

## لزوم تسهیل روابط بانکی میان ایران و افغانستان

امیر هاشمی مقدم (دانشجوی دکتری انسان‌شناسی)

۱۱ اسفند ۱۳۹۵

شماره مسلسل: ۲۲۰۰۲۹۳

شماره شاپا: ۲۴۲۳-۵۳۸۵

یکسو، آن دومیلیون نفری که به‌گونه‌ای غیرمجاز در ایران به سر برده و بیشترشان در مشاغل دشوار مشغول به کار هستند، درآمدهایشان را هنگامی که در ایران به سر می‌برند (که میانگین بین شش ماه تا یک سال به درازا می‌کشد)، نزد خودشان یا افراد معتمد به امانت می‌سپارند. این پول چنانچه به هر شیوه‌ای امکان سپرده‌گذاری در نظام بانکی کشورمان را داشته باشد، هم کمکی به سیستم بانکی و اقتصادی کشورمان است، هم زحمت این کارگران مورد سوءاستفاده قرار نمی‌گیرد. به هرروی، تجربه چندین دهه فشار برای پیشگیری از ورود این افراد به کشور شکست خورده است، ضمن آنکه بیشتر اینان در کارهایی مشغول‌اند که جوانان ایرانی کمتر زیر بار آن فعالیت‌ها می‌روند.

همچنین آن یک میلیون مهاجر/پناهنده قانونی هم در بسیاری از مواقع با موانع دست و پاگیر برای باز کردن حساب بانکی یا استفاده از آن روبرو هستند.

از سوی دیگر، افغانستان یکی از بازارهای عمده برای کالاهای ایرانی است. حجم دادوستد ایران و افغانستان در سال ۹۵ نزدیک به دو و نیم میلیارد دلار برآورد شده که بیشتر آن، صادرات کالاهای ایرانی به افغانستان است و اتفاقاً طرف افغانستانی هم این کالاها را به گرمی می‌پذیرد؛ به طوری که آدرخش حافظی، رئیس روابط بین‌الملل اتاق تجارت افغانستان، در شهریورماه گفته بود این میزان می‌تواند تا یک دهه دیگر به ۲۰ تا ۲۵ میلیارد دلار هم افزایش یابد.

آبان ماه امسال، سید محسن خاوری هاشمی، نایب دوم اتاق اصناف مشهد، «محصولاتی نظیر صنایع غذایی، ماشین آلات و مصالح ساختمانی، خدمات فنی و مهندسی و مخابراتی، حمل و نقل، لوازم خانگی، دکوراسیون، مبلمان و مصنوعات چوبی، مصنوعات پلاستیکی، موکت و کف‌پوش، تجهیزات پزشکی و آزمایشگاهی، الیاف و منسوجات، پوشاک، پوست و چرم، محصولات آرایشی و بهداشتی، تابلوفرش و صنایع دستی، فرش دستباف و ماشینی، زیورآلات و نقره و...» را از جمله ظرفیت‌های اصناف برای حضور در بازار افغانستان دانسته بود. چنین میزان تجارتي بین دو کشور، در جهان امروز، بدون ارتباط شبکه‌های بانکی شدنی نیست.

کالاهای فرهنگی ایرانی نیز یکی از زمینه‌هایی است که به شدت توسط شهروندان افغانستانی دنبال شده و خواستار دارد. بسیاری از این کالاها امروزه به صورت دیجیتال و اینترنتی در دسترس است و هر کسی از هر نقطه دنیا می‌تواند به آن‌ها دسترسی پیدا کرده و دریافت کند؛ به شرط آنکه بتواند ارتباط بانکی برقرار کرده و پرداخت الکترونیکی کند.

ایران جزو کشورهایی است که توانایی زیادی برای رشد و پیشرفت بازرگانی فرامرزی دارد. اما در کنار بقیه موانع، محدودیت‌ها و تنگناهای بانکی یکی از برجسته‌ترین آن‌هاست؛ تنگناهایی که نه تنها امکان جابجایی پول برای بازرگانان ایرانی پرکار در زمینه‌های فرامرزی را محدود می‌سازد، بلکه به عنوان یکی از پایه‌ای‌ترین اصول و بنیادهای بازرگانی و تجارت الکترونیک، رشد این شاخه را برای بازرگانان ایرانی اگر نه ناممکن، دست‌کم بسیار دشوار ساخته است.

همچنین ایران چنانچه بخواهد سهمی در بازار گردشگری فرامرزی داشته باشد، ناچار است برای این محدودیت‌های بانکی چاره‌ای بیندیشد. گاهی گردشگران گرایشی به جابجایی مقداری زیادی پول با خود نداشته و ترجیح می‌دهند از بانک‌ها و خودپردازهای بانک‌های کشور مقصد استفاده کنند.

همچنین کشورهایی که خواستار گسترش نفوذ فرهنگی و عمق استراتژیک خود به کشورهای دیگر هستند، باید امکان ارتباطات بانکی با کشورهای موردنظر را داشته باشند. فروش کالاهای فرهنگی (در کنار دیگر کالاها) نیازمند ارتباطات فرامرزی بانکی است.

افغانستان یکی از کشورهایی است که ایران به دلایل مختلف نیازمند گسترش روابط بانکی با آن است. برخی از برجسته‌ترین این انگیزه‌ها را در زیر برمی‌شماریم:

نخست اینکه حدود سه میلیون پناهنده و مهاجر افغانستانی (حدود یک میلیون قانونی و دو میلیون غیرقانونی) در ایران به سر می‌برند. محدودیت‌های بانکی برای این افراد (حتی محدودیت‌های پیچیده و دست و پاگیر برای اتباع قانونی افغانستانی در ایران) هم مایه دردسر و ناخرسندی افغانستانی‌ها شده و هم به اقتصاد و نظام بانکداری ایران آسیب زده است. از

برای نمونه، بیشتر کتاب‌های موجود در افغانستان، در ایران چاپ شده‌اند و تعدادی کمتر نیز در پاکستان. در افغانستان اگرچه حدود یک صد انتشاراتی وجود دارد (که البته قابل مقایسه با ۱۲ هزار ناشر ایرانی نیست)، اما به دلیل مشکلات ساختاری و به‌صرفه نبودن، کامیابی چندانی در گسترش صنعت نشر افغانستان نداشته‌اند. بنابراین همچنان چشم امید اهالی علم و ادب و کتابخوانهای افغانستانی به ایران است. اما بسیاری از کتاب‌های چاپ ایران با فاصله زمانی بسیار، تازه به شهرهای بزرگ افغانستان همچون کابل، هرات و مزارشریف می‌رسد و چنانچه کسی از شهرها و روستاهای دیگر مایل به دسترسی به این کتاب‌ها باشد، یا باید رنج سفر به شهرهای بزرگ را بر خود هموار کند یا منتظر بماند تا یک کتاب فروشی در شهر خودش، آن را بیاورد. این در حالی است که فروشگاه‌های کتاب الکترونیکی همچون طاقچه، فیبیدو، سمتا، سوره مهر، فراکتاب و... این محدودیت‌ها را از میان برداشته و کتاب‌های به‌روز را با بهایی بسیار کمتر، در چند ثانیه در اختیار خواننده قرار می‌دهند؛ به شرط آنکه امکان پرداخت الکترونیکی وجود داشته باشد، که شوربختانه هنوز چنین امکانی برای افغانستانی‌ها فراهم نیست.

از سوی دیگر، این فروشگاه‌های کتاب الکترونیکی، فرصتی است برای ناشران و نویسندگان افغانستان تا هم کتاب‌هایشان با بهایی اندک آماده شود و هم ساده‌تر به دست خوانندگان افغانستان برسد. ضمن آنکه ایرانیان هم می‌توانند در صورت علاقه، به کتاب‌های چاپ افغانستان دسترسی داشته باشند تا بدین وسیله، از ناآگاهی‌شان نسبت به این کشور همسایه کاسته شود.

فروش فیلم و سریال‌های ایرانی (که در افغانستان پرطرفدارند)، آلبوم‌های موسیقی، نرم‌افزارهای اندرویدی و... نیز در این راستا می‌گنجد. برای نمونه، کافه بازار به‌عنوان بزرگ‌ترین عرضه‌کننده نرم‌افزارهای گوشی‌های همراه، توسط بسیاری از جوانان افغانستانی مورد استفاده قرار می‌گیرد. اما برنامه‌های فروشی کافه بازار، نمی‌تواند برای افغانستانی‌ها که امکان پرداخت آنلاین ندارند، قرار بگیرد.

به هرروی امروزه گسترش بازرگانی فرامرزی، داشتن ارتباطات فرهنگی و اثرگذار و... شیوه‌های نوینی را در پیش گرفته که نمی‌توان به بهانه‌های امنیتی و...، آن‌ها را نادیده گرفت. بازاریابی (اقتصادی یا فرهنگی) هر روز روش‌های تازه‌ای را معرفی می‌کند که در بازار رقابتی، چشم‌پوشی از آن‌ها می‌تواند زمینه را برای رقیب، خالی کند.

استفاده از مطالب با ذکر منبع آزاد است.

متون سیاستی منتشرشده در شمس، بیانگر دیدگاه نویسندگان بوده و لزوماً نظر این شبکه نیست.