوات برقی، وسایل نقلیه زمینی و اجزای آن، وسایل اپتیک، ابزار آلات طبی و جراحی (فصلهای ۸۴ و ۸۵ و ۸۷ و ۹۰)	۶
۶/۸	۲۳	مواد پلاستیکی و کاؤچو و مصنوعات آنها، پوست خام و چرم، چوب و اشیای چوبی، کاغذ و مقوا و اشیای ساخته شده از آنها (فصلهای ۳۹ و ۴۰ و ۴۱ و ۴۴ و ۴۶ و ۴۷ و ۴۸)	۷

۳-۴. احداث خط لوله گاز ایران - پاکستان - هند

از دیگر موافقتنامه‌ها و تفاهتنامه‌های موجود بین دو کشور ایجاد خط لوله گاز ایران پاکستان و هند است که قائم مقام وزارت نفت و گاز طبیعی هند نسبت به آغاز کار احداث خط لوله گاز ایران - پاکستان - هند در ماه مارس ۲۰۰۸ اظهار امیدواری کرده است.

وی همچنین گفته است که توافق نامه حق ترانزیت این کشور با پاکستان نیز از قبل از آغاز این طرح هفت میلیارد دلاری نهایی می‌شود.

۵. فعالیتهای نمایشگاهی و هیأتهای تجاری

تاکنون چندین نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در پاکستان برگزار شده است که یکی از موفقیت‌آمیزترین آنها در سال ۲۰۰۶ میلادی برگزار شد. مهم‌ترین دستاورد نمایشگاه ۲۰۰۶ این بود که بیش از ۱۰۰۰ خریدار از پنج قاره در آن حضور داشتند. حضور ۳۰ شرکت‌کننده در فضایی بالغ بر ۴۵۰ متر مربع فضای مفید در زمینه‌های ساختمان و برق، خدمات لوازم خانگی، غذایی، فرش و موکت، صنایع دستی، مواد شیمیایی، ترانزیت و حمل و نقل کالا، صادرات مشتقات نفتی، سیم کابل، واردات، صادرات، ماشین‌سازی و روغن موتور، از دیگر ویژگیهای این نمایشگاه بود. از این نمایشگاه رئیس جمهور و نخست وزیر پاکستان بازدید کردند. در این نمایشگاه بر ضرورت توسعه تجارت، تشویق تجار و سرمایه‌گذاران خارجی تأکید شده است.

در ماه مه سال ۲۰۰۸ (اردیبهشت ۱۳۸۷) نیز نمایشگاهی برای شناسایی ظرفیت تجاری ایران در کراچی برگزار شد.

اهم هیأتهای تجاری مبادله شده بین دو طرف به قرار زیر است:

- ❖ سفر آقای خاتمی، ریاست محترم جمهوری وقت همزمان با برگزاری سیزدهمین اجلاس کمیسیون مشترک اقتصادی (۱۳۸۱)
- ❖ سفر آقای شریعتمداری، وزیر محترم بازرگانی سابق به اسلام آباد جهت شرکت در اجلاس وزرای بازرگانی اکو (تیرماه ۱۳۸۲)
- ❖ سفر آقای طارک اکرام، وزیر مشاور و رئیس مرکز توسعه صادرات پاکستان به ایران
- ❖ سفر آقای همایون اختر، وزیر بازرگانی پاکستان به همراه نخست وزیر آن کشور به تهران
- ❖ سفر آقای دکتر عارف، معاون اول محترم رئیس‌جمهور وقت به اسلام آباد
- ❖ سفر آقای سلمان شاه، مشاور نخست وزیر پاکستان در امور اقتصادی و دارایی به همراه نخست وزیر آن کشور به تهران (اسفند ۱۳۸۳)
- ❖ سفر آقای دکتر داوودی، معاون محترم رئیس‌جمهور به اسلام آباد خرداد ماه ۱۳۸۵
- ❖ برگزاری ۱۷ اجلاس کمیسیون مشترک اقتصادی در فاصله سالهای ۱۳۶۴ تا ۱۳۸۷

جدول ۴۱: اهم موافقت‌نامه‌های تجاری بین ایران و پاکستان

ردیف	اجلاس	تاریخ برگزاری	محل برگزاری
۱	اولین موافقت‌نامه بلندمدت بازرگانی	۱۳۶۱	تهران
۲	سازمان همکاری اقتصادی (اگو)	۱۳۷۲	تهران
۳	دومین موافقت‌نامه بلند مدت بازرگانی	۱۳۸۲	اسلام آباد
۴	موافقت‌نامه تجارت ترجیحی	۱۳۸۵	اسلام آباد
۵	۱۷ اجلاس کمیسیون مشترک اقتصادی	۱۳۶۴ تا ۱۳۸۷	تهران - اسلام آباد

۹. زیرساختهای موجود بین دو کشور

وجود مرزهای طولانی با پاکستان سبب شده که بخش مهمی از مبادلات تجاری از طریق مرزهای زمینی انجام شود. در مرز ایران و پاکستان شش بازارچه مرزی وجود دارد که بعضی از آنها فعال نیستند. میزان تبادلات مرزی در این بازارچه‌ها زیاد و اغلب غیرقانونی می‌باشد. حجم تجارت از این بازارچه‌ها نزدیک به ۳۵ میلیون دلار برآورد شده که بعضی از صاحب‌نظران حجم مبادلات را بسیار بیش از مقدار رسمی می‌دانند.

در زمینه حمل و نقل زمینی تفاهم‌نامه‌ای در آبان ۸۶ بین دو کشور ایران و پاکستان به امضا رسید. این تفاهم‌نامه در زاهدان امضا شد و قرار است که خط اتوبوسرانی «کوئته» (مرکز ایالت بلوچستان پاکستان) - زاهدان و مشهد و بالعکس میان مسئولان سیستان و بلوچستان و ایالت بلوچستان پاکستان در آذر ۸۶ راه‌اندازی شود که به دلیل بروز مشکلات فنی به اوایل سال ۸۷ موکول شد.

خط راه آهن زاهدان به کوئته پاکستان که در دوران جنگ جهانی دوم احداث شده، اکنون تنها مسیر ارتباطی بین دو کشور است که در حوزه حمل بار فعال است. علاوه بر آن برنامه‌ریزی برای ارتباط دو کشور از طریق راه‌آهن از دیگر برنامه‌هایی است که در آینده نه چندان دور اجرا خواهد شد.

جدول ۴۲: بازارچه‌های مرزی موجود در مرز ایران و پاکستان

شماره	نام بازارچه	شهر	استان	مرز
۱	میرجاوه	میرجاوه	سیستان و بلوچستان	پاکستان
۲	کوهک	سراوان	سیستان و بلوچستان	پاکستان
۳	پیشین	ایران‌شهر	سیستان و بلوچستان	پاکستان
۴	پسابندر	بندر پسابندر	سیستان و بلوچستان	پاکستان
۵	جالق	جالق	سیستان و بلوچستان	پاکستان
۶	ریمدان	چابهار	سیستان و بلوچستان	پاکستان

۱-۶. حمل و نقل

زیر ساختهای حمل و نقل موجود بین دو کشور به قرار زیر است:

۱-۱-۶. خطوط هواپیمایی موجود

خطوط هواپیمایی موجود بین دو کشور شامل موارد زیر است:

❖ هفته‌ای یک پرواز رفت و برگشت از تهران - کراچی با هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران

❖ هفته‌ای دو پرواز رفت و برگشت از تهران - کراچی با هواپیمایی ماهان

۱-۲-۶. حمل و نقل دریایی موجود

بندر چابهار، نزدیک‌ترین بندر و تقریباً در مرز پاکستان قرار دارد. فاصله این بندر تا بندر گوادر ۴۱ مایل و تا کراچی ۳۹۱ مایل می‌باشد. با توجه به نزدیکی بنادر ایران با بنادر پاکستان، امکان گسترش تجاری از طریق بنادر وجود دارد. نکته مهم این است که به دلیل وجود راه زمینی، بخش قابل توجهی از تجارت بین دو کشور از طریق حمل و نقلهای زمینی انجام می‌شود.

جدول ۴۳: فاصله بنادر دو کشور از یکدیگر

فاصله تا بندر	چاه بهار	قشم	بندر عباس	کیش	بوشهر	بندر امام
بندر گوادر	۴۱	۳۳۶	۳۴۶	۴۶۱	۷۲۱	۸۴۶
کراچی	۳۷۲	۶۶۷	۶۷۷	۷۹۲	۱۰۵۲	۱۱۷۷
قاسیم	۳۹۱	۶۸۶	۶۹۶	۸۱۱	۱۰۷۱	۱۱۹۶

۲-۶. روابط بانکی

متأسفانه روابط بانکی موجود در دو کشور چندان مناسب نیست، زیرا دو کشور شعب بانک در کشورهای یکدیگر ندارند. اما در اجلاسهای مختلف اقتصادی بین دو کشور برگسترش و ایجاد شعب بانکی در ایران و پاکستان تأکید شده است.

شعبه بانک ملی هم اکنون مراحل اداری خود را طی می‌کند که با رفع برخی مشکلات اداری، در سال ۱۳۸۷ راه اندازی شود. علاوه بر آن در جهت تأسیس بانک مشترک تجاری اکو بین ایران، پاکستان و ترکیه، توافق نامه راه‌اندازی این بانک از سوی نمایندگان سه کشور امضا شده است.

۷. پتانسیلهای موجود

برخی از زمینه‌هایی که همکاریهای بین دو کشور را تسهیل و تقویت می‌نماید، به شرح ذیل است:

۱-۷. همسایگی، مرز مشترک و نزدیکی فرهنگی

وجود نزدیک به ۹۰۰ کیلومتر مرز مشترک بین ایران و پاکستان یکی از زمینه‌هایی است که همکاریهای اقتصادی بین دو کشور را تقویت کرده و نیاز به گسترش روابط را آشکار می‌سازد. با توجه به تجارت غیر رسمی که در مرزها جریان داشته و ارقام برآوردی برای آن بسیار بالاست، نیاز به تبادلات بازرگانی بین دو کشور احساس می‌شود.

دو کشور پاکستان و ایران همواره رابطه خوبی با یکدیگر داشته و در حفظ روابط کوشیده‌اند. حسن روابط و نزدیکی در دیدگاه‌های رهبران سیاسی و اقتصادی دو کشور همیشه وجود داشته و سبب شده که قراردادهای تجاری و اقتصادی فراوانی بین دو کشور وجود داشته باشد. هرچند که به دلایلی هیچگاه رابطه تجاری بین دو کشور چندان گسترده نبوده است.

۲-۷. موقعیت راهبردی و جغرافیایی دو کشور

پاکستان به دلیل نزدیکی به کشور پرجمعیت هند، افغانستان و ایران می‌تواند به عنوان پل ارتباطی بین خاورمیانه و شرق آسیا باشد و نقش ترانزیت آن زیاد است. دسترسی زمینی به بازار هند، برای ایران تنها از طریق پاکستان امکان‌پذیر است.

خط لوله گاز ایران و هند تنها از طریق ترانزیت پاکستان امکان‌پذیر بوده است. با توجه به آشوب زدگی افغانستان، ارتباط زمینی با کشورهای شرق آسیا نیز نیاز به گسترش روابط با پاکستان دارد.

از سوی دیگر، کشور جمهوری اسلامی ایران نیز به لحاظ موقعیت ویژه راهبردی مانند دسترسی به آبهای آزاد و همجواری با کشورهای آسیای میانه و قرار گرفتن در مسیر ترانزیتی غرب به شرق از ظرفیت بالایی در زمینه ترانزیت کالا برخوردار است.

کشورهای مذکور با برخورداری از وسعت خاک، مرز و فرهنگ مشترک، موقعیت ژئوپلیتیک و وجود قراردادهای تجاری می‌توانند به عنوان دو شریک تجاری مهم در منطقه مطرح شوند.

۳-۷. ظرفیتهای صادراتی بخش کشاورزی و صنایع غذایی ایران به پاکستان

با توجه به کشاورزی بودن اقتصاد پاکستان، ایران در صادرات محصولات کشاورزی و غذایی خاصی به پاکستان دارای توان مناسب می‌باشد.

این محصولات در جدول شماره ۴۴ نشان داده شده است.

جدول ۴۴: اقلام کشاورزی قابل صادرات از ایران به پاکستان

کنسانتره آبمیوه	خرما
ماکارونی	زعفران
شکلات و انواع شیرینی	پسته، گردو، فندق، بادام، انجیر و سایر خشکبار
صیفی جات	گردو
میوه‌ها (گللابی، انار، کیوی، گیلان، هلو، شلیل و غیره)	عسل
آبزیان	کنسرو و کمپوت
سبزیجات تازه و خشک کرده	رب گوجه‌فرنگی
کلم قرمز و سفید	سرکه
لیمو و سایر مرکبات	گلاب و سایر عرقیات

۴-۷. ظرفیتهای صادراتی بخش صنعت و معدن ایران به پاکستان

ایران در صادرات محصولات صنعتی و معدنی زیر به کشور پاکستان دارای توان مناسب می‌باشد.

جدول شماره ۴۵، اقلام صنعتی و معدنی قابل صدور به پاکستان را نشان می‌دهد.

جدول ۴۵: اقلام صنعتی و معدنی قابل صادرات از ایران به پاکستان

محصولات دارویی	سوخته‌های معدنی، نفت و گاز
محصولات سرمایه‌ی	محصولات شیمیایی و پتروشیمی
ماشین‌آلات و تجهیزات برقی و ابزار کامپیوتر	پلاستیک و محصولات پلاستیکی

وسایل نقلیه	کاتد مس
مومهای نفتی و معدنی	آهن و فولاد و آلیاژهای آن
سنگ فلز و جوش	سیمان پورتلند سفید
مبلمان	سنگ مرمر
قطعات ریخته‌گری	رزینهای مختلف

۵-۷. ظرفیتهای همکاری ایران در بخش انرژی با پاکستان

ایران یکی از تولیدکنندگان بزرگ نفت است و می‌تواند به نیاز روز افزون پاکستان در بخش انرژی پاسخ دهد. یکی از بزرگ‌ترین پروژه‌های در دست اقدام دو کشور، خط لوله صلح^۱ یا انتقال گاز ایران از طریق پاکستان به هند است که تکمیل آن می‌تواند کمبود انرژی پاکستان را تأمین نماید.

۶-۷. ظرفیتهای گردشگری ایران برای اتباع پاکستان

گردشگران پاکستانی به دلایل فرهنگی و مذهبی و جغرافیایی علاقمند به بازدید از ایران هستند، بخشی از ویژگیهای این گردشگران به قرار زیر می‌باشد:

- ❖ گردشگران پاکستانی، علاقمند به زیارت بارگاه امام رضا (ع) هستند.
- ❖ غالب گردشگران پاکستانی از طریق زاهدان به مشهد مسافرت می‌کنند.
- ❖ بیشتر مسافران پاکستانی از لحاظ اقتصادی در سطح پائین و متوسط جامعه قرار دارند.
- ❖ بهره‌برداری از پتانسیل زیارت حدود ۳۳ میلیون شیعی پاکستانی از اماکن متبرکه کشور با تدوین یک برنامه اجرایی، به توسعه صنعت گردشگری کشور و ارز آوری کمک می‌کند. ایجاد خط اتوبوسرانی بین کویته پاکستان و شهر مشهد در همین راستا ارزیابی می‌شود.
- ❖ امکان بهره‌برداری از ظرفیتهای گردشگری سایر شهرهای ایران به ویژه اصفهان، شیراز و مناطق شمال کشور برای اتباع پاکستانی وجود دارد.

۷-۷. ظرفیتهای صادراتی ایران در زمینه‌های خدمات فنی-مهندسی

❖ مشارکت در پروژه‌های مختلف صنعتی به صورت Joint Venture

❖ مشارکت در پروژه‌های نفت، گاز و پتروشیمی

❖ مشارکت در پروژه‌های راه آهن و جاده ریلی

❖ مشارکت در طرحهای اتومبیل‌سازی و قطعات یدکی

❖ مشارکت در طرحهای نیروگاهی

❖ مشارکت در طرحهای احداث سد و راه

❖ مشارکت در طرحهای استخراج معادن

تأسیس شرکت مشترک سرمایه‌گذاری ایران و پاکستان (پاک-ایران) از جمله مهم‌ترین طرحهای در دست اقدام می‌باشد. در اردیبهشت ۸۶ شرکت سرمایه‌گذاری مشترک ایران و پاکستان "پاک ایران" به طور رسمی آغاز به کار کرد. این شرکت فعالیت غیررسمی خود را از دی سال ۸۵ به طور غیر رسمی آغاز کرده بود. هدف از تأسیس این شرکت حمایت از اجرای طرحها و فرصتهای سرمایه‌گذاری در دو کشور است.

فواید این شرکت برای ایران با توجه به نیاز پاکستان به پنج هزار مگاوات برق تا سال ۲۰۱۰ میلادی، ضرورت اجرای خط لوله انتقال گاز به پاکستان و فراهم کردن ال‌ان‌جی^۱ و طرحهای راهسازی است، که از جمله فرصتهای سرمایه‌گذاری در پاکستان برای شرکتهای ایرانی است.

سرمایه اولیه شرکت پاک ایران ۷۰ میلیون دلار است که این رقم به طور مساوی از سوی ایران و پاکستان تأمین شده و طبق اساسنامه شرکت در صورت تقاضای بیشتر سرمایه اولیه می‌تواند از طریق مکانیزمهایی نظیر وام افزایش یابد.

شرکت پاک ایران محرک توسعه سرمایه‌گذاری میان دو کشور است و می‌تواند فرصتهای سرمایه‌گذاری شناسایی شده توسط بخش خصوصی در دو کشور را تأمین مالی کند.

ایده راه‌اندازی این شرکت در چهاردهمین اجلاس کمیسیون مشترک ایران و پاکستان در ماه مارس ۲۰۰۴ مطرح شد و طی سالهای گذشته اقداماتی برای تهیه اساسنامه شرکت

صورت گرفت که در نهایت، اواخر سال با معرفی نمایندگان دو کشور این شرکت شروع به کار کرد.

طبق اساسنامه، رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت هر سه سال یکبار تغییر می‌کند و برای دور بعدی رئیس هیأت مدیره از سوی پاکستان و مدیرعامل از سوی ایران، انتخاب خواهند شد. تأمین مالی فرصت‌های سرمایه‌گذاری دو کشور بر بخش‌های انرژی و صنایع پتروشیمی متمرکز است. تأسیس این شرکت شیوه‌ای سیستماتیک برای توسعه فعالیت‌های اقتصادی به منظور تأمین مالی شرکت‌های خصوصی فعال در حوزه‌های انرژی و صنایع پتروشیمی را فراهم می‌کند.

۸. تحلیل موقعیت

ایران با وجود همسایگی و روابط حسنه و پیمان‌های منطقه‌ای، جزو شرکای اصلی تجاری پاکستان نیست و بیشتر کشورها از دور و نزدیک محصولات خود را به پاکستان صادر می‌کنند.

مهم‌ترین رقبای تجاری ایران در پاکستان چهار کشور زیر هستند:

- ❖ امارات متحده عربی
- ❖ عربستان سعودی
- ❖ چین
- ❖ آمریکا

۸-۱. نقاط قوت رقبا

- ❖ قوی بودن اقتصاد کشورهای رقیب مانند آمریکا، امارات متحده و ژاپن
- ❖ وابستگی پاکستان به نفت کشورهای رقیب
- ❖ قوی بودن اقتصاد کشورهای رقیب
- ❖ حسن روابط سیاسی و تا اندازه‌ای مذهبی کشورهای رقیب مانند عربستان و امارات با پاکستان

❖ عضویت رقبا در سازمان تجارت جهانی^۱

❖ پیشرو بودن بعضی از رقبا در بازار تولید هواپیماهای نظامی، اسلحه، (مانند آمریکا)، خودروهای سواری (ژاپن) و ماشین آلات صنعتی و ابزار الکترونیکی در سطح جهانی

❖ رقابتی بودن قیمت محصولات کشورهای رقیب مانند چین نسبت به ایران

❖ داشتن زیرساختهای مناسب (بانکی، کشتیرانی، خطوط هوایی، صدور ویزای اقامت) با کشور پاکستان

❖ نفوذ سیاسی کشورهای رقیب مانند آمریکا و عربستان در پاکستان

۸-۲. روشهای رقبا برای بازاریابی در این کشور

❖ استفاده از مطالعات بازار برای شناسایی سلیقه و ذائقه مشتریان

❖ تطبیق محصولات صادراتی با ویژگیهای فرهنگی و مذهبی مردم پاکستان

❖ به‌کارگیری راهکارهای استاندارد بازاریابی نظیر، برپایی نمایشگاه، تبلیغات از طریق ماهواره‌ها و سایر وسایل ارتباط جمعی

❖ افزایش کیفیت محصولات با تدوین استانداردهای لازم

❖ رقابتی‌تر کردن قیمت کالاهای عرضه شده از طریق کاهش قیمت

❖ ایجاد بسترهای مناسب توسعه صادرات از جمله روابط بانکی، روابط کشتیرانی و روابط سیاسی حسنه

❖ فعال بودن نمایندگیهای سیاسی و تجاری کشورهای رقیب در پاکستان در زمینه‌های اقتصادی، سرمایه‌گذاری و بازرگانی

❖ انجام تحقیقات مداوم در جهت توسعه و تنوع محصولات

جدول ۴۶: تحلیل SWOT روابط تجاری ایران و پاکستان

قوتها	ضعفها
<ul style="list-style-type: none"> ❖ همسایگی و مرز مشترک طولانی با پاکستان ❖ نزدیکی فرهنگی و مذهبی با مردم پاکستان ❖ وجود زمینه‌های صادراتی برای بعضی از محصولات ایران ❖ رشد روزافزون حجم مبادلات تجاری بین دو کشور به ویژه در بعد از انقلاب اسلامی ❖ برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در شهرهای مختلف پاکستان در سالهای اخیر ❖ حسنه بودن روابط سیاسی فی‌مابین دو کشور و سفر مقامات سیاسی و تجاری دو کشور طی سالهای اخیر 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ عدم شناخت صحیح از سلیق و الگوهای مصرفی مردم پاکستان ❖ کمبود زیر ساختهای لازم از قبیل بانک، خطوط هوایی مناسب ❖ کیفیت پائین بعضی از محصولات صادراتی کشور به پاکستان ❖ کمبود بازاریابی مناسب به ویژه در زمینه ابزارآلات کامپیوتر، ماشین‌آلات و وسایل حمل و نقل و محصولات پتروشیمی ایران در بازار پاکستان ❖ عدم استفاده از تبلیغات رسانه ای برای معرفی محصولات
<ul style="list-style-type: none"> ❖ وجود پیمانهای منطقه‌ای نظیر اکو و قراردادهای تجاری ❖ بالا بودن حجم صادرات ایران به پاکستان که به رقم غیر رسمی یک میلیارد دلار می‌رسد ❖ داشتن توان صادراتی برای وسایل حمل و نقل و اتومبیل ❖ امکان صادرات بعضی از ابزار الکترونیکی با کیفیت مرغوب نظیر قطعات سخت افزاری کامپیوتر ❖ مشترکات فراوان دینی، فرهنگی و اجتماعی بین دو کشور 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ کوچک بودن اندازه بنگاه‌های صادراتی ایران در مقایسه با رقبا ❖ نداشتن توان مالی و اقتصادی مناسب صادرکنندگان ایرانی در مقایسه با سایر رقبا ❖ فقدان کشتش لازم برای سرمایه گذاری در پاکستان از دید تجار ایرانی ❖ فقدان برنامه‌ریزی عملیاتی برای گسترش صادرات به‌طور عام و پاکستان به‌طور خاص ❖ مشکلات سیاسی و ناامنیهای دوره‌ای در پاکستان و اثر آن بر سرمایه‌گذاریهای خارجی

- ❖ مشترکات فراوان دینی، فرهنگی و اجتماعی بین دو کشور
- ❖ عضویت دو کشور در سازمان اقتصادی اکو و سایر پیمانهای منطقه‌ای
- ❖ داشتن موقعیت ژئوپلیتیک و جغرافیایی دو کشور
- ❖ همسایگی و هم مرز بودن و نزدیکی مسافت دریایی با بازار پاکستان
- ❖ وجود راه‌های زمینی و ریلی و برنامه‌ریزیهای گسترده برای توسعه سیستمهای حمل و نقل زمینی بین ایران و پاکستان
- ❖ برگزاری ۱۷ اجلاس کمیسیون مشترک اقتصادی بین دو کشور و علاقه مقامات دو کشور به گسترش روابط
- ❖ امضای موافقت‌نامه‌ها و یادداشت تفاهم در زمینه‌های مختلف بین دو کشور از جمله تجارت ترجیحی و سایر موافقت‌نامه‌ها در جهت از بین بردن موانع تجاری و اقتصادی
- ❖ افزایش حجم مبادلات تجاری بین دو کشور و مثبت بودن تراز تجاری به نفع ایران
- ❖ وجود بازار بزرگ خدمات فنی - مهندسی در پاکستان به ویژه در بخش انرژی، راه‌سازی، سد، نیروگاه و غیره
- ❖ دسترسی ایران به کشورهای آسیای میانه و قرار گرفتن در مسیر ترانزیت غرب به شرق و دسترسی پاکستان به هند و شرق دور که امکان ارتباط بین شرق و غرب از طریق این دو کشور فراهم می‌شود

- ❖ بالا بودن سطح فقر و کم بودن قدرت خرید مردم پاکستان
- ❖ بالا بودن میزان تجارت قاچاق در مرزهای دو کشور و فقدان سیستم امنیتی کافی برای پیشگیری
- ❖ مشکلات در ساختارهای مالی و بانکی ایران
- ❖ فقدان زیر ساختهای مالی مناسب بین دو کشور
- ❖ عدم وجود سیستم حمل و نقل منظم، مناسب و کافی بین دو کشور
- ❖ اشباع بازارها و تشدید رقابت با کشورهای حوزه خلیج فارس
- ❖ داشتن روابط حسنه پاکستان با ایالات متحده آمریکا و کشورهای غربی و تمایل آن به غرب
- ❖ وجود رقبای قوی در بازار پاکستان مانند آمریکا، امارات، چین و ژاپن
- ❖ عدم بهره‌برداری مناسب از موقعیت راهبردی دو کشور در زمینه ترانزیت کالا
- ❖ فقدان اطلاعات کافی از بازار پاکستان توسط فعالان اقتصادی و بازرگانان دو کشور
- ❖ مشکلات سیاسی پاکستان و هند و اثر آن بر برنامه‌ها و سرمایه‌گذار بیهیای ترانزیتی
- ❖ کیفیت نامرغوب کالاهای پاکستانی

۸-۳. ارزیابی محیط بازاریابی بازار پاکستان

۸-۳-۱. نظام بازرگانی

سطح تعرفه‌های متوسط و در حال کاهش، عضویت در سازمان تجارت جهانی، داشتن رقبای بسیار قوی در بازار، افزایش دسترسی به بازار اتحادیه اروپا، رابطه تجاری گسترده با آمریکا، کشورهای عربی و چین، بازاریابی گسترده و تسهیل صادرات

۸-۳-۲. وضعیت اقتصادی

دارای مردمی فقیر با درآمد سرانه کم، کم سواد، با قدرت خرید محدود و سطح زندگی پایین، بر خورداری از نرخ ارز ثابت و تورم متوسط، در حال گذران دوره اصلاحات اقتصادی، نرخ رشد اقتصادی خوب

۸-۳-۳. وضعیت سیاسی - قانونی

وضعیت سیاسی ناپایدار، اختلافات سیاسی زیاد، امنیت کم، قوانین و مقررات به نسبت بی ثبات و در حال توسعه با سخت‌گیری کم، حرام و غیرقانونی بودن مصرف مواد مخدر و مشروبات الکلی، سخت‌گیر نبودن در اعطای ویزای اقامت و تجارت و غیره

۸-۳-۴. وضعیت فرهنگی

دارای آداب و سنن و تعصبات خاص قومی در ایالات مختلف، مهمان نواز، سنت‌گرا، مهربان و پایبند به اصول اخلاقی، احترام زیاد به شریعت و شئون دینی، تنفر و انزجار از سوءاستفاده و بدقولی در معاملات تجاری، عدم پایبندی به زمان، دارای تعصبات فرهنگی برای زنان، جامعه سنتی سلسله مراتبی، احترام به افراد بر اساس سن و مقام، علاقمند به موسیقی و سینما و تلویزیون.

۸-۴. راهبرد پیشنهادی بازاریابی کالاهای ایرانی در بازار پاکستان

با توجه به بررسی‌های انجام شده درخصوص وضعیت و روند اقلام صادراتی ایران به پاکستان، و همچنین ظرفیتها و توان صادراتی کشور ایران و ساختار وارداتی پاکستان، راهکارهای بازاریابی زیر جهت بسترسازی در توسعه صادرات کشورمان ارائه می‌گردد:

۸-۴-۱. راهبرد نفوذ در بازار از طریق مطالعات و تدوین طرحهای بازاریابی

بازاریابی عبارت است از شناسایی نیاز، تشخیص خواسته‌ها و ایجاد، حفظ و توسعه بازار برای ارزش عرضه شده به منظور تأمین رضایت طرفین مبادله. بازاریابی بایستی بر اساس شناخت ویژگیهای فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی مشتری برنامه‌ریزی شود. به همین جهت لازم است که مطالعات بازار برای کشور پاکستان انجام و طرحهای بازاریابی بر اساس آن آماده گردد. لازم به ذکر است که مطالعات بازار بر اساس ویژگیهای مردم کشورها در موسسات تحقیق بازار جهانی انجام می‌شود که می‌توان آنها را خریداری کرد. بر اساس بررسیهای انجام شده، تبلیغات از طریق وسایل ارتباط جمعی، ماهواره‌ها، سایتهای تجاری نمایشگاه‌ها و غیره مفید می‌باشد.

۸-۴-۲. راهبرد تمرکز بر کالاهای دارای مزیت نسبی

با توجه به روند افزایشی کالاهای صادر شده، امکان صادرات محصولات محصولاتی نظیر: مواد شیمیایی، نفت و گاز، آهن و فولاد، پلاستیک و محصولات وابسته، میوه و خشکبار، سبزیجات و محصولات آماده، شیرینی و شکلات، ابزار الکترونیکی، بعضی از سخت‌افزارهای کامپیوتر مانند کی‌بورد و غیره و سیمان و سنگ مرمر به بازار پاکستان وجود دارد. علاوه بر آن امکان صادرات خدمات فنی و مهندسی و سرمایه‌گذاری مشترک در زمینه‌های تولید نیروگاه، راه و راه آهن، سدسازی و غیره نیز وجود دارد.

۹. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

لازم به ذکر است که بسیاری از راهکارهای قابل ارائه در کمیسیونهای تخصصی بین دو کشور بررسی و اجرایی شده است. بنابراین در این بخش علاوه بر مرور آنها موانع اجرایی و راهکارهای جدید نیز بررسی می‌شود.

۹-۱. راهکارهای اجرایی در بخش زیرساختها

عمده‌ترین راهکارها برای گسترش زیرساختها شامل موارد زیر است:

در راستای ایجاد زیرساختهای مالی در پاکستان برای ساماندهی روابط پولی که بر اساس توافقات به عمل آمده، شعبه بانک ملی ایران در کراچی به زودی تأسیس خواهد شد و

همچنین رؤسای بانکهای مرکزی سازمان همکاریهای اقتصادی اکو، راه اندازی بانک تجاری اکو در کشورهای عضو از جمله ایران و پاکستان را در دست اقدام دارند.

در این زمینه پیشنهاد ایجاد بانکهای خصوصی ایرانی در پاکستان به ویژه در کراچی و کوئته نیز می‌تواند به ساماندهی مالی تجارت بین دو کشور کمک کند.

۹-۲. راه اندازی خطوط حمل و نقل زمینی، هوایی و دریایی

با توجه به مرز مشترک موجود، و سابقه چند دهه رفت و آمد زمینی و ریلی و با توجه به نیاز ایجاد خط اتوبوسرانی بین کوئته پاکستان و مشهد از طریق زاهدان، کارهایی در دست اقدام است. از جمله مسائل مطرح شده در مذاکرات دو کشور مشکل راه ارتباطی از جمله جاده و راه آهن کوئته - تفتان است که قرار است پاکستان با استفاده از اعتبارات منطقه‌ای و جهانی به بازسازی آن اقدام کند.

نزدیکی بندر چابهار به بندرهای پاکستان - از جمله گوادر که تنها ۴۱ مایل دریایی فاصله دارد - این امکان را ایجاد می‌کند که با ایجاد حمل و نقل دریایی به توسعه تجارت منطقه کمک کند.

۹-۳. فعال شدن و اجرایی شدن موافقت‌نامه‌های تجاری و سرمایه‌گذاری

هرچند تاکنون ۱۷ کمیسیون مشترک اقتصادی بین ایران و پاکستان برقرار شده و با توجه به عضویت ایران و پاکستان در سازمان همکاریهای اقتصادی اکو، هنوز هم تجارت بین دو کشور در سطح مطلوبی قرار ندارد. دلیل این امر غالب شدن نقش سیاسی بر وضعیت اقتصادی سازمان اکو می‌باشد.

کشورهای عضو سازمان اکو در یکی از حساس‌ترین مناطق جهان با میراث تاریخی و فرهنگی کم و بیش مشترک واقع شده‌اند و این استعداد را دارند که به یکی از قطبهای اقتصادی جهان تبدیل شوند. نگاهی وسیع به جغرافیای جهان نشان می‌دهد، تجارت درون منطقه‌ای در اتحادیه‌های بزرگ جهانی رشد چشمگیری داشته است. در حال حاضر بلوکهای اقتصادی منطقه‌ای از جمله EU در اروپا، ASEAN آسیای جنوب شرقی و MERCOSUR در آمریکای جنوبی وجود دارند که دارای توان بالای اقتصادی بوده و در سرنوشت اقتصاد جهان نقش تعیین‌کننده‌ای دارند. در خلیج فارس نیز شش کشور عضو

شورای همکاری، زمینه ایجاد یک اتحادیه پولی را فراهم می‌آورند. لذا می‌توان از تجارب ارزنده آنها در پیشبرد اهداف سازمان اکو استفاده نمود. لازم است که با اجرایی تر نمودن این سازمان در جهت توسعه بازرگانی منطقه‌ای اقدام نمود.

۹-۴. سرعت در اجرایی شدن موافقت‌نامه‌های گمرکی

موافقت‌نامه تجارت ترجیحی فصل مهمی در تجارت ایران و پاکستان است. اهداف این موافقت‌نامه به شرح زیر است:

- ❖ تقویت روابط اقتصادی و سیاسی میان طرفهای متعاقد
- ❖ افزایش حجم تجارت کالا بین طرفهای متعاقد
- ❖ ایجاد محیطی قابل پیش‌بینی تر و امن تر برای رشد پایدار تجارت بین طرفهای متعاقد
- ❖ تقویت و گسترش تدریجی این ترتیبات تجاری ترجیحی
- ❖ گسترش تجارت دوجانبه از طریق جستجوی حوزه‌های جدید همکاری
- ❖ تسهیل متنوع سازی کالاهای مبادله شده بین طرفهای متعاقد
- ❖ تشویق رقابت بیشتر در میان موسسات تجاری خود

بدین ترتیب، کمک به توسعه و گسترش تجارت دوجانبه و جهانی به طور هماهنگ از طریق حذف موانع فرا راه تجارت، موافقت‌نامه تجاری اکو (اکوتا) و موافقت‌نامه چارچوب حمل و نقل ترانزیت اکو TTFA شرایط را برای یک جهش اساسی در همکاریهای چند جانبه بین کشورهای عضو اکو فراهم کرده‌اند. این موافقت‌نامه تعرفه‌های موجود بین دو کشور را تعدیل نموده است و اجرایی تر شدن آن می‌تواند نقطه عطفی در روابط تجاری دو کشور باشد.

۹-۵. راهکارهای اجرایی در زمینه روابط دوجانبه

در زمینه سیاسی، اجرای قرارداد خط لوله‌گاز ایران به پاکستان و فروش گاز ایران اهمیت فراوانی در روابط سیاسی دو کشور دارد. هرچند روابط ایران و پاکستان با وجود اختلاف در مشی سیاسی، پیوسته از مسالمت و دوستی کامل برخوردار بوده و هرگز اتفاق حاد

خاصی بین آنان به وجود نیامده است.

در زمینه فعال شدن روابط دو جانبه به ویژه در زمینه‌های تجاری اقداماتی در جریان است. استقرار وابسته بازرگانی در کراچی برای اولین بار نیز از جمله اقداماتی است که برای تقویت مناسبات تجاری دو کشور صورت گرفته است. فعال سازی اتاقهای بازرگانی دو کشور نیز از جمله اقدامهای پیشنهادی برای گسترش تجاری است.

در مجموع با وجود حجم بالای مناسبات و دیدار مقامهای اقتصادی دو کشور، هنوز حجم تجاری بین دو کشور به اندازه مطلوب نرسیده و گرفتار مشکلات متعددی است. همچنین محدودیتهای ایجاد شده از سوی برخی از بانکهای پاکستان برای گشودن اعتبار (ال سی) در معاملات دوجانبه از جمله مشکلاتی است که اجازه رشد ایده‌آل مناسبات تجاری دوجانبه را نمی‌دهد. از بین بردن این موانع پیوسته در مذاکرات متعدد مقامات دو کشور بررسی شده و امید است که مشکلات در سال آتی برطرف شود. کاهش قاچاق کالا که امروزه در حد وسیعی در مرزهای ایران و پاکستان جریان دارد نیز بایستی در مذاکرات مورد توجه قرار گیرد.

۹-۶. راهکارهای اجرایی در بخش بازاریابی

در بخش بازاریابی فعالیتهایی در زمینه ایجاد نمایشگاه در سالهای گذشته انجام شده است. به‌طور کلی تاکنون پنج نمایشگاه تخصصی در کراچی در سالهای گذشته برگزار شده و ششمین نمایشگاه نیز در سال ۱۳۸۷ برگزار می‌شود. هیأت‌های تجاری و صنعتی فراوانی نیز رفت‌وآمد داشته‌اند، اما برای توسعه بازرگانی نیاز به گسترش این فعالیتهای به صورت سازماندهی شده و منظم می‌باشد. از دیگر مواردی که در زمینه بازاریابی می‌توانند مؤثر باشند به قرار زیر می‌باشند:

انجام فعالیت در زمینه افزایش کیفیت محصولات ایرانی و تبلیغات مناسب برای آنها.

با توجه به رقبای ایران در بازار پاکستان نیاز به افزایش کیفیت محصولات وجود دارد و هرچند در بعضی از محصولات کیفیت کالاهای ایرانی بسیار بالا بوده است، یکی از راهکارهای پیشنهادی در مذاکرات انجام شده در سازمان اکو ایجاد برند و استاندارد برای این سازمان است که در صورت انجام می‌تواند مفید باشد. علاوه بر آن فعالیت تبلیغاتی برای محصولات ایرانی کافی نیست و با توجه به حجم عظیم تبلیغات رقبا لازم است که در

این زمینه اقداماتی صورت بگیرد. شرکت در نمایشگاه‌های پاکستان برای معرفی کالاهای ایرانی نیز می‌تواند مورد نظر قرار گیرد.

۷-۹. انجام تحقیقات بازار

شاخ خریداران از بازارهای پاکستان، آگاهی از نیازها و خواسته‌های آنها اهمیت فراوانی در موفقیت طرحهای بازاریابی دارد. بدون انجام تحقیقات بازاریابی رسیدن به موفقیت تجاری بسیار مشکل است. متأسفانه تحقیقات بازار دقیق و علمی در ایران بسیار اندک است. موسسات تحقیقاتی معتبر خارجی تحقیقات بازار مفصلی برای اغلب محصولات و کشورها دارند که در صورت نیاز می‌توان آنها را خریداری نمود.

۸-۹. برگزاری همایش و کنفرانس و اعزام هیأت تجاری

در زمینه اعزام هیأت‌های تجاری فعالیتهای انجام شده در سالهای گذشته فراوان بوده و با توجه به حجم تجارت فی‌مابین ایران و پاکستان لازم است که این فعالیتهای بررسی و نقد شوند تا بتوان با مسائل موجود آشنا شد و از نتایج آنها استفاده نمود. برگزاری همایشها و سمینارها برای شناسایی فرصتهای اقتصادی و تجاری بین دو کشور نیز می‌تواند راهگشا باشد. با توجه به وجود قابلیتها و ظرفیتهای موجود دو کشور به نظر می‌رسد که مبادله هیأت‌های تخصصی تجاری، صنعتی در زمینه‌های مختلف صنایع و خدمات فنی و مهندسی نیز بسیار مؤثر است.

۹-۹. توسعه گردشگری

با توجه به مشترکات موجود بین ایران و پاکستان، مرزهای مشترک، وجود بیش از ۳۳ میلیون شیعه و علاقه آنها به بقاع متبرکه ایران به ویژه حضرت امام رضا(ع) و نزدیکی فرهنگ و اعتقادات ایران می‌تواند در جذب گردشگران پاکستانی بسیار فعال باشد. وجود راه‌های زمینی و امکانات مناسب در این زمینه مؤثر است. برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری نه تنها به عنوان عاملی برای توسعه تجارت، بلکه به عنوان یک صنعت بسیار لازم است، هرچند در این زمینه ایران موفقیت زیادی ندارد و پیشنهاد می‌شود که طرحهای گردشگری حداقل برای کشورهای منطقه و مسلمان تهیه و اجرا شود.

مکانیسم‌های پیشنهادی جهت تفوق بر رقبای منطقه‌ای و جهانی در بازار پاکستان

برای گسترش صادرات به طور کلی بایستی به عوامل متعددی نظیر موارد زیر توجه نمود:

۹-۱۰. کاهش تعرفه‌ها

در این زمینه طرح تجارت ترجیحی بسیار مناسب بوده و مذاکرات دیگری نیز برای کاهش بیشتر تعرفه‌ها برای سالهای آتی در جریان است.

۹-۱۱. بازاریابی گسترده

در صورت وجود مکانیسم‌های تبلیغاتی صحیح و استفاده از ابزارهای نوین می‌توان از تبلیغات برای گسترش صادرات استفاده نمود.

۹-۱۲. تسهیل مقررات صادراتی

هر دو طرف ایران و پاکستان در مذاکرات خود اغلب بر تسهیل مقررات صادراتی تأکید داشته‌اند، اما در عمل هنوز موانعی وجود دارد که بایستی از میان برداشته شوند.

۹-۱۳. تنوع تولید کالا و افزایش کیفیت

از نظر کیفیت محصولات و تنوع آن، ایران از بسیاری از کشورهای منطقه وضعیت بهتری دارد. اما رقبای ایران در بسیاری از زمینه‌ها از ایران بهتر هستند. کوشش در جهت تنوع تولید و افزایش کیفیت می‌تواند در موفقیت بازار نقش اساسی داشته باشد.

۹-۱۴. کاهش هزینه‌های مالی، اداری و تجاری

از جمله مشکلات دیگر، بالا بودن هزینه‌ها و زمان بر بودن فعالیتهای اداری و تجاری است. پاکستان یک کشور بروکراتیک است و ایران نیز در این زمینه دست کمی از پاکستان ندارد. کاهش هزینه‌های مالی و زمانی می‌تواند در توسعه تجارت مشکلات جنبی ایجاد نماید.

۹-۱۵. نظام قیمت گذاری صحیح

نظام قیمت‌گذاری برای محصولات صادراتی بایستی علمی و سیستماتیک باشد. برای رقابت در زمینه صادرات، آگاهی از تحولات اقتصادی کشورهای رقیب نیز لازم است. به نظر نمی‌رسد که نظام قیمت‌گذاری برای محصولات صادراتی ایران از مقررات و قوانین علمی پیروی کند.

علاوه بر آن با عنایت به رقبای قوی ایران در پاکستان می‌توان از راهبردهای خاص منطقه‌ای بهره جست و از همسایگی و مرزهای مشترک، نهایت استفاده را نمود. خوشبختانه وجود قراردادهای تجاری و مذاکرات فراوان منطقه‌ای می‌تواند در این زمینه راهگشا باشد. با توجه به کیفیت نسبی محصولات ایرانی، دستیابی به بازار پاکستان برای ایران بایستی از چین آسان‌تر باشد.

استفاده از مزیت‌های نسبی ایران می‌تواند در گسترش مناسبات تجاری مؤثر باشد. عرضه خدمات فنی و مهندسی و سرمایه‌گذاری مشترک در بخش‌های راه‌سازی، سدسازی، نیروگاهی و سایر فعالیت‌های تجاری و اقتصادی از مزیت‌های نسبی ایران نسبت به پاکستان است.



بخش سوم پیوستها







سفارت خانه و کنسولگریهای جمهوری اسلامی ایران در جمهوری اسلامی پاکستان

سر کنسولگری جمهوری اسلامی ایران در کراچی

81, SHAHRAH-E-IRAN, CLIFTON KARACHI-PAKISTAN COUNTRY ARIA COD: 0092 21	آدرس
۵۸۷۴۳۷۰ و ۵۸۷۴۳۷۱	تلفن
۵۸۷۴۶۳۳	نمابر

سفارت جمهوری اسلامی ایران در پاکستان

STR. NO.2, SECTOR G-51/ DIPLOMATIC ENCLAVE ISLAMABAD PAKISTAN COUNTRY ARIA COD: 0092 51	آدرس
۲۷۶۲۷۰ و ۲۷۶۲۷۱ و ۲۷۶۲۷۲ و ۲۷۹۵۸۲	تلفن
۸۲۴۸۳۹	نمابر

سر کنسولگری جمهوری اسلامی ایران در پیشاور

SES AVE. DAS NACOES LOTE 31 70900-421- BRASILIA DF COUNTRY ARIA COD: 0055 61	آدرس
۲۴۲۵۹۱۵ و ۲۴۲۵۱۲۴ و ۲۴۲۵۷۳۳	تلفن
۸۴۰۳۰۵	نمابر

نام و مشخصات بیمارستانهای جمهوری اسلامی پاکستان

SHIFA INTERNATIONAL HOSPITAL LTD

Sector H-8 /4, Islamabad	آدرس
۴۴۶۸۰۱۳۲	تلفن

CHILDREN'S HOSPITAL AT PAKISTAN INSTITUTE OF MEDICAL SCIENCES (PIMS)

G-8/ 3, Islamabad	آدرس
۹۲۶۰۴۵۰	تلفن

PAKISTAN INSTITUTE OF MEDICAL SCIENCES – ADULT HOSPITAL

Sector G-8 /3, Islamabad	آدرس
۹۲۶۱۱۷۰ و ۹۲۶۱۲۶۹	تلفن

FEDERAL GOVERNMENT SERVICES (POLYCLINIC) HOSPITAL

Service Road, Sector G-6/ 3	آدرس
۹۲۱۸۳۰۰	تلفن

COMBINED MILITARY HOSPITAL, RAWALPINDI CANTT

Tariq-Abad Road, Lalkurti	آدرس
۵۶۱۱۱۱ و ۵۶۱۳۲۹۳۰	تلفن



وب سایتهای رسمی مراکز دولتی جمهوری اسلامی پاکستان

آدرس	شرح	ردیف
www.finance.gov.pk	وب سایت دولتی پاکستان	۱
www.mofa.gov.pk	وزارت دارایی	۲
www.mofa.gov.pk	وزارت امور خارجه	۳
www.pakistan.gov.pk	وزارت کشور	۴
www.pakistan.gov.pk/labour-ministry/index.jsp	وزارت کار، نیروی انسانی و پاکستانیهای خارج از کشور	۵
www.pakistan.gov.pk/commerce-ministry/index.jsp	وزارت بازرگانی	۶
www.tourism.gov.pk/Index.html	وزارت اقلیتهای مذهبی، فرهنگ، ورزش، جهانگردی و امور جوانان	۷
www.environment.gov.pk	وزارت محیط زیست	۸
www.pakistan.gov.pk/food-ministry/index.jsp	وزارت غذا، کشاورزی و دامپروری	۹
www.pakistan.gov.pk/health-ministry/index.jsp	وزارت بهداشت	۱۰
www.pakistan.gov.pk/housingworks-ministry/index.jsp	وزارت مسکن و کار	۱۱
www.moip.gov.pk	وزارت صنایع و تولیدات	۱۲
www.mpnr.gov.pk	وزارت نفت و منابع طبیعی	۱۳
www.pakistan.gov.pk/law-	وزارت قانون، دادگستری و حقوق مدنی	۱۴
www.mopw.gov.pk	وزارت بهزیستی	۱۵
www.privatisation.gov.pk	وزارت خصوصی سازی	۱۶
www.pakrail.com	وزارت راه آهن	۱۷
www.mra.gov.pk	وزارت امور مذهبی، زکات و نکاح	۱۸

www.most.gov.pk	وزارت علوم و تحقیقات فناوری	۱۹
www.pakistan.gov.pk/water-power-ministry/index.jsp	وزارت آب و برق	۲۰
www.pakistan.gov.pk/establishment-division/index.jsp	وزارت توسعه امور زنان، رفاه اجتماعی و آموزشهای ویژه	۲۱
www.pakistan.gov.pk/education-ministry	وزارت آموزش	۲۲
www.epb.gov.pk/epb/index.jsp	اداره توسعه صادرات پاکستان	۲۳
www.pakboi.gov.pk	اداره سرمایه‌گذاری پاکستان	۲۴
www.fpcci.com.pk	فدراسیون اتاقهای صنایع و بازرگانی پاکستان	۲۵
www.cbr.gov.pk	شورای مرکزی درآمدهای دولتی	۲۶
www.ntc.gov.pk	کمیسیون ملی تعرفه‌ها	۲۷
www.pakistan.gov.pk/commerce-division/departments.jsp	موسسه تجارت خارجی پاکستان	۲۸
www.pakistan.gov.pk/commerce-division/departments.jsp	همکاریهای تجاری پاکستان	۲۹
www.sbp.org.pk	بانک دولتی پاکستان	۳۰
www.cbr.gov.pk	گمرک پاکستان	۳۱
www.ise.com.pk	بازار بورس اسلام آباد	۳۲
www.kse.com.pk	بازار بورس کراچی	۳۳
www.pakistan.gov.pk/redirect.jsp	بازار بورس لاهور	۳۴
www.jamals.com	کتاب زرد پاکستان	۳۵
www.pakistanbiz.com	راهنمای تجاری پاکستان	۳۶
www.nadra.gov.pk	موسسه ملی ثبت و بانک اطلاعاتی	۳۷
www.tourism.gov.pk/Index.html	موسسه توسعه جهانگردی پاکستان	۳۸



فهرست برخی از هتل‌های جمهوری اسلامی پاکستان

Avari Hotel	
87 Shahrah-e-Quaid-i-Azam, Lahore, Pakistan	آدرس
www.professionaltravelguide.com/avari-hotel-525253	وب سایت
۵ ستاره	درجه

Pearl Continental Hotel	
Dr Ziauddin Ahmed Rd, Karachi, Pakistan	آدرس
www.professionaltravelguide.com/pearl-continental-hotel/hotels-525259	وب سایت
۵ ستاره	درجه

Avari Towers Karachi	
242243- Fatima Jinnah Road Saddar, Karachi, Pakistan	آدرس
www.professionaltravelguide.com/avari-towers-karachi/hotels-525248	وب سایت
۴ ستاره	درجه

Holiday Inn	
2526- Egerton Rd, Lahore, Pakistan	آدرس
www.professionaltravelguide.com/holiday-inn/hotels-525251	وب سایت
۴ ستاره	درجه

Marriott Hotel Karachi

Abdullah Haroon Rd, Karachi, Pakistan	آدرس
www.professionaltravelguide.com/marriot-hotel-karachi/hotels-525255	وب سایت
۴ ستاره	درجه

Pearl Continental Hotel

Khyber Rd, Peshawar, Pakistan	آدرس
www.professionaltravelguide.com/pearl-continental-hotel/hotels-525261	وب سایت
۴ ستاره	درجه

Sheraton Hotel & Towers Karachi

Club Rd, Karachi, Pakistan	آدرس
www.professionaltravelguide.com/sheraton-hotel-towers-karachi/hotels-525263	وب سایت
۴ ستاره	درجه

Beach Luxury Hotel

Tamizuddin Khan Rd, Karachi, Pakistan	آدرس
www.professionaltravelguide.com/beach-luxury-hotels-525249	وب سایت
۳ ستاره	درجه



Faisalabad Serena Hotel

Club Rd, Faisalabad, Pakistan	آدرس
www.professionaltravelguide.com/faisalabad-serena-hotel/hotels-525250	وب سایت
۳ ستاره	درجه

Hotel Metropole

Club Rd, Karachi, Pakistan	آدرس
www.professionaltravelguide.com/hotel-metropole/hotels-525258	وب سایت
۳ ستاره	درجه

فهرست کمپانیها و شرکتهای مهم تجاری پاکستان

ART SILK FABRICS & GARMENTS EXPORTERS ASSOCIATION 60, THE MALL LAHORE	نام و آدرس
TEL: 04 26360919 FAX: 04 26361291 WEB: WWW.PASFGEA.ORG	تلفن و نمبر
BEDSHEETS & UPHOLSTERY MANUFACTURERS ASSOCIATION 20, BLOCK T, MASOOM SHAH ROAD P.O.BOX NO. 268 MULTAN	نام و آدرس
TEL: 061 552909 , 564811 FAX: 061 552981 EML: APBUMA@MUL.PAKNET.COM.PK	تلفن و نمبر

BEDWEAR EXPORTERS ASSOCIATION
245 -1-V, BLOCK 6 P.E.C.H.S. KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 -4541149 , 4541192 , 285131113
FAX: 021 2851429

تلفن و
نمابر

CANVAS AND TENTS MANUFACTURERS AND EXPORTERS
ASSOCIATION (REGD.)
15 /63, SHADMAN COMMERCIAL MARKET AFRIDI MANSION
LAHORE

نام و
آدرس

TEL: 042 7577572
FAX: 042 7577572
EML: PCTMEA@WOL.NET.PK

تلفن و
نمابر

CLOTH EXPORTERS ASSOCIATION
30 /7, CIVIL LINES, NEAR STATE BANK FAISALABAD

نام و
آدرس

TEL: 041 644750 -51 , 644754 , 615563
FAX: 041 617985 , 644773
EML: APCEA@FSD.PAKNET.COM.PK

تلفن و
نمابر

CARPET MANUFACTURERS & EXPORTERS ASSOCIATION
401-A, 4TH FLOOR, PANORAMA CENTRE 1 FATIMA JINNAH
ROAD, SADDAR KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 5212189
FAX: 021 5678649
EML: pcmeaho@gerrys.net

تلفن و
نمابر

FOOTWEAR MANUFACTURERS ASSN.
6-F, REHMAN BUSINESS CENTRE 32-B-III, GULBERG III
LAHORE

نام و
آدرس

TEL: 042 5750051
FAX: 042 5750052
EML: pfma@pfma.lcci.org.pk

تلفن و
نمابر



GLOVES MANUFACTURERS & EXPORTERS ASSOCIATION
P. O. BOX NO. 1330 349 KHADIM ALI ROAD SIALKOT

نام و
آدرس

TEL: 0432 551847 , 563106
FAX: 0432 550182
EML: pgmea@brain.net.pk

تلفن و
نمبر

JUTE MILLS ASSOCIATION
8, SASI TOWN HOUSES, CIVIL LINES ABDULLAH HAROON
ROAD KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 5676986
FAX: 021 5676463
EML: pjma@cyber.net.pk

تلفن و
نمبر

LEATHER GARMENTS MANUFACTURERS & EXPORTERS
ASSOCIATION PLOT NO. 92 C, 1ST FLOOR KHAYABAN-E-
ITTEHAD, DHA PHASE II KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 5388799 , 5387365 , 5387366
FAX: 021 5388799
EML: info@plgmea.org

تلفن و
نمبر

AGRICULTURAL MACHINERY AND IMPLEMENTS MANF.
ASSOCIATION
6 /21 -26, NAZAR BAGH G. T. ROAD PESHAWAR

نام و
آدرس

TEL: 091 211835
FAX: 091 216723

تلفن و
نمبر

AGRICULTURAL PESTICIDES ASSN.
909910-, PARK AVENUE, P.E.C.H.S. BLOCK 6, SHAHRAH-E
FAISAL KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 4541562
FAX: 021 4546131

تلفن و
نمبر

AUTOMOBILE SPARE PARTS IMPORTERS & DEALERS
ASSOCIATION 418/, RIMPA PLAZA, PLAZA SQUARE M. A.
JINNAH ROAD KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 7721883 , /7728774
FAX: 021 7761938
EML: paspida@super.net.pk

تلفن و
نمبر

AUTOMOTIVE MANUFACTURERS ASSOCIATION
11, ILACO HOUSE ABDULLAH HAROON ROAD KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 5662493 , 5672349
FAX: 021 5687247
EML: pamauto@cyber.net.pk

تلفن و
نمبر

AUTOMOTIVE PARTS & ACCESSORIES MANUFACTURERS
ASSOCIATION
894- CIRCULAR ROAD NEAR NIGAR CINEMA LAHORE

نام و
آدرس

TEL: 042 7312452
FAX: 042 7237613
EML: secypaapam@hotmail.com

تلفن و
نمبر

ADVERTISING ASSOCIATION
ROOM NO. 318, 3RD FLOOR HOTEL: METROPOLE, CLUB
ROAD KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 5671567
FAX: 021 5671571
EML: paa@cyberaccess.com.pk

تلفن و
نمبر

AIR CARGO AGENTS ASSOCIATION OF PAKISTAN
ROOM # 305, 3RD FLOOR FORTUNE CENTRE, 45-A BLOCK 6
P.E.C.H.S., SHAHRAH-E-FAISAL KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 4383502
FAX: 021 4383501
EML: acaap@cyberaccess.com.pk

تلفن و
نمبر



ARMS & AMMUNITION MERCHANTS & MANUFACTURERS
ASSOCIATION METROPOLE CINEMA BUILDING ROOM NO. 7,
ABBOT ROAD LAHORE

نام و
آدرس

TEL: 042 6311290 , 7352119
FAX: 042 6365555

تلفن و
نمبر

AUTOMOBILE IMPORTERS AND DEALERS ASSOCIATION 151
B/2, KHALID BIN WALID ROAD P.E.C.H.S. KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 4555723 -6
FAX: 021 4555170
EML: toyowest@cubexs.net.pk

تلفن و
نمبر

BETEL: LEAVES IMPORTERS & RETAILERS ASSOCIATION
OF PAKISTAN 207 TAHIR PLAZA, 2ND FLOOR PAN MANDI,
NANAKWARA KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 7729217 , 7766512
FAX: 021 7733868 , 7729217

تلفن و
نمبر

CHAIRMAN PAKISTAN ART SILK FABRICS & GARMENTS
EXPORTERS ASSOCIATION 60, THE MALL LAHORE

نام و
آدرس

TEL:042 6360919
FAX:042 6361291
URL:www.pasfgea.org

تلفن و
نمبر

ARSHAD ISLAM CHAIRMAN THE PAKISTAN AUTOMOBILE
SPARE PARTS IMPORTERS & DEALERS ASSOCIATION
418/, RIMPA PLAZA, PLAZA SQUARE M. A. JINNAH ROAD
KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 7721883 , 7728774
FAX: 021 7761938
EML: paspida@super.net.pk

تلفن و
نمبر

CHAIRMAN PAKISTAN BANKS ASSOCIATION STATE
LIFE BUILDING NO. 2 FIRST FLOOR, WALLACE ROAD I. I.
CHUNDRIGAR ROAD KARACHI

نام و
آدرس

TEL: 021 2429853
FAX: 021 2429853

تلفن و
نمبر

فهرست چند شرکت و موسسه مهم صنعتی و بازرگانی
در جمهوری اسلامی پاکستان

AL SYED BROTHERS CORP

بازرگانی

نوع فعالیت

Plot 7-C Room 3-B 3rd Floor Main Badar Commercial Phase V
DHA, Karachi, Sindh, Pakistan

آدرس

BAHOO RICE MILLS

تولیدی

نوع فعالیت

7/A Mohammad Hussain Road, Model Town (A), Bahawalpur,
Pakistan

آدرس

BROTHERS ENTERPRISES

بازرگانی

نوع فعالیت

401, 4th Floor, Abid Chambers (Al Yousuf Chambers), Shahrah-e
Liaquat, Karachi, Sindh, Pakistan Zip: 74200

آدرس

LARAIB TRADING

بازرگانی

نوع فعالیت

Office # M-16, Plot # 172/J, Mateen Shoppers Gallery, Block-2,
PECHS,, Karachi, Sindh, Pakistan

آدرس



M.B. GROUP

بازرگانی

نوع فعالیت

520 Mashriq Centre Sir Shah Suleman Road Block 14 G/Iqbal,
Karachi, Sindh, Pakistan
www.mbgrouponline.com

آدرس

PRIME ENGINEERING WORKS

تولیدی

نوع فعالیت

18-Km Multan Road, Lahore, Punjab, Pakistan Zip: 54000
www.altechprime.com

آدرس

SPINTEX PVT LTD

بازرگانی

نوع فعالیت

C-92, KDA Scheme #1, Karachi, Sindh, Pakistan Zip: 754000

آدرس

Y Z CORPORATION

بازرگانی

نوع فعالیت

St-6 A-617 Ghazi Abad Near Saleemi Chowk, Faisalabad, Punjab,
Pakistan

آدرس

Immalik&Sons

تولیدی، توزیعی و تجاری

نوع فعالیت

www.immalik.t35.com

آدرس

JAVAID ZIA & CO

تولیدی	نوع فعالیت
1-A Rose Lane Sarfraz Rafiqi Road Cantt, Lahore, Punjab, Pakistan	آدرس

شرکتهای ماشین کرایه‌ای جمهوری اسلامی پاکستان

وب سایت	نام	ردیف
www.southtravels.com/asia/pakistan/aviscarrental.html	Avis Car Rentals	۱
www.southtravels.com/asia/pakistan/northgate/index.html	North Gate Rent a Car	۲
www.southtravels.com/asia/pakistan/almalikenterprises/1	Al Malik Enterprises	۳
www.southtravels.com/asia/pakistan/nationaltours/	National Tours & Travels Car Rental	۴

فهرست چند نشریه مهم در جمهوری اسلامی پاکستان

نام سایت اینترنتی	مکان	نام نشریه	ردیف
www.Akhbar-e-jehan.com	کراچی	Akhbar-e-Jehan	۱
www.Al-akhbar.com	اسلام آباد	Al-Akhbar	۲
www.Alqamar.com	اسلام آباد	Al Qamar	۳
www.Apnapakistan.com	کراچی	Apna Pakistan	۴
---	لاهور	The Asia Inside	۵
www.ahamulakhbar.com	پنجاب - اسلام آباد	Daily Ahamulakhbar	۶
www.alfazl.com	پنجاب	Daily Alfazl	۷
www.azkaar.com	اسلام آباد	Daily Azkaar	۸
---	کراچی	Daily Awami Awaz	۹
www.Awamiawaz.com	کراچی	Daily Awami Awaz	۱۰



فهرست برخی از بندرگاه‌های مهم جمهوری اسلامی پاکستان

ردیف	نام بندر	تلفن	نمبر
۱	بندرگاه گوادر	۰۹۲-۸۶-۴۲۱۱۹۱۳	۰۹۲-۸۶-۴۲۱۱۹۱۴
۲	بندرگاه کراچی	۰۹۲-۲۱-۹۲۱۴۳۶۱	۰۹۲-۲۱-۹۲۱۴۳۲۹-۳۰
۳	بندرگاه محمد بن قاسم	۰۹۲-۲۱-۹۲۷۲۱۱۱-۳۰	۰۹۲-۲۱-۴۷۳۰۱۰۸
۴	بندرگاه پانسی	---	---

فهرست چند شرکت مهم باربری و کشتیرانی پاکستان

ردیف	نام شرکت	مکان	تلفن
۱	GAC SHIPPING PAKISTAN (PRIVATE) LIMITED	کراچی	۰۹۲-۲۱-۲۳۱۱۰۱۰
۲	Trans-net international	فیصل آباد	۰۹۲-۳۰۰-۶۶۹۱۵۵۸
۳	Karachi International Container Terminal Limited	کراچی	۰۹۲-۲۱-۱۱۱-۱۱۱-۴۷۴
۴	Universal shipping	کراچی	۰۹۲-۲۱-۲۶۲۰۷۵۱-۵۲ ۲۶۲۶۱۹۲

فهرست برخی از شرکتهای بیمه در جمهوری اسلامی پاکستان

Adamjee Insurance Co., Ltd.	
6th Floor, Adamjee House I.I. Chundrigar Road Karachi	آدرس
Tel: 021 241 2623 Fax: 021 241 2627 E-mail: info@adamjeeinsurance.com Web: www.adamjeeinsurance.com	مشخصات
محلی - بیمه گر عام - (بخش خصوصی)	نوع بیمه

Agro General Insurance Co., Ltd.

612, Qamar House. A.Jinnah Road Karachi	آدرس
Tel: 021 2313181 & 83 Fax: 021 2313182 , 2310624 E-mail: agiho@cyber.net.pk	مشخصات
محلی - بیمه گر عام (بخش خصوصی)	نوع بیمه

Allianz EFU Health Insurance Ltd.

Plot No. D-74, Block o.5Clifton, KDA Scheme No.5 Karachi	آدرس
Tel: 021 11111432584 Fax:021 5864020 , 5860403 E-mail: marketing@allianze-efu.com Web: www.allianzefu.com	مشخصات
محلی - بیمه گر عام (بخش خصوصی)	نوع بیمه

Alpha Insurance Co., Ltd.

State Life Building No.1B 2nd Floor, Off-I.I. Chundrigar Road Karachi.	آدرس
Tel: 021 2416041- 45 Fax: 021 2419968 & 2422478 E-mail: infoalpha@alphainsurance.com.pk Web: www.alphainsurance.com.pk	مشخصات
محلی - بیمه گر عام (بخش خصوصی)	نوع بیمه



Atlas Insurance Limited.

Bank Square, Shahrah-e-Quaid-e-Azam, Lahore

آدرس

Tel: 042 7320542, 7234757, 7320543, 7322271 , 7322273
Fax: 042 7234742
E-mail: info@atlasinsurance.com
Web: www.atlasinsurance.com.pk

مشخصات

محلی - بیمه گر عام (بخش خصوصی)

نوع بیمه

Asia Insurance Co., Ltd.

19 C&D, Block L ,Gulberg-III Main Ferozepur Road, Lahore

آدرس

Tel: 042 5858533 -34 , 5832312
Fax: 042 5865579
E-mail: asiains@nexlinx.net.pk

مشخصات

محلی - بیمه گر عام (بخش خصوصی)

نوع بیمه

ACE Insurance Ltd.

6th Floor, NIC Building ,Abbasi Shaheed Road , Off Sharea Faisal ,
Karachi-74400

آدرس

Tel: 021 111789789
Fax: 021 5683935
Web: www.ancelimited.com

مشخصات

خارجی - بیمه گر عام (بخش خصوصی)

نوع بیمه

New Hampshire Insurance Co.

2nd Floor, Finlay House , I.I. Chundrigar Road , Karachi	آدرس
Tel: 021 11111244 Fax: 021 2419413 , 2400723 E-mail: info-pakistan@aig.com Web: www.aigpakistan.com	مشخصات
خارجی - بیمه گر عام (بخش خصوصی)	نوع بیمه

National Insurance Co., Ltd. (NICL)

Head Office, NIC Building, Abbasi Shaheed Road Off Shahrah-e-Faisal, Karachi	آدرس
Tel: 021 9202741 -9 Fax: 021 9202754 E-mail: info@nicl.com.pk Web: www.nicl.com.p	مشخصات
بیمه دولتی	نوع بیمه

M/s Pak Qatar General Takaful Ltd

Suite No. 203 -205, Business Arcade, Block No. 6, P.E.C.H.S. Shahrha e Faisal, Karachi.	آدرس
Tel: 021 4380357 -61 Fax: 021 4386452	مشخصات
بیمه گر عام (بخش خصوصی)	نوع بیمه



Pakistan Reinsurance Co. Ltd. (PRCL)

Head Office, PIC Towers , 32-A, Lalazar Drive ,M.T. Khan Road , Karachi	آدرس
Tel: 021 9202908 -15 Fax: 021 9202921 , 9202922 E-mail: pic1@pk.netsolir.com Web: www.pakre.org.pk	مشخصات
بیمہ دولتی	نوع بیمہ

EFU Life Assurance Ltd.

37-K, Block 6 ,PECHS ,Karachi	آدرس
Tel: 021 4535071 -77 Fax: 021 4535079 E-mail: info@efulife.com Web: www.efulife.com	مشخصات
بیمہ دولتی	نوع بیمہ

State Life Insurance Corporation of Pakistan

State Life Building No. 9 , Dr. Ziauddin Ahmed Road , Karachi 75530	آدرس
Tel: 021 9202800 -9 , 111111888 Fax: 021 9202820 E-mail: edpgs@super.net.pk Web: www.statelife.com.pk	مشخصات
محلی - بیمہ عمر دولتی	نوع بیمہ

New Jubilee Life Insurance Company Ltd

74 /1 -A, Lalzar, M.T.Khan Road , Karachi-74000	آدرس
Tel: 021 5611071 -5 Fax: 021 5610959 E-mail: info@njilife.com Web: www.njilife.com	مشخصات
خارجی - بیمه عمر (بخش خصوصی)	نوع بیمه



منابع و مأخذ

۱. آمارنامه گمرک جمهوری اسلامی ایران سالهای ۱۳۸۴-۱۳۸۵
 ۲. سایت ویکی پدیا
 ۳. سایت صندوق ضمانت صادرات ایران
 ۴. سایت نقطه تجاری کیش
 ۵. سایت سازمان تجارت جهانی
 ۶. سایت اداره اطلاعات مرکزی امریکا
 ۷. سایت سازمان تجارت جهانی
 ۸. سایت سازمان توسعه تجارت ایران
 ۹. سایت کتاب زرد پاکستان
 ۱۰. سایت راهنمای تجاری پاکستان
 ۱۱. سایت قوانین جهانی
- www.wikipedia.org
www.eghi.org
www.kishtpc.com
www.wta.org
www.cia.org
www.trademap.org
www.tpo.ir
www.jamals.com
www.pakistanbiz.com
www.worldlaw.com

